

**ANALISIS PERSAINGAN BISNIS PADA USAHA KULINER DALAM  
MENINGKATKAN PELANGGAN MENURUT PERSPEKTIF  
ETIKA BISNIS ISLAM  
(Studi Kasus Usaha Bisnis Kuliner Sate Jl. Niaga Pamekasan)**

Sumiyati<sup>1</sup>, Abdur Rohman<sup>2</sup>

**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.*

---

<sup>1</sup> Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

<sup>2</sup> Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia  
sumiyati211199@gmail.com

**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.*

**PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara dengan kepadatan penduduk yang berada di peringkat ke empat tertinggi di Dunia. 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 (Yuyun Alamsyah, 2015). 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 (Puspita RM, 2017).

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 usaha kuliner semakin berkembang dengan pesat (Yuyun Alamsyah, 2015). Salah satu bisnis kuliner di Madura Jawa Timur yang sangat dikenal dan banyak digemari oleh masyarakat yakni seperti kuliner sate.

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 tidak sedikit banyak orang yang berusaha terjun dalam bidang tersebut.

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.

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 (Muhammad Djakfar, 2012). Al-Qur'an mengakui otoritas individu atau kelompok terhadap harta yang dimiliki secara legal dan memberi kemerdekaan penuh untuk melakukan transaksi apa saja sepanjang tidak keluar batas-batas yang ditentukan oleh syariah (Abdur Rohman, 2016). Etika dan nilai-nilai islam untuk diterapkan dalam kegiatan bisnis memang sangat diperlukan, hal ini sesuai dengan pengertian ilmu ekonomi itu sendiri. Ilmu ekonomi diartikan sebagai ilmu yang mempelajari tentang upaya manusia dalam memenuhi kebutuhan (*al-iktisab*) yang wajib dituntut (*fard kifayah*) berlandaskan etika syariah dalam upaya membawa dunia ke gerbang kemaslahatan menuju akhirat (Abdur Rohman, 2010).

Dengan berkembangnya usaha kuliner hampir di seluruh Indonesia tidak hanya kita temui keberadaannya di kota-kota besar saja, akan tetapi di kota-kota kecil pun juga banyak ditemui usaha kuliner. 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.

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 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.

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, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berdasarkan permasalahan tersebut.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **A. Persaingan Bisnis**

Kata persaingan berasal dari bahasa Inggris "*competition*" yang bermakna kompetisi, pertandingan, atau persaingan. Persaingan merupakan individu atau organisasi yang sedang melakukan perlombaan

untuk mencapai tujuan tertentu seperti pangsa pasar, konsumen, atau sumber daya yang dibutuhkan (Mudrajad, Kuncoro, 2005). Bisnis berasal dari bahasa Inggris "*bussiness*" yakni berarti usaha atau urusan. Bisnis adalah suatu kegiatan individu atau sekelompok orang dengan menyediakan barang dan jasa yang diperjualbelikan guna untuk mendapatkan keuntungan (Fakhry Zamzam, 2012). Persaingan bisnis yakni persetujuan antar pelaku bisnis yang satu dengan pebisnis yang lain yang secara independen ingin menarik minat konsumen melalui cara mempromosikan produk atau jasa yang baik dan menawarkan dengan harga yang baik pula (Akhmad Mujahidin, 2007).

Dalam suatu usaha terdapat dua macam bentuk persaingan, diantaranya :

1. Persaingan Sehat, adalah suatu kompetisi dalam bidang usaha dengan menunjukkan keunggulan yang dimiliki masing-masing pengusaha secara baik yang dilakukan baik oleh individu, perusahaan, ataupun negara (Dadang, Iskandar, 2016). Beberapa indikator mengenai persaingan usaha sehat seperti Bersaing Secara Sportif, Melakukan Kerjasama, Adanya Peluang Pasar yang Sama, Meneladani Perilaku Jujur Rasulullah, Menjamin Terciptanya Sistem yang Kondusif (Abdul Latif, 2017).
2. Persaingan Tidak Sehat, adalah suatu kompetisi dalam bidang usaha yang dilakukan antar pelaku usaha ketika melakukan kegiatan produksi dan juga pemasaran melalui cara yang tidak jujur atau melenceng dari hukum sehingga merugikan pesaing usaha yang lain (Arina Novizaz; Gunawan Andri;, 2017). Beberapa indikator mengenai kegiatan yang dilarang dalam melakukan persaingan usaha seperti Monopoli, Monopsoni, Penguasaan Pasar, Jual Rugi, Kecurangan dalam Menetapkan Biaya Produksi, Persekongkolan (Andi, Fahmi Lubis;, 2017).

