

**ANALISIS FIQIH MUAMALAH PERSAINGAN USAHA OLSHOP
GALERY ASRY DAN LIAS SHOP
(Studi Kasus di Kecamatan Sakra, Kabupaten Lombok Timur)**



Oleh
Baiq Lina Aulia Fadillah
NIM:200201049

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAA ISLAM NEGERI MATARAM
2023**

**ANALISIS FIQIH MUAMALAH PERSAINGAN USAHA OLSHOP
GALERY ASRY DAN LIAS SHOP
(Studi Kasus Kecamatan Sakra, Kabupaten Lombok Timur)**

HALAMAN

Skripsi

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Mataram untuk melengkapi
persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Hukum



Oleh

Baiq Lina Aulia Fadillah

200201049

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAA ISLAM NEGERI MATARAM
2023**



Perpustakaan UIN Mataram

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Proposal Skripsi oleh: Baiq Lina Aulia Fadillah 200201049 dengan judul
"ANALISIS FIQH MUAMALLAH PERSAINGAN USAHA OLSHOP
GALERY ASRY DAN LIAS SHOP (Studi Kasus Kecamatan Sakra,
Kabupaten Lombok Timur)



NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal: Ujian Skripsi

Yang Terhormat
Dekan Fakultas Syariah
Di Mataram

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi, kami berpendapat bahwa skripsi

Nama Mahasiswa/i : Baiq Lina Aulia Fadillah

NIM : 200201049

Jurusan/Prodi : Hukum Ekonomi Syariah

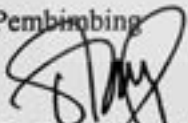
Judul : Analisis Fiqih Muamalah Persaingan Usaha Olshop

Galery Asry Dan Lias Shop (Studi Kasus Kecamatan Sakra, Kabupaten Lombok Timur)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MATARAM
Telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang munaqasyah skripsi Fakultas Syariah UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di-munaqasyah-kan.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb

Pembimbing



Dr. Saprudin S. Ag. M. Si

NIP. 197812312006041003

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Baiq Lina Aulia Fadillah

NIM : 200201049

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul “ Analisis Fiqih Muamalah Persaingan Usaha Olshop Galery Asry Dan Lias Shop (Studi Kasus Kecamatan Sakra, Kabupaten Lombok Timur) “ ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian /karya saya sendiri, kecuali pada bagian – bagian yang dirujuk sumbernya. Jika saya terbukti melakukan plagiat tulisa/karya orang lain, siap menerima sanksi yang telah ditentukan oleh lembaga.



Mataram, 7 Oktober 2023

Saya yang menyatakan,

Perpustakaan UIN Mataram



Baiq Lina Aulia Fadillah

200201049

PENGESAHAN

Skripsi oleh: Baiq Lina Aulia Fadillah, NIM: 200201049 dengan judul "Analisis Fiqih Muamalah Persaingan Usaha Olshop Galery Asry Dan Lias Shop (Studi Kasus Kecamatan Sakra, Kabupaten Lombok Timur)" telah dipertahankan di depan dewan penguji Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah UIN Mataram pada tanggal,

Dewan Penguji

Dr. Saprudin, S.Ag., M.Si
Ketua Sidang/Pembimbing

Husnul Hidayati, M.Ag
Penguji I

M. Arif Al-Kausari, M.Sy
Penguji II

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MATARAM

Perpustakaan UIN Mataram

Mengetahui
Dekan Fakultas Syariah
Dr. Moh. Asyiq Amrulloh, M.Ag
NIP.197110171995031002

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ

Artinya: “ Wahai orang – orang yang beriman, mohonlah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan shalat. Sesungguhnya Allah dengan orang – orang yang sabar”. (QS.Al-Baqarah Ayat 153



Perpustakaan UIN Mataram

PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah Swt atas segala limpahan rahmat, hidayah dan karunianya. Akhirnya Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu dengan rasa bangga serta bahagia penulis ucapkan terima kasih dan mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua Orang Tua saya terkasih, Mamiq Saya Lalu. Junaidi S.Adm dan Mamak saya Sri utari, Terima kasih yang selalu memberi arahan, dukungan, motivasi dan tidak kenal lelah dalam mendidik saya dari saya masih kecil sehingga umur dewasa saat ini.
2. Saudara – saudara saya, Adek – adek saya yang selalu saya ingat di setiap proses yang saya lalui sehingga saya bisa bertahan sejauh ini.
3. Persembahkan Skripsi ini untuk Almamaterku, semua guru dan Dosen ku.
4. Teman – teman yang selalu memberi dukungan yang tidak bisa saya sebutkan satu – satu, terutama untuk teman – teman seperjuangan Hukum Ekonomi Syariah Angkatan 2020.
5. Semua pihak yang turut membantu saya menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu –persatu, terima kasih dan semoga dalam lindungan Allah Swt.

Perpustakaan UIN Mataram


KATA PENGANTAR

Dengan menyebut Nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang dengan segala puji, karena karuniannya penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi besar Muammad SAW sebagai figur sentral segala tindak tunduk manusia dimuka bumi ini, yang telah membawa misi ilahi keseluruhan jagat raya dengan meletakkan prinsip-prinsip Islam dalam segala segi kehidupan termasuk dalam membimbing dan mengajar.

Penulis menyadari bahwa proses penyelesaian proposal ini tidak akan sukses tanpa bantuan dan keterlibatan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak – pihak yang telah membantu, yaitu antara lain:

1. Dr. Saprudin,S.Ag, M.Si selaku dosen wali dan dosen pembimbing yang telah memberi arahan dan motivasi dan koreksi secara detail, dan tanpa bosan di tengah kesibukannya masih menyempatkan waktu untuk membimbing.
2. Husnul Hidayati.M.Ag dan M. Arif Al-Kausari.M.Sy sebagai penuji yang telah memberikan saran konstruktif bagi penyempurnaan skripsi ini
3. Dr. Sukri,M.Ag selaku ketua jurusan Hukum Ekonomi Syariah
4. Prof Dr. H. Masnun M. Ag, selaku Rektor UIN Mataram yang telah memberikan tempat bagi penuli untuk menuntut ilmu pengetahuan
5. Kedua Orang Tua yang selalu memberikan semangat dan yang selalu memberikan berbagai motivasi agar anak nya bisa cepat selesai di dunia pendidikan terutama dalam mengejar gelar.
6. Sahabat – sahabat yang telah memberikan motivasi dan dukungan

Mataram, 21 Juni 2023


Baiq Lina Aulia Fadillah
Nim:200201049

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii.
HALAMAN LOGO	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vi
PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	
DAFTAR LAMPIRAN	
ABSTRAK	xiii
BAB IPENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D. Ruang Lingkup dan Setting Penelitian	8
E. Telaah Pustaka.....	8
F. Kerangka Teori.....	10
G. Metode penelitian	17
H. Sistematika Pembahasan	19
BAB II PAPARAN DAN TEMUAN DATA	20
A. Profil Kecamatan Sakra	20
B. Profil Ollshop	25
C. Bentuk Persaingan Usaha	26
BAB III PEMBAHASAN	31
A. Bentuk Persaingan Usaha Ollshop Galery Asry dan Lias Shoop Kecamatan Sakra, Kabupaten Lombok Timur	31
B. Analisis Fiqih Muamallah Persaingan Usaha Di Kecamatan Sakra, Kabupaten Lombok Timur	40
BAB IV PENUTUP	51
A. Kesimpulan.....	51

B. Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN –LAMPIRAN	56
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	61



Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR TABEL

- 1.1 Daftar nama aparatur Kecamatan Sakra
- 1.2 Daftar Desa di Kecamatan Sakra
- 1.3 Jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian di Kecamatan Sakra
- 1.4 Sarana perekonomian di Kecamatan Sakra
- 1.5 Jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan
- 1.6 Tabel Bentuk Persaingan Usaha Galery Asry
- 1.7 Tabel Bentuk Persaingan Usaha Lias Shop



Perpustakaan UIN Mataram

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Wawancara

Lampiran 2 Foto Surat Rekomendasi Penelitian

Lampiran 3 Riwayat Hidup

Lampiran 4 Riwayat pendidikan

Lampiran 5 Pengalaman Organisasi



Perpustakaan UIN Mataram

ANALISIS FIQH MUAMALAH PERSAINGAN USAHA OLSHOP
GALERY ASRY DAN LIAS SHOP
(STUDI KASUS KECAMATAN SAKRA, KABUPATEN LOMBOK
TIMUR)

Oleh:

Baiq Lina Aulia Fadillah

NIM 200201049

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fiqh muamalah persaingan usaha olshop Galery Asry dan Lias Shop (Studi Kasus Kecamatan Sakra, Kabupaten Lombok Timur). Fokus yang dikaji dalam skripsi ini adalah (1) Bagaimana bentuk persaingan usaha yang dilakukan Galery Asry dan Lias Shop? (2) Bagaimana analisis fiqh muamalah terhadap persaingan usaha yang dilakukan Galery Asry dan Lias Shop? Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dan menggunakan model pendekatan hukum Normatif – Empiris. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Bentuk persaingan usaha olshop Galery Asry dan Lias Shop Kecamatan sakra, Kabupaten Lombok Timur. Bentuk usaha yang dilakukan Olshop Galery Asry dan Lias Shop ini dengan cara foto, video dan mempromosikan barangnya di sosial media sehingga banyak sekali pembeli yang tertarik kepada produk mereka, dari Ollshop Galery Asry dan Lias Shop memiliki harga jual yang berbeda, cara pelayanannya yang berbeda sehingga para pembeli berbelanja ditempat yang dimana merasa nyaman untuk dilayanani, akan tetapi Olshop Galery Asry dan Lias Shop memiliki kualitas barang yang sama. Dari kedua Olshop tersebut memiliki daya tarik dan keunggulan masing – masing sehingga bisa menarik banyak reseller dan pembeli. (2) Analisis fiqh muamalah persaingan usaha di Kecamatan Sakra, Kabupaten Lombok Timur, didalam islam Olshop Galery Asry dan Lias Shop harus bisa menerapkan etika yang baik dan juga bisa bertanggung jawab atas apa yang sudah dilakukan dengan tindakan baik dan benar. Kode etik bisa menjadi dasar hukum dalam menetapkan tanggung jawab yang baik bagii pelaku usaha terutama bagi diri sendiri. Adanya persaingan usaha tentunya juga berdampak dalam penetapan harga produk yang dijual

belikan, islam telah mengatur semua kegiatan manusia termasuk dalam melakukan kegiatan muamalah dengan memberikan batasan apa saja yang boleh dilakukan dan yang tidak boleh dilakukan.

Kata Kunci: Perusahaan, Persaingan, Kualitas Barang



Perpustakaan UIN Mataram

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam fiqih muamalah jual beli tidak dilarang, namun di dalam islam memperhatikan unsur – unsur dalam transaksi jual beli. Bahwa seluruh aktivitas mencakup jual beli pada hakikatnya di perbolehkan asalkan tidak ada dalil yang mengharamkan, intinya berdasarkan kaidah fikih:

أَلْأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ وَالْإِثْمُ عَلَى تَحْرِيمِهِ

Artinya: “Hukum asal semua bentuk muamallah adalah boleh kecuali ada dalil yang mengharamkan.”

Kaidah fiqih yang diatas menjelaskan bahwa menurut hukum Islam, transaksi jual beli terjadi karena adanya kerelaan antara dua belah pihak atau lebih untuk memindahkan suatu barang atau benda dengan cara tukar menukar, dengan cara menjual belikan dan menerima barang harga barang dengan imbalan sesuai nilai tukar dan rukun dan syarat yang telah ditentukan oleh hukum islam. Adapun rukun jual beli menurut Jumhur ulama ada empat yaitu: penjual, pembeli, shighat (ijab dan qabul), dan atau barang yang dijual belikan. Dan syarat yang termasuk dalam jual beli adalah orang yang melakukan transaksi haru memiliki akal sehat, barang yang dijual belikan harus memiliki manfaat, barang yang diserahkan pada saat akad berlangsung, harga yang telah disepakati harus memiliki kejelasan, dan adanya kerelaan dari kedua belah pihak.¹

Transaksi dilakukan menjadi lebih baik jika dilakukan dengan transparan dan juga kedua belah pihak harus melakukan dengan suka rela, jika salah satu memiliki keterpaksaan maka jual beli dianggap tidak sah atau batal.

Sesuai dengan Firman Allah SWT surat An – nisa (4) ayat 29

¹ Agus Rohmat Hidayat “Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Jual Beli Online Account Game Mobile Legends: Bang Bang Dalam Tinjauan Fiqih Muamallah” Vol. 1 No. 1 Mei 2020 Halaman 14

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang – orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil kecuali dengan alan perniagaan yang dilakukan dengan suka sama suka.”²

Transaksi yang dilarang dalam Islam adalah *bai' al-ghara* (jual beli yang mengandung ketidakjelasan), *bai' al – ma'dum* (jual beli yang objek barangnya tidak ada), *bai' an-najsh* (jual beli yang mengandung unsur penipuan), dan *talaqi rukban* (jual beli yang memberikan informasi yang tidak lengkap). Abu Hurairah R.A berkata: “Rasulullah saw melarang jual beli dengan melempar batu dan jual beli batu dan jual beli gharar (yang belum jelas harga barang, waktu dan tempatnya).”

Dalam Islam mengenal namanya *Tadlis* yang merupakan bentuk transaksi yang mengandung suatu hal yang tidak boleh diketahui oleh salah satu pihak. Setiap transaksi didalam Islam harus memiliki kerelaan atau sama- sama memiliki keridhoan sehingga kedua belah pihak memiliki kesepakatan yang sama dan jual beli menjadi sah. Mereka harus mempunyai informasi yang sama sehingga kedua belah pihak tidak memiliki kecurigaan atau ditipu sehingga ada sesuatu *unknown to one party* (keadaan dimana salah satu pihak tidak mengetahui informasi yang dikenal pihak lain, ini merupakan asymmetric information, didalam bahas fiqih nya yaitu *tadlis* (penipuan), dan dapat terjadi dalam empat hal yaitu dalam kuantitas, kualitas, harga dan waktu penyerahan.

Dalam Islam bahwasanya perlu adanya keterbukaan suatu informasi terhadap pelaku usaha atas informasi terhadap barang yang dijual, dan kepada pihak pembeli harus meberi informasi yang berkaitan dengan barang yang akan dibelinya, sehingga penjual dan pembeli memiliki rasa saling keterbukaan dan saling ridho diantara mereka berdua. Dengan tujuan untuk mencapai kemaslahatan bersama dan tidak merusak hak menzalimi prang lain karena hal tersebut dilarang dalam syariah Islam. ³

² QS An – Nisa (4) Ayat 29

³*Ibid* halaman 20 - 21

Jual Beli adalah aktifitas ekonomi yang hukum nya boleh dilakukan berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah Rasul-Nya serta Ijma' dari seluruh umat Islam.⁴

Dalam ayat Al-Qur'an banyak ayat tentang jual beli, yang salah satunya Allah Swt berfirman:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكِ بَاطِنُهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: "Orang – orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan yang gila. Yang demikian itu karena mereka berkata jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa yang mengulangi maka mereka menjadi penghuni neraka dan mereka akal kekal didalamnya". (QS. Al-Baqarah Ayat 275)⁵

Pada hakikatnya persaingan memang kerap terjadi baik secara langsung (face to face) yang dalam artinya bertemunya pembeli dengan pedagang didalam satu pasar dan tidak terpungkiri disana padat sekali baik konsumen maupun produsen. Manusia akan berlomba lomba untuk memenuhi kebutuhan sehari hari nya, Seiring perkembangan zaman kebutuhan semakin meningkat termasuk sandang, pakan dan pangan sehingga wajar adanya persaingan baik di kota maupun pasar di desa.

