

**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PERSAINGAN
USAHA DEPOT AIR MINUM ISI ULANG DI DESA TANJUNG PAUH
MUDIK KECAMATAN DANAU KERINCI BARAT**

SKRIPSI



**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI
2025 H/ 1446 M**

**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PERSAINGAN
USAHA DEPOT AIR MINUM ISI ULANG DI DESA TANJUNG PAUH
MUDIK KECAMATAN DANAU KERINCI BARAT**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

NABILA ATIKA PUTRI
NIM. 2110402049

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI
2025 H/ 1446 M**


Drs. Bustami, M.A
DOSEN INSTITUT AGAMA ISLAM
NEGERI (IAIN) KERINCI

Sungai Penuh, April 2025
Kepada Yth.
Dr. Yuserizal Bustami, M.A
Dekan Fakultas FEBI (IAIN)
Kerinci

di-

Sungai Penuh

NOTA DINAS

AGENDA	
NOMOR :	53
TANGGAL :	29 April 2025
PARAF :	

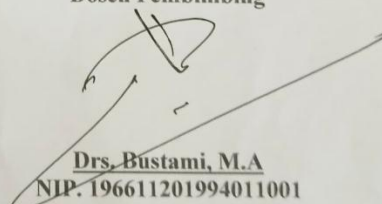
Assalamu'alaikum, Wr, Wb.

Dengan hormat, Setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudari Nabila Atika Putri NIM. 2110402049 dengan judul skripsi, "*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Depotair Minum Isi Ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat*" telah dapat kami ajukan untuk dimunaqasahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) program Strata Satu (S1) pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.

Maka dengan ini kami ajukan skripsi tersebut, agar kiranya diterima dengan baik. Demikian kami ucapkan terimakasih, semoga bermanfaat bagi Agama, Bangsa dan Negara.

Wassalamu'alaikum, Wr.Wb

Dosen Pembimbing


Drs. Bustami, M.A
NIP. 196611201994011001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Kapten Muradi Kec. Pesisir Bukit, Kota Sungai Penuh
Telp. (0748) 21065 Faks : (0748) 22114 KodePos. 37112
Website : www.iainkerinci.ac.id email : info@iainkerinci.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah di munaqasyahkan oleh sidang Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci pada hari Kamis tanggal 08 Mei 2025 dan telah diterima sebagai bagian dari syarat-syarat yang harus di penuhi guna memperoleh gelar Serjana Ekonomi (S.E) pada program studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci.

Sungai Penuh, Mei 2025

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) KERINCI

Ketua Sidang

Drs. Bustami, M.A
NIP. 196611201994011001

Penguji I

Syukrawati, M.A
NIP. 198205122009012012

Penguji II

Yogi Ahmad Yani, M.M
NIP. 199610152022031004

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nabila Atika Putri

Tempat/tanggal lahir : 2110402049

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Desa Tanjung Pauh Mudik, Kec Danau Kerinci Barat

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya berjudul "*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Depotair Minum Isi Ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat*" benar-benar karya asli saya kecuali yang di cantumkan sumbernya. Apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dan kesalahan, hal tersebut sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya sendiri.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Sungai Penuh, April 2025
Saya yang menyatakan



NABILA ATIKA PUTRI
NIM. 2110402049

PERSEMBAHAN DAN MOTTO

PERSEMBAHAN

Dengan iringan doa dan rasa syukurku yang teramat besar skripsi ini ku persembahkan kepada:

- ❖ Kedua orang tuaku tercinta, Ibunda Ika Murti dan Ayahanda Alm. Mhd. Hamdi yang telah mendukung pendidikan ku hingga saat ini, yang selalu memberikan ku semangat semoga Allah SWT memberikan kesehatan kepada ibu dan ayahku (*Aamiin*).
- ❖ Adikku tercinta, Fitri Suci Rahayu, Bintang Tri Saputra terimakasih dukungan dan saran kalian selama ini semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian.
- ❖ Teman-teman satu almamater di IAIN Kerinci angkatan 2021 yang telah berjuang sama-sama dalam suka dan duka dalam penyelesaian studi ini.

MOTTO

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

“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.
At-Taubah :105 (Depag RI, 2002:123)

ABSTRAK

Nabila Atika Putri (2025): Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Depotair Minum Isi Ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk persaingan usaha depot air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat dan untuk mengetahui tinjauan Etika bisnis Islam terhadap proses produksi dan penjualan air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Pendekatan penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*). Lokasi penelitian di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat. Fokus penelitian Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Depotair Minum Isi Ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat. Jenis Data terdiri dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dokumentasi dan teknik analisis data adalah Pengumpulan data, *Data Reduction* (reduksi data), *Data Display* (penyajian data), *Conclusion Drawing/verification* (Penarikan Kesimpulan)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk Persaingan usaha depot air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik sesuai dengan bauran pemasaran, meliputi Kualitas Produk (transparansi proses penyaringan), Harga (Rp 5.000 dengan antar-jemput, Rp 4.000 untuk pembelian langsung), Tempat (lokasi strategis di pemukiman), dan Promosi (media online dan dari mulut ke mulut) Tinjauan etika bisnis Islam menunjukkan bahwa produksi dan penjualan air minum di desa tersebut telah sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, seperti Ketauhidan (ibadah kepada Allah), Keseimbangan (kualitas produk), Kehendak Bebas (pilihan konsumen), Tanggung Jawab (penyelesaian komplain), dan Ihsan (pelayanan dan kualitas)

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Persaingan, Usaha Depotair Minum Isi Ulang

ABSTRACT

Nabila Atika Putri (2025): Analysis of the Application of Islamic Business Ethics in the Competition of Refillable Drinking Water Depots in Tanjung Pauh Mudik Village, West Danau Kerinci District

The purpose of this study is to identify the forms of business competition among refillable drinking water depots in Tanjung Pauh Mudik Village, West Danau Kerinci District, and to analyze the application of Islamic business ethics in the production and sales processes of refillable drinking water in the area.

This research employs a qualitative approach. The research method used is field research, conducted in Tanjung Pauh Mudik Village, West Danau Kerinci District. The focus of the study is the analysis of the application of Islamic business ethics in the competition of refillable drinking water depots in the village. The data used consists of primary and secondary data. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation. The data analysis techniques applied are data collection, data reduction, data display, and conclusion drawing/verification.

The study results indicate that the competition among refillable drinking water depots in Tanjung Pauh Mudik Village aligns with marketing mix elements, including Product Quality (transparency in the filtration process), Price (IDR 5,000 with delivery service, IDR 4,000 for direct purchase), Place (strategic location in residential areas), and Promotion (online media and word-of-mouth). The analysis of Islamic business ethics reveals that the production and sales of drinking water in the village comply with Islamic principles, such as Tawhid (worship of Allah), Balance (product quality), Free Will (consumer choice), Responsibility (handling complaints), and Ihsan (service and quality).

Keywords: *Islamic Business Ethics, Competition, Drinking Water Depot Business*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أَلْحَمْدُ لِلَّهِ الْمَلِكِ الْحَقِّ الْمُبِينِ، الَّذِي حَبَّأَنَا بِالْإِيمَانِ وَالْيَقِينِ. اَللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ، خَاتَمِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ، وَعَلَى آلِهِ الطَّيِّبِينَ، وَأَصْحَابِهِ الْأَخْيَارِ أَجْمَعِينَ، وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ. أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga saja senantiasa terlimpahkan buat Nabi besar Muhammad Saw, yang telah bersusah payah memperjuangkan Islam, sehingga pada saat sekarang ini kita dapat merasakan betapa manis dan indah nya iman dan islam.

Skripsi ini di susun dengan tujuan melengkapi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Jurusan Ekonomi Syariah Sekaligus sebagai perwujudan dan akhir perjuangan penulis dalam menyelesaikan perkuliahan S.1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.


Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mengalami kendala, namun semua kendala tersebut dapat teratasi berkat bimbingan, dan arahan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya khususnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Jafar Ahmad, S.Ag., Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.
2. Bapak Dr. Faizin, S.Ag. M.Ag Wakil Rektor I, Bapak Dr. Ahmad Jamin, S.Ag. S.IP. M.Ag Wakil Rektor II, dan Bapak Dr. Halil Khusairi, M.Ag., Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.

3. Bapak Dr. Yuserizal Bustami, M.A Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.
4. Ibu Zufriani, M.HI Dekan I, Bapak Aridem Vintoni, S.Pd.M.Pd Wakil Dekan II, dan Ibu Syamsarina, Lc.M.A Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.
5. Bapak Alek Wissalam Bustami, M.Sy, Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.
6. Bapak Dr. Eko Sujadi, M.Pd.,Kons sebagai Penasehat Akademik yang selalu memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.
7. Bapak Drs. Bustami, M.A sebagai Pembimbing yang telah bersedia membimbing dan memberi arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Ibu Syukrawati, M. A sebagai penguji I dan Bapak Yogi Ahjmad Yani, SE, MM sebagai penguji II yang telah bersedia memberi arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat berguna bagi penulis, baik dalam penyusunan skripsi maupun pada masa perkuliahan.
10. Pihak perpustakaan dan seluruh staf akademik Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini.
11. Teman-teman angkatan 2021 Jurusan Ekonomi dan Binis Islam yang telah bersama-sama berjuang.

12. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah berpartisipasi dan membantu dalam mewujudkan karya ilmiah ini.

Hanya ucapan terima kasih yang mampu penulis persembahkan, semoga Allah SWT membalas kebaikan dan memberi rahmat kepada kita semua. Demikian pula skripsi ini, semoga bermanfaat bagi insan pendidikan dalam meniti karir maupun melaksanakan tugas sebagai mahasiswa. Akhirnya, semoga apa yang kita lakukan mendapat ridha Allah SWT.



Sungai Penuh, Mei 2025
Saya yang menyatakan

NABILA ATIKA PUTRI
NIM. 2110402049

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Grand Theory.....	9
2.1.1 Etika Bisnis Islam.....	9
2.1.2 Persaingan Bisnis.....	13
2.1.3 Penjualan.....	17
2.1.4 Depot Air Minum Isi Ulang.....	22
2.1 Penelitian Terdahulu	27
2.2 Alur Berpikir.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Lokasi Penelitian	30
3.3 Fokus Penelitian	31

3.4 Pemilihan Informan	31
3.5 Teknik Pengumpulan data	32
3.6 Teknik Analisis Data	33
3.7 Uji Keabsahan Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	37
4.2 Pembahasan	56
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Informan Penelitian	32



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	29
Gambar 3.1.Langkah Analisis Penelitian Kualitatif	35



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, dunia perekonomian semakin pesat. Peningkatan populasi manusia menyebabkan kebutuhan akan berbagai hal semakin meningkat. Banyak dari mereka yang terjun ke dunia bisnis untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Salah satunya adalah bisnis depot air minum. Dalam menjalankan bisnis depot air minum, persaingan juga tidak dapat dihindari. Oleh karena itu, seorang pebisnis perlu menerapkan etika dalam Islam agar pemasaran dapat berjalan dengan lancar (Hanifah, 2024).

Persaingan bisnis dianggap sebagai kekuatan pasar, namun tidak sedikit persaingan yang terjadi di antara pebisnis berubah menjadi rivalitas. Oleh sebab itu, etika bisnis diperlukan untuk mengatasi rivalitas. Etika bisnis tidak hanya berkaitan dengan taqwa, halal, dan haram, tetapi juga tentang pengetahuan pengusaha, inovasi dan pengambilan risiko, penggunaan sumber daya serta pembiayaan yang sesuai perspektif Islam (Noviana, 2020).

Etika Bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dapat dibatasi jumlah kepemilikan harta (barang/jasa) termasuk profitnya namun dibatasi cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram. Penerapan etika bisnis Islam dapat membantu meningkatkan keberhasilan usaha dengan memastikan keadilan dan kelestarian dalam berbagai aspek bisnis. Hal ini mencerminkan kesadaran akan pentingnya nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis, baik aspek produksi,

pemasaran, maupun tanggung jawab (Rosmaya, 2022). Sebagaimana yang dijelaskan dalam firman Allah SWT sebagai berikut:

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴾ ﴿ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ﴾ وَلَا

﴿ تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴾

”Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan;181.dan timbanglah dengan timbangan yang lurus;182. dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan;183.” (Asy-Syu’ara ayat 181-183)

Dari penjelasan ayat di atas dapat dipahami bahwa Allah SWT telah menganjurkan kepada seluruh umat manusia pada umumnya, dan kepada para pelaku bisnis khususnya untuk berlaku jujur dalam menjalankan roda bisnisnya dalam bentuk apapun, adanya sebuah penyimpangan dalam menimbang, menakar, dan mengukur barang merupakan satu contoh wujud kecurangan dalam berbisnis (Astuti, 2022).

