

Pasar Lakessi: Antara Persaingan dan Etika

**Armita Anjasari¹, Muhammad Kamal Zubair², Muhammad Satar³,
Muzdalifah Muhammadun⁴, Adhitia Pahlawan Putra⁵**

¹ Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare, Indonesia

^{2,4} Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare

³ Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare

⁵ Program Studi Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 2023-08-10

Revised: 2023-12-29

Accepted: 2023-12-29

Available: 2023-12-29

Keywords:

Strategy, Competitive Advantage, Islamic Business Ethics

Paper type: Research paper**Please cite this article:**

Anjasari, Armita., Zubair, Muhammad Kamal., Satar, Muhammad., Muhammadun, Muzdalifah., Putra, Adhitia Pahlawan "Pasar Lakessi: Antara Persaingan dan Etika." *Al-Rikaz: Jurnal Ekonomi Syariah* [ONLINE], Volume 2 Issue 1 (2023): 60-68.

*Corresponding author

e-mail: armitaanjasari@iainpare.ac.id

ABSTRAK

This article aims to reveal the relationship between ethics and competition in the Lakessi Market and identify what business strategies have been implemented as well as construct competitive strategies for traders to prioritize Islamic business ethics. This research method uses qualitative research methods. This type of research is field research (Field Research). Data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. The technique used in analyzing the data is by means of data reduction, data display and drawing conclusions. The results of this study indicate that the strategy of competitive advantage for food traders that occurs in the Lakessi Market has objects in the competitive advantage strategy, namely: prices that are suitable for buyers, quality products and good packaging and service. However, in being fair, there are still basic food sellers who cheat in measuring quantities that can harm the buyer. Then in the review of Islamic business ethics on the strategy of competitive advantage for food traders in the Lakessi Market includes 5 principles, namely monotheism, justice, truth, free will and responsibility. From this principle, most of the trading activities in a competitive advantage strategy carried out by basic food traders are in accordance with Islamic business ethics, although there are still some basic food traders who practice unfair trading methods that conflict with Islamic business ethics, namely cheating in terms of weighing scales. to the detriment of the buyer.

PENDAHULUAN

Kota Parepare adalah salah satu kota dagang di Sulawesi Selatan. Perdagangan besar dan eceran masih menjadi sektor utama dalam perekonomian masyarakat.¹ Sektor utama tersebut ditunjang dengan sektor lain seperti jasa pariwisata dan jasa pendidikan. Beberapa pasar yang menjadi tempat jual-beli masyarakat adalah Sumpang Minangae, Senggol, dan Lakessi. Pasar Lakessi adalah salah satu pasar tradisional yang populer di Kota Parepare. Lokasi pasar ini strategis, berdekatan dengan Pelabuhan bersejarah, Cappa Ujung.² Koheren dengan Pelabuhan yang memiliki nilai historis, Pasar Lakessi bisa dikatakan menjadi pasar yang juga bersejarah bagi masyarakat di *Ajatapareng*.

Dulu maupun sekarang, Pasar Lakessi tentunya tidak hanya menjadi tempat bagi masyarakat memenuhi kebutuhan rumah tangga. Tetapi juga menjadi arena kompetisi dari para pedagang. Ketika melakukan pengamatan di Pasar Lakessi, pedagang sembako merupakan pedagang yang mendominasi struktur usaha di pasar ini. Itu bisa dilihat secara kasat mata, banyak sekali pedagang sembako dibandingkan pedagang jenis lain. Pedagang sembako yang mayoritas, menimbulkan persaingan usaha yang cukup ketat, baik dari segi tempat, harga, produk, dan pelayanan.³ Persaingan yang ketat mungkin tidak secara vulgar terlihat. Namun, dapat terbaca dari geliat para pelaku usaha yang masih sering melupakan penerapan etika bisnis Islam dalam aktivitas berdagang. Hal ini disebabkan masih terbiasa dengan praktik bisnis konvensional yang mereka kenal.

