

**PERSAINGAN USAHA PANGKAS DI SEKITAR BATALYON  
III TUALANG CUT  
(KAJIAN TERHADAP ETIKA BISNIS DALAM ISLAM)**

**SKRIPSI**

Diajukan Oleh :

**NUR AFNI USMAN**

Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri  
(IAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa  
Program Strata Satu (S-1)  
Fakultas/Jurusan : Syari'ah/Muamalah  
NIM : 511000894



**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
ZAWIYAH COT KALA LANGSA  
1436 H/2015 M**

**Telah Dinilai Oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Zawiyah  
Cot Kala Langsa, Dinyatakan Lulus Dan Diterima  
Sebagai Tugas Akhir Penyelesaian  
Program Sarjana (S-1)  
Dalam Ilmu Syariah**

**Pada Hari / Tanggal:**

**Langsa, 25 Februari 2015 M  
6 Djumadil Awal 1436 H**

**DI  
LANGSA**

**Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi**

**Ketua,**

**Sekretaris,**

**(Dr. H. Zulkarnaini Abdullah, MA)**

**(Muhammad Dayyan, M.Ec)**

**Anggota,**

**Anggota,**

**(Drs. H. Abdullah, AR. MA)**

**(Muhammad Syahrial, SHI, MA)**

**Mengetahui :**

**Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN)  
Zawiyah Cot Kala Langsa**

**(DR. H. ZULKARNAINI ABDULLAH. MA)  
NIP. 19670511 199002 1 001**

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikumWr, Wb.

*Alhamdulillahrabbi'alamin*, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat, hidayah, serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Selawat serta salam penulis lanturkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad Saw, yang telah membawa manusia dari kehidupan yang gelap gulita sampai ke kehidupan yang penuh cahaya petunjuk seperti sekarang ini.

Ucapan terima kasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dengan moral dan bantuan apa pun yang sangat besar artinya bagi penulis. Ucapan terima kasih terutama penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Zulkarnain, MA, selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa.
2. Bapak Drs. H. Abdullah A. Rahman, MA selaku Ketua Jurusan Syariah, dan Ibu Anizar, MA selaku Ketua Prodi Muamalat.
3. Bapak Dr. H. Zulkarnaini Abdullah, MA selaku dosen pembimbing I, dan bapak Muhammad Dayyan, M.Ec selaku dosen pembimbing II, yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.
4. Kepala perpustakaan STAIN Zawiyah Cot Kala Langsa, beserta seluruh staf dan karyawannya yang telah memberikan pelayanan perpustakaan yang penulis perlukan dalam penulisan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Syariah yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
6. Bapak dan Ibu saya tercinta yang telah memberikan kasih sayang, doa, pengorbanan dan kesabarannya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Sahabat-sahabatku yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan, semangat dan yang selalu menemani disaat sedih dan senang.

Kepada mereka semua penulis tidak dapat memberikan apa-apa, hanya untaian terima kasih dengan tulus dan iringan doa, semoga Allah membalas semua amal kebaikan mereka dan selalu melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah dan inayah-Nya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan penulis dalam banyak hal, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun dari pembaca sangat penulis harapkan agar menjadi pertimbangan-pertimbangan dalam penulisan selanjutnya.

Langsa, 26 Januari 2015

Wassalam,

**NUR AFNI USMAN**

## DAFTAR ISI

	Halaman
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
ABSTRAKSI .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar belakang masalah .....	1
B. Rumusan masalah .....	4
C. Penjelasan istilah .....	4
D. Tujuan penelitian .....	6
E. Hipotesis penelitian .....	6
F. Tinjauan pustaka .....	7
G. Sistematika pembahasan .....	8
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Pengertian etika bisnis .....	11
B. Etika bisnis menurut Islam .....	19
C. Etika persaingan bisnis dalam Islam .....	40
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis penelitian.....	46
B. Sumber data.....	46
C. Lokasi penelitian .....	47
D. Populasi dan sampel.....	47
E. Pendekatan penelitian.....	47
F. Tehnik pengumpulan data .....	48
G. Pedoman penulisan .....	49

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran umum usaha yang ada di sekitar Bataliyon 111 Tualang Cut.....	49
B. Kendala yang dihadapi pada usaha pangkas yang ada di sekitar Bataliyon 111 Tualang Cut.....	50
C. Persaingan yang timbul pada usaha pangkas yang ada di sekitar Bataliyon 111 Tualang Cut.....	52
D. Metode yang digunakan para pengusaha pangkas dalam menarik pelanggan .....	53
E. Cara-cara bersaing yang dijalankan oleh para pengusaha pangkas di sekitar Bataliyon ditinjau menurut etika bisnis Islam.....	55

