

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. KONTEKS PENELITIAN**

Di zaman modern, perkembangan ekonomi sangatlah pesat, seiring dengan berkembangnya dan meningkatnya kebutuhan manusia akan sandang, pangan dan teknologi. Perkembangan ekonomi itu sendiri dapat memberikan peluang kesempatan kerja baru atau memberikan kesempatan pada suatu industri untuk meningkatkan output yang berdampak pada faktor produksi yang nantinya bisa mengurangi jumlah pengangguran. Manusia berlomba-lomba bersaing untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang terkadang mereka tidak mempertimbangkan kepentingan orang lain dan menjadikannya sebagai manusia yang materialistis serta melalaikan norma-norma atau nilai-nilai kemanusiaan yang pada hakikatnya manusia tidak bisa hidup tanpa manusia yang lain. Oleh karena itu, manusia harus bekerja sama dalam memenuhi kebutuhannya yang tidak terbatas dengan cara melakukan kegiatan usaha atau bisnis.

Usaha atau bisnis adalah bagian dari kegiatan ekonomi yang mempunyai peranan penting dalam hal pemenuhan kebutuhan manusia. Peranan pemenuhan kebutuhan tersebut sangatlah berpengaruh pada taraf kehidupan manusia itu sendiri. Hampir di setiap aspek semua manusia dapat melakukan kegiatan ekonomi yaitu kegiatan usaha atau bisnis, baik sebagai produsen, perantara atau bahkan konsumen. Kegiatan tersebut meliputi kegiatan tukar-menukar, jual-beli, memproduksi, memasarkan, bekerja, dan interaksi manusiawi lainnya yang bertujuan untuk

memperoleh keuntungan.<sup>1</sup> Dalam konteks yang lebih sempit bahwa bisnis merupakan suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan manusia secara berkala, para pelaku bisnis akan melihat apa yang menjadi kebutuhan masyarakat sehingga nantinya para pelaku bisnis bisa melayani dan memenuhi kebutuhan masyarakat.<sup>2</sup>

Dalam ajaran Islam, kegiatan usaha atau bisnis sangat dianjurkan akan tetapi harus sesuai dengan apa yang telah ditetapkan baik dalam Al-Qur'an atau Hadits. Keduanya menjadi pedoman bagi kaum muslimin dalam menjalankan suatu usaha atau bisnis. Di dalam pedoman tersebut terdapat etika atau kode etik dalam perdagangan, diantaranya jujur, amanah, tanggung jawab, tidak melakukann riba, menepati janji, tidak melakukan penipuan, tidak melakukan kecurangan, tidak menjelek-jelekan pedagang lain, tidak menimbun barang dan hal lain yang nantinya dapat merugikan orang lain.

Persaingan adalah bersaingnya para pedagang yang berusaha untuk mendapatkan konsumen dan keuntungan dengan menawarkan harga yang baik dan kualitas yang baik pula. Persaingan yang tidak sehat sering terjadi pada pedagang-pedagang yang hanya memikirkan keuntungan pribadinya saja ataupun untuk keuntungan bersama yang berakibat pada kerugian yang dialami oleh pedagang lainnya. Banyak faktor yang melandasi terjadinya persaingan tidak sehat antar pedagang, di antaranya perbedaan prinsip dan cara mereka menawarkan apa yang

---

<sup>1</sup> Norvadewi, "Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip, dan Landasan Normatif)", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* (2015), . 33.

<sup>2</sup> Dian Masita Dewi dan Anis Wahdi, *Bisnis dan Perencanaan Bisnis Baru*, (Sleman: CV Budi Utama, 2020), 1.

mereka jual. Berbagai cara dilakukan untuk mendapatkan pelanggan dan mendapat keuntungan yang lebih besar lagi.

