

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan bisnis di Indonesia patut dibanggakan. Berbagai bidang usaha telah menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan, baik dalam industri maupun jasa, sehingga pada gilirannya muncul persaingan yang seharusnya dipandang sebagai hal positif dan menguntungkan, dimana dengan adanya persaingan itu sendiri para pelaku bisnis akan berusaha semaksimal mungkin untuk terus meningkatkan produk atau layanan yang mereka tawarkan, sehingga mereka terus berinovasi dan berusaha keras untuk menyajikan produk atau layanan yang terbaik bagi konsumen. (fitri kartika sari, 2021)

Dalam islam, berdagang merupakan pekerjaan yang mulia. Berdagang sangat dianjurkan untuk mendapatkan keberkahan, keuntungan yang halal, dan menghindari kemiskinan. Perdagangan merupakan aktivitas yang dilakukan oleh manusia di dunia, dari berdagang kebutuhan primer sampai kebutuhan barang mewah. Selain itu, perdagangan juga merupakan salah satu usaha yang dilakukan oleh Rasulullah. Seiring dengan perkembangan zaman, aktivitas bisnis khususnya perdagangan semakin meningkat. Hal ini membuat pelaku bisnis perlu merencanakan strategi yang tepat dalam menjual produk mereka dan untuk dapat bersaing dengan maksimal demi mendapatkan keuntungan atau laba.

Islam tidak hanya mengatur tentang cara beribadah, tapi lebih pada itu. Islam adalah agama yang mengatur tatanan hidup manusia dengan sempurna, baik dalam kehidupan individu dan Masyarakat, baik aspek rasio, materi maupun spiritual yang di imbangi oleh ekonomi, sosial dan politik. Salah satu aspek yang diatur dalam islam adalah mengenai muamalah atau perdagangan.

Pentingnya perdagangan yaitu sebagai pemerataan manfaat pembangunan dan berfungsi untuk meningkatkan pendapatan. Pertumbuhan ekonomi yang berkembang melalui pembangunan ekonomi harus mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara merata. Distribusi manfaat Pembangunan dicapai

melalui kebijakan perdagangan yang mendorong dan mendukung usaha kecil di sektor perdagangan. Dalam konteks perdagangan, Al-Qur'an secara jelas menyatakan bahwa perdagangan adalah aktivitas yang diisyariatkan oleh Allah untuk menghindari individu dari kesalahan dalam mengambil keuntungan yang berlebihan.

Prophet Muhammad SAW was a businessman who could be the best model in commercial practice in the time of jahiliyah. The success of Muhammad SAW in carrying out his business was influenced by his personality and behavior, which is Muhammad SAW always applied ethical values in trading. These ethical values are honesty, trustworthy, stay away from the practice of gharar, right to weigh, do not do ghabn and tadlis, do not carry out hoarding of goods (ikhtikar), and mutually beneficial. (Saifullah, 2011)

Dari kutipan diatas menurut Saifullah, Nabi Muhammad SAW merupakan seorang pedagang yang dapat menjadi contoh terbaik dalam praktik perdagangan di masa jahiliyah. Keberhasilan Muhammad SAW dalam menjalankan usahanya dipengaruhi oleh kepribadian dan perilakunya, yaitu Muhammad SAW selalu menerapkan nilai-nilai etika dalam berdagang. Nilai-nilai etika tersebut adalah jujur, amanah, menjauhi praktik gharar, tepat dalam menimbang, tidak melakukan ghabn dan tadlis, tidak melakukan penimbunan barang (ikhtikar), dan saling menguntungkan.

Persaingan bisnis dianggap sebagai kekuatan pasar, tetapi tidak sedikit persaingan yang terjadi di antara pelaku bisnis berubah menjadi rivalitas. Rivalitas dipicu oleh persaingan dan kekuatan jaringan dalam bisnis seperti jaringan keluarga, investor, sponsor, dan pemerintah. Oleh karena itu, etika bisnis diperlukan untuk mengatasi rivalitas yang cenderung bersifat paradoks. Sisi negatif dari persaingan usaha direduksi dengan menerapkan etika yang sesuai dengan nilai-nilai islam. Di dalam islam, etika bisnis tidak hanya berkaitan dengan taqwa, halal, dan haram, tetapi juga tentang pengetahuan pengusaha, inovasi dan pengambilan risiko, penggunaan sumber daya yang tepat, serta pembiayaan yang sesuai pandangan islam. Etika bisnis selama ini cenderung diabaikan, sebab kelompok manusia hanya mementingkan kebutuhan untuk memperoleh keuntungan saja dengan menghalalkan segala cara. Islam mengajarkan umatnya untuk berbisnis dengan

tetap memperhatikan norma-norma yang ada dalam ajaran agama, norma yang mengatur perilaku dalam berbisnis tersebut disebut etika atau akhlak.