Dalam suatu persaingan bisnis terdapat beberapa unsur yang perlu diperhatikan, diantaranya sebagai berikut:

1. Pihak yang bersaing, pihak yang bersaing dalam dunia bisnis adalah manusia sebagai orang yang bertindak dan mengendalikan bisnis. Sedangkan manusia dalam artian insan dan al-nas, bertalian dengan unsur hembusan ilahi. Ia dikenai aturan-aturan, akan tetapi disamping itu ia juga diberi kekuatan/daya untuk tunduk dan melepaskan diri darinya. Dengan demikian, ia juga merupakan makhluk yang mukhayyar (memiliki kebebasan untuk memilih mana yang baik dan mana yang buruk) (Abdur Rohman, 2017).
2. Segi Cara Bersaing, adalah cara atau strategi yang dilakukan dalam kegiatan bisnis agar usahanya lebih bagus dan dapat memenangkan persaingan.
3. Objek yang di Persaingkan, adalah bahan yang menjadi patokan pebisnis untuk melakukan persaingan. Beberapa objek agar meningkatkan daya saing dalam bisnis yakni harga, produk, tempat, dan pelayanan (Muhammad, Ismail Yusanto;, 2008).

## **B. Etika Bisnis Islam**

Etika bisnis islam yakni berbagai bentuk perilaku etis sesuai dengan ajaran Islam dengan lebih memperhatikan kehalalan dan keharamannya. Etika bisnis dalam ajaran islam yakni peraturan-peraturan yang ketika melakukan usaha seseorang harus dapat mengetahui hal yang dilarang dan yang dianjurkan (Fakhry Zamzam, 2012).

Beberapa prinsip dasar dalam etika bisnis islam yang harus diterapkan, diantaranya yaitu:

1. Kesatuan (Tauhid/Unity), Prinsip ini merupakan konsep berbentuk vertical yang artinya Allah adalah Tuhan Yang Maha Esa yang



telah menetapkan suatu batasan-batasan tertentu agar manusia sebagai khalifah di dunia dapat mengetahui batasan perilaku yang harus diterapkan.

2. Keseimbangan (Keadilan/Equilibrium), Prinsip keseimbangan yang dimaksud yakni suatu kondisi yang di dalamnya tidak ada pihak manapun yang dirugikan. Prinsip keseimbangan dalam dunia bisnis harus dapat disempurnakan ketika menakar atau menimbang dengan menggunakan neraca yang benar.
3. Kehendak Bebas (Ikhtiyar/Free Will), prinsip kehendak bebas yang dimaksud manusia diberikan kebebasan dalam melakukan tindakan apapun yang dibutuhkan agar memperoleh kesejahteraan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki, namun dalam melakukan kebebasan tersebut di dalam islam telah dibatasi oleh nilai-nilai islam.
4. Tanggung Jawab, hal ini dimaksudkan bahwa manusia tidak hanya harus berani bertanggung jawab dengan segala hal yang telah menjadi pilihannya dihadapan manusia saja, akan tetapi juga harus berani bertanggung jawab dihadapan Allah SWT kelak.
5. Ihsan, Ihsan yakni memiliki arti nilai kebenaran, kejujuran, dan kebajikan. Hal tersebut memberikan dampak positif atau memberikan manfaat kepada orang lain dengan hati yang ikhlas dan tidak ada unsur paksaan (Erly Juliyani, 2016).

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini yaitu menggunakan penelitian kualitatif studi kasus. Studi kasus merupakan sebuah studi kasus penelitian yang memiliki tujuan untuk menguji pertanyaan dan persoalan dalam penelitian, antara konteks dan fenomena tidak dapat dipisahkan di mana suatu fenomena itu terjadi. Harapan digunakannya penelitian ini yakni

agar informasi yang ada dapat diperoleh secara langsung dari informan atau pihak yang terlibat di dalamnya, dengan begitu data yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan karena keakuratannya, dengan studi kasus yang ada diharapkan dapat memberikan cerminan fenomena yang sedang terjadi. Tempat atau lokasi penelitian ini terletak di kawasan Sae Salera Jl. Niaga Pamekasan, Kota Pamekasan, Madura.

