

Implementasi Etika dalam Bisnis Islam terhadap Persaingan Usaha Pelaku UMKM di Pasar Senggol Kota Pare-Pare

A. Melantik Rompegading¹, Lukman², Rais³, Shadri⁴

^{1,2,3} Universitas Sawerigading Makassar, Jl. Kande No.127, Bontoala Tua, Kec. Bontoala, Kota Makassar, Sulawesi Selatan
melantikrompegading.unsa@gmail.com

Abstract

This study aims to examine the implementation of ethics in Islamic business towards business competition of MSME actors in Senggol Market, Pare-pare City by focusing on the formulation of the problem about, 1. What is the form of buying and selling activities of MSME actors in Senggol Market, Pare-pare City? 2. What influences the implementation of Islamic business ethics towards MSME actors in Senggol Market, Pare-pare City? This study was conducted using a field research approach through the process of collecting, processing, presenting, and analyzing data in order to reveal the truth of knowledge scientifically, so as to produce valid findings. This method is designed to provide accurate answers to the problems studied. In analyzing the issues discussed, the author utilizes the implementation theory and the theory of Islamic business ethics. The results of this study indicate that the buying and selling activities carried out by MSME actors in Senggol Market, Parepare City can be seen from the aspects of product, price, and service. In addition, there are four main competition factors that occur in this area, namely competition in products, prices, locations, and services. The implementation of Islamic business ethics is measured based on several principles, namely the principles of monotheism, honesty, freedom of will, and responsibility. Most MSME actors have implemented these principles, although there are still some who have not fully implemented them.

Keywords: Implementation, Islamic Business Ethics, Business Competition, MSMEs

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji implementasi etika dalam bisnis Islam terhadap persaingan usaha pelaku UMKM di Pasar Senggol Kota Pare-pare dengan berfokus pada rumusan masalah tentang, 1. Bagaimana bentuk kegiatan jual beli pelaku UMKM di Pasar Senggol Kota Pare-pare? 2. Apa yang mempengaruhi implementasi dalam etika bisnis Islam terhadap pelaku UMKM di Pasar Senggol Kota Pare-pare? Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan penelitian lapangan (field research) melalui proses pengumpulan, pengolahan, penyajian, dan analisis data guna mengungkap kebenaran suatu pengetahuan secara ilmiah, sehingga menghasilkan temuan yang valid. Metode ini dirancang untuk memberikan jawaban yang akurat terhadap permasalahan yang diteliti. Dalam menganalisis isu yang dibahas, penulis memanfaatkan teori implementasi serta teori etika bisnis Islam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas jual beli yang dilakukan oleh pelaku UMKM di Pasar Senggol Kota Parepare dapat dilihat dari aspek produk, harga, dan pelayanan. Selain itu, terdapat empat faktor persaingan utama yang terjadi di area ini, yaitu persaingan dalam produk, harga, lokasi, dan pelayanan. Penerapan etika bisnis Islam diukur berdasarkan beberapa prinsip, yakni prinsip tauhid, kejujuran, kebebasan kehendak, dan tanggung jawab. Sebagian besar pelaku UMKM telah mengimplementasikan prinsip-prinsip tersebut, meskipun masih ada beberapa yang belum sepenuhnya menerapkannya.

Kata kunci: Implementasi, Etika Bisnis Islam, Persaingan Usaha, UMKM

Copyright (c) 2024 A. Melantik Rompegading, Lukman, Rais, Shadri

✉ Corresponding author: A. Melantik Rompegading

Email Address: melantikrompegading.unsa@gmail.com (Jl. Kande No.127, Bontoala, Kota Makassar, Sulsel)

Received 03 November 2024, Accepted 19 November 2024, Published 25 November 2024

PENDAHULUAN

Islam menjadi dasar kehidupan manusia, baik di dunia maupun di akhirat. Meskipun kehidupan dunia bersifat sementara, kehidupan ini merupakan waktu untuk mempersiapkan bekal menuju kehidupan akhirat yang abadi. Kehidupan yang akan datang mengajarkan manusia untuk membangun hubungan yang baik dengan Allah SWT, dengan sesama manusia, dan dengan alam ciptaan-Nya.