Lazimnya, setiap manusia pasti dihadapkan dengan yang namanya persaingan. Para pencari kerja untuk mendapatkan posisi tertentu, karyawan bersaing untuk promosi jabatan atau pengakuan, para pengusaha bersaing untuk memperoleh sumber daya dan pangsa pasar. Mereka yang siap pada umumnya akan menjadi pemenang. Akan tetapi, kebanyakan orang masuk dalam peperangan dengan persiapan yang kurang maksimal. Padahal dengan mengetahui aturan atau etika dalam kancah persaingan tersebut, seorang pedagang dapat menjadi pedagang yang tangguh serta dapat mengamalkan etikabisnis yang diajarkan oleh Rasulullah SAW.

Perilaku yang dijumpai dalam persaingan dan kegiatan perdagangan merupakan merek yang sangat melekat pada diri pedagang, seperti halnya perilaku yang tidak sesuai dengan norma atau etika. Maka dari itu, masyarakat beranggapan bahwa pedagang tersebut melakukan kegiatan dagangnya dengan penuh trik, penipuan dan ketidakjujuran. Artinya apa segala cara akan dilakukan untuk bagaimana menghasilkan laba atau keuntungan yang sebesar-besarnya.

Etika bisnis merupakan suatu bidang ilmu ekonomi yang terkadang dilupakan banyak orang, padahal melalui etika bisnis inilah seseorang dapat memahami suatu bisnis persaingan yang sulit sekalipun, bagaimana bersikap manis, menjaga sopan santun, berpakaian yang baik sampai bertutur kata, semua itu ada “meaning” nya. Bagaimana era global ini dituntut untuk menciptakan suatu persaingan yang kompetitif sehingga dapat terselesaikannya tujuan dengan baik, kolusi, korupsi, mengandalkan koneksi, kongkalikong menjadi suatu hal yang biasa dalam tatanan kehidupan bisnis,

yang mana prinsip menguasai medan dan menghalalkan segala cara untuk memenangkan persaingan menjadi suatu hal yang lumrah, padahal pada etikanya tidak begitu.<sup>3</sup> Adanya persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapatkan keuntungan yang besar sampai melupakan etika dalam menjalankan bisnisnya. Etika bisnis sebagai seperangkat tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan prinsip moralitas.

Dalam Etika Bisnis Islam terdapat beberapa prinsip-prinsip yang berlandaskan A-Qur'an dan Hadits yang memng dijadikan acuan oleh para pelaku bisnis.<sup>4</sup> Adapun prinsip dalam etika bisnis Islam ialah karakter bisnis yang dapat menentukan sukses atau tidaknya suatu bisnis yang dijaani oleh para pelaku bisnis. Oleh karena itu tidak semua usaha perdagangan diperolehkan dalam Islam, baikcara pelaksanaannya ataupun jenis barang yang diperdagangkan. Ajaran Islam memang melarang seseorang memekan harta yang diperoleh dari cara yang tidak benar (secara tidak halal) karena hal itu dapat merugikan orang lain.<sup>5</sup>

Dengan kenyataan diatas, maka pengetahuan akan etika bisnis Islam mutlak harus dimiliki oleh pelaku bisnis atan pedagang dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, agar terhindar dari berbagai tindakan yang dilarang oleh Allah SWT. Artinya setiap pedagang harus melakukan persaingan yang sehat dalam menjual dagangannya dan tidak boleh merugikan orang lain demi kepentingan dirinya sendiri. Sebab hal itu seolah-olah dia membuka jalan kehacuran bagi dirinya sendiri.

---

<sup>3</sup> Irham Fahmi, *Etika Bisnis*, (Bandung: Alfabeta,2014), . 3.

<sup>4</sup> H. Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: PLUS12,2012), . 29.

<sup>5</sup> Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), . 13.

