

DIKTUM: Jurnal Syariah dan Hukum
Volume 20 Nomor 1 Juli 2022 hlm: 1-18

Analisis Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha *Pabbagang* di Desa Pallemeang Kabupaten Pinrang

Rosmaya

Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam, IAIN Parepare

E-mail: rosmaya@iainpare.ac.id

Muhammad Ali Rusdi Bedong

Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam, IAIN Parepare

E-mail: malirsudi@iainpare.ac.id

Muhammad Kamal Zubair

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Parepare

E-mail: muhammadkamalzubair@iainpare.ac.id

Wahidin

Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam, IAIN Parepare

E-mail: wahidin@iainpare.ac.id

Abstract

One form of business competition in Pallameang Village is the competition carried out by *pabbagang*. There are two dominant types of *pabbagang* in Pallameang Village, namely *pabbagang rambo* (boat chart) and *pabbagang tancap* (tancap chart). Both have their own characteristics as well as their own advantages. *Pabbagang rambo* (boat chart) more often uses the medium of boats in its operational. Meanwhile, the *pabbagang tancap* (bamboo chart), is an arrangement series of bamboo in a quadrangle form that is plugged and it stands firmly on the water, where in the middle of bamboo arrangement a net is installed. The results of the study showed that the competition between fishermen in Pallameang Village is by catching fish through *pabbagang tancap* and *pabbagang rambo*. There were business competitions in different types of use of charts affects costs, as well as the results they obtain, as well as the competition that occurs on fishermen of Pallameang Village in accordance with the existing Islamic business ethics, this is based on the principles in Islamic business ethics that have been applied by *pabbagang rambo* and *pabbagang tancap* in Pallameang Village. These, based on the principles in Islamic business ethics, namely the concepts of *tauhid*, mandate and justice.

Keywords: Competition, *Pabbagang Rambo*, *Pabbagang Tancap*, Islamic Business Ethics.

Abstrak

Salah satu bentuk persaingan usaha yang ada di Desa Pallameang adalah persaingan yang dilakukan oleh *pabbagang*. *Pabbagang* yang ada di Desa Pallameang ada dua macam yang lebih dominan, yakni *pabbagang rambo* (bagan perahu) dan *pabbagang tancap* (bagan tancap). Keduanya memiliki ciri khas serta keunggulan masing-masing. *Pabbagang rambo*

(bagan perahu) lebih sering menggunakan media perahu dalam operasionalnya. Sedangkan *pabbagang tancap* (bagan bambu), merupakan rangkaian atau susunan bambu berbentuk segi empat yang ditancapkan, sehingga berdiri kokoh di atas perairan, dimana pada tengah bangunan tersebut dipasang jaring. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persaingan antara nelayan yang ada di Desa Pallameang adalah dengan menangkap ikan melalui cara *bagan tancap* maupun *bagan rambo*. Persaingan dalam jenis penggunaan bagan berbeda mempengaruhi biaya, serta hasil yang mereka peroleh. Persaingan yang terjadi pada nelayan di Desa Pallameang sudah sesuai dengan etika bisnis Islam berdasarkan prinsip dalam etika bisnis Islam, yaitu konsep tauhid, amanat, dan adil.

Kata Kunci: Persaingan, *Pabbagang Rambo*, *Pabbagang Tancap*, Etika Bisnis Islam.

Pendahuluan

Kebutuhan manusia sangat beraneka ragam, demikian kecenderungan manusia dalam memenuhi hajat hidupnya. Demi memenuhi kebutuhan manusia, mereka menjalin kerja sama dengan melakukan penawaran dan permintaan (*supply and demand*) untuk mengantisipasi globalisasi ekonomi dan menguatkan kekuatan agar dapat bersaing.

Persaingan bisnis dianggap sebagai kekuatan pasar, namun tidak sedikit persaingan yang terjadi di antara pebisnis berubah menjadi rivalitas.¹ Rivalitas dipicu oleh persaingan dan kekuatan jaringan dalam bisnis seperti jaringan keluarga, investor, sponsor, dan pemerintah. Oleh sebab itu, etika bisnis diperlukan untuk mengatasi rivalitas yang cenderung bersifat paradoks. Sisi negatif dari persaingan usaha direduksi dengan etika yang sesuai dengan kultur Islam.² Di dalam kultur 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 perspektif Islam.³ Etika bisnis selama ini cenderung diabaikan, sebab kelompok manusia hanya mementingkan kebutuhan untuk memperoleh keuntungan saja dengan menghalalkan segala cara. Islam mengajarkan umatnya

¹ Christopher J Medlin and Chris Ellegaard, "Conceptualizing Competition and Rivalry in a Networking Business Market," *Industrial Marketing Management* 51 (2015): 131–40, <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2015.05.009>.

² Gillian Rice, "Islamic Ethics and the Implications for Business," *Journal of Business Ethics* 18, no. 4 (1999): 345–58, <https://doi.org/10.1023/A:1005711414306>.

³ Veland Ramadani et al., "The Context of Islamic Entrepreneurship and Business: Concept, Principles and Perspectives," *International Journal of Business and Globalisation* 15, no. 3 (2015): 244–61, <https://doi.org/10.1504/IJBG.2015.071906>.

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 pegangan pokok dari 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 menempati posisi penting dalam ajaran Islam, sebab terbentuknya pribadi yang memiliki moral baik (*akhlaqul karimah*) merupakan tujuan puncak dari seluruh ajaran Islam.⁴

Realitas sekarang ini, masih banyak ditemukan para pedagang yang mengabaikan etika dalam menjalankan usahanya. Selain itu, persaingan menjadikan para pedagang atau pengusaha kerap kali mengabaikan etika bisnis yang harusnya diterapkan dalam menjalankan usaha. Persaingan yang dikatakan sempurna adalah 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 tentunya tidak merugikan pedagang lain, pembeli, dan komponen lainnya.