Persaingan yang terjadi dalam *Ollshop* juga terjadipersaingan yang ketat. Hal ini dapat dilihat banyaknya perusahaan- perusahaan yang mendirikan perusahaan yang sama di Kecamatan Sakra. Selain itu terlihat bahwa perusahaan *Ollshop* yang terlihat paling digemari masyarakat Kecamatan Sakra adalah *Lias Shoop*. Perusahaan tersebut

⁴ Ahmad Sarwat, LC.,MA "Fiqh Jual Beli" Halaman 7

⁵ QS. Al- Baqarah Ayat 275

juga dalam persaingan dengan perusahaan *Ollshop* yang lain harus memiliki strategi dan metode dalam meningkatkannya volume penjualan.

Untuk menguasai pasar yang tepat sehingga perusahaan dapat memposisikan diri dalam persaingan tersebut perusahaan harus melakukan kebijakan harga, karena tuntutan dari konsumen untuk mendapatkan pelayanan berkualitas dengan harga jual yang rendah, mendorong perusahaan untuk menetapkan harga jual yang tepat karena secara tidak langsung dapat mempengaruhi volume penjualan bagi perusahaan.

Dalam dunia industri baik produk maupun kegiatan yang dilakukan selalu dikaitkan dengan usaha untuk mencapai keuntungan yang optimal bagi perusahaan mereka, keberhasilan pencapaian keuntungan tersebut sangat bergantung pada perencanaan dan kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat bertahan dan berkembang.

Setiap perusahaan mempunyai tujuan yang ingin dicapai, baik berupa laba maksimal, kelangsungan hidup, pertumbuhan perusahaan, maupun menciptakan kesejahteraan anggota masyarakat. Persis seperti apa yang dikemukakan oleh Danang Sunyoto bahwa "Perolehan laba bersih merupakan tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan". Untuk dapat memperoleh laba yang maksimal, maka perusahaan harus dapat mengoperasionalkan semua aktivitas perusahaan dengan maksimal juga. Untuk tujuan tersebut perusahaan harus dioperasikan oleh seperangkat manajemen yang benar – benar ahli dalam menjalankan fungsi manajemen yang tepat dan sesuai dengan kondisi perusahaan.

Selain itu diperlukan adanya koordinasi usaha diantara semua unit organisasi agar dapat mengambil tindakan yang selaras dalam mencapai tujuan. Salah satu hal yang terpenting dalam operasional perusahaan yaitu berupaya agar produk perusahaan dapat diterima oleh masyarakat sehingga perusahaan dapat terus going concern.

Suatu pasar dapat dikategorikan sebagai persaingan sempurna, persaingan tidak sempurna atau pasar monopoli dilihat dari beberapa banyak produsen yang diikuti. Dari *Ollshop* Lias Shoop sudah banyak Reseller dari berbagai macam daerah yang ada di NTB (Nusa Tenggara

Barat) dan yang di luar NTB juga, sedangkan Olshop Galery Asry mempunyai Reseller baru disekitar Lombok saja.⁶

Perusahaan yang menghasilkan suatu produk dalam proses produksinya memerlukan informasi biaya yang digunakan untuk dalam menghasilkan produk – produk tersebut dan sekaligus dapat menghitung dan memberikan harga pokok kepada produk yang dihasilkan. Penentuan harga jual, perusahaan harus memperhatikan beberapa faktor yang mempengaruhi harga jual suatu produk. Faktor – faktor tersebut berasal dari dalam perusahaan perusahaan maupun dari luar perusahaan diantaranya adalah persaingan permintaan dan penawaran, biaya, keadaan ekonomi dan lain- lain. Penentuan harga produk tidak bisa ditentukan begitu saja tetapi harus diperhitungkan secara akurat dan telit, faktor biaya merupakan faktor utama untuk menentukan harga jual suatu produk.⁷

Reseller adalah menjual kembali sebuah barang dari supplier tanpa adanya stok barang dengan komisi yang telah ditentukan sendiri oleh supplier, syarat menjadi reseller diharuskan membeli produk supplier terlebih dahulu.

Hubungan antar reseller dan supplier bukan hanya sekedar komunikasi saja tetapi membangun suatu kepercayaan di dalam suatu bisnisdan dapat saling menguntungkan satu sama lainnya, banyak cara yang dilakukan oleh Lias shoopdan Galer Asry untuk melakukan komunikasi terhadap reseller nya sehingga komunikasi tersebut berjalan dengan baik antar pribadi dan bisa membangun kedekatan antara reseller dan owner.⁸

Dalam persaingan usaha antara OlshopLias Shoopdan Olshop Galery Asry terdapat persaingan harga barang sehingga terjadinya persaingan reseller sehingga toko Galery Asry menurunkan harga barang suatu produk seperti baju, make up, jilbab dan lain- lain sehingga

⁶Megawati “Persaingan Harga Di Pasar Terpo Kab. Pinrang (Analisis Etika Bisnis Islam)”(skripsi IAIN Parepare 2020)Halaman 2

⁷ Reza woran, Ventje Ilat, Lida Mawikere, “Penentuan Harga Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Pada UD.Vanela” Vol.2 No.2 Juni 2014, Halaman 1660

⁸ Rubyanata Harahap, Wulan Tri Gartanti, Dadi Ahmadi, “Komunikasi Antar Pribadi Antar Reseller Dengan Produsen Cantiqia Kemiri” (Studi Deskriptif Mengenai Komunikasi Antar Pribadi Antara Reseller Dengan Produsen Cantiqi Kemiri) Halaman 139

toko Galery Asri mengikuti cara penjualan yang dilakukan oleh toko Lias Shoop sehingga terjadinya persaingan antar toko Ollshop yang terjadi.

Dalam persaingan harga barang yang terjadi antara Ollshop Lias Shoop dengan Galery Asry terjadi perbandingan harga yang berbeda, Lias Shoop menjual gelang titanium dengan harga Rp. 29.000 (Sembilan Puluh Dua Ribu) 1 pcs dan kalau pembelian 3 pcs gelang maka dapat potongan harga sedangkan di Galery Asri menjual dengan harga Rp. 27.000 (Tujuh Puluh Dua Ribu) 1 pcs. Di Ollshop Lias Shoop begitu banyak model Fashion yang dijual dari mulai gamis, sepatu, tas, make up, kacamata dan masih banyak lagi dan begitu juga dengan Ollshop Galery Asry, di dalam kedua Ollshop ini tentu mengandung pro dan kontra sehingga para reseller menganggap kedua Ollshop ini bekerjasama. Cara kedua Ollshop untuk mempromosikan suatu barang dengan memasang Benner dan mempromosikannya di social media melalui facebook, grup whatsapp, instagram dan tiktok, Dengan harga yang bervariasi maka semakin banyak reseller yang tertarik akan tetapi banyak reseller yang tertarik kepada Ollshop Lias Shoop karena cara pelayanannya yang sangat bagus dan Ownernya pada ramah ke semua reseller terus berbanding terbalik kepada Ollshop Galery Asry. Di kedua Ollshop tersebut mempunyai jam buka yang berbeda, di Ollshop Lias Shoop buka dari jam 06:00 – 18:00 WITA sedangkan di Galery Asry buka dari jam 07:00 – 20:00 WITA.

Dalam persaingan Ollshop Galery Asry dan Lias Shoop yang dimana Galery Asry tersebut berusaha untuk menjatuhkan Lias Shoop dengan meniru cara berjualannya Lias Shoop sehingga para reseller beranggapan kedua Ollshop tersebut bekerjasama, sehingga Owner dari Lias Shoop tidak terima kalau dianggap bekerjasama dengan Galery Asry, karena Lias Shoop berjuang sendiri untuk membangun Ollshop tersebut. Cara Galery Asry mengambil beberapa reseller yang ada di Lias Shoop dengan cara masuk ke grup reseller yang ada di Lias Shoop dengan cara itu Galery Asry dengan mudah untuk merebut reseller Lias Shoop, akan tetapi Owner dari Lias Shoop telah mengetahui rencana dari Galery Asry, Lias Shoop mengetahuinya dari beberapa reseller yang telah memberitahu kalau di grup reseller ada penyusup sehingga Owner dari Lias Shoop ini tidak terima dan berusaha untuk

memberitahu Owner dari Galery Asry tetapi no Wa dari Lias Shoop telah di blokir oleh Galery Asry sehingga Owner Lias Shoop tidak menerima dan Lias Shoop melaporkan kejadian tersebut kepada pihak yang berwajib atau ke kantor polisi. Tetapi Owner Galery Asry tidak terima atas perbuatan dari Owner Lias Shoop sehingga Owner Galery Asry minta maaf ke Owner Lias Shoop, akan tetapi permintaan maaf itu di jadikan main – main sehingga Owner Lias Shoop marah besar sehingga Owner Lias Shoop mengancam Owner Galery Asry untuk tidak mengulangi kesalahannya.

Pendapat tersebut didapat dari diskusi dengan sejumlah *reseller* terkait perbandingan harga dan rasa nyaman cara pelayanan yang ada diantara Galery Asry dan Lias Shoop

1. Lani: perbandingan harga jual produk mereka melalui target harga dan biaya di tambah harga untuk mendapatkan laba yang diinginkan oleh Ollshop Lias Shoop dan Galery Asry menunjukkan harga jual yang tidak jauh berbeda, Harga jual yang di tetapkan menggunakan metode tambahan dengan harga 20% (Dua puluh persen) dari harga yang ada di pasar, sedangkan dengan metode target harga 10% (Sepuluh persen) dari harga yang ada di pasar. Rasa nyaman di kedua Ollshop tersebut lebih nyaman belanja di Lias Shoop karena harga dan kualitas produknya sangat bagus dan penjualannya sangat ramah sekali⁹.
2. Mila: Karena Lias Shoop menawarkan pelayanan yang begitu ramah dan banyak pelanggan yang lebih memilih membeli disana, maka prosedur pelayanan kedua Ollshop ini lebih nyaman didapatkan di Lias Shoop¹⁰.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana bentuk persaingan usaha yang dilakukan oleh Ollshop Galery Asry dan Lias Shoop?
2. Bagaimana analisis fiqh muamalah terhadap persaingan usaha yang dilakukan Ollshop Galery Asry dan Lias Shoop?

⁹ Lani, Pembeli, Lombok Timur 12 April 2023

¹⁰ Mila, Pelanggan, Lombok Timur 14 April 2023

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diatas dapat diketahui dari penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui bentuk persaingan usaha yang dilakukan Ollshop Galer Asry dan Lias Shop
2. Untuk mengetahui analisi fiqih muamalah terhadap persaingan usaha Ollshop Galery Asry dan Lias Shop

Manfaat Penelitian

1. Kita bisa mengetahui bentuk persaingan usaha apa saja yang dilakukan oleh Ollshop Galery Asry dan Lias Shop
2. Kita bisa mengetahui analisis fiqih muamalah yang dilakukan oleh Ollshop Galery Asry dan Lias Shop

D. Ruang Lingkup dan Setting Penelitian

Peneliti ini di lakukan di Kecamatan Sakra, Kabupaten Lombok Timur yang bertema “Analisis Fiqih Muamalah Persaingan Usaha Olshop Galery Asry Dan Lias Shop (Studi Kasus Kecamatan Sakra, Kabupaten Lombok Timur)”

E. Telaah Pustaka

Dalam penelitian ini mecantumkan beberapa peneliti yang telah dilakukan peneliti pihak lain sebagai bahan rujukan dalam mengembangkan materi, peneliti melakukan perbandingan peneliti dengan peneliti sebelumnya agar peneliti memiliki bobot ilmiah dan dapat di pertanggung jawabkan keaslian nya.

Ada beberapa penelitian memiliki kemiripan dengan penelitian di antara nya sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Megawati pada tahun 2020 dengan judul skripsi “Persaingan Harga Di Pasar Teppo Kab. Pinrang (Analisis Etika Bisnis Islam)”

Penelitian ini menjawab pertanyaan tentang bagaimana mekanisme penetapan harga di pasar Teppo Kab. Pinang dan bagaimana analisis etika bisnis islam terhadap persaingan harga pasar Teppo Kab. Pinang.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penentuan penetapan harga pada pasar Teppo Kab.Pinrang berdasarkan harga jual yang diinginkan oleh konsumen, dimana pedagang menetapkan

harga diatas harga normal yang diberikan oleh toko distributor. Pedagang di Pasar Teppo Kab. Pinrang ada yang sesuai dengan etika berdagang dan prinsip Erika bisnid islam dan ada juga yang tidak sesuai dengan etika prinsip bisnis islam.¹¹

Adapun penelitian yang dilakukan Megawati dengan penelitian ini memiliki perbedaan yaitu dimana penelitian Megawati ini membahas tentang etika bisnis dalam persaingan suatu barang yang ada di pasar sedangkan penelitian ini membahas tentang bentuk persaingan harga barang terhadap reseller, dan ada juga persamaan penelitian ini membahas tentang penetapan harga suatu barang yang dijual ditoko untuk para pembeli.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Istiana pada tahun 2021 dengan judul skripsi "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Promosi Satu Harga (Studi Kasus Desa Lelong Kecamatan Praya Tengah Kabupaten Lombok Tengah)" penelitian ini menjawab pertanyaan tentang bagaimana praktik jual beli pakaian dengan strategi promosi satu harga di Desa Lelong di Kecamatan Praya Tengah Kabupaten Lombok Tengah dan bagaimana tinjauan etika bisnis islam terhadap praktik jual beli pakaian dengan strategi promosi satu harga di Desa Lelong di Kecamatan Praya Tengah Kabupaten Lombok Tengah.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan praktik jual beli dengan promosi satu harga pada halimatussadiyah dan toko nadia di Desa Lelong di Kecamatan Praya Tengah Kabupaten Lombok Tengah tidak sesuai dengan etika bisnis islam, karena masih terdapat di dalamnya unsur gara atau penipuan.¹² Penelitian Istiana dan penelitian ini memiliki perbedaan diantara nya sebagai berikut dimana penelitian Istiana membahas tentang bagaimana strategi penjualan suatu harga produk pakaian dan praktiknya sedangkan penelitian ini membahas tentang bentuk penjualan harga jual terhadap reseller, Penelitian ini juga memiliki kesamaan yaitu

¹¹Megawati "Persaingan Harga Di Pasar Teppo Kab. Pinrang" (Analisis Etika Bisnis Islam) (Skripsi IAIN Parepare 2020) Halaman 67

¹²Istiana "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Promosi Satu Harga (Studi Kasus Desa Lelong Kecamatan Praya Tengah Kab. Lombok Tengah 2021) Halaman 61

bagaimana cara penetapan suatu harga barang sehingga para pembeli bisa membeli harga barang sesuai keinginan mereka..