Data primer dari penelitian ini diperoleh dari responden langsung sebagai pengumpulan informasi. Responden yang dipilih yakni para penjual usaha kuliner sate dan ketua pengelola, serta beberapa pelanggan sate yang berada di kawasan Sae Salera Jl. Niaga Pamekasan.

Adapun pada data sekunder penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal, artikel, sumber berita, website, serta literatur lainnya yang berkaitan dengan objek pada penelitian ini. Selain itu melihat dari beberapa referensi dengan melakukan kajian pustaka. Data-data yang diperoleh dalam penelitian ini, dikumpulkan melalui beberapa cara yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Setelah data yang dibutuhkan telah terkumpul maka selanjutnya proses menganalisis data. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini melalui tiga tahap yakni : (Pertama), Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, penyempurnaan data, data yang dirasa tidak penting dapat dikurangi dan menambahkan data yang dirasa kurang. (Kedua), Metode penyajian data dilakukan dengan memaparkan atau menjelaskan terkait informasi yang ditemui pada saat melakukan wawancara, observasi langsung di lapangan, serta dokumentasi dalam bentuk gambar ataupun tabel. (Ketiga), Penarikan Kesimpulan yakni tahap dalam merumuskan makna hasil dari dari penelitian yang dituangkan pada suatu kalimat dengan tulisan yang singkat, padan, jelas, dan dapat dipahami.

Untuk mengetahui valid atau tidak suatu instrumen penelitian maka dibutuhkan Uji keabsahan data. Tujuan adanya uji keabsahan data yakni agar mengetahui tingkat kecermatan, ketepatan suatu instrumen pengukuran untuk menjalankan fungsi ukurnya. Teknik keabsahan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu teknik triangulasi. Triangulasi pada penelitian kualitatif dimanfaatkan sebagai pengecekan apakah data tersebut sudah benar-benar murni atau tidak. Hal ini dapat ditemukan melalui hasil wawancara yang mana hasilnya akan dipadukan dengan studi dokumentasi yang ada kaitannya dengan penelitian dan hasil yang telah diamati peneliti. Peneliti menggunakan triangulasi teknik yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data pada objek penelitian yang sama menggunakan metode yang berbeda-beda yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Triangulasi teknik pada penelitian ini dilakukan dengan mengidentifikasi subjek penelitian dengan dilakukannya observasi awal kemudian dilanjutkan wawancara terhadap responden, tujuannya untuk memperoleh informasi yang lebih dalam apabila telah fokus pada penelitian yang sudah ditentukan. Teknik dokumentasi dibuat sebagai pendukung dan menunjukkan keandalan data yang didapat dari beberapa dokumen ini pengusaha milik yang mendukung pengumpulan data.

## **PEMBAHASAN**

### **A. Strategi-strategi Persaingan Usaha yang Dilakukan Pedagang Sate**

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan pada lima belas pedagang sate di Jl. Niaga Pamekasan, sebagian besar pedagang mengatakan bahwa tidak ada diantara mereka yang melakukan kecurangan dalam berdagang, baik kecurangan pada produk atau strategi yang dilakukan, serta tidak ada pedagang yang melakukan persaingan dengan menjatuhkan pedagang lain. Hal ini dapat dilihat

dari beberapa strategi-strategi yang mereka terapkan untuk meningkatkan pelanggan, dan mayoritas dari mereka tidak melakukan strategi yang dilarang oleh islam atau melenceng dari etika bisnis islam. Strategi-strategi dalam persaingan usaha yang dilakukan pedagang sate di Jl. Niaga Pamekasan diantaranya:

1. Memberikan Pelayanan Terbaik

Dalam melakukan aktivitas bisnisnya para pedagang sate di Jl. Niaga Pamekasan memiliki cara tersendiri bagaimana memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Hampir seluruh pedagang sate menerapkan sikap ramah, sopan, bertutur kata baik, menghargai pelanggan, mengucapkan terimakasih ketika telah usai membeli satenya. Selain itu menjadi daya tarik tersendiri apabila seorang pedagang sate dapat mengajak bergurau agar lebih menambah keakraban dengan pelanggan. Dengan demikian pelanggan akan senang dan tidak enggan untuk membelinya kembali. apabila strategi tersebut tetap dipertahankan lambat laun dapat meningkatkan pelanggan.