Salah satu tempat berlangsungnya suatu kegiatan bisnis atau usaha adalah pasar. Pasar merupakan tempat dimana bertemunya antara pelaku bisnis dan konsumen yang artinya di pasar tersebut akan terjadi yang namanya permintaan dan penawaran yang nantinya dapat membentuk suatu harga pasar dari hasil kesepakatan.<sup>6</sup> Dalam perekonomian Islam pasar mendapatkan kedudukan yang sangat penting. Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Oleh karena itu, Islam menekankan adanya moralitas seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Implementasi nilai-nilai tersebut merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar.

Pasar Kapedi merupakan pasar tradisional satu-satunya yang ada di Desa Kapedi Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep. Aktivitas jual beli di Pasar Kapedi dilakukan setiap hari. Para pedagang di Pasar Kapedi memulai aktivitas jual beli tersebut dari setelah sholat shubuh sampai terbenamnya matahari, namun ada juga pedagang yang melakukan aktivitas jual belinya 24 jam tanpa tutup.

Di Pasar Kapedi terdapat berbagai pedagang dengan jenis produk yang berbeda-beda, dari pedagang sembako, pedagang pakaian, pedagang cemilan sampai pedagang ikan laut. Pedagang ikan laut di pasar Kapedi itu ada yang memang inten setiap hari berjualan dan ada juga yang kadang-kadang sesuai dengan musim banyaknya hasil tangkapan yang biasanya ketika musim penghujan (*pettengan*), untuk pedagang yang inten sebanyak 8 orang dan pedagang dadakan atau musiman antara 4-5 pedagang. Hal ini dikarenakan pasar Kapedi itu sendiri terletak di pesisir desa kapedi.

---

<sup>6</sup> Sattar, *Pengantar Bisnis*, (Sleman: CV Budi Utama, 2017), 16.

Maka dari itu, dengan banyaknya pedagang ikan laut di Pasar Kapedi akan ada juga yang namanya persaingan antar pedagang ikan laut di pasar Kapedi.

Dari hasil pra-penelitian, Persaingan yang terjadi antara pedagang ikan di Pasar Kapedi cukup ketat, para pedagang ikan berlomba-lomba untuk mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan ikannya dengan menggunakan berbagai cara. Sebagian pedagang melakukan ketidakjujuran dalam menawarkan kualitas ikan yang dijual (ikan sisa kemarin dibilangnya ikan hasil tangkapan hari ini). Kegiatan berdagang seperti ini jelas tidak diperbolehkan dalam etika bisnis Islam, karena tidak jujur dalam memberitahukan barang dagangannya. Sehingga hal itu dapat merugikan pihak pembeli. Akan tetapi, sebagian besar pedagang ikan laut di Pasar Kapedi telah memberikan pelayanan yang baik kepada para pembeli sehingga dapat menarik perhatian dari pembeli untuk membeli ikan laut yang dijualnya. Adanya persaingan diantara pedagang ikan di Pasar Kapedi cukup ketat. Semakin banyak pedagang ikan yang terjun ke pasar maka akan semakin mempertajam tingkat persaingan yang terjadi. Begitupun sebaliknya, semakin sedikit pedagang ikan yang terjun ke pasar maka tingkat persaingannya tidak terlalu tajam.

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Suraidah salah satu pedagang ikan laut yang terdapat di Pasar Kapedi mengatakan bahwa persaingan yang terjadi antara para pedagang ikan laut berlangsung sewajarnya dan cenderung cukup ketat. Maka dari itu, ketatnya persaingan yang terjadi sebagian pedagang menjual dengan harga dibawah standard untuk lebih mempercepat laku ikannya yang dapat menjatuhkan pesaingnya.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Suraidah, Salah Satu Pedagang Ikan Laut di Pasar Kapedi, *Wawancara Langsung* (12 November 2021).