3. Penelitian yang dilakukan oleh Iman Romansyah pada tahun 2016 dengan judul skripsi “ Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Komparasi pada Yussy Akmal dan *Shereen cake’s and bread*)” Penelitian ini menjawab pertanyaan tentang bagaimana penetapan harga jual produk terhadap volume penjualan pada toko kue dan roti Bandar Lampung dan bagaimana penetapan harga produk volume penjualan pada toko kue dan roti Bandar Lampung perspektif ekonomi bisnis.

Penelitian dapat mengambil kesimpulan bahwa perusahaan Yussy Akmal menggunakan beberapa dalam proses penetapan harga jual produk terhadap volume penjualan, proses penetapan harga dimulai dari pembelian bahan baku, persediaan, cek total biaya produksi, sampai penetapan harga produk.¹³ Penelitian Iman Romansyah dan penelitian ini memiliki perbedaan di antara penelitian ini membahas tentang penjualan produk berupa makeup, baju, jilbab dan fashion lainnya sedangkan penelitian Iman Romansyah membahas tentang penjualan harga roti ditoko. Penelitian ini juga memiliki kesamaan di antara nya tentang penetapan harga jual suatu produk yang ada.

F. Kerangka Teori

1. Persaingan

Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan dan kompetisi. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei atau sumber daya yang di butuhkan.¹⁴

¹³ Iman Romansyah “Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Studi Komparasi pada Yussy Akmal dan Shereen Cake’s and Bread) (Skripsi IAIN RADEN INTANGG LAMPUNG 2016) Halaman 106

¹⁴ Mudrajat Kuncoro, Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif, Jakarta: Erlangga, 2005, halaman 86

Persaingan usaha juga dapat ditemukan dalam UU No.5 tahun 1999 “Tentang larangan praktek Monopoli dan persaingan tidak sehat”. Secara umum, persaingan bisnis adalah persetujuan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula.¹⁵

Dalam dunia perdagangan (persaingan bisnis), islam sebagai salah satu aturan yang khas, telah memberikan aturan – aturan yang jelas dan rinci tentang hukum dan etika persaingan, serta telah disesuaikan dengan ajaran islam. Hal itu dimaksud dengan tujuan untuk menghindari adanya persaingan – persaingan yang tidak sehat. Paling tidak ada tiga unsure yang harus dicermati \dalam membahas persaingan bisnis menurut islam yaitu: pertama, pihak – pihak yang bersaing, kedua, cara persaingan, dan ketiga, produk barang atau jasa yang di persaingkan. Ketiga hal tersebut merupakan unsure terpenting yang harus mendapatkan perhatian terakait dengan masalah persaingan bisnis dalam perspektif islam.

- a. Pihak –pihak yang bersaing manusia merupakan pusat pengendalian persaingan bisnis. Ia akan menjalankan bisnisnya terkait dengan pandangan tentang bisnis yang digelutinya. Hal terpenting yang berkaitan dengan faktor manusia adalah segi motivasi dan landasan ketika ia menjalankan praktek bisnis nya, termasuk persaingan yang terjadi di dalamnya. Bagi seorang muslim, bisnis yang dia lakukan adalah rangka memperoleh dan mengembangkan kepemilikan harta. Harta yang dia peroleh tersebut adalah rezeki tidak akan lari kemana – mana. Tugas manusia adalah melakukan usaha untuk mendapatkan rezeki dengan cara yang sebaik – baiknya, salah satunya dengan cara berbisnis. Dalam hal kerja, islam memerintahkan setiap muslim untuk memiliki etos kerja yang tinggi, sebagaimana telah memerintahkan umatnya untuk berlomba – lomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha yang mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan suatu yang terbaik dari usaha bisnisnya. Jika setiap

¹⁵ Akhmad Mujahidin, Ekonomi Isla, Jakarta: PT. Raja Grafindo persada, 2007, halaman 27

pembisnis itu memegang prinsip itu, maka besar kemungkinan bahwa kompetisi yang ada bukanlah persaingan untuk mematikan yang lain, tetapi lebih ditekankan sebagai upaya untuk bisa memberikan yang terbaik bagi orang lain dengan usaha yang ia kelola.

b. Cara persaingan

Berbisnis sebagian dari muamalah. Karenanya bisnis tidak terlepas dari hukum – hukum yang mengatur muamalah. Karenanya bisnis juga tidak terlepas dari hukum – hukum yang mengatur muamalah. Karenanya, persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip – prinsip muamallah islam, oleh karena itu harus dihilangkan.

Sedangkan praktik persaingan yang harus di kedepankan adalah bersaing secara sehat, tidak saling menjatuhkan. Dalam berbisnis, setiap orang akan berhubungan dengan pihak – pihak lain seperti rekanan bisnis dan pesaing bisnis. Sebagai hubungan interpersonal, seorang pebisnis muslim tetap harus berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada mitra bisnisnya. Hanya saja tidak mungkin bagi pebisnis muslim bahwa pelayanan terbaik itu membrikan “servis” dengan hal yang dilarang oleh syariah.

Sama halnya yang di contoh kan Rasulullah SAW bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang Rasul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaing dagangannya walaupun itu tidak berarti, Rasulullah saw berdagang seadanya tanpa memperhatikan daya saingannya. Yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan yang sebaik – baiknya yang menyebutkan spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk jika ada cacat pada barang tersebut. Secara alami hal – hal ini ternyata justru mampu meningkatkan kualitas penjual dan menarik para pembeli tanpa menghancurkan pedagang lainnya.

c. Produk atau jasa yang dipersaingan

Selain pihak yang bersaing, cara bersaing islam memandang bahwa produk (baik barang atau jasa) merupakan hal terpenting dalam persaingan bisnis. Islam sendiri memberikan penegasan bahwa barang atau produk yang dipersaingan mempunyai keunggulan.

Dan beberapa keunggulan produk yang digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah sebagai berikut:

1. Produk, produk yang dipersaingan baik barang atau jasa harus halal
 2. Harga, bila ingin memenangkan persaingan harga produk harus kompetitif atau tidak membanting harga untuk menjatuhkan pesaing.
 3. Tempat, tempat yang digunakan harus baik, sehat, bersih dan nyaman dan harus dihindarkan dari hal – hal yang haram.
 4. Pelayanan, Islam juga sangat menekankan pentingnya sebuah pelayanan dalam usaha bisnis. Suatu bisnis akan senantiasa berkembang dan sukses manakala di tunjang dengan pelayanan yang baik.¹⁶
2. Aspek Sosial Hak Merek Sebagai Property Dan Pentingnya Persaingan Usaha Yang Sehat

Hak merek sebagian dari Hak Kekayaan Intelektual merupakan hak – hak yang sepenuhnya dijamin oleh Undang – Undang bagi pemiliknya, sehingga sifatnya adalah individual, perorangan dan privat. Hak yang sifatnya privat dan eksklusif yang cenderung bersifat monopoli tersebut dapat dimanfaatkan oleh masyarakat luas melalui mekanisme pasar. Karya intelektual yang telah mendapat atau yang telah dikemas dengan hak eksklusif, akan menjadi property bagi pemiliknya, sehingga bisa menciptakan pasar (Permintaan dan Penawaran) artinya kalau karya intelektual ini bernilai tinggi maka akan dicari orang atau konsumen. Semakin tinggi dan berkualitas suatu hak merek, maka konsumennya akan bertambah banyak begitu juga dengan sebaliknya. Itu sesuai dengan mekanisme pasar, bahwa konsumen mencari barang atau jasa yang berkualitas dengan harga yang murah dan mudah terjangkau. Sistem itu tercipta, karena pelaksanaan Hak Kekayaan Intelektual dimaksud untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Kebijakan persaingan usaha yang sehat dari pemerintah akan mendorong harga yang tidak terlalu tinggi, sehingga akan

¹⁶ Johan Arifin, Etika Bisnis Islam, Semarang: Walisongo Press: Cetakan 1, 2009, Hlm 97-107

menguntungkan konsumen. Hal itu sangat sesuai dengan kebijakan pemerintah di bidang Hak Kekayaan Intelektual yang melindungi karya intelektual seseorang.

Jadi berdasarkan sistem dan mekanisme yang telah tercipta, akan mempertemukan hak merek dan masyarakat. Hubungan ini berkesinambungan, sebab pada akhirnya masyarakat yang membutuhkan barang – barang dengan merek tertentu.¹⁷

3. Tujuan pokok hukum persaingan usaha yaitu sebagai berikut:
 - a. Memelihara kondisi kompetisi yang bebas, perlindungan terhadap persaingan (*competition*) tidaklah idekntik dengan perlindungan terhadap persaingan (*Competitors*). Hukum persaingan usaha ditunjukan untuk melindungi persaingan, bukan untuk melindungi pesaing. Tujuan ini dilandaskan oleh alasan ekonomi (Efisiensi Dalam Persaingan) maupun ediologi (kebebasan yang sama untuk perusahaan dan pesaing). Persaingan sehat akan membawa dampak terhadap alokasi dan relokasi sumber daya ekonomi yang efisien.
 - b. Mencegah persaingan ekonomi (*prevention of economic power*). Tujuan ini dilandasi oleh pemikiran pembentuk kekuatan ekonomi, baik melalui monopoli maupun persaingan yang rentan terhadap penyalahgunaan yang merugikan pelaku ekonomi lain yang lebih lemah.¹⁸

Hukum persaingan usaha dan kebijakan persaingan usaha

Secara umum dapat dikatakan bahwa hukum persaingan usaha adalah hukum yang mengatur segala sesuatu yang berkaitan dengan persaingan usaha.

Menurut Arie Siswanto dalam bukunya yang berjudul “Hukum Persaingan Usaha” yang dimaksud dengan hukum persaingan usaha adalah unstrumen hukum yang menentukan tentang bagaimana persaingan itu harus dilakukan. Meskipun secara khusus menekankan pada aspek

¹⁷ Agung Sujatmiko Universitas Airlangga Surabaya “Lisensi Merek Mendukung Persaingan Usaha” (Jurnal Hukum Pro Justitia, Volume 28 No.2 Oktober 2010) Halaman 118 -

¹⁸Henny Damaryanti, Setyo Utomo, Annurdi “Penerapan Pendapatan Per se Illegal Dalam Pemeriksaan Kasus Penetapan Harga Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat” (Studi Kasus Putusan KPPU RI No. Nomor 14/KPPU-I/2014)

“persaingan”, hukum persaingan juga menjadi perhatian dari hukum persaingan adalah mengatur persaingan dengan sedemikian rupa, sehingga tidak menjadi sarana mendapatkan monopoli.¹⁹

4. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis islam merupakan nilai – nilai etika islam dalam aktivitas bisnis yang sudah disajikan dari perspektif Al – Qur’an serta Hadist yang bertumpu pada beberapa prinsip seperti *unity* (Kesatuan), *equilibrium* (keseimbangan), *freewill* (Kebebasan berkehendak), *responsibility* (Tanggung jawab), dan *benevolence* (Kebenaran) dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa etika bisnis islam adalah kegiatan bisnis yang dilandaskan dengan nilai – nilai etika islam yang bertumpu pada empat bagian, kesatuan, keseimbangan, kebebasan berkehendak dan kebenaran.

Adapun Hadist yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah Rasulullah saw bersabda “Yang namanya jual beli itu hanyalah jika didasari asas saling rela”. Dari Ayat dan Hadist tersebut dapat disimpulkan bahwa etika bisnis islam perniagaan atau transaksi harus saling suka sama suka sehingga tidak akan timbul suatu jalan kebatilan. Etika bisnis islam dapat menjadi pedoman bagi pelaku bisnis untuk menyeimbangkan antara kehidupan dunia dan akhirat, ketika pelaku bisnis sibuk melakukan kegiatan dunia, seorang muslim harus selalu menyeibangkan dan konsisten dalam melaksanakan ibadah maupun dalam kehidupan bisnis sehari – hari dan juga harus meninggalkan praktik bisnis yang dilarang.

Etika bisnis islam mempunyai fungsi substansial yang membekali para pelaku bisnis, beberapa hal sebagai berikut:

1. Membangun kode etik islami yang mengatur, mengembangkan dan menancapkan metode berbisnis dalam kerangka ajaran islam.
2. Kode etik ini dapat menjadikan dasar hukum dalam menetapkan tanggung jawab para pelaku bisnis, terutama bagi diri mereka sendiri, antara komunitas bisnis, masyarakat dan diatas segalanya adalah tanggung jawab dihadapan Allah Swt.

¹⁹ Hermansyah, S.H., M.Hum. ”Pokok – Poko Hukum Persaingan Usaha” 1 Juni 2008

3. Kode etik ini dipersepsi sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan persoalan yang muncul, dari pada diserahkan kepada pihak peradilan.
4. Kode etik dapat memberi kontribusi dalam penyelesaian banyak persoalan yang terjadi antara sesama pelaku bisnis dan masyarakat tempat mereka bekerja.
5. Etika bisnis islam memposisikan pengertian bisnis yang pada hakikatnya merupakan usaha manusia untuk mencari Keridhaan Allah Swt. ²⁰

6. Perlindungan Persaingan Usaha Dalam Pandangan Islam

Konsep mekanisme pasar dalam islam dapat dirujuk kepada hadist Rasulullah SAW sebagaimana disampaikan oleh Anas bin Malik ra, sehubungan dengan adanya kenaikan harga – harga barang di Kota Madinah. Dalam Hadist tersebut diriwayatkan sebagai berikut:

“Dari Anas bin Malik ra, ia berkata: ‘pada masa Rasulullah SAW terjadi kenaikan harga. Orang – orang pun menghadap kepada beliau dan mengatakan; “Wahai Rasulullah, bagaimana jika engkau melakukan intervensi dengan menentukan harga?” Rasulullah menjawab “Sesungguhnya Allah adalah Dzat Yang Maha menciptakan, Yang Menyempitkan dan Melapangkan Rezeki, Sang Pemberi Rezeki dan Dzat Yang Mementukan Harga. Sungguh aku berharap saat berjumpa dengan Allah tidak ada seorang pun yang menuntutku disebabkan kezalimanku dalam urusan darah dan harta,” (HR.Ahmad)

Rasulullah SAW dalam hadist tersebut tidak berkenan menemtukan harga.Ini menunjukan ketentuan harga itu diserahkan kepada mekanisme pasar yang alamiah impersonal.Rasulullah SAW menolak tawaran untuk menentukan harga dan mengatakan bahwa harga di pasar tidak boleh di tetapkan, karena Allah yang menentukannya.Sabda Nabi SAW itu mengandung pengertian bahwa harga pasar itu

²⁰ Muhammad Iklil “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Ras Sablon Desa Wero Lor Cirebon” Vol.1 No.1 Mei 2020, Halaman 34 - 35

sunnatullah atau mengikuti hukum *supply and demand*, dan tetap dalam kerangka keadilan dan kemaslahatan.²¹

G. Metode penelitian

Metode penelitian digunakan untuk mendapatkan data yang lengkap dan hasil riset yang ilmiah. Dalam penelitian ini, penulis memakai metode berikut:

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif adalah suatu cara analisis penelitian yang menghasilkan data deskriptif analitis, yaitu data yang dinyatakan oleh responden secara tertulis atau lisan serta juga tingkah laku yang nyata, yang diteliti dan di pelajari sebagai sesuatu yang utuh. Sedangkan pendekatan yang peneliti digunakan adalah pendekatan hukum Normatif – Empiris merupakan suatu pemahaman hukum dalam arti norma (aturan) dan pelaksanaan peraturan hukum dalam perilaku nyata sebagai akibat keberlakuan norma hukum, perilaku tersebut dapat diobservasi dengan nyata dan merupakan bukti. Penelitian hukum normatif – empiris merupakan penelitian yang mengkaji pelaksanaan ketentuan hukum positif.²²

2. Kehadiran Penelitian

Pada tahap persiapan ini, peneliti terlebih dahulu melakukan observasi awal di lakukan di Kecamatan Sakra, Kabupaten Lombok Timur, Sebelum penelitian melakukan penelitian terlebih dahulu peneliti menyiapkan pertanyaan kepada Owner atau penjual yang ada dilokasi penelitian tersebut.