Persaingan depot air minum isi ulang merupakan usaha industri yang melakukan proses pengolahan air baku menjadi air minum dan menjual langsung kepada konsumen. Air minum jenis ini dapat diperoleh dari depot-depot dengan harga lebih murah dari pada produk air minum dalam kemasan. Karena itu, banyak masyarakat beralih pada layanan ini, yang menyebabkan banyaknya depot air minum isi ulang yang bermunculan sehingga berdampak pada persaingan usaha (Noviana, 2020).

Sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah SWT terkait persaingan dalam usaha adalah sebagai berikut:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخُلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ

النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

"Dan janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan cara yang batil dan janganlah kamu membawa harta itu kepada para hakim, agar kamu dapat memakan sebagian harta manusia dengan jalan berbuat dosa, padahal kamu mengetahui." Al-Baqarah (2:188)

Dari penjelasan ayat di atas mengingatkan kita untuk tidak mengambil keuntungan secara curang dalam usaha. Dalam persaingan, setiap pelaku usaha harus menjalankan prinsip keadilan dan transparansi. Praktik curang atau manipulatif hanya akan merugikan semua pihak dan dapat merusak reputasi bisnis.

Usaha depot air minum isi ulang menjadi penting dalam memahami dinamika pasar, peluang pertumbuhan, tantangan dihadapi, serta keunggulan bersaing yang diperoleh oleh kepentingan dalam usaha. Perkembangan Depot air minum isi ulang kini semakin kompetitif, hal ini ditandai banyaknya bermunculan usaha depot air minum isi ulang dengan tingkat pertumbuhan yang cukup tinggi dengan persaingan yang ketat (Rosmaya, 2022).

Persaingan usaha depot air minum dapat terjadi dalam berbagai bentuk, mengingat sektor ini sangat kompetitif karena tingginya permintaan dan banyaknya pelaku usaha yang terlibat. Adapun bentuk-bentuk persaingan

usaha depot air minum di Desa Tanjung Pauh Mudik. Depot air minum sering kali bersaing dalam hal harga untuk menarik pelanggan seperti adanya kupon dan diskon untuk pembelian dalam jumlah besar. Selain harga kualitas produk juga menjadi faktor utama dalam persaingan. Depot air minum yang mampu menawarkan air dengan kualitas terbaik, misalnya yang lebih bersih, lebih jernih, atau menggunakan proses filtrasi yang lebih modern, akan lebih disukai pelanggan dan adanya pelayanan yang ramah, cepat, dan efisien juga menjadi salah satu faktor pembeda dalam persaingan usaha depot air minum.

Berdasarkan perilaku persaingan usaha depot air minum di Desa Tanjung Pauh Mudik sesuai yang telah diteliti oleh (Khurul, 2018), yang terdiri dari aspek-aspek etika bisnis islam yakni 1) Kesatuan (*Unity*), Keadilan (Keseimbangan), 3) Kehendak Bebas, 4) Tanggung Jawab (*Responsibility*) dan 5) Kebenaran Kebajikan dan Kejujuran.

Sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah SWT terkait definisi Air adalah sebagai berikut:

أَوَلَمْ يَرِ الَّذِينَ كَفَرُوا أَنَّ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ كَانَتَا رَتْقًا فَفَتَقْنَاهُمَا ۗ وَجَعَلْنَا مِنَ الْمَاءِ كُلَّ شَيْءٍ حَيٍّ أَفَلَا يُؤْمِنُونَ ﴿٢٠﴾

"Apakah orang-orang yang kafir tidak mengetahui bahwa langit dan bumi itu keduanya adalah suatu yang padu, kemudian Kami pisahkan keduanya? Dan dari air Kami jadikan segala sesuatu yang hidup. Maka mengapa mereka tidak juga beriman"(Al-Anbiya (21:30)

Dari penjelasan ayat di atas dapat dipahami bahwa Allah SWT menciptakan segala sesuatu dari air. Ini menunjukkan betapa pentingnya air dalam menciptakan dan mempertahankan kehidupan. Air adalah sumber

kehidupan yang vital bagi semua makhluk, begitu juga dengan usaha depot Air isi Ulang yang membantu memberikan air minum siap pakai.

Usaha depot air minum isi ulang Desa Tanjung Pauh Mudik memiliki potensi penjualan yang cukup besar, terutama di daerah sulit mendapatkan akses air bersih atau di kawasan yang padat penduduk seperti halnya di Desa Tanjung Pauh Mudik yang memiliki padat penduduk. Dalam penjualannya berdasarkan pengamatan penulis bahwa pendapatan depot air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik dengan harga per liter air isi ulang Rp 4.000 apabila datang mengisi sendiri ke depot air isi ulang dan Rp. 5000 di antar langsung kerumah konsumen, jumlah konsumen perhari sekitar 30 sampai 50 konsumen, sedangkan pendapatan bisa mencapai antara Rp 150.000 hingga Rp 200.000 per hari dalam 1 bulan pendapatan mencapai Rp. 5000.000.

Berdasarkan observasi di depot air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik dalam pelaksanaannya masih ada usaha depot air minum isi ulang belum transparan mengenai sumber air, proses filterisasi air yang dijual belum memberikan informasi yang tepat. Selain itu kualitas produk belum memenuhi standar kesehatan karena tidak ada sertifikat dari pemerintah Islam, menjual produk yang cacat atau tidak layak adalah tindakan yang tidak etis dan bertentangan dengan prinsip keadilan. Dalam Islam, menjalankan bisnis merupakan bentuk amanah. Seharusnya Pemilik depot air minum isi ulang Desa Tanjung Pauh Mudik harus memastikan usahanya dengan integritas dan bertanggung jawab terhadap konsumen yang menginginkan air bersih.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “ **Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha Depot Air Minum Isi Ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat**”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1. Adanya praktik saling menjatuhkan seperti menyebarkan informasi negatif terhadap kualitas depot air minum isi ulang.**
- Kualitas produk belum memenuhi standar kesehatan karena tidak ada sertifikat dari pemerintah.
- 3. Tidak ada informasi jelas mengenai proses pengisian, kebersihan galon, atau sumber air yang digunakan**

1.3 Batasan Masalah

Agar pokok permasalahan penelitian tidak meluas, peneliti memberikan batasan terhadap masalah yang diteliti yakni etika bisnis islam, persaingan usaha depotair minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat. Apabila pembahasan ada yang melebar, maka peneliti maksudkan sebagai pelengkap dan penyempurnaan pembahasan nantinya.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah yang dijadikan rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk persaingan usaha depot air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat?
2. Bagaimana tinjauan Etika bisnis Islam terhadap proses produksi dan penjualan air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat?

1.5 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang telah di paparkan, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bentuk persaingan usaha depot air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat.
2. Mengetahui tinjauan Etika bisnis Islam terhadap proses produksi dan penjualan air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan sebagai hasil pengamatan langsung terkait analisis penerapan etika bisnis Islam dalam persaingan Usaha Depot Air Minum Isi Ulang
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak lain yang berkepentingan untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam dalam persaingan Usaha Depot Air Minum Isi Ulang

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Usaha Depot AirMinum Isi Ulang. sebagai dasar objektif dalam pengambilan keputusan serta sebagai pedoman menentukan langkah-langkah yang akan dilakukan penerapan etika bisnis Islam dalam persaingan Usaha Depot AirMinum Isi Ulang
2. Bagi penulis, dapat menambah pengetahuan dan keterampilan peneliti khususnya mengenai penerapan etika bisnis islam dalam persaingan Usaha Depot AirMinum Isi Ulang
3. Bagi mahasiswa dan pihak IAIN kerinci agar dapat di jadikan referensi bagi peneliti selanjutnya dan kerangka acuan mengenai masalah sejenis dan menambah daftar kepustakaan IAIN Kerinci.
4. Untuk melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Grand Theory

Grand theory yang digunakan dalam penelitian ini adalah etika bisnis Islam dari teori dari (Hardiat, 2021) yang menjelaskan bahwa Etika bisnis merupakan usaha komersial di dunia perdagangan, dan bidang usaha. bisnis sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat dan makna dasar sebagai *the buying and selling of goods and services*. Artinya suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa yang diinginkan konsumen untuk memperoleh profit.

2.1.1 Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika bisnis dalam Islam adalah proses dan upaya untuk memahami serta membedakan antara hal-hal yang benar dan salah menurut ajaran Islam. Secara sederhana, etika bisnis Islam berarti mempelajari dan menerapkan prinsip-prinsip moralitas Islam dalam dunia usaha, dengan menekankan nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan tidak merugikan pihak lain (Badroen, 2016).

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melanjutkan tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan

produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Mempelajari kualitas moral kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan standart untuk perilaku moral dalam bisnis, berperilaku penuh tanggung jawab dan bermoral. Artinya etika bisnis Islami merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan. (Suryanto, 2010)

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa etika bisnis islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk benar, salah dan halal haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah Islam.

2. Etika Bisnis dalam Islam

Sistem etika Islam merupakan bagian yang tak terpisahkan dari pandangan hidup Islami. Maka sistem ini bersifat sempurna. Dalam kaidah perilaku individu terdapat suatu keadilan atau keseimbangan. (Nawatmi, 2010). Sebagaimana yang dijelaskan dalam firman Allah

SWT sebagai berikut:

وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ
الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا

“Dan demikian (pula) kami Telah menjadikan kamu (umat Islam), umat yang adil dan pilihan agar kamu menjadi saksi atas (perbuatan) manusia dan agar Rasul (Muhammad) menjadi saksi atas (perbuatan) kamu”al-Baqarah: 143)

Ayat di atas menjelaskan bahwa umat Islam dijadikan umat yang adil dan pilihan, karena mereka akan menjadi saksi atas perbuatan orang yang menyimpang dari kebenaran baik di dunia maupun di akhirat. Etika Islam dalam bisnis tidak hanya melihat sisi komoditas yang ditawarkan, tetapi juga menyangkut konsumen, produsen, dan transaksi. Dalam fikih Islam sebagai salah satu rujukan etika Islam dikemukakan pula hukum masing-masing dengan batasan yang jelas (Nawatmi, 2010).

3. Karakteristik Etika Bisnis Islami

Karakteristik etika bisnis Islami (Hardiat, 2021), adalah sebagai berikut:

- a. Karena bisnis tidak hanya bertujuan untuk profit saja, namun perlu mempertimbangkan nilai-nilai manusiawi, apabila tidak akan mengorbankan hidup banyak orang, sehingga masyarakat pun berkepentingan agar bisnis dilaksanakan secara etis.
- b. Bisnis dilakukan diantara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya, sehingga membutuhkan etika sebagai pedoman dan orientasi bagi pengambilan keputusan, kegiatan dan tindak tanduk manusia dalam berhubungan (bisnis) satu dengan yang lainnya.
- c. Harus memperhatikan tingkah laku dari konsekuensi serius untuk kesejahteraan manusia.
- d. Memperhatikan validitas yang cukup tinggi dari bantuan atau keadilan.

- e. Bisnis saat ini dilakukan dalam persaingan ketat, maka dalam persaingan bisnis tersebut orang bersaing tetap memperhatikan norma-norma etis yang semakin profesional justru akan menang.

4. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Adapun prinsip yang menjadi acuan dalam melakukan bisnis sesuai dengan ajaran Islam, (Khurul, 2018), sebagai berikut:

a. Prinsip Ketauhidan

Konsep tauhid berarti Allah SWT sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya. Dari konsep tauhid mengintegrasikan aspek religius, dengan aspek- aspek lainnya, seperti ekonomi, mendorong manusia ke dalam suatu keutuhan yang selaras, konsisten, dan selalu merasa diawasi oleh Tuhan.

b. Prinsip Keseimbangan

Prinsip-prinsip Keseimbangan berlaku pada semua bentuk transaksi termasuk mengenai prinsip keadilan atau *'adl*. Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya.

c. Prinsip Kehendak Bebas

Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif mempunyai kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam karena masalah ekonomi termasuk aspek muamalah bukan ibadah maka berlaku kaidah umum kecuali dilarang tidak boleh dalam Islam adalah ketidakadilan dan riba.

d. Prinsip Tanggungjawab

Prinsip tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggung jawabkan tindakannya.

e. Prinsip *Ihsan*

Ihsan (kebajikan) artinya melaksanakan perbuatan baik yang memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan

kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah SWT, jika tidak mampu yakinlah bahwa Allah SWT melihat.

2.1.2 Persaingan Bisnis

1. Pengertian Persaingan Usaha

Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu (*competition*) yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, kompetisi. Sedangkan dalam kamus manajemen,

persaingan adalah usaha dari dua pihak atau lebih perusahaan yang masing-masing bergiat memperoleh pesanan dengan menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan. (Pratama, 2019).

Persaingan Usaha yaitu kegiatan yang dilakukan secara terorganisasi dan terarah untuk mencapai sasaran yang sudah ditentukan secara tetap, baik yang dilakukan secara individu maupun kelompok. Persaingan yang wajar dengan mematuhi aturan main tertentu disebut persaingan sehat memberi dampak positif bagi pihak-pihak yang bersaing, yaitu adanya motivasi untuk lebih baik. Namun jika persaingan sudah tidak sehat, maka persaingan akan memberi dampak buruk bagi kedua belah pihak (Sahla, 2019).