**BAB V : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	57
B. Saran.....	58

DAFTAR PUSTAKA .....	60
----------------------	----

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Persaingan Usaha Pangkas di sekitar Bataliyon 111 Tualang Cut (Kajian Terhadap Etika Bisnis dalam Islam). Kehadiran Bataliyon 111 di Tualang Cut, tidak hanya membawa kenyamanan di lingkungan tersebut. Tetapi juga telah memberi harapan baru bagi pelaku usaha mulai dari usaha makanan, jajanan dan tempat pangkas rambut. Namun lahirnya peluang ini tidak serta melahirkan nuansa usaha positif, karena persaingan pun kerap kali terjadi. Persaingan usaha khusus pangkas menarik untuk dikaji mengingat usaha pangkas merupakan salah satu jenis usaha yang mutlak diperlukan keberadaannya di sekitar Bataliyon. Namun perbandingan antara kebutuhan pangkas dan ketersediaan fasilitas tempat pangkas tidak sebanding, sehingga tidak menutup kemungkinan akan lahirnya aroma persaingan dikalangan pengusaha pangkas.

Dari latar belakang di atas, penulis dapat merumuskan masalah dengan dua pokok permasalahan, yaitu bagaimana strategi usaha pangkas di sekitar Bataliyon dalam menjalankan bisnisnya, serta bagaimana tinjauan etika bisnis terhadap usaha menghadapi persaingan.

Untuk menjawab permasalahan di atas, penulis menggunakan jenis penelitian lapangan, yaitu penelitian yang langsung di lakukan di lokasi penelitian. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara dan observasi, dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Strategi para pengusaha pangkas yang ada di sekitar Bataliyon 111 Tualang Cut dalam menjalankan bisnisnya yaitu dengan tetap menjaga kualitas, bersikap ramah pada setiap pelanggan, menjaga kebersihan diri dan kios, serta memberikan kenyamanan pada setiap pelanggannya. Namun ada juga sebagian pengusaha yang menjalankan usahanya dengan berlaku curang. Mereka menurunkan tarif di bawah tarif yang sudah disepakati bersama. Hal ini tentu dapat menguntungkan si pengusaha tersebut, namun dapat merugikan pengusaha pangkas lainnya. Ditinjau menurut etika bisnis Islam, strategi para pengusaha pangkas dalam menjalankan usahanya telah memberikan dua warna persaingan, yaitu persaingan yang sehat dan persaingan yang tidak sehat. Adapun persaingan yang sehat yaitu dengan berusaha menjaga kualitas dan memberikan servis yang memuaskan pada setiap pelanggannya. Hal ini sesuai dengan etika persaingan dalam Islam yaitu memberikan yang terbaik pada konsumen. Sedangkan persaingan yang tidak sehat yang dijalankan oleh pengusaha pangkas yaitu mereka berlaku curang dengan menurunkan tarif di bawah tarif yang sudah disepakati bersama, hal ini bertujuan untuk menarik pelanggan. Dan ini bertentangan dengan etika persaingan dalam Islam yang mengharuskan kita untuk tidak berlaku curang.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Islam adalah agama yang sempurna dan universal. Ajaran Islam meliputi seluruh aspek kehidupan manusia. Tidak ada satupun sendi kehidupan manusia yang lepas dari ajaran Islam. Demikian pula Islam mengatur masalah-masalah ekonomi. Betapa banyaknya ayat Al-Qur'an dan Hadis Nabi yang mengungkapkan masalah tersebut. Diantaranya Islam juga membicarakan masalah etika. Sebagai konsekuensinya dalam setiap kegiatan ekonomi, yang dilakukan seseorang harus sesuai dengan aturan-aturan yang telah ditentukan dalam Islam agar mendapat ridha dari Allah SWT. Aturan tersebut kemudian diberlakukan dalam bentuk etika, karena risalah yang diturunkan Allah melalui Rasul-Nya adalah untuk membenahi akhlak manusia.