Di Kabupaten Pinrang, salah satu bentuk persaingan usaha adalah persaingan yang dilakukan oleh *pabbagang* di Desa Pallemang. *Pabbagang* di Desa Pallemang terdiri dari dua macam, yakni *pabbagang rambo* (bagan perahu) dan *pabbagang tancap* (bagan bambu). Keduanya memiliki ciri khas serta keunggulan masing-masing. *Pabbagang rambo* (bagan perahu) lebih sering menggunakan media perahu dalam operasional usaha. *Pabbagang rambo* (bagan perahu) adalah alat penangkap ikan yang dioperasikan dengan cara diturunkan ke kolom perairan dengan cara diturunkan ke kolom perairan dan diangkat kembali setelah banyak ikan yang tertangkap. Bagan *rambo* menggunakan perahu untuk berpindah-pindah ke lokasi yang diperkirakan banyak ikan. Bagan ini juga dilengkapi dengan perahu motor yang berfungsi untuk menggandeng *bagang rambo* menuju area tangkap nelayan. Selain itu, bagan tersebut berfungsi sebagai pengangkut hasil tangkapan.

⁴ Euis Amalia, "Mekanisme Pasar Dan Kebijakan Penetapan Harga Adil Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2013).

Berbeda dengan *pabbagang rambo*, *pabbagang tancap* (bagan bambu), merupakan rangkaian atau susunan bambu berbentuk segi empat yang ditancapkan, sehingga berdiri kokoh di atas perairan pada tengah bangunan tersebut dipasang jaring. Pengoperasian bagan tancap biasanya dilakukan pada malam hari, dengan memanfaatkan sifat ikan yang *fototaksis* positif (peka terhadap rangsang cahaya). Dengan menggunakan cahaya yang sengaja dipasang pada bagan tancap, dapat menarik perhatian ikan untuk mendekati arah cahaya tersebut. Dengan begitu, nelayan dapat memperoleh ikan dengan memanfaatkan sifat ikan tersebut. Perbedaan operasional bagan *rambo* dan bagan *tancap* inilah yang diduga memicu persaingan bisnis di antara *pabbagang*. Cara modern dengan mesin perahu dan cara tradisional berimpilikasi pada hasil tangkapan yang diperoleh nelayan, *pabbagang rambo* hasil tangkap lebih banyak dibandingkan *pabbagang tancap* karena area tangkapan luas. Namun, biaya operasional *pabbagang rambo* lebih besar dibandingkan *pabbagang tancap*.

Berdasarkan latar belakang sebagaimana terurai pada paragraf sebelumnya, rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana bentuk persaingan bisnis antara usaha *pabbagang* di Pallameang Kabupaten Pinrang?; 2) Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap persaingan usaha *pabbagang* di Pallameang Kabupaten Pinrang?

Tinjauan Literatur

Dalam pasar bebas, hanya ada satu tanggung jawab bisnis. Organisasi, perusahaan, kelompok, dan individu harus menggunakan segala sumber daya untuk meningkatkan profit, selama itu aktivitas bisnis berada dalam persaingan yang terbuka dan bebas, tanpa penipuan, dan kecurangan.⁵ Meskipun ada kata tanpa penipuan dan kecurangan, namun apa yang didefinisikan Milton Friedman menunjukkan bahwa maksimalisasi profit adalah tujuan akhir dari ekonomi pasar bebas, ini berarti etika bukanlah pertimbangan pertama dan utama karena maksimalisasi manfaat dari bisnis adalah keuntungan. Profit mendahului etika, sedangkan dalam hukum Islam, etika adalah yang pertama

⁵ Milton Friedman and Rose D. Friedman, *Capitalism and Freedom* (Chicago: University of Chicago Press, 1962).

dan utama, bukan profit yang cenderung pada kalkulasi matematika⁶ atau *money oriented*.

Menurut hukum Islam, apa pun yang mengarah pada kesejahteraan individu atau masyarakat adalah baik secara moral dan apa pun yang merugikan adalah buruk secara moral. Sistem etika yang ditetapkan dalam Islam adalah keyakinan kepada Allah swt, yang kemudian membentuk dasar masyarakat Islam. Etika Islam memerintahkan pengikutnya untuk rajin menjaga perilaku, kata-kata, pikiran, dan niat mereka dan mematuhi norma-norma dan kode moral tertentu dalam urusan keluarga mereka, dalam berhubungan dengan kerabat, tetangga, dan teman, serta dalam transaksi bisnis mereka.⁷

Dalam konsensus akademisi (ijma) dan analogi (qiyas), terdapat nilai-nilai dasar etika bisnis diantaranya tauhid, khilafah, ibadah, tazkiyah dan ihsan. Dari nilai dasar ini dapat diangkat ke prinsip umum tentang keadilan, kejujuran, keterbukaan (*transparansi*), kebersamaan, kebebasan, tanggung jawab dan akuntabilitas.⁸ Etika bisnis Islam juga mengacu pada konstruksi teologi Islam dalam perniagaan, yakni amanah, jujur, dan adil. Etika bisnis Islam merupakan suatu tatanan nilai yang mengatur transaksi bisnis. Hal ini dikarenakan adanya persaingan bisnis, barang maupun jasa yang dikonsumsi oleh setiap orang. Sebagai contoh, pihak yang berkompetisi masing-masing bergiat memperoleh pesanan dengan menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan berupa pemotongan harga, iklan atau promosi, variasi, kualitas, kemasan, desain dan segmentasi pasar.⁹ Selain itu, persaingan usaha juga dapat mengarah kepada praktik monopoli dan persaingan yang tidak sehat sebagaimana termaktub dalam UU No. 5 Tahun 1999.¹⁰

⁶ Ismail Cebeci, "Handbook of Research on Islamic Business Ethics Edited by Abbas J. Ali," *Journal of Islamic Studies* 29, no. 1 (January 1, 2018): 139–42, <https://doi.org/10.1093/jis/etx075>.