2. Persaingan dalam Islam

Persaingan dalam usaha menurut syari'at Islam bahwasannya bersaing haruslah secara sehat, adil dan jujur serta menjalin silaturahmi agar dapat mempererat ikatan persaudaraan. Jadi, kebebasan individu dalam hal persaingan dibatasi oleh kaidah-kaidah Islam dan akhlaq, atau dengan kata lain masih dikendalikan oleh aqidah, karena dengan aqidahlah seseorang bisa merefleksikan persaingan yang sesuai dengan ajaran Islam (Saladin, 2021).

Sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah SWT sebagai berikut:

وَاتَّبِعْ فِي مَآئِنِكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا
وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَتَّبِعِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ

الْمُفْسِدِينَ ﴿١٠٤﴾

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat (Al-Qashash:77)

Dari pengertian diatas, bahwa dalam melakukan sesuatu hal kepada manusia haruslah dengan cara yang baik dan jangan berbuat yang tidak baik atau kerusakan, agar Allah memberikan kebahagiaan di dunia dan akhirat.

3. Jenis-jenis Persaingan Usaha

Adapun jenis-jenis persaingan dalam usaha (Kotler, 2017) adalah sebagai berikut:

a. Persaingan Sehat (*perfect competition*), Menjamin persaingan pasar dengan pencapaian efisiensi ekonomi, Menjamin serta melindungi kepentingan konsumen dan Membuka peluang pasar yang seluas luasnya dan menjaga agar tidak terjadi konsentrasi ekonomi pada kelompok tertentu.

b. Persaingan Tidak Sehat (*Unperfect Competition*)

1) Tindakan Anti Persaingan

Tindakan anti persaingan, adalah tindakan yang bersifat menghalangi atau mencegah terjadinya persaingan, yaitu suatu tindakan untuk menghindari persaingan jangan sampai terjadi. Tindakan ini digunakan oleh pelaku usaha yang ingin memegang posisi monopoli, dengan mencegah calon pesaing atau menyingkirkan pesaing secara tidak wajar.

2) Tindakan Persaingan Curang

Tindakan persaingan curang sebagai persaingan tidak sehat yang melanggar moral baik. Secara non-limitatif contoh tindakan tergolong dalam persaingan curang Mempengaruhi konsumen melalui tipuan informasi menyesatkan

4. Strategi Bersaing Dalam Usaha

Strategi mencapai keunggulan bersaing dalam usaha menurut (Fransisca, 2019), adalah sebagai berikut:

a. Harga atau nilai

Seorang pengusaha harus mampu menghasilkan produk dan atau jasa rendah biaya, sehingga strategi menetapkan harga tidak terlalu tinggi dibandingkan dengan produk atau jasa para pesaing. Jika mampu dapat juga ditambahkan bahwa produk atau jasa memiliki nilai lebih dibandingkan dengan pesaing.

b. Menyenangkan konsumen

Keunggulan kedua yang harus diupayakan agar produk atau jasa dapat bersaing dengan kompetitor adalah diupayakan agar produk atau jasa dapat menyenangkan konsumen.

c. Pengalaman konsumen

Pengalaman baik atau buruk yang kita sampaikan dan yang dialami oleh seorang konsumen, umumnya akan menjadi catatan penting. Pengalaman paling menyenangkan atau memuaskan bagi kepentingan konsumen pelanggan.

d. Atribut produk yang dapat dicatat

Keunggulan berikut yang harus dicapai oleh seorang pengusaha adalah seluruh atribut produk atau jasa yang melekat di dalamnya harus dicatat. Manfaat dari catatan atribut produk atau jasa adalah agar produk atau jasa dapat ditingkatkan dari atribut yang sudah ada sebelumnya.

2.1.3 Penjualan

1. Pengertian Penjualan

Penjualan adalah jumlah yang dibebankan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual perusahaan dengan harapan akan memperoleh laba. Semakin tinggi penjualan maka akan semakin tinggi laba diperoleh, sebaliknya jika penjualan mengalami penurunan maka laba diperoleh juga ikut menurun (Abdullah, 2013).

Melakukan penjualan adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Penjualan adalah proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Amanah, 2018).

Penjualan merupakan total jumlah yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dagangan yang dijual perusahaan, baik meliputi penjualan tunai maupun penjualan secara kredit. Tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi akan membutuhkan banyak investasi pada berbagai elemen aset, baik aset tetap maupun aset lancar (Septi, 2021).

Dari penjelasan mengenai penjualan selalu dihubungkan dengan istilah jumlah atau volume penjualan. Jumlah penjualan merupakan salah satu bentuk baku dari kinerja perusahaan. Berhasil tidaknya suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya, tujuan utama dari perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan.

Salah satunya ialah meningkatkan jumlah penjualan yang dihasilkan

2. Penjualan dalam Islam

Penjualan dalam Islam adalah transaksi yang dilakukan untuk pertukaran barang atau jasa dengan imbalan uang atau barang lainnya (Septi, 2021). Dalam Islam, penjualan dan transaksi bisnis diatur dengan prinsip-prinsip yang adil dan transparan. Sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah SWT sebagai berikut:

ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“ Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”(Baqarah:275)

Penjelasan ayat di atas dapat dipahami bahwa transaksi yang adil dan saling menguntungkan, seperti jual beli, adalah bagian dari prinsip ekonomi yang baik dalam Islam. Sebaliknya, riba dianggap merugikan dan dapat menimbulkan ketidakadilan, karena memberi keuntungan tanpa risiko yang wajar bagi pihak yang meminjam tau orang yang membeli.

3. Aspek-aspek Persaingan Penjualan

Menurut (Haryanti, 2019), aspek-aspek yang sering dalam persaingan bisnis adalah sebagai berikut:

a. Kualitas Product (Produk yang dijual)

Seorang pebisnis harus bisa membaca kondisi pasar dan menciptakan produk berdasarkan kebutuhan pasar. Produk yang diberikan kepada konsumen harus sama baik kualitas maupun kuantitasnya. Seorang *marketer* menjelaskan spesifikasi produk yang ditawarkannya sesuai dengan keadaan barang yang tersedia.

b. *Price* (Harga yang ditetapkan)

Harga adalah nilai jual produk yang telah melalui proses produksi dan digunakan sebagai nilai tukar suatu produk. Penetapan harga sepenuhnya menjadi hak seorang penjual, namun perlu digaris bawahi bahwa pemasaran telah mengatur aturan menetapkan harga jual sehingga tidak terjadi persaingan.

c. *Place* (Tempat pemasaran)

Tempat pemasaran merupakan hal penting dalam penjualan produk, apabila tempat strategis maka penjualan akan menjadi baik. Kemudahan tempat pemasaran meliputi kemudahan akses informasi serta fasilitas transportasi yang aman.

d. *Promotion* (Promosi)

Kegiatan promosi merupakan salah satu strategi yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan suatu produk. Dalam pemasaran yang sesuai, harus mengandung etika dan transparansi. Tidak diperbolehkan seorang *marketer* dalam mempromosikan barangnya menggunakan pernyataan palsu hingga yang melebih-lebihkan padahal pernyataan tersebut tidak ditemukan dalam produk yang dijual.

4. Tujuan Penjualan

Menurut (Haryanti, 2019), tujuan umum penjualan adalah sebagai berikut:

a. Mencapai volume penjualan

Mencapai volume penjualan berarti mencapai jumlah unit produk yang terjual dalam periode tertentu. Ini biasanya melibatkan strategi pemasaran, penentuan harga, promosi, dan analisis pasar untuk menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan

b. Mendapatkan laba tertentu

Bahwa laba merupakan selisih pendapatan dan keuntungan setelah dikurangi beban kerugian. Laba merupakan salah satu pengukuran aktivitas operasi dan dihitung berdasarkan atas dasar akuntansi akrual. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan dapat menarik para investor untuk menanamkan dananya guna memperluas usahanya, sebaliknya tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan para investor menarik dananya.

c. Menunjang pertumbuhan usaha

Pertumbuhan perusahaan merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan ukuran perusahaan melalui peningkatan aktiva. Kemampuan perusahaan untuk menjual produknya akan meningkatkan jumlah penjualan bagi perusahaan untuk menunjang pertumbuhan perusahaan dan perusahaan akan tetap bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat antar perusahaan.

5. Jenis-Jenis Penjualan

Adapun jenis-jenis penjualan (Amanah, 2018), adalah sebagai berikut:

a. *Trade Selling*

Trade selling dapat terjadi bilamana produsen dan pedagang besar mempersilahkan pengecer untuk berusaha memperbaiki distributor produk-produk..

b. *Missionary Selling*

Merupakan penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang-barang dari penyalur perusahaan.

c. *Technical Selling*

Tehnik berusaha untuk meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat kepada pembeli akhir dari penyalur perusahaan.

d. *New Businies Selling*

Merupakan usaha membuka transaksi baru dengan merubah calon pembelimenjadi pembeli

e. *Responsive Selling*

Responsive Selling adalah pendekatan dalam penjualan yang fokus pada mendengarkan kebutuhan dan preferensi pelanggan secara aktif. Dalam metode ini, penjual berusaha memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan, dan kemudian menawarkan solusi yang tepat berdasarkan informasi tersebut.

2.1.4 Depot Air Minum Isi Ulang

1. Pengertian Depot Air Minum Isi Ulang

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia nomor 492/ MENKES/ PER/ IV/ 2010 tentang Persyaratan Kualitas Air Minum, Penyelenggara air minum adalah badan usaha milik negara/ badan usaha milik daerah, badan usaha swasta, usaha

perorangan, masyarakat dan/ atau individu yang melakukan penyelenggaraan penyediaan air minum (Muhriyah, (2022).

Menurut Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia nomor 651/ MPP/Kep/10/2004 tentang Persyaratan Teknis Depot Air Minum dan Perdagangannya Menteri Perindustrian dan Perdagangan, Depot air minum adalah usaha yang melakukan proses pengolahan air baku menjadi air minum dan menjual langsung kepada konsumen. (Kepmenperindag, 2004)

Persyaratan usaha depot air minum wajib memiliki Tanda Daftar Industri (TDI), Tanda Daftar Usaha Perdagangan (TDUP) dan laik hygiene. Proses pengolahan adalah perlakuan terhadap air baku dengan beberapa tahapan proses sampai dengan menjadi air minum meliputi penampungan air baku, penyaringan/ filterisasi, desinfeksi dan pengisian. Air yang dihasilkan oleh Depot Air Minum wajib memenuhi persyaratan kualitas air minum sesuai yang ditetapkan dalam peraturan Menteri Kesehatan dan Pengujian mutu produk wajib dilakukan oleh Depot Air Minum di Laboratorium Pemeriksaan Kualitas Air ditunjuk oleh pemerintah Kabupaten/ Kota sekurang-kurangnya 6 (enam) bulan sekali (Agustina, 2022).

2. Syarat Pengolahan Air Pada Depot Air Minum Isi Ulang

Menurut Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 651/MPP/Kep/10/2004 tentang Persyaratan Teknis Depot Air Minum dan Perdagangan, (Kepmenperindag, 2004) yaitu:

a. Penampungan air baku dan syarat bak penampung

Air baku yang diambil dari sumbernya diangkut dengan menggunakan tangki dan selanjutnya ditampung dalam bak atau tangki penampung (*reservoir*). Bak penampung harus dibuat dari bahan tara pangan (*food grade*) seperti stainless stell, poly carbonat, harus bebas dari bahan-bahan yang dapat mencemari air.