2. Memberikan Produk Berkualitas

Memberikan produk berkualitas merupakan bentuk strategi yang dilakukan oleh para pedagang sate di Jl. Niaga Pamekasan, mayoritas pedagang sate sangat antusias dalam membuat produk sebaik mungkin dengan menciptakan rasa bumbu yang khas dan memiliki keunikan tersendiri. Walaupun sebagian besar pedagang menjual sate dengan bahan daging yang sama, akan tetapi memiliki perbedaan rasa tersendiri atas bumbu yang digunakan. Daging yang digunakan tentunya berkualitas dan fresh, dengan potongan daging kecil-kecil yang menjadi ciri khas sate Pamekasan yaitu sate lalat. Tidak hanya berkualitas saja, akan tetapi pedagang juga memperhatikan kebersihan atas produk tersebut. Menurut mereka

dengan produk yang berkualitas dan bersih akan membuat pelanggan tidak kapok dan ketagihan atas produk sate yang diberikan.

### 3. Menyediakan Tempat yang Nyaman

Berdasarkan hasil penelitian terkait tempat yang disediakan oleh pedagang sate di Jl. Niaga Pamekasan, menurut mereka hal ini sangat perlu untuk diperhatikan. Menyediakan tempat yang nyaman adalah bentuk strategi untuk menarik pelanggan, pedagang sate di Jl. Niaga Pamekasan telah menyediakan tempat yang layak untuk pelanggan dan hampir seluruh tempat berdagang mereka dibuat bersih, nyaman, dan tidak mengandung unsur kemaksiatan. Mereka sangat memperhatikan hal ini karena dalam berdagang kuliner dibutuhkan tempat yang bersih dan nyaman, sehingga membuat pelanggan merasakan kenyamanan apabila berada di tempat tersebut. Walaupun letak warung sate berdempetan karena terlalu banyaknya pedagang sate di sana, tidak menjadikan pedagang menghentikan strateginya, mereka tetap membuat bagaimana agar tempat mereka berdagang terlihat bersih dan nyaman.

### 4. Pemberian Harga Promo

Memberikan harga promo merupakan salah satu bentuk strategi yang dapat meningkatkan seorang pelanggan. Pelanggan akan merasa tertarik apabila melihat suatu produk dengan harga lebih murah dari biasanya. Salah satu pedagang sate yakni Bapak Yuto menerapkan strategi ini pada setiap satu bulan sekali atas sate yang dijualnya. Bapak Yuto menjual harga sate dengan harga semula Rp. 10.000 kemudian dijual promo menjadi harga Rp. 8000. Bapak Yuto menganggap dengan strategi inilah pelanggan akan sedikit demi sedikit berdatangan dan meningkatkan pelanggan.

Strategi tersebut tidak diterapkan oleh pedagang sate lainnya dan hanya bapak Yuto sendiri yang menerapkan pada kegiatan usahanya. Sehingga dapat dikatakan bahwa strategi yang Bapak Yuto terapkan terlihat lebih unik daripada pedagang sate lainnya.

#### 5. Memperluas Pasar

Strategi memperluas pasar tidak hanya dilakukan dengan membuka cabang warung sate di tempat lain, memperluas pasar di sini juga dapat dilakukan dengan menambah jaringan seperti yang dilakukan oleh Bapak Yuto pada aktivitas bisnisnya dalam berdagang sate. Bapak Yuto tidak hanya menjual sate pada warung yang letaknya di Jl. Niaga Pamekasan saja, akan tetapi beliau memperluas usaha satenya dengan menaruhnya pada aplikasi GO-JEK dan berjualan melalui aplikasi Whatsapp, sehingga pelanggan lebih praktis dan efisien untuk memesan sate Bapak Yuto tanpa harus datang langsung ke Jl. Niaga Pamekasan. Selain itu beliau menjual sate pada acara-acara tertentu atau membuka stan sesuai permintaan pelanggan misalnya pada acara pernikahan, acara pengajian, dan lain-lain .