Dalam ajaran Islam setiap individu maupun kelompok, disatu sisi diberikan kebebasan untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya, namun disisi lain, ia terikat dengan iman dan etika sehingga ia tidak bebas mutlak dalam menginvestasikan modalnya (berbisnis) atau membelanjakan hartanya. Sebab itu masyarakat Islam tidak bebas tanpa kendali dalam melakukan berbagai kegiatan ekonomi, tetapi ia selalu terikat dengan norma-norma agama yang disebut dengan etika atau akhlak.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), hal 82-82



Sebagaimana telah disampaikan diatas bahwa setiap orang Islam perlu berperilaku sesuai dengan ajaran Islam atau mewujudkan perilaku *Homo Islamicus*. Artinya moral (akhlak) Islam menjadi pegangan pokok dari para pelaku ekonomi yang menjadi panduan mereka untuk menentukan suatu kegiatan adalah baik atau buruk sehingga perlu dilaksanakan atau tidak. Jika ini bisa terwujud maka kita bisa mengatakan bahwa moral berperan sebagai pilar (penegak) dari terwujudnya bangunan ekonomi Islam. Moral menempati posisi penting dalam ajaran Islam, sebab terbentuknya pribadi yang memiliki moral baik (akhlaqul karimah) merupakan tujuan puncak dari seluruh ajaran Islam.<sup>2</sup>

Bisnis merupakan aktivitas kerja dari kehidupan manusia. Aktivitas bisnis dapat terjadi dikalangan masyarakat dalam berbagai strata sosial, dimanapun dan kapanpun. Masyarakat tradisional dan modern tidak akan lepas dari aktivitas bisnis, karena bisnis itu sendiri merupakan bagian dari sebuah pilihan profesi yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Semakin maju peradaban manusia, berkecenderungan semakin maju bisnis yang dilakukan. Akan tetapi, kemajuan bisnis yang ditandai dengan etos kerja yang tinggi sering kali lepas kendali ikatan moral yang sejatinya dijunjung tinggi. Dengan fenomena ini bagaimanapun norma etika bisnis merupakan sebuah kebutuhan yang harus dipelajari, dipahami, bahkan wajib diaplikasikan oleh masyarakat, terutama para pelaku bisnis.

Adapun pengertian dari etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik dan buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip

---

<sup>2</sup>P3EI, *Ekonomi Islam*, Ed 1.2, (Jakarta: Raja Wali Pers, 2009), hal 56

moralitas. Dalam arti lain, etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi guna mencapai daratan atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.<sup>3</sup> Persaingan bisnis yang semakin tajam memicu munculnya berbagai jenis dan model periklanan yang terkadang jauh dari nilai-nilai etika dan moralitas bisnis serta pesan-pesan kebenaran. Islam telah sangat jelas memberikan dan membahas persoalan etika ekonomi yang menurut hemat penulis, bisa dijadikan landasan etika dalam periklanan.

Landasan etika tersebut dapat dikemukakan bahwa:

1. Berbisnis bukan hanya mencari keuntungan, tetapi itu harus diniatkan sebagai ibadah kita kepada Allah SWT
2. Sikap jujur (objektif)
3. Sikap toleransi antar penjual dan pembeli
4. Tekun (istiqamah) dalam menjalankan usaha
5. Berlaku adil dan melakukan persaingan sesama pebisnis dengan baik dan sehat.<sup>4</sup>

Kehadiran Bataliyon<sup>5</sup> 111 di Tualang Cut, tidak hanya membawa kenyamanan dilingkungan tersebut, tetapi juga telah memberi harapan baru bagi pelaku usaha, mulai dari usaha makanan, jajanan dan tempat pangkas rambut. Hal ini menandakan bahwa peluang ini mendapat respon positif dari para pengusaha. Namun lahirnya peluang ini tidak serta melahirkan nuansa usaha yang positif,

---

<sup>3</sup>Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006) hal 15

<sup>4</sup>Muhammad Djakfar, *Ibid*, hal 84

<sup>5</sup>Batalion adalah kesatuan Tentara yang merupakan bagian dari resimen (300-1000 orang)

karena persaingan pun kerap kali terjadi. Persaingan usaha khusus pangkas menarik untuk dikaji mengingat usaha pangkas merupakan salah satu jenis usaha yang mutlak diperlukan keberadaannya disekitar lingkungan Bataliyon. Namun, perbandingan antara kebutuhan pangkas dan ketersediaan fasilitas tempat pangkas tidak sebanding. Sehingga tidak menutup kemungkinan akan lahirnya aroma persaingan dikalangan pengusaha pangkas. Baik persaingan itu sehat maupun tidak, sehingga tuntutan bagi praktisi bisnis pangkas untuk lebih kreatif dalam mengembangkan usahanya menjadi hal yang penting.

