

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan dalam hidup bermasyarakat. Di dalam kehidupan bermasyarakat manusia saling mempengaruhi. Mempengaruhi maksudnya adalah suatu usaha untuk menyakinkan orang lain dengan jalan pikiran yang logis.¹ Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya manusia berusaha baik melalui aktivitas sendiri, maupun secara tidak langsung melalui aktivitas orang lain. Aktivitas adalah suatu proses penggunaan akal, pikiran, pancaindra dan anggota badan dengan atau tanpa alat bantu yang dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan sesuatu sesuai yang diinginkan baik dalam bentuk barang maupun jasa.

Dalam aktivitas bisnis dapat dipastikan terjadi persaingan diantara pelaku usaha. Pelaku usaha akan berusaha menciptakan, mengemas, serta memasarkan produk yang dimiliki baik barang atau jasa sebaik mungkin agar diminati dan dibeli oleh konsumen. Persaingan dalam usaha dapat berimplikasi positif, sebaliknya dapat menjadi negatif jika dijalankan dengan perilaku negatif dan sistem ekonomi yang menyebabkan tidak kompetitif.² Islam menganjurkan umatnya melakukan perlombaan dalam mencari kebaikan. Jika ini dijadikan dasar bisnis, maka praktek bisnis harus menjalankan suatu aktivitas persaingan yang sehat. Jika dikaitkan

¹ M. Sadeli dan Maman Ukas, *Pengantar Bisnis Ilmu Menjual* (Jakarta : Bumi Aksara, 2006), 46.

² Mustafa Kamal. R, *Hukum Persaingan Usaha* (Jakarta : Rajawali Press, 2012), 8.

dengan kondisi saat ini, dengan apa yang disebut dengan perdagangan bebas dan persaingan bebas. Maka aktivitas bersaing dalam bisnis antara satu pebisnis dengan pebisnis lainnya tidak dapat dihindarkan.

Suatu usaha yang berdiri tentu menginginkan usaha yang dijalankan dapat hidup terus-menerus tanpa dibatasi oleh waktu, hal ini merupakan salah satu tujuan didirikannya usaha. Dan itu dapat dilakukan dengan meningkatkan omset penjualan atau jumlah pelanggannya.³ Konsumen biasanya memilih produk dan jasa yang memberikan nilai terbesar bagi mereka. Jadi, kunci agar berhasil dan mempertahankan pelanggan adalah memahami lebih baik kebutuhan dan proses pembelian ketimbang yang dipahami pesaing dan menyerahkan nilai lebih besar. Kalau sebuah perusahaan dapat memposisikan dirinya sebagai memberikan nilai superior kepada pasar sasaran terpilih, dengan jalan menawarkan harga lebih rendah daripada pesaing atau dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi, perusahaan itu memperoleh keunggulan bersaing. Tetapi posisi mantap tidak dapat dibangun diatas janji kosong. Bila sebuah perusahaan memposisikan produknya sebagai memberikan mutu dan servis yang dijanjikan.⁴

Etika seorang pengusaha yang baik dapat meningkatkan keakraban dengan karyawan, pelanggan atau pihak-pihak lain yang berkepentingan. Suasana akrab akan berubah menjadi persahabatan dan menambah luasnya pergaulan. Jika karyawan, pelanggan, dan masyarakat menjadi akrab,

³ B. Boediono, *Pelayanan Prima* (Jakarta : Kawula Indonesia, 1999), 42.

⁴ J. Setiadi Nugroho, *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta : Kencana, 2003), 78.

segala urusan akan menjadi lebih mudah dan lancar.⁵ Untuk mendapatkan keuntungan (profit) yang cukup maksimal, sebagai seorang usaha atau pebisnis harus bersaing secara sehat, tidak melakukan kecurangan yang menimbulkan bahaya bagi pelanggan, tidak melakukan penipuan dalam hal menjual kue yang sudah kadaluarsa dan melakukan berbagai macam untuk bisa menarik pelanggan atau konsumen.