### **B. Analisis Persaingan Usaha Antar Pedagang Sate dalam Meningkatkan Pelanggan di Jl. Niaga Pamekasan**

#### **1. Objek yang dipersaingan Antar Pedagang Sate**

##### **a. Persaingan Harga**

Berdasarkan hasil data penelitian yang dilakukan setiap pedagang sate yang ada di Jl. Niaga Pamekasan melihat dari kisaran harga yaitu dari harga Rp. 10.000 sampai Rp. 20.000, dan tergantung dari kisaran jumlah satenya, setiap pedagang sate memiliki harga berbeda-beda. Pedagang yang membandrol harga sate tertinggi yakni Bapak Syaiful dari Rp. 15.000/10 tusuk untuk sate ayam, Rp. 20.000 untuk sate kambing dan daging/10 tusuk.

Sedangkan pedagang yang membandrol harga sate paling murah ada tiga pedagang yakni Bapak Nara, Bapak Yuto, dan Bapak Mat, dengan harga Rp. 10.000/20 tusuk untuk semua jenis sate.

Persaingan harga antar pedagang sate di Jl. Niaga Pamekasan cukup ketat, walaupun mereka menjual sate dengan varian sama namun tarif harganya berbeda-beda. Mereka saling bersaing harga agar lebih menarik minat konsumen, akan tetapi belum di temui adanya banting harga, hanya saja terdapat pedagang yang menurunkan harga dengan maksud melakukan promo,

b. Persaingan Produk

Pedagang sate di Jl. Niaga Pamekasan saling bersaing bagaimana produk yang mereka jual memiliki kualitas rasa yang berbeda dari pedagang lain dan banyak diminati oleh konsumen. Bahan baku yang digunakan harus berkualitas baik karena akan berpengaruh terhadap cita rasa sate nantinya. Kelengkapan varian sate juga akan menjadi daya tarik tersendiri oleh konsumen, konsumen dapat memilih sesuai selera masing-masing. Produk yang berkualitas baik dan lengkap akan membuat konsumen tertarik membelinya bahkan tidak kapok untuk membeli lagi produk tersebut. Apabila dibuktikan berdasarkan hasil wawancara dengan pembeli sate bahwa setiap pembeli memiliki langganan tersendiri yang menurut mereka produk sate tersebut paling disukai. Sebagian besar dari pembeli lebih menyukai sate ayam dan sate kambing, serta produk sate yang paling banyak diminati adalah sate Bapak Yuto.

c. Persaingan Tempat

Berdasarkan hasil wawancara pada salah satu pedagang sate di Jl. Niaga Pamekasan menunjukkan bahwa walaupun letak

warung sate di Jl. Niaga Pamekasan berdempetan, persaingan tempat antar pedagang sate berlangsung sehat dan tidak saling berkompetisi ketat. Memang setiap pedagang merasa tempat berdagang satenya ada yang sudah strategis atau kurang strategis, namun warung yang mereka tempati hampir seluruhnya layak, sehat, bersih, dan nyaman. Hal ini tetap harus dipertahankan karena akan berpengaruh terhadap kelancaran usahanya. Sedangkan berdasarkan hasil wawancara dengan pembeli diketahui bahwa masih ditemui beberapa pedagang sate yang kurang memperhatikan kebersihan dari warung mereka. Selain itu pembeli lain mengatakan bahwa pada saat membeli sate dan menikmati nya langsung di warung tersebut, ditemui masih kurang bersih dan kurang nyaman akibat pedagang lupa untuk membersihkan meja tersebut.

d. Persaingan Pelayanan

Pedagang sate di Jl. Niaga Pamekasan hampir seluruhnya memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Bagi pelaku usaha pelayanan baik menjadi suatu keharusan yang perlu diterapkan, karena konsumen akan merasa nyaman dan puas dengan adanya pelayanan terbaik yang diberikan seorang pedagang. Pedagang sate di Jl. Niaga Pamekasan saling melakukan strategi agar pelayanan yang mereka berikan dapat menarik simpati konsumen. Semua konsumen akan senang jika pedagang sate bersikap ramah, lucu, dan suka bergurau, karena hal tersebut dapat membuat pedagang dan konsumen semakin akrab, sehingga tidak enggan untuk menjadi langganan sate.

Terkbukti dengan hasil wawancara kepada pembeli diketahui bahwa dari sekian banyaknya pedagang sate di Jl. Niaga Pamekasan belum ditemui dari mereka yang memberikan



pelayanan buruk atau kurang baik terhadap pembeli, semua pedagang menunjukkan bahwa telah memberikan pelayanan terbaik.