Persaingan yang terjadi antara para pedagang di Desa Kapedi ketika musim penghujan atau yang biasa disebut dengan istilah *pettengan*, karena pada waktu itu memang hasil tangkapan nelayan itu meningkat dan juga memperbanyak pedagang ikan pada waktu itu, sedangkan targetnya hanya sedikit mengingat pada waktu itu sebagian besar para nelayan melaut (produk yang ditawarkan lebih banyak dari pada pembelinya). Maka dari itu, muncullah yang namanya penetapan harga dari para pedagang ikan laut tersebut yang juga merupakan penawaran dari pembeli. Sebagian pedagang ikan laut di Pasar Kapedi dalam memberikan harga ikan lautnya lebih rendah dibandingkan dari harga para pesaingnya dengan tujuan untuk mempercepat laku ikan laut yang dijualnya dengan alasan mempengaruhi kualitas ikan laut yang dijualnya ketika berlama-lama tidak tersalurkan kepada pembeli. Hal ini menimbulkan reaksi dari pesaingnya yang menjual ikan laut yang sesuai dengan harga pasarnya.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis ingin melakukan penelitian di Pasar Kapedi Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep karena seluruh pedagang ikan laut beragama Islam, namun sebagian pedagang ikan kurang memperhatikan prinsip etika bisnis Islam dalam bersaing dengan pedagang ikan laut lainnya, seperti tidak jujur dalam menawarkan barang/prduk dagangannya dan menjatuhkan harga dengan tujuan untuk menjatuhkan para pesaingnya. Maka dari itu, peneliti mengangkat penelitian yang berjudul **“Persaingan Pedagang Ikan Laut Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Di Pasar Kapedi Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep”**. Hal ini menarik untuk diteliti terkait persaingan antar pedagang ikan laut dalam tinjauan etika bisnis Islam di pasar Kapedi.

## **B. FOKUS PENELITIAN**

1. Bagaimana persaingan antar pedagang ikan laut di pasar Kapedi Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep?
2. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap persaingan antar pedagang ikan laut di pasar Kapedi Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep?

### **C. TUJUAN PENELITIAN**

1. Untuk mengetahui bagaimana persaingan antar pedagang ikan laut di pasar Kapedi Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep.
2. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan etika terhadap pedagang ikan laut di pasar Kapedi Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep.

### **D. KEGUNAAN PENELITIAN**

Penelitian ini diharapkan dapat mempunyai nilai manfaat dan memiliki banyak kegunaan bagi berbagai pihak. Baik secara teoritis maupun praktis. Kegunaan penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

#### **1. Secara Teoritis**

Penelitian ini dapat meningkatkan dan memperdalam pengetahuan, wawasan, dan pemahaman mengenai persaingan pedagan ikan laut di pasar kapedi kecamatan Bluto kabupaten sumenep ditinjau dari etika bisnis islam, serta dapat dijadikan bahan referensi atau rujukan untuk melakukan penelitian selanjutnya yang lebih relevan.

#### **2. Secara Praktis**

##### **a. Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu pembelajaran dalam berpikir ilmiah, menerapkan teori yang diperoleh ke dalam kasus nyata serta menambah



wawasan dan pengalaman.

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi tambahan dan pembelajaran mengenai persaingan usaha dan etika bisnis Islam.

c. Bagi Pedagang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebagai pedoman dalam etika berbisnis yang berlandaskan Islam, yang nantinya bisa diterapkan dalam melakukan kegiatan bisnis atau perdagangan.

## **E. DEFINISI ISTILAH**

Untuk menghindari kekeliruan dan kesalahan dalam memahami istilah-istilah yang terdapat dalam penulisan proposal skripsi ini, maka istilah-istilah tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Persaingan

Persaingan adalah suatu proses sosial dimana orang-perorangan atau sekelompok manusia berusaha mengalahkan pihak lain tanpa menggunakan ancaman ataupun kekerasan. Tujuannya mencapai sesuatu yang lebih daripada yang lainnya, baik itu berupa harta ataupun berupa popularitas dan lain sebagainya. Artinya semua orang berlomba-lomba untuk bagaimana dirinya bisa menjadi lebih unggul daripada orang lain.