Tangki galang, pompa dan sambungan harus terbuat dari bahan tara pangan (*food grade*) seperti stanless stell atau oly carbonat, tahan korosid, dan bahan kimia yang dapat mencemari air. Tangki pengangkut harus dibersihkan dan desinfeksi bagian luar minimal 3 (tiga) bulan sekali. Air baku harus diambil jumlahnya cukup mewakili untuk diperiksa terhadap standart mutu yang telah ditetapkan oleh Menteri Kesehatan.

b. Penyaringan bertahap

Saringan berasal dari pasir atau saringan lain yang efektif dengan fungsinya yang sama. Fungsi saringan pasir adalah menyaring partikel-partikel yang kasar. Bahan yang dipakai adalah butir-butir silica (SiO_2) minimal 80%. Saringan karbon aktif yang berasal dari batu bara atau batok kelapa berfungsi sebagai penyerap bau, rasa, warna, sisa klor, dan bahan organik. Daya serap terhadap *Iodine* (I_2) minimal 75%. Saringan/ filter lainnya yang berfungsi sebagai saringan halus berukuran maksimal 10 (sepuluh) mikron.

c. Desinfeksi

Desinfeksi dimaksudkan untuk membunuh kuman pathogen. Proses desinfeksi dengan menggunakan ozon (O₃) berlangsung dalam tangki atau alat pencampuran ozon lainnya dengan konsentrasi ozon minimal 0,1 ppm dan residu ozon sesaat setelah pengisian berkisar antara 0,06 – 0,1 ppm. Tindakan desinfeksi selain menggunakan ozon, dapat dilakukan dengan cara penyinaran Ultra Violet (UV) dengan panjang gelombang 254 nm atau kekuatan 25370 A intensitas minimum 10.000 mw detik per cm².

d. Pembilasan, Pencucian dan Sterilisasi Wadah

Wadah yang dapat digunakan adalah wadah yang terbuat dari bahan tara pangan (food grade) seperti stainless stell, poly carbonat atau poly vinyl carbonat dan bersih. Depot air minum wajib memeriksa wadah yang dibawa konsumen. Wadah yang akan diisi harus di sterilisasi dengan menggunakan ozon (O₃) atau air ozon (air yang mengandung ozon). Bilamana dilakukan pencucian maka harus dilakukan dengan menggunakan berbagai jenis deterjen tara pangan (food grade) dan air bersih dengan suhu berkisar 60 – 850C, kemudian dibilas dengan air minum atau air produk secukupnya menghilangkan sisa-sisa deterjen yang dipergunakan untuk mencuci.

e. Pengisian dan Penutupan

Pengisian wadah dilakukan dengan menggunakan alat dan mesin serta dilakukan dalam tempat pengisian yang higienis.

Penutupan wadah dapat dilakukan dengan tutup yang dibawa konsumen atau yang disediakan oleh Depot Air Minum.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Depot Air Minum

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam Depot Air Minum Isi Ulang, (Agustina, 2022). seperti :

a. Tempat Pada Depot Air Minum Isi Ulang

Bangunan/ gedung depot harus kuat/kokoh, agar tidak memungkinkannya sebagai tempat berkembangbiaknya vector dan binatang pengganggu, konstruksi lantai bersih dan tidak licin, bagian yang selalu kontak dengan air dibuat miring ke arah saluran pembuangan air agar tidak membentuk genangan air, dinding bersih permukaan yang selalu berkontak dengan air harus kedap air agar tidak menjadi lembab, dinding berwarna terang agar vector dan binatang pengganggu tidak bersarang karena vector dan binatang pengganggu lebih suka di tempat yang gelap dan lembab, pintu dapat dibuka dan ditutup dengan baik serta dapat mencegah masuknya binatang pengganggu, ventilasi dibuat baik agar ada pertukaran udara yang baik dan tidak lembab.

b. Penjamah Depot Air Minum

Penjamah harus dengan keadaan sehat untuk menghindari kontak dengan sumber penyakit dan dapat mengakibatkan pencemaran terhadap air minum. Penjamah harus berperilaku higienis dan saniter setiap melayani konsumen yaitu seperti

mencuci tangan dengan sabun dan air yang mengalir setiap melayani konsumen. Penjamah harus melakukan pelatihan agar memahami hal-hal yang jika terjadi kontaminasi dapat memindahkan bakteri dan virus pathogen dari tubuh, atau sumber lain ke makanan/minuman.

c. Peralatan Depot Air Minum

Peralatan dan perlengkapan yang digunakan antara lain pipa pengisian air baku, tandon air baku, pompa penghisap dan penyedot, filter, mikro filter, wadah/galon air baku atau air minum, kran pengisian air minum, kran pencucian/pembilasan wadah/galon, kran penghubung, dan peralatan desinfeksi harus terbuat dari bahan tara pangan atau tidak menimbulkan racun yang dapat merubah kualitas air minum isi ulang.

2.2 Penelitian Terdahulu

Peneliti mengacu pada penelitian terdahulu untuk mendukung asumsi dari penelitian yang akan dilakukan yaitu:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama dan judul	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
Yanita Hendarti (2016), judul “Etika Bisnis Depot Air Galon Dalam Persaingan Usaha di Kota Karanganyar”	Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana upaya yang harus dilakukan oleh Depot Air Galon Dalam supaya mampu untuk bertahan dalam menghadapi persaingan usaha yang berada di kota Karanganyar. Metode yang digunakan	Perbedaan penelitian terletak pada objek penelitian yakni Etika, rumusan masalah dan lokasi penelitian.	Persamaan terletak pada Depot Air Galon objek penelitian yakni persaingan usaha, sama-sama

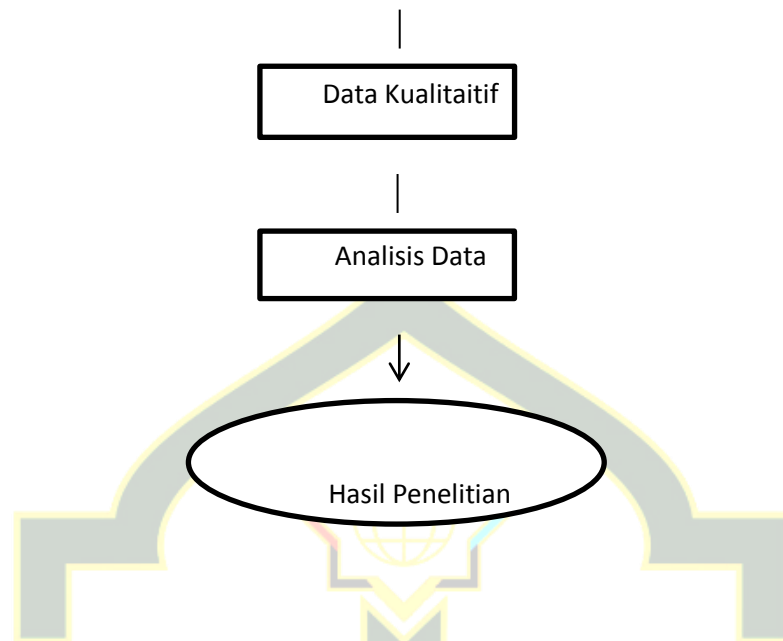
	<p>adalah jenis penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Depot Air Galon Dalam HIK mereka juga mempunyai pesaing lain yaitu Depot Air Galon Dalam lainnya. Depot Air Galon HIK mampu bersaing terbukti bahwa setiap tahunnya mengalami peningkatan secara signifikan. Mereka bisa bertahan dan berkembang dalam menghadapi persaingan usaha ini didorong dari segi keterampilan, semangat kerja dan modal sosial berperan diantara Depot Air Galon</p>		<p>menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi.</p>
<p>Rizky Ikhwan 2018), skripsi dengan judul "<i>Analisis Perancangan Strategi Dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy Untuk meningkatkan Penjualan Dalam Persaingan Bisnis (Studi Kasus di Kedai Kopi Nongkring)</i>".</p>	<p>Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi apa yang tepat untuk digunakan dalam penelitian ini. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Berdasarkan dari penelitian ini hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang tepat untuk digunakan di kedai kopi nongkring yaitu strategi yang memberikan fasilitas untuk sekolah barista bagi pemula, menambah varian kopi dan menu baru yang selama ini belum ada. Selain itu mengurangi atribut nilai pembeli yaitu harga produk dan atribut yang perlu untuk inovasi produk, kualitas produk, dan kenyamanan tempat.</p>	<p>Perbedaan penelitian terletak pada objek perancangan strategi penjualan, rumusan masalah dan lokasi penelitian</p>	<p>Persamaan terletak pada objek penelitian yakni persaingan usaha, sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi.</p>

<p>Sintia Afriyanti (2018). Jurnal Judul “<i>Studi Strategi Pemasaran Terbaik Berdasarkan Perilaku Konsumen Dalam Menghadapi Persaingan Antar Kedai Kopi di Jatinangor</i>”.</p>	<p>Tujuan dari penelitian ini yaitu guna menentukan suatu pemasaran berdasarkan pada perilaku konsumen di kedai kopi tersebut. Pada penelitian ini menggunakan metode statistik deskriptif. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa parakonsumen data berkunjung di Balike Coffe untuk merasakan nikmatnya kopi sedangkan di balad Coffe Wornk untuk menikmati suasana yang telah ditawarkan yang berarti para konsumen puas berada di Balike Coffe. Apabila suatu saat terjadikenaikan harga maka konsumen akan tetap membelinya, karena ciri khas dari Balike Coffe ini adalah jenis kopinya yang berasal dari Jawa Barat.</p>	<p>Perbedaan penelitian terletak pada objek strategi pemasaran, perilaku kosnusmen, rumusan masalah dan lokasi penelitian</p>	<p>Persamaan terletak pada objek penelitian yakni persaingan usaha, sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi.</p>
--	---	---	--

2.3 Alur Berpikir

Menurut Sugiyono (2017), kerangka berfikir merupakan model konseptual bagaimana teori berhubungan dengan telah dirumusan masalah sebagai masalah penting. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:





Gambar 2.1: Kerangka Konseptual

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*Field Research*). Dimana peneliti mencari sumber-sumber data langsung dari penjual dan pembeli air isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat. Menurut (Moloeng, 2012) Jenis penelitian lapangan (*Field Research*) adalah untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut atau perspektif partisipan. Partisipan adalah orang-orang diajak wawancara, di observasi dan dokumentasi dimintai memberikan data, pendapat, pemikiran, persepsinya. Pada dasarnya penelitian ini meneliti

tentang fenomena pengalaman sosial manusia dilihat dari sudut pandang partisipan dengan mendeskripsikannya.

Pendekatan penelitian yakni penelitian kualitatif. Menurut (Sugiyono, 2012), penelitian kualitatif adalah penelitian bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan objek penelitian dimana kegiatan penelitian dilakukan. Lokasi penelitian yakni di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat, alasan dipilihnya lokasi penelitian di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat karena di belum pernah diadakan penelitian serupa³ tentangnya mengenai Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha Depot AirMinum Isi Ulang.

3.3 Fokus Penelitian

Menurut (Maleong, 2012) menjelaskan bahwa fokus penelitian dimaksudkan untuk membatasi studi penelitian kualitatif, sekaligus membatasi penelitian guna memilih data yang relevan dan data yang tidak relevan sehingga tidak perlu dimasukkan dalam penelitian. Fokus penelitian memberikan batasan dalam studi dan batasan dalam pengumpulan data sehingga dengan pembatasan ini peneliti akan fokus memahami masalah-masalah yang menjadi tujuan penelitian yakni: 1) mengetahui bentuk

persaingan usaha depot air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat, 2) mengetahui tinjauan Etika bisnis Islam proses produksi dan penjualan air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat. Dalam proses pengumpulan data peneliti melakukan wawancara atau observasi dan pengambilan dokumentasi secara langsung kepada informan.

3.4 Pemilihan Informan

Informan adalah orang yang bisa memberi informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. (Arikunto, 2016). Adapun teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan informan didasarkan atas tujuan tertentu yakni betul-betul memiliki kriteria sebagai informan (Sodik, 2015). Informan pada penelitian ini mencakup Pemilik dan karyawan Depot Air Minum Isi Ulang, Konsumen. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 3.1 adalah sebagai berikut

Tabel 3.1

Informan Penelitian

No	Informan	Keterangan
1	Pemilik Depot Air Minum Isi Ulang	4 Orang
2	Karyawan	2 Orang
3	Kosumen	6 Orang

Sumber : Desa Tanjung Pauh Mudik Tahun 2024

3.5 Teknik Pengumpulan data

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini menggunakan metode-metode penggalan data (Arikunto, 2016), adalah:

3.5.1 Observasi

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam sebuah penelitian karena objek penelitian merupakan sasaran yang hendak dicapai untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi, dengan kata lain objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi fokus dari sebuah penelitian.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode observasi terstruktur di mana penulis mengacu pada pedoman yang telah disiapkan terlebih dahulu. Tujuan menggunakan metode ini untuk memperoleh data terkait analisis penerapan etika bisnis Islam dalam persaingan usaha depot air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat.

3.5.2 Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan *interview* kepada beberapa orang yang bersangkutan. Beberapa teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini (Sugiyono, 2012:123). Teknik wawancara dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara terstruktur yang mana peneliti menyiapkan instrumen wawancara penelitian berupa pertanyaan tertulis alternatif jawaban telah dipersiapkan mengenai analisis penerapan etika bisnis Islam dalam

persaingan usaha depot air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat.

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah rekaman peristiwa yang lebih dekat dengan percakapan, menyangkut persoalan pribadi, dan memerlukan interpretasi yang berhubungan sangat dekat dengan konteks rekaman peristiwa tersebut. Dalam hal ini dokumentasi diperoleh dari bukti, atau laporan historis yang tersusun dalam arsip (data dokumen), jurnal, dan buku-buku lainnya yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

3.6 Teknik Analisis data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data dari Miles dan Huberman bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, (Sugiyono, 2012). Adapun penjelasan Aktivitas analisa data adalah :

3.6.1 Pengumpulan data

Pengumpulan data merupakan kegiatan mengumpulkan data di lapangan baik melalui observasi, wawancara, maupun dokumentasi.