## 2. Perbandingan Pendapatan Para Pedagang Sate

Dalam persaingan usaha antar pedagang sate di Jl. Niaga Pamekasan masing-masing pedagang telah menerapkan strategi untuk meningkatkan pelanggan, hal tersebut dapat dilihat dari pendapatan yang diperoleh masing-masing pedagang sate dalam menjalankan usahanya. Berikut merupakan omset yang diperoleh pedagang sate dalam sehari:

No	Nama Pedagang	Minimal	Maksimal
1	Pak Nara	Rp. 200.000	Rp. 600.000
2	Pak Yuto	Rp. 800.000	Rp. 2.000.000
3	Pak Mat	Rp. 300.000	Rp. 800.000
4	Pak Su	Rp. 800.000	Rp. 1.800.000
5	Pak Nasir	Rp. 500.000	Rp. 1.000.000
6	Pak Dul	Rp. 400.000	Rp. 800.000
7	Pak Suri	Rp. 300.000	Rp. 1.000.000
8	Pak Heri	Rp. 400.000	Rp. 900.000
9	Pak Edi	Rp. 300.000	Rp. 1.000.000
10	Pak Hamid	Rp.400.000	Rp. 1.000.000
11	Ibu Nadia	Rp. 400.000	Rp. 1.000.000
12	Pak Mukmin	Rp. 500.000	Rp. 1.300.000
13	Pak Sugi	Rp.400.000	Rp. 1.000.000
14	Pak Ento	Rp. 300.000	Rp. 900.000
15	Pak Syaiful	Rp. 600.000	Rp. 1.500.000

Berdasarkan tabel tersebut pendapatan yang diperoleh pedagang sate perhari di Jl. Niaga Pamekasan setiap pedagang memiliki pendapatan berbeda-beda. Dapat dilihat dari minimal dan maksimal pendapatan yang diperoleh masing-masing pedagang, diketahui bahwa pedagang yang paling sepi peminat yakni Bapak Nara dengan minimal pendapatan yang diperoleh

sebesar Rp. 200.000 dan maksimal Rp. 600.000 dalam sehari. Sedangkan pedagang yang paling tinggi peminat yakni Bapak Yuto dengan minimal pendapatan sebesar Rp. 800.000 dan maksimal Rp. 2.000.000 dalam sehari.

### **C. Perspektif Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Antar Pedagang Sate di Jl. Niaga Pamekasan**

Berikut merupakan analisis persaingan bisnis pada usaha kuliner sate di Jl. Niaga Pamekasan berdasarkan perspektif etika bisnis islam :

#### **1. Prinsip Tauhid**

Seorang pebisnis yang telah memegang prinsip tauhid senantiasa sadar bahwa segala aktivitas yang dilakukan dalam bisnis harus sejalan dengan aturan yang telah Allah SWT tetapkan. Adapun penerapan prinsip tauhid oleh para pedagang sate diantaranya yang pertama, mereka ikhlas dan pasrah atas rezeki yang Allah berikan dan mereka yakin bahwa setiap orang memiliki rezeki masing-masing yang tidak akan tertukar, sebagai manusia hanya bisa berusaha. Salah satu pedagang sate di Jl. Niaga Pamekasan seperti yang Bapak Ento katakan bahwa menghadapi persaingan usaha sewajarnya saja tanpa perlu khawatir, karena setiap orang memiliki rezeki masing-masing yang tidak akan pernah tertukar.

Kedua yaitu taat atas aturan Allah SWT, hal ini dapat dilihat dari cara mereka ketika menjalankan usaha satenya dengan tetap taat dan berusaha menjalankan semua aturan-aturan yang telah Allah SWT tetapkan. Seperti yang dilakukan pedagang dengan mematuhi aturan-aturan pasar, beberusaha melaksanakan bisnis secara sehat tanpa menjatuhkan pesaing bisnis lainnya, karena mereka yakin dengan berperilaku baik sudah menunjukkan ketaatan dengan tidak melanggar aturan Allah dan setiap

perbuatan yang dilakukan baik dan buruk akan selalu dalam pengawasan Allah SWT. Sehingga dapat dikatakan bahwa para pedagang sate di Jl. Niaga Pamekasan telah sesuai dengan prinsip tauhid di dalam etika bisnis islam.