Sumber – Sumber dan Jenis Data

a. Sumber Data

Sumber data Primer penelitian ini di peroleh dari toko Finaya Shoop dan toko Galery Asry serta para Reseller.Sedangkan data Sekunder didapatkan dari buku, jurnal hadis dan sumber – sumber lainnya.

²¹ Rumadi Ahmad, M, Afif Hasbullah, Marzuki Wahid, Kharnami Zada, Mahbub Ma'afi, Irwan Masduki, Idris Masudi, Abdullah Ubaid "Fikih Persaingan Usaha" Halaman 118 - 119

²² Dr.Muhaimin ,SH.,M.Hum "Metode Penelitian Hukum" Halaman 115

b. Jenis Data

- 1) Data primer, terdiri dari hasil wawancara dari narasumber (Pemilik toko dan Reseller) yang menurut peneliti ini mendapatkan informasi yang relevan dengan tema yang diangkat oleh penulis, selain dengan pemilik toko peneliti melakukan wawancara kepada Reseller yang ada ditoko tersebut.
- 2) Data Sekunder, yaitu terdiri dari data yang diperoleh oleh pustaka dan literatur yang memberikan penjelasan terkait dengan data – data atau materi dan teori - teori yang mendukung penelitian ini baik buku, dasar hukum yang terkait. Seperti jual beli, Monopoli dll.

3. Pengumpulan Data

a. Metode Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur – unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala – gejala penelitian. Metode ini bertujuan untuk mengamati bagaimana caramenggunakan strategi dan metode cara penjualan produk

b. Metode Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengajukan pertanyaan kepada informan, metode ini bertujuan untuk memperoleh informasi dan data – data mengenai objek yang diteliti. Pihak – pihak peneliti yang diwawancarai yaitu: Owner atau yang punya toko dan Reseller.

c. Metode Dokumentasi

Pengertian dari kata dokumentasi sering kali digunakan para ahli dalam dua pengertian. Pertama, berarti sumber tertulis sebagai informasi sejarah sebagai kebalikan dari pada kesaksian lisan, artefak, peninggalan – peninggalan terlukis, dan petilasan – petilasan arkeologi. Kedua, diperuntuk bagi surat – surat Negara seperti surat perjanjian, undang – undang, hibah dan lainnya. Teknik dokumentasi adalah salah satu pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian.²³

Dalam hal ini bisa berupa foto waktu wawancara ketika penulis melaksanakan wawancara kepada pihak yang bersangkutan, dan di lain hal bisa berupa dari kutipan jurnal sesuai yang berkaitan dengan judul yang penulisan laksanakan sehingga dalam peraian metode ini bisa beberapa cara seperti yang di lakukan oleh penulis diatas.

H. Sistematika Pembahasan

BAB I :PENDAHULUAN, Bab ini berisi tentang ringkasan umum dari penelitian, mencakup informasi mengenai judul, latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup dan setting penelitian, telaah pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : PAPAN DAN TEMUAN DATA, Dalam bab ini berbicara paparan dan temuan data yang terkait dengan rumusan masalah pertama yakni membahas tentang bagaimana bentuk usaha yang dilakukan oleh kedua Ollshop tersebut, yang ada di Kecamatan Sakra, Kabupaten Lombok Timur.

BAB III : PEMBAHASAN, Dalam bab ini memaparkan dari rumusan masalah kedua yakni berisi tentang bagaimana analisis fiqh muamallah terhadap persaingan usaha yang dilakukan kedua Ollshop tersebut, yang ada di Kecamatan Sakra, Kabupaten Lombok Timur.

BAB IV : PENUTUP, Bab terakhir ini bagian dari kesimpulan akan memberikan jawaban dari permasalahan yang telah diidentifikasi bagian rekomendasi memberikan saran – saran yang dapat diambil sebagai kelanjutannya.

BAB II

PAPARAN DAN TEMUAN DATA

A. Profil Kecamatan Sakra

1. Letak Geografis

Kecamatan Sakra merupakan salah satu kecamatan dari 20 kecamatan yang ada di Kabupaten Lombok Timur yang berada sekitar 8 Km dari Ibu Kota Kabupaten dengan ketinggian 250-350 dpl dengan Luas Wilayah 2.509,19 Ha. Kecamatan Sakra terbagi menjadi 12 Desa yaitu Desa Sakra, Desa Sakra Selatan, Desa Rumbuk, Desa Rumbuk Timur, Desa Moyot, Desa Kabar, Desa Peresak, Desa Keselet, Desa Songak, Desa Suwangi Timur, dan Desa Kuang Baru.

Adapun wilayah Kecamatan Sakra berbatasan dengan:

- Sebelah Utara : Kecamatan Sikur dan Sukamulia
- Sebelah Selatan : Kecamatan Sakra Barat
- Sebelah Timur : Kecamatan Sakra Timur dan Kecamatan Selong
- Sebelah Barat : Kecamatan Janapria (Kabupaten Lombok Tengah) dan Kecamatan Terara (Kabupaten Lombok Timur)

Perpustakaan UIN Mataram

TABEL 1.1

Daftar Nama Aparatur Kecamatan Sakra

No.	NAMA	GOL/RUANG	JABATAN
1	2	3	4
1.	LALU PUTRA S Sos	IV/a	
2.	MAP	VI/a	Camat
3.	YUSRI, S.Sos	III/d	Sekretaris Camat
4.	SUSANTI FADJRI	III/d	Kasi PMD
5.	,SE	III/d	Kasi Kesra
6.	LALU BUDI	III/c	Pemerintahan
7.	ISTIAWAN SH	II/c	Kasi Pelum
8.	ADNIN BA	III/c	PLH Kasi Trantib
9.	SINAREP SIP	III/d	Kasubbag Umpeg
10.	JUMANEP	III/c	Kasubbag Keuangan
11.	IWAN RAHARDI S	III/c	Staf
12.	Sos	III/c	Kasubbag Keuangan
13.	Suriadana	III/b	Staf
14.	Sri Winarni	III/c	Kasi Pel.Umum
15.	Zainudin	III/b	Staf
16.	Sinarep, SIP	II/c	Staf
17.	Bq. Sekarningsih	II/c	Staf
18.	Ahyat, SH	II/c	Sekdes Keselet
19.	Aawaludin	II/c	Staf
20.	Abdul Gani	II/c	Sekdes Sakra Sltn
21.	Muhamad Husnul	II/c	PLH.Kasi Trantib
22.	Ramdi	II/b	Staf
23.	Ahmadi	II/b	Sekdes Sakra
24.	Jumanep	II/b	Sekdes Rutim
25.	KT. Novi Sulistiyowati	II/c	Staf
	Zaenul Arifin		Staf
	Lalu Budi Sasmika		
	Lalu Purawadi		
	Muh.Marzuki		
	Muhammad Erwinsyah		

TABEL 1.2
DAFTAR DESA DI KECAMATAN SAKRA

NO	NAMA	LUAS WILAYAH
1	Sakra	496,31 Ha
2	Sakra Selatan	427,43 Ha
3	Rumbuk	153,96 Ha
4	Rumbuk Timur	262,98 Ha
5	Moyot	66,47 Ha
6	Kabar	113,82 Ha
7	Peresak	48,40 Ha
8	Keselet	63,28 Ha
9	Songak	97,13 Ha
10	Suwangi	310,42 Ha
11	Suwangi Timur	346,26 Ha
12	Kuang Baru	122,80 Ha ²⁴

2. Sosial Dan Ekonomi

Keadaan kehidupan sosial ekonomi masyarakat Kecamatan Sakra dapat dinilai baik. Hal ini dilihat dari tabel berikut:

TABEL 1.3
JUMLAH PENDUDUK BERDASARKAN MATA
PENCAHARIAN DI KECAMATAN SAKRA

NO	MATA PENCAHARIAN	JUMLAH
1	Petani Pemilik	5.730
2	Petani Penggarap	1.949
3	Buruh Tani	5.635
4	Peternak	771
5	Pedagang	2.532
6	Industri	263
7	Angkutan	501
8	Buruh Industri/Kerajinan	1.061

²⁴ Pemerintah Kecamatan Sakra, "Profil Kecamatan Sakra", (Dokumentasi Kecamatan Sakra, Diterbitkan 2019)

9	Tukang Kayu	591 Orang
10	Tukang Batu	108 Orang
11	Penggalian	443 Orang
12	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	871 Orang
13	TNI/POLRI	244 Orang
14	Guru	723 Orang
15	Pensiunan PNS dan Purnawirawan	450 Orang
16	Bank/Pegadaian	24 Orang
17	Lain-lain	2.112 Orang
Jumlah		24.308 Orang

Tabel tersebut menunjukkan kemajemukan mata pencaharian penduduk Kecamatan Sakra, terlihat bahwa pola kehidupan agraris merupakan mata pencaharian yang dominan. Untuk menunjang kehidupan perekonomian masyarakat Kecamatan Sakra tersedia sarana dan prasarana dibidang sebagai berikut

TABEL 1.4
SARANA PEREKONOMIAN DI KECAMATAN SAKRA

NO	JENIS SARANA	JUMLAH
1	Kios	10
2	Warung	12
3	Usaha Dagang	42
4	Rumah Makan	5
5	Travel	1
6	Pasar/Kalangan	1
7	Pom Bensin	1
8	Bengkel	10
9	Studio Photo	5
10	Perpustakaan	1
11	Kontraktor	1
Jumlah		89²⁵

²⁵ Ibid, Profil Kecamatan Sakra

3. Sosial Dan Budaya

Keadaan masyarakat Kecamatan Sakra jika dilihat dari segi sosial budaya sebagian besar masih dipengaruhi oleh situasi dan kondisi yang alami. Dikatakan alami karena situasi dan kondisi masyarakat Kecamatan Sakra masih diwarnai dengan alam pedesaan. Masyarakat Kecamatan Sakra masih aktif dalam menciptakan hubungan kekeakraban dan sifat kegotong-royongan. Misalnya dalam pelaksanaan kebersihan yang dilakukan secara bersama-sama. Akan tetapi pada masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan sudah sangat jarang sekali ditemukan hal seperti itu lagi. Kebanyakan dari anggota masyarakat di daerah perkotaan sudah hidup secara individual dan sedikit sekali yang dipengaruhi oleh alam pedesaan. Masyarakat di daerah perkotaan sudah sibuk dengan pekerjaannya masing-masing. Sehingga untuk hal-hal yang bersifat kegotong-royongan sudah sangat jarang sekali dapat ditemukan.

4. Pendidikan

Salah satu modal keberhasilan pembangunan adalah sumber daya manusia yang berkualitas sehingga dapat membentuk watak dan mental serta pola pikir yang baik. Pendidikan merupakan kebutuhan yang penting dalam melaksanakan pembangunan dalam suatu wilayah karena hal tersebut merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam menumbuhkan kesadaran masyarakat akan berbagai hal, sehingga masyarakat mengerti, paham akan manfaat tujuan pembangunan serta dalam hal ini masyarakat akan lebih cepat menerima perubahan. Hal ini dapat ditunjang dari pendidikan yang baik.

Tingkat pendidikan di Kecamatan Sakra dapat di kategorikan cukup baik. Melalui data yang diperoleh diketahui bahwa penduduk yang telah mengikuti jenjang pendidikan baik yang SD, SLTP, SLTA, maupun Perguruan Tinggi sudah cukup banyak, seperti yang diperlihatkan dalam tabel berikut:

TABEL 1.5
JUMLAH PENDUDUK BERDASARKAN TINGKAT PENDIDIKAN

NO	JENIS PENDIDIKAN	JUMLAH (ORANG)
1	TK	4.530
2	SD	5.625
3	SLTP	6.642
4	SLTA	6.500
5	Perguruan Tinggi	4.767
6	Lain-lain	100
Jumlah		35.164²⁶

B. Profil Ollshop

1. Ollshop Galery Asry didirikan pada Tahun 2020 terletak di Desa Sakra Selatan, Kecamatan Sakra, Kabupaten Lombok Timur, dan Ollshop ini sudah pindah ke bagian Surabaya lepak beberapa bulan yang lalu dikarenakan Ownernya menikah sama orang Surabaya lepak, nama *Ollshop* tersebut di ambil dari nama Owner nya. Tujuan di bangunnya *Ollshop* tersebut untuk menambah penghasilan. Dulu Owner Galery Asry ini bekerja sebagai rentenir sehingga suami dari Galery Asry ini kasian melihat istrinya harus bekerja sebagai pegawai Bank keliling sehingga suaminya inisiatif untuk membuka Ollshop dan menyuruh istrinya untuk berhenti bekerja di Bank keliling tersebut. Dulu sebelum punya toko Galery Asry menjual barang dengan cara promosi di sosial media dan antar secara COD (Bayar di tempat), *Ollshop* tersebut menjual pakaian, sepatu, jilbab, kosmetik, tas dan dompet.²⁷
2. Lias Shoop didirikan pada Tahun 2019 yang terletak di Desa Rumbuk Timur, Kecamatan Sakra, Kabupaten Lombok Timur, nama Lias Shoop ini diambil dari nama Owner nya. Tujuan di bangunnya Lias Shoop ini untuk mencari pengalaman dan menambah wawasan dan juga membuka lapangan pekerjaan. Lias

²⁶ Ibid, Profil Kecamatan Sakra

²⁷ Arsy (Owner Galery Asry) Wawancara, 20 Agustus 2023

Shoop ini menjual Jilbab, gamis, kosmetik, sandal, pakaian anak – anak dll.²⁸

C. Bentuk Persaingan Usaha

Persaingan bisnis adalah persetujuan antaran pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik. Salah satu penyebab terjadinya persaingan yang semakin tajam adalah semakin banyak perusahaan yang menghasilkan dan memasarkan produk yang serupa atau sejenis atau makin banyak perusahaan yang mampu menawarkan produk kepada konsumen dengan manfaat yang relative lama

