



Persaingan Usaha Payet Perspektif Etika Bisnis Islam: Studi Kasus di Kecamatan Maros Baru

Salfika Salfika*, Andi Herawati, Septy Herviani

Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Makassar, Indonesia

ARTICLE INFO

Article History:

Received : 21/12/2023

Revised : 23/1/2024

Accepted : 27/1/2024

Keywords:

Persaingan usaha;
Payet;
Etika;
Bisnis Islam;

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) Bentuk Persaingan Usaha Payet di Kecamatan Maros Baru, (2) Persaingan Usaha Payet di Kecamatan Maros Baru Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan sosial dan ekonomi Islam. Sumber data primer terdiri atas informan yaitu pengusaha dan pekerja payet di Kecamatan Maros Baru. Sumber data sekunder diambil dari berbagai buku, jurnal serta karya ilmiah sebagai landasan teori. Data dikumpulkan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif yaitu Reduksi data dan penarikan kesimpulan. Uji Kebasahan data menggunakan teknik triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan sebagai berikut : (1) Terdapat dua bentuk persaingan pada usaha payet di Kecamatan Maros Baru. Pertama, ditinjau dari segi objek yang dipersaingan terdiri dari empat yaitu persaingan produk, harga, tempat, dan pelayanan. Kedua, persaingan dalam mempertahankan kesejahteraan Karyawan. (2) Persaingan para pengusaha payet di Kecamatan Maros Baru telah sesuai dengan etika berbisnis dalam Islam, meskipun beberapa diantaranya belum mengetahui dan memahami etika bisnis Islam tetapi dalam menjalankan bisnisnya sudah menerapkan prinsip *siddiq*, *amanah*, *tabligh* dan *fathanah*. Sehingga menciptakan persaingan yang sehat tanpa ada unsur seperti penipuan, *gharar*, dan lain sebagainya.

PENDAHULUAN

Perekonomian memegang peranan penting dalam menjamin terpenuhinya kebutuhan sehari-hari umat manusia seperti kebutuhan sandang, pangan, maupun papan. Dengan kebutuhan manusia yang beragam, menyebabkan kecenderungan manusia untuk memenuhi hajat hidupnya. Karena itu, bagian ekonomi seakan menjadi bagian integral dari kehidupan manusia, dan bahkan tingkat ekonomi dapat digunakan sebagai ukuran tingkat pencapaian setiap individu.

Karena manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat memenuhi kebutuhannya sendiri tanpa bantuan orang lain, maka bisnis sangatlah penting. Karena peraturan yang mengatur urusan muamalah tidak dapat dipisahkan dari bisnis, maka bisnis pada hakikatnya merupakan bagian dari muamalah.

Realitas bisnis yang mengabaikan prinsip moral mendorong wacana pemikiran etika bisnis. Bagi sebagian orang, bisnis adalah ajang mencari keuntungan sebesar-besarnya, karena itu sebagian orang akan menghalalkan segalanya untuk itu. Akibatnya, mereka beranggapan bahwa prinsip moral tidak dapat diterapkan dalam bisnis. Ada beberapa orang yang percaya bahwa etika dan bisnis dapat disatukan. Menurut kelompok ini, etika berfungsi sebagai dasar untuk setiap tindakan manusia dalam setiap aspek kehidupannya termasuk dalam bisnis.

*Corresponding Author: Salfika Salfika, salfika@gmail.com

ISSN: 0000-0000 | © 2023 FAI UIM | Published by Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Makassar, INDONESIA.

This is open access article under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license.

Dalam menjalankan suatu usaha, pelaku bisnis harus berpegang pada prinsip *siddiq, fatanah, amanah, dan tabligh* seperti yang diajarkan Nabi Muhammad SAW. Etika bisnis Islam juga sangat menekankan menjunjung tinggi nilai-nilai keadilan, kejujuran, dan kepercayaan timbal balik.

