

ABSTRAK

Skripsi berjudul “**Analisis Persaingan Usaha Madu Galo-Galo Dilihat Dari Etika Bisnis Syariah Di Nagari Tandikek Kecamatan Patamuhan Kabupaten Padang Pariaman**”, disusun oleh Julianda Wirsu Putri NIM 3720072 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi. Penelitian ini membahas tentang persaingan usaha madu galo-galo dilihat dari etika bisnis syariah di Nagari Tandikek. Pasar adalah tempat untuk melakukan kegiatan transaksi jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli. Dalam kegiatan ini, sering kali untuk mempertahankan usaha masing-masing terjadinya persaingan antar pedagang. Dilihat yang terjadi dilapangan akibat persaingan yang tinggi para pelaku usaha melakukan segala cara untuk memperoleh keuntungan, hingga mengabaikan etika bisnis syariah dalam kegiatan jual belinya. Fokus penelitian ini, untuk mengetahui bagaimana persaingan usaha madu galo-galo di Tandikek. Kemudian bagaimana persaingan usaha madu galo-galo Tandikek dilihat dari etika bisnis syariah. Tujuan penelitian ini, untuk menganalisis bentuk persaingan usaha madu galo-galo di Tandikek berdasarkan etika bisnis syariah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi Hasil dari penelitian ini adalah persaingan usaha madu galo-galo di Tandikek meliputi empat aspek yakni persaingan produk, persaingan harga, persaingan tempat, dan persaingan pelayanan. Dari keempat aspek tersebut, terjadi persaingan dari segi tempat terdapat pengusaha yang membangun lokasi usahanya berdekatan dengan pengusaha lainnya. Kemudian, persaingan usaha madu galo-galo di Tandikek dalam menjalankan usahanya masih belum sesuai dengan etika bisnis syariah, dimana para pengusaha ini masih ada yang belum menerapkan sepenuhnya sifat-sifat Rasulullah yang menjadi kunci dalam mengelola usaha yaitu sifat *Siddiq* (jujur/benar), *Tabligh* (menyampaikan kebenaran), *Amanah* (terpercaya), dan *Fathanah* (cerdas). Yang mana diantara pengusaha ini masih ada yang mengurangi takaran jumlah produk, dalam hal ini pengusaha masih belum menerapkan sifat *Amanah* dan *Siddiq*. Kemudian mencampur produk madu dengan bahan tambahan, yang mana pengusaha masih belum menerapkan sifat *Tabligh*. Terkait hal ini membuat konsumen merasa dirugikan dengan etika pengusaha yang masih belum menerapkan etika bisnis syariah.

Kata Kunci: Analisis, Persaingan, Etika Bisnis