

SKRIPSI

**PERSAINGAN USAHA DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo
Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur)**

Oleh :

PUTRI WITA STEFHANI

NPM. 1502040087



Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1441 H/2019 M

PERSAINGAN USAHA DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo
Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur)

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
(S.E)

Oleh :

PUTRI WITA STEFHANI

NPM. 1502040087

Pembimbing I : H. Husnul Fatarib, Ph.D.

Pembimbing II : Nizaruddin, S.Ag., M.H.

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1440 H/2019 M

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PERSAINGAN USAHA DALAM PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pedagang Sayur
Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo
Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur)**

Nama : Putri Wita Stefhani

NPM : 1502040087

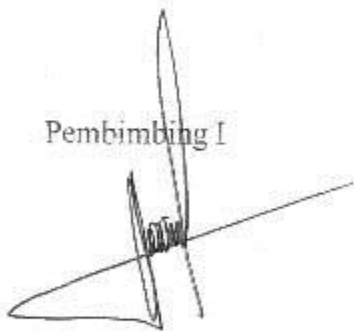
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

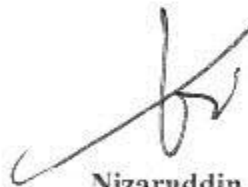
Sudah dapat kami setuju untuk dimunaqsyahkan dalam sidang
Munaqsyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Pembimbing I



Husnul Fatarib, Ph.D.
NIP. 19740104 199903 1 004

Metro, Desember 2019
Pembimbing II



Nizaruddin, S.Ag.M.H.
NIP. 19740302 199903 1 001

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Perihal : Pengajuan Skripsi untuk dimunaqosyahkan

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka Skripsi saudara:

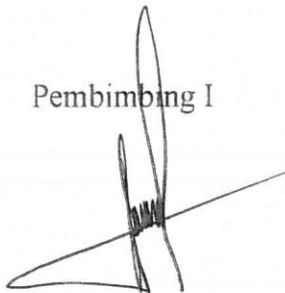
Nama : Putri Wita Stefhani
NPM : 1502040087
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : **PERSAINGAN USAHA DALAM PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pedagang
Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo
Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur)**

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

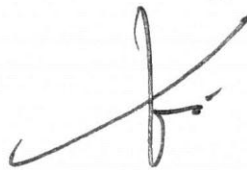
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I



Husnul Fatarib, Ph.D.
NIP. 19740104 199903 1 004

Metro, Desember 2019
Pembimbing II



Nizaruddin, S.Ag.M.H.
NIP. 19740302 199903 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: 3030 / 11.28.3 / D / PP. 00.9 / 12 / 2019

Skripsi dengan Judul: **PERSAINGAN USAHA DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur)**, disusun oleh: **PUTRI WITA STEFHANI**, NPM: 1502040087, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal: Kamis, 12 Desember 2019.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : H. Husnul Fatarib, Ph.D.

Penguji I : Rina El Maza, S.H.I., M.S.I

Penguji II : Nizaruddin, S.Ag., M.H.

Sekretaris : Fitri Kurniawati, M.E.Sy



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Ningsiana, M.Hum
19720923 200003 2 002

PERSAINGAN USAHA DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

**(Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo
Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur)**

ABSTRAK

Oleh:

PUTRI WITA STEFHANI

Persaingan bisnis dapat disebabkan oleh kesalahan strategi yang mana kesalahan tersebut dapat dipelajari dan dimanfaatkan oleh pelaku bisnis lainnya sebagai peluang yang mampu mencuri perhatian konsumen.

Adapun yang mendorong untuk melaksanakan penelitian tentang persaingan usaha ini adalah untuk mengetahui persaingan usaha dalam perspektif etika bisnis Islam (Studi Kasus di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur). Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*), dan sifat penelitian yaitu penelitian kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder, di dalam sumber data primer data yang diperoleh langsung dari responden melalui wawancara yaitu kepada pedagang sayur keliling dan warung sayur di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur, dan di dalam sumber data sekunder data penunjang yaitu data diperoleh dari buku-buku, jurnal, dan kepustakaan lainnya. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan metode dokumentasi. Teknik analisa data penulis menggunakan analisa induktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur) belum sesuai dengan etika bisnis Islam, dikarenakan keterbatasan pengetahuan yang mereka miliki, sehingga mereka mengetahui tentang persaingan usaha yaitu hanya menerapkan strategi yang dapat menguntungkan sebanyak-banyaknya tanpa mengikuti ketentuan yang ditetapkan dalam hukum Islam.

Demikian disarankan kepada pedagang sayur yang ada di Desa Banjarrejo hendaknya belajar mengenai etika bisnis Islam supaya kedepannya dapat memperoleh rezeki yang halal dan menjalankan usaha sesuai dengan hukum Islam. Hal tersebut dikarenakan bisnis tidak hanya akan mendatangkan keuntungan berupa materi saja, namun juga berkah atas rezeki yang diperoleh yang semata-mata dari Allah. dapat jujur kepada pembeli mengenai barang yang dijual, memberikan kualitas barang yang baik dan tidak menyembunyikan cacat pada barang yang dapat merugikan pembeli.

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Wita Stefhani

NPM : 1502040087

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur”** ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya, kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 3 Desember 2019
Yang Menyatakan



Putri Wita Stefhani
NPM. 1502040087

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa: 29)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas diucapkan selain bersyukur kepada Allah SWT dan ucapan *Alhamdulillahirabbil'alamiin*. Penulis persembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih yang tulus kepada:

1. Orang tuaku Papa Sugeng Warsito dan Mama Ruswati yang senantiasa memberikan dukungan penuh baik dukungan moril berupa doa dan motivasi maupun dukungan materil sehingga peneliti dapat menyelesaikan pendidikan di IAIN Metro.
2. Kakakku Rizky Suci Pratiwi, S.Pd. yang ikut memberikan motivasi dan senantiasa mendoakan sehingga peneliti dapat menyelesaikan pendidikan di IAIN Metro.
3. Tommy Zen Dermawan yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan pendidikan di IAIN Metro.
4. Dosen pembimbing Bapak H. Husnul Fatarib, Ph.D. dan Bapak Nizaruddin, S.Ag., M.H. yang telah membimbing dan memotivasi hingga terselesainya skripsi ini.
5. Sahabat-sahabatku Dwi Reli Rifana, Julia Purnama Putri, Arif Riatni Nurhidayah yang senantiasa memberikan semangat, nasihat dan dukungan sehingga dapat menyelesaikan pendidikan ini.

6. Seluruh teman-teman jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015, terkhusus kelas A yang telah sama-sama saling menguatkan untuk tetap berjuang menyelesaikan pendidikan ini.
7. Almamaterku, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Penulisan Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Strata Satu (S1) Jurusan Ekonomi Syariah guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE). Upaya penyelesaian Proposal ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua (Papa Sugeng Warsito dan Mama Ruswati) yang senantiasa memberikan doa dan dukungan untuk anaknya sehingga dapat menyelesaikan pendidikan.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
3. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Dharma Setyawan, M.A selaku ketua jurusan S1 Ekonomi Syariah.
5. Bapak H. Husnul Fatarib, Ph.D selaku pembimbing I dan Bapak Nizaruddin, S.Ag., M.H selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi.

6. Seluruh dosen dan staff yang telah memberikan bimbingan kepada peneliti.
7. Almamater tercinta IAIN Metro dan sahabat-sahabat angkatan 2015 yang saya sayangi.

Kritik dan saran demi perbaikan Skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga penelitian yang telah dilakukan ini kiranya dapat bermanfaat.

Metro, 7 Agustus 2019

Peneliti



Putri Wita Stefhani
NPM. 1502040087

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN NOTA DINAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
HALAMAN KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
D. Penelitian Relevan	10
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Persaingan Bisnis	16
1. Pengertian Persaingan Bisnis	16
2. Persaingan Bisnis Islam	18
B. Etika Bisnis Islam	20
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	20
2. Landasan Hukum Etika Bisnis Islam	23
3. Etika Persaingan.....	25
C. Pelayanan	27
1. Pengertian Pelayanan	27
2. Pengerian Kualitas Pelayanan	27
3. Dimensi Kualitas Pelayanan	28
D. Keputusan Konsumen	30
1. Pengertian Keputusan Konsumen	30
2. Proses Keputusan Konsumen.....	31
3. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen	33

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	36
	A. Jenis dan Sifat Penelitian	36
	B. Sumber Data.....	37
	C. Teknik Pengumpulan Data.....	39
	D. Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
	A. Gambaran Umum Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur	45
	B. Analisis Persaingan Usaha yang di terapkan Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur	52
BAB V	PENUTUP.....	67
	A. Kesimpulan	67
	B. Saran	68

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Susunan Pemerintahan Desa Banjarrejo	46
Tabel 4.2 Letak Batasan Wilayah	49
Tabel 4.3 Kondisi Geografis	49
Tabel 4.4 Orbitasi.....	50
Tabel 4.5 Jumlah Penduduk	50
Tabel 4.6 Jumlah Penduduk Menurut Agama.....	50
Tabel 4.7 Jumlah Pendidikan	51
Tabel 4.8 Jumlah Pekerjaan	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Peta Desa Banjarrejo.....	48
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keputusan Bimbingan
2. Surat Pra Survey
3. Surat Izin Research
4. Alat Pengumpul Data
5. Outline
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Kartu Bimbingan Konsultasi Skripsi
8. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, pada saat ini kegiatan bisnis khususnya dalam bidang pemasaran akan selalu semakin meningkat. Persaingan dalam dunia bisnis pun semakin kuat, sehingga akan membuat pelaku bisnis mencari strategi-strategi yang tepat untuk memasarkan produknya dan memenangkan persaingan untuk memaksimalkan pendapatan atau laba. Pemasaran memiliki peranan yang sangat penting bagi pelaku bisnis.

Sebagai seorang pebisnis muslim, kita harus memahami kalau dalam ajaran Islam dianjurkan agar para umatnya untuk melakukan perlombaan dalam mencaai kebaikan di sela hal berbisnis. Terlihat jelas bahwa konsep persaingan bisnis berbasis Al-Qur'an adalah sebuah konsep persaingan yang menganjurkan para pebisnis untuk bersaing secara positif dengan memberikan kontribusi yang baik dari bisnisnya bukan untuk menjatuhkan pebisnis lainnya dan menganjurkan pebisnis untuk tidak merugikan dan memudharatkan pebisnis lainnya. Selain itu, Al-Qur'an juga memberikan konsep untuk tidak melakukan persaingan dalam hal mendapatkan kekayaan sebanyak-banyaknya tanpa menghiraukan nilai-nilai Islami. Karena hal itu akan membuatnya lalai

hingga lupa dengan kewajibannya sebagai hamba Allah. Oleh karena itu, walaupun sedang mengalami kondisi persaingan penting sekali bagi pebisnis Muslim untuk memahami konsep persaingan yang dianjurkan dalam islam agar tidak merugikan orang lain serta terjatuh persaingan yang tidak sehat kemudian mewajibkan kepada umatnya untuk senantiasa bekerja dalam memenuhi segala kebutuhan hidup mereka.

Persaingan dalam usaha menurut syari'at Islam bahwasannya bersaing haruslah secara sehat, adil dan jujur serta menjalin silaturahmi agar dapat mempererat ikatan persaudaraan. Jadi, kebebasan individu dalam hal persaingan dibatasi oleh kaidah-kaidah Islam dan akhlak, atau dengan kata lain masih dikendalikan oleh aqidah, karena dengan aqidahlah seseorang bisa merefleksikan persaingan yang sesuai dengan ajaran Islam.

Bisnis dalam dunia perdagangan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Setiap manusia memerlukan harta dan kekayaan untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan tujuan itulah manusia berlomba-lomba untuk mengejar harta kekayaan dengan cara berbisnis.

Islam menghalalkan jual beli yang termasuk juga bisnis. Namun tentu saja orang yang menjalankan bisnis secara Islam, harus menggunakan tatanan atau aturan main bagaimana seharusnya seorang muslim berusaha dalam dunia bisnis agar mendapatkan berkah dari Allah SWT di dunia maupun di akhirat. Aturan bisnis Islam menjelaskan bagaimana etika yang harus dilakukan oleh

para pebisnis muslim dan diharapkan bisnis tersebut akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapatkan berkah dari Allah SWT. Etika bisnis Islam menjamin, baik pebisnis, mitra bisnis, maupun konsumen, masing-masing akan saling mendapatkan keuntungan.

Seorang pedagang harus mampu bertanggung jawab terhadap apa yang diputuskan dalam menjual barang dagangannya. Sering pedagang mengabaikan apakah strategi tersebut menggunakan cara yang halal atau haram. Hal ini dimaksudkan agar seorang pedagang dalam menjalankan usahanya berada dalam batas-batas yang ditentukan oleh syariah, sehingga strategi yang digunakan tidak merugikan pihak lain.

Keragaman para pedagang dan berbagai faktor yang mendasari baik interen maupun eksteren menjadikan perilaku dan strategi berdagang para pedagang yang berbeda-beda, mulai dari mempromosikan barang, memberikan harga diskon, ataupun menjual barang-barang dengan harga yang lebih murah dibanding dengan pedagang lainnya. Mereka saling beradu strategi untuk menarik perhatian para pembeli. Islam memandang bahwa transaksi dalam bisnis bukan hanya tentang mencari keuntungan, namun keberkahan.