1. Bentuk Persaingan Usaha Galery Asry

TABEL 1.6
Ollshop Galery Asry

No	Lokasi	Media Sosial Yang Dimilki	Target Marketing	Jenis Produk	Harga	Pengalaman Transaksi Berdasarkan Revie Costumer
1	Sakra Selatan tapi sekarang pindah ke sakra timur	WhatsApp, Facebook, Instagram	Mulai dari anak – anak sampai dewasa	Kosmetik , Baju, Celana, Jilbab, Aesoris	Mulai dari Rp. 13.000	-Produk dapat dibeli melalui Facebook, grup WhatsApp dan instagram -Admin bisa mengirim produk secara online melalui JNE atau JNT -Pengemasan yang sangat baik dan rapi

²⁸ Lias (Owner Lias Shoop) Wawancara 25 Agustus 2023

Berdasarkan observasi *Ollshop Galery Asry* melakukan Usaha dengan cara mempromosikan suatu barang nya dengan menggunakan media sosial yaitu: WhatsApp, Instagram dan Facebook. Usaha ini dilakukan mulai Tahun 2020, sebagaimana yang diucapkan oleh Owner Galery Asry mengatakan:

“ Sayamenggunakan cara promosi tersebut supaya banyak mendapatkan reseller karena barang yang saya jual relatif murah dan berkualitas sehingga banyak peminatnya, modal usaha yang saya pakai kurang dari Rp.1.000.000 (Satu Juta Rupiah). Cara saya mengelola Ollshop ini dengan cara melakukan Cod tanpa tarif ongkir sehingga saya bisa membangun toko.”²⁹

Dalam membuktikan usaha tersebut peneliti melakukan observasi di *Ollshop Galery Asry* sambil berpura – pura melihat barang, ternyata peneliti melihat berbagai macam barang dengan kualitas bagus dan harga yang sangat murah.³⁰

Pendapat senada dengan hasil wawancara dari beberapa *reseller* yang ada di *Ollshop Galery Asry*:

- a. Rabiatul Adawiyah: “Dulu pertama kali saya tau *Ollshop Galery Asry* ini karena saya tiba – tiba dimasukan ke grup *Ollshop* nya dan saya melihat harga barang yang murah dan kualitas barangnya bagus. Saya jadi reseller *Ollshop Galery Asry* sekitar 5 atau 6 bulan dan cara pelayanan dari Owner nya biasa saja.”³¹
- b. Laili Nirwana: “Dulu saya tau *Ollshop Galery Asry* ini dari Facebok terus saya minta gabung ke Owner nya dan saya melihat barang yang murah tapi berkualitas, jarang kan kita dapat barang yang murah tapi bagu. Cara respon dari Owner nya juga baik dan saya jadi *reseller* nya sudah 1 Tahun. Menurut saya Ollshop Galery Asry ini cukup baik caramendistribusikan barang dengan baik, bukan hanya pakaian saja tapi Ollshop Galery Asry juga menyediakan buket bunga bahkan sampai daerah lain.”³²

2. Bentuk Persaingan Usaha Lias Shoop

³⁰ Observasi di Ollshop Galery Asry, 21 September 2023

³¹ Rabiatul Adawiyah, (Reseller) Wawancara 21 September 2023

³² Laili, (Reseller), Wwamcara 23 September 2023

TABEL 1.7
Ollshop Lias Shop

No	Lokasi	Media Sosial yang dimiliki	Target Marketing	Jenis Produk	Harga	Pengalaman Transaksi Berdasarkan review customer
1	Rumbuk Timur	WhatsApp, Tiktok, Facebook, Instagram	Mulai dari anak-anak sampai dewasa	Kosmetik, Baju, Celana, Jilbab, Gamis, Bucket	Mulai dari harga Rp. 14.000	-Produk dapat dibeli melalui sosial media yang sudah tertera -Pengiriman produk secara cepat dan pelayanan yang sangat bagus sekali - Pengemasannya sangat baik sekali sehingga setiap produk yang dibeli harus benar-benar dijaga jangan sampai ada kerusakan -Pengiriman keluar daerah bisa menggunakan JNT, dan JNE

Berdasarkan hasil observasi Lias Shoop melakukan usahanya dengan cara mempromosikan suatu barang melalui sosial media

yaitu WhatsApp, Instagram, Facebook dan Tiktok. Usaha ini dilakukan mulai Tahun 2019 yang dimana Owner nya mengatakan: “Saya menggunakan cara promosi lewat sosial media supaya bisa menarik banyak *reseller* dan juga karyawan karena barang yang saya jual relative murah dan juga kualitas nya murah. Saya jual harga barang mulai dari Rp.10.000 (Sepuluh Ribu Rupiah) sehingga banyak sekali peminat nya sehingga saya membutuhkan banyak karyawan untuk penempatan lokasi cabang yang di selong dan Masbagek. Dulu saya kelola *Ollshop* ini mulai dari nol yang dimana saya cuma bisa Cod dan punya toko kecil – kecilan dan sekarang Alhamdulillah sudah memiliki cabang, modal awal saya dulu adalah Rp. 50.000 (Lima Puluh Ribu Rupiah), setiap pembelian Rp. 100.000 (Seratus Ribu Rupiah) maka bisa dijadikan *reseller*.³³

Dalam membuktikan usaha tersebut peneliti melakukan observasi di *Ollshop* Lias Shoop dengan cara berpura – pura membeli barang, ternyata peneliti melihat barang yang sangat begitu murah dari mulai jilbab, gamis, kosmetik dan disana juga atas tulisan yang bertulis “Maaf Barang Yang Sudah Di Beli Tidak Dapat Ditukar Dan Dikembalikan. Periksa Sebelum Membayar”.³⁴

Pendapat ini senada dengan hasil wawancara dari reseller yang ada di Lias Shoop:

- a. Putri: “Dulu saya tau *Ollshop* ini dari Facebook sehingga saya sangat penasaran dengan harga produk yang di jual nya, setelah saya melihat produk yang di jual nya ternyata produk nya sangat bagus dan murah sekali, dari mulai harga jilbab yang Rp. 14.000 (Empat Belas Ribu Rupiah) terus Owner nya juga sangat ramah sekali dan cara pelayanan dari karyawan nya juga sangat baik sehingga saya nyaman berbelanja di sini. Selain itu *Ollshop* ini juga bisa beli secara online dan pembayaran secara online dan juga pengirimannya mudah karena banyak karyawan.”³⁵
- b. Mbak Ilham: “Dulu saya tau *Ollshop* ini dari Facebook sehingga saya bergabung di *Ollshop* ini sebagai penghasilan sampingan saja dan pendapatan yang pesan barang bisa sampai 200 sekali

³³ Lias (Owner Lias Shoop) Wawancara 25 September 2023

³⁴ Observasi di Lias Shoop, 25 September 2023

³⁵ Putri (Reseller) Wawancara 25 September 2023

ambil barang terus saya bergabung di *Ollshop* ini mulai dari tahun 2019.”³⁶



Perpustakaan UIN Mataram

³⁶ Mbak Ilham (Reseller) Wawancara, 26 September 2023

BAB III

PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan menguraikan hasil penelitian yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara. Adapun data yang diperoleh dilapangan yaitu Owner menjual barang nya menggunakan beberapa cara di sosial media sehingga mendapatkan banyak *reseller*, peneliti akan menjelaskan tentang analisis muamallah persaingan usaha mengenai isi dan pelaksanaan bentuk persaingan usaha Kecamatan Sakra, Kabupaten Lombok Timur.

A. Bentuk Persaingan Usaha *Ollshop Galery Asry* dan *Lias Shoop* Kecamatan Sakra, Kabupaten Lombok Timur

Bentuk persaingan usaha antara *Ollshop Galery Asry* dan *Lias Shoop* ini dengan cara mempromosikan barang nya melalui sosial media sehingga banyak menarik *reseller* atau pembeli, Promosi yang dilakukan *Galery Asry* ini dengan cara mencari *reseller* dan memasuki ke grup nya dan juga ada *reseller* yang tiba – tiba di chat dan dimasukan ke grup reseller sedangkan promosi yang dilakukan oleh *Lias Shoop* ini dengan cara *reseller* yang sangat penasaran sama barang dan harga nya sehingga banyak sekali *reseller* yang ingin bergabung di grup *reseller*. Para *reseller* tertarik dengan harga barang yang sangat murah dengan kualitas yang bagus dan juga cara pelayanannya. Tapi di *Galery Asry* ini harga barang mulai dari Rp.13.000 (Tiga Belas Rbu Rupiah) sedangkan di *Lias Shoop* harga barang mulai dari Rp.14.000 (Empat Belas Ribu Rupiah) dan juga memiliki cabang.

Persaingan bisnis dalam pelaksanaan terdapat beberapa aspek yang umumnya menjadi objek persaingan oleh para pelaku bisnis, diantaranya seperti:

a. Produk (barang atau jasa)

Produk (barang atau jasa) menjadi objek persaingan salah satu dari segi kualitas. Kualitas produk mempengaruhi daya tarik konsumen. Selain dari segi kualitas produk (barang atau jasa) ada dari segi varian (ragam pilihan) juga harus diperhatikan. Dalam bisnis produk adalah barang atau jasa yang di perjual belikan. Barang adalah produk fisik yang dpata dibeli oleh pelanggan sedangkan jasa

adalah fasilitas atau manfaat yang diberikan kepada konsumen atau pelanggan.

b. Harga

Harga menjadi salah satu aspek yang di persaingkan dalam persaingan bisnis. Bagi konsumen yang menilai dari segi kualitas harga menjadi salah satu magnet tersendiri, sehingga menetapkan harga yang kompetitif bahkan cenderung “miring” peluang untuk memenangkan persaingan dengan memperoleh konsumen sebanyak akan semakin besar. Kualitas produk ini sangat mengacu pada seberapa baik suatu produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan memenuhi tujuan standar yang ada, perusahaan juga dapat mengevaluasi kualitas barang dan layanan mereka berdasarkan berbagai prespektif yang menunjukkan bagaimana kelompok memandang kegunaannya. Harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan yang memuaskan keinginan pelanggan.

c. Tempat

Seorang pelaku bisnis ketika mengadakan sebuah aktivitas bisnis sudah tentu membutuhkan sebuah tempat, namun untuk menyediakan tempat tersebut satu hal yang harus diperhatikan ialah lokasi dimana semakin strategis lokasi yang dipilih maka akan semakin menguntungkan dalam kegiatan berbisnis tersebut, untuk itu penentuan tempat sebagai lokasi aktivitas bisnis merupakan salah satu strategi dalam menghadapi persaingan bisnis. Suatu usaha harus memiliki tempat yang lebih strategis lagi supaya banyak pembeli dan juga banyak pelanggan sehingga banyak menguntungkan dan berbisnis karena lokasi usaha sangat berpengaruh sekali terhadap kesuksesan dan keberhasilan suatu usaha.

d. Pelayanan

Pelayanan biasa menjadi objek persaingan dalam bisnis yang berfokus untuk menghasilkan produk berupa jasa. Hal ini dikarenakan nilai komersial dalam produk berupa jasa terletak pada pelayanan (*service*). Jasa atau pelayanan dapat didefinisikan sebagai suatu buatan (*deed*), tindakan (*act*) atau pelaksanaan (*performace*), sehingga letak kepuasan konsumen dipengaruhi oleh interaksi mereka dengan tenaga yang memberikan jasa dan jenis fasilitas

pelayanan yang ditawarkan. Oleh karena itu mereka para pembisnis berlomba- lomba untuk meningkatkan pelayanan yang sangat baik sehingga dapat menarik banyak konsumen.³⁷ Pelayanan yang dimana suatu usaha harus bisa melayani orang lain atau pembeli dengan memperoleh jasa yang baik sehingga pembeli merasa dapat pelayanan yang lebih puas dengan standar yang telah ditetapkan, selain pelayanan suatu usaha juga harus memiliki tindakan atau suatu perbuatan, perilaku atau aksi yang dilakukan untuk mencapai tujuannya. Suatu pelaksanaan sebagai usaha atau kegiatan tertentu yang dilakukan untuk mewujudkan rencananya yang lebih matang lagi baik secara individu atau secara tim.

Menurut Tjiptono promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan atau produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kedalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan³⁸. Setiap pembeli pasti menginginkan pelayanan yang sangat bagus sekali sehingga para pembeli bisa lebih nyaman untuk memilih produk yang di inginkan.

Setiap perusahaan harus mendasarkan bisnisnya pada etika bisnis dan pada prinsip – prinsip berbisnis dalam etika. Prinsip – prinsip ini berfungsi sebagai pedoman dan memiliki standar untuk mencegah setiap perbedaan dan kekurangan dalam etika pengoperasian perusahaan.³⁹

³⁷ Muhammad Irsyad Bahyaqi Al-Qodiri, *Persaingan Bisnis Dalam Al-Qur'an (Studi Komparatif atas Perspektif M Quraish Shihab dan Yusup Qardhawi)*, (Skripsi Uin Sunan Ampel Surabaya 2020) Halaman 34 - 36

³⁸ Agil Lastianto, Ari Pradhanawarti dan Widiartanto, *Pengaruh Promosi Intensitas Persaingan Dan Kebijakan Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Bandeng Presto Pada SeNTRA Usaha Bandeng Presto Kelurahan Tambakrejo Semarang*, (Jurnal Ilmu Administrasi Universitas Diponegoro) Halaman 3 dan 4

³⁹ Afriansyah, Arum Ardianingsih, Rahmawati Habibu, *Konsep dan Teori Etika Bisnis*, Eureka Media Aksara, September 2022 Anggota Ikapi Jawa Tengah, Halaman 84

Pada setiap kepuasan pembeli muncul ketika owner memberi kenyamanan dan pelayanan yang sangat bagus terhadap pembeli sehingga pembeli merasa puas atas pelayanan tersebut. Suatu perusahaan memiliki berbagai banyak varian – varian untuk menarik pembeli lebih banyak lagi dengan banyak metode promosi.

Empat asumsi yang melandasi agar terjadinya persaingan sempurna pada suatu pasar tertentu, yaitu:

1. Pelaku usaha tidak dapat menentukan harga produk atau jasa secara sepihak. Adapun yang menentukan harga pasar adalah berdasarkan *ekuilibrium* permintaan dan penawaran (*supply and demand*).
2. Barang dan atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha adalah yang betul – betul sama.
3. Pelaku usaha mempunyai kebebasan untuk masuk atau keluar pasar.
4. Konsumen dan pelaku usaha memiliki informasi yang sempurna tentang berbagai hal, diantaranya kesukaan, tingkat pendapatan, biaya dan teknologi yang digunakan untuk menghasilkan barang atau jasa.

