

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis seiring dengan kemajuan zaman saat ini selalu mengalami peningkatan khususnya perkembangan bisnis di bidang pariwisata. Sehingga persaingan dalam dunia bisnis pun semakin ketat, terlebih lagi karena munculnya virus Covid-19 menyebabkan pebisnis memutar otaknya untuk tetap mempertahankan bisnis mereka ditengah keadaan ekonomi yang tidak stabil dikarenakan virus tersebut. hal ini membuat para pelaku bisnis khususnya di bidang pariwisata mencari strategi-strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan diantara para pengelola objek wisata untuk menarik wisatawan sehingga dapat memaksimalkan pendapatan atau laba¹. Pemasaran memiliki peran yang sangat penting bagi para pengelola objek wisata untuk menarik wisatawan².

Seorang pebisnis muslim harus memahami bahwa dalam ajaran Islam dianjurkan kepada para umatnya untuk berlomba-lomba dalam mencari kebaikan, hal ini bisa dilakukan selagi berbisnis. Konsep persaingan bisnis yang berbasis Al-Qur'an merupakan suatu konsep persaingan yang menganjurkan para pebisnis untuk bersaing secara sehat dan positif dengan memberikan kontribusi yang baik dari bisnisnya bukan

¹ https://id.wikipedia.org/wiki/Dampak_pandemi_Covid-19_terhadap_ekonomi_dan_bisnis

² Zulki Zulkifli Noor , *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish, 2017), 13.

bertujuan untuk menjatuhkan pebisnis lainnya dan menganjurkan para pebisnis untuk sebisa mungkin tidak menjatuhkan dan memudharatkan pebisnis lainnya. Didalam Al-Qur'an juga disebutkan untuk tidak melakukan persaingan untuk mendapatkan kekayaan sebanyak-banyaknya tanpa menghiraukan nilai-nilai islami yang telah ada. Karena hal itu dapat menyebabkan kelalaian hingga melupakan kewajibannya sebagai hamba Allah. Oleh sebab itu, walaupun sedang bersaing penting bagi pebisnis Muslim untuk tetap memahami konsep persaingan yang dianjurkan dalam islam sehingga tidak merugikan orang lain serta menyebabkan terjadinya persaingan yang tidak sehat yang dapat menimbulkan masalah di kemudian hari³.

Bisnis adalah suatu hal yang penting bagi keberlangsungan hidup manusia karena setiap manusia memerlukan harta dan kekayaan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Oleh karena itu manusia berlomba-lomba untuk memperoleh harta kekayaan yang salah satunya dilakukan dengan cara berbisnis⁴.

Persaingan bisnis menurut syari'at islam ialah harus secara sehat, adil dan jujur serta menjalin silaturahmi agar dapat memperperat ikatan persaudaraan diantara para pebisnis. Oleh karena itu, kebebasan individu dalam hal persaingan dibatasi oleh kaidah-kaidah islam, atau dengan kata lain masih dikendalikan oleh aqidah, karena dengan aqidahlah seseorang

³ Rina Desiana, *Landasan Etika Dalam Ekonomi Islam*, AL-INTAJ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Vol. 3, No. 1, Maret 2017, 124.

⁴ Benedicta Eviena Prabawanti Dkk, *Manajemen Bisnis Sebagai Ilmu dan Seni*, (Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma, 2019), 24.

bisa menerapkan dan melakukan persaingan yang sesuai dengan ajaran Islam⁵.