Perhatian bisnis terhadap konsumen dewasa ini tampak makin besar, keberhasilan akan digapai oleh pelaku bisnis yang paling mampu menyesuaikan diri dengan persyaratan lingkungan saat ini, yaitu mereka yang sanggup memberikan apa yang siap dibeli oleh masyarakat. Karena persaingan

dalam bisnis makin ketat dan dengan adanya anggapan bahwa konsumen merupakan “raja” maka dengan memperhatikan konsumen diharapkan kelangsungan bisnis dapat dipertahankan. Pebisnis yang baik dan berhasil akan selalu memerhatikan perilaku konsumen dan berusaha untuk memenuhi kebutuhn pelanggan tersebut.¹

Sedemikian eratnya kaitan bisnis dengan pedagang, sehingga untuk memahami pengetahuan bisnis yang diperlukan pemahaman dan ilmu ekonomi serta konsep-konsep pokoknya agar bisnis dapat dikelola sesuai dengan tujuan dan sasaran yang diinginkan. Ditambah dengan dapat menghasilkan perencanaan bisnis yang mengarahkan pelaku bisnis untuk mewujudkan visi dan misi bisnis serta memperoleh keunggulan bersaing.

Keputusan adalah sebagai suatu pemilihan tidakan dari dua atau pilihan alternatif. Dengan kata lain orang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang ada. Bila seseorang dihadapkan pada dua pilihan, yaitu membeli dan tidak membeli, dan kemudian dia memilih membeli, maka dia ada dalam posisi membuat suatu keputusan.²

Berdasarkan definisi tersebut dipahami bahwa keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli sebuah produk. Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan

¹Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1997), 13.

²Ristiayanti Prasetyo, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 226.

suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata.

Salah satu pekerjaan yang begitu marak yaitu pedagang sayur keliling yang lokasi penjualan pedagang sayur keliling menyebar di Desa Banjarrejo. Keberadaan mereka secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan kemudahan masyarakat khususnya para ibu-ibu, untuk berbelanja ditempat atau pangkalan pedagang sayur keliling. Dengan demikian para pedagang sayur keliling berusaha dapat mempertahankan dan mengembangkan usahanya agar mereka mampu bersaing dengan pedagang lainnya, caranya memberikan pelayanan dengan baik kepada pembeli atau pelanggannya.

Para pedagang sayur keliling ini banyak yang masih muda, tapi ada juga yang sudah berusia tua dan tidak sedikit para ibu-ibu yang memilih pekerjaan ini. Tentu alasannya adalah karena profesi penghasilannya sangat lumayan. Dengan maraknya pedagang sayur keliling ini tentunya memberikan kemudahan bagi para ibu rumah tangga yang merasa diuntungkan. Kalau biasanya mereka pergi kepasar atau kewarung sayur untuk membeli sayuran guna menyiapkan makan keluarga dengan adanya pedagang sayur keliling mereka tidak perlu harus kepasar atau pun kewarung sayur.

Seperti yang telah diuraikan di atas bahwa bisnis merupakan kegiatan yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, manusia, maupun organisasi. Maka seorang pengusaha haruslah selalu teliti untuk melihat adanya

perubahan-perubahan atau pergeseran-pergeseran terhadap kebutuhan masyarakat. Timbulnya kebutuhan baru atau adanya perubahan terhadap kebutuhan yang telah ada, adalah merupakan kesempatan bisnis yang dapat dieksploitasikannya secara baik dan menguntungkan. Oleh karena itu kesempatan bisnis akan muncul dari kebutuhan masyarakat. Sedangkan kita harus tahu bahwa masyarakat itu akan selalu tumbuh dan berkembang.³

Seiring dengan adanya perebutan di antara para pengusaha dalam memperebutkan pengaruhnya kepada konsumen maka akan timbulah persaingan. Semakin banyak pengusaha yang terjun dan bersaing dalam suatu produk atau bisnis tertentu akan semakin mempertinggi atau mempertajam tingkat persaingan yang terjadi. Sebaliknya semakin sedikit jumlah pengusaha yang bersaing tentu saja akan memperingan taraf persaingannya. Persaingan yang semakin tajam akan cenderung untuk lebih banyak penggunaan harga sebagai alat persaingan mereka artinya pesaing akan cenderung untuk saling menurunkan harga jual produknya guna merebut hati para konsumennya.⁴

Hal ini akan peneliti uraikan terkait dengan persaingan bisnis antara pedagang sayur keliling dan warung sayur. Terbukti sektor perdagangan secara keliling di Desa Banjarrejo tersebut relatif berkembang karena secara tidak langsung wilayah Desa Banjarrejo yang memiliki warga yang lebih memilih

³Indriyo Gitosudarmo, *Pengantar Bisnis*, cet. ke-2 (Yogyakarta: BPFE, 2013), 6.

⁴*Ibid.*,164.

untuk berbelanja atau membeli kebutuhan-kebutuhan pokok seperti sayur dan semacamnya pada pedagang keliling.

Berdasarkan hasil survey pada saat wawancara kepada Ibu Saini selaku pedagang sayur keliling, “strategi dagang yang beliau terapkan yaitu bisa memberikan pinjaman (bon), bonus THR (pemberian secara Cuma-Cuma tunjangan hari raya), memberikan fasilitas datang langsung ke rumah-rumah warga, serta dapat membeli bahan bumbu dapur yang bisa diperjual belikan yang sudah beliau bagi menjadi beberapa bagian sehingga mendapat keuntungan yang lebih banyak serta menjualnya dengan strategi yang bisa menarik konsumen untuk membeli barang dagangannya. Dengan bermodal kurang lebih Rp1.500.000,00 beliau bisa mendapatkan keuntungan kurang lebih Rp350.000,00 per hari.”⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Siti Maimunah selaku pemilik warung sayur, “strategi dagang yang beliau terapkan adalah seperti memberikan harga dibawah harga pedagang keliling pada beberapa jenis barang dagangannya, dan memberikan bonus THR (pemberian secara Cuma-Cuma tunjangan hari raya) dengan begitu strategi ini dapat menarik minat konsumen untuk membeli barang dagangannya. Dengan bermodal kurang lebih Rp700.000,00 beliau bisa mendapatkan keuntungan kurang lebih Rp150.000,00 per hari.”⁶

⁵ Saini, (Pedagang Sayur Keliling), Wawancara, Desa Banjarrejo, Tanggal 6 Juli 2019

⁶ Siti Maimunah, (Pedagang Warung Sayur), Wawancara, Desa Banjarrejo, Tanggal 6 Juli 2019

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Sri “strategi dagang yang beliau terapkan dalam persaingan yaitu memberikan layanan dengan baik terhadap konsumen, produk yang dijual harus produk segar, serta memberikan harga bersaing”⁷

Berdasarkan hasil wawancara pada pedagang sayur keliling dan warung sayur di Desa Banjarrejo, mereka bersaing dapat diartikan sebagai suatu kegiatan bersama atau bertanding diantaranya pengusaha atau pebisnis yang satu dengan pengusaha atau pebisnis yang lain di dalam memenangkan pangsa pasar dan mencari keuntungan, dalam upaya melakukan, menawarkan produk barang dan jasa kepada konsumen dengan berbagai strategi pemasaran yang diterapkan.

Berdasarkan latar belakang masalah maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul **“Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur)”**

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka yang menjadi pertanyaan penelitian adalah: Bagaimana persaingan usaha pada pedagang

⁷ Sri, (Pedagang Sayur Keliling), Wawancara, Desa Banjarrejo, Tanggal 23 Agustus 2019

sayur keliling dan warung sayur dalam perspektif etika bisnis Islam di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian pada hakikatnya merupakan sesuatu yang hendak dicapai dan yang dapat memberikan arah terhadap kegiatan pengumpulan data yang akan dilakukan. Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui persaingan usaha pada pedagang sayur keliling dan warung sayur dalam perspektif etika bisnis Islam di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur.

Melalui penelitian ini diharapkan dapat member manfaat baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi Pembaca

Peneliti berharap dengan adanya hasil penelitian ini mampu memberikan informasi, wacana dan berguna sebagai bahan masukan bagi ilmu pengetahuan bagi pembaca.

a. Bagi Peneliti

Seiring dengan melakukan penelitian ini, peneliti berharap dapat menambah wawasan, pengalaman dan intelektual penulis.

2. Manfaat praktis

a. Bagi para pedagang

Penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan baru bagi para pedagang sebagai pertimbangan dalam menentukan strategi dalam bersaing yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

b. Bagi para konsumen

Penelitian ini diharapkan agar mampu memberikan pengetahuan kepada para konsumen tentang strategi persaingan usaha yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

D. Penelitian Relevan

Beberapa penelitian yang relevan dalam penelitian ini antara lain:

1. Hasil penelitian Purnama yang berjudul “Strategi Dagang Yang Diterapkan Pedagang Sayur Keliling Dalam Perspektif Ekonomi Islam sDi Kecamatan Mapilli Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat”. Fokus penelitian ini untuk mengetahui kesesuaian strategi pedagang sayur keliling dengan prinsip ekonomi islam dan mengetahui strategi

dagang yang diterapkan oleh pedagang sayur keliling. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Dari hasil penelitian terealisasi bahwa sebagian besar pedagang sayur keliling yang ada di wilayah kecamatan Mapilli belum menerapkan strategi dagang sesuai dengan perspektif ekonomi Islam, sehingga mengabaikan tanggung jawab sebagai pedagang dan merugikan pembeli ataupun pedagang lainnya.⁸

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah mengkaji tentang pedagang sayur keliling. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian sama-sama menggunakan penelitian kualitatif berdasarkan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi.

Perbedaannya dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan terletak pada lokasi dan bidang kajiannya. Lokasi dalam penelitian ini adalah di Kecamatan Mapilli Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat, sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti berada di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur. Perbedaan yang lain adalah dilihat dari bidang kajiannya, jika penelitian yang sudah ada mengetahui kesesuaian strategi pedagang sayur keliling dengan prinsip ekonomi islam

⁸Purnama, “*Strategi Dagang Yang Diterapkan Pedagang Sayur Keliling Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Kecamatan Mapilli Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat*”, (2016).

sedangkan peneliti akan meneliti tentang persaingan usaha pada pedagang sayur keliling dan warung sayur dalam perspektif etika bisnis Islam.

2. Hasil penelitian Mukhlis yang berjudul “Prospek Usaha Pedagang Pasar Keliling Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara Sumatera Utara)”. Fokus penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong pedagang keliling, mengetahui prospek usaha pedagang keliling, dan mengetahui tinjauan ekonomi islam terhadap pedagang keliling. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Dari hasil penelitian terealisasi bahwa faktor yang mendorong pedagang pasar keliling di Gunung Tua berdagang keliling dari pada berdagang menetap adalah faktor keuntungan, faktor modal, dan faktor adat. Dengan begitu pedagang pasar keliling mengaku bahwa prospek usaha dengan berdagang keliling lebih banyak mendapat keuntungan karena sedikitnya daya saing. Dalam Islam pun perdagangan sangat dianjurkan untuk menghasilkan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan pribadi maupun keluarga asalkan perdagangan

tersebut tidak bertentangan dengan dalil-dalil dari ayat Al-Qur'an dan Hadis.⁹

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah mengkaji tentang pedagang sayur keliling. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian sama-sama menggunakan penelitian kualitatif berdasarkan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi.

Perbedaannya dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan terletak pada lokasi dan bidang kajiannya. Lokasi dalam penelitian ini adalah di Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara Sumatera Utara, sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti berada di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur. Perbedaan yang lain adalah dilihat dari bidang kajiannya, jika penelitian yang sudah ada mengetahui faktor-faktor yang mendorong pedagang keliling, mengetahui prospek usaha pedagang keliling, dan mengetahui tinjauan ekonomi islam terhadap pedagang keliling sedangkan peneliti akan meneliti tentang persaingan usaha pada pedagang sayur keliling dan warung sayur dalam perspektif etika bisnis Islam.

⁹Mukhlis, "*Prospek Usaha Pedagang Pasar Keliling Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara Sumatera Utara)*", (2011).

3. Hasil penelitian Umi Nur Fauziah yang berjudul “Persaingan Antar Pedagang Sayur Tetap dan Keliling Yang Mempengaruhi Pola Pilihan Konsumsi Mahasiswa di Jalan Jawa”. Fokus penelitian ini untuk menganalisis hubungan responsibilitas dan persaingan penjual sayur dalam pemenuhan kebutuhan masing-masing aktor yakni antara penjual sayur dan mahasiswa. Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Dari hasil penelitian terealisasi bahwa keberadaan pedagang sayur keliling maupun tetap sangat menguntungkan bagi masyarakat terutama bagi mahasiswa yang tidak memiliki kendaraan. Persaingan di antara pedagang sayur tidak terlalu menonjol, karena mahasiswa mempunyai selera yang berbeda-beda untuk memilih sayuran mana yang mereka anggap lebih layak di konsumsi dan sehat menurut mereka.¹⁰

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah mengkaji tentang pedagang sayur keliling dan pedagang sayur tetap (warung sayur). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian sama-sama menggunakan penelitian kualitatif berdasarkan teknik pengumpulan data melalui wawancara.