Data-data tersebut diperoleh dari sumber-sumber yang telah dipilih.

3.6.2 *Data Reduction* (reduksi data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Kegiatan ini bertujuan untuk mempertegas, memperpendek, dari catatan dan pengumpulan data.

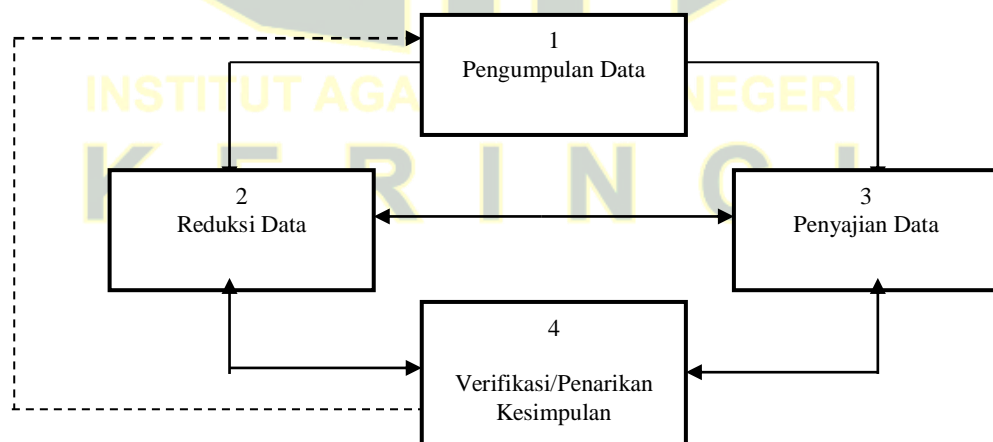
3.6.3 *Data Display* (penyajian data)

Penyajian data dalam penelitian kualitatif dimaksudkan untuk menemukan suatu makna dari kata-kata yang diperoleh, kemudian disusun secara sistematis dan logis dari bentuk informasi yang kompleks menjadi sederhana sehingga bisa lebih mudah dipahami.

3.6.4 *Conclusion Drawing/verification* (Penarikan Kesimpulan)

Mengambil kesimpulan merupakan langkah analisis setelah pengolahan data. Kesimpulan yang diambil mungkin masih terasa kabur dan diragukan. Oleh karena itu, perlu dilakukan verifikasi kesimpulan tersebut dengan mencari data-data lain yang mendukung kesimpulan tersebut serta mengecek ulang data yang telah diperoleh.

Keempat langkah dalam proses analisa data kualitatif tersebut merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, dimana suatu langkah merupakan hal yang harus dilakukan untuk menuju langkah selanjutnya. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat dalam bagan berikut:



Gambar 3.1 Langkah Analisis Penelitian Kualitatif

Keterangan :

—————→: Langkah berikutnya

←—————→: Langkah berikutnya bisa kembali ke langkah sebelumnya

- - - - - →: Jika diperlukan

Dengan model analisis ini maka kegiatan selama penelitian harus bergerak diantara empat sumbu kumparan itu, yaitu bolak balik diantara kegiatan pengumpulan data, reduksi, penyajian dan penarikan kesimpulan. Aktivitas yang dilakukan dengan proses itu komponen-komponen tersebut akan didapat yang benar-benar mewakili dan sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Setelah analisis data selesai, maka hasilnya akan disajikan secara deskriptif, yaitu sesuai dengan masalah yang diteliti dan data yang diperoleh. Kemudian diambil kesimpulan dan langkah tersebut tidak harus urut tetapi berhubungan terus menerus sehingga membuat siklus.

1.7 Uji Keabsahan Data

Triangulasi pengujian kredibilitas diartikan sebagai upaya pengecekan data dalam suatu penelitian dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu, dimana peneliti tidak hanya menggunakan satu sumber data, satu metode pengumpulan data atau hanya menggunakan pemahaman pribadi tanpa melakukan pengecekan kembali. Dalam penelitian ini digunakan tiga triangulasi, (Moleong, 2012), adalah sebagai berikut:

1.7.1 Triangulasi sumber

Menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Sumber data penelitian yang diperoleh dari informan penelitian.

1.7.2 Triangulasi Metode.

Menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Jika data yang dihasilkan berbeda maka peneliti akan melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan.

1.7.3 Triangulasi waktu.

Waktu juga memengaruhi kredibilitas data. Dalam melakukan pengujian kredibilitas data dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik dalam waktu yang berbeda. Hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan berulang-ulang sehingga ditemukan kepastian datanya.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Bentuk Persaingan Usaha Depot Air Minum Isi Ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat.

Berdasarkan hasil penelitian bentuk persaingan usaha depot air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat adalah kualitas produk menjadi salah satu elemen utama dalam menarik konsumen, karena konsumen sangat mengutamakan kebersihan dan kelayakan air yang dikonsumsi. Persaingan harga juga menjadi hal yang signifikan, di mana masing-masing depot berusaha menawarkan harga kompetitif agar terjangkau bagi konsumen, namun tetap mempertahankan kualitas.

Selain itu, tempat pemasaran distribusi menjadi penting untuk mempermudah akses konsumen, seperti adanya pengantaran ke rumah atau kemudahan pembelian di lokasi-lokasi strategis. Lokasi depot itu sendiri juga memainkan peran besar dalam menentukan daya tarik konsumen, di mana depot yang terletak di lokasi yang mudah dijangkau dan dekat dengan pemukiman biasanya lebih diminati.

Secara keseluruhan, keberhasilan usaha depot air minum isi ulang ini bergantung pada kemampuannya untuk bersaing dalam hal kualitas, harga, kenyamanan akses, dan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik lebih banyak pelanggan di tengah kompetisi yang semakin ketat.

Berdasarkan penjelasan aspek persaingan tersebut penulis melakukan wawancara pada informan penelitian sebagai berikut:

1. Persaingan pada Kualitas Produk

Berdasarkan observasi dari permasalahan persaingan pada kualitas produk telah diperbaiki. Seperti produk yang diberikan kepada masyarakat sama baik kualitas maupun kuantitasnya. Hasil wawancara terkait persaingan usaha depot air minum dalam hal kualitas produk. Wawancara ini bisa mencakup beberapa pihak, seperti pemilik depot air minum, karyawan, konsumen.

Sebagaimana dijelaskan oleh pemilik Depot Air Minum Isi Ulang Zakwan Water di Desa Tanjung Pauh Mudik sebagai berikut:

“Kami selalu fokus pada kualitas air yang distribusikan. Dengan menggunakan teknologi filtrasi terbaru untuk memastikan air dijual benar-benar aman untuk dikonsumsi dan depot kami rutin melakukan pengecekan kualitas air secara berkala. Sedangkan air yang kami gunakan adalah air PDAM Desa yang diambil dari mata air” (Joni Afrizal, 10 Januari 2025,)

Sedangkan penjelasan dari pemilik Depot air Minum Isi Ulang Ozil Water di Desa Tanjung Pauh Mudik sebagai berikut:

“Untuk memastikan kualitas tetap terjaga, kami melakukan pengawasan mulai dari proses penyaringan, pengemasan, hingga distribusi. Kami juga sering menanyakan di depot yang terkenal yang ada di Kota Sungai Penuh sehingga kami mengetahui bagaimana menjaga kualitas air yang baik” (Ambri, 10 Januari 2025).

Sedangkan penjelasan dari pemilik Depot air Minum Isi Ulang Aza Bukit pulai di Desa Tanjung Pauh Mudik sebagai berikut:

“saya tetap memperhatikan kualitas air walaupun mesinnya filter sudah lama, tapi kami sering membersihkannya agar kualitas yang tidak terjamin dan juga kami harus meyakinkan konsumen bahwa kualitas yang baik akan berdampak pada kesehatan dan kenyamanan air untuk dikonsumsi.” (Robi Rahmat, 12 Januari 2025).

Sedangkan penjelasan dari pemilik depot air Minum Isi Ulang Abib Depot di Desa Tanjung Pauh Mudik sebagai berikut:

“untuk kualitas air yang kami gunakan adalah air diambil dari sumur, yang berkualitas jernih artinya diambil dari mata air kedalaman sumur. Dengan adanya kualitas air kami bisa bersaing dengan depot lainnya yang ada di Tanjung Pauh Mudik” (Retnayeti 15 Januari 2025).

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa keempat depot air isi ulang yang ada di Desa Tanjung Pauh Mudik dalam persaingan pada kualitas produk, sama-sama menjaga kualitas air untuk dikonsumsi dan juga melakukan pengawasan mulai dari proses penyaringan, pengemasan, hingga distribusi.

Sedangkan penjelasan dari konsumen masyarakat Desa Tanjung Pauh Mudik menjelaskan sebagai berikut:

“Saya memilih depot air minum yang benar-benar transparan tentang proses penyaringan dan pengolahan airnya. Saya sering melihat label atau sertifikat kualitas di depot yang saya kunjungi, dan itu memberi saya rasa aman. Selain itu, rasa air dan kejernihan juga sangat penting bagi saya. Jika airnya keruh atau ada rasa yang tidak biasa, saya akan berpikir dua kali untuk membelinya.” (Elpa, 18 Januari 2025).

Sedangkan penjelasan dari konsumen masyarakat lainnya di Desa Tanjung Pauh Mudik menjelaskan sebagai berikut:

“Sangat penting. Kualitas air minum itu berkaitan langsung dengan kesehatan saya dan keluarga. Saya tidak akan mengambil risiko dengan membeli air dari depot yang tidak saya percayai kualitasnya. (Aysah, 18 Januari 2025).

Dapat disimpulkan bahwa masyarakat Desa Tanjung Pauh Mudik memilih depot air minum yang benar-benar transparan proses penyaringan dan pengolahan airnya. Selain itu, rasa air dan kejernihan juga sangat penting bagi masyarakat. Jika airnya keruh atau ada rasa yang tidak biasa, mereka akan berpikir dua kali untuk membelinya. Kualitas air minum itu berkaitan langsung dengan kesehatan keluarga dan masyarakat tidak akan mengambil risiko dengan membeli air dari depot yang tidak dipercayai kualitasnya.

2. Persaingan pada Harga

Berdasarkan observasi dari permasalahan persaingan pada harga telah diperbaiki. Itu terlihat dengan adanya penetapan harga diberikan tidak terlalu tinggi sehingga usaha bisnis Depot Air Isi Ulang Desa Tanjung Pauh tidak mempermasalahkan persaingan pada harga dan harga juga telah sesuai dengan harga depot air isi ulang pada daerah lain.

Sebagaimana dijelaskan oleh pemilik depot air Minum Isi

Ulang Zakwan Water di Desa Tanjung Pauh Mudik sebagai berikut:

“Persaingan harga di depot air isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik cukup bervariasi, karena ada beberapa depot Air Minum Isi Ulang yang berada dalam jarak dekat satu sama lain. Setiap depot biasanya memiliki harga sedikit berbeda, kalau depot isi ulang air minum yang saya miliki harga yang ditetapkan untuk antar jemput ke rumah Rp. 5000, dan masyarakat membeli langsung dengan harga sedikit murah yakni Rp. 4000” (Joni Afrizal, 18 Januari 2025).

Sedangkan penjelasan dari pemilik depot air Minum Isi

Ulang Ozil Water di Desa Tanjung Pauh Mudik sebagai berikut:

“Selain menjaga kualitas air dan kebersihan, kami juga sering memberikan layanan antar jemput air untuk pelanggan tetap. Kami memberikan diskon berupa kupon 10 kali gratis 1 kali isi ulang air minum. Dengan cara ini, pelanggan merasa dihargai dan cenderung memilih kami meskipun ada banyak pilihan di sekitar mereka. Untuk harga kami menyesuaikan dengan depot lainnya, kalau depot air isi ulang saya harga antar jemput RP. 5000 sedangkan masyarakat yang membeli langsung di depot juga harga yang sama” (Ambri, 19 Januari 2025).

Sedangkan penjelasan dari pemilik depot air Minum Isi Ulang Aza Bukit Pulai di Desa Tanjung Pauh Mudik sebagai berikut:

“saya melihat harga memang menjadi pertimbangan utama, untuk konsumen membeli air Isi Ulang, maka oleh sebab itu saya menetapkan harga normal yakni Rp. 5000 antar jemput, dan masyarakat yang membeli langsung juga harga yang sama. Tujuannya agar masyarakat Desa Tanjung Pauh Mudik tidak membingungkan masalah harga. Karena antar jemput dengan membeli memang berbeda” (Robi Rahmat, 19 Januari 2025).

Sedangkan penjelasan dari pemilik depot air Minum Isi Ulang Abib Depot di Desa Tanjung Pauh Mudik sebagai berikut:

“menurut saya harga memang mempengaruhi daya beli masyarakat tetapi saya tidak mau hal ini menjadi masalah, maka oleh sebab itu saya tetap menyesuaikan harga normal yakni RP. 5000. Antar jemput, sedangkan membeli langsung ke depot Rp. 4000” (Retnayeti, 20 Januari 2025).