## 2. Prinsip Keseimbangan

Prinsip keseimbangan dapat ditunjukkan dengan karakter dan perilaku manusia yang seimbang dan adil sehingga tidak ada pihak manapun yang merasa dirugikan. Penerapan prinsip keseimbangan tersebut diantaranya yang pertama, Prinsip keseimbangan seorang pedagang dapat dibuktikan dengan sikap adil yang diberikan terhadap pembeli, yakni tidak membedakan antara pembeli yang miskin dan pembeli yang kaya, mereka tetap memberikan harga, kualitas produk, serta pelayanan yang sama, sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Pedagang sate di Jl. Niaga Pamekasan telah menerapkan sikap adil terhadap pembeli, mereka memberikan kualitas produk, harga, dan pelayanan yang sama dengan tidak membeda-bedakan satu sama lain.

Kedua, Tidak ada kecurangan pada takaran dan kualitas produk yang diberikan. Dalam prinsip adil tidak diperkenankan saling menzalimi satu sama lain. Mayoritas pedagang telah menunjukkan sikap adilnya kepada pembeli seperti pemberian porsi sate yang sesuai dengan takaran penjualan dan memberikan kualitas terbaik kepada pembeli, mereka memahami bahwa kecurangan dalam bisnis adalah perbuatan yang dilarang oleh Allah SWT. Dapat dikatakan bahwa para pedagang sate di Jl. Niaga Pamekasan telah sesuai dengan prinsip keseimbangan di dalam etika bisnis islam.

## 3. Prinsip Kehendak Bebas

Persaingan yang terjadi antar pedagang sate di Jl. Niaga Pamekasan membuat para pedagang sate saling melakukan strategi dengan bebas dalam aktivitas bisnisnya agar dapat menghadapi persaingan usaha. Penerapan prinsip kehendak bebas diantaranya dapat dibuktikan dengan kebebasan berstrategi yang dilakukan oleh para pedagang sate, mereka memiliki strategi masing-masing untuk menarik pelanggan. Seperti melakukan promo atas produknya, memberikan kualitas produk dan pelayanan terbaik kepada pelanggan, menjual produk satenya pada aplikasi jualan online, menerima pesanan dalam jumlah banyak, melakukan penjualan sate pada acara-acara tertentu sesuai permintaan pelanggan. Hal tersebut menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan Bapak Yuto dan para pedagang sate lainnya dapat dilakukan dengan bebas sesuai ide dan cara mereka masing-masing, namun bukan berarti bebas juga melakukan segala cara sehingga dapat merugikan pedagang lain. Seperti strategi banting harga dan penggunaan panglaris yang bisa saja dilakukan oleh siapapun, akan tetapi tidak ditemui pada para pedagang sate di Jl. Niaga Pamekasan yang melakukan hal tersebut.

#### 4. Prinsip Tanggung Jawab

Dalam melakukan aktivitas bisnis seorang pebisnis memiliki tanggung jawab atas perilakunya dalam berbisnis terhadap Allah SWT. Penerapan prinsip tanggung jawab tersebut misalnya Pedagang sate di Jl. Niaga Pamekasan telah menunjukkan sikap tanggung jawab yakni seperti tanggung jawabnya atas produk yang mereka jual. Cara yang dilakukan halal lagi baik, seperti pengelolaan produk dilakukan dengan cara yang benar dan bahan yang digunakan halal, higienis, serta mendatangkan manfaat bagi semua orang yang terlibat dalam kegiatan bisnis. Bentuk sikap

tanggung jawab seorang pedagang sate dapat dilihat dari adanya pedagang sate dengan menyediakan produk berkualitas.

Berbeda dengan apa yang dikatakan oleh Ibu Luluk yang pernah berpengalaman membeli sate di Jl. Niaga Pamekasan bahwa terdapat pedagang yang memberikan fasilitas kurang baik. Beliau mengatakan bahwa terdapat salah satu pedagang memberikan fasilitas yang kurang baik seperti sedotan yang diberikan kepada pelanggan menggunakan sedotan sisa atau bekas orang lain, hal ini selain merugikan pelanggan juga akan berdampak buruk terhadap usaha Sate yang dijalankan.