¹⁰Umi Nur Fauziah, “*Persaingan Antar Pedagang Sayur Tetap dan Keliling Yang Mempengaruhi Pola Pilihan Konsumsi Mahasiswa di Jalan Jawa*”, (2016).

Perbedaannya dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan terletak pada lokasi dan bidang kajiannya. Lokasi dalam penelitian ini adalah di Jawa Timur, sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti berada di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur. Perbedaan yang lain adalah dilihat dari bidang kajiannya, jika penelitian yang sudah ada menganalisis hubungan responsibilitas dan persaingan penjual sayur dalam pemenuhan kebutuhan masing-masing aktor yakni antara penjual sayur dan mahasiswa sedangkan peneliti akan meneliti tentang persaingan usaha pada pedagang sayur keliling dan warung sayur dalam perspektif etika bisnis Islam.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Persaingan Bisnis

1. Pengertian Persaingan Bisnis

Seiring dengan adanya perebutan di antara para pengusaha dalam memperebutkan pengaruhnya kepada konsumen maka akan timbulah persaingan. Semakin banyak pengusaha yang terjun dan bersaing dalam suatu produk atau bisnis tertentu akan semakin mempertinggi atau mempertajam tingkat persaingan yang terjadi. Sebaliknya apabila sedikit jumlah pengusahayang bersaing tentu saja akan memperingan taraf persaingannya.

Persaingan sering juga disebut dengan “Perang Harga”. Perang harga ini yang pada umumnya tidak disenangi oleh para pengusaha karena dengan semakin menurunnya harga jual tentu saja tingkat margin keuntungannya juga akan semakin kecil. Bahkan apabila sudah terjadi perang harga yang semakin menghebat maka pengusaha banyak yang berani menjual produknya dengan harga jual di bawah harga pokok atau biaya produksinya.¹¹

Berdasarkan uraian tersebut persaingan adalah keadaan ketika pengusaha berperang atau berlomba untuk mencapai tujuan yang

¹¹ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, cet. ke-2, (Yogyakarta: BPFE, 2012), 144.

diinginkan oleh konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan sehingga bisa dikatakan dengan persaingan bisnis.

Dalam mengenal bisnis kita perlu memahami definisi bisnis itu sendiri, oleh sebab itu penting untuk diketahui apa yang dimaksud dengan bisnis tersebut. Bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba.¹² Dalam arti luas bisnis adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari.

Berikut definisi bisnis menurut para ahli:

Menurut Skinner sebagaimana dikutip oleh Francis Tantri, bisnis merupakan sebagai pertukaran barang, jasa maupun uang yang saling menguntungkan satu sama lain antara pengusaha dan konsumennya serta dapat memberikan manfaat.

Menurut Raymond E. Glos et.al, sebagaimana dikutip oleh Francis Tantri, bahwa bisnis adalah jumlah seluruh kegiatan yang organisasi oleh banyak orang bergerak dalam bidang perdagangan, menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar ekonomi serta kualitas hidup mereka.¹³

¹²Indriyo Gitosudarmo, *Pengantar Bisnis*, cet. ke-2 (Yogyakarta: BPFE, 2013), 2.

¹³ Francis Tantri, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2009), 4.

Berdasarkan kutipan di atas dapat dipahami bahwa bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan seseorang maupun lebih yang terorganisasi dalam mencari keuntungan melalui penyediaan produk yang dibutuhkan oleh konsumen.

Persaingan bisnis dapat disebabkan oleh kesalahan strategi yang mana kesalahan tersebut dapat dipelajari dan dimanfaatkan oleh pelaku bisnis lainnya sebagai peluang yang mampu mencuri perhatian konsumen. Akan tetapi, diluar itu semua persaingan menjadi hal yang wajar dalam dunia bisnis dan pelaku bisnis pun sudah sadar penuh akan resiko tersebut. Untuk itu, tidak heran jika sudah sewajarnya pelaku bisnis mengerti, memahami dan menyusun strategi dengan hati-hati serta bijak. Dengan demikian, persaingan bisnis dapat diartikan sebagai suatu kegiatan bersama atau bertanding diantaranya pengusaha atau pebisnis yang satu dengan pengusaha atau pebisnis yang lain di dalam memenangkan pangsa pasar dan mencari keuntungan, dalam upaya melakukan, menawarkan produk barang dan jasa kepada konsumen dengan berbagai strategi pemasaran yang diterapkan.

2. Persaingan Bisnis Islam

Strategi bersaing atau persaingan dalam pandangan Islam dibolehkan dengan kriteria bersaing secara baik. Salah satunya dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Mulk ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ
وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya:

“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.” (QS. Al-Mulk:15)¹⁴

Setelah ditegaskan bahwa Allah adalah Maha luas pengetahuannya, kini diuraikan kembali tentang Kuasa-Nya. Dialah Allah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi untuk melakukan aneka aktifitas yang bermanfaat, maka jelajahilah di segala penjurunya, berkelanalah ke seluruh pelosoknya, dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya yang disediakan untuk kamu, serta bersyukurlah dengan segala karunia-Nya itu. Dan karena pada akhirnya, hanya kepada-Nyalah kamu kembali setelah dibangkitkan.¹⁵

Keyakinan bahwa rezeki semata mata dari Allah SWT akan menjadi kekuatan dasar bagi seorang pebisnis muslim. Keyakinan ini menjadi landasan sikap tawakal yang kokoh dalam berbisnis. Selama

¹⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah, Al-Mulk:15*.

¹⁵Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Tafsirnya*, (Jakarta: Lentera Abadi, 2010)

berbisnis, ia akan senantiasa menyandarkan segala sesuatunya hanya kepada Allah semata. Bila bisnisnya mengalami kemenangan dalam persaingan, ia akan bersyukur. Sebaliknya jika sedang mengalami kegagalan dalam bersaing, ia akan bersabar. Intinya, segala keadaan ia hadapi dengan sikap positif tanpa meninggalkan hal-hal prinsip yang telah Allah perintahkan kepadanya.

Dalam hal ini, seorang muslim akan memandang bisnis sebagai pelaksanaan perintah Allah untuk bertebaran di muka bumi dalam mencari karunia-Nya. Karena itu, tidak terpikir olehnya untuk menghalalkan segala cara untuk sekedar memenangkan persaingan. Baginya, yang disebut dengan persaingan adalah berebut menjadi yang terbaik. Terbaik di hadapan Allah yang dicapai dengan sekuat tenaga untuk tetap setia menaati setiap aturan-Nya dalam bisnis, sedangkan terbaik di hadapan manusia dengan menjalankan bisnis dengan produk yang bermutu, harga bersaing, dan dengan pelayanan total.

B. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

a. Etika

Istilah etika dan moral sering kali dipergunakan secara bergantian untuk maksud yang sama.¹⁶ Istilah Etika, secara teoritis dapat dibedakan dalam dua hal pengertian. Pertama, etika berasal dari kata Yunani *ethos* yang artinya kebiasaan atau karakter.¹⁷ Dalam pengertian ini, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat yang diwariskan dari satu orang ke orang lain. Kedua, secara terminologis etika merupakan studi sistematis tentang tingkah laku konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan untuk mengaplikasikan atas apa saja. Etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan di saat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.

b. Bisnis

Bisnis dengan segala bentuknya ternyata tanpa disadari telah terjadi dan menyelimuti aktivitas dan kegiatan kita setiap harinya.

35. ¹⁶Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2006),

¹⁷ Irham Fahmi, *Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi*, (Bandung:Alfabeta, 2014), 199.

Kesibukan secara khusus berhubungan dengan orientasi profit atau keuntungan. Bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Bisnis adalah bagian dari kegiatan ekonomi yang berarti usaha. Bagian dari kegiatan ekonomi, bisnis merupakan aspek penting dalam kehidupan yang pasti semua orang mengenalnya.¹⁸ Jadi, 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.

c. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal benar dan salah yang selanjutnya tentu melakukan hal benar berkenaan dengan produk, pelayanan pelaku bisnis dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntunan pelaku bisnis. Mempelajari kualitas moral kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan standar untuk perilaku moral dalam bisnis, berperilaku penuh tanggung jawab dan bermoral.¹⁹ Artinya etika bisnis Islam merupakan

¹⁸ Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami*, (Depok:Gema Insani, 2002), 17.

¹⁹Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, 70.

suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan pelaku bisnis.

مَنْ جَاءَ بِالْحَسَنَةِ فَلَهُ عَشْرُ أَمْثَالِهَا وَمَنْ جَاءَ بِالسَّيِّئَةِ فَلَا يُجْزَىٰ
إِلَّا مِثْلَهَا وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ ﴿١٦٠﴾

Artinya:

"Barangsiapa membawa amal yang baik, Maka baginya (pahala) sepuluh kali lipat amalnya; dan Barangsiapa yang membawa perbuatan jahat Maka Dia tidak diberi pembalasan melainkan seimbang dengan kejahatannya, sedang mereka sedikitpun tidak dianiaya (dirugikan)." (QS. Al-An'am :160)²⁰

Pada ayat ini diterangkan dengan jelas, bahwa siapa berbuat amal baik, maka Allah akan memberikan pahala balsannya di hari akhirat dengan sepuluh kali lipat amalnya. Barang siapa berbuat kejahatan hanya dibalas setimpal dengan kejahatannya, sebab Allah tidak akan menganiaya sedikitpun atau merugikan mereka. Yang dimaksud dengan orang yang beramal baik disini ialah orang-orang mukmin, karena amal baik orang kafir sebelum masuk Islam tidak akan bermanfaat bagi mereka di akhirat, seperti yang diterangkan di dalam firman Allah.²¹

Bedasarkan ayat di atas dalam berniaga haruslah disertakan dengan akhlak yang baik tanpa adanya unsur penipuan di dalamnya karena allah pasti akan membenci perbuatan yang tidak berdasarkan dengan syariat Islam. Tanpa adanya unsur penipuan di dalamnya maka akan mendapatkan banyak keuntungan yang diperoleh. Serta,

²⁰Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah, Al-An'am:160.*

²¹Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Tafsirnya.*

jika berniaga dari awal sudah terdapat hal yang tidak baik maka akan mendapatkan kehancuran.

2. Landasan Hukum Etika Bisnis Islam

Etika dalam bisnis Islam mengacu pada dua sumber utama yaitu Al-Qur'an dan Sunnah Nabi. Dua sumber ini merupakan sumber dari segala sumber yang ada, yang membimbing, mengarahkan semua perilaku individu atau kelompok dalam menjalankan ibadah, perbuatan atau aktivitas umat Islam. Maka etika bisnis dalam Islam menyangkut norma dan tuntunan atau ajaran yang menyangkut sistem kehidupan individu dan atau institusi masyarakat dalam menjalankan kegiatan usaha atau bisnis, dimana selalu mengikuti aturan yang ditetapkan dalam Islam.

Firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa ayat 29

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا
اَنْفُسَكُمْ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

Artinya:

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

*Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa: 29)*²²

Ayat ini melarang mengambil harta orang lain dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan perniagaan yang berlaku atas dasar kerelaan bersama. Mencari harta dibolehkan dengan cara berniaga atau berjual beli dengan dasar kerelaan kedua belah pihak tanpa suatu paksaan. Karena jual beli yang dilakukan secara paksa tidak sah walaupun ada bayaran atau penggantinya. Dalam upaya mendapatkan kekayaan tidak boleh ada unsur zalim kepada orang lain, baik individu atau masyarakat. Tindakan memperoleh harta secara batil, misalnya, mencuri, riba, berjudi, korupsi, menipu, berbuat curang, mengurangi timbangan, suap-menyuap, dan sebagainya. Selanjutnya Allah melarang membunuh diri, karena perbuatan ini termasuk perbuatan putus asa, dan orang yang melakukannya adalah orang yang tidak percaya kepada rahmat dan pertolongan Allah.²³

Dalam berbisnis, Islam memberikan pedoman berupa norma-norma atau etika untuk menjalankan bisnis agar pelaku bisnis benar-benar konsisten dan memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi. Makadengan adanya norma-norma atau etika spiritual yang tinggi, iman dan akhlak yang mulia, merupakan kekayaan yang tidak habis dan sebagaipusaka yang tidak akan pernah sirna

3. Etika Persaingan

Dalam dunia bisnis kepercayaan sangat penting artinya tanpa didasari atas rasa saling percaya, maka transaksi bisnis tidak akan bisa

²²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah, An-Nisa: 29*.

²³Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Tafsirnya*.

terlaksana. Dalam ajaran Islam, setiap muslim yang ingin berbisnis maka dianjurkan untuk selalu melakukan persaingan sebagai berikut:

1) Melakukan persaingan yang sehat

Baik itu dalam bentuk tidak diperbolehkan menawar barang yang sedang ditawarkan oleh orang lain, tidak diperbolehkan membeli barang pedagang yang dari kampung yang belum tau harga pasar, tidak diperbolehkan pura-pura menawar barang dengan harga tinggi untuk mengelabui pembeli yang lain. Selain itu juga, di dalam ajaran Islam dalam mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.