⁷ Jawed Akhtar Mohammed, "The Ethical System in Islam – Implications for Business Practices BT - Handbook of the Philosophical Foundations of Business Ethics," ed. Christoph Luetge (Dordrecht: Springer Netherlands, 2013), 873–82, https://doi.org/10.1007/978-94-007-1494-6_3.

⁸ Djoni Sumardi Gozali, "Penerapan Asas Kesepakatan Dalam Pengadaan Tanah Bagi Pembangunan Untuk Kepentingan Umum," *Yuridika* 32, no. 3 (2017): 393–414.

⁹ Didi Sukardi, Slamet Firdaus, and Ima Sri Fatmawati, "Analisis Hukum Islam Terhadap Persaingan Usaha Home Industry Tape Ketan Cibeureum," *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah* 3, no. 2 (2018): 187–99.

¹⁰ Tutiek Retnowati and Denaldi Fernando, "Dampak Terhadap Konsumen Dari Persaingan Bisnis Tidak Sehat Para Pelaku Usaha Sepeda Motor," *Jurnal HUKUM BISNIS* 4, no. 1 (2020): 289–311.

Beberapa studi mengenai persaingan usaha yang dirujuk menunjukkan bahwa persaingan usaha yang dilakukan para pebisnis ditinjau dari etika bisnis Islam bersifat paradoks, ada yang sesuai dan tidak sesuai dengan ajaran Islam. Di Desa Wringinanom Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo, misalnya, pengrajin Genteng di sana dalam menerapkan strategi pemasaran dan penetapan harga telah sesuai harga pasaran.¹¹ Di Desa Karanganyar, Weru, Kabupaten Sukoharjo berbeda dengan temuan sebelumnya. Penerapan etika bisnis di kalangan produsen tahu, ada kecenderungan tidak sesuai dengan ajaran Islam. Hal ini dibuktikan dengan masih adanya praktik yang menyimpang dari ajaran Islam terkait produksi, harga dan pemasaran.¹² Di samping produksi, harga, dan pemasaran, persaingan juga kerap kali terjadi karena perebutan lokasi. Di Pasar Ganefo, Kabupaten Demak, posisi pasar yang strategis sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli memicu persaingan bisnis dalam dua kutub. Di satu sisi, kegiatan perniagaan telah diterapkan sesuai etika bisnis Islam. Namun di sisi yang lain, masih ada beberapa aktivitas dari pedagang yang menyimpang dari ajaran Islam.¹³

Berdasarkan temuan penelitian yang telah diuraikan, artikel ini bertujuan untuk menerapkan temuan penelitian sebelumnya dengan berfokus pada persaingan usaha antara *pabbagang rambo* dan *pabbagang tancap* di Desa Pallameang Kabupaten Pinrang, dengan melihat bagaimana bentuk persaingan usaha serta penerapan etika bisnis Islam. Selain itu, artikel ini juga bertujuan untuk memverifikasi apakah temuan penelitian di daerah lain sama dengan kultur Islam dalam masyarakat pesisir (etnis Bugis) khususnya di Desa Pallemeang, Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan.

Metode

Jenis penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah metode deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian terletak di Desa Pallemeang Kabupaten Pinrang. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder.

¹¹ Fitriani Karlinda, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Pengrajin Genteng Di Desa Wringinanom Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo." (IAIN Ponorogo, 2018).

¹² Nining Isnayni, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Antar Produsen Tahu Di Desa Karanganyar, Weru, Sukoharjo" (UIN Sunan Kalijaga, 2017).

¹³ Novita Sa'datul Hidayah, "Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam" (UIN Walisongo, 2015).

Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara¹⁴, data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, dan perpustakaan online IAIN Parepare.

Data primer dari observasi dan wawancara yang diperoleh didokumentasikan dalam bentuk foto dan rekaman video. Data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif (reduksi, *display*, dan penarikan kesimpulan) dengan mendeskripsikan hasil observasi di lapangan dan informasi yang diperoleh dari wawancara. Setelah dideksripsikan, data diintrepetasi, kemudian dianalisis untuk mengeksplorasi dan memahami persaingan dua kelompok¹⁵ *pabbagang*, yakni *pabbagang rambo* dan *pabagang tancap*.

Hasil dan Pembahasan

Secara umum, persaingan bisnis adalah perseteruan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang dan jasa yang baik pula.¹⁶ Tiga unsur yang harus dicermati dalam persaingan bisnis sebagai unsur dalam persaingan usaha, yaitu pihak-pihak yang bersaing, cara bersaing, dan objek yang dipersaingkan.

1. Pihak-pihak yang bersaing

Dalam bisnis manusia menjadi titik pengendalian bisnis dan menjadi pusat bisnis. Begitupula bagi seorang muslim melakukan aktivitas bisnis tiada lain kecuali untuk mengembangkan dan memperoleh harta miliknya. Dengan demikian, persaingan usaha tidak diartikan sebagai sesuatu yang saling merugikan, tetapi justru dipahami sebagai bagian dari peningkatan layanan, peningkatan mutu produk, serta harga produk yang bersaing.¹⁷

Berdasarkan wawancara yang diperoleh penulis kepada masyarakat setempat bahwa ada dua macam bagan yang digunakan, yaitu bagan *tancap* dan bagan *rambo*. Bagan *tancap* digunakan nelayan di Desa Pallemenag, dikarenakan cara penggunaannya yang jauh lebih mudah dan tidak perlu untuk berpindah-

¹⁴ Bagong Suyatno and Sutinah, *Metode Penelitian Sosial*, 3rd ed. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005).