Seorang muslim haruslah berperilaku sesuai dengan ajaran Islam. Hal ini berarti moral (akhlak) Islam menjadi landasan utama bagi para pelaku ekonomi yang menjadi penduan mereka dalam melakukan kegiatan. Jika hal ini dapat terwujud maka dapat dikatakan bahwa moral berperan sebagai pilar (penegak) dari perwujudan ekonomi Islam. Moral mengambil peranan penting dalam ajaran Islam, sebab terbentuknya pribadi yang memiliki moral baik (akhlaqul karimah) merupakan tujuan tertinggi dari seluruh ajaran Islam.

Pada kenyataannya saat ini, masih banyak para pedagang yang menjalankan usahanya tanpa memperhatikan etika. Selain itu, persaingan menjadikan para pedagang atau pengusaha kerap kali mengabaikan etika bisnis yang harusnya diterapkan dalam menjalankan usaha. Persaingan yang dikatakan sempurna apabila sesuai dengan kesepakatan pasar atau kesepakatan bersama antara pelaku usaha. Semua hal tersebut telah diatur dalam Islam, bahwa tidak merugikan salah satu pihak. Persaingan harga haruslah ditentukan dengan kesepakatan bersama yang tidak merugikan pedagang lain, pembeli, dan komponen lainnya.

Dengan adanya persaingan usaha yang sangat ketat sehingga mendorong pelaku usaha untuk terus meningkatkan produk dan pelayanannya untuk menjaga eksistensi usahanya masing-masing. Dalam sebuah persaingan usaha sangat diperlukan sebuah strategi. Strategi merupakan modal utama untuk mempertahankan sebuah usaha supaya tetap berjalan dan berkembang. Namun dalam melakukan persaingan usaha pelaku usaha harus tetap memperhatikan persaingan usaha yang sehat dan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam menjalankan usahanya.

Masalah yang sering muncul terkait penyimpangan adalah pasar tradisional. Para pelaku usaha kerap kali menjalankan bisnisnya dengan melakukan penyimpangan-penyimpangan, yang berarti mereka tidak menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam jual-beli seperti pengoplosan barang, penipuan, riba dan melakukan pengurangan takaran atau timbangan.

Para pelaku usaha atau bisnis diwajibkan untuk mentaati prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang diajarkan oleh Rasulullah SAW dengan menerapkan sifat siddiq, tabligh, amanah dan fatanah dalam menjalankan kegiatan berdagangannya. Pedagang harus bisa bertanggung jawab atas barang yang diperjualbelikan. Akan tetapi masih terdapat pedagang yang lupa untuk memperhatikan strategi halal dan haram yang digunakan untuk menarik minat pembeli. Strategi bisnis harus berlandaskan etika Islam yang bersumber dari al-Qur'an dan hadits yang harus senantiasa menjadi fokus utama dalam menjalankan sebuah bisnis.

Kabupaten tanah bumbu kecamatan kusan hilir kota pagatan merupakan daerah dengan julukan “Bersujud” (bersih, suci, jujur dan damai) dan masyarakatnya mayoritas umat muslim, kota pagatan terletak di kecamatan kusan hilir kabupaten tanah bumbu terkenal dengan adanya pantai yang indah. Penambahan masjid apung ziyadatul abrar pasti menambah daya tarik bagi para wisatawan. Masjid apung ini memberikan pengalaman yang unik karena tampak seperti mengapung di atas air, dan ini tentunya menarik banyak pengunjung yang ingin melihat keindahannya serta merasakan pengalaman beribadah di tempat yang unik tersebut. Selain memiliki destinasi wisata yang menarik, kota pagatan juga terkenal dengan oleh-olehnya yaitu kerupuk amplang. Kerupuk amplang sering di jadikan buah tangan oleh para wisatawan yang berkunjung ke kota pagatan, dengan perkembangan kota pagatan yang pesat jumlah pengusaha kerupuk amplang pun semakin banyak, sehingga wisatawan sering kali kebingungan dalam memilih kerupuk amplang yang asli ataupun khas. Untuk memastikan ataupun mendapatkan kerupuk amplang yang autentik, wisatawan dapat memperhatikan beberapa hal seperti membeli dari toko-toko yang terkenal dan sudah lama beroperasi atau meminta rekomendasi dari penduduk lokal. Hal ini bisa membantu memastikan bahwa mereka mendapatkan kerupuk amplang yang berkualitas dan benar-benar khas dari kota pagatan.