2) Kejujuran

Salah satu faktor utama untuk menjadi pebisnis yang sukses adalah dengan memiliki sifat yang jujur. Dengan bersikap jujur maka akan lebih dipercaya oleh konsumen. Ketika pelaku bisnis menaruh sifat jujur, maka konsumen akan menaruh kepercayaan pada pelaku bisnis dan konsumen tidak perlu terlalu khawatir berbisnis dengan pelaku bisnis.

3) Keterbukaan

Keterbukaan dapat berarti informasi yang cukup berkaitan dengan kinerja pelaku bisnis tersedia dan disajikan dalam bentuk atau media yang mudah dipahami konsumen.

4) Keadilan

Salah satu bentuk sederhana dalam berbisnis yang berkaitan dengan keadilan adalah tidak menambah atau mengurangi berat timbangan dalam jual beli.²⁴

Melalui penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa keterbukaan dalam etika persaingan merupakan salah satu aspek mendasar bagi terwujudnya tujuan pelaku bisnis tersebut.

C. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Secara umum pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.²⁵ Dalam kegiatan memberikan pelayanan, pelaku bisnis yang bergerak dibidang jasa khususnya akan berusaha memberikan bentuk layanan terbaik kepada

²⁴Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*.

²⁵Zurni Zahara Samosir, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU", *Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi*, Vol. 1, No. 1, (2005), h. 28.

pelanggan atau konsumennya. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan.

2. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, et. al. sebagaimana yang dikutip oleh Zurni Zahara Samosir bahwa kualitas pelayanan adalah perbandingan antara pelayanan yang diharapkan konsumen dengan pelayanan yang diterimanya secara langsung.²⁶ Dengan maksud lain apabila pelayanan yang diterima maupun yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan oleh pengguna maka kualitas pelayanan tersebut dapat dipersepsikan baik dan memuaskan pengguna. Apabila jasa maupun pelayanan yang diterima dapat melampaui harapan pengguna maka kualitas pelayanan dapat dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal.

Berdasarkan uraian yang ditelaah di jelaskan tersebut, kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan pelaku bisnis. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan

²⁶Zurni Zahara Samosir, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU”, *Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi*”, Vol. 1, No. 1, (2005), h. 28.

dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

3. Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan memiliki beberapa dimensi standar mutu yang tinggi karena mutu yang tinggi dapat memenuhi harapan konsumen. Dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman et. al, sebagaimana yang dikutip oleh Agung Utama yang terdiri dari:

1. Bukti langsung (*tangibles*), yaitu kemampuan untuk menampilkan yang terbaik bagi pelanggan. Baik dari sisi fasilitas, fisik, perlengkapan teknologi, hingga saran komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen terkait dengan ketepatan waktu, kecepatan, tidak ada kesalahan, sikap simpatik dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu tanggap dalam memberikan pelayanan yang cepat atau responsif serta diiringi dengan cara penyampaian yang jelas, singkat dan mudah dimengerti.

4. Jaminan (*assurance*), yakni kepastian yang diperoleh dari sikap sopan santun, komunikasi yang baik, dan pengetahuan yang dimiliki, sehingga mampu menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan.
5. Empati(*empathy*), yakni memberikan perhatian yang tulus dan bersiat pribadi kepada pelanggan, hal ini dilakukan untuk mengetahui keinginan konsumen secara akurat dan spesifik.²⁷

Dapat dipahami, penilaian tinggi rendahnya kualitas pelayanan tergantung pada bagaimana pelanggan merasakan performansi layanan yang diterimanya berada di dalam konteks performansi layanan yang diharapkannya. Kualitas pelayanan itu sendiri merupakan hasil evaluasi yang menggambarkan persepsi pelanggan pada dimensi layanan.

D. Keputusan Konsumen

1. Pengertian Keputusan Konsumen

Keputusan adalah suatu reaksi terhadap beberapa solusi alternatif yang dilakukan secara sadar dengan menganalisa kemungkinan-kemungkinan dari alternatif tersebut bersama dengan konsekuensinya. Setiap keputusan akan membuat pilihan terakhir, dapat berupa tindakan

²⁷Agung Utama, “Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten”, *OPSI*, Vol. 1, No. 2, (2003).

atau opini. Itu semua bermula ketika kita perlu untuk melakukan sesuatu, tetapi tidak tahu apa yang harus dilakukan.²⁸

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.²⁹

Keputusan konsumen merupakan sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk. Dengan kata lain orang mengambil keputusan untuk membeli atau tidak terhadap produk tersebut.³⁰ Keputusan konsumen didasari oleh kebutuhan eksternal, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat.³¹

Berdasarkan definisi tersebut dapat dipahami bahwa keputusan konsumen adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. Oleh karena itu, pengambilan keputusan konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah

²⁸Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press), h. 166.

²⁹Lili M. Sadeli, *Pengantar Bisnis Ilmu Menjual*, cet. ke-2, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), h. 15.

³⁰Ristiayanti Prasetijo, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi) 2005, 226.

³¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba, 2000), h. 256.

itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya.

2. Proses Keputusan Konsumen

Konsumen mengambil keputusan membeli barang atau jasa melalui beberapa tahap berikut:³²

1. Pengenalan kebutuhan

Proses pengambilan keputusan konsumen untuk membeli produk tertentu, buatan perusahaan tertentu, atau dengan merek dagang tertentu dimulai sejak konsumen merasakan kebutuhan tertentu. Rasa membutuhkan tersebut dapat terangsang menjadi dorongan membeli produk apabila mendapat pengaruh dari dalam maupun dari luar konsumen.

2. Penilaian berbagai macam informasi yang terkumpul

Konsumen menggunakan informasi produk yang mereka kumpulkan sebagai bahan pertimbangan dalam memilih. Keputusan pemilihan produk dengan merek tertentu juga mengikuti suatu proses. Sebelum menjatuhkan pilihan, konsumen menilai keunggulan atribut suatu produk yang datanya telah mereka kumpulkan. Langkah berikutnya dalam beberapa merek produk yang masih diminati, konsumen menentukan atributnya paling cocok dengan keinginan mereka.

3. Keputusan membeli

Apabila tidak ada faktor lain yang memengaruhi, konsumen membeli produk dengan merek yang menjanjikan paling banyak atribut, yang sesuai dengan kebutuhan, dan keinginan mereka. Akan tetapi kalau sering pada saat konsumen akan memutuskan pembelian muncul faktor-faktor yang menghambat keputusan pembelian.

³² Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 217-219.

4. Evaluasi setelah pembelian

Evaluasi konsumen pasca-pembelian mempunyai arti penting bagi produsen. Pengalaman konsumen mengonsumsi produk (positif atau negatif) berpengaruh dalam pengambilan keputusan membeli lagi produk yang sama saat mereka membutuhkan lagi. Kesiapan konsumen membeli kembali lagi produk merupakan salah satu sarana yang diperlukan perusahaan untuk mempertahankan kegiatan bisnis.

Sesuai dengan proses keputusan konsumen tersebut dapat dipahami bahwa proses keputusan pembelian dimulai apabila konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan terhadap suatu produk yang diinginkan. Proses pembelian menggambarkan alasan mengapa seseorang lebih menyukai, memilih dan membeli suatu produk dengan merek tertentu. Proses keputusan pembelian terdiri dari keputusan membeli, penilaian berbagai macam informasi yang terkumpul, pengenalan kebutuhan dan evaluasi setelah pembelian.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen

Menurut Kotler sebagaimana yang dikutip oleh Nana Herdiana Abdurrahman, mengemukakan faktor-faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor personal dan faktor psikologi sebagai berikut:

1. Faktor budaya

Budaya adalah kumpulan nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku yang dipelajari oleh anggota masyarakat dan keluarga serta insituisi lainnya.

Faktor budaya terdiri atas budaya, subbudaya, dan kelas sosial. Subbudaya adalah kelompok masyarakat yang berbagi sistem nilai berdasarkan pengalaman hidup dan situasi yang umum. Kelas sosial adalah pembagian yang relatif permanen dan berjenjang dalam masyarakat yang para anggotanya berbagi nilai minat dan perilaku yang sama.

2. Faktor sosial

Selain faktor budaya, perilaku pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial diantaranya sebagai berikut:

a) Kelompok referensi adalah kelompok kecil dari konsumen.

Adapun anggota kelompok ini seperti teman, tetangga dan rekan kerja yang berinteraksi dengan secara langsung dan terus menerus dalam keadaan yang informal.

b) Faktor anggota keluarga juga turut memengaruhi, seperti ayah, ibu, kakak, adik, dan sebagainya.

c) Hal selanjutnya yang menjadi faktor sosial yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian seseorang adalah peran dan status mereka di dalam masyarakat. Peranan konsumen dalam pembelian terdiri atas lima peran, yaitu sebagai pengguna,

pembeli, pemberi, yang mempengaruhi, dan peran sebagai pengambil keputusan.

3. Faktor pribadi

Keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi diantaranya atas usia dan tahap siklus hidup pembeli, pekerjaan situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri.

4. Faktor psikologis

Terakhir, faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah faktor psikologis. Faktor ini terdiri atas motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan diri dan sikap.³³

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dipahami faktor perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan produk dan jasa, termasuk di dalamnya proses

³³ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 38.

pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah termasuk penelitian lapangan (*field research*). Penelitian yang secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan menggambarkan interaksi lingkungan secara tepat sifat-sifat suatu individu, kelompok, unit sosial, lembaga dan masyarakat.³⁴

Sesuai dengan definisi yang telah diuraikan dapat dipahami bahwa penelitian ini adalah penelitian lapangan dimana peneliti ke lapangan untuk meneliti secara intensif, terperinci untuk memaparkan pengetahuan yang peneliti dapatkan untuk melihat fokus masalah yang ditentukan yaitu di dalam suatu masyarakat khususnya kepada Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur yaitu sebanyak 3 Pedagang Sayur Keliling dan 3 Warung Sayur mengenai persaingan usaha dalam perspektif etika bisnis Islam.

³⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 374.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang dilaksanakan ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif yaitu suatu penelitian yang berusaha mengungkapkan keadaan yang terjadi dilapangan secara alamiah.³⁵

Berdasarkan keterangan tersebut bahwa, penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat sistematis mengenai fakta dan karakteristik daridari orang-orang yang dapat diamati untuk memperoleh kesimpulan.

B. Sumber Data

Menurut Kaelan sebagaimana yang dikutip oleh Ibrahim, yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dari mana data diperoleh.³⁶ Data merupakan hasil pencatatan baik yang berupa angka maupun fakta yang dijadikan bahan untuk menyusun informasi. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang hendak diungkapkan, yaitu sumber primer dan sumber sekunder.

³⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 13.

³⁶Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 65.

Ada pun sumber data yang dimaksud ialah:

1. Sumber Data Primer

Data primer adalah pengambilan data dengan cara pengamatan, wawancara, dan catatan lapangan. Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung dengan teknik wawancara informan atau sumber langsung. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.³⁷

Sumber data primer ini berupa data yang diperoleh dari wawancara dengan masyarakat yang ada di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur. Diperoleh data bahwa ada 3 Pedagang Sayur Keliling, 3 Pemilik Warung Sayur dan 10 Pembeli di Desa Banjarrejo

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang digunakan untuk mendukung data primer yaitu melalui studi kepustakaan, dokumentasi, buku, majalah, koran, arsip tertulis yang berhubungan dengan obyek yang akan diteliti pada penelitian ini.³⁸

³⁷Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 69.

³⁸Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta,2009), h. 62.

Dalam penelitian ini, sumber data sekunder diperoleh dari buku yang berkaitan tentang judul penelitian peneliti seperti buku karangan Indriyo Gitosudarmo dengan judul “Manajemen Pemasaran”, buku karangan Faisal Badroen dengan judul “Etika Bisnis dalam Islam”, dan buku karangan Donni Juni Priansa yang berjudul “Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer”.

C. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan salah satu langkah awal yang harus ditempuh oleh seorang peneliti dalam melaksanakan sebuah penelitian. Pada hakikatnya penelitian adalah mengumpulkan data yang sesungguhnya secara obyektif. Untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini peneliti menggunakan:

1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara pewawancara (*Interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan narasumber (*Interviewees*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.³⁹

³⁹Lexi J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung:Remaja: Rosda Karya,2009), h. 186.

Penelitian ini untuk dapat mencapai apa yang diharapkan, maka peneliti menggunakan metode wawancara semi terstruktur atau *in-depth interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas tujuannya adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya.⁴⁰ Seiring dengan menyiapkan garis besar mengenai hal-hal yang akan ditanyakan terkait Persaingan Usaha dalam Perspektif Etika Bisnis Islam antara Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur. Wawancara ini dilakukan kepada Ibu Saini, Ibu Sri, Ibu Soginah selaku Pedagang Sayur Keliling dan Ibu Siti Maimunah, Ibu Turinah, Ibu Lis selaku pemilik Warung Sayur dan pembeli sayuran di Desa Banjarrejo.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda dan sebagainya.⁴¹ Dokumen ini mencari data-data mengenai hal-hal yang berhubungan dengan persaingan dalam upaya menarik minat pembeli.