¹⁵ John Ward Creswell, *Research Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran*, 4th ed. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016).

¹⁶ Muhammad Fajrul Falah, "Strategi Bauran Pemasaran Ikan Konsumsi Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Islam (Pada PT. Fajar Samodra Abadi)," 2020.

¹⁷ Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami* (Gema Insani, 2002).

pindah.¹⁸ Hal ini mendorong nelayan di Desa Pallemenag untuk menggunakan metode *tancap* dalam menangkap ikan. Salah satunya adalah Bapak Rahmat, wawancara dengan Bapak Rahmat menunjukkan alasan mengapa metode *tancap* dipilih oleh nelayan di Desa Pallemeang. Bagan *tancap* digunakan karena tidak goyang, mudah dioperasikan, serta biaya yang tidak terlalu mahal¹⁹ atau relatif ekonomis. Hal ini didukung oleh penuturan Bapak Suprianto, bagan *tancap* dipilih karena tidak rumit dan mudah diterima (diajarkan) oleh nelayan. Nelayan tinggal berdiri di atas bagan, dan dengan mudah menurunkan dan mengangkat jaring dengan bantuan cahaya lampu yang dipasang pada malam hari.

Kompetitor bagan *tancap* adalah bagan *rambo*. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Juardi²⁰, penggunaan bagan *rambo* dipilih karena dapat berpindah tempat ketika mencari ikan. Tidak stagnan seperti metode *tancap*. Dengan demikian, hasil tangkapan ikan yang didapatkan bisa lebih banyak. Selain itu, penggunaan bagan *rambo* juga awet dan tahan lama. Ketahanan bagan *rambo* membuat nelayan bisa secara *per sistance* untuk menangkap ikan secara berpindah-pindah, mengurangi biaya produksi yang berimplikasi bagi penghasilan nelayan *rambo* di Desa Pallemeang.

Senada dengan Bapak Juardi, penuturan Bapak Hasan menguatkan kelebihan bagan *rambo* yang tahan lama dan jangkauan tangkapan lebih luas yang dungkap dalam kutipan wawancara di bawah ini.²¹

“Saya sudah 2 tahun menggunakan bagan Rambo. Karena menurut saya penggunaannya memiliki mobilitas tinggi, jadi nelayan bisa memilih tempat untuk menangkap ikan karena dapat dengan mudah berpindah-pindah.”²²

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis melihat bahwa nelayan yang menggunakan bagan *rambo* dikarenakan memiliki mobilitas tinggi, nelayan bisa memilih tempat untuk menangkap ikan karena dengan mudah dapat berpindah dari satu tempat ke tempat lain. Nelayan bagan *rambo* dapat dikatakan menggunakan teknologi modern, sedangkan *tancap* tradisional.

¹⁸ Akbar, “Nelayan Bagan Tancap, Wawancara Oleh Penulis Di Desa Pallameang” (Pinrang, n.d.).

¹⁹ Rahmat, “Nelayan Bagan Tancap, Wawancara Oleh Penulis Di Desa Pallameang,” n.d.

²⁰ Juardi, “Nelayan Bagan Rambo, Wawancara Oleh Penulis Di Desa Pallameang,” n.d.

²¹ Hasan, “Nelayan Bagan Rambo, Wawancara Oleh Penulis Di Desa Pallameang,” 25 September 2019, n.d.

²² Hasan, Nelayan Bagan Rambo, wawancara oleh Penulis di Desa Pallameang, 25 September 2019.

Meminjam pandangan Cécile Brugère dkk²³ tentang diversifikasi produk komunitas nelayan, adanya pihak kompetitor bagan *tancap* dengan hadirnya bagan *rambo* yang lebih modern menunjukkan proses diversifikasi berjalan dalam manajemen perikanan di Desa Pallemeang. Hal ini juga menunjukkan adanya intensi nelayan untuk mengubah paradigma lama tentang perikanan skala kecil²⁴ ke skala yang lebih besar pada masyarakat pesisir etnis Bugis di Sulawesi Selatan.

Namun demikian, etnis Bugis adalah salah satu komunitas Islam yang kuat dalam menaati hukum Islam. Ketaatan terhadap hukum Islam seperti etika dalam usaha perikanan tangkap nelayan kontraproduktif dengan bentuk persaingan yang berorientasi pada profit, seperti pandangan Milton Friedman tentang *Capitalism and Freedom*. Nelayan *rambo* dan *tancap* di Desa Pallemeang yakin dengan rezeki yang sudah diatur oleh Allah swt. Keyakinan inilah yang dijadikan untuk terus berusaha dan tawakkal kepada Allah. Artinya, kontestasi atau persaingan tidak diartikan sebagai permusuhan untuk saling menjatuhkan, tetapi justru digunakan untuk terus berusaha agar tangkapan terus meningkat, sebagai bagian dari *sunnatullah*.

2. Segi Cara Bersaing

Salah satu unsur hukum Islam adalah *muamalah* atau hukum ekonomi Islam, 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 sudah terungkap bahwa perisangan nelayan di Desa Pallemenag mengarah pada cara tradisional dan modern-konvensional, yakni bagan *tancap* dan bagan *rambo*. Segi cara bersaing memiliki kelebihan dan kelemahan masing-masing. Kelebihan bagan *tancap*

²³ Katrien Holvoet and Edward H Allison, "Livelihood Diversification in Coastal and Inland Fishing Communities: Misconceptions, Evidence and Implications for Fisheries Management," *Interpretation A Journal Of Bible And Theology*, no. June (2008): 1–39, <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.15022.51523>.