Beberapa studi yang diproyeksikan di Pasar Lakessi telah dilakukan para sarjana. Studi mengenai Jaminan Halal dilakukan Pangestu dkk⁴, Analisis Pendapatan Pedagang Sayur diteliti oleh Painjaitan dkk⁵, yang menarik adalah studi yang dilakukan Faradiba, bahwa strategi pemasaran tidak mempunyai pengaruh dalam kompetisi bisnis di Lakessi selama masa Pandemi Covid-19. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan di Lakessi, artikel ini menguraikan bahwa Pasar Lakesi adalah sebuah paradoks yang berada di persimpangan antara tindakan dan pikiran, antara persaingan dan etika.

¹ N Nurasisah, "Analisis Pendapatan Asli Daerah Kota Parepare," *Bata Ilyas Educational Management Review*, 2023, <https://www.ojs.stieamkop.ac.id/index.php/biemr/article/view/443>.

² Syahrir Kila, "Pelabuhan Parepare Di Bawah Kuasa Gowa Dan Bone," *Walasiji : Jurnal Sejarah Dan Budaya* 8, no. 2 (2017): 205-18, <https://doi.org/10.36869/wjsb.v8i2.116>.

³ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008).

⁴ D R Pangestu, M M Addury, and ..., "Jaminan Konsumsi Halal Pada Jual Beli Ayam Potong Di Pasar Lakessi Kota Parepare," *DIKTUM: Jurnal Syariah* ..., 2022, <http://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/diktum/article/view/3634>.

⁵ C L Panjaitan, T Katiandagho, and ..., "... Pasar Lakessi Kota Parepare Sulawesi Selatan (Income Analysis of Vegetable Traders Before And During The Covid-19 Pandemic Period In The Lakessi ...," ... of Agribusiness and ..., 2021, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/agrirud/article/view/33795>.

Paradoks itu muncul karena adakalanya etika dikalahkan pemenuhan target penjualan. Artikel ini bertujuan untuk mengungkap hubungan antara etika dan persaingan di Pasar Lakessi dan mengidentifikasi strategi bisnis apa saja yang telah diterapkan serta mengonstruksikan strategi yang berdaya saing bagi pedagang agar mengedepankan etika bisnis Islam sebagai solusi dari ekonomi Islam yang *rahmatan lil alamin*.

METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif dilakukan dengan tujuan menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik subjek atau objek yang diteliti secara tepat. Untuk mendapatkan variasi permasalahan yang berkaitan dengan persaingan antar pedagang.⁶

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Lakessi. Adapun teknik yang digunakan untuk memperoleh data melalui penelitian lapangan ini yakni wawancara mendalam (*in-depth interview*) kepada 9 orang informan, observasi, dan studi dokumen. Data yang dikumpulkan menggunakan pedoman wawancara. Data yang diperoleh dari wawancara dan observasi dianalisis menggunakan model penelitian kualitatif versi Miles dan Huberman⁷. Analisis data menurut Miles dan Huberman terdiri dari tiga alur kegiatan meliputi reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Setelah beberapa kali melakukan pengamatan di Lakessi, pada awal Juli 2023, wawancara kepada pedagang di Lakessi dimulai. Memberikan pelayanan yang baik adalah cara untuk merayu pembeli. Ini disebut strategi diferensiasi.

Ibu Badariah pedagang sayur di Lakessi mengungkap bahwa tidak ada cara terbaik untuk melayani konsumen, selain bersikap baik dan tidak kasar kepada pembeli. *“jika para pembeli bertanya maka para pedagang akan menjawab dengan sebenarnya”*, kata Bu Badariah. Yang menarik, Ibu Badariah memberikan keterangan bahwa *“ada beberapa penjual mengatakan barang yang dijual baru, tetapi sebenarnya sudah lama dan tidak berkualitas,”* Ini menjadi *matter*, untuk produk sayur-sayuran. Butuh kejelian dari pembeli untuk membeli bukan dari katanya, tetapi melihat benar produk itu baru dan masih segar.