Dalam hal ini peneliti menggunakan sumber tertulis yaitu

⁴⁰BurhanBungin, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2007), h. 111.

⁴¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, cet. ke-13, (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2006), h. 231.

dokumen seperti skripsi yang telah lalu yang digunakan sebagai acuan penyusunan proposal ini serta buku-buku dan jurnal sebagai penunjang.

D. Teknik Analisis Data

Analisis dalam penelitian merupakan bagian dalam proses penelitian data dari hasil pengumpulan data yang sangat penting, karena data dari hasil pengumpulan data dengan analisis data yang ada akan nampak manfaatnya terutama dalam memecahkan masalah penelitian yang mencapai tujuan akhir penelitian. Analisis data adalah suatu metode atau cara untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan, yang terutama menjadi informasi yang nantinya bisa dipergunakan untuk mengambil sebuah kesimpulan.⁴² Maka yang dimaksud dengan analisis data adalah proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah di baca dan dipahami.

Setelah data terkumpul maka dalam analisis data peneliti menggunakan metode berfikir induktif. Metode berfikir induktif adalah pada prosedur induktif proses berawal dari proposisi-proposisi khusus (sebagai hasil pengamatan) dan berakhir pada suatu kesimpulan (pengetahuan baru) berupa azas umum.⁴³

⁴² Edi Kusnadi, *Metodologi Penelitian (Aplikasi Praktis)*, (Jakarta Timur: Ramayana Pers, 2008), h. 122-123.

⁴³ Sustrisno Hadi, *Metodologi Research I*, (Yogyakarta: Yayasan Penerbit Psikologi UGM, 1984), 78.

Tahapan dalam analisis data yaitu:

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencari bila diperlukan.⁴⁴

Reduksi data dalam penelitian ini berarti mengolah data yang diperoleh dari hasil wawancara terhadap sumber data primer agar lebih mudah dipahami oleh pembaca. Dalam hal ini, peneliti mengolah data terkait Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur).

2. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya.⁴⁵

⁴⁴ *Ibid*, 247.

⁴⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, 249.

3. Penarikan Kesimpulan /Verifikasi

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat penelitian kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.⁴⁶

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan berupa deskriptif atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi lebih jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

Metode ini maka digunakan untuk Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur). Jadi dalam menggunakan analisis ini, peneliti mengamati Bagaimana Persaingan Usaha Pada Pedagang Sayur Keliling Dan Warung Sayur Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur.

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, 252.

Dalam hal ini peneliti mengambil kesimpulan dimulai dari pernyataan dan fakta-fakta khusus menuju pada kesimpulan yang bersifat umum.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur⁴⁷

1. Sejarah Singkat Desa

Desa Banjarrejo dibuka masa penjajahan Belanda pada tanggal 05 April 1940 dan pada waktu itu sepanjang kita memandang hanyalah hutan belantara yang nampak dalam pandangan seseorang.

Seiring dengan nyanyian burung dan suara binatang buas, pada hari dan tanggal itu juga terlihat dengan langkah yang pasti semangat yang membara demi memperjuangkan nasib ingin menambah keadaan yang ada, maka datanglah serombongan angkatan orang-orang kolonisasi dari Jawa Tengah yang masing-masing berasal dari Temanggung sebanyak 30 Kepala Keluarga dari Kabupaten Kutoarjo sebanyak 31 Kepala Keluarga dan berasal dari daerah Istimewa Jogjakarta sebanyak 31 Kepala Keluarga yang mana semuanya dipimpin oleh Bapak Joyo Diwiryo.

⁴⁷ Monografi Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Tahun 2018-2019, 17 September 2019.

2. Susunan Pemerintahan Desa Banjarrejo

Tabel 4.1
Susunan Pemerintahan Desa Banjarrejo

No.	Nama	Masa Jabatan	Keterangan
1	Joyo Sunarto	1939 S/D 1947	Meninggal
2	Takrip	1947 S/D 1951	Meninggal
3	Danuri	1951 S/D 1958	Meninggal
4	Nama Wirja	1958 S/D 1966	Meninggal
5	A.Partodiyono	1966 S/D 1973	Meninggal
6	S. Hadiwartono	1973 S/D 1977	
7	D. Haris Saputra	1977 S/D 1987	
8	Parman.S	1987 S/D 1988	Pjs
9	Musidi	1988 S/D 1998	
10	Parman.S	1998 S/D 2000	Pjs
11	Sg.Puspito, S.Ip	2000 S/D 2008	
12	Kistam, S.Ip	Jul 2008 S/D Sep 2008	Plt
13	Hi. Suwardi, Bsc	2008 S/D 2011	Pjs
14	Mardiyanto	14 Des 2011 S/D 28 Des 2008	Plt
15	Musidi	2011 S/D 2017	
16	Sg.Puspito, S.Ip	2018 S/D 2023	

3. Visi, Misi dan Tujuan

a. Visi

“Terwujudnya Kehidupan Masyarakat Desa Yang Sejahtera Dan Mampu Memenuhi Kebutuhan Hidup”

b. Misi

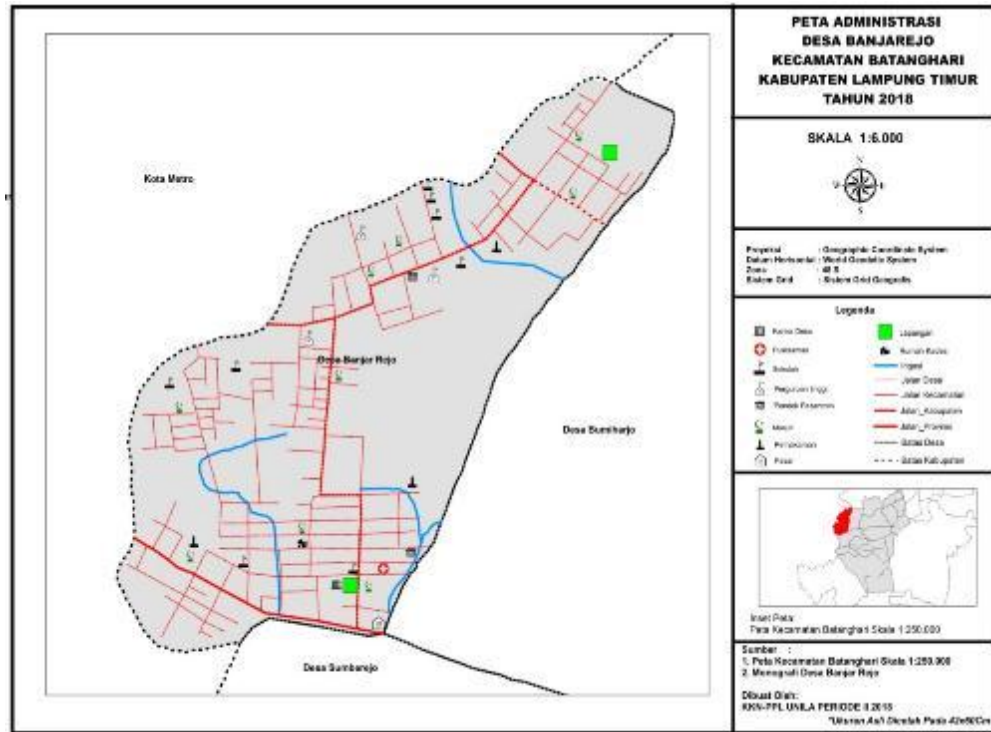
- 1) Melaksanakan dan meningkatkan program pembangunan pertanian serta pemanfaatan teknologi tepat guna bagi masyarakat.
- 2) Meningkatkan kualitas dan daya saing dibidang pengetahuan masyarakat.
- 3) Menciptakan rasa aman dalam berusaha dan bekerja serta berkehidupan bermasyarakat.
- 4) Melaksanakan perbaikan penunjang perekonomian masyarakat.
- 5) Melaksanakan pelayanan yang prima kepada seluruh lapisan masyarakat oleh segenap aparaturn pemerintahan desa

c. Tujuan

“Menjadi Desa Yang Mampu Berswasembada Pangan Dengan Kehidupan Masyarakat Yang Makmur Dan Sejahtera”

4. Peta Desa Banjarrejo

Gambar 4.1
Peta Desa Banjarrejo



5. Bidang Pemerintahan

a. Luas dan Batasan Wilayah

1) Letak

Secara geografis Desa Banjarrejo terletak disebelah barat Ibu Kota Kecamatan merupakan bagian integral dari wilayah Kabupaten Lampung Timur dengan jarak dari Ibu Kota Kecamatan 4 kilo meter dan dari Ibu Kota Kabupaten 30 kilo meter, sedangkan dari Ibu Kota Provinsi sekitar 60 kilo meter dengan batas-batas wilayahnya sebagai berikut :

Tabel 4.2
Letak Batasan Wilayah

No.	Keterangan	
1	Sebelah Utara	Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur
2	Sebelah Timur	Desa Bumiharjo Dan Desa Adirejo
3	Sebelah Selatan	Kelurahan Tejoagung Dan Desa Sumberrejo
4	Sebelah Barat	Kelurahan Tejoagung dan Kelurahan Iring Mulyo

2) Luas

Luas Wilayah Desa Banjarrejo 425.02 Ha di Kecamatan Batanghari, yang terdiri dari:

- a) Sawah : 186 Ha
- b) Pekarangan : 239 Ha

b. Kondisi Geografis

Tabel 4.3
Kondisi Geografis

No.	Keterangan	
1	Ketinggian tanah dari permukaan laut	16 M
2	Banyaknya curah hujan	6,85Mm /Th
3	Topografi (dataran rendah, tinggi, pantai)	Dataran Rendah
4	Suhu udara rata-rata	23°C s/d 31°C

c. Orbitasi (Jarak dari pusat pemerintahan Desa/Kelurahan)

Tabel 4.4
Orbitasi

No.	Keterangan	
1	Jarak dari pusat Pemerintahan Kecamatan	6km
2	Jarak dari ibu kota Kabupaten	30km
3	Jarak dari Ibukota Propinsi	60km
4	Jarak dari Ibukota Negara	500km

6. Penduduk

Penduduk di Desa Banjarrejo pada tahun 2019 tercatat sebesar 7.804 jiwa yang terdiri dari:

Tabel 4.5
Jumlah Penduduk

No.	Keterangan	
1	Laki-laki	3.896 jiwa
2	Perempuan	3.908 jiwa

Desa Banjarrejo mempunyai jumlah penduduk menurut agama diantaranya:

Tabel 4.6
Jumlah Penduduk Menurut Agama

No.	Keterangan	
1	Islam	7.561 orang
2	Kristen	35 orang
3	Katholik	190 orang
4	Hindu	8 orang
5	Budha	10 orang

6	Penganut Kepercayaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa	2 orang
---	---	---------

7. Pendidikan

Banyaknya murid sekolah di Desa Banjarrejo yang terdaftar mulai dari pra sekolah (TK) hingga Sarjana (S1-S3) pada tahun 2019 sebanyak 1.559 anak. Dari jumlah murid tersebut bila dirinci menurut tingkat pendidikan yang ditempuh maka berturut-turut sebagai berikut:

Tabel 4.7
Jumlah Pendidikan

No.	Keterangan	
1	Taman Kanak-kanak (TK)	253 orang
2	Sekolah Dasar (SD)	413 orang
3	Sekolah Menengah Pertama (SMP)	339 orang
4	Sekolah Menengah Atas (SMA)	304 orang
5	Akademi (D1-D3)	13 orang
6	Sarjana (S1-S3)	237 orang

8. Pekerjaan

Desa Banjarrejo pada tahun 2019 dilihat dari jumlah penduduk menurut mata pencaharian adalah sebanyak 6.101 orang. Dari jumlah tersebut bila dirinci adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Jumlah Pekerjaan

No.	Keterangan	
1	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	550 orang
2	ABRI/POLRI	33 orang

3	Swasta	33 orang
4	Pedagang	1695 orang
5	Tani	2832 orang
6	Pertukangan	386 orang
7	Buruh Tani	492 orang
8	Pensiunan	70 orang
9	Pemulung	8 orang
10	Jasa	2 orang

B. Analisis Persaingan Usaha yang di Terapkan Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur

Pedagang sayur merupakan suatu jenis pekerjaan mulia yang banyak berkembang dimasyarakat dewasa ini, khususnya di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur. Hal ini terjadi karena tuntutan ekonomi dan kebutuhan masyarakat yang semakin besar. Masyarakat Desa Banjarrejo merupakan mayoritas yang pekerjaan utamanya bergantung dari hasil pertanian, namun hasil yang diperoleh dari hasil pertanian tersebut tidak bisa menutupi kebutuhan masyarakat maka dari itu masyarakat mengambil alternatif lain sebagai pedagang sayur keliling ataupun warung sayur untuk memenuhi kebutuhan keluarga sehari-hari.