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa keempat depot air isi ulang yang ada di Desa Tanjung Pauh Mudik dalam persaingan pada harga, mengalami persaingan dalam hal ini 2 depot air isi ulang di Desa Tanjung Pauh Munik menetapkan Rp. 5000 sedangkan masyarakat yang membeli langsung ke depot harga lebih murah yakni RP. 4000. Sedangkan depot yang kedua harga antar jemput RP. 5000 untuk masyarakat yang membeli langsung di depot

juga harga yang sama. Sedangkan 2 depot isi air ulang di Desa Tanjung pauh mudik melakukan penetapan harga normal yakni membeli langsung kedepot RP. 4000, sedangkan antar jemput harga berbeda yakni Rp. 5000.

Dari penjelasan di atas informan pemilik depot air isi ulang di atas, peneliti melakukan wawancara dengan konsumen dalam hal ini masyarakat Desa Tanjung Pauh mudik. Sebagaimana penjelasan dari masyarakat Desa Tanjung Pauh Mudik menjelaskan sebagai berikut:

“kalau menurut saya masalah harga tidak mempengaruhi saya untuk membelinya.yang paling penting kualitas airnya. Saya memang mencari harga murah, tapi juga memastikan air yang saya konsumsi bersih dan aman. Kalau harga sedikit lebih mahal tapi kualitasnya bagus, saya tidak masalah. Tetapi, tentu saja, harga juga tetap penting, terutama untuk pembelian dalam jumlah banyak.” (Rafa, 20 Januari 2025).

Sedangkan penjelasan dari konsumen masyarakat lainnya di Desa Tanjung Pauh Mudik menjelaskan sebagai berikut:

“Saya biasanya memilih depot yang harga airnya lebih murah, tapi tetap memperhatikan kualitasnya. Kalau ada depot yang memberikan harga lebih murah dan kualitasnya oke, saya tentu akan memilih yang lebih murah. Tapi kalau sudah mulai ada masalah dengan kualitas air, saya lebih memilih sedikit lebih mahal asal terjamin kebersihannya.” (Murnalis, 21 Januari 2025).

Sedangkan penjelasan dari konsumen masyarakat lainnya di Desa Tanjung Pauh Mudik menjelaskan sebagai berikut:

“Persaingan harga memang mempengaruhi, apalagi di tengah kondisi ekonomi seperti sekarang. Tapi saya lebih memilih untuk tidak terlalu sering pindah-pindah tempat. Kalau sudah nyaman di suatu depot, meskipun ada depot lain yang lebih murah, saya lebih cenderung tetap membeli di depot yang sudah saya percayai. (Wahyu, 21 Januari 2025).

Berdasarkan penjelasan konsumen masyarakat Desa Tanjung Pauh mudik terkait dengan harga Isi ulang air minum masyarakat tidak memperlmasalahka harga seberapapu harga yang ditetapkan yang penting kualitas air yang saya konsumsi bersih dan aman. Walupun ada masyarakat yang tertarik harga murah mereka juga tetap memilih kualitas air yang bersih dan aman untuk dikonsumsi.

3. Persaingan Tempat pemasaran

Berdasarkan observasi dari permasalahan persaingan pada lokasi atau tempat pemasaran telah diperbaiki. Seperti memilih lokasi terdekat dengan pemukiman yang mudah diakses masyarakat dan fasilitas transportasi antar jemput langsung kerumah masyarakat di Desa Tanjung Pauh Mudik. Dengan demikian, lokasi menjadikan tempat pemasaran yang tepat dalam meningkatkan penjualan dan memperkuat reputasi sebagai penyedia layanan yang terpercaya dan mudah diakses.

Denagn adanya lokasi strategis dapat meningkatkan daya tarik bagi konsumen, karena mereka lebih cenderung memilih tempat yang dekat dan mudah diakses. Keberadaan tempat pemasaran yang dekat dengan pemukiman atau pusat keramaian dapat mempermudah konsumen dalam memperoleh produk dengan cepat dan tidak membutuhkan waktu yang lama.

Sebagaimana dijelaskan oleh pemilik depot air Minum Isi Ulang Zakwan Water di Desa Tanjung Pauh Mudik sebagai berikut:

"biasanya yang saya rasakan adalah adanya persaingan dengan depot air minum lain yang bermunculan. Di desa ini, banyak, karena mereka melihat dengan adanya usaha bisnis air isi ulang air minum dapat menambah pendapatan mereka. Maka dengan itu kami sebagai pengusaha yang dulu bukap usaha ini mencari tempat yang strategis untuk pemasaran" (Joni Afrizal, 21 Januari 2025).

Sedangkan penjelasan dari pemilik depot air Minum Isi

Ulang Ozil Water di Desa Tanjung Pauh Mudik sebagai berikut:

"menurut saya lokasi depot sangat memengaruhi jumlah pelanggan yang datang. Kalau depot kami berada di tempat yang sulit dijangkau yakni di jalan besar, sedangkan depot lainnya ada yang membuka di dalam desa. Sedangkan masyarakat lebih memilih depot yang lebih dekat dengan rumah. Lokasi yang strategis di dekat pemukiman bisa meningkatkan jumlah pelanggan secara signifikan." (Ambri, 21 Januari 2025).

Sedangkan penjelasan dari pemilik depot air Minum Isi

Ulang Aza Bukit Pulai di Desa Tanjung Pauh Mudik sebagai berikut:

"kalau saya memilih lokasi yang dekat dengan area padat masyarakat ini bertujuan untuk memudahkan masyarakat untuk membelinya. Dalam hal ini setidaknya dapat dilalui kendaraan roda dua untuk mengantar kealamat lebih cepat, karena depot air isi ulang kami memiliki kendaraan roda dua untuk mengantar kerumah pelanggan" (Robi Rahjmat, 23 Januari 2025).

Sedangkan penjelasan dari pemilik depot air Minum Isi

Ulang Abib Depot di Desa Tanjung Pauh Mudik sebagai berikut:

"Persaingan di bisnis depot air minum isi ulang semakin ketat, banyak depot baru bermunculan, banyak konsumen yang lebih memilih depot yang sudah mereka kenal dan merasa nyaman, meskipun harganya sedikit lebih mahal. Kami juga harus memastikan bahwa bahwa lokasi yang strategis sangat menentukan penjualan air minum isi ulang" (Retnayeti, 23 Januari 2025).

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa keempat depot air isi ulang yang ada di Desa Tanjung Pauh Mudik dalam persaingan pada lokasi penjualan adalah lokasi depot air minum isi ulang sangat memengaruhi jumlah konsumen. Lokasi depot yang strategis berada di paadat pemukiman karena masyarakat lebih memilih depot yang lebih dekat dengan rumah. Dalam hal ini setidaknya dapat dilalui kendaraan roda dua untuk mengantar kealamat lebih cepat.

Dari penjelasan di atas informan pemilik depot air isi ulang di atas, peneliti melakukan wawancara dengan konsumen dalam hal ini masyarakat Desa Tanjung Pauh mudik. Sebagaimana penjelasan dari konsumen masyarakat Desa Tanjung Pauh Mudik menjelaskan sebagai berikut:

"Sekarang banyak pilihan depot air minum isi ulang di sekitar rumah saya, jadi saya bisa memilih depot air minum isi ulang yang dekat karena terkadang kita tidak menyadari air minum habis, agar cepat mendapatkannya saya pilih depot air isi ulang yang terdekat" (Andika, 24 Januari 2025).

Sedangkan penjelasan dari konsumen masyarakat lainnya di Desa Tanjung Pauh Mudik menjelaskan sebagai berikut:

"Persaingan di bisnis depot air minum isi ulang, juga terletak pada lokasi strategis, di daerah saya 2 depot berada di jalan besar susah untuk di akses, dan 2 lagi ada didalam pemukiman, maka saya memilih depot air isi ulang yang terdekt" (Elva, 24 Januari 2025).

Sedangkan penjelasan dari konsumen masyarakat lainnya di Desa Tanjung Pauh Mudik menjelaskan sebagai berikut:

“saya melihat Lokasi strategis sangat memengaruhi tingkat pembelian masyarakat, terutama dekat dengan keramaian, karena depot akan memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan pelanggan yang lebih banyak. (Aysah, 24 Januari 2025).

Dapat disimpulkan bahwa Persaingan Tempat pemasaran depot air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik memilih adalah dampak persaingan di bisnis depot air minum isi ulang, juga terletak pada lokasi yang strategis, sedangkan depot Air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik 2 depot berada di jalan besar sehingga susah untuk di akses, dan 2 lagi ada didalam pemukiman, maka masyarakat tetap memilih depot air isi ulang yang terdekat.

4. Persaingan pada Promosi

Berdasarkan observasi dari permasalahan persaingan pada pada promosi telah diperbaiki. Dalam pemasaran air isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik dilakuka melalui media online seperti *Facebook* dan *Whatsaap* dan depot yang ada di Desa Tanjung Pauh mudik telah menggunakannya selain itu adanya promosi dilakukan melalui mulut ke mulut atau disebut dengan pemasaran langsung. Dengan adanya penggunaan informasi yang jelas dan jujur dalam berbisnis dapat membangun hubungan yang lebih baik antara depot air isi uilang dan konsumen dalam menciptakan loyalitas pelanggan jangka panjang.

Sebagaimana dijelaskan oleh pemilik depot air Minum Isi Ulang Zakwan Water di Desa Tanjung Pauh Mudik sebagai berikut:

"saya melihat selama menjalankan bisnis ini masyarakat yang lebih nyaman berkomunikasi dan memesan melalui *WhatsApp* karena praktis. Saya membuat grup *WhatsApp* untuk mengirimkan informasi promo atau pengingat bagi masyarakat. Karena melalui aplikasi media online yang cukup efektif untuk mendapatkan konsumen baru" (Joni Afrizal, 25 Januari 2025).

Sedangkan penjelasan dari pemilik depot air Minum Isi

Ulang Ozil Water di Desa Tanjung Pauh Mudik sebagai berikut:

"kalau saya dalam melakukan promosi penjualan air isi ulang cukup melalui promosi mulut ke mulut, yang penting kualitas produk dan pelayanan dan harga harus terjangkau. Apa bila masyarakat mengetahuinya sejauh mana lokasi kita mereka akan datang untuk membelinya" (Ambri, 25 Januari 2025).

Sedangkan penjelasan dari pemilik depot air Minum Isi

Ulang Aza Bukit Pulai di Desa Tanjung Pauh Mudik sebagai berikut:

"saya melakukan promosi penjualan air minum isis ulang di Desa Tanjung Pauh mudik menggunakan media facebook, karena Jangkauan di Facebook lebih luas dan dapat menjangkau pelanggan baru baik remaja maupun orang tua. (Robi Rahmat, 25 Januari 2025).

Sedangkan penjelasan dari pemilik depot air Minum Isi

Ulang Abib Depot di Desa Tanjung Pauh Mudik sebagai berikut:

"menurut saya promosi melalui Mulut ke mulut Ini adalah yang paling bagus, karena depot air minum isi ulang saya selalu berusaha menjaga kualitas dan layanan terbaik agar pelanggan merasa nyaman untuk merekomendasi untuk menggunakan air minum isi ulang depot kami" (Retnayeti, 26 Januari 2025).

Dari penjelasan informan pemilik depot air isi ulang yang ada

di Desa Tanjung Pauh Mudik di atas dapat disimpulkan bahwa

persaingan pada promosi dalam menjual produknya air minum isi ulang pada masyarakat yakni dengan promosi melalui media online seperti *WhatsApp facebook dan promosi mulut ke mulut, dalam hal ini pemilik depot mengutamakan kualitas produk dan pelayanan dengan harga harus terjangkau.*

Dari penjelasan informan pemilik depot air isi ulang di atas, peneliti melakukan wawancara dengan konsumen dalam hal ini masyarakat Desa Tanjung Pauh mudik. Sebagaimana penjelasan dari konsumen masyarakat Desa Tanjung Pauh Mudik menjelaskan sebagai berikut:

"untuk mengetahui depot air minum isi ulang berkualitas, saya sering mendapatkan info promo lewat **WhatsApp**, jadi saya merasa lebih mudah untuk mendapatkan penawaran menarik. Saya juga mendengar rekomendasi dari teman saya yang sudah lama menjadi pelanggan di sini” (Rafa, 26 Januari 2025).

Sedangkan penjelasan dari konsumen masyarakat lainnya di Desa Tanjung Pauh Mudik menjelaskan sebagai berikut:

“Saya mendapat informasi promo air minum isi ulang di desa kami, yakni lewat Facebook, tetapi saya lebih sering mendapat informasi di *WhatsApp*, karena lebih cepat. Teman saya yang juga pelanggan sering memberitahukan promo yang diberikan depot ini, jadi mulut ke mulut juga sangat membantu” (Murnalis, 26 Januari 2025).