Amplang adalah kerupuk ikan yang menjadi salah satu makanan khas daerah kota pagatan. Usaha pembuatan amplang di kota pagatan telah berkembang pesat bertahun-tahun, dengan banyak pelaku usaha yang terlibat dalam produksi dan distribusinya. Pada awalnya hanya beberapa pengusaha yang memproduksi

amplang di kota pagatan, mereka umumnya adalah keluarga-keluarga yang telah lama tinggal di daerah ini dan mewarisi resep serta teknik pembuatan amplang dari generasi ke generasi. Amplang mereka terkenal dengan kelezatannya dan kualitas yang tinggi, sehingga mampu menarik minat pembeli dari berbagai daerah. Namun seiring berjalannya waktu semakin banyak pelaku usaha baru yang masuk ke pasar amplang di kota pagatan. Mereka melihat potensi besar dalam bisnis ini dan mencoba peruntungan dengan membuka usaha pembuatan amplang. Para pelaku usaha baru ini membawa inovasi dalam hal rasa, bentuk, dan kemasan amplang. Beberapa diantaranya bahkan memperkenalkan varian amplang dengan tambahan rasa seperti keju, udang, dan seaweed. Persaingan antar pelaku usaha amplang di kota pagatan pun semakin ketat, untuk mempertahankan pangsa pasar mereka, para pengusaha lama berusaha meningkatkan kualitas produk mereka dengan menggunakan bahan-bahan ikan yang lebih segar dan berkualitas tinggi. Mereka juga mulai memanfaatkan teknologi modern dalam pasar proses produksi untuk meningkatkan efisiensi dan konsistensi produk.

Beberapa pelaku usaha mulai membuka gerai atau toko khusus amplang di pusat-pusat perbelanjaan untuk memperluas jangkauan pasar. Persaingan ini tidak hanya berdampak pada para pelaku usaha, tetapi juga pada masyarakat kota pagatan secara keseluruhan, banyak warga yang mendapatkan manfaat ekonomi dari berkembangnya usaha amplang, baik sebagai pekerja di pabrik-pabrik amplang, pemasok bahan baku, maupun pedagang eceran. Namun ada juga tantangan yang di hadapi, seperti fluktuasi harga bahan baku ikan dan persaingan yang ketat. Untuk menghadapi persaingan ini beberapa pelaku usaha amplang di kota pagatan mulai menjalin kerjasama, mereka membentuk asosiasi atau kelompok usaha untuk saling berbagi pengetahuan, teknologi, dan strategi pemasaran. Dengan demikian mereka berharap dapat meningkatkan daya saing dan menjaga keberlanjutan usaha amplang di kota pagatan.

Dalam hal ini di kota pagatan terdapat sektor industri rumah tangga dengan home industri kerupuk amplang yang masing-masing memiliki karyawan. Dengan adanya home industri diharapkan mampu memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Selain itu masyarakat kota pagatan juga bekerja sebagai nelayan dengan

