

ANALISIS PERSAINGAN USAHA PEDAGANG GROSIR PAKAIAN DI PASAR HARIAN KEC. SIMPANG EMPAT DALAM PERSPEKTIF ETIKA JUAL BELI ISLAM.

Jamilah¹, Abdul Wahab², M. Qoshid Al Hadi³

¹Ekonomi Syariah,60202,Fakultas Studi Islam,Universitas Islam Kalimantan MAB.NPM.19510184

²Ekonomi Syariah,60202,Fakultas Studi Islam,Universitas Islam Kalimantan MAB. NIDN1118108902

³Ekonomi Syariah,60202,Fakultas Studi Islam,Universitas Islam Kalimantan MAB.NIDN1123039002

Email: mila.apk543@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab bagaimana bentuk persaingan di Pasar Harian Kec. Simpang Empat dan mendeskripsikan bagaimana pandangan Etika Jual Beli Islam terhadap persaingan usaha pedagang grosir pakaian di Pasar Harian Kec. Simpang Empat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yaitu metode yang digunakan untuk menganalisis data berdasarkan kebenaran dan fakta-fakta yang diperoleh dari lapangan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara dengan informan dalam penelitian ini, observasi dan dokumentasi yang berkaitan dengan objek penelitian. Dari pengolahan data dan analisis dihasilkan bahwa bentuk persaingan yang terjadi di Pasar Harian ditinjau dari objek yang di persaingan yaitu dari segi kualitas produk, dari segi harga, layanan yang memuaskan dari para pedagang, dan layanan purna jual. Sedangkan dalam pandangan etika jual beli Islam berdasarkan persaingan yang terjadi di Pasar Harian para pedagang bersaing secara sehat tapi belum maksimal dalam menerapkan prinsip etika jual beli Islam.

Kata Kunci : *Jual beli, Persaingan Usaha dan etika jual beli dalam Islam*

ABSTRACT

This study aims to answer how the form of competition in the Kec. Daily Market. Simpang Empat and describes how the view of Islamic buying and selling ethics on business competition for wholesale clothing traders in the Daily Market, Kec. 4-way intersection. This study uses a descriptive qualitative method, namely the method used to analyze data based on truth and facts obtained from the field. Data collection techniques were carried out through interviews with informants in this study, observation and documentation related to the object of research. From data processing and analysis it was found that the form of competition that occurred in the Daily Market was viewed from the object being competed, namely in terms of product quality, in terms of prices, satisfactory service from traders, and after-sales service. Whereas in view of the ethics of Islamic buying and selling based on the competition that occurs in the Daily Market, traders compete in a healthy manner but are not maximal in applying the ethical principles of Islamic buying and selling.

DAFTAR PUSTAKA

- An-Nabhani, Bin Ismail Yusuf, *sazq terj Muhammad Al Mighwar*, Jakarta : Griya Ilmu,2005.
- Al-Arif Rianto Nur,*Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah, Bandung* : CV Alfabeta,2010.
- Aziz,Abdul. *Etika bisnis Perspektif islam : Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*, Cirebon : Alfabeta,2013.
- Buchari Alma dan Donni Juni Prinsa, *Manajemen Bisnis Syariah*, cet ke 1, Bandung : Alfabet,2009 .
- Budi, Ayu Utami, “*Strategi Pengusaha Tahu Untuk Menghadapi Persaingan Antar Pengusaha Perspektif Etika Bisnis Islam*”, Skripsi-IAIN Purwokerto,2016.
- Chalimah, Ismatul, ”*Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Para Penjual (Studi Kasus Toko Grosir Al-Araffah Pasar Wage Purwokerto*”,*Skripsi-Institut Agama Islam Negeri*,2017.
- Dewan pengurus Nasional FORDEBI & ADESY, *Ekonomi Dan Bisnis Islam : Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam*, Depok : PT. Raja Grafindo Persada,2016.
- E,Michael Porter.*Strategi Bersaing : Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*, Jakarta:Erlangga,1980.
- Erna,”*Strategi Persaingan Bisnis Cafe di Kota Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam*”,Skripsi-Institut Agama Islam Negeri,2018.
- Habibatur, Nur Rofiah,” *Penerapan Etika Jual Beli Pedagang Pasar Wage Tulungagung Dalam Pandangan Islam*, Skripsi-Institut Agama Islam Negeri Tulungagung,2018.
- Harahap,S Sofyan, *Etika Bisnis Perspektif Islam*,Jakarta : Selemba Empat, 2010.
- Hartono, Jogiyanto M. *Strategi Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: ANDI,2018.
- Kamaluddin, Laode dan Richmuslim, M Aboza,*Cerdas Bisnis Cara Rasulullah*,Jakarta Richmuslim Adikarya Bangsa,2009
- Karebet, Muhammad & Yusanto Ismail Muhammad,*Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta : Gema Insani Press, 2002. Arifin,Johan, *Etika Bisnis Islami*, Semarang : Walisongo Press, Cet.1,2009.
- Kuncoro, Mudrajad, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Jakarta : Erlangga,2005.
- Legowo,*Persaingan Usaha dan Pengambilan Keputusan Manajerial*, Jakarta : Universitas Indonesia,1996.

- Pusat pengkajian dan pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja grafindo Perkasa,2008.
- Rivai, Verithzal, *Islamic Marketing (Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah)*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama,2012.
- Sa'adatul, Novita Hidayah, “*Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*”. Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo,2015.
- Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis: *Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009. Jogiyanto H.M, *Metodologi Penelitian Bisnis : Salah Kaprah dan Pengalaman Pengalaman*,Yogyakarta: BPFE, 2007.
- Sujatmiko, Eko, *Kamus IPS*, Surakarta: Aksara Sinergi Media Cet.1,2014.
- Sunyoto, Danang, *Mengapa Banyak Orang Cina Kaya dan Berhasil Dalam Bisnis diPandang Perspektif Muslim*, Yogyakarta: Surya Media, 2009.
- Usman, Nizar Antoni dan Rivai Veitzhal, *Islamic Economics and Finance*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama,2012.
- Yunia, Ika Fauzia. “*Etika Bisnis Dalam Islam*”, Jakarta: KENCANA,2013
- Evy, Utary Cahyani. “ *Strategi Bersaing Dalam Berbisnis Secara Islami*”, Jurnal At Tijaroh, Vol 2 No 1,2016
- Ismail, Anas, “*Peran Value Chain Pada Pedagang Grosir Dalam Hubungannya Strategy Pemasaran*”, BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol 17 No 1, 2013.