Sedangkan penjelasan dari konsumen masyarakat lainnya di Desa Tanjung Pauh Mudik menjelaskan sebagai berikut:

“menurut saya promosi lebih baik menggunakan aplikasi media onlen dari pada **Mulut ke mulut** kare media online memperlihatkan langsung produk yang ditawarkan, sedangkan

mulut kemulut belum tentu kebenarannya” (Wahyu, 27 Januari 2025).

Dari penjelasan informan konsumen dalam hal ini adalah masyarakat Desa Tanjung Pauh Mudik di atas dapat disimpulkan bahwa persaingan pada promosi yang digunakan adalah promo lewat **WhatsApp, Facebook**, karena lebih cepat. Aplikasi media onlen dari pada **Mulut ke mulut** karen media online memperlihatkan langsung produk yang ditawarkan, sedangkan mulut kemulut belum tentu kebenarannya.

4.1.2 Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Proses Produksi Dan Penjualan Air Minum Isi Ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat.

Dalam berbisnis dan bekerja wajib bagi seiap manusia untuk memahami bagaimana bertransaksi agar tidak terjerumus dalam jurang keharaman karena ketidaktahuan mereka. Oleh sebab itu seorang pebisnis harus menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam membuka usaha bisnis sekaligus menempatkan diri sebagai pedagang yang melakukan praktek kejujuran dan berusaha menghindari memperoleh kekayaan dengan cara yang tidak adil agar menjadi pebisnis yang berpegang teguh kepada etika islam karena dengan begitu usaha yang dijalani akan sukses.

Praktik penerapan etika bisnis dalam transaksi produksi dan penjualan air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat. Pemilik depot air minum isi ulang dalam

menjalankan aktivitas usaha produksinya sama juga mengikuti aturan yang telah diatur oleh ajaran Islam. Aturan ajaran Islam dalam kegiatan bisnis berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang ada, yaitu:

1. Prinsip Ketauhidan

Berdasarkan observasi dari permasalahan persaingan pada Prinsip Ketauhidan telah diperbaiki karena Konsep tauhid yang dijalankan oleh pemilik air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat berdasarkan ketakwaan kepada Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia, untuk memberikan manfaat pada diri sendiri tanpa mengorbankan hak-hak konsumen.

Sebagaimana penjelasan dari pemilik Depot Air Minum Isi Ulang Zakwan Water di Desa Tanjung Pauh Mudik mengatakan:

“dalam menjalankan usaha ini saya selalu berusaha dan tidak lupa pasrahkan kepada Allah SWT, kalau kita pasrah dan tidak mau berusaha kita tidak bakalan bisa bangkit lagi dan harus istiqomah percaya bahwa rezeki takdir sudah ada yang mengaturnya, dan kita sebagai umatnya hanya bisa menjalankan sesuai yang direncanakan dengan bersungguh-sungguh.” (Joni Afrizal, 27 Januari 2025).

Demikian pula hasil wawancara dengan pemilik Depot Air Minum Isi Ulang Ozil Water di Desa Tanjung Pauh Mudik mengatakan:

“Saya percaya bahwa rezeki ketentuan dari Allah SWT yang tidak akan tertukar semuanya memiliki takarannya masing-masing, walaupun dalam menjalankan bisnis ini ada persaingan dan hambatan lainnya saya tidak meninggalkan sholat. Sebelum saya membuka usaha biasakan membaca

bismillah dengan niat berjualan untuk beribadah.” (Ambri, 28 Januari 2025).

Berdasarkan prinsip ketauhidan pada penjualan air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik dapat disimpulkan bahwa perilaku etika pemilik depot air minum isi ulang dalam menerapkan prinsip ketauhidan digambarkan menjalankan usahannya tetap menjalankan kewajibannya beribadah kepada Allah SWT dengan tidak meninggalkan sholat 5 waktu, menyertakan niat ibadah, supaya menjadikan keberkahan tersendiri dalam menafkahi keluarganya dan berserah diri, yakin dan berlapang dada terhadap hasil apapun yang mereka dapatkan.

2. Prinsip Keseimbangan

Berdasarkan observasi dari permasalahan persaingan pada Prinsip Keseimbangan telah diperbaiki karena prinsip keseimbangan pada penjualan oleh depot air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat dilakukan dengan berdasarkan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Keadilan keseimbangan ini menuntut depot air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik K tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya.

Sebagaimana hasil wawancara dengan pemilik Depot Air Minum Isi Ulang Aza Bukit Pulai di Desa Tanjung Pauh Mudik mengatakan bahwa:

“Bersikap baik dan ramah tetap saya pertahankan sampai sekarang, dan saya harus selalu siap menghadapi berbagai macam sifat dari pembeli, jika ada konsumen yang komplain tentang produk, saya selalu menjelaskan dengan baik dan uang saya kembalikan” (Robi Rahmat, 28 Januari 2025).

Demikian pula hasil wawancara dengan pemilik Depot Air Minum Isi Ulang Abib Depot di Desa Tanjung Pauh Mudik mengatakan:

“persaingan bisnis sekarang memang ketat, tetapi saya selalu melakukan perubahan terbaik, baik pada kualitas air maupun harga, apabila konsumen tidak menerima keadaan produk saya atau mahal. Saya akan mengantikan kerugian berupa uang dikembalikan atau diganti dengan air isi ulang yang baru” (Retnayeti, 30 Januari 2025).

Berdasarkan prinsip Prinsip Keseimbangan penjualan air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik dapat disimpulkan pemilik depot air isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik berusaha menyediakan produk dengan kualitas yang baik sesuai dengan kebutuhan konsumen, yang membedakan hanya pada persaingan harga dan pelayanan.

3. Prinsip Kehendak Bebas

Berdasarkan observasi dari permasalahan persaingan pada Prinsip Keseimbangan telah diperbaiki karena prinsip kebebasan pada usaha depot air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat dilakukan dengan pemilik usaha depot air minum isi ulang mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam yang menekankan pada keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial.

Sebagaimana hasil wawancara dengan pemilik Depot Air Minum Isi Ulang Zakwan Water di Desa Tanjung Pauh Mudik mengatakan bahwa:

“Saya selalu memberikan harga jual air minum isi ulang, tergantung pada depot lainnya. Dan menjaga kualitas air, dalam persaingan. Dengan memberikan harga yang sama harga tetap kompetitif tetapi tetap memberikan keuntungan” (Joni Afrizal, 1 Februari 2025).

Demikian pula hasil wawancara dengan pemilik depot air minum isi ulang Ozil Water di Desa Tanjung Pauh Mudik mengatakan:

“Saya mengambil keuntungan sedikit dengan menetapkan penetapan harga melihat harga pasar dan menyesuaikan dengan depot lainnya. jika menjual tidak sama dengan harga pasar maka saya mendapatkan kerugian ” (Ambri, 1 Februari 2025).

Berdasarkan prinsip Prinsip Keseimbangan penjualan air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik dapat disimpulkan etika bisnis Islam dalam prinsip kehendak bebas yang diterapkan oleh usaha bisnis air minum isi ulang dengan memberikan kebebasan kepada konsumen apakah membeli mau membeli atau tidak setelah pedagang melakukan promosi, menetapkan harga sesuai dengan pasaran atau permintaan dan penawaran.

4. Prinsip Tanggungjawab

Berdasarkan observasi dari permasalahan persaingan pada Prinsip Tanggungjawab telah diperbaiki karena prinsip tanggung jawab pada usaha depot air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh

Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat yakni memberi kebebasan tanpa batas seperti mengutamakan hak konsumen untuk mendapatkan air minum yang higienis, aman, dan untuk dikonsumsi, serta menjaga kepercayaan masyarakat melalui pelayanan yang jujur dan transparan.

Sebagaimana hasil wawancara dengan pemilik depot air minum isi ulang Aza Bukit Pulai di Desa Tanjung Pauh Mudik mengatakan bahwa:

“selama ini saya dalam menjalankan bisnis ini selalu bertanggungjawab, baik pada kualitas produk maupun pada pelayanan, pada harga saya selalu konsisiten, walaupun depot lain harganya murah, sedangkan untuk pelayanan bisa antar jemput kerumah konsumen, apabila terjadi ketidaksesuaian produk kami bersedia mengganti baru atau mengembalikan uang pembeli” (Robi Rahmat, 5 Februari 2025).

Demikian pula penjelasan dari pemilik depot air minum isi ulang Abib Depot di Desa Tanjung Pauh Mudik mengatakan:

“pertanggungjawaban yang paling utama menurut saya adalah menjaga kualitas air. Karena air ini untuk dikonsumsi oleh khlayak ramai. Dalam hal ini saya memastikan air yang dijual memenuhi standar kesehatan yang ditetapkan Dinas Kesehatan dan rutin melakukan perawatan, pencucian, dan sterilisasi peralatan depot “(Retnayeti, 5 Februari 2025).

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa prinsip tanggungjawab yang dilakukan pemilik usaha depot air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat adalah melakukan selalu konsisiten, walaupun depot lain harganya murah, sedangkan untuk pelayanan bisa antar jemput kerumah konsumen dan juga bertanggung jawab atas kualitas air, karena air ini untuk dikonsumsi oleh

khlayak ramai dengan melakukan perawatan, pencucian, dan sterilisasi pada peralatan depot.

5. Prinsip *Ihsan* (kebajikan)

Berdasarkan observasi dari permasalahan persaingan pada Prinsip *Ihsan* (kebajikan) telah diperbaiki karena prinsip *Ihsan* (kebajikan) yang diterapkan usaha depot air minum isi ulang Desa Tanjung Pauh Mudik adalah memberikan perbuatan baik yang memberikan manfaat kepada konsumen, menjaga kebersihan tempat usaha, memberikan pelayanan yang ramah dan cepat, serta memastikan harga yang wajar dan transparan.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Muhlidin yang mengungkapkan bahwa:

Sebagaimana hasil wawancara dengan pemilik depot air minum isi ulang Zakwan water di Desa Tanjung Pauh Mudik mengatakan bahwa:

“menurut saya siapa saja yang datang ingin membeli air minum isi ulang dari tempat saya, saya memberikan pelayanan yang sama artinya saya tidak membedakan semua konsumen, dan juga saya menjaga kebersihan lingkungan agar tidak ada komplain dengan masyarakat sekitar, seperti limbah air yang telah dipakai atau pecahan galon” (Joni Afrizal, 7 Februari 2025).

Demikian pula penjelasan dari pemilik depot air minum isi ulang Ozil Water di Desa Tanjung Pauh Mudik mengatakan:

“ Kalau menurut saya, kebajikan yang saya terapkan dalam berbisnis depot usaha air minum isi ulang yakni menjaga kejujuran dalam pelayanan, memastikan kualitas air yang dihasilkan tetap higienis untuk dikonsumsi, serta memberikan pelayanan ramah kepada pelanggan. dan mendukung kelestarian lingkungan dengan mendaur ulang galon wadah yang sudah digunakan” (Ambri , 7 Februari 2025).

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa prinsip *Ihsan* (kebajikan) yang dilakukan pemilik usaha depot air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat adalah memberikan pelayanan yang sama pada setiap konsumen dan juga kebersihan lingkungan agar tidak terjadi komplain dengan masyarakat sekitar dan juga memastikan kualitas air yang dihasilkan tetap higienis untuk dikonsumsi.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Bentuk Persaingan Usaha Depot Air Minum Isi Ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat.

Bentuk persaingan usaha depot air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat adalah sesuai dengan aspek persaingan, adapun bentuk persaingan tersebut adalah:

1. Persaingan pada Kualitas Produk: usaha depot air minum Desa Tanjung Pauh Mudik benar-benar transparan proses penyaringan dan pengolahan airnya. Selain itu, rasa air dan kejernihan juga sangat penting bagi masyarakat. Jika airnya keruh atau ada rasa yang tidak biasa, mereka akan berpikir dua kali untuk membelinya.
2. Persaingan pada Harga: usaha depot air isi ulang yang ada di Desa Tanjung Pauh Mudik dalam persaingan harga, mengalami persaingan dalam hal ini 2 depot air isi ulang di Desa Tanjung Pauh Munik menetapkan Rp. 5000 sedangkan masyarakat yang membeli langsung kedepot harga lebih murah yakni RP. 4000. Sedangkan depot yang kedua harga antar jemput RP. 5000 untuk masyarakat yang membeli

langsung di depot juga harga yang sama. Sedangkan 2 depot isi air ulang di Desa Tanjung pauh mudik melakukan penetapan harga normal yakni membeli langsung kedepot RP. 4000, sedangkan antar jemput harga berbeda yakni Rp. 5000.