Tati Suharti Joesron dan M. Fathorrazi berpendapat bahwa suatu pasar dapat dikatakan sebagai persaingan sempurna jika memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- a. Terdiri dari banyak penjual dan banyak pembeli, hal ini menyebabkan perilaku penjual atau pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan pasar, karena merupakan bagian kecil dari keseluruhan yang ada di pasar. Seorang pembeli harga di pasar bersifat *datum*, artinya berapapun jumlah barang yang dijual di pasar harganya akan tetap. Harga pasar ditentukan oleh bekeranya mekanisme pasar yaitu oleh interaksi antara seluruh penjual dan pembeli yang ada di pasar.
- b. Adanya kebebasan untuk membuka dan menutup perusahaan, dalam hal ini tidak adanya hambatan yang menghalangi perusahaan untuk memuliah usaha baru jika dianggap menguntungkan dan menutup usahanya jika merugikan baik secara legal maupun hambatan lainnya.

- c. Barang yang dijual belikan bersifat homogen. Dalam hal ini barang yang diperjual belikan dipastikan merupakan pengganti yang sepurna terhadap barang yang dihasilkan oleh produsen lain dalam semua segi.
- d. Penjual dan pembeli merupakan pengetahuan yang sempurna tentang pasar, yang dimana hal ini penjual dan pembeli mempunyai pengetahuan yang sempurna tentang keadaan pasar, yaitu mengetahui tingkat harga yang lengkap tentang pasar.⁴⁰

Dari hasil wawancara diatas yang dimana Galery Asry dan Lias Shoop tetap memberitahukan tetntang harga barang dan juga informasi tentang penjualan mereka.

Bentuk persaingan bisnis dikenal dengan dinamika persaingan dalam bentuk memperebutkan pelanggan, bentuk persaingan bisnis sebagai berikut:

- a. Persaingan sehat
Persainga sehatn yang dimana suatu perusahaan atau pelaku bisnis yang diyakini tidak akan melakukan tindakan yang tidak layak dan cenderung mendepankan etika bisnis
- b. Persaingan tidak sehat
Persainga tidak sehat yang dimana persaingan ini terjadi memperubutkan para pelanggan dari beberapa pihak dan melakukan usaha dengan menjatuhkan lawan, sehingga salah satu tersingkirkan.

Penyebab terjadinya Persaingan Bisnis

1. Produk yang di perjual belikan sama
2. Saluran distribusi sama
3. Adanya perubahan naik turun harga
4. Pamasokan produksi sama

Berdasarkan teori ekonomi, jual rugi adalah suatu kondisi dimana suatu pelaku usaha menetapkan harga jual dari barang dan atau jasa yang diproduksinya di bawah biaya

⁴⁰ Is Susanto, Maya Melia, Darania Anisa, “Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia Menurut Hukum Ekonomi Islam dan Undang – Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat”, (Jurnal Of Islamic Economics, Finance and Banking Vol.3 No.2, November 2019), Halaman 87 - 88

total rata – rata. Pelaku usaha akan memperoleh keuntungan apabila harga jual terhadap suatu barang dan jasa yang dijualnya lebih besar dari atau sama dengan biaya produksinya, atau lebih besar biaya total rata – rata.

Pada umumnya praktek jual beli yang dimaksud untuk suatu tujuan tertentu, seperti mematikan pelaku usaha pesaing di pasar bersangkutan yang sama, membatasi pesaing dengan memperlakukan harga jual rugi sebagai *entry barrie*, memperoleh keuntungan besar di masa mendatang, mengurangi kerugian yang terjadi di masa lalu atau merupakan harga promosi dalam upaya memperkenalkan produk baru sebagai alat strategi pemasaran. Strategi jual rugi tidak selamanya dapat dikategorikan sebagai tindakan yang dapat mematikan pelaku usaha, ada juga beberapa praktik jual rugi yang dimaksud untuk mengurangi kerugian di masa lalu yang biasa dikenal dengan istilah “cuci gudang” untuk mengurangi kerugian yang lebih besar atau menghabiskan persediaan barang yang mendekati kadaluarsa atau harga barang untuk memperkenalkan produk sebagai alat strategi pemasaran. Ada beberapa istilah ekonomi terkait tentang praktik jual beli sebagai berikut:

- a. Pangsa pasar, pelaku usaha yang memiliki pangsa pasar yang besar sering kali dapat bertindak sebagai *price setter* atau *price leader*.
- b. Biaya adalah nilai pasokan yang digunakan untuk menghasilkan pengeluaran. Dalam ilmu ekonomi perusahaan biaya terdiri dari langsung atau tidak eksplisit dan biaya implisit. Biaya eksplisit adalah pengeluaran nyata dari kas pelaku usaha untuk membeli atau menyewa jasa faktor – faktor produksi yang dibutuhkan . Sedangkan biaya implisit adalah harga produk yang memperhitungkan faktor – faktor yang

dimiliki sendiri oleh perusahaan dan dipakai dalam proses produksinya sendiri.⁴¹

Bisnis dengan segala bentuknya ternyata tanpa disadari telah terjadi dan menyelimuti aktivitas dan kegiatan kita setiap harinya. 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. 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 laba⁴².

A. 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. 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.

⁴¹ Richard Febryan Raintung, "Tinjauan Hukum Persaingan Usaha Dalam Pencegahan Praktik Jual Rugi Pada Perdagangan Marketplace", (Skripsi Universitas Hasanudin Mkasar 2022), Halaman 22 - 23

⁴² Putri Wita, "Persaingan Usaha Dalam Prespektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pedagang sayur keliling dan warung sayur di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur)", (Skripsi IAIN Metro 2019), Halaman 21

Berdasarkan uraian yang ditelaah di jelaskan tersebut, kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi par konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan pelaku bisnis.⁴³

B. 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 spesifik⁴⁴.

⁴³*Ibid*, Halaman 28

⁴⁴*Ibid*, Halaman 30

C. Proses Keputusan Konsumen

Konsumen mengambil keputusan membeli barang atau jasa

melalui beberapa tahap berikut:

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.

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. Ketersediaan

konsumen membeli kembali lagi produk merupakan salah satu sarana yang diperlukan perusahaan untuk mempertahankan kegiatan bisnis.⁴⁵

B. Analisis Fiqih Muamallah Persaingan Usaha Di Kecamatan Sakra, Kabupaten Lombok Timur

Dalam praktik kehidupan sehari – hari manusia berdekatan dengan bisnis. Bisnis adalah kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Barang dan jasa akan didistribusikan oleh masyarakat yang membutuhkan, dari kegiatan distribusi tersebut, pelaku bisnis akan menambah keuntungan. Menggunakan modal sekecil mungkin dan mendapatkan hasil yang berlipat dari modal awal. Kegiatan bisnis yang seperti ini menjadikan pelaku bisnis tidak memikirkan tanggung jawab yang harus dilakukan, untuk menjadikan bisnis sebagai kegiatan usaha yang baik maka aturan – aturan bisnis harus dilakukan agar bisnis berjalan dengan baik dan tidak merugikan orang lain.

Islam mengatur semua kegiatan manusia termasuk dalam melakukan muamallah dengan memberikan batasan apa saja yang boleh dilakukan dan apa saja yang tidak boleh dilakukan.

Seorang manusia yang unggul adalah manusia yang taqwa kepada Allah Swt akan menjalankan bisnis dengan membawa keseimbangan dalam hidupnya, imbang dalam hal dunia dan akhirat.⁴⁶

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwa bentuk usaha yang dilakukan *Ollshop* yang dimana Galery Asry dan Lias Shoop menggunakan sosial media untuk mempromosikan barangnya dan memiliki keunggulan masing – masing untuk menarik banyak *reseller* atau pembeli. *Ollshop* tersebut memiliki faktor disetiap harga produk yang dijual sehingga memiliki kualitas yang berbeda – beda.

Jika dianalisis menurut islam maka Galery Asry dan Lias Shoop harus memiliki etika yang baik untuk mentaruh harga barang yang sesuai dengan harga yang sebagaimana sudah dijelaskan di dalam Al-Qur'an Suarh Al- Mulq Ayat 15:

⁴⁵ Ibid, Halaman 32 - 33

⁴⁶ Ariyadi, Bisnis Dalam Islam, (Jurnal Haradul Madaniyah, Volume 5, 1 Juni 2018) Halaman 13 dan 14

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ
النُّشُورُ

Artinya: “Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahi lah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.” (Q.S Al-Mulk Ayat 15)⁴⁷

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah Swt telah menyuruh hamba – hamba nya untuk mencari rizki dengan cara yang baik, disaat rizki itu sudah diperoleh maka harus mempergunakan harta miliknya dengan baik dan benar.

Disamping itu ada unsur yang harus di penuhi agar transaksi jual beli tidak ada yang salah paham dan juga harus bisa menjaga etika dalam menjalankan usaha.

Menurut Hamzah Ya'yub etika adalah ilmu tentang perilaku manusia dan prinsip moral yang benar. Etika adalah ilmu tentang usaha mencari baik dan buruk, dilakukan dengan mengamati tingkah laku yang dapat diketahui manusia melalui akal dan pikiran.

Menurut Sudarsono etika islam adalah ajaran etika berdasarkan ajaran agama islam yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW, dengan nilai- nilai luhur, sifat terpuji dan kebaikan mutlak. Islam mewajibkan kepada muslim, bahwa bekerja adalah salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki kekayaan⁴⁸.

Hal ini sebagaimana yang ditegaskan oleh Allah Swt dalam Q.S Al-Nisa Ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang – orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak

⁴⁷ Q.S Al-Mulk Ayat 15

⁴⁸Nur Manna Silviyah, “Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM”, Jurnal Pemikiran dan Penelitian. Volume 10 Januari 2020, Halaman 97 dan 99

benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah Maha penyayang kepadamu.” (Q.S Al-Nisa Ayat 29)⁴⁹

Dalam menjalankan usaha tentu kita harus siap bertanggung jawab atas tindakan kedepannya, penjual yang baik dimana Galery Asry mendapatkan *reseller* dengan cara mengambil Nomor orang dan untuk dijadikan *reseller* di Ollshopnya. Perbandingan cara promosikan barang Galery Asry dengan Lias Shoop sangat berbeda dan juga tidak semua media sosial digunakan. Penurunan harga yang ada terjadi di gallery Asry sehingga terjadi para *reseller* beranggapan bahwa *Ollshop* Glaery Asry dan Lias Shoop ini bekerjasama.

Dalam islam terdapat beberapa tujuan etika bisnis diantara nya:

Membangun kode etik islam yang mengatur, mengembangkan serta menancapkan metode berbisnis dalam kerangka ajaran agama. Kode etik ini yang dimana kedua *Ollshop* tersebut harus bisa menerapkan etika terhadap reseller dan menjadi owner yang bisa melayani reseller nya dengan ramah, bijak dan juga dengan cara yang adil.

- a. Kode etik bisa menjadi dasar hukum dalam menetapkan tanggung jawab bagi para pelaku bisnis terutama bagi diri sendiri, antar komunitas, bisnis, masyarakat serta diatas segala merupakan tanggung jawab dihadapan Allah Swt. Kedua *Ollshop* tersebut harus bisa bertanggung jawab atas diri nya sendiri karena di Ollshop Galery Asry ini mendapatkan *reseller* dengan cara mencari No Hp ke semua reseller yang ada di Lias Shoop, maka hal itu harus bisa di pertanggung jawabkan.
- b. Dalam kode etik ini digunakan sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan persoalan – persoalan yang muncul dari pada harus diserahkan kepada pihak peradilan. Lias Shoop yang dimana sudah mendaftarkan *Ollshop* nya sehingga dapat perlindungan hukum disaat *Ollshop* nya di tiru Olleh Galery Asry.
- c. Kode etik dapat memberikan kontribusi yang besar dalam penyelesaian banyak persoalan yang terjadi baik antar sesama

⁴⁹ Q.S Al-Nisa Ayat 29

pelaku bisnis dan masyarakat setempat. Dimana kita ketahui bahwa di dalam dunia usaha pasti terdapat persaingan antar usaha dan *Ollshop Galery Asry* ini menyelesaikan suatu permasalahan dengan cara tidak mengabaikan dan tidak mau menuntaskan suatu permasalahan yang di lakukan terhadap Lias Shoop sehingga terjadi bertingkaian.⁵⁰

Adanya persaingan usaha tentunya juga berdampak dalam hal penetapan harga pada produk yang di perjual belikan. Namun ada faktanya banyak pengusaha yang menetapkan harga jual yang tinggi untuk meraih keuntungan yang sebesar – besarnya. Ada juga yang merendahkan atau membanting harga guna menjatuhkan pesaing atau merusak harga pasar. Dalam persaingan usaha sesuai syariat telah dijelaskan bahwa persaingan yang sehat itu adalah persaingan yang dilakukan dengan wajar, tidak menabrak batas – batas aturan agama dan Negara, dan sesuai dengan etika bisnis serta tidak menimbulkan kerugian bagi pihak lain⁵¹.

Pandangan Fiqih Muamallah ini didasari dari dari beberapa pertimbangan yang diantaranya memiliki status hukum yang kuat, adanya kesesuaian dengan tujuan syariah dimana memberikan kemudahan, keringanan serta peluang untuk membuat perubahan untuk menggunakan akad – akad modern saat transaksi.⁵² Menurut hasil survei yang peneliti lakukan di toko Lias Shoop terdapat tulisan “Maaf Barang Yang Suda Dibeli Tidak Dapat Di kembalikan” penulisan itu supaya para pembeli biar lebih berhati – hati untuk melihat barang apa saja yang di beli nya, sedangkan di Galery Asry tidak terdapat penulisan atau akada yang terjadi di toko tersebut.

Islam melalui Al-Qur’an dan Hadis telah mengatur bagaimana agar kegiatan bisnis yang dijalankan dapat memberikan kemakmuran

⁵⁰Nur Manna Silviah, “Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM”, Jurnal Pemikiran dan Penelitian. Volume 10 Januari 2020, Halaman 99

⁵¹ Diah Sulistianingsih “Tinjauan Fiqih Persaingan Usaha Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Toko Kelontong” (Studi Kasus di Jalan Barong Kelurahan Kestorasi Kecamatan Babadan Kabupaten Ponorogi), (Skripsi Institusi Agama Islam Negeri Ponorogo 2022), Halaman 71

⁵² Mita Musfa, M. Anwar Hindi, Andi Sudarmin Azis, Analisa Penerapan Multi Akad pada Produk Pembiayaan Dalam Perspektif Fiqih Muamallah (Studi Kasus Kopersai Mitra Dhuafa cabang polewli), Volume 4 No.1 Mei 1022

dan kebahagiaan (kemaslahatan) baik untuk lingkungan dalam maupun lingkungan di luar bisnis tersebut.