Karena itu, untuk bisa bertahan dan berhasil dalam persaingan bisnis modern yang ketat ini, para pelaku bisnis semakin menyadari bahwa mereka tidak bisa begitu saja hanya memusatkan perhatian pada upaya mendatangkan keuntungan sebesar-besarnya. Mereka sadar sekali bahwa justru untuk mendatangkan keuntungan tersebut, mereka harus peka dan tanggap terhadap kebutuhan dan harapan masyarakat yang semakin berubah itu. Misalnya, masyarakat tidak hanya butuh barang dan jasa tertentu, melainkan juga barang dan jasa dengan mutu yang baik dan harga yang kompetitif.⁶

Hal yang perlu dipikirkan adalah bagaimana persaingan bisnis itu dapat memberikan kontribusi yang baik para pelakunya. Harapan ideal tersebut dapat diwujudkan jika ada komitmen bersama diantara pesaing terhadap konsep persaingan, yaitu persaingan itu adalah hal yang dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya. Islam sebagai suatu aturan hidup yang khas telah memberikan aturan-aturannya yang rinci untuk menghindarkan munculnya permasalahan

⁵ Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2008), 23.

⁶ Sonny Keraf, *Etika Bisnis* (Yogyakarta : Kanisius, 1998), 130.

akibat praktek persaingan yang tidak sehat. Dalam kaitannya ini, maka Islam memberikan resep untuk mensikapi persaingan dalam bisnis, yaitu ada tiga unsur yang perlu dicermati, yaitu pihak yang bersaing, cara persaingan, dan produk atau jasa yang dipersaingkan.⁷

Sesuai dengan firman Allah :

وَلِكُلٍّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ فَمِمَّا يَكُونُ لَكُمْ يَوْمَ تَبْكِمُ اللَّهُ جَمِيعًا ۚ فَمِمَّا

إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya :” Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu (dalam berbuat) kebaikan. Dimana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.”⁸

Untuk menjalankan kegiatan usaha diperlukan tempat usaha yang dikenal dengan lokasi. Lokasi ini penting baik sebagai tempat menjalankan aktivitas yang melayani konsumen (pelanggan), aktivitas produksi, aktivitas penyimpanan, ataupun untuk mengendalikan kegiatan perusahaan secara keseluruhan. Beragam lokasi yang dapat dimiliki perusahaan disesuaikan pula dengan kebutuhan perusahaan. Pendirian suatu lokasi harus memikirkan nilai pentingnya karena akan menimbulkan biaya bagi perusahaanya. Penentuan suatu lokasi juga harus tepat sasaran karena

⁷ Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan, 2002), 250-251.

⁸ QS. Al Baqarah (2) : 148.

lokasi yang tepat akan memberikan berbagai keuntungan bagi perusahaan, baik dari segi finansial maupun nonfinansial.⁹

Penulis melakukan penelitian di gang Catering yang terkenal dengan pengusaha kue yang satu gang tersebut banyak produsennya. Dimana gang Catering tersebut banyak produsen kue (kue basah dan kue kering) berjumlah 7 tempat produksi yang saling berdekatan. Karena penulis melihat adanya persaingan antara produsen satu dengan produsen lainnya dalam menarik minat konsumen. Usaha kue di Desa Bendon Gang Catering ini dimulai sejak tahun 1992 yang awal mulanya adalah ibu yang bernama Sri Rezeki yang merintis usaha kue di gang tersebut. Kemudian dilanjut oleh pengusaha kue lainnya yang ada di gang Catering tersebut yang bernama Lestari 2, Isha Cake, Retno Snack, Lestari 1, Yani Djaswadi, dan Lisa yang tempatnya berdekatan satu dengan yang lainnya. Diantara pengusaha kue tersebut ada yang memproduksi kue yang hanya ada orang pesan, ada yang setiap hari memproduksi kue kemudian disetorkan ke toko kue dan ada juga pengusaha yang setiap harinya memproduksi kue karena kebanyakan orang yang memesan.¹⁰

Penelitian di lakukan di dusun Bendon ini karena setiap tempat pengusaha kue memiliki ciri khas masing-masing dalam menarik minat konsumen seperti tentang pembuatan kue (bahan-bahan kue), kemudahan pemesanan kue, cara pengemasan kue dan cara melayani kepada konsumen (seperti menerima pengiriman kerumah pelanggan) sehingga

⁹ Kasmir, *Kewirausahaan*, 129-130.