Tingkat persaingan yang ketat di sektor bisnis, para pedagang dan pengusaha harus dapat melaksanakan kegiatan pemasaran mereka dengan lebih efektif dan efisien. Karena itu seringkali terjadi persaingan tidak sehat pada para pengusaha yang hanya mementingkan keuntungan diri sendiri atau kelompoknya sehingga menimbulkan kerugian bagi pengusaha lain. Pengusaha bersaing secara tidak sehat karena berbagai alasan, termasuk prinsip dan pendekatan/cara yang berbeda dalam menjual produknya. Secara hukum hal ini juga secara tegas dilarang, tepatnya pada UU No.5 Tahun 1999, yang melarang monopoli dan persaingan usaha tidak sehat

Dalam kasus ini, peneliti tertarik untuk meneliti dalam lagi tentang persaingan usaha dalam bisnis jasa pemasangan payet (manik-manik) pada pakaian adat di Kecamatan Maros Baru, yang merupakan salah satu bisnis dimana banyak masyarakat yang berkecimpung terutama kalangan ibu rumah tangga yang mempunyai keahlian khusus. Sebagian besar dari mereka bahkan menganggap kegiatan pemasangan payet ini sebagai pekerjaan sampingan bagi ibu rumah tangga.

Beberapa desa di Kecamatan Maros Baru terkenal dengan kampung payet diantaranya yaitu desa Mattirotasi dan desa Majannang, yang dikenal dengan kerajinannya dalam hal fashion pemasangan payet pada pakaian adat. Hal tersebut tak lain karena di desa tersebut banyak perintis usaha jasa pemasangan payet. Karena itu juga menyebabkan persaingan dalam usaha tersebut sangat ketat dimana para pemilik usaha masing-masing memiliki cara tersendiri untuk melakukan persaingan. Dengan adanya persoalan tersebut, maka penulis tertarik melakukan penelitian mengenai :

1. Bagaimana Bentuk Persaingan Pada Usaha Payet di Kecamatan Maros Baru?
2. Bagaimana Persaingan Usaha Payet di Kecamatan Maros Baru dalam Perspektif Etika Bisnis Islam?

METODE

Penelitian kualitatif adalah pendekatan metodologis yang digunakan dalam penelitian ini. Pendekatan dalam melakukan penelitian yang terfokus pada fenomena atau gejala alam disebut penelitian kualitatif. Kemampuan dan ketajaman peneliti dalam menyelidiki fenomena tersebut akan menentukan maknanya.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Maros Baru yang terletak di wilayah Kabupaten Maros, Provinsi Sulawesi Selatan. Kelurahan Baju Bodoa merupakan ibu kota dari kecamatan ini yang memiliki jarak 2 km dari pusat pemerintahan dan ibu kota Kabupaten Maros yaitu kota Turikale. Penelitian dilaksanakan selama kurang lebih 2 bulan sejak Mei 2023 sampai Juni 2023.

Berdasarkan rumusan masalah dari latar belakang peneliti, yang menjadi subjek dari penelitian ini yaitu pemilik usaha dan pekerja payet di Kecamatan Maros Baru. Berfokus pada bagaimana persaingan usaha payet dalam perspektif etika bisnis Islam.

Terfokus pada penelitian kualitatif kita dapat menggunakan teknik yang dapat digunakan dalam mengumpulkan data penelitian yang relevan dan benar-bener nyata, yaitu dengan teknik triangulasi data (observasi, wawancara dan dokumentasi). Upaya penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terus menerus selama berada di lapangan. Kemudian berusaha menetapkan teknik analisis data yang cocok untuk

penelitian ini, kemudian ditentukan teknik yang digunakan ialah triangulasi data artinya menggunakan berbagai sumber data, teori, metode dan investigator agar informasi yang dapat disajikan secara konsisten.

Kemudian ditentukan teknik yang digunakan ialah triangulasi data artinya menggunakan berbagai pendekatan dalam melakukan penelitian. Artinya, dalam penelitian kualitatif peneliti dapat menggunakan berbagai sumber data, teknik dan waktu agar informasi yang disajikan konsisten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang dilakukan di Kecamatan Maros Baru, khususnya di Desa Mattirotasi memperoleh hasil penelitian berupa data kualitatif. Data kualitatif yang diperoleh bertumpu pada triangulasi data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi yang didapatkan.

1. Bentuk Persaingan Pada Usaha Payet di Kecamatan Maros Baru

Pada umumnya terkait persaingan para pengusaha payet ini masing-masing memiliki strategi dan cara tersendiri baik untuk menggaet customer maupun pekerja. Berbagai upaya serta cara mereka lakukan untuk memenangkan persaingan. Persaingan pada usaha payet di Kecamatan Maros Baru tergolong cukup sengit dikarenakan banyak masyarakat yang berkecimpung dalam usaha ini.