Seperti umumnya para pedagang yang lain, pedagang sayur memiliki strategi dalam bersaing untuk melakukan pemasaran produk. Hal ini penting, karena jumlah peminat pedagang sayur yang bertambah dan persaingan dalam

mencari pelanggan, sehingga hasil yang akan diperoleh para pedagang bisa maksimal. Berbagai macam strategi persaingan, strategi yang bisa diterapkan oleh para pedagang baik itu strategi persaingan yang tidak sesuai dengan Etika Bisnis Islam maupun strategi persaingan yang sesuai dengan Etika Bisnis Islam. Persaingan usaha yang baik adalah persaingan yang bisa bersahabat dengan produsen dan konsumen, artinya kedua belah pihak harus diuntungkan inilah inti dari ajaran Islam yang mewajibkan untuk menyelaraskan hubungan kepada Allah dan kepada sesama manusia.

Setiap kegiatan umat Islam dalam kehidupan baik secara *vertical* maupun *horizontal*, telah diatur dengan ketentuan-ketentuan agar sesuai dengan yang diperintahkan oleh Allah. Hal yang mendasari setiap perbuatan itu dilandaskan pada sumber-sumber hukum yang bersumber dari Al-Quran dan Hadits. Dalam beraktivitas ekonomi, umat Islam dilarang melakukan tindakan bathil. Namun harus melakukan kegiatan persaingan usaha yang dilakukan saling ridho, sebagaimana firman Allah SWT, dalam (QS. An-Nisaa: 29):

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

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa: 29)⁴⁸

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti peroleh di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur dengan 6 pedagang di dapat data sebagai berikut:

1. Ibu Siti Maimunah

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Siti Maimunah sebagai pedagang warung sayur diperoleh keterangan bahwa, Ibu Siti Maimunah telah berdagang kurang lebih selama 15 tahun di Desa Banjarrejo jenis sayuran yang diperdagangkan seperti timun, toge, tempe, bayam, kacang panjang, sayur asem, kentang, dan lain lain. Pelanggan yang dimiliki Ibu Siti Maimunah sudah banyak. Strategi dagang yang beliau gunakan dalam menarik minat pelanggan yaitu memberikan bonus THR (tunjangan hari raya) seperti sembako kepada pembeli yang loyalitas dan strategi dalam mencari pelanggan beliau memberikan pelayanan yang baik untuk pelanggan barunya. Ibu Siti Maimunah sedikit memahami persaingan usaha dalam etika bisnis Islam. Menurut beliau dalam berbisnis boleh saja mencari keuntungan sebanyak-banyaknya asal jangan sampai merugikan konsumen ataupun

⁴⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, An-Nisa: 29.

pedagang lain. Sementara apabila terjadi kerusakan pada barang atau jenis sayur yang dijual, Ibu Siti Maimunah menurunkan harga jualnya. Untuk itu keuntungan yang diambil pada setiap jenis barang bermacam-macam. Dengan bermodal kurang lebih Rp700.000,00 per harinya beliau bisa mendapatkan keuntungan kurang lebih Rp150.000,00 per hari. Jika ada barang yang kembali (tidak habis terjual) Ibu Siti Maimunah dapat menjualnya kembali di hari esok dengan menurunkan harga jual yang sayurannya mengalami kerusakan.⁴⁹

2. Ibu Lis

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Lis sebagai pedagang warung sayur diperoleh keterangan bahwa, Ibu Lis telah berdagang kurang lebih selama 7 tahun di Desa Banjarrejo jenis sayuran yang diperdagangkan seperti labu siam, kentang, tomat, timun, tempe, kacang panjang, sayur asem, sop-sopan dan lain lain. Pelanggan yang dimiliki Ibu Lis tidak begitu banyak. Strategi dagang yang beliau gunakan dalam menarik minat pelanggan dan strategi dalam mencari pelanggan yaitu memberikan pelayanan yang baik. Ibu Lis kurang memahami persaingan usaha dalam etika bisnis Islam. Menurut beliau dalam berbisnis hanya berfikiran bagaimana mendapatkan keuntungan

⁴⁹ Siti Maimunah, (Pedagang Warung Sayur), Wawancara, Desa Banjarrejo, Tanggal 6 Juli 2019.

yang besar setiap hari demi mencukupi kebutuhan keluarga setiap harinya. Sementara apabila terjadi kerusakan pada barang atau jenis sayur yang dijual, Ibu Lis tetap menjual barang tersebut dengan harga normal. Dengan begitu keuntungan yang diambil pada setiap jenis barang bermacam-macam. Dengan bermodal kurang lebih Rp300.000,00 per harinya beliau bisa mendapatkan keuntungan kurang lebih Rp80.000,00 per hari. Jika ada barang yang kembali (tidak habis terjual) Ibu Lis dapat menjualnya kembali di hari esok dengan harga yang sama seperti sayuran segar.⁵⁰

3. Ibu Turinah

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Turinah sebagai pedagang warung sayur diperoleh keterangan bahwa, Ibu Turinah telah berdagang kurang lebih selama 20 tahun di Desa Banjarrejo sayuran yang diperdagangkan bermacam-macam jenisnya seperti sop-sopan, timun, tempe, kentang, tomat, pare, daun singkong, sayur asem, dan lain lain. Pelanggan yang dimiliki Ibu Turinah tidak begitu banyak. Strategi dagang yang beliau gunakan dalam menarik minat pelanggan dan strategi dalam mencari pelanggan yaitu memberikan kualitas barang yang masih segar dan memberikan pelayanan yang baik. Ibu Turinah

⁵⁰ Lis, (Pedagang Warung Sayur), Wawancara, Desa Banjarrejo, Tanggal 23 Agustus 2019.

belum begitu memahami persaingan usaha dalam etika bisnis Islam. Menurut beliau yang terpenting hanya mendapatkan keuntungan dari barang dagangannya tersebut. Sementara itu apabila terjadi kerusakan pada barang atau jenis sayur yang dijual beliau tetap menjual sayuran tersebut di ke esokan harinya walaupun mengalami sedikit kerusakan namun untuk sayuran yang sudah busuk beliau tidak menjualnya kembali. Dengan begitu keuntungan yang diambil pada setiap jenis barang bermacam-macam. Dengan bermodal kurang lebih Rp500.000,00 per harinya beliau bisa mendapatkan keuntungan kurang lebih Rp100.000,00 per hari. Jika ada barang yang kembali (tidak habis terjual) beliau dapat menjualnya kembali di hari esok.⁵¹

4. Ibu Saini

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Saini sebagai pedagang sayur keliling diperoleh keterangan bahwa, Ibu Saini telah berdagang kurang lebih selama 8 tahun di Desa Banjarrejo sayuran yang diperdagangkan bermacam-macam jenisnya seperti sawi, bayam, kacang panjang, oncom, sop-sopan, kangkung, tempe, tomat, pare, sayur asem, dan lain lain. Pelanggan yang dimiliki Ibu Saini sudah sangat banyak. Strategi dagang yang beliau terapkan dalam menarik

⁵¹ Turinah, (Pedagang Warung Sayur), Wawancara, Desa Banjarrejo, Tanggal 23 Agustus 2019.

minat pelanggan dan strategi dalam mencari pelanggan yaitu harus selalu tepat waktu untuk datang ke pangkalan sekitar rumah warga, serta memberikan bonus THR (tunjangan hari raya) seperti sprite dan fanta kepada pembeli yang sudah berlangganan serta memberikan pinjaman (bon) kepada pembeli sehingga mereka merasa di mudahkan dalam berbelanja dan merasa nyaman. Ibu Saini mengatakan bahwa belum mengetahui persaingan usaha dalam etika bisnis Islam. Menurut beliau yang terpenting hanya mendapatkan keuntungan dari barang dagangannya tersebut. Sementara itu apabila terjadi kerusakan pada barang atau jenis sayur yang dijual beliau tidak menjual barang atau jenis sayuran itu kembali di ke esokan harinya. Dengan begitu keuntungan yang diambil pada setiap jenis barang bermacam-macam. Dengan bermodal kurang lebih Rp1.500.000,00 per harinya beliau bisa mendapatkan keuntungan kurang lebih Rp350.000,00 per hari. Jika ada barang yang kembali (tidak habis terjual) beliau dapat menjualnya kembali di hari esok tetapi hanya beberapa jenis barang saja.⁵²

5. Ibu Sri

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Sri sebagai pedagang sayur keliling diperoleh keterangan bahwa, Ibu Sri telah berdagang

⁵² Saini, (Pedagang Sayur Keliling), Wawancara, Desa Banjarrejo, Tanggal 6 Juli 2019.

kurang lebih selama 6 tahun di Desa Banjarrejo sayuran yang diperdagangkan bermacam-macam jenisnya seperti kangkung, bayam, kacang panjang, tempe, tahu, sawi, oncom, sop-sopan, tomat, sayur asem, dan lain lain. Pelanggan yang dimiliki Ibu Sri sudah banyak. Strategi dagang yang beliau terapkan dalam menarik minat pelanggan dan strategi dalam mencari pelanggan yaitu memberikan pelayanan dengan baik terhadap konsumen, produk yang dijual harus produk segar, serta memberikan harga bersaing. Ibu Sri mengatakan bahwa belum sepenuhnya mengetahui persaingan usaha dalam etika bisnis Islam. Menurut beliau dalam berdagang harus jujur, tidak mau merugikan pembeli karena menurutnya pembeli merupakan mitra bisnis. Sangat tidak ingin melakukan kecurangan bukan hanya karena takut kehilangan pembeli, akan tetapi mengaku takut kepada Allah SWT. Sementara itu apabila terjadi kerusakan pada barang atau jenis sayur yang dijual beliau tidak menjual barang atau jenis sayuran itu kembali di ke esokan harinya. Dengan begitu keuntungan yang diambil pada setiap jenis barang bermacam-macam. Dengan bermodal kurang lebih Rp1.000.000,00 per harinya beliau bisa mendapatkan keuntungan kurang lebih Rp250.000,00 per hari. Jika ada barang yang kembali

(tidak habis terjual) beliau dapat menjualnya kembali di hari esok tetapi hanya beberapa jenis barang saja.⁵³

6. Ibu Soginah

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Soginah sebagai pedagang sayur keliling diperoleh keterangan bahwa, Ibu Soginah telah berdagang kurang lebih selama 16 tahun di Desa Banjarrejo sayuran yang diperdagangkan bermacam-macam jenisnya seperti kentang, buncis, bayam, tempe, tahu, oncom, sop-sopan, tomat, cabai, sayur asem, kacang panjang, dan lain lain. Pelanggan yang dimiliki Ibu Soginah tidak banyak dan tidak pula sedikit. Strategi dagang yang beliau terapkan dalam menarik minat pelanggan dan strategi dalam mencari pelanggan yaitu beliau memberikan pelayanan dengan baik terhadap pembeli agar pembeli dapat merasa puas sehingga akan membeli produk Ibu Soginah kembali. Ibu Soginah mengatakan belum mengetahui persaingan usaha dalam etika bisnis Islam. Menurut beliau dalam berdagang harus mendapatkan keuntungan untuk memenuhi kehidupan sehari-hari. Sementara itu apabila terjadi kerusakan pada barang atau jenis sayur yang dijual beliau tetap menjual barang atau jenis sayuran tersebut kembali kepada konsumen. Dengan begitu

⁵³ Sri, (Pedagang Sayur Keliling), Wawancara, Desa Banjarrejo, Tanggal 24 Agustus 2019.

keuntungan yang diambil pada setiap jenis barang bermacam-macam. Dengan bermodal kurang lebih Rp400.000,00 per harinya beliau bisa mendapatkan keuntungan kurang lebih Rp90.000,00 per hari. Jika ada barang yang kembali (tidak habis terjual) beliau dapat menjualnya kembali di hari esok.⁵⁴

Seiring dengan adanya pernyataan yang dikemukakan oleh pedagang tersebut, maka dapat diketahui bahwa para pedagang sayur keliling dan warung sayur mengenai persaingan usaha dalam perspektif etika bisnis Islam itu sendiri masih sangat kurang. Tingginya kecenderungan para pedagang mengabaikan etika dan rasa keadilan yang sering diwarnai praktek-praktek tidak terpuji, harus segera diantisipasi guna menyelaraskan kegiatan persaingan usaha agar sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam dalam kegiatan bermuamalah. Pemahaman para pedagang terhadap etika lebih cenderung pada sisi emosional saja dan terkadang mengesampingkan konteks bisnis itu sendiri. Padahal dalam ajaran Islam tidak hanya ajaran ibadah, melainkan juga masalah muamalah. Oleh karena itu sangat penting untuk menerapkan etika bisnis Islam terhadap para pedagang.

Islam memberikan aturan hukum dan standar etika yang berhubungan dengan konsep bisnis. Seperti dalam hal keadilan, harga, dan persaingan serta

⁵⁴ Soginah, (Pedagang Sayur Keliling), Wawancara, Desa Banjarrejo, Tanggal 25 Agustus 2019.

hubungan antara pedagang dan pembeli. Namun pada kenyataannya peneliti melihat banyaknya terjadi penyimpangan ataupun pelanggaran lebih disebabkan karena kurangnya pemahaman mengenai etika bisnis Islam dalam melakukan persaingan usaha, sehingga dalam melakukan perdagangan, pedagang sayur keliling dan warung sayur di Desa Banjarrejo ada beberapa yang sering mengabaikan etika bisnis Islam.

