

ABSTRAK

Sakia Syamsul. 2019. Penerapan Etika Bisnis bagi Pedagang Muslim dalam Persaingan Usaha (Studi Kasus pada Pasar Wonomulyo Kab.Polewali Mandar). Skripsi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Mahmud Nuhung dan Pembimbing II Samsul Rizal.

Penelitian ini ditujukan untuk sejauh mana pemahaman pedagang tentang etika bisnis Islam dan bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam persaingan usaha apakah sudah sesuai dengan yang telah di contohkan oleh Rasulullah saw. permasalahan dalam penelitian ini adalah di dalam aktivitas perdagangan terdapat hal yang harus diperhatikan, yaitu tentang perilaku atau etika berdagang khususnya perdagangan dalam Islam. Pada kenyataan di lapangan, para pedagang kerap kali melaksanakan kegiatan perdagangan hanya sekedar untuk mencari keuntungan saja, tanpa memperhatikan nilai-nilai keislaman yang seharusnya penting sebagai landasan untuk melakukan proses perdagangan tersebut khususnya di pasar Wonomulyo.

Metode dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Dengan sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Untuk menganalisis data peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini Mayoritas pedagang yang ada di pasar wonomulyo sudah paham tentang etika bisnis Islam dalam berdagang dilihat dari hasil wawancara peneliti lakukan bahwa rata-rata sudah paham tentang Etika bisnis namun ada juga yang mengetahui namun tidak menerapkannya. Persaingan yang dilakukan oleh pedagang di pasar wonomulyo merupakan persaingan secara sehat karena dilihat dari hasil wawancara yang peneliti kumpulkan bahwa pedagang yang ada di pasar wonomulyo ini yakin kalau rezeki Allah yang atur asalkan kita bersaing secara sehat dan menjalankannya dengan baik tanpa merugikan pedagang yang lain.

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Pedagang, Persaingan Usaha

ABSTRACT

Sakia Syamsul. 2019. An extensive procedure for Muslim merchants in the competition (the case studies in Wonomulyo Market, Polewali Mandar Regency). The Islamic economy thesis, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University, Makassar. Guided by the First guide, Mahmud Nuhung and the second guide, Samsul Rizal.

This study was intended to what extent the merchant understanding of Islamic business ethics and how is it applied in the business competition was already in accordance with the who had already been in the dissolving by Rasulullah saw. The problems in this study were in the trade activity of the event which had to be noted, that of behavior or how to work in particular trade in the Islamic. At the time of the field, the merchants have often carried out the trade activities only to seek the advantage alone, without consideration of the introduction of the Islam, which was supposed to be important as the foundation for the process of trade in the market stock.

The method of this research is a qualitative method. With data sources used is the primary and secondary data. The data Collection used by observation, interviews and documentation. to analyze the data, The researchers use a descriptive method of qualitative.

The result was obtained from the research that the majority of the merchants in Wonomulyo Market have been understanding of the Islamic Business Ethics in trading, from the results of the research interview that the average has already been found to be locked away without any kind of business but there are also known as did not apply. The competition was made by a trader in the market: Wonomulyo is a healthy rival because seen from the result of interviews found that the merchant that exists in the Wonomulyo Market is convinced of the sustenance from Allah to which we compete as well as soon as opposed to other traders.

Keywords: precognitive Islamic, merchants, and rivalries