

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan kepadatan penduduk yang berada di peringkat ke empat tertinggi di Dunia.¹ Cukup banyak bidang bisnis yang mulai dikembangkan karena Indonesia sendiri memiliki ladang bisnis yang cukup baik. Salah satu bisnis yang telah berkembang di Indonesia dan sangat digemari oleh pebisnis yaitu usaha dalam bidang kuliner.

Pada umumnya industri kuliner merupakan makanan khas yang berasal dari makanan rumahan, kemudian dikembangkan sebaik mungkin sehingga makanan tersebut memiliki nilai jual dan laku keras di pasaran.² Bisnis kuliner adalah usaha yang sangat menjanjikan bagi para pebisnis yang ingin terjun dalam bidang tersebut dan nantinya akan menghasilkan keuntungan. Dengan demikian tentunya menjadi daya tarik tersendiri oleh masyarakat lokal untuk bergelut dalam usaha kuliner.³

Pada saat ini semakin banyak berbagai macam makanan dan minuman yang muncul dengan ciri khas yang berbeda-beda, makanan juga menjadi bahan konsumsi yang dilakukan terus menerus sehingga menjadikan potensi pasar dalam bidang kuliner semakin besar, hal ini dapat membuktikan bahwa

¹ Kontan.co.id, “20 Negara Jumlah Penduduk Terbanyak di Dunia” Dunia”, dalam <https://www.google.com/amp/s/amp.kontan.co.id/news/20-negara-jumlah-penduduk-terbanyak-di-dunia-berapa-jumlah-penduduk-indonesia> diakses pada 24 Desember 2021 pukul 08:00 WIB.

² Yuyun Alamsyah, *Bangkitnya Bisnis Kuliner Tradisional*, (Jakarta: Anggota IKAPI, 2008), 1.

³ Puspita RM, *Cara Laris Jualan Kuliner Via Media Sosial*, (Yogyakarta: Laksana, 2017), 5.

usaha kuliner semakin berkembang dengan pesat.⁴ Salah satu bisnis kuliner di Madura Jawa Timur yang sangat dikenal dan banyak digemari oleh masyarakat yakni seperti kuliner sate.⁵

Melihat tingginya masyarakat madura sebagai penggemar sate tentunya berpotensi meningkatkan peluang usaha yang cocok untuk diperhitungkan. Walaupun usaha sate ini sudah banyak yang menjalankan, akan tetapi usaha ini tetap bagus untuk dikembangkan yang hingga saat ini terus bertumbuh pesat. Tingginya permintaan masyarakat terhadap sate madura menjadikan usaha ini semakin cemerlang. Usaha sate madura juga merupakan salah satu usaha yang dapat menguntungkan, sehingga banyak orang yang berusaha terjun dalam bidang tersebut.⁶

Banyaknya orang madura yang menerjuni usaha sate ini tidak sedikit banyak memicu adanya persaingan antar pelaku usaha, lebih-lebih akan menimbulkan persaingan bisnis yang semakin ketat. Persaingan bisnis yang semakin ketat tentunya membuat pelaku bisnis akan melakukan segala cara atau strategi-strategi tertentu agar produknya banyak diminati konsumen dan pelaku bisnis dapat memenangkan persaingan.⁷

Seorang pebisnis muslim harus dapat memahami bahwa islam menganjurkan kepada umatnya untuk senantiasa mencari kebaikan dalam

⁴ Yuyun Alamsyah, *Bangkitnya Bisnis Kuliner Tradisional*, (Jakarta: Anggota IKAPI, 2008), 1.

⁵ AGNES SIWI PURWANING TYAS, "Identifikasi Kuliner Lokal Indonesia dalam Pembelajaran Bahasa Inggris", *Jurnal Pariwisata Terapan* Vol. 1, No. 1, 2017, 8.

⁶ Tokomesin.com, "Peluang Usaha Sate Madura dan Analisa Usahanya" dalam <https://www.tokomesin.com/peluang-usaha-sate-madura-dan-analisa-usahanya.html>, diakses pada 24 Desember 2021 pukul 09:00 WIB.