penghasilan tangkapan berbagai ikan yang cukup banyak, kemudahan dalam memperoleh hasil laut berupa ikan tersebut membuka peluang usaha bagi masyarakat yang tinggal di kota pagatan. Sehingga masyarakat mempunyai inisiatif dengan kreatifitas memanfaatkan sumber daya alam sekitar. Secara geografis dengan iklim daerah pesisir Pantai adalah saat-saat yang dinantikan oleh para nelayan dimana produktivitas ikan meningkat sampai melebihi kebutuhan masyarakat. Usaha kecil yang berdiri ini di sebut masyarakat dengan usaha amplang ikan tenggiri karena bahan utamanya dan rasanya ialah ikan. Usaha kerupuk amplang ikan tenggiri ini merupakan industri rumah tangga dengan saat ini terdapat beberapa pengusaha kerupuk amplang ikan tenggiri yang ada di kota pagatan kecamatan kusan hilir kabupaten tanah bumbu dan menandakan peminat usaha kerupuk amplang ikan tenggiri mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Kerupuk amplang merupakan jenis kerupuk ikan dengan bahan dasar daging ikan tenggiri, tepung tapioka, dan bahan tambahan seperti telur ayam, garam gula, penyedap rasa, dan soda. Proses pemasaran kerupuk amplang harus menggunakan berbagai macam strategi pemasaran agar kerupuk amplang mendapatkan omzet penjualan yang relative bagus.

Ikan tenggiri (*Scomberomorus commersoni*) adalah jenis ikan air laut yang merupakan kelompok ikan laut pelagis yang memiliki cita rasa khas sehingga digemari oleh masyarakat. Ikan tenggiri digemari oleh masyarakat karena rasa dagingnya yang gurih dan tidak bau amis bila dibandingkan dengan jenis ikan lainnya. Ikan tenggiri banyak ditemukan di perairan Indonesia seperti di Pantai Utara Jawa, Pantai Selatan Jawa Tengah, Pantai Utara dan Selatan Bali, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Nusa Tenggara, Maluku, dan Irian Jaya.

Daging ikan tenggiri merupakan jenis ikan pelagis. Semua jenis ikan pelagis memiliki kesamaan yaitu memiliki kandungan lemak yang tinggi dan komposisi ikan pelagis yang unik untuk dikonsumsi yaitu nutrisi esensial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orang yang banyak makan ikan jarang menderita penyakit jantung koroner. Daging ikan mengandung protein dan vitamin berkualitas tinggi yang sangat berguna untuk pertumbuhan dan stamina, semua ikan pelagis mengandung omega. Daging ikan tergolong sebagai daging putih, daging ikan

merupakan salah satu produk pakan hewani yang kontribusinya penting sebagai sumber protein.

Ada dua gambaran yang menjelaskan tentang pengusaha amplang di kota pagatan, menurut Ahmad Jailani, dkk memberi penjelasan tentang analisis usaha industri rumah tangga pengolahan kerupuk amplang ikan tenggiri adalah masih layak untuk diusahakan. Penulis menggunakan strategi pemasaran diversifikasi yang fokus pada strategi ST (*strength-threaths*) yaitu menciptakan strategi menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman. (ahmad jaelani, 2019)

Menurut Nur Ainah memberi penjelasan tentang analisis mempertahankan loyalitas pelanggan melalui manajemen produksi persfektif ekonomi islam adalah dalam upaya dalam mempertahankan loyalitas pelanggan melaksanakan aspek-aspek yang ada di dalam manajemen produksinya diantaranya pada perencanaan produksi memperhatikan kualitas dan kuantitas produk yang diinginkan, pada pengendalian produksi memperhatikan jadwal produksi yang akan dilakukan dan menghindari produksi produk yang over (kelebihan). Kemudian hasil produksi di pasarkan sesuai dengan segmentasi pasar. Adapun manajemen produksi persfektif ekonomi islam untuk aspek-aspeknya sudah sesuai dengan prinsip tauhid, prinsip kemanusiaan, prinsip keadilan, prinsip kebijakan dan prinsip kebebasan serta tanggung jawab. (ainah, 2022)

Pada aktivitas perniagaan ada perihal yang sepatutnya jadi nilai buat dicermati, ialah tentang sikap maupun etika berdagang khususnya etika perdagang dalam islam. Realitanya, para penjual sering kali melakukan aktivitas jual beli hanya demi keuntungan semata, tanpa mencermati nilai-nilai islam yang semestinya menjadi landasan dalam melaksanakan proses jual beli, artinya banyak pedagang di Indonesia hanya fokus memaksimalkan usahanya untuk mendapatkan keuntungan, mencari laba sebesar-bearnya serta kecenderung untuk kepentingan sepihak, khususnya pada pengusaha kerupuk amplang ikan tenggiri kota Pagatan Kecamatan Kusan Hilir Kabupaten Tanah Bumbu harus mempunyai strategi yang di ajarkan Rasulullah, karena etika bisnis islam menjadikan perdagangan berlaku secara *Vertical* (manusia dengan tuhan) maupun *horizontal*

(manusia dengan manusia) dan pada akhirnya mendapatkan keuntungan yang nyata (*profit*).