Untuk memperoleh keberkahan dalam jual beli, Islam mengajarkan etika persaingan sebagai berikut:⁵⁵

- a. Melakukan persaingan yang sehat
- b. Kejujuran
- c. Keterbukaan
- d. Keadilan

Melalui penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa keterbukaan dalam etika persaingan merupakan salah satu aspek mendasar bagi terwujudnya tujuan pelaku bisnis tersebut.

Sesuai dengan pernyataan pedagang tersebut mengindikasikan bahwa ternyata pemahaman pedagang sayur keliling dan warung sayur di Desa Banjarrejo terhadap perspektif etika bisnis Islam khususnya dalam persaingan usaha dalam perspektif etika bisnis Islam sangatlah kurang. Sekalipun ada

⁵⁵ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2006), 89-102.

beberapa diantara pedagang paham tentang etika, namun kemudian tidak serta merta komit dan mengaplikasikannya di dunia bisnis secara *real*. Karena terkadang pedagang dihadapkan pada kondisi yang mengharuskan untuk sedikit berbuat curang.

Menurut Parasuraman, et. al. sebagaimana yang dikutip oleh Zurni Zahara Samosir bahwa kualitas pelayanan adalah perbandingan antara pelayanan yang diharapkan konsumen dengan pelayanan yang diterimanya secara langsung.⁵⁶ Dengan maksud lain apabila pelayanan yang diterima maupun yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan oleh pengguna maka kualitas pelayanan tersebut dapat dipersepsikan baik dan memuaskan pengguna. Apabila jasa maupun pelayanan yang diterima dapat melampaui harapan pengguna maka kualitas pelayanan dapat dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Kualitas pelayanan juga diberikan kepada konsumen termasuk pembeli di Desa Banjarrejo yang membeli produk di pedagang sayur keliling dan warung sayur.

Hasil penelusuran peneliti juga melakukan wawancara terhadap pembeli diantaranya ada:

⁵⁶ Zurni Zahara Samosir, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU”, *Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi*, Vol. 1, No. 1, (2005), h. 28.

1. Ibu Melia

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Melia sebagai pembeli di pedagang sayur keliling diperoleh keterangan bahwa, Ibu Melia tetap berbelanja kepada pedagang sayur keliling karena sayurannya beraneka ragam. Untuk kualitas pelayanan, Ibu Melia belum begitu merasakan kualitas pelayanan yang sangat baik. Dalam hal ini Ibu Melia sering mendapati sayuran yang tidak segar dicampur dengan sayuran yang segar.⁵⁷

2. Ibu Lusi

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Lusi sebagai pembeli di pedagang sayur keliling diperoleh keterangan bahwa, Ibu Lusi berbelanja kepada pedagang sayur keliling karena sayurannya segar. Untuk kualitas pelayanan, Ibu Lusi belum merasakan kualitas pelayanan yang baik. Dalam hal ini Ibu Lusi sering mendapati harga sayuran yang tidak wajar dengan harga pasaran lainnya.⁵⁸

⁵⁷ Melia, Pembeli di Pedagang Sayur Keliling, Wawancara, Desa Banjarrejo, Tanggal 27 Agustus 2019.

⁵⁸ Lusi, Pembeli di Pedagang Sayur Keliling, Wawancara, Desa Banjarrejo, Tanggal 27 Agustus 2019.

3. Ibu Fatma

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Fatma sebagai pembeli di warung sayur diperoleh keterangan bahwa, Ibu Fatma tetap berbelanja kepada warung sayur karena harga sayurannya murah. Untuk kualitas pelayanan, Ibu Fatma merasakan kualitas pelayanan yang didapat baik Dalam hal ini Ibu Fatma sebagai pembeli di warung sayur merasa puas.⁵⁹

4. Ibu Suminah

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Suminah sebagai pembeli di warung sayur diperoleh keterangan bahwa, Ibu Suminah berbelanja kepada warung sayur karena harga sayurannya standar. Untuk kualitas pelayanan yang diberikan pedagang warung sayur, Ibu Suminah merasakan kualitas pelayanan yang didapat belum baik Dalam hal ini dikarenakan warung sayur menjual produknya yang sudah tidak segar lagi dijual dengan harga seperti sayuran segar.⁶⁰

⁵⁹ Fatma, Pembeli di Warung Sayur, Wawancara, Desa Banjarrejo, Tanggal 28 Agustus 2019.

⁶⁰ Suminah, Pembeli di Warung Sayur, Wawancara, Desa Banjarrejo, Tanggal 28 Agustus 2019.

Sesuai rangkuman wawancara dengan pembeli sikap pedagang yang semacam ini sudah jelas sangat bertentangan dengan apa yang telah diperintahkan Allah SWT. Karena adanya kebohongan dalam melakukan strategi pemasarannya dengan menyembunyikan kekurangan dari jenis barang yang di jual.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Desa Banjarrejo dapat dianalisis bahwa pedagang sayur keliling dan warung sayur di Desa Banjarrejo sebagian besar belum menerapkan persaingan usaha dalam perspektif etika bisnis Islam. Sebagian pedagang sayur keliling dan warung sayur masih sering melakukan kecurangan-kecurangan kepada pembeli. Tingkat kecenderungan para pedagang sayur keliling dan warung sayur di Desa Banjarrejo dalam melakukan kecurangan disebabkan karena tidak ingin mengalami kerugian dalam bertransaksi sehingga dalam hal tersebut justru merugikan orang lain dan perbuatan tersebut bertentangan dengan Prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

Ada beberapa bentuk kecurangan disetiap transaksi yang sering terjadi seperti mencampur sayuran yang masih segar dengan yang tidak segar, keuntungan yang diambil dari setiap produknya mencapai Rp1500 - Rp3000, tidak jujur dalam kualitas produk yang dijual dan sebagai peneliti pernah mengalami hal tersebut.

Terlihat sangat jelas bahwa kecurangan dalam berbagai bentuk ini sangat merugikan pihak konsumen. Faktor terbesar seringkali terjadi

kecurangan dalam transaksi dipengaruhi oleh motivasi utama para pedagang sayur keliling dan warung sayur yang ingin memperoleh keuntungan sebanyak mungkin dan cenderung mengabaikan motivasi utama dalam berdagang, yaitu memenuhi kebutuhan masyarakat dalam hal ini pembeli. Sehingga pembeli dianggap sebagai ladang penghasil uang bukan sebagai mitra bisnis.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dalam penelitian ini, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur) belum sesuai dengan etika bisnis Islam, dikarenakan keterbatasan pengetahuan yang mereka miliki, sehingga mereka mengetahui tentang persaingan usaha yaitu hanya menerapkan strategi yang dapat menguntungkan sebanyak-banyaknya tanpa mengikuti ketentuan yang ditetapkan dalam hukum Islam.

Jadi, Persaingan Usaha dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur) belum sesuai dengan etika bisnis Islam. Karena, keterbatasan pengetahuan para pedagang mengenai etika bisnis Islam atau tata cara untuk melaksanakannya.

B. Saran-saran

Adapun masukan yang berkenaan dengan penelitian dan pembahasan skripsi ini yang perlu diperhatikan demi kebaikan bersama yaitu :

1. Pedagang yang terdapat di Desa Banjarrejo hendaknya belajar mengenai etika bisnis Islam supaya kedepannya dapat memperoleh rezeki yang halal dan menjalankan usaha sesuai dengan hukum Islam. Hal tersebut dikarenakan bisnis tidak hanya akan mendatangkan keuntungan berupa materi saja, namun juga berkah atas rezeki yang diperoleh yang semata-mata dari Allah.
2. Peneliti mengharapkan pedagang jujur terhadap pembeli mengenai barang yang dijual, memberikan kualitas barang yang baik dan tidak menyembunyikan cacat pada barang yang dapat merugikan pembeli.

Demikian penulisan skripsi ini dapat diselesaikan sebatas kemampuan peneliti, semoga dapat menambah *khazanah* keilmuan meskipun masih banyak kekurangan. Untuk itu peneliti sangat berharap adanya kritik dan saran untuk menyempurnakannya atas semua kekurangan dan kekhilafan yang ada, peneliti senantiasa berharap ampunan dan pertolongan Allah SWT.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- Agung Utama, “*Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten*”, *OPSI*, Vol. 1, No. 2, (2003).
- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 1997.
- Ansari Harahap, Dedy. “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan*”, *Jurnal Keuanganda Bisnis* Vol. 7, No. 3, 2015.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, cet. ke-13. Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2006.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2007.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*.
- Dermawan, Rizky. *Landasan Filosofi, Konsep dan Aplikasi*, cet. ke-3. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Duwit, Beatrix S. “*Persepsi Pedagang Kaki Lima Terhadap Area Berjualan Sepanjang Jalan Pasar Pinasungkulan Karomasan Manado*”. Vol. 7, No. 2. 2015.
- Fahmi, Irham. *Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Fauziah, Umi Nur. “*Persaingan Antar Pedagang Sayur Tetap dan Keliling Yang Mempengaruhi Pola Pilihan Konsumsi Mahasiswa di Jalan Jawa*”. 2016.
- Gitosudarmo, Indriyo. *Manajemen Pemasaran*, cet. ke-2. Yogyakarta: BPFE, 2012.

- Gitosudarmo, Indriyo. *Pengantar Bisnis*, cet. ke-2. Yogyakarta: BPFE, 2013.
- Hidayat, Rahmat. “Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines”, *Jurnal Ilman*, Vol. 4, No. 1, 2016.
- Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba, 2000.
- Kusnadi, Edi. *Metodologi Penelitian (Aplikasi Praktis)*. Jakarta Timur: . Ramayana Pers, 2008.
- Malau, Harman. *Manajemen Pamasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Moderenisasi Global*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Moleong, Lexi J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung Remaja: Rosda Karya, 2009.
- Mukhlis, “*Prospek Usaha Pedagang Pasar Keliling Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara Sumatera Utara)*”, 2011.
- Prasetyo, Ristiyanti. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset, 2005.
- Purnama, “*Strategi Dagang Yang Diterapkan Pedagang Sayur Keliling Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Kecamatan Mapilli Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat*”, 2016.
- Sadeli, Lili M. *Pengantar Bisnis Ilmu Menjual*, cet. ke-2, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006.
- Samosir, Zurni Zahara. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU”, *Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi*, Vol. 1, No. 1, (2005).
- Sudaryono, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta Pusat: Lentera Ilmu Cendakia, 2014.
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.

Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Tantri, Francis. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2009.

Wahjuni DJ, Ekapti. “*Solidaritas Kaum Laki-laki Sebagai Pedagang Sayur Keliling Atau Bakul EtheK Di Pasar Songgo Langit Ponorogo*”. *Jurnal Aristo*, Vol. 2 No. 2. 2014.

Yuniarti, Vinna Sri. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: CV PustakaSetia, 2015.

Yusanto, Muhammad Ismail. *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press. 2002.



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iainmetro@metrouniv.ac.id

Nomor : 0461/In.28.3/D.1/PP.00.9/02/2019

04 Februari 2019

Lampiran : -

Perihal : **Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth:

1. Husnul Fatarib, Ph.D.
 2. Nizaruddin, S.Ag., M.H
- di – Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Putri Wita Stefhani
NPM : 1502040087
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)
Judul : Persaingan Bisnis Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur dalam Menarik Pelanggan di Desa Banjarrejo

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
 - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Wakil Dekan Bidang Akd &
Kelembagaan



MUHAMMAD SALEH



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iainmetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1701/In.28.3/D.1/PP.00.9/07/2019 Metro, 02 Juli 2019
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : **Izin Pra Survey**

Kepada Yth,
Pemilik Warung Sayur Desa Banjarrejo
di- Tempat

Berkenaan dengan kegiatan akademik dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro :

Nama : Putri Wita Stefhani
NPM : 1502040087
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syari'ah
Judul : Persaingan Bisnis Pedagang Sayur Keliling Dan Warung Sayur Dalam Menarik Pelanggan Di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari.

Maka dengan ini dimohon kepada Bapak/Ibu agar berkenan memberikan izin kepada mahasiswa untuk melakukan pra survey dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi yang dimaksud.