⁷ Tokomesin.com, "Peluang Usaha Sate Madura dan Analisa Usahanya" dalam <https://www.tokomesin.com/peluang-usaha-sate-madura-dan-analisa-usahanya.html> diakses pada 24 Desember 2021 pukul 09:00 WIB.

melakukan perlombaan di sela-sela waktu berbisnis. Konsep persaingan bisnis yang baik yaitu suatu persaingan bisnis yang dilakukan secara positif oleh pelaku bisnis dengan melakukan kontribusi untuk bisnisnya dan tidak menjatuhkan pesaing bisnis lainnya. Selain itu tidak dianjurkan dalam melakukan persaingan bisnis untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya dengan tidak memperhatikan nilai islami. Hal tersebut akan berdampak pada pelaku bisnis yang hanya mementingkan urusan dunia saja tanpa mementingkan urusan akhirat. Maka penting untuk dapat memahami konsep persaingan bisnis yang dianjurkan oleh islam, sehingga para pelaku bisnis dapat bersaing secara sehat.

Tak heran jika pelaku bisnis saling berlomba-lomba untuk memajukan usahanya dengan melakukan banyak cara sehingga lupa bahwa persaingan bisnis secara islam memiliki etika yang harus diterapkan. Etika bisnis yaitu sebagai suatu kelengkapan nilai mengenai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan prinsip moralitas. Etika bisnis islam yakni etika dalam aktivitas bisnis dengan memperhatikan aturan-aturan berbasis Al-Qur'an dan Hadist.⁸ Dengan etika bisnis islam, pelaku bisnis dapat mengetahui bagaimana aturan-aturan bisnis islam yang sebaiknya diterapkan oleh pebisnis agar bisnis yang dijalankan mendapat keberkahan dari Allah SWT.

Aturan dan nilai-nilai islam untuk diterapkan dalam kegiatan bisnis memang sangat diperlukan, hal ini agar tidak terjadi hal yang dapat

⁸ H. Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: PLUS12, 2012), 29.

merugikan pihak lain baik bagi karyawan, konsumen, serta orang-orang yang terlibat dalam kegiatan bisnis. Akan tetapi pada saat ini, etika dalam bisnis semakin merosot dan menyimpangnya perilaku dari ajaran agama.⁹

Terdapat para pedagang kurang memperhatikan etika bisnis islam, sehingga mengabaikan apakah strategi yang diterapkan termasuk cara halal atau haram. Terdapat batasan-batasan tertentu yang telah ditentukan syariah islam, dengan demikian para pedagang dalam menjalankan usahanya harus menggunakan strategi yang tentunya tidak merugikan pedagang yang lain.

Berdasarkan banyaknya pedagang menjadikan cara yang dilakukan juga beragam atau berbeda-beda. Seperti mempromosikan produk dengan caranya yang unik, memberikan potongan harga bahkan memberikan produknya dengan harga gratis untuk mengikat pelanggan, serta saling bersaing harga menjual produknya dengan harga yang lebih murah dari pedagang lainnya.

Semakin berkembangnya zaman menjadikan pola hidup masyarakat madura sendiri yang semakin berubah, hal ini akan berdampak pada semakin berubahnya kebutuhan masyarakat, terutama pada kebutuhan primer seperti makanan dan minuman. Dengan demikian kebutuhan pangan akan semakin meningkat, dan tentu hal ini dapat memberikan kesempatan besar bagi para pebisnis usaha kuliner sate yang ada di madura.

Dengan berkembangnya usaha kuliner hampir di seluruh Indonesia tidak hanya kita temui keberadaannya di kota-kota besar saja, akan tetapi di kota-

⁹Norvadewi, “*Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip, dan landasan Normatif)*”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam 2015, 33-34.

kota kecil pun juga banyak ditemui usaha kuliner.¹⁰ Dapat kita lihat salah satu kawasan usaha kuliner yakni kawasan Sae Salera yang berada di Jl. Niaga Pamekasan. Usaha kuliner di Jl. Niaga Pamekasan banyak sekali jenisnya seperti penjual sate, soto, lalapan, nasi goreng, bakso, dll. Dari survei awal diketahui bahwa terdapat permasalahan pada usaha kuliner yang dijalankan masih banyak menjual produk yang sama yakni mayoritas penjual sate, dan jenis sate yang dijual tidak hanya sate daging sapi saja akan tetapi juga terdapat sate ayam dan kambing, hal ini dibuat bervariasi untuk menarik pelanggan. Dengan persamaan ini sehingga terjadi persaingan usaha yang cukup ketat antar pedagang. Total jumlah pedagang di Jl. Niaga Pamekasan sebanyak 60 pedagang dan 15 pedagang diantaranya adalah pedagang sate.

Berdasarkan gambaran awal nuansa persaingan yang ada pada usaha kuliner sate di Jl. Niaga Pamekasan yakni terdapat persaingan usaha baik dari segi harga, kualitas produk, dan pelayanan. Para penjual sate saling bersaing dan berlomba-lomba dalam meningkatkan kualitas usahanya karena dapat berpotensi menarik minat pelanggan. Walaupun jenis sate yang dijual mayoritas sama akan tetapi masing-masing pedagang memiliki harga dan porsi yang berbeda-beda, sehingga di situlah terjadi persaingan harga yang cukup ketat. Tidak hanya itu, dari segi kualitas produk seperti perbedaan cita rasa dan khas bumbu yang digunakan oleh pedagang juga dapat memicu adanya persaingan antar pedagang sate, karena seorang konsumen tentunya akan memilih kualitas produk atau cita rasa yang lebih baik. Sehingga para

¹⁰ Elvinarossa, *Kreasi Bisnis Kuliner dan Simulasinya*, (Yogyakarta: Flashbook, 2016), 15.

pedagang berusaha agar kualitas produk yang dimiliki menjadi produk yang terbaik dan banyak diminati konsumen. Selain itu, timbulnya persaingan juga dapat dilihat dari cara pelayanan yang dilakukan pedagang kepada konsumen karena memiliki cara yang berbeda-beda. Pelayanan dengan menggunakan etika yang baik akan membuat konsumen lebih nyaman dan senang untuk membeli kembali produk yang di jualnya. Sebaliknya apabila pedagang tidak bersikap ramah kepada konsumen maka akan merasa enggan untuk membeli produknya kembali.

Model persaingan yang biasa terjadi di kalangan mereka yakni dari segi persaingan harga, kualitas produk, dan pelayanan terhadap pelanggan. Mereka saling bersaing harga antar pedagang, para pedagang tidak sedikit banyak yang menjual sate dengan harga yang lebih murah dari pedagang yang lain untuk memenangkan persaingan dan ada pula yang menjual produknya dengan harga tinggi agar memperoleh keuntungan yang lebih banyak. Selain harga, persaingan dari segi kualitas produk juga biasa terjadi dikalangan mereka, produk yang dimiliki oleh setiap pedagang juga memiliki kualitas yang berbeda-beda, seperti perbedaan yang terdapat pada kualitas rasa atau khas bumbu yang digunakan. Akan tetapi dari segi kualitas produk ini masih belum ditemui kecurangan yang dilakukan pedagang. Namun dari segi pelayanan sendiri masih terdapat beberapa pedagang sate yang belum bisa bersikap ramah terhadap pelanggan dan belum melayani pelanggan dengan baik seperti apa yang telah dianjurkan dalam etika bisnis islam.

Walaupun para penjual sate telah melakukan beberapa cara untuk meningkatkan kualitas usahanya akan tetapi masih terdapat penjual yang sepi peminat karena kalah saing dari penjual sate yang lain, dan tidak sedikit pedagang menjual dengan harga di bawah pesaing agar produknya lebih murah dari penjual yang lain. Padahal diketahui bahwa penjual sate di Jl. Niaga Pamekasan hampir seluruhnya berasal dari Madura, yang mana orang madura mayoritas beragama Islam dan dikenal sangat kental terhadap ajaran Islam, akan tetapi dalam melakukan usahanya masih banyak yang melenceng dari prinsip dan belum menerapkan etika bisnis islam.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul "**ANALISIS PERSAINGAN BISNIS PADA USAHA KULINER DALAM MENINGKATKAN PELANGGAN MENURUT PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS USAHA BISNIS KULINER SATE JL. NIAGA PAMEKASAN).**"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti dapat merumuskan permasalahan yaitu :

