

ABSTRAK

Kegiatan ekonomi yang memiliki peranan sangat penting dalam memenuhi kebutuhan manusia adalah aktivitas bisnis. Cukup banyak seseorang yang bergelut dalam bidang bisnis agar mendapatkan keuntungan. Salah satu bisnis yang sedang ramai dan menjadi bahan persaingan dalam dunia usaha yakni bisnis dalam usaha kuliner. Persaingan usaha akan lebih ketat apabila produk yang diperdagangkan adalah produk dengan jenis yang sama. Adanya persaingan yang cukup ketat memicu perilaku seseorang untuk melakukan banyak cara, apakah dapat bersaing secara sehat atau tidak untuk memperoleh keuntungan, serta etika bisnis islam merupakan prinsip yang perlu diterapkan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persaingan bisnis pada usaha kuliner sate dalam meningkatkan pelanggan menurut perspektif etika bisnis islam di Jl. Niaga Pamekasan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif studi kasus. Peneliti mencari dan menggali informasi melalui dua cara, yaitu data primer dengan diperoleh secara langsung dari hasil wawancara yang dilakukan. Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, dan lain-lain.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persaingan bisnis pada usaha kuliner sate dalam meningkatkan pelanggan di Jl. Niaga Pamekasan berlangsung secara sehat. Dilihat dari beberapa objek yang dipersaingkan baik harga, produk, tempat, dan pelayanan. Hanya ada dua pedagang tidak memperhatikan kebersihan tempat yang digunakan untuk berdagang, sehingga mengurangi daya tarik seorang pembeli. Terbukti dengan strategi-strategi yang dilakukan Bapak Yuto menjadikan produk satenya lebih banyak diminati, sehingga dapat meningkatkan pelanggan, dilihat dari pendapatan yang diperolehnya dengan minimal pendapatan sebesar Rp. 800.000 dan maksimal Rp. 2.000.000 dalam sehari. Dari lima belas pedagang sate di Jl. Niaga Pamekasan mayoritas telah menerapkan etika bisnis islam dengan baik seperti pada prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan ishan. Hanya ada satu pedagang yang belum menerapkan prinsip tanggung jawab dalam etika bisnis islam.

Kata Kunci : Persaingan Bisnis, Usaha Kuliner Sate, Perspektif Etika Bisnis Islam.

ABSTRACT

Economic activities that have a very important role in meeting human needs are business activities. Quite a lot of people who are involved in the business field to make a profit. One of the businesses that is currently busy and becomes the subject of competition in the business world is the culinary business. Business competition will be tougher if the products traded are of the same type. The existence of a fairly tight competition triggers a person's behavior to do many ways, whether they can compete fairly or not for profit, and Islamic business ethics is a principle that needs to be applied.

The purpose of this study was to determine the business competition in the satay culinary business in increasing customers according to the perspective of Islamic business ethics on Jl. Pamekasan Commerce. The method used in this research is a case study qualitative research. Researchers seek and dig up information in two ways, namely primary data obtained directly from the results of interviews conducted. Secondary data obtained from books, journals, and others.

The results of this study indicate that business competition in the satay culinary business in increasing customers on Jl. Pamekasan trade is going on in a healthy manner. Judging from several objects that are competed in terms of price, product, place, and service. There are only two traders who do not pay attention to the cleanliness of the place used to trade, thereby reducing the attractiveness of a buyer. It is proven by the strategies carried out by Mr. Yuto to make his satay products more in demand, so that it can increase customers, seen from the income he gets with a minimum income of Rp. 800,000 and a maximum of Rp. 2,000,000 in a day. Of the fifteen satay traders on Jl. The majority of Pamekasan Commerce has implemented Islamic business ethics well, such as the principles of monotheism, balance, free will, responsibility, and ishan. There is only one trader who has not applied the principle of responsibility in Islamic business ethics.

Keywords : Business competition, Sate Culinary Business, Islamic Business Ethics Perspective.