Teknik yang pertama yang dilakukan yaitu observasi, berdasarkan hasil observasi awal peneliti, peneliti melihat terdapat persaingan yang cukup ketat diantara para pengusaha payet yang ditinjau dari objek yang dipersaingan seperti kualitas produk yang pada umumnya sama, harga, tempat dan pelayanan.

Teknik kedua yang dilakukan yaitu wawancara. Wawancara dilakukan dikarenakan sesuatu yang sangat mudah untuk mendapatkan suatu informasi terhadap seseorang atau kelompok. Wawancara juga akan memudahkan penanya dalam menjelaskan pertanyaan kepada narasumber sehingga dapat memungkinkan narasumber menjawab pertanyaan sesuai dengan yang diinginkan. Itulah mengapa tahap wawancara dalam suatu penelitian itu sangat penting dilakukan. Hasil wawancara mengenai bentuk persaingan pada usaha payet di Kecamatan Maros Baru terbagi menjadi dua yakni persaingan yang ditinjau dari objek yang dipersaingan : Pertama, karena produk pada usaha payet yang pada umumnya serupa maka para pengusaha payet ini meningkatkan maupun memperbaiki kualitas dari produk yang mereka buat; Kedua, penentuan harga produk didasarkan pada biaya dan kualitas produk; Ketiga, para pengusaha payet ini memberikan tanggapan yang serupa bahwasanya tempat tidak begitu berpengaruh dalam memenangkan persaingan; Keempat, bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan berhubungan erat dengan keuntungan yang akan diperoleh serta ketertarikan pelanggan. Adapun persaingan lainnya yakni dalam mempertahankan kesejahteraan karyawan, yang mana hal ini wajar terjadi dalam dunia bisnis terutama ketika persaingan ketat karena itu para pengusaha payet berusaha memperlakukan pekerjanya sebaik mungkin yang tentunya juga akan menciptakan peningkatan terhadap kinerja karyawan.

Teknik ketiga yang dilakukan adalah dokumentasi. Berdasarkan hasil dokumentasi dapat dilihat peneliti melakukan wawancara kepada konsumen maupun produsen dengan memberikan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan persaingan para pengusaha payet. Sesuai gambar di bawah ini.



(a)



(b)

Gambar ini merupakan sebuah kegiatan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti. Deskripsi penjelasan gambar; (a) wawancara dengan usaha payet; (b) proses saat ingin melakukan wawancara dengan pekerja payet.

2. Persaingan Usaha Payet Perspektif Etika Bisnis Islam di Kecamatan Maros Baru

Islam membolehkan berbagai pendekatan untuk menarik pelanggan, selama itu tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Jika tujuan suatu usaha atau kegiatan penjualan adalah untuk menjunjung tinggi nilai-nilai agama dan mencari keridhaan Allah dan bukan sekedar mengejar keuntungan, maka hal tersebut dapat dikatakan memiliki nilai ibadah. Penerapan etika dalam berbisnis dapat menjadi pedoman yang tepat dalam menghadapi persaingan, baik persaingan dalam bentuk harga, produk, pelayanan, maupun tempat.

Persaingan yang dilakukan oleh para pengusaha payet di Kecamatan Maros Baru telah sesuai dengan kode etik berbisnis dalam Islam seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW yaitu prinsip *siddiq*, *amanah*, *tabligh* dan *fathanah*.

Pertama, *siddiq* yang berarti benar, jujur. Prinsip ini terwujud dalam sikap para pengusaha payet ketika menawarkan maupun melayani pelanggan. Misalnya sebelum melakukan transaksi dengan pelanggan, mereka selalu menyampaikan informasi terkait produknya apa adanya tanpa melebih-lebihkan apalagi membandingkan dengan produk pesaing untuk menunjukkan keunggulan produknya, jujur akan kualitas produk, serta jujur terkait harga.

Kedua, *amanah* yang berarti tanggung jawab, kredibilitas, dan dapat dipercaya. Pengimplementasian amanah dalam persaingan akan membuat persaingan menjadi sehat. Karena itu ketika menjalankan bisnis para pengusaha payet di Kecamatan Maros Baru mencerminkan *amanah* bisnisnya pada kualitas produk serta penentuan harga. (1) kualitas produk. Para pengusaha payet ini untuk memenangkan persaingan lebih fokus pada bagaimana mereka meningkatkan kualitas produk, tanpa mengorbankan pesaing lain mereka juga meningkatkan produk dengan menjadikan sosial media untuk menemukan referensi. (2) Harga. Praktik penentuan harga oleh para pengusaha payet ini berdasarkan kesepakatan dan tanpa adanya monopoli, meskipun tidak ada kompromi dalam harga tapi para pengusaha payet ini tidak pernah membanting harga untuk menggaget pelanggan terutama menjatuhkan pesaingnya.