Islam merupakan sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk wacana bisnis, islam memiliki wawasan yang *komprehensif* tentang etika bisnis. Mulai dari prinsip dasar, pokok – pokok dalam perdagangan, faktor – faktor produksi, tenaga kerja, modal organisasi, distribusi kekayaan, masalah upah, barang dan jasa, kualifikasi dalam bisnis sampai kepada etika sosial ekonomi yang menyangkut hak milik dan hubungan sosial. Islam memiliki pandangan yang positif terhadap perdagangan dan kegiatan ekonomi. Nabi Muhammad Saw adalah seorang pedagang dan islam dapat ke berbagai penjuru dunia salah satunya melalui para pedagang muslim. Islam tidak membatasi umatnya untuk berbisnis, namun ada batasan yang boleh dan tidak boleh dilakukan umat islam berbisnis.⁵³

Menurut Muhammad dalam etika bisnis islam ada beberapa prinsip yang harus diperhatikan oleh setiap orang dalam menjalankan bisnis, yaitu:

1. *Unity* (kesatuan)

Unity merupakan refleksi konsep tauhid yang memadukan seluruh aspek kehidupan baik ekonomi, sosial, politik budaya menjadi keseluruhan yang *homogeny*, konsisten dan teratur. Disetiap Usaha harus memiliki perpaduan aspek tersebut sehingga memiliki daya tarik yang sangat menarik sekali. Praktik dalam bisnis berguna untuk:

- a. Terciptanya hubungan yang harmonis, saling ridha, tidak ada unsur eksploitasi. Setiap owner dan pembeli harus memiliki hubungan yang sangat homuris sehingga kedua belah pihak saling membantu satu sama lain dan juga tidak merasa dirugikan.
- b. Taat kepada Allah Swt dan Rasulullah Saw. Suatu usaha atau bisnis harus mentaati apa yang sudah menjadi larangannya dan juga harus mentaati semua peraturan yang sudah tertera di Al-Qur'an atau hadis.

⁵³ Angga Syahputra, Etika Berbisnis Dalam Pandangan Islam, (Jurnal Ar – Tijarah Vol.1 No. 1 Januari – Juni 2019) Halaman 27 dan 28

- c. Meninggalkan perbuatan yang tidak beretika dan mendorong setiap individu untuk bersikap amanah karena kekayaan yang ada merupakan amanah dari Allah. Setiap orang harus memiliki etika supaya kita tidak bisa sembarangan untuk melakukan hal yang tidak diinginkan (kecurangan), didalam dunia usaha atau bisnis kita harus menerapkan etika yang bagus yang sesuai amanah dari Allah Swt.
2. *Equilibrium* (Keseimbangan)
Keseimbangan, kebersamaan dan kemoderatan merupakan bisnis etis yang harus diterapkan dalam aktivitas maupun entitas bisnis. Di dalam dunia Usaha atau Bisnis kita tidak boleh mengurangi timbangan sedikitpun atau melakukan suatu kecurangan karena itu sudah jelas dilarang oleh Allah Swt dan juga kita harus menentukan harga sesuai dengan kualitas dan juga harga pasar. Praktik dalam bisnis yaitu:
 - a. Tidak melakukan kecurangan seperti dalam takaran dan timbangan
 - b. Penentuan harga berdasarkan mekanisme pasar yang normal
 3. *Free will* (Kebebasan Berkehendak)
Kebebasan disini dalam artian bebas memilih atau bertindak sesuai etika.⁵⁴ Sebagaimana didalam Al – Qur’an Surah Al – Kahfi Ayat 29

وَقُلِ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكُمْ فَمَنْ شَاءَ فَلْيُؤْمِنْ وَمَنْ شَاءَ فَلْيُكْفُرْ

Artinya: “Dan katakanlah (Muhammad) kebenaran itu datang dari Tuhanmu, barang siapa yang menghendaki (beriman) hendaklah ia beriman dan barang siapa menghendaki (kafir) biarlah ia kafir” (QS. Al-Kahfi:29)⁵⁵

4. *Responsibility* (Tanggung Jawab)
Menurut *Syaqid Quthb* adalah tanggung jawab yang seimbang dengan segala bentuk dan ruang lingkupnya, antara jiwa dan raga, antara orang dan keluarga, antara individu dan masyarakat serta

⁵⁴ Ibid, Halaman 29

⁵⁵ Qs. Al-Kahfi ayat 29

antara masyarakat satu dengan masyarakat lainnya. Setiap orang yang memiliki suatu usaha harus mempunyai tanggung jawab sepenuhnya atas usahanya sendiri dan juga tidak mencontong nama baik suatu usaha.

5. *Benevolence* (Kebenaran)

Kebenaran disini meliputi kebajikan dan kejujuran. Kebenaran adalah bagian dari niat, sikap dan perilaku benar dalam melakukan berbagai proses komoditas dan proses perkembangan.⁵⁶ Suatu usaha harus dilakukan dengan cara yang benar dan jujur agar tidak terjadi kecurangan di dalam suatu usaha yang sedang dijalani.

Berdasarkan pendapat Syeh Zakaria Al-Anshari jual beli ialah: “Tukar menukar sesuatu dengan yang lainnya. Sayyid Sabid dalam kitab fiqh sunnah menerangkan jual beli secara etimologi bahwa jual beli berdasarkan pendapat definisi lughawiyah ialah saling menukar (pertukaran).

Sedangkan berdasarkan pendapat Hamzah Ya’qub dalam bukunya Kode Etik Dagang berdasarkan pendapat Islam menjelaskan: “Jual beli berdasarkan pendapat bahasa yakni, menukar sesuatu dengan sesuatu”. Dari definisi tersebut dapat dipahami bahwa inti jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang memiliki nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak.⁵⁷ Dalam istilah fiqh jual beli bermakna tukar menukar barang dengan barang lain atau uang yang disertai dengan ijab qabul dengan syarat rukun tertentu. Jual beli juga harus terhindar dari usaha tipu – menipu yang merugikan orang lain.

Islam melarang adanya persaingan usaha secara bebas dengan menghalalkan berbagai cara, jelas hal ini sangat bertentangan dengan prinsip – prinsip muamallah, karena pada dasarnya islam memerintahkan ummatnya untuk membuat kebaikan yang artinya bahwa persaingan bukan sebagai usaha yang mematikan pesaing lainnya. Karena banyak prinsip bisnis modern yang dipraktikkan perusahaan besar dunia sebenarnya telah diajarkan oleh Nabi

⁵⁶ Angga Syahputra, Etika Bisnis Dalam Pandangan Islam, (Jurnal Ar – Tijarah Vol.1 No. 1 Januari – Juni 2019) Halaman 30

⁵⁷ Akhmad Farroh Hasan, M.Si., Fiqih Muamallah Dari Klasik Hingga Kontemporer, 1 Oktober 2018, Halaman 29 dan 30

Muhammad Saw. Prinsip kejujuran dan keterbukaan ini juga berlaku terhadap mitra kerja. Seorang yang diberi amanat untuk mengerjakan sesuatu harus membeberkan hasil kerjanya dan tidak menyembunyikannya.

Saling menjaga agar hak orang lain tidak terganggu selalu ditekankan dalam menjaga hubungan antara yang satu dengan yang lain sebagai bentuk dari keadilan Rasulullah SAW menjadikan contoh bagaimana bersaing secara sehat dan baik dengan memberikan pelayanan yang baik dan jujur dengan kondisi barang dagangan dan melarang kolusi yang ada dalam persaingan bisnis karna menyebabkan perbuatan dosa dan harus di jauhi.

Pada masing-masing pelaku usaha akan mampu meningkatkan target penjualan tanpa harus merugikan pihak lain. Karena Islam mengajarkan untuk melakukan kebaikan, dan ini dijadikan sebagai dasar atau praktek dalam usaha.⁵⁸

Realita sekarang banyak sekali para pedagang yang mengabaikan etika dalam menjalankan usahanya. Selain itu, persaingan menjadikan para pedagang atau pengusaha kerap kali mengabaikan etika bisnis yang harus diterapkan dalam menjalankan suatu usaha. Persaingan yang dikatakan sempurna adalah apabila sesuai dengan harga kesepakatan bersama antar pelaku usaha. Hal tersebut sudah diatur dalam islam supaya tidak merugikan salah satu pihak.

Seorang muslim haruslah berperilaku sesuai dengan ajaran islam. Hal ini berarti moral (akhlak) islam menjadi pegangan pokok dari pelaku ekonomi yang menjadi panduan mereka dalam melakukan kegiatan. Moral menempati posisi penting dalam islam karena membentuk pribadi yang baik.⁵⁹

⁵⁸Oryza Sativa, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Persaingan Usaha Transportasi Online” (Studi Pada Transportasi Online Gojek dan Maxim di Bandar Lampung), (Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2023), Halama 16 - 17

⁵⁹ Rosmaya, Muhammad Ali Rusdi Bedong, Muhammad Kamal Zubair, Wahidin, “Analisis Etika Bisnis Dalam Persaingan Usaha Pabbagang di Desa Pallemeang Kabupaten Pinrang”,(Jurnal Syariah dan Hukum Volume 20 Nomor 1 Juli 2022), Halaman 3

Salah satu unsur hukum islam adalah muamallah atau hukum ekonomi bisnin, berbisnis merupakan aktivitas manusia dalam mendapatkan rezeki secara halal, sehingga tidak bisa dipisahkan dari upaya munculnya persaingan dalam bisnis. Rasulullah saw., memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang, Rasul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaingnya.

Berdasarkan wawancara dan intrepetasi serta analisis pada sub-bab sebelumnya (pihak yang bersaing), segi cara bersaing Galery Asry dan Lias Shoop memiliki kelebihan dan kelemahan masing – masing, yang dimana cara pelayanan yan ada di Galery Asry biasa saja sedangkan di Lias Shoop pelayanannya sagat ramah sekali.⁶⁰

Dalam ajaran Islam, meskipun keuntungan yang dihasilkannya melakukan ikhtikar lebih sedikit, akan tetapi hal ini merupakan keuntungan yang mencerminkan keadilan baik untuk penjual maupun untuk pembeli atau dengan kata lain harga harus mencerminkan keadilan baik dari sisi penjual maupun pembeli. Sedangkan dalam ekonomi konvensional tujuan bisnis secara umum adalah untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dengan korbanan biaya yang sekecil-kecilnya.

Hal tersebut hampir menjadi sebuah kepercayaan bagi siapa saja yang bergerak atau terjun kedalam dunia usaha. Bahkan dikalangan umat islam pun masih banyak yang memakai konsep ini. Secara logis hal tersebut benar-benarkan mengesampingkan akan etika usaha atau etika bisnis, karena bisa jadi ketika mengikut norma-norma etika bisnis, keuntungan yang diperoleh tidak maksimal, bahkan membutuhkan suatu korbanan biaya yang tinggi. Selain keadilan, hal lain yang membedakan ajaran ekonomi Islam dan ekonomi konvensional adalah kesederhanaan dan persaudaraan.

Oleh karena itu menjadi sangat penting bagi kaum muslimin untuk mengacu pada ajaran Islam dalam melakukan berbagai transaksi usaha. Persaingan usaha yang diperbolehkan menurut Islam adalah persaingan yang dilakukan dengan cara Islami, dan

⁶⁰*Ibid*, Halaman 11

dapat dibenarkan menurut syara' asal memenuhi etika bisnis yang digariskan dalam ajaran Islam, yakni antara lain memenuhi syarat dan rukun muamalah yang tidak menimbulkan kerugian atau kesempatan terhadap orang lain.

Pengaruh Islam terhadap persaingan bisnis adalah untuk menjadikan persaingan yang baik dan normal dalam menjalankan bisnis/usaha.⁶¹

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 ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ 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)⁶²

Setelah ditegaskan bahwa Allah adalah Maha luas pengetahuan- Nya, 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. 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 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

⁶¹ Meirina Dewi pratiwi, “Persaingan usaha”

⁶² Q.S Al – Mulk Ayat 15

hadapi dengan sikap positif tanpa meninggalkan hal-hal prinsip yang telah Allah perintahkan kepadanya.

Dalam hal ini, seorang muslim akan memandang berbisnis 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 berbisnis, sedangkan terbaik di hadapan manusia dengan menjalankan bisnis dengan produk yang bermutu, harga bersaing, dan dengan pelayanan total.⁶³



Perpustakaan UIN Mataram

⁶³ Putri Wita, "Persaingan Usaha Dalam Prespektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pedagang sayur keliling dan warung sayur di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur)", (Skripsi IAIN Metro 2019), Halaman 19 - 20

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Praktik atau bentuk persaingan yang dilakukan oleh Galery Asry dan Lias Shoop memiliki perbedaan sehingga keduanya memiliki keunggulan yang berbeda dan juga kedua Ollshoop tersebut mempunyai perbandingan harga dengan selisih Rp. 1.000 (Satu Ribu Rupiah) akan tetapi dengan perbandingan harga tersebut para reseller atau pelanggan bisa memilih kualitas barang mana yang lebih bagus sehingga bisa memuaskan pelanggan. Pelayanan kedua Ollshop juga sangat berbeda sekali yang dimana pelayanan di Galery Asry biasa saja sedangkan pelayanan yang ada di Lias Shopp sangat ramah sekali dan juga bisa akrabg kepada pelanggan sehingga pelanggan sangat nyaman sekali untuk membeli barang di Lias Shoop
2. Dalam praktik kehidupan sehari – hari manusia berdekatan dengan bisnis, kegiatan bisnis yang seperti ini menjadikan pelaku bisnis tidak memikirkan tanggung jawab yang harus dilakukan. Islam mengatur semua kegiatan manusis termasuk dalam melakukan muamalah dengan member batasan apa saja yang boleh dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan. Pandangan fiqih muamalah ini didasari dari beberapa pertimbangan yang diantaranya memiliki status hukum

B. Saran

1. Semua usaha harus memiliki tanggung jawab dalam suatu usaha yang dijalannya dan juga mengikuti syariat islam dan tidak boleh melakukan kecurangan dalam melakukan usaha dan bisnis, di dalam dunia bisnis atau usaha kita harus melakukan kejujuran supaya pelanggan atau konsumen bisa lebih nyaman dan juga kita harus sangat ramah terhadap konsumen
2. Seorang muslim harus memandang bisnis sebagai pelaksanaan perintah dari Allah Swt untuk bertebaran di muka bumi dalam mencari karunia nya, di dalam islam harus mentaati peraturan yang

sudah diatur oleh ajaran agama islam yang sesuai dengan syariat dan contoh dari Nabi Muhammad Saw.



Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR PUSTAKA

Buku / Jurnal / Artikel

Agus Rohmat Hidayat “Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Jual Beli Online Account Game Mobile Legends: Bang Bang Dalam Tinjauan Fiqih Muamallah” Vol. 1 No. 1 Mei 2020

Ahmad Sarwat, LC.,MA “Fiqh Jual Beli”

Akhmad Mujahidin, Ekonomi Isla, Jakarta: PT. Raja Grafindo persada, 2007

Agung Sujatmiko Universitas Airlangga Surabaya “Lisensi Merek Mendukung Persaingan Usaha” (Jurnal Hukum Pro Justitia, Volume 28 No.2 Oktober 2010)

Ariyadi, Bisnis Dalam Islam,(Jurnal Haradul Madaniyah, Volume 5, 1 Juni 2018)

Angga Syahputra, Etika Berbisnis Dalam Pandangan Islam, (Jurnal Ar – Tijarah Vol.1 No. 1 Januari – Juni 2019)

Akhmad Farroh Hasan, M.Si., Fiqih Muamallah Dari Klasik Hingga Kontemporer, 1 Oktober 2018

Dr.Muhaimin ,SH.,M.Hum “Metode Penelitian Hukum”

Henny Damaryanti, Setyo Utomo, Annurdi “Penerapan Pendapatan Per se Illegal Dalam Pemeriksaan Kasus Penetapan Harga Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat” (Studi Kasus Putusan KPPU RI No. Nomor 14/KPPU-I/2014)

Is Susanto, Maya Melia, Darania Anisa, “Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia Menurut Hukum Ekonomi Islam dan Undang – Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat”, (Jurnal Of Islamic Economics, Finance and Banking Vol.3 No.2, November 2019)

Johan Arifin, Etika Bisnis Islam, Semarang: Walisongo Press: Cetakan 1, 2009

Muhammad Iklil “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Ras Sablon Desa Wero Lor Cirebon” Vol.1 No.1 Mei 2020

MudrajadKuncoro, Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif, Jakarta:Erlangga, 2005

- Mita Musfa, M. Anwar Hindi, Andi Sudarmin Azis, Analisa Penerapan Multi Akad pada Produk Pembiayaan Dalam Perspektif Fiqih Muamallah (Studi Kasus Kopersai Mitra Dhuafa cabang polewli), Volume 4 No.1 Mei 2022
- Nur Manna Silviah, “Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM”, Jurnal Pemikiran dan Penelitian. Volume 10 Januari 2020
- Oryza Sativa, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Persaingan Usaha Transportasi Online” (Studi Pada Transportasi Online Gojek dan Maxim di Bandar Lampung), (Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2023)
- Reza woran, Ventje Ilat, Lida Mawikere, “Penentuan Harga Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Pada UD.Vanela” Vol.2 No.2 Juni 2014
- Rubyanata Harahap, Wulan Tri Gartanti, Dadi Ahmadi, “Komunikasi Antar Pribadi Antar Reseller Dengan Produsen Cantiqia Kemiri” (Studi Deskriptif Mengenai Komunikasi Antar Pribadi Antara Reseller Dengan Produsen Cantiqi Kemiri)
- Rumadi Ahmad, M, Afif Hasbullah, Marzuki Wahid, Kharnami Zada, Mahbub Ma’afi, Irwan Masduki, Idris Masudi, Abdullah Ubaid “Fikih Persaingan Usaha”
- Rosmaya, Muhammad Ali Rusdi Bedong, Muhammad Kamal Zubair, Wahidin, “Analisis Etika Bisnis Dalam Persaingan Usaha Pabbagang di Desa Pallemeang Kabupaten Pinrang”, (Jurnal Syariah dan Hukum Volume 20 Nomor 1 Juli 2022)

Skripsi / Tesis

- Diah Sulistianingsih “Tinjauan Fiqih Persaingan Usaha Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Toko Kelontong” (Studi Kasus di Jalan Barong Kelurahan Kestorasi Kecamatan Babadan Kabupaten Ponorogi), (Skripsi Institusi Agama Islam Negeri Ponorogo 2022)
- Istiana “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Promosi Satu Harga (Studi Kasus Desa Lelong Kecamatan Praya Tengah Kab. Lombok Tengah 2021)
- Iman Romansyah “Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Studi

- Komparasi pada Yussy Akmal dan Shereen Cake's and Bread)
(Skripsi IAIN RADEN INTANGG LAMPUNG 2016)
- Megawati “Persaingan Harga Di Pasar Terpo Kab. Pinrang (Analisis Etika
Bisnis Islam)”(skripsi IAIN Parepare 2020)
- Muhammad Irsyad Bahyaqi Al-Qodiri, Persaingan Bisnis Dalam Al-Qur'an
(Studi Komparatif atas Perspektif M Quraish Shihab dan Yusup
Qardhawi), (Skripsi Uin Sunan Ampel Surabaya 2020)
- Putri Wita, “Persaingan Usaha Dalam Prespektif Etika Bisnis Islam (Studi
Kasus pedagang sayur keliling dan warung sayur di Desa Banjarrejo
Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur)”, (Skripsi IAIN
Metro 2019)

Al – Qur'an

QS. Al- Baqarah Ayat 275

QS. Al-Kahfi ayat 29

Q.S Al-Mulk Ayat 15

Q.S Al-Nisa Ayat 29



LAMPIRAN –LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

ANALISIS FIQH MUAMALAH PERSAINGAN USAHA OLSHOP GALERY ASRY DAN LIAS SHOP

(Studi Kasus Kecamatan Sakra, Kabupaten Lombok Timur)

I. Jadwal Wawancara

Hari dan Tanggal:

II. Identitas Kelamin:

Usia:

Jabatan:

Pendidikan terakhir:

III. Pertanyaan Penelitian:

1. Apa yang membuat anda tertarik kepada Olshop ini sehingga ingin bergabung menjadi Reseller nya?
2. Bagaimana cara pelayanan dari Owner nya?
3. Bagaimana pendapat anda tentang Olshop tersebut?
4. Mengapa anda tertarik dengan Olshop tersebut?
5. Apa keunggulan dari Olshop tersebut?





Toko Galery Asry



Toko Lias Shop



Asry, Wawancara, Surabaya Lepak: 20 Agustus 2023



Putri, Wawancara, Rumbuk: 25 September 2023



Mbak Ilham, Wawancara, Rumbuk:26 September 2023



Lias, Wawancara, Rumbuk: 25 Agustus 2023

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram



UPT PERPUSTAKAAN UIN MATARAM
Sertifikat Bebas Pinjam

No.3012/Un.12/Perpus/sertifikat/BP/12/2023

Sertifikat Ini Diberikan Kepada :

BAIQ LINA AULIA FADILLAH
200201049

FS/HES

Mahasiswa/Mahasiswi yang tersebut namanya di atas ketika surat ini dikeluarkan, sudah tidak mempunyai pinjaman, hutang denda ataupun masalah lainnya di Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram. Sertifikat ini diberikan sebagai syarat **UJIAN SKRIPSI**.



Perpustakaan **UIN Mataram**



UPT PERPUSTAKAAN UIN MATARAM
Plagiarism Checker Certificate



No.3415/Un.12/Perpus/bertifikat/PC/12/2023

Sertifikat ini Diberikan Kepada :

BATQ LINA AULIA FADILLAH

200201049

FSHES

Dengan Judul SKRIPSI:

ANALISIS FIQIH MUAMALLAH PERSAINGAN USAHA (Studi di Kecamatan Sakra, Kabupaten Lombok Timur)

SKRIPSI tersebut telah Dinyatakan Lulus Uji cek Plagiasi Menggunakan Aplikasi Turnitin

Similarity Found : 14 %

Submission Date : 28/12/2023



UPT Perpustakaan

UIN Mataram

197605282006042001

Handwritten signature

Handwritten name

Handwritten ID



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M

Perpustakaan UIN Mataram



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM
FAKULTAS SYARIAH

Jln. Gajah Mada No. 100 Tlp. (0371) 821296-823009 Fax. (0371) 825337 Jemberang Mataram
website: <http://iis.uinmataram.ac.id>, email: is@uinmataram.ac.id

KARTU KONSULTASI PROPOSAL/SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Baiq Lina Aulia Fadillah
NIM : 200201049
Pembimbing : Dr. SAPRUDIN, M.Si
Judul Penelitian : ANALISIS FIQH MUAMALLAH PERSAINGAN USAHA
(Studi di Kecamatan Sakra, Kabupaten Lombok Timur)

Tanggal	Materi Konsultasi	Catatan/Saran/Perbaikan	Tanda Tangan
4/12/23	skripsi	-> Tambahkan foto perukha halaman muka buku -> Tambahkan foto waam cora chealor -> Berata data nya analisis	
11/12/23	skripsi	-> Analisis hukum ke foto pembelian -> Tambahkan foto -> Jelaskan skripsi dari postum	
10/12/23	skripsi	Kesimpulan kesimpulan rumusan masalah	
20/12/23	skripsi	Atas skripsi ti ujib	

Mengetahui,
Ketua Program Studi,

Dr. Syukri, M.Ag.
NIP. 197303112005011003

Mataram, 20 Desember 2023
Pembimbing

Dr. SAPRUDIN, M.Si
NIP. 197812312006041003



PEMERINTAH PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK DALAM NEGERI

Jalan Pendidikan Nomor 2 Tlp. (0370) 7505330 Fax. (0370) 7505330
 Email : baksbangpoldagri@ntbprov.go.id Website : http://baksbangpoldagri.ntbprov.go.id

MAYARAM

Kode pos 83125

REKOMENDASI PENELITIAN

NOMOR : 079 /SSOS/ XI / R / BAKPOLN / 2023

1. **Dasar :**
 - a. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 54 Tahun 2011 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Rekomendasi Penelitian
 - b. Surat Dan Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Mataram
 Nomor : 1329/An.12/FS/IL.00.1/11/2023
 Tanggal : 14 November 2023
 Perihal : Izin Penelitian
2. **Menimbang :**
 Setelah mempelajari Proposal Survei/Rencana Kegiatan Penelitian yang diajukan, maka dapat diberikan Rekomendasi Penelitian Kepada:

Nama	BAIQ LINA AULIA FADILLAH
Alamat	Bunut Tunjung RT/RW 009/000 Kel.Klissa, Sakra Kec. Sakra Kab. Lombok Timur No. Identitas 5003024209020002
Pekerjaan	Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah
Bidang/Judul	ANALISIS FIQH MUAMALAH PERSANGAN USANA (Studi di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur)
Lokasi	Kab. Sakra Kab. Lombok Timur
Jumlah Peserta	1 (Satu) Orang
Lamanya	November 2023 - Januari 2024
Status Penelitian	Baru
3. **Hal-hal yang harus dilaku oleh Peneliti :**
 - a. Sebelum melakukan Kegiatan Penelitian agar melaporkan kedatangan Kepada Bupati/Walikota atau Pejabat yang ditunjuk;
 - b. Peneliti yang dilakukan harus sesuai dengan judul beserta data dan berkes pada Surat Perencanaan dan apabila diperlukan konsultasi, maka Rekomendasi Penelitian akan dicabut sementara dan menghentikan segala kegiatan penelitian;
 - c. Peneliti harus mematu ketentuan Perundang-Undangan, norma-norma dan adat istiadat yang berlaku dan penelitian yang dilakukan skal, mempromosikan kerukunan di masyarakat, disintegrasi Bangsa atau keutuhan NKRI Apabila masa berlaku Rekomendasi Penelitian telah berakhir, sedangkan pelaksanaan Kegiatan Penelitian tersebut belum selesai maka Peneliti harus mengajukan permohonan Relocasi Penelitian;
 - d. Melaporkan hasil Kegiatan Penelitian kepada Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat melalui Kepala Baksbangpoldagri Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Demiikian Surat Rekomendasi Penelitian ini di buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mataram, 16 November 2023
 An. KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK DALAM NEGERI PROVINSI NTB

Perpustakaan UIN Mataram



Tembusan ditampikan Kepada Yth:

1. Kepala Badan Riset dan Inovasi Daerah Provinsi NTB di Mataram;
2. Bupati Lombok Timur Cq. Ka. Kebsbangpoldagri Kab. Lombok Timur di Tempat;
3. Camat Sakra Kab. Lombok Timur di Tempat;
4. Yang bersangkutan;
5. Arsip.



**PEMERINTAH KABUPATEN LOMBOK TIMUR
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK DALAM NEGERI**

Jl. Dr. Cipto Mangunkusumo No. 83 Selong, 83632
E-mail : bakbangpoldaagri@gmail.com

**REKOMENDASI PENELITIAN
NOMOR : 070/426/KBPDPN/2023**

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum W. W.

1. Dasar :

- a. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor : 7 Tahun 2014 tentang perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor : 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Pemberitaan Rekomendasi Penelitian;
- b. Surat Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Dalam Negeri Provinsi Nusa Tenggara Barat Nomor : 070/3301/XLR/BK/PDPN/2023 tanggal 16 November 2023, Perihal : Mohon Rekomendasi Penelitian.

2. Menimbang :

Setelah mempelajari proposal survei / rencana kegiatan penelitian yang di ajukan, maka dapat kami berikan rekomendasi / tjin penelitian kepada :

Nama	BAIQ LINA ADILA FADILLAH
NIM	200201040
Alamat	Bumut Tunjung Desa Sakra Kec. Sakra Kab. Lombok Timur
Instansi/Badan Program Study Bidang/Judul	Universitas Islam Negeri Mataram Hukum Ekonomi Syariah ANALISIS FIQH MUAMALAH PERSAINGAN USAHA (Study di Kecamatan Sakra Kab. Lombok Timur)
Lokasi	Kecamatan Sakra Kab. Lombok Timur
Jumlah Peserta Lainnya	1 (satu) orang November 2023 sd. Januari 2024
Status Penelitian	Baru

3. Hal-hal yang harus diteliti oleh peneliti :

- a. Sebelum melakukan kegiatan penelitian agar melaporkan kedatangannya kepada Bupati/Walikota atau pejabat yang di tunjuk;
- b. Penelitian yang dilakukan harus sesuai dengan judul beserta data dan berkas pada surat permohonan dan apabila melanggar ketentuan, maka rekomendasi penelitian akan dicabut sementara dan menghentikan segala kegiatan penelitian;
- c. Peneliti harus mematuhi ketentuan Perundang-undangan, norma-norma dan adat istiadat yang berlaku dan penelitian yang dilakukan tidak menimbulkan keresahan di masyarakat, disintegrasi Bangsa atau keutuhan NKRI, apabila masa rekomendasi penelitian telah berakhir, sedangkan kegiatan pelaksanaan penelitian tersebut belum selesai maka peneliti harus mengajukan perpanjangan rekomendasi penelitian;
- d. Melaporkan hasil kegiatan penelitian kepada Bupati Lombok Timur melalui Kepala Bakesbangpoldaagri Kabupaten Lombok Timur.

Demikian surat rekomendasi penelitian ini di buat untuk dapat di pergunakan sebagaimana mestinya.

Wabillahiitimmil Wadaiyyin
Wassalamu'alaikum W. W.

Selong, 14 Desember 2023
KEPALA BAKESBANGPOLDAGRI
KAB. LOMBOK TIMUR
Sekretaris,



YHS K V, S.Sos.
NIP. 196812311988031137

Tembusan disampaikan kepada YTH :

1. Bupati Lombok Timur di Selong;
2. Kepala BAPPEDA Kab. Lombok Timur di Selong;
3. Arsip.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Baiq Lina Aulia Fadillah
Tempat/Tanggal Lahir : Boyolali, 2 Juni 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Bunut Tunjang, Kecamatan Sakra, Kabupaten
Lombok Timur
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa
Kewarganegaraan : Indonesia

RIWAYAT PENDIDIKAN

- TK Pembina Sakra
- SDN 4 Sakra
- SMP 1 Sakra
- SMAN 2 Mataram
- Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram

PENGALAMAN

- Pengurus HMJ Hukum Ekonomi Syariah
- Pengurus Fordismu (Forum Diskusi Muamallah)
- Pengurus KSR Uin Mataram
- Pengurus Dewa Eksekutif Mahasiswa (DEMA)
- Pengurus PMII Rayon Jamaluddin Al - Afghani