1. Bagaimana persaingan bisnis pada usaha kuliner sate dalam meningkatkan pelanggan di Jl. Niaga Pamekasan ?
2. Bagaimana persaingan bisnis pada usaha kuliner sate dalam meningkatkan pelanggan menurut perspektif etika bisnis islam di Jl. Niaga Pamekasan ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui persaingan bisnis pada usaha kuliner sate dalam meningkatkan pelanggan di Jl. Niaga Pamekasan.
2. Untuk mengetahui persaingan bisnis pada usaha kuliner sate dalam meningkatkan pelanggan menurut perspektif etika bisnis islam di Jl. Niaga Pamekasan.

Sedangkan kegunaan penelitian ini yaitu:

1. Bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini bagi peneliti sendiri yaitu untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan yang lebih luas lagi mengenai bagaimana persaingan bisnis yang ada di dunia usaha khususnya usaha kuliner sate. Selain itu peneliti juga dapat menggali ilmu islam tentang bagaimana menerapkan etika yang sebaiknya digunakan dalam dunia bisnis dengan berdasarkan etika bisnis islam.

2. Bagi Pembaca

Manfaat penelitian ini bagi pembaca diharapkan dapat membantu menambah wawasan dan pengetahuan baru tentang persaingan bisnis kuliner sate menurut perspektif etika bisnis islam dan dapat dijadikan sumber informasi yang akurat bagi pembaca.

D. Kajian Pustaka

Untuk mencapai hasil penelitian yang maksimal, maka penulis berusaha melakukan kajian pustaka ataupun karya-karya yang mempunyai hubungan

dengan permasalahan yang akan dikaji yakni berkaitan dengan Persaingan bisnis pada usaha kuliner dalam meningkatkan pelanggan menurut perspektif etika bisnis islam, dalam upaya untuk menghindari kesamaan judul serta pembahasan yang sudah diteliti. Adapun penelitian-penelitian yang berkaitan langsung dengan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Skripsi, Selia Madalika tahun 2017 IAIN Bengkulu, dengan judul "Persaingan Usaha Showroom Motor Bekas Ditinjau dari Ekonomi Islam". Pada penelitian tersebut membahas tentang bagaimana persaingan usaha showroom motor bekas di jalan Dempo Raya Bengkulu, baik persaingan usaha dari segi kualitas produk, pelayanan, dan juga harga. Selain itu menentukan apakah persaingan usaha yang terjadi di lokasi tersebut sudah sesuai dengan prinsip ekonomi syariah atau belum. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yakni terletak pada objek yang akan diteliti, yang mana pada penelitian ini objek yang diteliti yakni usaha showroom motor bekas, sedangkan objek pada penelitian penulis yakni usaha kuliner sate. Dalam penelitian ini pembahasannya berdasar pada prinsip ekonomi islam sedangkan pada penelitian penulis pembahasannya lebih di khususkan berdasarkan pada etika bisnis islam.¹¹
2. Skripsi, Dwi Juliana tahun 2018 Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, dengan judul "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Persaingan Usaha Pedagang Gula Merah dan Implikasinya Bagi Pedagang Lokal Di

¹¹Selia Madalika, *"Persaingan Usaha Showroom Motor Bekas Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Kasus Jalan Dempo Raya Bengkulu)"*, (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2017).

Desa Tugondeng Kec. Herlang Kab. Bulukumba". Fokus penelitian ini untuk mengetahui persaingan usaha dan implikasi usaha gula merah pada pedagang lokal di Desa Tugondeng dengan berdasar hukum Islam. Persaingan usaha yang terjadi masih bertentangan dengan hukum Islam karena banyak dari mereka yang melakukan penimbunan barang dan masih terdapat riba didalamnya. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yakni sama-sama membahas tentang persaingan bisnis atau usaha pada pedagang. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian dan bidang kajiannya. Yang mana pada penelitian ini objeknya yakni pedagang gula merah Di Desa Tugondeng, dan bidang kajian yang di bahas yakni lebih menekankan implikasi persaingan yang terjadi pada pedagang gula merah dari luar terhadap pedagang lokal dengan berdasar hukum Islam. Pada penelitian penulis sendiri objeknya yakni usaha kuliner sate di Jl. Niaga Pamekasan, dan bidang kajian yang dibahas yakni persaingan usaha antar pedagang sate yang ada di kawasan Jl. Niaga Pamekasan apakah sudah sesuai dengan etika bisnis Islam atau belum.¹²