²⁴ Christophe Béné, "When Fishery Rhymes with Poverty: A First Step Beyond the Old Paradigm on Poverty in Small-Scale Fisheries," *World Development* 31 (June 1, 2003): 949–75, [https://doi.org/10.1016/S0305-750X\(03\)00045-7](https://doi.org/10.1016/S0305-750X(03)00045-7).

biaya relatif murah dibandingkan bagan *rambo*. Sedangkan bagan *rambo* biaya yang dikeluarkan lebih mahal karena menggunakan mesin motor perahu.

3. Objek yang dipersaingkan

Beberapa keunggulan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing antara lain:²⁵

a. Produk

Produk yang dipersaingkan baik barang dan jasa harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitasnya terjamin dan bersaing. Dalam ajaran Islam semua aspek kehidupan manusia diatur dengan sempurna termasuk dibidang ekonomi yang diantaranya adalah produk. Produk merupakan keseluruhan objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat pada konsumen. Dalam dunia perdagangan, persaingan dalam hal barang dagangan (produk) adalah hal yang wajar.²⁶ Produk usaha bisnis yang dipersaingkan harus halal dan harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan. Produk dalam penelitian ini adalah jenis ikan yang ditangkap oleh nelayan melalui penggunaan bagan tancap maupun bagan *rambo*.

Berdasarkan wawancara penulis dengan Bapak Akbar²⁷ produk yang dihasilkan dengan metode bagan *tancap* antara lain ikan lajang dan ikan teri atau dalam bahasa setempat disebut ikan *lure*. Selain itu, hasil wawancara serupa juga diperoleh penulis ketika melakukan wawancara dengan bapak Rahmat²⁸ bahwa ikan yang biasanya ditangkap adalah ikan *lure*, ikan kakap, ikan talang-talang dan cumi-cumi. Keragaman jenis hasil tangkap juga terdapat pada bagan *rambo*. Produk yang dihasilkan dari bagan *rambo* diungkapkan Bapak Juardi²⁹ adalah ikan teri, ikan lajang, ikan tembang, dan cumi-cumi.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dikatakan bahwa produk hasil tangkapan ikan di Desa Pallameang bermacam-macam yang pada dasarnya dijadikan sebagai sumber penghasilan nelayan. Terlepas dari cara yang berbeda,

²⁵ Ismail Yusanto, M. Karebat Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, h. 93-97.

²⁶ Adelina Nasution, "Jual Rugi Pada Persaingan Usaha Fotocopy Di Lingkungan Kampus lain Langsa (Perspektif Uu No. 5 Tahun 1999 Dan Fiqh)," *TAQNIN: Jurnal Syariah Dan Hukum* 1, no. 1 (2019).

²⁷ Akbar, "Nelayan Bagan Tancap, Wawancara Oleh Penulis Di Desa Pallameang."

²⁸ Rahmat, "Nelayan Bagan Tancap, Wawancara Oleh Penulis Di Desa Pallameang."

²⁹ Juardi, "Nelayan Bagan Rambo, Wawancara Oleh Penulis Di Desa Pallameang."

terdapat jenis ikan yang sama diperoleh oleh nelayan *tancap* dan *rambo*, yakni ikan teri (*lure*), lajang, dan cumi-cumi.

b. Harga

Prinsip dasar dalam berbisnis untuk memenangkan persaingan adalah harga yang ditawarkan harus kompetitif, tetapi tidak menjatuhkan pesaing. Harga biasanya merupakan salah satu yang sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli suatu barang atau jasa. Persaingan terkait harga yang terjadi pada nelayan di Desa Pallameang adalah biaya yang mereka keluarkan untuk membuat bagan *tancap* maupun bagan *rambo*. Biaya pembuatan bagan *tancap* adalah Rp. 20-25 Juta.³⁰ Sedangkan bagan *rambo* Rp. 60-62 Juta. Persaingan harga di sini bukan pada produk, melainkan pada biaya produksi. Hal ini dikarenakan harga ikan (produk) biasanya sudah sesuai dengan harga pasaran, atau kesepakatan antara nelayan dengan pihak pemborong. Kesepakatan harga ini dilaksanakan dengan musyawarah, sehingga harga dari produsen, pemborong, sampai ke konsumen tidak zalim dan tidak merugikan berbagai pihak, sesuai dengan pandangan Ibn Taimiyah.³¹

c. Tempat

Tempat yang digunakan harus baik, sehat, bersih dan nyaman, dan harus dihindarkan dari hal-hal yang diharamkan seperti barang yang dianggap sakti untuk menarik pengunjung. Tempat untuk melakukan kegiatan penangkapan ikan di Desa Pallameang juga berbeda oleh nelayan yang menggunakan bagan *tancap* maupun bagan *rambo*. Para nelayan di Desa Pallameang mencari tempat yang strategis yang dapat menghasilkan banyak ikan, sehingga menambah penghasilan mereka. Meskipun pada kenyataannya mereka memerlukan tempat yang strategis untuk kelancaran usahanya, namun mereka melakukan persaingan yang sehat.

Pemilihan tempat dikatakan Bapak Akbar, bagan ditancapkan menggunakan bambu yang berbentuk segi empat yang nantinya ditancapkan pada dasar perairan. Tempat ditancapkan bagan adalah perairan dangkal. Biasanya pemilihan tempat itu tergantung pada kedalaman airnya. Dengan demikian, ketika akan memilih tempat, yang pertama harus diperhatikan adalah kedalaman air di tempat tersebut. Pemilihan tempat menjadi faktor yang

³⁰ Akbar, "Nelayan Bagan Tancap, Wawancara Oleh Penulis Di Desa Pallameang."

