

Analisis Persaingan Usaha Dalam Etika Bisnis Islam Di Tobai barat

Agus Chotib Iskandar¹, Sofiayen²

Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI)

Walisongo Sampang

aguschotibiskandar@gmail.com

Sofiajen65@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to describe and analyze how business competition is between grocery store traders according to Islamic business ethics in sampang Regency by using a qualitative descriptive method. The results show that the five aspects that affect the competitive power include the threat from new entrants to the grocery store industry which is moderate, the threat from substitute products is quite strong, the bargaining power of suppliers is moderate, the bargaining power of buyers, and competitive competition in the market. between members of the industry are both strong. And the results of the competition in the grocery store business in the Jombang Regency, in Islamic business ethics are categorized as healthy and unhealthy competition. For the healthy category, there are 80% store business actors who are in accordance with Islamic business ethics. As for the unhealthy category, there are 20% business actors who are not in accordance with Islamic business ethics.

Keywords : Islamic Business Ethics, Entrepreneurship, Business Competition.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan dan menganalisis tentang bagaimana persaingan usaha antar pedagang toko kelontong menurut etika bisnis Islam yang berada di Kabupaten sampang dengan menggunakan metode deksriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lima aspek yang mempengaruhi kekuatan bersaing tersebut meliputi ancaman dari pendatang baru industri toko kelontong bersifat sedang, ancaman dari produk pengganti bersifat cukup kuat, kekuatan tawar-menawar dari pemasok bersifat sedang, kekuatan tawar-menawar dari pembeli, dan persaingan kompetitif di antara anggota industri keduanya bersifat kuat. Dan hasil persaingan usaha toko kelontong di Tobai barat dalam etika bisnis islam termasuk kategori persaingan yang sehat dan tidak sehat. Untuk kategori sehat ada 80% pelaku usaha toko kelontong yang sesuai dengan etika bisnis Islam. Sedangkan untuk kategori tidak sehat ada 20% pelaku usaha toko kelontong yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam.

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Kewirausahaan, Persaingan Usaha.

Pendahuluan

Salah satu karakteristik usaha mikro kecil menengah (UMKM) yaitu usaha yang biasanya mudah untuk ditiru. Sehingga muncul banyak pelaku usaha sejenis, dan terjadilah persaingan yang kuat antar pelaku usaha. Banyaknya jumlah pelaku usaha di

Tobai barat maka persaingan usaha yang sangat tajam menjadi tantangan tersendiri bagi para pelaku usaha. Biasanya kebanyakan usaha mikro kecil menengah yang prospektif dan menjanjikan di daerah atau pedesaan yaitu usaha toko kelontong. (warung yang menyediakan kebutuhan rumah tangga bahan pokok), makanan dan barang rumah tangga lainnya.

Toko ini berdampingan dengan pemilik rumah yang tidak jauh dengan masyarakat seperti perkampungan, perumahan dan yang sering ditemui didalam gang. Tobai barat terdiri dari 14 kecamatan, 6 kelurahan, dan 180 desa dan 16 pasar. Masyarakat sampang memilih berbelanja pada toko-toko kelontong baik yang berada di pasar dan desa. Hal ini dikarenakan apa yang dijual di toko kelontong selalu dibutuhkan setiap hari. Meskipun saat ini sudah marak penjualan melalui aplikasi digital dan ritel modern akan tetapi masih banyak masyarakat yang memilih beli di toko terdekat.

Mayoritas masyarakat yang menjalankan usaha (pelaku usaha) di sampang yaitu beragama Islam, begitupun juga dengan penduduknya yang mayoritas agamanya adalah islam. Pasar persaingan sempurna merupakan kondisi yang diharapkan setiap orang, karena akan tercipta keadilan antara produsen dan konsumen. Yang menjadi tingkat persaingan usaha adalah bagaimana strategi penjual dalam memasarkan produk yang sama, sedangkan di dalam pasar (anatar toko) tersebut juga menjual kebutuhan rumah tangga yang serupa. Islam memberikan keleluasaan kepada kita untuk menjalankan usaha ekonomi, perdagangan atau usaha apapun sepanjang bisnis (perdagangan) itu tidak termasuk yang diharamkan. Dalam menjalankan bisnis

tentu tidak boleh lepas dari etika, karena dalam agama Islam selain ibadah juga diatur mengenai transaksi perdagangan (bisnis)

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan deksriptif kualitatif. Penulis menggunakan teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah pedoman wawancara dengan tape recorder, lembar observasi, dan lembar ceklist dokumentasi.

Pembahasan

Kondisi Persaingan Toko Kelontong di Tobai Barat

Tabel 1 Pemilik Toko Kelontong

nama	usia	Lama usaha	agama
A	36	6 tahun	islam
B	47	12 tahun	islam
C	36	5 tahun	islam
D	51	9 tahun	islam
E	41	6 tahun	islam
F	36	8 tahun	islam
G	38	7 tahun	islam
X	45	10 tahun	islam
Y	52	6 tahun	islam
Z	42	7 tahun	islam

Ancaman pendatang baru toko kelontong memiliki pengaruh tekanan yang besar kedalam perusahaan, karena sampai saat ini banyak pendatang baru yang membuka usaha toko kelontong dan mampu menyaingi toko kelontong yang lain.