⁶ Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya* (Cet. I; Yogyakarta : Bumu Aksara, 2003), h. 157

⁷ B. Bogdan and S.K. Bilken, “Quality Research for Education: An Introduction to Theory and Methods,” *Qualitative Research For Education An Introduction to Theory and Methods* : : Allyn and Bacon., 1992, 106–56.

“Meyakinkan para konsumen terhadap yang di perjualkan apalagi mengenai timbangan yang diutamakan kejujuran, konsumen dapat melihat atau menimbang sendiri agar dapat kepercayaan konsumen dimana kepercayaan lebih di utamakan” (Ibu Muliani, pedagang Ikan di Pasar Lakessi).”

Bagi konsumen yang peka, negosiasi bisa terjadi. Misalnya, karena produk yang dijual sudah lama. Harus ada perubahan harga. Ini diungkapkan Ibu Nova,

“Memberikan harga yang sesuai harga modal apabila harga yang di tawarkan sudah tidak bisa mencapai harga yang seharusnya”(Ibu Nova, pedagang bawang dan cabe di Pasar Lakessi).”

Harga diturunkan tetapi tidak kurang dari harga modal. Bahasa populer yang sering didengar, yang penting kembali modal.

“Para penjual dan konsumen saling sepakat dalam menentukan harga terhadap kualitas barang yang di inginkan sehingga tidak ada yang merasa di rugikan” (Ibu Nurhayati, pedagang Ayam di Pasar Lakessi).

Barang yang dijual sebenarnya di stok, beberapa rusak karena termakan waktu. Namun harga yang ditawarkan masih sesuai dengan harga yang tersedia di pasar.

“Untuk menentukan harga pasaran para penjual melihat terlebih dahulu jumlah produksi yang masuk, apabila terjadi kelangkaan barang maka nilai jual barang akan naik sesuai harga pasar dan jika terjadi musim kemarau para petani akan mengalami penurunan jumlah panen sehingga menyebabkan kebutuhan bahan pokok akan terbilang lebih mahal.” (Ibu Hj. Santi, pedagang Sembako di Pasar Lakessi).”

Dalam satu kesempatan, permintaan akan barang biasanya meningkat. Itu terjadi ketika acara hari besar seperti Idul Fitri dan Idul Adha. Kata Bu Ratna, *“para penjual telah menyediakan stok barang agar para kebutuhan para konsumen terpenuhi”*. Hal ini berarti ada siklus ketika pedagang mengonsentrasi produk dengan harapan penjualan meningkat, fokus pada ketersediaan barang.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan maka ditinjau dari strategi keunggulan bersaing pedagang sembako di Pasar Lakessi, dideskripsikan sebagai berikut.

1. Strategi diferensiasi

Ditinjau dari teori strategi diferensiasi, kemampuan para penjual dalam melayani dan memberikan yang terbaik kepada konsumen. Para pedagang melayani konsumen dengan baik, ramah dan tidak berkata kasar. Serta memberikan harga yang sesuai dengan kualitas barang yang dapat terlihat dari cara pengemasan produk dan menyesuaikan pesanan konsumen agar dapat kembali berbelanja. Melayani konsumen dengan sikap yang baik, ramah dan melayani komplain pembeli sebaik mungkin serta berupaya menjaga hubungan baik antar sesama pedagang. para

pedagang telah memberikan yang terbaik kepada konsumen mengenai kualitas produk yang ditawarkan.

2. Strategi keunggulan biaya rendah

Ditinjau dari teori strategi keunggulan biaya rendah, menawarkan suatu produk kepada para konsumen dengan harga yang tersedia di pasar. Para pedagang menjelaskan tentang harga berdasarkan harga toko dan memberikan pengertian mengenai harga dengan memperhatikan kualitas barang yang akan dijual belikan. Jika harga yang ditawarkan sudah tidak bisa mencapai harga yang seharusnya maka di berikan harga yang sesuai harga modal. Dengan memberikan dan menjelaskan tentang harga toko maka para pedagang telah menawarkan produknya sesuai dengan harga yang tersedia di pasar kepada para konsumen.