2. Pedagang

Pedagang adalah orang yang melakukan suatu kegiatan jual beli barang yang barang tersebut tidak memproduksinya sendiri yang bertujuan memperoleh keuntungan dari barang yang diperjualbelikan dan merupakan pekerjaannya sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

### 3. Pasar

Pasar adalah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli. Dalam ilmu ekonomi definisi pasar lebih luas daripada hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli melainkan pasar mencakup keseluruhan permintaan dan penawaran, seluruh kontak atau interaksi antara penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang dan jasa.

Pasar merupakan seperangkat pembeli aktual dan juga potensial dari produk dan jasa. Ukuran dari pasar itu sendiri tergantung dengan jumlah orang yang menunjukkan tentang kebutuhan, mempunyai kemampuan dalam berinteraksi.

### 4. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan mana yang baik dan mana yang buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan seseorang untuk mengaplikasikannya atas apa saja dalam dunia usaha atau bisnis.

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah dan tentunya melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang mempunyai kepentingan dengan tuntunan perusahaan.

## **F. KAJIAN TERDAHULU**

Sebagai bahan pendukung penelitian, peneliti melakukan penelaahan terhadap penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Sehingga nantinya dengan adanya penelaahan ini peneliti dapat mendukung persoalan yang lebih mendalam terhadap permasalahan diatas. Berdasarkan penelaahan yang dilakukan oleh peneliti ada beberapa penelitian baik itu berupa skripsi atau jurnal yang membahas tentang persaingan dan tinjauan etika bisnis Islam terhadap suatu bisnis atau perdagangan. Diantaranya sebagai berikut:

Siti Hofifah, yang berjudul “Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam”, 2020. Jurnal bertujuan untuk menganalisis persaingan usaha pedagang musiman di Ngebel Ponorogo ditinjau dari etika bisnis Islam. Dari hasil penelitian ini diperoleh informasi bahwa sebagian pedagang melakukan persaingan dengan tidak memperhatikan atau tidak menerapkan prinsip etika bisnis Islam. Alasannya karena banyaknya pesaing pada daerah tersebut serta para pedagang ini hanya menginginkan keuntungan sebanyak-banyaknya untuk keperluan perekonomian tanpa memperhatikan aturan yang telah ditetapkan dalam ajaran agama Islam. Selain itu juga diketahui bahwa banyak pedagang yang menentukan harga barang yang dijualnya terkadang masih tidak sesuai dengan kualitasnya, serta dalam takaran, penimbangan dan ukuran juga masih adanya unsur

kecurangan. Sehingga hal ini dapat merugikan pihak-pihak lain yang termasuk dalam kegiatan usaha tersebut, salah satunya adalah pembeli atau konsumen.<sup>8</sup>

Ira Novianty, yang berjudul “Analisis Persaingan Ekonomi Antar Pedagang Perempuan Penjual Sayur di Pasar Rakyat Flamboyan Pontianak”, 2019. Jurnal penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persaingan ekonomi antar pedagang perempuan penjual sayur di Pasar Rakyat Flamboyan Pontianak. Berdasarkan hasil penelitian di peroleh informasi bahwa persaingan yang terjadi pada pedagang perempuan penjual sayur di pasar Rakyat Flamboyan Pontianak yaitu mereka bersaing dengan cara yang sehat, kekeluargaan, baik dan memiliki hubungan yang baik antar sesama pedagang walaupun persaingan masih tetap terjalin. Persaingan Ekonomi Pedagang Sayur Di Pasar rakyat Flamboyan Pontianak Dalam persaingan yang terjadi bahwa adanya persaingan yang berdasarkan mutu produk yang dijual oleh pedagang perempuan penjual sayur yang mana banyak produk atau barang sayur yang segar lebih diminati oleh pembeli atau konsumen dan penekanan harga yang terjadi berbeda-beda karena ada yang berjualan sayur yang sama jenisnya tetapi memiliki harga yang berbeda.<sup>9</sup>

Nine Haryanti dan Trisna Wijaya, yang berjudul “Analisis Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam pada Pedagang di PD Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya”, 2019. Jurnal penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan

---

<sup>8</sup> Siti Hofifah, “Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam”, *Jurnal Rumpun Ekonomi Syari'ah*, Vol. 3 No. 2, 2020.