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka penulis tertarik untuk membahas penelitian ini dalam sebuah skripsi dengan judul *“Persaingan Usaha Pangkas di Sekitar Bataliyon 111 Tualang Cut (Kajian Terhadap Etika Bisnis Dalam Islam)”*.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka pokok permasalahan yang akan dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi usaha pangkas di sekitar Bataliyon dalam menjalankan bisnisnya?
2. Bagaimana tinjauan etika bisnis terhadap usaha menghadapi persaingan?

## **C. Penjelasan Istilah**

Untuk menghindari kekeliruan dalam memahami istilah-istilah yang ada dalam skripsi ini, maka penulis merasa perlu menjelaskan beberapa istilah yang

terdapat dalam judul skripsi ini. Adapun istilah tersebut yang perlu diberikan penjelasan adalah sebagai berikut:

1. Persaingan merupakan usaha memperlihatkan keunggulan masing-masing yang dilakukan oleh perseorangan (Perusahaan, Negara) pada bidang perdagangan, produksi, persenjataan dan sebagainya.<sup>6</sup> Persaingan juga dapat diartikan sebagai upaya-upaya yang diatur oleh peraturan-peraturan untuk mencapai sesuatu tujuan, tanpa campur tangan pihak lain.<sup>7</sup> Setelah melihat pengertian persaingan di atas, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa persaingan adalah usaha memperlihatkan keunggulan masing-masing bidang untuk mencapai suatu tujuan.
2. Usaha adalah kegiatan dibidang perdagangan (dengan maksud mencari keuntungan).<sup>8</sup> Usaha juga bisa diartikan kegiatan dengan mengarahkan tenaga pikiran atau badan untuk mencapai sesuatu maksud.<sup>9</sup> Dari pengertian di atas penulis mengambil kesimpulan bahwa usaha<sup>10</sup> adalah kegiatan dibidang perekonomian dengan tujuan untuk mencari keuntungan.
3. Etika Bisnis, berasal dari dua kata yaitu etika dan bisnis. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kata etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak). Sedangkan bisnis adalah usaha komersial dalam dunia perdagangan.<sup>11</sup>

---

<sup>6</sup>Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi IV, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), hal 1202

<sup>7</sup>Winardi, *Kamus Organisasi dan Perilaku Organisasi*, Bandung: Mandar Maju, 2006, hal 31

<sup>8</sup>*Ibid*, hal 1538

<sup>9</sup>Hartono, *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1992), hal 171

<sup>10</sup>Yang dimaksud usaha di atas adalah usaha pangkas rambut pria

<sup>11</sup>*Ibid*, hal 383 dan 200

#### **D. Tujuan Penelitian**

Apapun yang dilakukan oleh setiap manusia, tentu mempunyai tujuan dan maksud tertentu. Tidak terlepas pula pada penelitian ini bahwa yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi apa saja yang dilakukan oleh pengusaha pangkas dalam memajukan usahanya.
2. Untuk mengetahui tinjauan etika bisnis Islam terhadap persaingan usaha para pengusaha pangkas di Tualang Cut.
3. Untuk memperkaya khazanah keilmuan dalam bidang bisnis Islam.
4. Untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar sarjana Hukum Islam.

#### **E. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan sesuatu yang sudah lazim digunakan, karena hipotesis juga merupakan suatu acuan dalam meneliti suatu permasalahan. Kata hipotesis sendiri berasal dari bahasa Yunani yang terdiri dari dua suku kata yaitu “*hypo*” yang artinya dibawah dan “*thesa*” yang artinya kebenaran.<sup>12</sup> Sehingga hipotesis atau dapat diartikan sebagai suatu pernyataan (declarative statement) yang belum sepenuhnya diakui kebenarannya.<sup>13</sup> Sehingga masih perlu dibuktikan dalam kerangka penelitian.

Adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>12</sup>Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hal 64

<sup>13</sup>I.B Netra, *Statistik Inferensial*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1974), hal 26

1. Bisnis yang dijalankan dengan etika yang baik akan menghasilkan pendapatan yang meningkat dan lebih berkembang usahanya.
2. Persaingan usaha pangkas rambut yang ada di sekitar Bataliyon 111 Tualang Cut telah menjalankan etika yang baik dalam berbisnis sesuai dengan ajaran Islam.