3. Strategi Fokus

Ditinjau dari strategi fokus, menyediakan produk yang dapat memenuhi keperluan konsumen. Para pedagang menyediakan barang yang diinginkan konsumen dan selalu menyediakan produk yang berkualitas. Menjelang hari Raya Idul Fitri atau Idul Adha penjual menyediakan stok barang untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Serta menjelaskan mengenai produk yang diinginkan agar dapat memenuhi keinginan konsumen. Dengan menyediakan stok barang menjelang hari raya dan barang yang berkualitas dapat memenuhi keperluan konsumen.

B. Pembahasan

Tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi keunggulan bersaing pedagang sembako di Pasar Lakessi.

1. Prinsip Tauhid

Ditinjau dari teori tauhid, setiap pedagang dalam menjalankan bisnisnya harus bisa berbuat jujur atau adil. Memberikan kepercayaan sepenuhnya kepada konsumen dan tidak berbuat curang seperti dalam mengurangi timbangan yang dapat merusak kepercayaan konsumen, agar konsumen dapat percaya biasanya konsumen dapat melihat atau menimbang sendiri sehingga konsumen dapat lebih percaya kepada para pedagang. Meski masih ada beberapa yang mempermainkan timbangan. Tidak berbuat curang termasuk salah satu sikap jujur, hal ini berkaitan dengan teori tauhid yaitu dalam menjalankan bisnis harus berbuat jujur dan adil.

2. Prinsip Keadilan

Ditinjau dari teori keadilan, melakukan transaksi secara langsung dan memperlihatkan kepada konsumen mengenai produk yang akan ditawarkan dengan menyepakati terkait penentuan harga terhadap kualitas barang yang diinginkan konsumen sehingga tidak ada yang merasa dirugikan. Dengan menentukan harga yang telah di sepakati antar penjual dan pembeli agar dapat merasa nyaman dan saling menguntungkan termasuk keadilan dalam berdagang.

3. Kebenaran

Ditinjau dari kebenaran, untuk menentukan harga pasaran para pedagang melihat terlebih dahulu jumlah produksi yang masuk. Pedagang telah menyesuaikan harga sehingga tidak ada kecurangan yang terjadi dalam transaksi jual beli. Para pedagang kecil lebih mengutamakan produknya laku terjual dibanding mengambil keuntungan yang lebih banyak. Dengan perilaku tidak melakukan kecurangan dalam melakukan transaksi jual beli dan tidak mengambil keuntungan yang berlebihan, telah sesuai dengan kebenaran yaitu sikap dan perilaku benar dalam menjalankan proses transaksi dan menetapkan keuntungan.

4. Kehendak bebas

Ditinjau dari teori kehendak bebas, para pedagang telah mengikuti bisnis Islam sesuai dengan kaidahnya dengan tidak melakukan kecurangan atau penipuan dan tidak berlebihan dalam berdagang serta menyesuaikan harga yang seharusnya apabila ada perubahan harga. Dengan tidak berlebihan dalam berdagang dan tidak melakukan penipuan maka para pedagang telah mengikuti prinsip Islam yaitu telah menghindari hal yang salah atau yang dilarang.

5. Tanggung Jawab

Ditinjau dari teori tanggung jawab, bentuk pertanggung jawaban para pedagang atas barang dagangan yang diperjual belikan kepada konsumen dengan cara penjual akan mengembalikan uang konsumen atau menukar dengan barang yang lebih baik. Jika produk terlanjur terjual dan sudah tidak layak konsumsi, itu merupakan kelalaian penjual sehingga pedagang dapat mempertanggung jawabkan hal tersebut. Tetapi, jika pembeli telah meninggalkan atau dalam perjalanan terjadi kerusakan terhadap produk yang telah dibeli maka itu sudah bukan tanggung jawab pedagang. Dengan mengganti uang konsumen atau mengganti produk yang lebih baik merupakan suatu bentuk pertanggung jawaban pedagang kepada para konsumen.