Berdasarkan permasalahan diatas, periset bermaksud guna mengkaji serta menganalisis masalah berkenaan dengan penerapan etika bisnis islam dan persaingan usaha terhadap pengusaha kerupuk amplang di kota Pagatan, dalam bentuk skripsi yang berjudul **“PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PERSAINGAN ANTAR PELAKU INDUSTRI AMPLANG IKAN TENGGIRI (STUDI KASUS PENGUSAHA AMPLANG DI KOTA PAGATAN KECAMATAN KUSAN HILIR KABUPATEN TANAH BUMBU)”**

B. Rumusan Masalah

Bagaimana penerapan etika bisnis islam dalam persaingan usaha antar pelaku industri kerupuk amplang di Kota Pagatan Kecamatan Kusan Hilir Kabupaten Tanah Bumbu?

C. Tujuan penelitian

Untuk mengetahui penerapan etika bisnis islam dalam persaingan antar pelaku industri kerupuk amplang di Kota Pagatan Kecamatan Kusan Hilir Kabupaten Tanah Bumbu.

D. Kegunaan penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini yang berjudul “persaingan antar pelaku industri amplang ikan tenggiri (Studi kasus di Kecamatan Kusan Hilir Kota Pagatan)”, dengan hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfa’at antara lain:

1. Secara teoritis

Secara teoritis hasil peneliktian ini sebagai bahan kajian untuk menambah wacana serta paradigma baru dalam pengembangan dan

pengelolaan pada bidang ekonomi, khususnya dalam hal berbisnis atau berwiraswasta.

2. Secara praktis

1. Bagi penulis

Sebagai oroner dan mempraktekkan teori yang telah diterima selama perkuliahan serta menambah pengetahuan dan pengalaman.

2. Bagi para persaingan antar pelaku industry ampang

Dapat menjadi bahan masukan, evaluasi, motivasi dan pertimbangan dalam pengelolaan manajemen pemasaran dalam hal pemasaran produk dalam dunia bisnis, khususnya industri “amplang ikan tenggiri”.

3. Secara umum

Sebagai bahan informasi bagi pihak-pihak yang bermaksud melakukan penelitian berikutnya dari aspek yang berbeda dari penelitian ini, serta sebagai sumbangan pemikiran dalam rangka menambah khazanah ilmu pengetahuan baik bagi perpustakaan pusat UIN Antasari Banjarmasin maupun perpustakaan Fakultas Syariah.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalah pahaman dan kekeliruan dalam memberikan judul serta permasalahan yang akan penulis teliti dan sebagai pegangan agar lebih terfokusnya kajian lebih lanjut, maka penulis membuat definisi operasional sebagai berikut:

1. Definisi Etika Bisnis Islam

Etika bisnis islqam merupakan aktivitas bisnis yang berbasis pada aturan-aturan ilahiah dan bertujuan untuk selalu mengingat Allah dalam rangka beribadah dan menghasilkan maslahat tidak hanya untuk dirinya sendiri maupun orang lain, serta menjauhkan berbagai tindakan-tindakan yang merugikan orang lain.

Etika berasal dari kata Yunani ethos dan etikos. Pengertian kata ethos dari kata ethos mempunyai arti tingkah laku yang baik, tingkah laku

yang baik, budaya, tradisi dan tempat. Menurut bahasa Yunani, arti kebajikan berasal dari praktek, yaitu perbuatan yang diulang-ulang agar mudah dilakukan. Sedangkan pengertian disiplin berasal dari kata etikos yang berarti kesusilaan, kesusilaan, atau kesusilaan dan etika.