Demikian surat ini disampaikan, atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan I ,



Drs. H. M. Saleh, MA
NIP. 19650111 199303 1 001



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : 2396/In.28/D.1/TL.00/09/2019
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Pemilik Warung Sayur Banjarrejo
kec. Batanghari Lampung Ti
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 2395/In.28/D.1/TL.01/09/2019,
tanggal 30 September 2019 atas nama saudara:

Nama : **PUTRI WITA STEFHANI**
NPM : 1502040087
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syaria'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Warung Sayur Banjarrejo kec. Batanghari Lampung Ti, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERSAINGAN USAHA DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 30 September 2019
Wakil Dekan I,



Drs. H.M. Muhammad Saleh MA.
NIP. 19650111 199303 1 001

OUTLINE

PERSAINGAN USAHA DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur)

HALAMAN SAMPUL
HALAMAN JUDUL
HALAMAN PERSETUJUAN
HALAMAN PENGESAHAN
ABSTRAK
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN
HALAMAN MOTTO
HALAMAN PERSEMBAHAN
HALAMAN KATA PENGANTAR
DAFTAR ISI
DAFTAR TABEL
DAFTAR GAMBAR
DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah
B. Pertanyaan Penelitian
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI
A. Persaingan Bisnis
 1. Pengertian Persaingan Bisnis
 2. Persaingan Bisnis Islam
B. Etika Bisnis Islam
 1. Pengertian Etika Bisnis Islam
 2. Landasan Hukum Etika Bisnis Islam
 3. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam
 4. Etika Persaingan
C. Pelayanan
 1. Pengertian Pelayanan
 2. Pengertian Kualitas Pelayanan
 3. Dimensi Kualitas Pelayanan
D. Keputusan Konsumen
 1. Pengertian Keputusan Konsumen
 2. Proses Keputusan Konsumen
 3. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur
- B. Analisis Persaingan Usaha yang di Terapkan Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**Metro, 2 September 2019
Peneliti,**

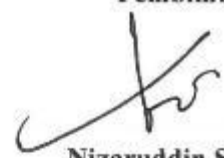

Putri Wita Stefhani
NPM. 1502040087

Mengetahui,

Pembimbing I


H. Husnul Fatarib, Ph.D.
NIP. 197401041999031004

Pembimbing II


Nizaruddin, S.Ag., M.H.
NIP. 197403021999031001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-829/In.28/S/OT.01/10/2019**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : PUTRI WITA STEFHANI
NPM : 1502040087
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syari'ah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 1502040087.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 09 Oktober 2019
Kepala Perpustakaan



Drs. Mokhtaridi Sudin, M.Pd.
NIP. 195808311981031001

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

PERSAINGAN USAHA DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa BanjarrejoKecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur)

A. Wawancara

- a. Wawancara kepada pedagang sayur keliling di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur
 1. Sejak tahun berapa berdagang sayur?
 2. Jenis sayuran apa saja yang diperdagangkan?
 3. Berapa banyak pelanggan dari awal sampai sekarang?
 4. Bagaimana strategi persaingan ibu dalam menarik minat pelanggan?
 5. Bagaimana strategi ibu dalam mencari pelanggan?
 6. Apakah ibu mengetahui apa itu persaingan usaha dalam etika bisnis Islam?
 7. Bagaimana jika terjadi kerusakan pada barang atau jenis sayur yang dijual?
 8. Berapa keuntungan yang diambil pada setiap jenis barang?
 9. Berapa pengeluaran dan keuntungan setiap harinya?
 10. Bagaimana jika ada barang yang kembali (tidak habis terjual)?

b. Wawancara kepada warung sayur di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur

1. Sejak tahun berapa berdagang sayur?
2. Jenis sayuran apa saja yang diperdagangkan?
3. Berapa banyak pelanggan dari awal sampai sekarang?
4. Bagaimana strategi persaingan ibu dalam menarik minat pelanggan?
5. Bagaimana strategi ibu dalam mencari pelanggan?
6. Apakah ibu mengetahui apa itu persaingan usaha dalam etika bisnis Islam?
7. Bagaimana jika terjadi kerusakan pada barang atau jenis sayur yang dijual?
8. Berapa keuntungan yang diambil pada setiap jenis barang?
9. Berapa pengeluaran dan keuntungan setiap harinya?
10. Bagaimana jika ada barang yang kembali (tidak habis terjual)?

b. Wawancara kepada pembeli di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari

Kabupaten Lampung Timur

1. Mengapa ibu berbelanja pada (pedagang sayur keliling atau warung sayur) ?
2. Apakah ibu merasa puas berbelanja pada (pedagang sayur keliling atau warung sayur) ?
3. Bagaimana pendapat ibu tentang (pedagang sayur keliling dan warung sayur) di Desa Banjarrejo ?
4. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh (pedagang sayur keliling atau warung sayur)?
5. Apakah ibu pernah melihat ada pedagang yang melakukan kecurangan ?

B. Dokumentasi

1. Data tentang gambaran umum Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur
2. Buku-buku yang berkaitan dengan Persaingan Usaha dan Etika Bisnis Islam.

Metro, 9 September 2019
Peneliti,



Putri Wita Stefhani
NPM. 1502040087



Pembimbing I

H. Husnul Fatarib, Ph.D.
NIP. 197401041999031004

Mengetahui,

Pembimbing II



Nizaruddin, S.Ag., M.H.
NIP.197403021999031001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Putri Wita Stefhani Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 1502040087 Semester/TA : VIII/2019

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis, 4 Juli 2019		LB - Perhatikan cara penulisan kata penghubung. - Teori tentang surat di kurangi - Pertanggung jawaban tentang keuangan/pengantar. - Harus ada hasil pra survey.	

Dosen Pembimbing II

Nizaruddin, S.Ag., M.H.
NIP. 197403021999031001

Mahasiswa Ysb,

Putri Wita Stefhani
NPM.1502040087



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Putri Wita Stephani
NPM : 1502040087

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
Semester/TA : VIII/2019

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Komis, 4 Juli 2019		<p>pada CB ini harus ada wawancara dengan pedagang sayur masing-masing dan warung.</p> <ul style="list-style-type: none">- Tidak perlu dengan Pembimbing I basis dan batasan masalah.- Rentang penelitian diselaraskan- Tujuan juga diselaraskan dgn pertanyaan penelitian	

Dosen Pembimbing II

Nizaruddin, S.Ag., M.H.
NIP. 197403021999031001

Mahasiswa Ysb,

Putri Wita Stephani
NPM.1502040087



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Putri Wita Stefhani Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 1502040087 Semester/TA : VIII/2019

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis, 4 Juli 2019		<ul style="list-style-type: none">- Penelitian Relevan diperbaiki- Cari penelitian yg sesuai, yg ada hubungan penelitian- pada Bab II Teori di tambah diperbanyak sumber nya.	

Dosen Pembimbing II

Nizaruddin, S.Ag., M.H.
NIP. 197403021999031001

Mahasiswa Ysb,

Putri Wita Stefhani
NPM.1502040087




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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Putri Wita Stefhani Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 1502040087 Semester/TA : VIII/2019

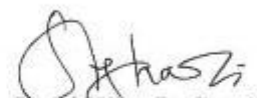
NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jumat, 02 - 08 - 2019		Acc Proposal Cajut ke Pemb I	

Dosen Pembimbing II



Nizaruddin, S.Ag., M.H.
NIP. 197403021999031001

Mahasiswa Ysb,



Putri Wita Stefhani
NPM.1502040087



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Putri Wita Stefhani
NPM : 1502040087

Fakultas/Jurusan
Semester/TA

: Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
: IX/2019

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 5/8/2019	✓	Perbaiki teori ttg sumber data primer	
	Selasa 6/8/2019	✓	Ace proposal untuk diseminasi	

Dosen Pembimbing I

H. Husnul Fatarib, Ph.D.
NIP. 197401041999031004

Mahasiswa Ysb,

Putri Wita Stefhani
NPM. 1502040087



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Putri Wita Stefhani Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 1502040087 Semester/TA : IX/2019

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	SENIN, 2 / 2019 / 9		Perbaiki Outline sesuai catatan	
	SENIN, 2 / 2019 / 9		Acc outline	

Dosen Pembimbing II

Nizaruddin, S.Ag., M.H.
NIP. 197403021999031001

Mahasiswa Ysb,

Putri Wita Stefhani
NPM.1502040087



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Putri Wita Stefhani Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 1502040087 Semester/TA : IX/2019

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	JUM'AT, 5/9/2019		Caruturuk hadis slg sumber Etika bisnis Islam - setiap kecipa harus di beri penjelasan - Tdk boleh membuat keingatan	

Dosen Pembimbing II

Nizaruddin, S.Ag., M.H.
NIP. 197403021999031001

Mahasiswa Ysb,

Putri Wita Stefhani
NPM.1502040087



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Putri Wita Stephani Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 1502040087 Semester/TA : IX/2019

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	JUM'AT, 5 / 2019 / 9		<ul style="list-style-type: none">- pertanyaan penelitian di perbaiki- kata-kata penulis diganti peneliti- lihat Asbabun Nujuh Ayat- setiap kutipan harus menyebutkan sumbernya- Persewaan Bisnis Islam- cari referensinya	

Dosen Pembimbing II

Nizaruddin, S.Ag., M.H.
NIP. 197403021999031001

Mahasiswa Ysb,

Putri Wita Stephani
NPM.1502040087




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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Putri Wita Stefhani Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 1502040087 Semester/TA : IX/2019

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jumat. 13 / 2019 / 9		Acc APD	

Dosen Pembimbing II



Nizaruddin, S.Ag., M.H.
NIP. 197403021999031001

Mahasiswa Ysb,



Putri Wita Stefhani
NPM.1502040087

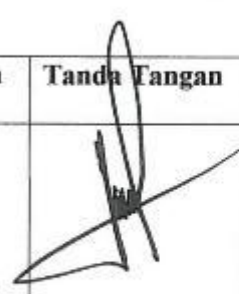


**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**


Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI


Nama : Putri Wita Stefhani Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 1502040087 Semester/TA : IX/2019

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	SENIN, 2 / 2019 / 9	✓	ACC OUTLINE G	

Dosen Pembimbing I


H. Husnul Fatarib, Ph.D.
NIP. 197401041999031004

Mahasiswa Ysb,


Putri Wita Stefhani
NPM. 1502040087



KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Putri Wita Stefhani Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 1502040087 Semester/TA : IX/2019

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu, 11 / 2019 / 9		Acc Bab I & III lanjutkan buat APD	

Dosen Pembimbing II

Nizaruddin, S.Ag., M.H.
NIP. 197403021999031001

Mahasiswa Ysb,

Putri Wita Stefhani
NPM.1502040087



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Putri Wita Stefhani Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 1502040087 Semester/TA : IX/2019

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan	
	Senin, 23 / 2019 / 9	✓	Tambahkan teori ttg " etika persuriga " dan bisnis		
		✓	Tambahkan teori ttg dan contoh yg.		"pelayanan"
	Selasa 24 / 2019 / 1	✓	Acc BAB I - III		
		✓	APP dirinci contoh pedagogi kelib, dan warung		
		✓	Acc APP, lanjut ke lampiran		

Dosen Pembimbing I

H. Husnul Fatarib, Ph.D.
NIP. 197401041999031004

Mahasiswa Ysb,

Putri Wita Stefhani
NPM. 1502040087



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Putri Wita Stefhani Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 1502040087 Semester/TA : IX/2019

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	JUM'AT. 11 / 2019 /10		<ul style="list-style-type: none">- Perbaiki cara pengetaha- perhatikan kata sambung. kata sifat dll.- Coba buat uraian dan yang berkaitan dgn Pendidikan, Agama Pekerjaan di buat dllm bentuk Tabel.- APD belum terjawab.- Lihat kembali APD nya dan di jawab satu per satu	

Dosen Pembimbing II

Nizaruddin, S.Ag., M.H.
NIP. 197403021999031001

Mahasiswa Ysb,

Putri Wita Stefhani
NPM.1502040087



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Putri Wita Stefhani Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 1502040087 Semester/TA : IX/2019

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	JUM'AT, 11 / 2019 10		- Setelah APD terjawab baru di Analisis Apakah sudah sesuai dengan teori apa belum	

Dosen Pembimbing II

Nizaruddin, S.Ag., M.H.
NIP. 197403021999031001

Mahasiswa Ysb,

Putri Wita Stefhani
NPM.1502040087



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Putri Wita Stefhani Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 1502040087 Semester/TA : IX/2019

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu. 23 / 2019 / 10		- Kesimpulan belum menjawab pertanyaan dan tujuan penelitian di Perbaiki - lengkapi dari awal sampai Akhir	

Dosen Pembimbing II

Nizaruddin, S.Ag., M.H.
NIP. 197403021999031001

Mahasiswa Ysb,

Putri Wita Stefhani
NPM.1502040087




**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Putri Wita Stefhani Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
NPM : 1502040087 Semester/TA : IX/2019

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	JUM'AT 15 / 2019 / 11		Acc ke Pemb I	

Dosen Pembimbing II



Nizaruddin, S.Ag., M.H.
NIP. 197403021999031001

Mahasiswa Ysb,



Putri Wita Stefhani
NPM.1502040087



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Airingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Tlp. (0725)41507; Fax. (0725) 47296; Website www.Syariah.metrouniv.ac.id; e-mail:
syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Putri Wita Stefhani
NPM : 1502040087

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Esy
Semester/TA : IX/2019

NO	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Bimbingan yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 2/12 2019	✓	Ace skripsi untuk dijikan	

Dosen Pembimbing I

H. Husnul Fatarib, Ph.D.
NIP. 197401041999031004

Mahasiswa Ysb,

Putri Wita Stefhani
NPM. 1502040087

RIWAYAT HIDUP



Putri Wita Stefhani lahir pada tanggal 2 September 1997 di Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur. Anak Kedua dari pasangan Bapak Sugeng Warsito dan Ibu Ruswati. Tinggal bersama orang tua di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur. Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti adalah di SDN 2 Metro Timur diselesaikan pada tahun 2009, selanjutnya di SMPN 3 Batanghari diselesaikan pada tahun 2012, dilanjutkan ke jenjang SMK Muhammadiyah 1 Metro diselesaikan pada tahun 2015. Pada tahun 2015 peneliti terdaftar sebagai mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro.