

Analisis Persaingan Usaha Dalam Etika Bisnis Islam Di Kabupaten Jombang

Ririn Susilawati¹, Moh. Imsin², Khoirotun Nikmah³

¹ Fakultas Bisnis dan Bahasa/S1 Ilmu Administrasi Niaga, ririnsusilawati@fia.unipdu.ac.id, Unipdu

² Fakultas Bisnis dan Bahasa/S1 Ilmu Administrasi Niaga, mohammadimsin1968@gmail.com, Unipdu

³ Fakultas Bisnis dan Bahasa/S1 Ilmu Administrasi Niaga, khoirotunnikmah1803@gmail.com, Unipdu

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 Jombang 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 Jombang dengan menggunakan metode deskriptif 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 Kabupaten Jombang 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 Kabupaten Jombang 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.

Kabupaten Jombang terdiri dari 21 kecamatan, 4 kelurahan, dan 302 desa dan 16 pasar. Masyarakat Jombang 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 Jombang 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).

TINJAUAN PUSTAKA

Persaingan Usaha

Persaingan Usaha (Konvensional)

Menurut Mujahidin dalam Fauziah, dkk (2019: 98), Secara umum, persaingan usaha adalah persetujuan antar pelaku usaha yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula.

Dalam kamus manajemen, persaingan usaha atau bisnis terdiri dari:

1. Persaingan sehat (*healthy competition*) yaitu persaingan antara perusahaan-perusahaan atau pelaku bisnis yang diyakini tidak akan menuruti atau melakukan tindakan yang tidak layak dan cenderung mengedepankan etika-etika bisnis.
2. Persaingan gorok leher (*cut throat competition*) persaingan ini merupakan bentuk persaingan yang tidak sehat dimana terjadi perebutan pasar diantara beberapa pihak yang melakukan usaha yang mengarah pada praktek menghalalkan segala cara untuk menjatuhkan lawan bisnis sehingga salah satu tersingkir dari pasar, salah satunya dengan menjual barang dibawah harga yang berlaku dipasar.

Persaingan Usaha (Syari'ah)

Dalam paradigma *spritual marketing* Persaingan adalah hal yang baik karena persaingan turut membesarkan pasar. Jika usaha sukses, berarti permintaan pasar terhadap penawaran juga akan membesar. Tentu pengusaha juga memiliki keterbatasan-keterbatasan, sehingga tidak semua permintaan dapat dipenuhi. Dengan permintaan pasar inilah yang akan dipenuhi oleh para pesaing. (Kertajaya dan Sula, 2006: 18).

Dalam al-Qur'an surat An-Nisa' ayat 29 dijelaskan bahwa:
"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu." (QS. an-Nisa': 29)

Pada ayat tersebut Allah melarang persaingan usaha yang menjatuhkan orang lain karena hal tersebut tergolong kedalam pengambilan harta sesama dengan jalan yang batil. Harus ada prinsip bahwa persaingan bukanlah usaha untuk menjatuhkan pebisnis lainnya, melainkan sebagai usaha untuk memberikan yang terbaik dari usahanya. Maka dengan adanya prinsip tersebut diharapkan akan tumbuhnya persaingan usaha yang berbasis Syari'ah.

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. (Aziz, 2013:125).

Aspek-aspek Persaingan Usaha

Berikut adalah aspek-aspek persaingan usaha menurut Porter yang perlu diketahui pelaku usaha dalam memenangkan persaingan pasar, yaitu:

1. Ancaman masuknya pendatang baru (*Threat of New Entrants*).
2. Ancaman Produk atau Jasa Pengganti (*Threat of Substitutes*).
3. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli (*Bargaining Power of Buyers*).
4. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok (*Bargaining Power of Suppliers*).
5. Persaingan dalam Industri Sejenis (*Rivalry of Competitors*).

Sedangkan persaingan dalam Islam memiliki unsur tersendiri, berikut ini ada tiga (3) unsur yang perlu dicermati dalam membahas persaingan bisnis dalam Islam :

1. Pihak-pihak yang bersaing
2. Segi cara bersaing
3. Objek yang dipersaingkan

Beberapa keunggulan produk yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah sebagai berikut :

- a. Produk
- b. Harga
- c. Tempat
- d. Pelayanan

Pasar Persaingan Sempurna

Menurut Sukirno (2005:232), Pasar Persaingan sempurna dapat didefinisikan sebagai struktur pasar atau industri dimana terdapat banyak penjual dan pembeli, dan setiap penjual ataupun pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan di pasar.

Pasar persaingan sempurna memiliki lima ciri yaitu diantaranya :

1. Terdapat banyak penjual dan pembeli di dalam pasar.
2. Barang yang dijual bersifat homogen atau satu jenis.
3. Penjual Tidak dapat mempengaruhi harga atau penjual sebagai *price taker*.
4. Informasi di dalam pasar yang jelas dan sempurna.
5. Kemudahan bagi penjual untuk keluar masuk pasar.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut Alim dalam Andi (2009:14) menyatakan bahwa "Usaha mikro merupakan suatu usaha individu yang belum memiliki izin usaha secara lengkap". Pengertian lain dikemukakan Sumitro dalam Andi (2004:168), UMKM adalah "Usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tenaga kerja yang digunakan tidak melebihi dari 50 orang".

Etika Bisnis

Menurut Poerwanto (2006: 105), etika bisnis merupakan standar perilaku dan nilai-nilai moral yang mengendalikan kebijakan bisnis. Idealnya, bisnis harus mempertimbangkan masalah-masalah sosial secara luas, yang mencakup pemikiran bahwa apa yang dilakukan akan mempunyai dampak bagi lingkungan kerja, baik internal maupun eksternal.

Etika Bisnis Islam

Menurut Aziz (2013: 35) dalam Fauziah,dkk (2019) 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.

Menurut Fauziah (2019: 11), untuk membangun kultur bisnis yang sehat, ideal dan islami hendaknya sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis islam, antara lain sebagai berikut:

- a. Kesatuan (*Tauhid/Unity*)
- b. Keseimbangan (*Equilibrium/Adil*)
- c. Kehendak Bebas (*Free Will*)

- d. Tanggung Jawab (*Responsibility*)
- e. Kebenaran: kebajikan dan kejujuran (*truth, goodness, honesty*)

METODOLOGI 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.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Persaingan Toko Kelontong di Kabupaten Jombang

Daftar Toko Kelontong di beberapa pasar Kabupaten Jombang.

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	5 tahun	Islam
F	36	6 tahun	Islam
G	38	8 tahun	Islam
X	45	7 tahun	Islam
Y	52	10 tahun	Islam
Z	42	6 tahun	Islam

1. Ancaman Pendetang Baru (*Threat of New Entrants*)

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.

2. Ancaman Produk atau Jasa Pengganti (*Threat of Substitutes*)

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.

3. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli (*Bargaining Power of Buyers*)

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.

4. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok (*Bargaining Power of Suppliers*)

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 pevelangan 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.

5. Persaingan dalam Industri Sejenis (*Rivalry of Competitors*)

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.

Persaingan Usaha Toko Kelontong di Kabupaten Jombang menurut Etika Bisnis Islam.

Berikut berbagai bidang etika bisnis islam yang sudah di akui oleh masyarakat, di antaranya sebagai berikut:

1. Kejujuran
2. Transparan / terbuka
3. Tidak menjelekkkan bisnis orang lain
4. Membayar zakat dan shadaqah
5. Tidak membedakan pembeli
6. Memberi kelonggaran waktu apabila pengutang (kreditor) belum mampu membayar
7. Menerima pengembalian barang yang telah di beli.

Hasil Pengakuan dan Penilaian Masyarakat tentang Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pemilik Toko Kelontong di Kabupaten Jombang

- a. 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 menjelekkkan bisnis orang lain (meskipun memiliki usaha sejenis), tidak membedakan pembeli, dan lain-lain. Akan tetapi masih belum konsisten dalam menerapkan sebagian etika bisnis Islam.
- b. 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 Kabupaten Jombang menggambarkan bahwa kondisinya 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 Kabupaten Jombang 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.