Dalam usaha memenuhi bekal untuk dunia dan akhirat, manusia perlu memenuhi kebutuhan hidupnya. Selain kebutuhan spiritual, manusia juga membutuhkan pemenuhan kebutuhan fisik.

Kebutuhan rohani adalah kebutuhan yang berhubungan dengan ketenangan batin dan pikiran seseorang. Di sisi lain, kebutuhan jasmani lebih berfokus pada aspek fisik manusia dan hal-hal yang diperlukan untuk keberlangsungan hidup di dunia. Oleh karena itu, masyarakat harus bekerja keras untuk memenuhi kebutuhan fisiknya agar Masyarakat dapat menghidupi dirinya sendiri. Meskipun pada hakikatnya Allah SWT yang mengatur kehidupan, namun Allah SWT tidak akan mengubah kehidupan umat-Nya kecuali mereka yang mau berusaha.

Manusia pada dasarnya diciptakan dengan berbagai sifat yang dimilikinya. Ciri-ciri tersebut merupakan sifat ketergantungan dengan komunitasnya. Ciri ini didasarkan pada kenyataan bahwa manusia tidak dapat memenuhi kebutuhannya sendiri tanpa keterlibatan dan bantuan orang lain. Oleh karena itu, Allah SWT menanamkan naluri dalam diri manusia untuk membangun hubungan dengan sesamanya: berbisnis, sewa-menyewa, pinjaman dan lainnya. Dalam kaitan ini, Islam mengatur tentang hubungan-hubungan, baik itu hubungan antara seseorang dengan Tuhannya, maupun hubungan makhluk dengan sesamanya, baik sosial, politik, ekonomi, perdata, pidana dan sebagainya.

Masalah muamalah terus tumbuh di dalam kehidupan masyarakat, namun dalam perkembangannya sangat penting untuk diperhatikan dan dikendalikan agar tidak memunculkan kesulitan, ketidakadilan, paksaan dari beberapa pihak, sehingga prinsip muamalah dapat terlaksana. Dalam Islam, muamalah sendiri cakupannya sangat luas, yang terpenting dalam muamalah adalah tidak ada pihak yang dirugikan, sehingga kedua belah pihak menikmati manfaat yang sama. Dengan demikian, akan tercipta kehidupan yang tertib dan menjadi wadah untuk mempererat silaturahmi. Hal ini juga memastikan bahwa hak setiap individu terjaga dan segala urusan dapat berjalan dengan lancar dan teratur untuk melindungi kepentingan masyarakat.

Perdagangan telah memainkan peran penting dalam kehidupan sosial dan ekonomi manusia sepanjang sejarah, memengaruhi berbagai aspek kehidupan. Keberhasilan, kemajuan, dan manfaat dari suatu bisnis sangat bergantung pada keikhlasan dan keteguhan hati para pelakunya. Bisnis sendiri merupakan aktivitas yang berfokus pada sektor ekonomi. Antara bisnis dan masyarakat terdapat hubungan yang erat dan saling bergantung. Sebagai sistem utama, masyarakat menempatkan bisnis sebagai subsistem yang penting. Hubungan antara ekonomi dan masyarakat melibatkan proses serta pola interaksi yang bersifat timbal balik dan saling memengaruhi.

Pada dasarnya tujuan penerapan kaidah syariat Islam dalam muamalah khususnya dalam dunia usaha adalah untuk memperoleh penghasilan (rizki) yang berkah dan mulia. Allah SWT mengingatkan kita bahwa hal ini menjamin keberlangsungan hidup semua makhluk, baik yang kecil maupun besar, termasuk hewan di laut dan di darat. Allah juga mengetahui keberadaan setiap makhluk, tempat mereka menyimpan makanan, lokasi mereka beristirahat, serta tempat tinggal mereka.

