

ABSTRAK

Syamsul Arifin, 2022, *Persaingan Bisnis Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Pada Toko Kelontong Di Desa Aengsareh Kecamatan Sampang*, Program Studi Ekonomi Syari'ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Insitut Agama Islam Negeri Madura (IAIN), Dosen Pembimbing : Fena Ulfa Aulia, M. Ak,

Kata Kunci : *Toko Kelontong, Persaingan Bisnis, Etika Bisnis Islam*

Toko kelontong merupakan salah satu bisnis yang diminati oleh berbagai kalangan masyarakat, hal ini dikarenakan kemudahan dalam pengelolaan dan besarnya keuntungan yang dihasilkan, sehingga membuat banyak orang membuka bisnis di bidang ritel tersebut, akan tetapi dengan semakin banyaknya jumlah pengusaha, menimbulkan persaingan yang ada semakin sulit, sehingga diperlukan strategi dan pengelolaan yang matang agar dapat tetap bertahan, islam telah mengatur sedemikian rupa mengenai persaingan dalam berbisnis dalam etika bisnis Islam.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka ada tiga permasalahan yang menjadi kajian pokok dalam penelitian ini, yaitu: *Pertama*, Bagaimana persaingan bisnis Toko kelontong Sampang. *Kedua* Bagaimana strategi persaingan bisnis Toko kelontong. *Ketiga*, Bagaimana persaingan bisnis dan strategi Toko kelontong di Desa Aengsareh Kecamatan Sampang dalam perspektif Etika Bisnis Islam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Sumber data diperoleh dari wawancara. Wawancara yang digunakan yaitu jenis wawancara semi struktur. Informannya adalah para pemilik toko kelontong dan pembeli.

Hasil dari penelitian ini yaitu :*Pertama*, keadaan persaingan toko kelontong terbilang berat hal ini dikarenakan banyaknya jumlah toko kelontong dengan konsep penjualan yang sama dalam jarak berdekatan, *Kedua* Strategi persaingan bisnis yang diterapkan oleh pedagang di Desa Aengsareh dikategorikan persaingan sehat dan strategi yang diterapkan bervariasi mulai dari Memperbaiki kualitas pelayanan, Memastikan ketersediaan barang, Menyesuaikan barang dagangan dengan kondisi pasar, Tidak mempermainkan harga (harga kompetitif), Menjual produk terbaru yang belum dimiliki oleh kompetitor dan memanfaatkan tempat yang strategis. *Ketiga*, persaingan yang ada lebih memilih fokus pada pelayanan. Dan berdasarkan strategi yang diterapkan oleh para pedagang, tidak ditemukannya segala hal yang melanggar prinsip etika bisnis Islam,