Pariwisata dapat memberikan dampak terhadap peningkatan ekonomi masyarakat di sekitar daerah pariwisata tersebut. Salah satu dari dampak ekonomi yang diperoleh adalah dari pengeluaran pengunjung yang berkunjung ke suatu destinasi pariwisata tersebut. Oleh karena itu para pengelola pariwisata harus mempersiapkan diri dalam menyambut dan mengoptimalkan peluang ekonomi tersebut. Tetapi untuk mendatangkan pengunjung pada saat ini bukanlah suatu hal yang mudah dikarenakan pesatnya perkembangan industri pariwisata dan banyaknya persaingan antara para pengelola objek wisata yang bermunculan. Persaingan tersebut menyebabkan banyaknya pilihan yang dapat dipilih oleh para pengunjung sehingga para pengelola objek wisata harus pintar dalam memenangkan persaingan tersebut. Cara yang dapat dilakukan untuk memenangkan persaingan tersebut adalah salah satunya yaitu dengan melakukan berbagai macam strategi usaha untuk memperoleh kepercayaan dan kenyamanan dari para pengunjung⁶.

Oleh karena itu, untuk mendapatkan dampak ekonomi yang optimal didalam lingkungan persaingan yang ketat adalah dengan cara unggul dalam persaingan. Unggul dalam bersaing ialah hasil akhir yang harus dicapai oleh para pengelola objek wisata dan hasil akhir tersebut

⁵ Siti Hofifah, *Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman Di Ngebel Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam*, Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah, Vol. 3 No. 2, Desember 2020, 39.

⁶ Akhmad Bories Yasin Abdillah, *Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kehidupan Masyarakat Lokal Di Kawasan* Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 30 No.1 Januari 2016, 75.

diperoleh oleh serangkaian aktivitas dalam menyediakan penawaran, mendatangkan pengunjung dan aktivitas-aktivitas mendukung lainnya. Serangkaian aktivitas tersebut disebut dengan fungsi-fungsi destinasi⁷.

Dalam menjalankan fungsi-fungsi destinasi tersebut harus dilakukan serangkaian koordinasi dengan para pemangku kepentingan yang ada atau disebut fungsi koordinasi. Selanjutnya untuk melakukan fungsi operasi, pemasaran dan koordinasi tentunya harus dilakukan oleh manusia dikarenakan pariwisata yang memiliki sifat padat karya (*labor intensive*), menjadikan peran keterlibatan manusia cukup tinggi. Untuk melakukan semua fungsi tersebut diperlukan anggaran atau pendanaan yang disebut sebagai fungsi keuangan (*finance*). Jika semua fungsi diatas dilakukan secara terus-menerus akan dapat meraih tujuan strategisnya masing-masing, maka keunggulan bersaing yang telah dimiliki akan berlanjut. Atau dengan kata lain destinasi dapat mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan⁸.

Dalam pasar persaingan, perusahaan atau individu pelaku bisnis pariwisata harus mampu menghasilkan keuntungan jangka panjang tergantung pada keunggulan bersaing berkelanjutan yang dicapai perusahaan. Untuk mampu menghadapi keadaan tersebut pebisnis harus memiliki keunggulan bersaing yang diperoleh dari ketersediaan sumber

⁷ Ristiayanti Prasetijo, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi) 2018, 114.

⁸ Gamal Suwanto, *Dasar-Dasar Pariwisata*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2019), 37.

daya srategik dan kemampuan untuk mengelolanya atau kompetensi yang dimilikinya⁹.

Bisnis pariwisata berbeda dengan bisnis lainnya karena jika bisnis pada umumnya dapat melangsungkan hidupnya tanpa melibatkan diri dalam kerjasama maka bisnis pariwisata harus bekerjasama dalam pelaksanaanya karena pariwisata disamping harus menyediakan produk (barang atau jasa) yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan atau pengusaha sendiri tetapi tidak dapat terlepas dari apa yang dialami para wisatawan pada saat mengunjungi suatu destinasi wisata. Hal ini, berlaku juga untuk bisnis pariwisata yang lainnya dimana menggunakan logika ketergantungan yang sama. Oleh sebab itu, untuk unggul dan menang untuk bersaing dalam bisnis pariwisata tidaklah dapat dicapai sendirian, meskipun para pebisnis melakukan usaha yang sama, mereka harus melakukannya bersama-sama dan terintegrasi dengan baik¹⁰.