Ketiga, *tabligh* yang berarti *komunikatif* dan *argumentatif*. Pentingnya penerapan sifat *tabligh* dalam menjalankan bisnis karena akan menjadikan perusahaan lebih kompetitif (daya saing meningkat) khususnya dalam memikat pelanggan dengan menyajikan pernyataan yang akurat, relevan dan meyakinkan. Berdasar pada pernyataan informan, para pengusaha payet di Kecamatan Maros Baru sudah menerapkan sifat *tabligh* dalam menjalankan usahanya. Hal ini terletak pada ketertarikan pelanggan untuk membeli maupun memesan barang, yang mana hal tersebut tidak terlepas pada

bagaimana kemampuan komunikasi para pelaku usaha tersebut dalam melayani maupun memasarkan produknya, yang tentunya terlepas dari adanya unsur kebohongan dan menjatuhkan pesaing lain.

Keempat, *fathanah* yang berarti intelektual, cakap, cerdas, dan bijaksana. Menerapkan sifat *fathanah* dalam bisnis berarti memanfaatkan seluruh sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan tertentu serta menilai situasi persaingan dan potensi perkembangan di masa depan. Para pengusaha payet di Kecamatan Maros Baru mengimplikasikan sifat *fathanah* ketika melakukan segala aktivitas bisnisnya terutama dalam mengembangkan usahanya, hal itu tentu saja berpengaruh dalam memenangkan persaingan karena dengan kecerdasan intelektual, kreativitas dan keahlian yang dimiliki kita dapat menciptakan berbagai inovasi sesuai bisnis yang dijalankan agar dapat bersaing di pasaran.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap persaingan usaha payet dari perspektif etika bisnis Islam, peneliti sampai pada kesimpulan berikut :

1. Persaingan oleh para pemilik usaha payet di Kecamatan Maros baru jika ditinjau dari objek yang dipersaingkan terbagi menjadi 4 yaitu persaingan produk, persaingan harga, persaingan tempat dan persaingan pelayanan. Pertama, karena pengusaha payet bersaing dalam lini produk maka kualitas menjadi pertimbangan pertama apabila berbicara mengenai produk. Kedua, persaingan dalam harga bersifat tertutup atau rahasia artinya mereka menentukan harga masing-masing dengan berpatokan pada biaya produksi serta sistem tawar menawar. Ketiga, persaingan terkait tempat oleh para pelaku usaha payet di Kecamatan Maros Baru tidak terjadi karena tempat tidak begitu berpengaruh pada usaha payet dikarenakan pemasaran dilakukan secara online. Keempat, persaingan pelayanan dengan upaya memenangkan persaingan yang para pelaku usaha payet lakukan adalah dengan bersikap ramah, sopan, sabar, komunikatif, jujur, dan sebagainya. Kemudian dari hasil observasi peneliti menemukan bahwa pekerja juga merupakan hal yang dipersaingkan oleh para pengusaha payet di Kecamatan Maros Baru yang disebabkan oleh minimnya pekerja payet.
2. Para pengusaha payet di Kecamatan Maros Baru sudah menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan usahanya termasuk ketika bersaing yakni berdasar pada prinsip dasar etika bisnis islam yang dicontohkan Rasulullah ketika berdagang yaitu prinsip *siddiq*, *amanah*, *tabligh* dan *fathanah*. Dengan menerapkan prinsip-prinsip tersebut tentu akan menjadikan persaingan diantara para pelaku usaha menjadi positif dan berkah karena sesuai dengan ajaran Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyani, Utari Evi. Strategi Bersaing dalam Berbisnis Secara Islam. *Jurnal at-Tijarah*, Vol.2 No.1 (2016).
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang : UIN-Malang Press, 2007).
- K Bertens. *Etika* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka, 2000).

Puspitasari, Ira. Analisis Praktik Etika Bisnis Islam (Studi kasus Pasar Leuwiliang). *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Vol. 3 No. 1 (2009).

Trisnawati Eva, dkk. Implementasi Etika Berdagang Dengan sifat Siddiq, Tabligh, Amanah, Fathanah Pada Waroeng Steak and Shake Cabang Boulevard Makassar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 4, No. 3 (2021).

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung : Afabeta, 2019).