3. Skripsi, Putri Wita Stefhani tahun 2019 Institut Agama Islam Negeri Metro, dengan judul "Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur)". Dalam penelitian ini memaparkan bahwa persaingan usaha yang dilakukan oleh pedagang sayur keliling dan warung sayur menggunakan strategi-strategi

¹²Dwi Juliana, *"Tinjauan Hukum Islam Terhadap Persaingan Usaha Pedagang Gula Merah dan Implikasinya Bagi Pedagang Lokal Di Desa Tugondeng Kec. Herlang Kab. Bulukumba"*, (Semarang: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2018).

sehingga memperoleh keuntungan yang maksimal dengan tetap memperhatikan etika bisnis Islam. Persaingan usaha yang dilakukan belum sesuai dengan etika bisnis Islam karena minimnya ilmu pengetahuan yang dimiliki. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yakni sama-sama membahas tentang persaingan usaha dan sama-sama menggunakan tinjauan etika bisnis Islam. Sedangkan yang menjadi perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yakni terletak pada objek, dan lokasi penelitian. Objek penelitian ini yakni Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo, sedangkan penelitian penulis dengan objek usaha kuliner sate di Jl. Niaga Pamekasan.¹³

4. Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah, Vol. 3, No. 2, Siti Hofifah tahun 2020. Jurnal ini berjudul "Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman Di Ngebel Ponorogo Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam". Dalam penelitian ini diketahui bahwa dengan banyaknya persaingan yang terjadi pada pedagang musiman di Ngebel Ponorogo masih terdapat beberapa pedagang yang melenceng dari etika bisnis islam. Persamaan penelitian ini dengan penulis yaitu membahas tentang persaingan dalam usaha ditinjau dari etika bisnis islam. Namun perbedaan penelitian ini objek yang diteliti yakni tidak dari jenis pedagang yang sama, sedangkan penelitian penulis objek yang diteliti adalah pedagang yang sama yakni para pedagang sate.

¹³ Putri Wita Stefhani, *"Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur)"*, (Lampung Timur: Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019).

Selain itu lokasi pada penelitian ini yakni di Ngebel Ponorogo dan penelitian penulis di Jl. Niaga Pamekasan.¹⁴

E. Sistematika Pembahasan

Agar penelitian ini dapat ditelaah dan dipahami dengan mudah, maka peneliti menyusun hasil penelitian ini dengan beberapa bagian, diantaranya sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN: berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI: berisi tentang teori yang menjelaskan sesuatu yang sedang di kaji agar dapat memecahkan suatu masalah, teori yang dijelaskan berkaitan dengan judul penelitian "Analisis Persaingan Bisnis Pada Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Pelanggan Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Usaha Bisnis Kuliner Sate Jl. Niaga Pamekasan)"

BAB III METODE PENELITIAN: berisi tentang pembahasan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian, metode-metode tersebut diantaranya meliputi, jenis penelitian, tempat atau lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN: pada bagian ini berisi tentang hasil penelitian yang diperoleh peneliti dari penelitian di lapangan, kemudian di analisis terkait dengan persaingan bisnis pada usaha kuliner sate dalam meningkatkan pelanggan menurut perspektif etika bisnis islam di Jl. Niaga Pamekasan.

¹⁴ Siti Hofifah, "Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman Di Ngebel Ponorogo Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam", *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, Vol. 3, No. 2, Tahun 2020.

BAB V PENUTUP: bagian ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari peneliti atas penelitian yang dilakukan. Dapat diartikan juga sebagai jawaban atas suatu permasalahan yang telah dikaji sebelumnya. Selain itu terdapat saran yang bermanfaat baik bagi peneliti sendiri dan juga pembaca.