3. Persaingan Tempat pemasaran; usaha depot air isi ulang yang ada di Desa Tanjung Pauh Mudik dalam persaingan pada lokasi penjualan adalah lokasi depot air minum isi ulang sangat memengaruhi jumlah konsumen. Lokasi depot yang strategis berada di paadat pemukiman karena masyarakat lebih memilih depot yang lebih dekat dengan rumah. Dalam hal ini setidaknya dapat dilalui kendaraan roda dua untuk mengantar kealamat lebih cepat.
4. Persaingan pada Promosi: promosi yang dibuat depot air isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik dalam menjual produknya air minum isis ulang pada masyarakat yakni dengan promosi melalui media online seperti *WhatsApp facebook dan promosi mulut ke mulut*, dalam hal ini pemilik depot mengutamakan kualitas produk dan pelayanan **dengan harga harus terjangkau.**

Menurut (Haryanti, 2019), aspek-aspek yang sering dalam persaingan bisnis adalah 1) Kualitas Product (Produk yang dijual), Produk yang diberikan kepada konsumen harus sama baik kualitas maupun kuantitasnya. 2) *Price* (Harga yang ditetapkan), penetapan harga sepenuhnya menjadi hak seorang penjual, namun perlu digaris bawahi bahwa pemasaran telah mengatur aturan menetapkan harga jual

sehingga tidak terjadi persaingan. 3) *Place* (Tempat pemasaran), Kemudahan tempat pemasaran meliputi kemudahan akses informasi serta fasilitas transportasi yang aman. 4) *Promotion* (Promosi), kegiatan promosi merupakan salah satu strategi yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan suatu produk yang sesuai, harus mengandung etika dan transparansi

4.2.2 Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Proses Produksi Dan Penjualan Air Minum Isi Ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat.

Konsep Etika Bisnis Islam yang diterapkan oleh usaha depot air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat telah diterapkan berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti memberikan kepada kosnusmen untuk mendapatkan haknya sesuai dengan kontribusi masing-masing kepada masyarakat, karena Islam dengan tegas melarang untuk merugikan orang lain.

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam firman Alla SWT sebagai berikut:



 وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

“Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.” (Q.S Asy-syu’ara’: 183)

Ayat di atas melarang untuk tidak merugikan hak-hak orang lain dan membuat kerusakan di bumi, oleh karena itu dalam Islam dalam melakukan kegiatan ekonomi berdasarkan etika bisnis Islam dengan saling menjaga perilaku yang baik dan hak-hak agar tidak saling

merugikan dalam hal ini adalah masyarakat Desa Tanjung Pauh Mudik. Begitu pula dalam perilaku etika usaha depot air minum di desa Tnjaung pauh mudik harus melakukan hal-hal yang di ajurkan dalam Islam yang tidak merugikan pihak pembeli.

Dalam penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi penjualan air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik dalam menjalankan aktivitas usahanya dengan menggunakan prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti prinsip Ketauhidan perilaku pemilik depot dalam menerapkan prinsip ketauhidan digambarkan menjalankan usahan selalu tetap menjalankan kewajibannya beribadah kepada Allah SWT. menyertakan niat ibadah, supaya menjadikan keberkahan tersendiri dalam menafkahi keluarganya.

Prinsip keseimbangan menyediakan kualitas produk yang baik sesuai dengan kebutuhan pembeli, menghindari terjadinya kecacatan air, menetapkan harga sesuai dengan kualitas barang. Prinsip kehendak bebas usaha bisnis depot air minum Isi Ulang memberikan kebebasan pembeli. Prinsip tanggungjawab dengan mendengarkan komplain dari pembeli dan memberikan ganti rugi, menjawab dengan ramah dan sopan setiap konsumen. Prinsip *Ihsan* dilaksanakan dengan kemurahan hati yaitu dengan memberikan pelayanan dan menjaga kualitas air, bentuk lain dari prinsip kebajikan atau ihsan yang dilakukan berupa keramahan kepada calon pembeli menolong membawakan atau menghantarkan produknya.

Menurut (Suryanto, 2010) etika bisnis Islam Usaha Depot Air Minum Isi Ulang adalah Air yang digunakan harus bersih, suci, dan memenuhi standar kesehatan sesuai dengan ajaran Islam dan aturan pemerintah. Pemilik usaha harus memastikan jumlah air yang diberikan sesuai dengan yang dibayarkan oleh pelanggan, tanpa manipulasi atau pengurangan kuantitas. Proses pengolahan air harus dilakukan secara higienis dan tidak membahayakan kesehatan konsumen. Informasi terkait kualitas, sumber air, atau proses penyaringan harus transparan dan tidak menyesatkan pelanggan dan usaha ini diharapkan memberikan manfaat tidak hanya bagi pemilik usaha, tetapi juga masyarakat, seperti menjaga harga yang wajar dan memberikan pelayanan yang ramah.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Bentuk persaingan usaha depot air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat telah sesuai dengan aspek aspek yang ada pada bauran pemasaran yakni persaingan pada Kualitas Produk, benar-benar transparan proses penyaringan dan pengolahan airnya. Persaingan Harga depot air minum isi ulang menetapkan harga standar yakni Rp. 5000 harga antar jemput dan RP. 4000 konsumen membeli langsung. Persaingan Tempat pemasaran, lokasi depot strategis berada padat pemukiman masyarakat, persaingan pada Promosi: promosi melalui media online seperti *WhatsApp*, *facebook* dan *promosi mulut ke mulut*.
2. Tinjauan etika bisnis islam terhadap proses produksi dan penjualan air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat telah diterapkan berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti memberikan kepada kosnusmen untuk mendapatkan haknya sesuai dengan kontribusi masing-masing kepada masyarakat, karena Islam dengan tegas melarang untuk merugikan orang lain. Penerapan tersebut sesuai dengan prinsip Ketauhidan menjalankan kewajibannya beribadah kepada Allah SWT. Prinsip keseimbangan menyediakan kualitas produk yang baik. Prinsip kehendak bebas, memberikan kebebasan pada pembeli,

Prinsip tanggungjawab dengan menyelesaikan komplain dan memberikan ganti rugi. Prinsip *Ihsan* memberikan pelayanan dan menjaga kualitas air.

5.2 Saran-saran

Berdasarkan permasalahan yang telah dibahas dalam skripsi ini, maka peneliti sedikit menyampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Diharapkan air yang disediakan benar-benar berkualitas dan sesuai dengan air mineral atau RO (Reverse Osmosis), kualitasnya harus memenuhi standar dan Jangan menaikkan harga secara tidak wajar, terutama jika pasokan air menjadi terbatas atau ada krisis.
2. Diharapkan dapat menghindari praktik seperti menyebarkan informasi palsu atau menjelekkan depot air minum lain. Fokuslah pada keunggulan produk
3. Diharapkan memberi manfaat kepada masyarakat menyediakan air bersih gratis atau harga khusus untuk masyarakat yang kurang mampu dan jangan menghalangi pendirian depot air minum di area tertentu atau membuat perjanjian tidak sehat dengan pemasok.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga
- Agustina, (2022). Kualitas Air Minum Isi Ulang Pada Depot Air Minum (Damiu) di Wilayah Kerja Puskesmas Oepoi Kota Kupang. *Jurnal Kesehatan 1(2)* 134-167 <https://media.media/publication.water,refrigeration-c789.pdf>
- Amanah, (2018). dampak Pembelian Produk Pepsodent Di Ramayana Plaza Jalan Aksara Medan. *Jurnal Keuangan 1(3)* 723-756
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astuti. A.T (2022) *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*. IAIN Parepare Nusantara Press
- Badroen. F. (2016). *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Fajar Interpratama Offset
- Fransisca (2019). Analisis Strategi Bersaing Pada Perusahaan Luxior di Bandung. *Jurnal Administrasi Bisnis [JAB] 3(2)* 345-456
- Hanifah. R.E (2024). mplementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada PT. Brexelle Berkah Unit. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam 1(1)* 123-128
- Hardiat. N. (2021). Etika Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pelaku Usaha Sukses dalam Perspektif Maqashid Syariah, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 1(2)* 434-567
- Haryanti. (2019). Analisis Strategi Pemasaran digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik pada PT. Dinar hadi surakarta, *Jurnal ekonomi 1(2)* 45-48
- Khurul. A. (2018). *Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Kedungwuni Kabupaten Pekalongan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Yogyakarta
- Kotler, P.A (2017). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta
- Kepmenperindag tentang Persyaratan Teknis Depot Air Minum dan Perdagangan tahun 2004

- Lia Noviana (2020). *Tinjauan etika bisnis islam terhadap jual beli Air minum isi ulang di kecamatan ponorogo Kabupaten ponorogo*. Skripsi Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Muhrinsyah F. (2022). Analisa Kualitas Air Minum Isi Ulang Dan Kemasan Di Kelurahan Kenten Laut Kabupaten Banyuwasin. *Jurnal ekonomi* 6(1) 44-99
file:///C:/Users/User/pagri.pdf
- Nawatmi, (2010). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam, *Jurnal Etika Bisnis Vol. 3(2) 123-456*
- Pratama, R. (2019). *Strategi Pemasaran Depot Air Minum Isi Ulang Alhamra Dalam Meningkatkan Penjualan Di Nagari Limo Kaum Batusangkar*. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah/Manajemen Syariah Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.
- Rosmaya. (2022). Analisis Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha Pabbagang di Desa Pallemeang Kabupaten Pinrang. *Jurnal Syariah dan Hukum* 2(3) 435-345
- Sahla, H. (2019). Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Pionir LPPM Universitas Asahan , Jurnal Ekonomi* 5 (2) 432-456
- Saladin, (2021), *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Penerbit :Lindakarya, Bandung
- Septi. H.S. (2021) Analisis Brand Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Handphone Nexian, *Journal of Business Strategy and Execution*, 3(1). 171–205
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian: Vol. Yogyakarta* (Issue December).
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung). Bandung : ALFABETA.
- Suryanto. S. (2010). *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syari'ah di Tasikmalaya*, Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Tasikmalaya

Lampiran 1

DOKUMENTASI



Dokumentasi: Depot air Minum Isi Ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik
Kecamatan Danau Kerinci Barat



Dokumentasi: Depot air Minum Isi Ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik
Kecamatan Danau Kerinci Barat



Dokumentasi: Konsumen Depot air Minum Isi Ulang di Desa Tanjung Pauh
Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat



Dokumentasi: Konsumen Depot air Minum Isi Ulang di Desa Tanjung Pauh
Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat

Lampiran 2

PEDOMAN OBSERVASI

No.	Observasi
1.	Bentuk persaingan usaha depot air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat.
2	Tinjauan Etika bisnis Islam terhadap proses produksi dan penjualan air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik Kecamatan Danau Kerinci Barat.



Lampiran 3

PEDOMAN WAWANCARA

Pertanyaan-Pertanyaan:

1. Apakah Anda merasa ada persaingan yang cukup ketat dalam usaha depot air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik?
2. Apa yang membedakan usaha depot air minum anda dengan depot lainnya di Desa Tanjung Pauh Mudik?
3. Bagaimana Anda menghadapi tantangan persaingan usaha depot air minum di Desa Tanjung Pauh Mudik?
4. Siapa saja pelanggan utama anda, apakah lebih banyak dari kalangan rumah tangga atau usaha lainnya?
5. Apa yang menjadi alasan masyarakat memilih depot air minum Anda dibandingkan dengan depot lain?
6. Bagaimana anda menjaga kualitas dan harga produk agar tetap kompetitif dalam persaingan?
7. Apa tantangan terbesar yang Anda hadapi dalam menjalankan usaha ini, terutama terkait dengan persaingan?
8. Strategi apa yang diterapkan untuk tetap bersaing dan keberlanjutan usaha?
9. Apakah ada perubahan atau inovasi yang Anda lakukan untuk menarik lebih banyak pelanggan
10. Bagaimana anda melihat prospek persaingan usaha depot air minum isi ulang di Desa Tanjung Pauh Mudik dalam beberapa tahun ke depan?

Lampiran 4

PEDOMAN DOKUMENTASI

No.	Dokumentasi	Keterangan	
		Ya	Tidak
1.	Jumlah Depot Air minum Desa Tanjung Pauh Mudik		
2	Nama-nama konsumen Air minum Desa Tanjung Pauh Mudik		
3	Fasilitas-fasilitas Depot Air minum Desa Tanjung Pauh Mudik		



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nabila Atika Putri

Tempat/tanggal lahir : 2110402049

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Desa Tanjung Pauh Mudik, Kec Danau Kerinci Barat

Pendidikan :

No	Pendidikan	Tempat	Tahun tamat
1	SDN 15	Perawang Barat	2013
2	SMP Negeri 8 Tanjung Pauh	Tanjung Pauh Mudik	2016
3	SMK Negeri 3 Sungai Penuh	Kumun	2019
4	IAIN Kerinci	Koto Lolo	2021-sekarang

Sungai Penuh, April 2025

IAIN
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI
NABILA ATIKA PUTRI
NIM. 2110402049