Menurut Midleton bahwa hubungan antar bisnis dalam industri pariwisata memiliki sifat hubungan dua arah (*two way relationship*). Seluruh pihak yang terlibat dalam bisnis pariwisata, baik sebagai pelaku bisnis, pemerintah maupun organisasi tidak dapat melepaskan diri satu sama lain dalam menghasilkan dan menyediakan produk-produk wisata. Oleh sebab itu, fatal bagi sebuah daerah yang mengelola bisnis pariwisata tanpa mengintegrasikannya secara baik, karena akan terjadi kinerja

⁹ Susanto, *Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia Menurut Hukum Ekonomi Islam dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Jurnal of Islamic Economics, finance and Banking*. Vol.3 No.2.2019, 34.

¹⁰ Muljadi, *Kepariwisata dan Perjalanan*, (Jakarta:Raja Grafindo, 2019), 45.

hubungan yang negatif antar bisnis tersebut dan tidak hanya menyebabkan terjadinya masalah perekonomian, pemerataan dan kemakmuran, tetapi juga mengancam masalah-masalah lain diluar bisnis tersebut terutama lingkungan sosial budaya dan alam¹¹.

Kerjasama dalam organisasi adalah bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama untuk meraih sesuatu yang lebih baik dari tujuan yang telah disepakati bersama¹². Sarana strategi itu dapat muncul dengan adanya suatu kerjasama yang merupakan suatu perjanjian jangka panjang dimana kompetitor dan komplementor akan belajar dan bermain dipasar dihadapan konsumen akhir. Jadi kolaborasi dan bentuk kerjasama lainnya bukan berarti menghilangkan persaingan dan kompetensi bersaing untuk pencapaian kinerja pemasaran yang lebih baik.

Keunikan karakteristik industri pariwisata, sehingga dalam implementasinya bisnis ini hanya dapat dibedakan satu sama lain tapi tidak dapat dipisahkan. Meskipun tidak terikat satu sama lain, tetapi perkembangan dan keberlangsungan bisnis pariwisata sulit terjadi tanpa jalinan hubungan dengan organisasi lain. Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam persaingan bisnis pariwisata tidak dapat terlepas kerjasama dari berbagai pihak untuk keberlangsungan suatu destinasi pariwisata dikarenakan diantara pihak yang satu dan lainnya saling berhubungan, tetapi tetap tidak dapat menghilangkan persaingan diantara satu pebisnis

¹¹ Middleton V, *Marketing in Travel and Tourism*, (Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2018), 69.

¹² Bejou. D. and Palmer A.J, *Tourism Destination Marketing Alliances*, *Annals Of Tourism Research*, Vol.22(3), (2017), 146.

yang satu dan yang lainnya. Mereka bersaing dapat diartikan sebagai suatu kegiatan bersama atau bertanding diantara pebisnis yang satu dengan pebisnis yang lainnya untuk memenangkan pangsa pasar dan mencari keuntungan untuk menawarkan barang atau jasa kepada wisatawan dengan berbagai strategi pemasaran yang dilakukan¹³.

Dalam rangka mengangkat Kabupaten Probolinggo sebagai wisata bahari yang populer dengan potensi yang ada di daya tarik wisata Pulau Gili Ketapang yang salah satu objek wisatanya adalah snorkeling. Pemerintah Daerah Kabupaten Probolinggo menyiapkan program-program pengembangan pariwisata. Upaya promosi pariwisata tersebut mengakibatkan pariwisata di Pulau Gili Ketapang Probolinggo berkembang pesat. Hal ini, dapat dilihat dengan munculnya tempat wisata-wisata konvensional baru. Namun seiring berkembangnya destinasi wisata ini memunculkan banyaknya pengelola objek wisata baru yang bermunculan yaitu salah satunya adalah pengelola objek wisata snorkeling yang mana paling digemari di wisata Pulau Gili Ketapang. Hal ini, mengakibatkan munculnya persaingan antara para pengelola Operator Wisata Snorkeling dalam mengenalkan dan memasarkan produk atau jasa wisatanya. Sehingga, menarik peneliti untuk meneliti bagaimana persaingan yang terjadi di antara para pengelola operator wisata

¹³ Sefira Ryalita Primadany, Mardiyono, Riyanto, *“Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah*, Jakarta: AUD Press 2018, 134.

snorkeling jika dibahas dalam pendekatan etika bisnis islam¹⁴. Berikut beberapa data objek wisata yang ada di Kota Probolinggo¹⁵.