³¹ Ibn Taimiyah, *Al-Hisbah Fi Al-Islam* (Kairo: Dar al-Sha'ab, 1976).

mempengaruhi jumlah ikan, hasil tangkapan ikan yang banyak akan mempengaruhi penghasilan nelayan bagan *rambo* maupun bagan *tancap*.

d. Pelayanan

Pelayanan merupakan hal penting dalam bisnis, seorang dituntut untuk melayani konsumen dengan baik dan ramah, tetapi tidak boleh berjerumus kepada hal-hal yang diharamkan. Oleh sebab itu, untuk pelayanan yang diberikan kepada pembeli ikan, dalam hal ini adalah pihak pemborong ada dua hal utama. Pertama, adanya saling pengertian antara kedua belah pihak. Kedua, harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas ikan yang ditangkap, sehingga tidak ada yang merasa dirugikan.

Kerugian yang dialami pembeli atau pemborong akan berdampak pada relasi dalam transaksi bisnis. Oleh karena itu, Bapak Rahmat³² berpendapat bahwa nelayan di Desa Pallameang melakukan pelayanan yang baik dengan menjamin kualitas dari ikan yang dijual. Mereka menjamin kepada pembeli atas ikan yang dijualnya, memisahkan ikan yang sudah lama dengan ikan yang masih segar. Tidak dicampur karena ini berkaitan dengan kejujuran nelayan dalam transaksi bisnis, baik itu *pabbagang tancap* maupun *pabbagang rambo*.

Penerepan Etika Bisnis Islam dalam Persaingan antara *Pabbagang Rambo* dan *Pabbagang Tancap* di Desa Pallameang Kabupaten Pinrang

Persaingan sering dikonotasikan negatif karena dianggap mementingkan kepentingan sendiri. Alfred Marshal, seorang ekonomi terkemuka sampai mengusulkan agar istilah persaingan diganti dengan istilah "*economic freedom*" (kebebasan ekonomi) dalam menggambarkan atau mendukung tujuan positif dari proses persaingan. Oleh sebab itu, pengertian kompetisi atau persaingan usaha dalam pengertian yang positif dan independen sebagai jawaban terhadap upaya dalam segi keuntungan untuk menarik pembeli agar mencapai untung.³³

Persaingan para nelayan di Desa Pallameang tidak sampai kepada tindakan saling merugikan, tetapi justru digunakan untuk meningkatkan kualitas alat, teknik, serta pelayanan pasca tangkap. Dengan begitu, nelayan merasa banyak pesaing bukan menjadikan alasan untuk tidak bisa mendapatkan keuntungan yang besar.

³² Rahmat, "Nelayan Bagan Tancap, Wawancara Oleh Penulis Di Desa Pallameang."

³³ Ningrum Natasya Sirait, *Hukum Persaingan Di Indonesia* (Medan: Pustaka Bangsa Press, 2004).

“Menurut saya, persaingan itu adalah sesuatu yang harus dijalankan dengan benar dan memperhatikan apa-apa saja yang diperlukan. Untuk menghadapi persaingan antara *pabbagang*. Saya biasanya mengikuti alur dan memperbanyak cahaya lampu jadi ikan lebih tertarik. Selain itu, memperbaiki keadaan jaring, mesin dan juga peralatan yang lainnya jauh lebih baik untuk menghadapi persaingan.”³⁴

Berdasarkan kutipan wawancara di atas, dapat dikatakan bahwa persaingan *pabbagang* cenderung pada metode yang harus dijalankan dengan benar dan memperhatikan apa-apa saja yang diperlukan. Hasil wawancara serupa juga diperoleh penulis ketika melakukan wawancara dengan Bapak Rahmat³⁵ yang juga menggunakan metode bagan *tancap* dalam menangkap ikan bahwa persaingan itu adalah sebuah proses yang melibatkan orang secara berkelompok, berlomba-lomba untuk mencapai tujuan tertentu. Untuk menghadapi persaingan, *pabbagang* biasanya melakukan perbaikan perlengkapan alat yang diperlukan, menerangkan cahaya lampunya, memperbaiki jaring dan cara pemutaran pada saat menurunkan jaring karena cara tersebut berpengaruh pada hasil tangkapan. Selain itu, harus memperhatikan jarak antara bagan *rambo*, tidak boleh terlalu dekat, jaraknya minimal 300 meter. Biasanya, jika ada yang terlalu dekat maka akan diarahkan ke tempat lain.

Berdasarkan deksripsi wawancara yang terurai pada paragraf sebelumnya, penulis menganalisis bahwa *pabbagang* menyadari bahwa adanya bentuk persaingan antara sesama *pabbagang* atau nelayan. Persaingan bisnis tidak dapat dihindari, akan tetapi Islam memberikan rambu-rambu berupa etika yang harus dijaga dan prinsip yang harus dijalankan dalam berbisnis untuk menghindari persaingan negatif sebagai berikut.

1. Prinsip Tauhid (kesatuan/*unity*)

Prinsip ini merupakan prinsip pokok dari segala sesuatu karena di dalamnya terkandung perpaduan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial dan lain sebagainya menjadi satu.³⁶ Perpaduan seluruh aspek kehidupan dalam prinsip tauhid bahwa Allah mengetahui segala hal yang dikerjakan umat-Nya seperti yang tertulis di dalam Q.S At-Taubah ayat 105.

³⁴ Akbar, “Nelayan Bagan Tancap, Wawancara Oleh Penulis Di Desa Pallameang.”

³⁵ Rahmat, “Nelayan Bagan Tancap, Wawancara Oleh Penulis Di Desa Pallameang.”