<sup>9</sup> Ira Novianty, “Analsis Persaingan Ekonomi Antar Pedagang Perempuan Penjual Sayur Dipasar Flamboyan Pontianak”, *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa*, Vol. 8 No. 11, 2019.

prinsip-prinsip etika bisnis Islam pada pedagang di PD Pasar Tradisional Tasikmalaya. Dari penelitian ini diperoleh informasi bahwa prinsip-prinsip etika bisnis Islam belum sepenuhnya di terapkan oleh para pedagang di PD Pasar Tradisional Tasikmalaya dalam aktivitas jual belinya. Masih ada beberapa penyimpangan atau ketidakjujuran yang dilakukan oleh pedagang dalam aktivitas jual beli seperti melalaikan shalat, kecurangan dalam timbangan, menjual barang dibawah harga pasar karena ketatnya harga pasar, pedagang kurang jujur tidak membayar hutang ke supplier, melakukan simpan pinjam ke bank konvensional, batas kadaluarsa yang tidak jelas, sikap kurang ramah pedagang dan perlakuan berbeda (diskriminatif) terhadap konsumen yang ditunjukkan pedagang dan masih terdapat produk olahan makanan yang menambahkan formalin dan borax yang itu sangat berbahaya bagi mengkonsumsinya. Kejadian itu sangatlah merugikan bagi para konsumen yang menjadi pembeli dari pedagang-pedagang yang ada di PD Pasar Tradisional Tasikmalaya.<sup>10</sup>

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu diatas, peneliti sudah cukup mempunyai pandangan mengenai penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Peneliti disini ingin meneliti tentang Analisis Persaingan Pedagang Ikan Ditinjau dari etika Bisnis Islam di Pasar Kapedi Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep.

**Tabel 1.**

**Persamaan dan Perbedaan**

<b>No</b>	<b>Peneliti</b>	<b>Judul</b>	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
-----------	-----------------	--------------	------------------	------------------

<sup>10</sup> Nine Haryanti dan Trisna Wijaya, "Analisis Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di PD Pasar Tradisional Tasikmalaya", *Jurnal Ekonomi Syari'ah*, Vol. 4 No. 2, 2019.

1	Siti Hofifah (2020) Jurnal Rumpun Ekonomi Syari'ah, Vol. 3 No. 2.	“Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam”	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang persaingan bisnis ditinjau dari perspektif Etika Bisnis Islam	Perbedaannya terdapat pada objek penelitian dan lokasi penelitiannya
2	Ira Novianty (2019) Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa, Vol.8 No. 11.	“Analisis Persaingan Ekonomi Antar Pedagang Perempuan Penjual Sayur di Pasar Rakyat Flamboyan Pontianak”	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang persaingan bisnis atau usaha terhadap perdagangan	Perbedaannya adalah dalam jurnal ini tanpa adanya tinjauan dari etika bisnis Islam, objek penelitiannya dan lokasi penelitiannya
3	Nine Haryanti dan Trina Wijaya (2019) Jurnal Ekonom Syari'ah, Vol. 4 No.2.	“Analisis Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam pada Pedagang di PD Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya”	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang tinjauan dan penerapan etika bisnis Islam pada kegiatan bisnis atau perdagangan	Perbedaannya adalah dalam jurnal tidak secara khusus meneliti tentang persaingannya, objek penelitiannya dan lokasi penelitiannya

**G. Sumber : Hasil olahan peneliti**