Tabel 1.1

Daftar Objek Wisata Di Kota Probolinggo

Daftar Obyek Wisata dan Jumlah Pengunjung di Kota Probolinggo, 2018			
Daftar Obyek Wisata	Jumlah Pengunjung		
	WNI	WNA	Jumlah
Taman Wisata Studi Lingkungan (TWSL)	98 014	0	98 014
Museum Probolinggo	20 078	1 201	21 279
Pelabuhan Pendaratan Pantai	641 326	23	641 349
Kolam Renang Bayuangga	67 268	0	67 268
Museum Dr. Moh Saleh	6 096	16	6 112
Klenteng Tri Dharma	2 204	891	3 095
Gereja Merah	5 120	1 027	6 147
Kolam Renang Mastrip	29 949	0	29 949
Bee Jay Bakau Resort (BJBR)	95 500	490	95 990
Jumlah :	965 555	3 648	969 203
Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Probolinggo			

¹⁴ <https://tadatoday.com/detail/terus-bersolek-pulau-gili-ketapang-di-kabupaten-probolinggo-kini-makin-cantik>

¹⁵ BPS Kota Probolinggo, "Daftar Obyek Wisata dan Jumlah Pengunjung di Kota Probolinggo 2018".

Berikut beberapa data objek wisata yang ada di Kabupaten Probolinggo¹⁶.

Tabel 1.2

Objek Pariwisata Di Kabupaten Probolinggo

Jumlah Obyek Pariwisata Kabupaten Probolinggo		
Uraian / <i>Description</i>		Jumlah / <i>Total</i>
(1)		(2)
1	Makam / <i>Grave</i>	10 Unit
2	Pantai / <i>Beach</i>	5 Unit
3	Pemandian / <i>Bathing Place</i>	4 Unit
4	Gua / <i>Cave</i>	2 Unit
5	Taman Nasional / <i>National</i>	1 Unit
6	Bumi Perkemahan / <i>Camp</i>	2 Unit
7	Wana Wisata / <i>Tour Place</i>	2 Unit
8	Bendungan/Telaga / <i>Dam</i>	3 Unit
9	Upacara Adat / <i>Traditional Ritual</i>	4 Unit
10	Arung Jeram / <i>Across the River</i>	2 Unit
Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab.Probolinggo		
Source : <i>Culture and Tourism Service of Probolinggo Regency</i>		

Berikut beberapa data pengelola objek wisata snorkeling di Pulau Gili Ketapang Probolinggo.

Tabel 1.3

Nama Tempat Wisata Pengelola Lokal

1. Anak Pantai Gili Ketapang

Pilihan Paket	Harga
Paket Snorkeling Murah	Rp. 95.000/orang
Paket Snorkeling VIP	Rp. 120.000/orang
Paket Snorkeling + Banana Boat	Rp. 150.000/orang

¹⁶ BPS Kabupaten Probolinggo, “Jumlah objek wisata yang ada di kabupaten probolinggo 2020”.

Paket Snorkeling + Video Drone	Rp. 150.000/orang
--------------------------------	-------------------

Fasilitas: Transportasi Kapal Pulang Pergi, Durasi permainan 20 menit, Snorkeling full spot 2 Taman Nemo Park, Equipment, Pelampung, Masker selam, Makan siang prasmanan, Ikan bakar peda merah dan cumi, Foto underwater, Fasilitas area, Kamar mandi, Profesional *guide* snorkeling, Asuransi, P3k, retribusi, Sewa Banana Boat (Sesuai Paket Dipilih), Sewa Video Drone (Sesuai Paket Dipilih). Kelebihannya adalah harganya lebih murah dibandingkan yang lainnya.