#### **F. Tinjauan Pustaka**

Penelitian yang penulis buat ini bukanlah hal baru yang muncul dalam dunia penelitian, karena setelah penulis mencari sebelumnya sudah ada yang membahas hal serupa, seperti yang dibahas oleh Suci Ramazana Pasaribu, mahasiswi STAIN Zawiyah Cot Kala Langsa, dalam skripsinya yang berjudul “Etika Bisnis dan Persaingan di Sekitar Kampus STAIN Zawiyah Cot Kala Langsa (Kajian Terhadap Usaha Foto Copy). Dalam Judul di atas, permasalahannya ditujukan kepada bagaimana sistem persaingan usaha dan etika bisnis yang berlaku dalam usaha tersebut serta pengaruh etika terhadap usaha yang dijalankannya.<sup>14</sup> Sedangkan permasalahan yang akan penulis angkat lebih khusus lagi yaitu bagaimana strategi usahanya serta tinjauan etika bisnis terhadap usaha menghadapi persaingan.

Disamping karya tulis ilmiah di atas, penulis juga menemukan pembahasan ini di dalam buku-buku modern karangan para tokoh ternama, diantaranya dalam buku Etika Bisnis Islam (Landasan Filosofis, Normatif dan Substansi

---

<sup>14</sup>Suci Ramazana Pasaribu, *Etika Bisnis dan Persaingan Di Sekitar Kampus STAIN Zawiyah Cot Kala Langsa (Kajian Terhadap Usaha Foto Copy)*, Skripsi Jurusan Syariah STAIN Zawiyah Cot Kala Langsa, 2013.

Implementatif) karangan Muslich, yang dikatakan bahwa prinsip etika yang dapat dikembangkan dalam persaingan antara lain dijabarkan pada beberapa landasan, yaitu memberikan yang terbaik bagi konsumen, tidak berlaku curang dan kerja sama positif. Prinsip memberikan yang terbaik pada konsumen dapat berupa antara lain memberikan kualitas produk terbaik bagi konsumen, memberikan harga yang kompetitif dibandingkan yang lain dan memberikan pelayanan terbaik pada konsumen.<sup>15</sup>

Namun disini penulis ingin mengkaji lebih dalam dan lebih khusus mengenai strategi dalam menjalankan usaha disertai etika yang baik dalam menghadapi persaingan. Kiranya apa yang penulis buat, nantinya dapat bermanfaat bagi penulis pribadi, maupun bagi pembaca baik dari kalangan intelektual maupun masyarakat nantinya. Oleh karena itu, maka penulis merasa perlu untuk mengangkat judul ini dalam penulisan skripsi.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Untuk mendapatkan gambaran-gambaran serta mempermudah pembahasan secara global, penulis membagi menjadi lima bab, untuk lebih jelasnya dapat digambarkan sebagai berikut:

**BAB I** : Yaitu pendahuluan yang menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, penjelasan istilah, tujuan penelitian,

---

<sup>15</sup> Muslich, *Etika Bisnis Islami (Landasan Filosofis, Normatif dan Substansi Implementatif)*, Jakarta: Ekonisa, 2004, hal 108

hipotesis penelitian, tinjauan pustaka dan sistematika pembahasan.

- BAB II : Yaitu landasan teori yang menjelaskan tentang pengertian etika bisnis, etika bisnis menurut Islam dan etika persaingan bisnis dalam Islam.
- BAB III : Yaitu metodologi penelitian yang membahas tentang jenis data penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, pendekatan penelitian, teknik pengumpulan data dan pedoman penulisan.
- BAB IV : Yaitu hasil penelitian dan pembahasan yang menjelaskan tentang gambaran umum usaha pangkas yang ada di sekitar bataliyon 111 Tualang Cut, kendala yang dihadapi pada usaha pangkas yang ada di sekitar bataliyon 111 Tualang Cut, persaingan yang timbul pada usaha pangkas yang ada di sekitar bataliyon 111 Tualang Cut, metode yang digunakan para pengusaha pangkas dalam menarik pelanggan dan cara-cara bersaing yang dijalankan oleh pengusaha pangkas di sekitar bataliyon ditinjau menurut etika bisnis Islam.
- BAB V : Yaitu penutup yang menjelaskan tentang kesimpulan dan saran-saran.