#### 5. Prinsip Ihsan

Islam sangat menganjurkan melakukan kebajikan dan kejujuran, perilaku jujur yang harus dimiliki oleh semua masyarakat karena jujur merupakan nilai yang paling utama dan unggul. Penerapan prinsip ihsan tersebut diantaranya yang pertama yakni memberikan bentuk pelayanan terbaik. Pedagang sate di Jl. Niaga Pamekasan melakukan prinsip ihsan ini dapat ditunjukkan dengan pelayanan yang mereka berikan kepada konsumen, pedagang melayani konsumen dengan sepenuh hati, menggunakan tutur kata ramah dan sopan, memberikan informasi yang baik kepada konsumen, serta berusaha memasang ekspresi wajah tersenyum saat melakukan transaksi langsung pada konsumen. Tidak hanya transaksi yang dilakukan secara langsung saja, bahkan pedagang yang menjual satanya secara online akan selalu berusaha untuk melayani konsumen dengan sebaik mungkin, mereka membuat konsumen agar merasa puas dengan mengantar orderannya langsung ke alamat konsumen, sehingga konsumen merasa senang.

Kedua yaitu jujur atas setiap transaksi bisnis, Hampir semua pedagang yang melakukan perilaku jujur dan salah satunya seperti yang dikatakan Ibu Nadia bahwa beliau pernah menjual dengan harga lebih mahal dari harga biasanya karena pada saat itu sedang musim hujan dan warung lagi sangat sepi, beliau mengatakan kepada pembeli bahwa warung lagi sepi sehingga terpaksa untuk menjualnya dengan harga lebih mahal, tapi pendapatan malah semakin merosot, hingga akhirnya beliau menjual sesuai harga awal. Dengan demikian patut untuk dicontoh karena beliau memiliki perilaku jujur dalam berbisnis.

## **SIMPULAN**

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.

Sumiyati, Dr.Abdur Rohman: Analisis Persaingan Bisnis Pada Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Pelanggan Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Usaha Bisnis Kuliner Sate Jl. Niaga Pamekasan)

## DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, Yuyun, *Bangkitnya Bisnis Kuliner Tradisional*, Jakarta: Anggota IKAPI, 2008.
- Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Jakarta: PLUS12, 2012.
- Kuncoro, Mudrajad, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Jakarta: Erlangga, 2005.
- Lubis, Andi Fahmi, *Hukum Persaingan Usaha*, Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2017.
- Mujahidin, Akhmad, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Rohman, Abdur, *Manajemen Sumber Daya Insani*, Madura: IKAPI, 2017.
- Rohman Abdur, *Ekonomi Al-Ghazali, Menelusuri Konsep Ekonomi Islam dalam Ihya' Ulum al-Din*, Surabaya: Bina Ilmu, 2010.
- Rohman Abdur, "Analisis Penerapan Akad *Ju'alah* Dalam Multi Level Marketing (MLM) (Studi atas Marketing Plan [www.Jamaher.Network](http://www.Jamaher.Network))", *AL-'ADALAH*, Vol. XIII, No. 2, 2016.
- RM, Puspita, *Cara Laris Jualan Kuliner Via Media Sosial*, Yogyakarta: Laksana, 2017.
- Yusanto, Muhammad Ismail, Widjajakusuma Muhammad Karebet, *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani, 2008.
- Zamzam, Fakhry, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, Yogyakarta: Anggota IKAPI, 2012.
- Iskandar Dadang, "Persaingan Sehat Dunia Usaha Di Indonesia dalam Hubungannya dengan Sistem Ekonomi Syariah", *Jurnal YUSTISI*, Vol. 3, No. 1, 2016.
- Juliyani Erly, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam", *Jurnal Ummul Qura*, Vol. VII No. 1, 2016.
- Latif, Abdul, "Etika Persaingan dalam Usaha Menurut Pandangan Islam", *Islamic Econom Journal*, Vol. 3, No. 2, 2017.
- Novizaz, Arina, Gunawan Andri, "Studi Kasus Analisa Ekonomi atas Hukum Tentang Hukum Anti Monopoli dan Persaingan Usaha", Vol. II, No. 1, 2017.
- Wawancara dengan (Pedagang Kuliner Sate di Jl. Niaga Pamekasan) dilakukan pada tanggal 1 Maret 2022.

Wawancara dengan Bapak Dodi (Ketua Pengelola Kawasan Jl. Niaga Pamekasan) dilakukan pada tanggal 5 Maret 2022.

Wawancara dengan Ibu Luluk (Pelanggan Sate di Jl. Niaga Pamekasan) dilakukan pada tanggal 5 Maret 2022.