Tabel 1.4

Nama Tempat Wisata Pengelola Lokal

2. Snorkeling Jatim

Pilihan Paket	Harga
Snorkeling open trip/gabungan	Rp. 100.000/pax
Snorkeling privat/VIP	Rp. 150.000/pax
Banana boat	Rp. 100.000/pax
Dokumentasi drone	Rp. 550.000/pax

Fasilitas: Penyeberangan Kapal Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo pulang-pergi, pelampung dan Perlengkapan Snorkeling, fasilitas tempat transit dan istirahat, Makan malam (ikan bakar untuk paket camping), Tenda camping untuk paket bermalam, Makan siang dengan menu khas masakan laut, Air mineral selama trip, Foto bawah

laut untuk tiap peserta dibantu oleh guide, Guide yang berpengalaman. Kelebihannya adalah fasilitas yang ada boleh digunakan lebih dari sekali atau digunakan sepuasnya selama waktu yang telah ditentukan.

Tabel 1.5

Nama Tempat Wisata Pengelola Lokal

3. Gili Adventure

Pilihan Paket	Harga
Snorkeling Murah	Rp. 100.000/orang
Snorkeling VIP	Rp. 120.000/orang
Banana Boat Snorkeling	Rp. 150.000/orang
Drone	Rp. 150.000/orang

Note : Banana Boat Rp 50.000/orang dengan minimal peserta 6 pax dan Biaya Drone 50.000/orang dengan minimal peserta 10 pax.

Fasilitas: Kapal PP Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo,

Perlengkapan Snorkling, Pelampung, Makan malam bakar ikan (untuk paket inap), Makan dengan menu masakan laut, Air mineral untuk tiap peserta, Foto *underwater* untuk masing-masing peserta, *Rest area* untuk *transit* dan istirahat, Tenda atau *homestay* untuk paket inap, Guide yang berpengalaman, Pemandu untuk aktivitas snorkeling yang professional. Kelebihannya adalah menu makan yang disediakan beragam dengan menu masakan laut.

Data diatas, menunjukkan bahwa setiap pengelola operator wisata snorkeling memiliki kelebihan masing-masing yang membuat wisatawan tertarik untuk menggunakan jasanya. Banyaknya pengelola operator wisata yang ada disana sekitar 15 operator wisata yang semuanya dikelola oleh warga local Pulau Gili Ketapang sendiri. Kelebihan dari wisata snorkeling di Pulau Gili Ketapang Probolinggo dari pada wisata yang lainnya adalah Lokasinya yang mudah dijangkau dan dengan harga yang terjangkau, salah satu wisata yang cocok untuk dinikmati bersama keluarga maupun sahabat, dapat menikmati keindahan alam laut biru hingga bawah laut yang indah, ada beragam paket wisata lainnya yang menarik dan kekinian seperti Banana Boat, serta menyajikan berbagai macam hidangan laut yang segar yang sayang untuk dilewatkan. Oleh karena itu, timbullah persaingan diantara pengelola operator wisata snorkeling untuk memberikan pelayanan yang terbaik guna menarik wisatawan menggunakan jasanya. Tetapi harga yang ditetapkan untuk setiap paket wisata itu sudah ditentukan minimum berapa harga yang boleh digunakan pengelola operator wisata snorkeling yang ada di Pulau Gili Ketapang Probolinggo, hal ini sudah didiskusikan oleh semua pengelola wisata yang ada disana bersama POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata)¹⁷.