Keadilan dalam Islam tertuang dalam Q.S. Huud Ayat 85:

وَإِنَّمَا أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ٨٥

Terjemahnya :

“Dan Syu’ab berkata: “Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan dimuka bumi dengan membuat kerusakan.” (Q.S Huud 11:85) (Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan terjemahannya, 2019).

Hubungan surah huud ayat 85 dengan keadilan yaitu di atas dapat diketahui bahwa bagi penjual dalam hal takar menakar atau menimbang yang melakukan kecurangan sangat tidak di anjurkan atau tidak

diperbolehkan yang dapat merugikan pihak lain dan mesti di buat dengan seadilnya. Sedangkan, keadilan yaitu bersikap jujur dan adil. Hal ini berkaitan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang mencakup tentang pedagang sembako di pasar Lakessi dalam melakukan transaksi jual beli tanpa mengurangi timbangan atau melakukan kecurangan yang dapat merugikan konsumen, sehingga tidak ada yang merasa dirugikan baik dari timbangan maupun harga barang.

Berdasarkan hasil penelitian observasi dengan demikian dapat dikatakan bahwa para pedagang sembako di Pasar Lakessi dalam menjalankan kegiatan usahanya untuk menghadapi strategi Keunggulan dalam bersaing antar sesama pedagang sembako yang dimana terdapat faktor dalam keunggulan bersaing yaitu: harga, produk dan pelayanan dan tetap mencerminkan prinsip-prinsip dari etika bisnis Islam yang telah di ajarkan oleh Rasulullah yaitu Tauhid dalam arti kepercayaan sepenuhnya terhadap kesatuan (keesaan) Tuhan yang berarti Allah sebagai Tuhan yang Maha Esa, Yang kedua terdapat prinsip keseimbangan atau berbuat adil, kemudian prinsip kehendak bebas, prinsip memiliki rasa tanggung jawab dalam menjalankan setiap kegiatan yang dilakukan, serta yang terakhir prinsip kebenaran atau berbuat kebaikan sehingga dengan adanya pemahaman mengenai keunggulan bersaing usaha perspektif etika bisnis Islam ini diharapkan tidak ada pihak lain yang merasa dirugikan.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengelola pasar dapat dikatakan bahwa pasar Lakessi dikelola oleh dinas perdagangan kota Parepare. Dimana aturan setiap dalam berdagang sudah di atur seperti mengenai tempat berdagang di lantai dua di peruntukan untuk penjualan pakaian, celana, dll. Sementara lantai bawah untuk para pedagang sembako dalam kebutuhan sehari-hari, begitu pun dalam segi ruko atau tempat berdagang tidak memungut biaya sewa tetapi hanya perlu membayar biaya kebersihan ke pengelolaan pasar.

Kebaharuan dari hasil penelitian ini yaitu, pada penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian penulis berfokus pada persaingan usaha, selanjutnya pada penelitian sebelumnya pembahasan dan hasil penelitian lebih meluas dengan melampirkan beberapa variabel seperti profil dan mekanismenya. Sedangkan dalam penelitian ini pembahasannya hanya berfokus pada strategi keunggulan bersaing para pedagang dalam prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

Dapat disimpulkan bahwasanya bahwa bentuk strategi keunggulan bersaing para pedagang sembako di Pasar Lakessi yang dapat di lihat dari aspek produk yang berkualitas, harga yang sesuai dan pelayanan yang baik, ramah dan sopan serta kejujurannya. Sehingga dalam bersaingnya juga telah menggunakan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu ketauhidan, keadilan, kebenaran, kehendak bebas dan tanggung jawab. Tetapi masih ada beberapa

yang mempermainkan timbangan sehingga tidak sepenuhnya yang menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