SARAN

Saran yang bisa diberikan kepada pedagang toko kelontong di kabupaten Jombang adalah: 1). Pedagang toko kelontong yang terdapat di Kabupaten Jombang sudah tergerus dengan banyaknya pesaing usaha sejenis, sebaiknya harus tetap mempunyai rasa percaya diri, yakin dan semangat yang tinggi untuk mencari rezeki dengan cara yang baik, dan tetap bisa menjaga tali persaudaraan yang baik antar pemilik toko kelontong. Karena Allah sudah mengatur rezeki kepada setiap hambaNya. 2). Harus ada pengawasan dan pembinaan terhadap para pelaku usaha toko kelontong di Kabupaten Jombang mengenai transaksi yang diperbolehkan dalam Islam (seminar, workshop dan pengajian-pengajian) serta pengecekan berkala untuk timbangan ke layanan Metrologi Jombang.

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 Compate 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.
- Djakfar, Muhammad. 2007. *Religion, Work Ethics, and Business Attitude*. 16 (2), 93-110.
- Erfan, Sabilul. Dkk. 2019 *Analisa Persaingan Home Industri Tempe didesa Pulogrejo Menggunakan CPM (Competitive Provile Metriks*. Skripsi.
- Fahmi Lubis, Andi. Dkk. 2017. *Hukum Persaingan Usaha*. Jakarta: KPPU.
- Farid, SE., M.M. 2017. *Kewirausahaan Syari'ah*. Jakarta: Kencana.

- Fauziah, Dinah Nur, dkk. 2019. *Etika Bisnis Syari'ah*. Malang: 2019.
- Futuh, Fajri. Dkk. 2018. *Identifikasi Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Fashion Busana Muslim di Pasar Baru Trade Center*. Jurnal Ekonomi Vol 4 (1), No. 37-43.
- Ishom, Muhammad. 2020, September 5. *Makna Hadits Bekerjalalah untuk Duniamu Seolah Kau Hidup Selamanya*. Retrieved April 7, 2021, from <https://islam.nu.or.id/post/read/122105/makna-hadits-bekerjalalah-untuk-duniamu-seolah-kauhidup-selamanya>
- Kertajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Lubaba, Abu. 2019. *Etika Bisnis Islam: Implementasi pada UMKM Wirausahawan Krupuk Tayamum di Desa Sarirejo Kec. Kaliwungu Kab. Kendal*, 22-01.
- Maydiana, Sherin dan Hendri Cahyono. 2020. *Etika Bisnis Islam dalam Era Bisnis Kekinian (Studi Kasus Kedai Kopi Diskuupi Surabaya)*. 3 (2), 210-221.
- 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
- Poerwanto. 2006. *New Business Administration*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Riadi, Muchlisin. 2019, Desember 28. *Pengertian, Aspek dan Jenis-jenis Persaingan Usaha*. Retrieved Desember 25, 2020, from <https://www.kajianpustaka.com/2019/12/pengertian-aspek-dan-jenis-jenis-persaingan-usaha.html>.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi, Didi., Slamet Firdaus dan Ima Sri Fatmawati. 2018. *Analisis Hukum Islam terhadap Persaingan Usaha Home Industri Tape Ketan Cibeureum*. 3 (2), 187-199.
- Universitas Binus Malang. 2020, Agustus 25. *Interpretnership-Business Creation*. Retrieved Januari 3, 2020, from Universitas Binus Malang: <https://binus.ac.id/malang/2020/08/porters-five-forces-lima-hal-sebelum-bersaing/#>.
- Watie, Lidya. 2018. *Pengaruh Pemahaman Etika Bisnis Islam dan Persaingan Usaha terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Segiri Grosir Samarinda*. 3 (4), 1-18.
- Zulklipli, 2010. *Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Usaha pada PT. Asuransi Syari'ah Mubarakah*. Skripsi.