¹⁷ Nur Hasan, (Ketua POKDARWIS), Wawancara, Desa Ketapang, Tanggal 17 Oktober 2021.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul **“PERSAINGAN BISNIS PENGELOLA OPERATOR WISATA SNORKELING DALAM PENDEKATAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA WISATA SNORKELING DI PULAU GILI KETAPANG PROBOLINGGO”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persaingan bisnis pengelola operator wisata snorkeling di Pulau Gili Ketapang Probolinggo?
2. Bagaimana penerapan etika bisnis islam yang diterapkan oleh pengelola operator wisata snorkeling di Pulau Gili Ketapang Probolinggo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan diatas, maka adapun tujuan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana persaingan bisnis para pengelola operator wisata snorkeling di Pulau Gili Ketapang Probolinggo
2. Untuk mengetahui etika bisnis islam yang diterapkan oleh para pengelola operator wisata snorkeling di Pulau Gili Ketapang Probolinggo

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan baru bagi peneliti mengenai persaingan bisnis pengelola operator wisata snorkeling di Pulau Gili Ketapang Probolinggo serta dapat menambah wawasan, pengalaman dan intelektualitas penulis.

2. Bagi Akademisi Universitas Trunojoyo Madura

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi atau sebagai literasi kampus yang dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya khususnya bagi mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura.

3. Bagi Pemerintah Kabupaten Probolinggo

Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu pengetahuan kepada Pemerintah Daerah Kabupaten Probolinggo agar selalu mengembangkan wisata Pulau Gili Ketapang untuk menjadi wisata yang digemari masyarakat sehingga dapat membantu menambah pemasukan daerah.

E. Tinjauan Pustaka

Untuk mencapai penelitian yang baik, peneliti akan memberikan penelitian yang terdahulu yang sudah dilakukan dan berkaitan dengan permasalahan yang peneliti angkat:

1. Skripsi, Putri Wita Stefhani yang ditulis pada tahun 2019 dengan judul Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling Dan Warung Sayur Di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur). Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui persaingan usaha pada pedagang sayur keliling dan warung sayur dalam perspektif etika bisnis islam di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur. Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang persaingan bisnis dalam penerapan etika bisnis islam. Sedangkan perbedaannya yaitu dalam objek penelitian yang dilakukan yaitu penelitian ini melakukan objek penelitian tentang pedagang sayur keliling dan warung sayur.
2. Skripsi, Irditio Prihatmojo yang ditulis pada tahun 2017 dengan judul Operasional Wisata Syariah Dari Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Lava Park Adventure Syariah). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen operasional sesuai dengan etika bisnis islam. Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang perspektif bisnis dalam etika penerapan bisnis islam. Sedangkan perbedaannya yaitu dari objek penelitian dan analisis

strategi operasional yaitu penelitian ini melakukan objek penelitian operasional wisata syariah.

3. Skripsi, Muhammad Saman yang ditulis pada tahun 2010 dengan judul Persaingan Industri PT. Pancanata Centralindo (Perspektif Etika Bisnis Dalam Islam). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui cara bersaing industri PT. Pancanata Centralindo terhadap industri lain ditinjau dari etika bisnis dalam islam dan mengetahui daya saing pemasaran dan jaringan kerja industri PT. Pancanata Centralindo merebut pangsa pasar persaingan industri yang telah ada terdahulu. Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang persaingan bisnis dan penerapan etika bisnis islam. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada objek penelitian dimana pada penelitian ini objek penelitiannya adalah industri pabrik.
4. Skripsi, Karlinda Fitriani yang ditulis pada tahun 2018 dengan judul Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Pengrajin Genteng Di Desa Wringinanom Kecamatan Sambit Kabupaten Probolinggo. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Harga Di Kalangan Pengrajin Genteng Desa Wringinanom Kecamatan Sambit Kabupaten Probolinggo. Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang perspektif bisnis dalam etika penerapan bisnis islam. Sedangkan perbedaannya yaitu dari objek penelitian yang dilakukan

yaitu penelitian ini melakukan objek penelitian tentang pengrajin genteng.

5. Jurnal yang ditulis oleh Abdul Latif yang ditulis pada tahun 2017 dengan judul Etika Persaingan Dalam Usaha Menurut Pandangan Islam. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang persaingan bisnis yang sehat jika ditinjau dalam perspektif bisnis islam. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini hanya membahas persaingan bisnis menurut etika islam tanpa adanya objek penelitiannya.