- a. Tauhid merupakan sistem etika yang memberi petunjuk atau sebuah jalan yang benar dari Allah SWT. Kesatuan ini memberikan gagasan seperti pada konsep tentang tauhid yang memadukan berbagai bagian dari aspek kehidupan seorang muslim baik sosial maupun ekonomi untuk menjadi satu kesatuan.
- b. Keseimbangan disebut juga pemerataan yaitu menjelaskan bahwa ajaran islam berhubungan dengan alam semesta yang mencerminkan suatu keseimbangan yang teratur dan harmonis.
- c. Kehendak bebas dalam pandangan islam manusia terlahir memiliki kehendak bebas yakni dengan potensi menentukan pilihan di antara pilihan yang beragam, karena kebebasan manusia tidak dibatasi maka ia juga memiliki kebebasan untuk memilih yang salah (Saprida, 2021).
- d. Tanggung jawab mempunyai keterkaitan dengan prinsip kehendak bebas yang memiliki kegunaan sebagai alat untuk menetapkan suatu batasan terhadap suatu yang dilakukan oleh manusia.
- e. Kebenaran menjelaskan bahwa seseorang harus melakukan sebanyak mungkin kebaikan dalam hidup mereka masing-masing, sesuai dengan yang diperintahkan oleh Allah untuk selalu menjalankan kegiatan ekonomi dengan penuh Amanah berupa sikap jujur. (Chaidir, 2024)

2. Definisi Persaingan

Persaingan atau competition dapat diartikan sebagai suatu proses sosial, dimana individu atau kelompok-kelompok manusia yang bersaing, mencari keuntungan melalui bidang-bidang kehidupan yang pada suatu masa tertentu menjadi pusat perhatian umum (baik perseorangan maupun kelompok manusia) dengan cara menarik perhatian atau dengan

mempertajam prasangka yang ada tanpa menggunakan ancaman atau kekerasan.

- a. Produk merupakan suatu yang bersifat kompleks yang dapat diraba maupun yang tidak diraba yang di dalamnya termasuk kemasan, harga, prestise perusahaan dan pelayanan jasa perusahaan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya.
- b. Harga merupakan suatu nilai tukar yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa yang mempunyai nilai guna beserta pelayanannya. (Rahman, 2014)
- c. Pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.
- d. Purna jual merupakan pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha kepada konsumen terhadap barang atau jasa yang dijual dalam hal jaminan mutu, dan daya tahan.

F. Penelitian terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang peneliti rasa sangat relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ayudiah Rezki Utami (2018) tentang “*Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Kayu di Awerange Kab. Barru*”. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. penelitian ini menunjukkan bahwa adanya persaingan dalam bentuk produk, harga, tempat dan pelayanan. Persaingan mengenai produk para pengusaha kayu di Awerange dalam melakukan usahanya, mereka memahami secara mendetail setiap produk yang mereka miliki. Persaingan terkait harga yang terjadi pada pengusaha kayu di Awerange adalah hal yang wajar terjadi, akan tetapi penentuan harga mereka tergantung pada kualitas kayu yang ada karena kayu yang mereka tawarkan berbeda dan biaya produksinya pun berbeda. Persaingan terkait tempat pada para pengusaha kayu tidak terjadi,

karena ada dasarnya mereka mengatakan bahwa rejeki sudah ada yang mengatur. Pada usaha penjualan kayu di Awerange, pelayanan yang diberikan kepada pembeli mayoritas sudah baik, terbukti dengan pelayanan yang diberikan kepada pembeli. Persaingan bisnis yang terjadi pada pengusaha kayu di Awerange sudah sesuai dengan etika bisnis Islam yang ada. Perbedaan penelitian ini yaitu dari objek pengusaha kayu di awerange, Barru dan hasil penelitian berfokus pada etika bisnis islam rezeki sudah diatur oleh Allah. Sedangkan penulis berobjek pada yaitu pengusaha industri kerupuk amplang di kota Pagatan dengan fokus penelitian pada prinsip etika diantaranya tauhid, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran. Persamaan penelitian ini tentang menganalisis penerapan etika bisnis islam dalam menghadapi persaingan usaha di lingkungan masyarakat mayoritas muslim.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Istiqomah Khoirunnisa (2022) tentang *“Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Pedagang Grosir Pakaian Di Johar Trade Mall Semarang”*. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan menggunakan pendekatan kualitatif, jenis penelitiannya adalah penelitian lapangan. Penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam dalam persaingan usaha pedagang grosir pakaian di Johar Trade Mall Semarang meliputi lima prinsip yaitu ketauhidan (unity), keseimbangan (equilibrium), kehendak bebas (free will), tanggung jawab (responsibility), dan kebenaran (benelovence). Lima prinsip etika bisnis Islam berdasarkan persaingan usaha di Johar Trade Mall Semarang belum maksimal dalam menerapkan prinsip prinsip etika bisnis Islam. Dampak dari ketidak pahaman pedagang grosir pakaian terhadap etika bisnis Islam berdampak negatif bagi pembeli, karena pembeli merasa dirugikan atas tindakan pedagang grosir pakaian yang menyimpang dari etika bisnis Islam. Kemudian persaingan usaha pedagang grosir pakaian yang terjadi di Johar Trade Mall Semarang meliputi lima aspek yaitu persaingan produk, persaingan harga, persaingan pelayanan, persaingan layanan purna jual, dan persaingan tempat. Beberapa pedagang grosir pakaian melakukan persaingan usaha tidak begitu ketat tetapi bertentangan dengan etika bisnis