Islam mengajarkan bahwa bisnis atau perdagangan harus dilakukan dengan beretika. Dalam kegiatan berbisnis, etika menjadi hal yang sangat penting, dan salah satu prinsip dasar dalam praktik

bisnis adalah adanya kesepakatan bersama antara pihak-pihak yang terlibat. Rasulullah SAW secara khusus menganjurkan para pelaku usaha untuk bertransaksi secara suka rela dan saling menguntungkan. Sebaliknya, segala bentuk kecurangan dalam perdagangan, terutama di pasar, dilarang keras. Keuntungan yang diperoleh dengan cara yang tidak benar tidak hanya merugikan orang lain tetapi juga dapat berdampak negatif pada perusahaan itu sendiri. Masyarakat yang merasa dirugikan atau tertipu oleh barang yang diperjualbelikan cenderung kecewa, karena hak mereka telah dilanggar. Akibatnya, pembeli mungkin enggan untuk kembali membeli produk atau jasa yang ditawarkan dalam aktivitas bisnis tersebut.

Banyak pedagang yang masih kurang menyadari pentingnya etika dalam mengelola usaha mereka. Selain itu, tekanan persaingan seringkali membuat pedagang atau pengusaha mengabaikan prinsip etika bisnis yang seharusnya diterapkan. Persaingan dianggap ideal jika sesuai dengan kesepakatan pasar atau kesepakatan bersama antar pelaku ekonomi. Islam telah mengatur hal ini agar tidak ada pihak yang dirugikan. Penetapan harga dalam persaingan sebaiknya didasarkan pada kesepakatan yang adil, sehingga tidak merugikan pedagang, pembeli, maupun pemangku kepentingan lainnya.

Pasar senggol adalah salah satu tujuan wisata Kota Parepare. Dimalam hari lebih dikenal dengan pasar malam yang juga menyediakan berbagai macam jenis kuliner. Dipagi hari, masyarakat juga senang berkunjung di pinggir pantai, selain untuk berenang juga sebagai tempat untuk berburu kuliner. Selain menjadi tempat berburu kuliner, Keberadaan pelaku UMKM yang hampir secara keseluruhan memiliki usaha yang sama yaitu makanan dan pakaian, tidak menutup kemungkinan terjadinya persaingan usaha. UMKM dianggap berpotensi besar memicu pertumbuhan ekonomi masyarakat (Yasmita et al., 2025).

Persaingan dalam dunia bisnis merupakan suatu fenomena yang umum terjadi dalam dunia bisnis. Etika bisnis Islam adalah aspek yang harus dimiliki oleh setiap pengusaha. Karena pada dasarnya masih banyak yang mengesampingkan etikadan hanya berfokus pada laba usaha. Ajaran agama Islam, mengajarkan bahwa etika bisnis islam harus diterapkan dalam sebuah kegiatan usaha. Hal ini karena Ketika manusia menjalankan bisnis atau usahanya yang paling penting adalah memperhatikan etika dan tidak sekedar mencari keuntungan melalui kegiatan bisnis. Dalam pelaksanaan ekonomi, keseimbangan tanggung jawab dan kewajiban harus ditegakkan untuk melindungi dan menyetarakan semua orang. Dalam Islam, nilai-nilai etika seperti kejujuran, keadilan, dan keterbukaan merupakan prinsip mendasar yang menjadi tanggung jawab setiap pelaku usaha. Nilai-nilai ini mencerminkan keimanan umat Islam kepada Allah SWT.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan teoritis atau konseptual yang merujuk pada berbagai sumber, seperti buku, artikel jurnal ilmiah, dan peraturan perundang-undangan. Jenis penelitian yang diterapkan adalah Penelitian Lapangan (Field Research),

yaitu studi di lapangan yang bertujuan mengungkap fakta-fakta terkait perilaku masyarakat tertentu dan realitas di sekitarnya. Penelitian deskriptif kualitatif dilakukan dengan mengumpulkan data untuk memahami dan menafsirkan fenomena yang terjadi dalam suatu lingkungan alami. Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama, dan hasilnya lebih berfokus pada pemahaman makna dibandingkan dengan generalisasi. Pendekatan naturalistik sering digunakan oleh para ilmuwan untuk memahami fenomena tertentu. Penelitian kualitatif tidak melibatkan analisis statistik, melainkan berfokus pada pengumpulan, analisis, dan interpretasi data.