³⁶ Johan Arifin and Abdul Aziz, “Etika Bisnis Islami” (Semarang: Walisongo Press, 2009).

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۖ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ
فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Terjemahnya:

"Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan."

Dengan berdasar pada teks di atas, hasil wawancara penulis ditemukan bahwa prinsip tauhid diinternalisasikan secara personal oleh nelayan di Desa Pallemang. Internalisasi nilai tauhid berupa kejujuran, mematuhi peraturan, dan tidak menjatuhkan, serta dapat dipercaya. Dengan kata lain, segala aktivitas *pabbang* di Desa Pallemang dilandasi tauhid bahwa segala yang dikerjakan diketahui Allah swt, sehingga perilaku personal dalam kompetisi tetap memperhatikan etika bisnis Islam.

2. Amanat

Manusia diciptakan tiada lain kecuali diberikan amanat masing-masing, Islam menuntut umat-Nya untuk memegang amanat dalam segala lini kehidupan termasuk dalam berbisnis. Persoalan bisnis juga merupakan amanat antara masyarakat dengan individu dan Allah swt. Kejujuran adalah suatu jaminan dan dasar bagi kegiatan bisnis yang baik dan berjangka panjang.³⁷

Amanat *pabbang* dalam kegiatan bisnis hasil tangkap ikan terletak pada kualitas, harga, dan, pelayanan. Pertama, kualitas. Hasil wawancara kepada beberapa nelayan, baik itu *tancap* maupun *rambo*, ditemukan bahwa nelayan di Desa Pallemang hanya menjual ikan segar dengan kualitas baik kepada pembeli atau pemborong. Kesegaran ikan adalah hal yang utama untuk dipasarkan lebih luas ke masyarakat Pinrang dan Kota terdekat seperti Parepare.

Kedua, harga. Praktik pemberian harga sesuai dengan kesepakatan, tidak ada monopoli dan *dumping*. Harga ikan yang dijual *pabbang tancap* dan *rambo* sudah sesuai harga pasaran, tidak ada yang menurunkan secara sepihak. Demikian juga penawaran harga dari pemborong kepada *pabbang*. Kesepakatan harga sangat tergantung pada kualitas ikan yang telah disepakati atau nilai keseimbangan antara permintaan dan penawaran telah

³⁷ Muhammad Ali Rusdi, "Maslahat Sebagai Metode Ijtihad Dan Tujuan Utama Hukum Islam," *DIKTUM: Jurnal Syariah Dan Hukum* 15, no. 2 (2017): 151–68.

dikompromikan antara *pabbagang* dan pembeli atau pemborong. Kompromi harga ini dianalisis penulis telah menjadi kebiasaan atau kultur masyarakat pesisir Bugis yang saling menghormati atau dikenal dengan istilah lokal *sippakalebi*.

Ketiga, pelayanan. Dalam berbagai literatur tentang kualitas pelayanan, sebagian besar akademisi sepakat bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas konsumen. Pada titik ini, kualitas pelayanan berupa ikan segar dan komunikasi kultural yang saling menghargai atau *sippakalebi* adalah amanat yang dipraktikkan dan dijalankan *pabbagang* di Desa Pallameang. Dengan kata lain, selain produk (ikan), pelayanan dengan budaya saling menghargai dalam transaksi perningaan ikan segar menjadi strategi *pabbagang* untuk meningkatkan dan menjaga loyalitas pelanggan.

3. Adil

Keadilan berbisnis adalah profesional dalam menjalankan bisnis, seseorang sah saja mendapat keuntungan yang banyak, tetapi belum tentu adil, setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan dan kemaslahatan,³⁸ bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan.

Sejalan dengan nilai amanat, wawancara dengan Bapak Juardi³⁹ untuk nilai keadilan dalam berbisnis adalah dengan adanya saling pengertian antara kedua belah pihak. Hal yang perlu diperhatikan adalah harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas ikan yang ditangkap sesuai, sehingga tidak ada yang dirugikan. Pada umumnya persaingan yang dilakukan oleh mereka tidak bertentangan dengan hukum ekonomi syariah, sebab persaingan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah persaingan sehat dan menghindari terjadinya hal-hal yang melanggar agama.

Kesimpulan

Persaingan antara nelayan yang ada di Desa Pallameang adalah dengan menangkap ikan melalui cara bagan *tancap* maupun bagan *rambo*. Penangkapan ikan melalui bagan *tancap*, yaitu dengan cara rangkaian atau susunan bambu berbentuk segi empat yang ditancapkan, sehingga berdiri kokoh di atas perairan,

³⁸ Muhammad Ali Rusdi Bedong, *Maslahat Dan Kaidahnya* (IAIN Parepare Nusantara Press, 2020).

³⁹ Juardi, "Nelayan Bagan Rambo, Wawancara Oleh Penulis Di Desa Pallameang."

di mana pada tengah bangunan tersebut dipasang jaring. Sedangkan penangkapan melalui bagan *rambo*, alat penangkap ikan yang dioperasikan dengan cara diturunkan ke kolom perairan dan diangkat kembali setelah banyak ikan di atasnya, dalam pengoperasiannya menggunakan perahu untuk berpindah-pindah lokasi yang diperkirakan banyak ikan. Persaingan dalam jenis penggunaan bagan berbeda mempengaruhi biaya, serta hasil yang mereka peroleh.

Pada persaingan *pabbagang* mengandung prinsip-prinsip yang harus diterapkan dalam pelaksanaannya. Persaingan yang terjadi pada nelayan di Desa Pallameang sudah sesuai dengan etika bisnis Islam yang ada hal ini berdasarkan prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam yang telah diterapkan oleh nelayan bagan *rambo* maupun bagan *tancap* di Desa Pallameang. Hal ini berdasarkan prinsip dalam etika bisnis Islam yaitu, tauhid, amanat dan adil.