KESIMPULAN

Bentuk strategi keunggulan bersaing pedagang sembako di Pasar Lakessi yaitu pedagang sembako yang terdapat objek dalam strategi keunggulan bersaing yaitu: harga, produk dan pelayanan. Dimana menetapkan harga yang sudah ditetapkan harga pasar dengan produk yang dijual belikan. Kemudian dalam bersaing segi harga, para pedagang sembako rata-rata mematok harga yang relatif sama dengan menyesuaikan permintaan dan yang ditawarkan. Dalam segi produk para pedagang sembako saling memberikan kualitas yang terbaik dan kelengkapan serta memperhatikan kemasannya. Bersaing dalam segi pelayanan, memberikan pelayanan yang terbaik. Sehingga para pedagang dapat kepercayaan konsumen tetapi berbeda dari segi takaran atau timbangan masih ada pedagang yang mempermainkan takaran.

Tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi keunggulan bersaing pedagang sembako di Pasar Lakessi mencakup 5 prinsip dari etika bisnis Islam yaitu Tauhid dalam arti kepercayaan sepenuhnya terhadap sesama pedagang maupun konsumen. Kemudian prinsip keadilan dimana para pedagang sembako berupaya berbuat adil dalam segi penimbangan dan penakaran barang. Prinsip kebenaran tercerminkan oleh pedagang sembako dengan berupaya memberikan pelayanan sebaik mungkin. Selanjutnya terdapat prinsip kehendak bebas para pedagang tidak melakukan kecurangan atau penipuan, maka para pedagang telah mengikuti prinsip Islam. Terakhir, pada prinsip tanggung jawab, para pedagang sembako senantiasa bertanggungjawab jika terjadi kelalaian pedagang sendiri dengan mengganti uang konsumen atau mengganti produk yang lebih baik merupakan suatu bentuk pertanggung jawaban pedagang kepada para konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2009. "Manajemen Bisnis Syariah". (Bandung: Alfabeta).
- Bogdan, B, and S.K. Bilken. "Quality Research for Education: An Introduction to Theory and Methods." *Qualitative Research For Education An Introduction to Theory and Methods* : Allyn and Bacon., 1992, 106–56.
- Kementerian Agama RI. 2019. Al-Qur'an dan terjemahannya, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang Dan Diklat Kementerian Agama RI).
- Kila, Syahrir. "Pelabuhan Parepare Di Bawah Kuasa Gowa Dan Bone." *Walasuci: Jurnal Sejarah Dan Budaya* 8, no. 2 (2017): 205–18. <https://doi.org/10.36869/wjsb.v8i2.116>.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Nurasisah, N. "Analisis Pendapatan Asli Daerah Kota Parepare." *Bata Ilyas*

- Educational Management Review*, 2023.
<https://www.ojs.stieamkop.ac.id/index.php/biemr/article/view/443>.
- Pangestu, D R, M M Addury, and ... "Jaminan Konsumsi Halal Pada Jual Beli Ayam Potong Di Pasar Lakessi Kota Parepare." *DIKTUM: Jurnal Syariah* ..., 2022. <http://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/diktum/article/view/3634>.
- Panjaitan, C L, T Katiandagho, and ... "... Pasar Lakessi Kota Parepare Sulawesi Selatan (Income Analysis of Vegetable Traders Before And During The Covid-19 Pandemic Period In The Lakessi" ... of *Agribusiness and* ..., 2021.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/agrirud/article/view/33795>.
- Saiman, Leonardus. 2009. "Kewirausahaan Teori Praktik dan Kasus-Kasus". (Jakarta: Salemba Empat).
- Sedarmayanti. 2014. "Manajemen Strategi". (Bandung: Refika Aditama).
- Tim Penyusun. 2020. "Penulisan Karya Ilmiah Berbasis Teknologi Informasi". (IAIN PAREPARE).
- Vernando, Richad. 2020. "Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Yang Diterapkan Pt. Federal International Finance Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada pt. International Finance Kota Metro)". (*Skripsi* Sarjana; Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam: Lampung.).
- Yusuf, A Muri. 2014. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan". (Jakarta: Kencana).