Islam, yaitu persaingan harga yang berlaku antar pedagang grosir pakaian harus seimbang sesuai dengan standar harga pasar yang dapat merugikan pihak pembeli. Perbedaan penelitian ini yaitu dari objek pedagang grosir pakaian di Johar Tader Mall Semarang adalah penerapan etika bisnis islam belum maksimal, banyak pelanggaran etika yang merugikan pembeli. Sedangkan penelitian penulis berobjek pada pelaku usaha industri amplang di kota Pagatan adalah penerapan etika bisnis islam berjalan dengan baik, persaingan sehat dan adil. Persamaanya yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan penelitian (field research) serta pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Laila Afkarina Ifada (2023) tentang “*Analisis Persaingan Usaha Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam Di Pasar Wringin Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso*”. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dalam menentukan informan peneliti menggunakan *teknik purposive*. Penelitian ini menunjukkan bahwa persaingan usaha yang terjadi di pasar Wringin Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso meliputi lima aspek yaitu persaingan produk, harga, tempat, pelayanan dan layanan purna jual. Dari lima persaingan tersebut terjadi persaingan tidak sehat yaitu dari segi persaingan harga masih terdapat pedagang yang menurunkan harga dan tidak sesuai dengan harga pasaran untuk mematikan pesaingnya. Kemudian Persaingan usaha di pasar Wringin dalam menjalankan usahanya tidak sesuai dengan etika bisnis Islam, dimana para pedagang di pasar ini tidak menerapkan empat hal yang menjadi kunci dalam mengelola usaha yang merupakan sifat-sifat dari Rasulullah SAW yaitu sifat siddiq, amanah, tablig dan fathanah. Dimana masih ada pedagang yang tidak menjelaskan secara lebih rinci mengenai kekurangan maupun kelebihan barang dagangannya dan masih terdapat pedagang yang curang dalam segi timbangan ataupun takaran. Perbedaan penelitian yang dilakukan yaitu pedagang tidak menerapkan sifat siddiq, amanah, tabligh, dan fathanah sebagaimana sifat

Rasulullah SAW. Sedangkan penulis adalah setiap pelaku usaha menerapkan prinsip tauhid, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, kebenaran secara konsisten. Persamaanya adalah membahas persaingan usaha dalam konteks penerapan etika bisnis islam dikalangan pelaku usaha di pasar tradisional atau industri kecil.