Ancaman jasa pengganti didapatkan hasil berupa ancaman jasa pengganti bagi toko kelontong berasal dari toko ritel modern seperti indomart dan alfamart. Akan tetapi, ancaman indomart dan alfamart tidak begitu berarti, dikarenakan hasil pengamatan dari pemilik toko kelontong perilaku konsumen masih banyak yang suka belanja kebutuhannya di toko kelontong.

Kekuatan dari segi tawar menawar pembeli masyarakat dusun Kuwasen ini pun tidak memiliki tekanan atau pengaruh yang besar terhadap pemilik toko kelontong, karena selama pemilik toko selalu memberikan kualitas dan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan maka pembeli tidak memiliki power yang dapat menekan harga perusahaan.

Kekuatan pemasok dalam penekanan harga oleh pemilik toko kelontong dikatakan memiliki pengaruh besar terhadap perusahaan, karena harga pada toko ini sangat tergantung pada pemasok, ketika pemasok menaikkan harga pelelangan maka toko kelontong tidak ada pilihan lain selain juga meningkatkan harga laba potensial perusahaan penjualan dipasar, begitu juga sebaliknya, maka perusahaan dapat menurunkan harga laba potensial perusahaan.

Persaingan yang terjadi dalam industri sejenis (toko kelontong) biasanya terjadi dari segi harga, kualitas produk, dan pelayanan purna jual, yang semua hal tersebut membentuk nilai tersendiri di benak konsumen. Semakin banyak kompetitor, perusahaan akan semakin bekerja keras memenangkan

persaingan.

Hasil Pengakuan dan Penilaian Masyarakat tentang Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pemilik Toko Kelontong di Tobai Barat

Berdasarkan pengakuan dan penilaian pembeli, bahwa pemilik toko kelontong yakni A, B, C, D, E, F dan G sudah menerapkan etika bisnis Islam dengan baik, yaitu dalam segi kejujuran, transparan, tidak menjelekkan bisnis orang lain (meskipun memiliki usaha sejenis), tidak membedakan pembeli, dan lainlain.

Akan tetapi masih belum konsisten dalam menerapkan sebagian etika bisnis Islam. Berdasarkan pengakuan dan penilaian pembeli, bahwa pemilik toko kelontong yakni X, Y, dan Z belum bisa menerapkan etika bisnis Islam dengan baik. Ada yang masih belum jujur, transparan dalam harga, timbangan yang tidak adil atau lainnya, membedakan tiap pembeli, dan lain-lain. Akan tetapi, mereka masih mengeluarkan zakat dagangannya dan shadaqah.

Kesimpulan

Kondisi usaha toko kelontong di Tobai Barat menggambarkan bahwa kondusinya mulai tergerus akibat persaingan usaha sejenis karena banyaknya pelaku usaha baru yang mendirikan usaha toko kelontong. Karena toko kelontong sebagai usaha utama bukan usaha sampingan. Persaingan usaha toko kelontong di Tobai Barat dalam etika bisnis islam termasuk kategori persaingan yang sehat dan tidak sehat. Untuk kategori sehat ada 80% pelaku usaha toko kelontong yang sesuai dengan etika bisnis islam. Sedangkan untuk kategori tidak sehat ada 20% pelaku usaha toko kelontong yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam.

Daftar Pustaka

- Aan Julia. 2017. Persaingan Usaha Di Industri Kerajinan Batik Trusmi Di Kabupaten Cirebon (Aplikasi Porter's Five Force Model). Prosiding SNaPP2017 Sosial, Ekonomi, dan Humaniora.
- Agus, Meftahudin. 2018. Penerapan Analisis SWOT dan Five Forces Porter Sebagai Landasan untuk Merumuskan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Laba Perusahaan. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology (JEMATech)* Vol. 1, No. 1
- Al-Qur'an, D.T. (2013). Departemen Agama RI. Jakarta : Madinatul Ilmi.
- Alwi Asegaf. 2017. Teori Komunikasi Dasar: Definisi, Fungsi, Ciri-Ciri, dan Manfaat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 9(2): 13-17
- Ambarwati, Dwi, Ramdan Fawzi dan Yayat Rahmat H. 2019. Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Pedagang Sayuran (Studi Kasus Pedagang Sayuran di Pasar Minggu Kelurahan Rancaekek Kencana. *Jurnal Hukum Ekonomi Syari'ah* Vol. 5, No. 1.
- Arijanto, Agus. 2014. Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Claudia. 2016. Analisis Of Competitive Strategy In The Business Of Document Solution. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Volume 16 No. 03.
- Damar Purba. 2016. Analisis Competitive force dan Competitive Strategy Sistem Informasi Kuliner di Indonesia. *Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO)*, Vol 1, No. 2.

- Meleong, L.J. 2016. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Rosda.
- Nasution, S. 2012. Metode Research. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ni'matul, Fitria. 2020. Pasar Persaingan Sempurna Dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna Dalam Perspektif Islam. Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan 4 (2) 2020. P: 01-16