HASIL DAN DISKUSI

Bentuk Kegiatan Jual Beli Pelaku UMKMDi Pasar Senggol Kota Pare-pare

Dari Segi Produk

Keberadaan pelaku UMKM di Pasar Senggol Kota Pare-pare secara keseluruhan memiliki kesamaan usaha yang sama yaitu makanan dan minuman, hal itu yang memungkinkan terjadinya persaingan usaha. Dari segi produk, pelaku UMKM yang menjual di malam hari hampir keseluruhan menjual makanan seperti, Nasi goreng, Bakso, Mie ayam, Mie kuah, dan lain-lain. Sedangkan, di pagi hari menjual seperti Bubur ayam, Bubur kacang hijau, Nasi kuning, dan masih banyak lainnya. Adapun penulis melakukan wawancara dengan beberapa pelaku UMKM di Pantai Senggol Kota Parepare.

Dari Segi Harga

Harga adalah sejumlah uang yang ditetapkan oleh perusahaan sebagai imbalan atas barang atau jasa yang diberikan, serta berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Menurut Swastha, harga adalah jumlah uang (dan mungkin tambahan produk) yang diperlukan untuk memperoleh kombinasi barang dan layanan tertentu. Dari definisi ini, dapat dipahami bahwa harga yang dibayar oleh pembeli sudah termasuk layanan yang diberikan oleh penjual. Selain itu, penjual juga menetapkan harga dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan.

Dari Segi Pelayanan

Salah satu cara untuk memperoleh pelanggan tetap adalah dengan memberikan pelayanan yang memuaskan. Pelayanan yang baik menjadi kewajiban bagi pedagang dalam mempromosikan produk mereka. Pedagang percaya bahwa dengan memberikan pelayanan yang ramah dan berkualitas, pembeli akan merasa puas dan nyaman. Pelayanan sendiri adalah suatu aktivitas atau manfaat yang diberikan oleh satu pihak yang tidak berbentuk fisik dan tidak menciptakan hak milik. Secara umum, pembeli lebih cenderung memilih untuk berinteraksi dengan pedagang yang memberikan pelayanan yang baik. Penulis juga melakukan wawancara dengan pelaku UMKM untuk memahami bagaimana mereka memberikan pelayanan ketika ada pembeli yang datang untuk makan.

Hal Yang Mempengaruhi Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pelaku UMKM Di Pantai Senggol Kota Pare-pare

Pasar Senggol merupakan salah satu tempat pusat keramaian yang ada di kota Pare-pare, hal itu

dikarenakan tempatnya yang cukup strategis yang berada di tengah kota dan dekat dengan Pelabuhan Nusantara Kota Parepare. Hal tersebut yang membuat banyaknya pengusaha yang berlomba-lomba untuk berjualan di Pasar Senggol, khususnya penjual makanan. Maka dari itu, Pasar Senggol memiliki pengaruh yang cukup besar pada pelaku UMKM karena menjadi tempat untuk membangun dan mengembangkan usaha demi memenuhi kebutuhan hidup mereka sehari-hari.

Pasar Senggol dapat dikatakan salah satu ikon di Kota Parepare karena tempatnya yang selalu ramai. Pantai Senggol merupakan tempat berburu kuliner yang paling banyak diminati oleh masyarakat kota Parepare, selain itu banyak juga masyarakat dari luar kota Parepare yang berkunjung untuk menikmati keindahan pantai sambil makan di pinggir pantai Pasar Senggol Kota Parepare. Banyaknya jajanan kuliner membuat banyak masyarakat yang berkunjung di Pantai Senggol. Pengunjung yang ingin makan tinggal memilih di mana mereka mau masuk untuk makan.

Jumlah pedagang yang menjual produk serupa menyebabkan terjadinya persaingan dalam dunia usaha. Persaingan usaha adalah kompetisi antara pelaku bisnis untuk menarik konsumen dengan menawarkan produk berkualitas baik dan harga yang bersaing. Persaingan ini mendorong pengusaha untuk menghasilkan barang dengan kualitas terbaik dan biaya yang seefisien mungkin, agar perusahaan dapat meraih keuntungan. Salah satu contoh persaingan ini dapat dilihat di Pasar Senggol, yang melibatkan lima aspek berikut:

1. Persaingan Produk,
2. Persaingan Harga,
3. Persaingan Tempat,
4. Persaingan Pelayanan.

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang baik sangat penting dalam proses jual beli. Pedagang yang baik akan memberikan pelayanan yang memadai kepada pembeli, sesuai dengan ajaran Islam, seperti bersikap ramah, jujur, dan berbicara dengan sopan. Islam menekankan betapa pentingnya pelayanan dalam bisnis. Oleh karena itu, bisnis dapat berjalan dengan sukses dan berkembang jika didukung oleh pelayanan yang baik. Beberapa pedagang yang saya temui di Pantai Pasar Senggol Kota Parepare telah memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pembeli. Selain itu, beberapa dari mereka juga memberikan bonus kepada pelanggan yang sering datang untuk makan di tempat mereka.

KESIMPULAN

Pelaku UMKM di Pantai Senggol Kota Parepare melakukan persaingan usaha dengan empat aspek, diantaranya adalah: Persaingan produk, harga, tempat dan pelayanan. Dari keempat aspek persaingan tersebut, berbagai macam perbedaan pedagang yang melakukan persaingan usaha semata-mata untuk meningkatkan jualan mereka. Diantara dari mereka ada yang bersaing secara sehat dan ada juga yang masih bersaing secara tidak sehat. Terdapat persaingan usaha yang dilakukan oleh pedagang nasi goreng yaitu bapak Kamdi dan ibu Sunarno dimana terdapat perbedaan harga pada

jualan diantara mereka. Sementara itu, terdapat juga persaingan harga antara Hj. Sukmawati dan Daeng Ria yang menjual pisang epe.

REFERENSI

- Adam, Muhammad, *'Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam', Etika Bisnis (Konsep, Teori, Dan Implementasi)*, 2022, h. 251.
- Adawiyah, Rabiatul, *'Persepsi Pedagang Bahan Bangunan Tentang Pembatalan Jual Beli Bahan Bangunan Di Kabupaten Barru (Tinjauan Etika Bisnis Islam)'* (IAIN Parepare, 2021).
- Anindya, Desy Astrid, *'Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha Di Desa Delitua Kecamatan Delitua', At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 2.2 (2017).
- Aprianto, Iwan, M Andriyansyah, Muhammad Qodri, and Mashudi Hariyanto, *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam* (Deepublish, 2020).
- Danil, D. (2022). PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS PENETAPAN TARIF MASKAPAI PENERBANGAN BUMN DAN SWASTA DI MAKASSAR. *Jurnal Meta-Yuridis*, 5(1), 73-82.
- Junaid, Ilham, and Hamsu Hanafi, *'Ikon Habibie-Ainun, Strategi Inovatif Dalam Mengembangkan Pariwisata Di Kota Pare-pare, Sulawesi Selatan', Jurnal Master Pariwisata (Jumpa)*, 3.1 (2016).
- Karianga, H., & Rahman, A. (2023). The Attorney's Authority In Determining State Financial Losses In Corruption Crimes. *Russian Law Journal*, 11(3), 1379-1386.
- Latif, Abdul, *'Etika Persaingan Dalam Usaha Menurut Pandangan Islam', Islamic Economics Journal*, 3.2 (2017).
- Mardhiyah, Ainun, and Feby Aulia Safrin, *'Persaingan Usaha Warung Tradisional Dengan Toko Modern', Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8.1 (2021).
- Nurevitasari, Nurevitasari, *'Analisis Ekonomi Islam Tentang Pembatalan Pesanan Terhadap Sistem Pre Order Jual Beli Online Pada KA Shop Sinjai'* (Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai, 2021).
- Soendari, Tjutju, *'Pengujian Keabsahan Data Penelitian Kualitatif', Bandung: Jurusan PLB Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia*, 2012.
- Suci, Yuli Rahmini, *'Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia', Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6.1 (2017), h. 8.
- Sudarsono, Sudarsono, *'Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Kudus', Tawazun: Journal of Sharia Economic Law*, 5.2 (2023), h. 283
- Yasmita, I. G. A. L., Ayuk, N. M. T., & Kusmawan, I. M. H. (2025). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Sektor Perdagangan di Kecamatan Tabanan Kabupaten Tabanan. *Yalamqa*, 19(2), 627–635.