4. Penelitian ini dilakukan oleh Titik Prमितasari (2019) tentang *“Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi pada Home Industri Tenun Tikar Nies Collection)”*. Jenis metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Penelitian ini menunjukkan bahwa *home industri* tenun tikar Nies Collection telah menerapkan empat prinsip etika bisnis Islam yaitu tauhid, keseimbangan, kebebasan, dan tanggung jawab. Untuk tauhid, Nies Collection memperlakukan karyawannya dengan adil karena beliau yakin setiap tindakan yang dilakukan diawasi oleh Allah Swt. Kemudian untuk keseimbangan, Nies Collection menentukan harganya sesuai dengan *production cost* (biaya produksi) sehingga menghasilkan harga yang sesuai dengan mekanisme pasar. Untuk kebebasan, pemilik bebas berkarya dan bekerja dengan kemampuan yang dimilikinya tanpa merugikan pengusaha lain. Untuk tanggung jawab, pemilik memberi upah karyawannya sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan. Secara keseluruhan, penerapan tersebut sudah sesuai dengan etika bisnis Islam. Perbedaan penelitian ini yaitu dari objek home industri tenun tikar nies collection dengan aspek persaingan tidak secara eksplisit membahas aspek persaingan produk, harga, pelayanan, dll. Sedangkan penulis pelaku usaha industri amplang menekankan persaingan sehat yang mendorong inovasi, kualitas produk, pelayanan, dan pemasaran sesuai prinsip syariah. Persamaanya yaitu penerapan etika bisnis islam berdampak positif terhadap kualitas usaha, persaingan yang sehat dan kesejahteraan masyarakat sekitar.
5. Penelitian ini dilakukan oleh Sundari (2020) tentang *“Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Pedagang Di Pasar Tradisional Somoroto di Desa Somoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo”*.

Jenis penelitian yang dilakukan penulis merupakan penelitian lapangan (field research) serta menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menunjukkan bahwa: pertama, persaingan usaha di Pasar Somoroto meliputi tiga aspek yaitu kualitas produk, harga, dan pelayanan. Menurut etika bisnis islam ketiga aspek tersebut ada yang di sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis yakni prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas dan tanggungjawab. dan ada yang belum sesuai dengan etika bisnis islam yang dapat merugikan pedagang lain yakni saling menjatuhkan sesama pedagang sehingga tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis bislam yakni prinsip kejujuran, kesatuan dan tanggungjawab. Kedua, etika bisnis islam terhadap penyelesaian masalah yang terjadi di pasar tradisional somoroto ada lima strategi penyelesaian yakni, strategi kompetisi, strategi akomodasi, strategi kolaborasi, strategi penghindaran konflik, serta strategi kompromi atau negosiasi. Menurut etika bisnis islam kelima strategi itu sudah memnuhi syarat dalam etika bisnis islam, karena dengan menggunakan strategi-strategi tersebut para pedagang lebih mudah untuk menyelesaikan masalah yang ada, seperti tentang harga mereka saling komprosi serta negosiasi untuk menentukan harga dimana semua para pedagang tidak ada yang dirugikan dan semua mersa adil dalam bermain harga. Perbedaan penelitian yang dilakukan yaitu menggunakan lima strategi penyelesaian konflik: kompetisi, akomodasi, kolaborasi, penghindaran, dan kompromi. Sedangkan penulis tidak secara eksplisit membahas strategi penyelesaian konflik. Persamaanya adalah menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan lapangan (field research), mengumpulkan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

G. Sistematika Pembahasan

Proposal ini ditulis dalam lima Bab yang dilakukan secara sistematis sesuai dengan pola penulisan karya tulis ilmiah dan secara umum merujuk kepada petunjuk penulisan skripsi yang diatur oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan yang memuat latar belakang masalah yang membahas tentang manajemen produksi Amplang ikan bandeng di desa pasar baru kecamatan kusan hilir lkota pagatan, yang terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Landasan Teori, yang menguraikan teori-teori umum dan syariah tentang manajemen, saluran distribusi dan promosi dalam meningkatkan volume penjualan, moda, bahan baku, tenaga kerja yang dijadikan penulis sebagai tolak ukur dari penyajian data yang ditemukan dalam penelitian dan pedoman analisis data.

BAB III : METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini terdiri dari lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, metode dan pengumpulan data, desain pengukuran dan instrument kuesioner, teknis analisis data.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Penyajian Data dan Analisis Data, penyajian data terdiri dari gambaran umum usaha industri amplang dan deskripsi hasil wawancara. Dan analisis data dari jawaban dari rumusan masalah yakni analisis terhadap saluran distribusi dan promosi dalam meningkatkan volume penjualan, analisis terhadap tantangan dan kendala yang dihadapi dalam melaksanakan saluran distribusi dan promosi Amplang dan tinjauan aspek manajemen pemasaran syariah.

BAB V : PENUTUP

Penutup, terdiri dari kesimpulan dan saran-saran yang merupakan bagian terakhir dalam penelitian ini yang memuat hal-hal yang dihasilkan dan diperoleh dalam penelitian secara singkat, jelas dan padat.