Daftar Pustaka

- Akbar. "Nelayan Bagan Tancap, Wawancara Oleh Penulis Di Desa Pallameang." Pinrang, n.d.
- Amalia, Euis. "Mekanisme Pasar Dan Kebijakan Penetapan Harga Adil Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2013).
- Arifin, Johan, and Abdul Aziz. "Etika Bisnis Islami." Semarang: Walisongo Press, 2009.
- Bedong, Muhammad Ali Rusdi. *Maslahat Dan Kaidahnya*. IAIN Parepare Nusantara Press, 2020.
- Béné, Christophe. "When Fishery Rhymes with Poverty: A First Step Beyond the Old Paradigm on Poverty in Small-Scale Fisheries." *World Development* 31 (June 1, 2003): 949–75. [https://doi.org/10.1016/S0305-750X\(03\)00045-7](https://doi.org/10.1016/S0305-750X(03)00045-7).
- Cebeci, Ismail. "Handbook of Research on Islamic Business Ethics Edited by Abbas J. Ali." *Journal of Islamic Studies* 29, no. 1 (January 1, 2018): 139–42. <https://doi.org/10.1093/jis/etx075>.
- Creswell, John Ward. *Research Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran*. 4th ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016.
- Falah, Muhammad Fajrul. "Strategi Bauran Pemasaran Ikan Konsumsi Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Islam (Pada PT. Fajar Samodra Abadi)," 2020.
- Friedman, Milton, and Rose D. Friedman. *Capitalism and Freedom*. Chicago: University of Chicago Press, 1962.
- Gozali, Djoni Sumardi. "Penerapan Asas Kesepakatan Dalam Pengadaan Tanah Bagi Pembangunan Untuk Kepentingan Umum." *Yuridika* 32, no. 3 (2017): 393–414.
- Hasan. "Nelayan Bagan Rambo, Wawancara Oleh Penulis Di Desa Pallameang." 25 September 2019, n.d.
- Hidayah, Novita Sa'datul. "Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam." UIN Walisongo, 2015.
- Holvoet, Katrien, and Edward H Allison. "Livelihood Diversification in Coastal and Inland Fishing Communities: Misconceptions, Evidence and Implications for Fisheries Management." *Interpretation A Journal Of Bible And Theology*, no. June (2008): 1–39. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.15022.51523>.
- Isnayni, Nining. "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Antar Produsen Tahu Di Desa Karanganyar, Weru, Sukoharjo." UIN Sunan Kalijaga, 2017.
- Juardi. "Nelayan Bagan Rambo, Wawancara Oleh Penulis Di Desa Pallameang,"

n.d.

- Karlinda, Fitriani. "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Pengrajin Genteng Di Desa Wringinanom Kecamatan Sambit Kabupaten Ponorogo." IAIN Ponorogo, 2018.
- Medlin, Christopher J, and Chris Ellegaard. "Conceptualizing Competition and Rivalry in a Networking Business Market." *Industrial Marketing Management* 51 (2015): 131–40. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2015.05.009>.
- Mohammed, Jawed Akhtar. "The Ethical System in Islam – Implications for Business Practices BT - Handbook of the Philosophical Foundations of Business Ethics." edited by Christoph Luetge, 873–82. Dordrecht: Springer Netherlands, 2013. https://doi.org/10.1007/978-94-007-1494-6_3.
- Nasution, Adelina. "Jual Rugi Pada Persaingan Usaha Fotocopy Di Lingkungan Kampus Iain Langsa (Perspektif Uu No. 5 Tahun 1999 Dan Fiqh)." *TAQNIN: Jurnal Syariah Dan Hukum* 1, no. 1 (2019).
- Ningrum Natasya Sirait. *Hukum Persaingan Di Indonesia*. Medan: Pustaka Bangsa Press, 2004.
- Rahmat. "Nelayan Bagan Tancap, Wawancara Oleh Penulis Di Desa Pallameang," n.d.
- Ramadani, Veland, Léo Paul Dana, Vanessa Ratten, and Sadush Tahiri. "The Context of Islamic Entrepreneurship and Business: Concept, Principles and Perspectives." *International Journal of Business and Globalisation* 15, no. 3 (2015): 244–61. <https://doi.org/10.1504/IJBG.2015.071906>.
- Retnowati, Tutiek, and Denaldi Fernando. "Dampak Terhadap Konsumen Dari Persaingan Bisnis Tidak Sehat Para Pelaku Usaha Sepeda Motor." *Jurnal HUKUM BISNIS* 4, no. 1 (2020): 289–311.
- Rice, Gillian. "Islamic Ethics and the Implications for Business." *Journal of Business Ethics* 18, no. 4 (1999): 345–58. <https://doi.org/10.1023/A:1005711414306>.
- Rusdi, Muhammad Ali. "Maslahat Sebagai Metode Ijtihad Dan Tujuan Utama Hukum Islam." *DIKTUM: Jurnal Syariah Dan Hukum* 15, no. 2 (2017): 151–68.
- Sukardi, Didi, Slamet Firdaus, and Ima Sri Fatmawati. "Analisis Hukum Islam Terhadap Persaingan Usaha Home Industry Tape Ketan Cibeureum." *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah* 3, no. 2 (2018): 187–99.
- Suyatno, Bagong, and Sutinah. *Metode Penelitian Sosial*. 3rd ed. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005.
- Taimiyah, Ibn. *Al-Hisbah Fi Al-Islam*. Kairo: Dar al-Sha'ab, 1976.
- Yusanto, Muhammad Ismail. *Menggagas Bisnis Islami*. Gema Insani, 2002.