¹⁰ Hasil wawancara kepada tujuh pengusaha di Gang Catering, 20 September 2017.

ada perbedaan diantara produsen satu dengan lainnya. Yang dimana setiap produsen itu memiliki konsumen yang berbeda-beda dan baru setiap bulannya. Dari beberapa bulan konsumen semakin meningkat dan ada pula yang tetap. Misalkan pada bulan setelah hari Raya paling banyak orang hajatan konsumen mereka bertambah. Melihat kondisi di atas untuk dapat menarik minat konsumen di Dusun Bendon Gang Catering tersebut bersaing dengan ketat karena setiap konsumen membutuhkan kualitas yang baik dan memuaskan bagi konsumennya. Disamping itu produk, harga, tempat, promosi dan pelayanan menjamin minat menariknya konsumen.

Penelitian ini dilakukan di Desa Bendon Gang Catering karena adanya persaingan setiap produksi kue di gang tersebut. Persaingannya meliputi product, price, promotion, place, dan service (pelayanan) dan ada juga diantara dari mereka yaitu menjelekkan pengusaha lainnya, sehingga membuat banyak konsumen yang memilih produk kualitas yang baik dan memuaskan bagi mereka. Setiap pengusaha mempunyai ciri khas yang bisa menarik konsumen dengan baik dan kembali datang ke pengusaha kue lagi. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di sana. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul **“Persaingan Pengusaha Kue Di Dusun Bendon Gang Catering Kelurahan Banjaran Kecamatan Kota, Kota Kediri dalam Menarik Minat Konsumen Ditinjau dari Etika Bisnis Islam”**.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana persaingan pengusaha kue di dusun Bendon gang Catering Kelurahan Banjaran Kecamatan Kota, Kota Kediri dalam menarik minat konsumen ?
2. Bagaimana persaingan pengusaha kue di dusun Bendon gang Catering Kelurahan Banjaran Kecamatan Kota, Kota Kediri dalam menarik minat konsumen ditinjau dari etika bisnis Islam ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui persaingan pengusaha kue di dusun Bendon gang Catering Kelurahan Banjaran Kecamatan Kota, Kota Kediri dalam menarik minat konsumen.
2. Untuk menganalisis persaingan antar pengusaha kue di dusun Bendon gang Catering Kelurahan Banjaran Kecamatan Kota, Kota Kediri dalam menarik minat konsumen ditinjau dari etika bisnis Islam.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan diatas, maka kegunaan penelitian ini adalah :

1. Kegunaan secara Teoritis
 Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dalam bidang Ekonomi Islam terutama yang berkaitan dengan persaingan dalam pengusaha kue.

2. Kegunaan secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Untuk memperoleh pengalaman dalam penulisan karya ilmiah dan menambah wawasan pengetahuan tentang penerapan persaingan pengusaha kue dalam menarik minat konsumen ditinjau dari etika bisnis Islam.

b. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat dijadikan salah satu sumber informasi pengetahuan dan menambah wawasan para pihak yang ingin mempelajari permasalahan yang sama yaitu tentang persaingan pengusaha kue dalam menarik minat konsumen ditinjau dari etika bisnis Islam.

c. Bagi Produsen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat luas, khususnya bagi produsen kue yang ada di gang catering desa Bendon dalam menerapkan persaingan usaha dalam menarik minat konsumen melakukan pembelian.

d. Bagi Konsumen

Sebagai bahan pertimbangan dalam memilih produk yang hendak dibeli dan juga ketika akan mengambil keputusan dalam pembelian secara berulang.

E. Telaah Pustaka

Ada beberapa penelitian yang membahas tentang persaingan, diantaranya yaitu :

1. Skripsi oleh Alfi Khoirunisa', dengan judul "Persaingan Antar Pengusaha Roti Bakery Di Desa Sonoageng Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk Ditinjau dari Etika Bisnis Islam" dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kediri tahun 2016. Penelitian ini berfokus pada persaingan yang ada di Desa Sonoageng yang dimana ada dua roti bakery yaitu yang bernama Griya Bakery dan Mawaddah Bakery. Metode penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan persaingan antar pengusaha roti bakery di Desa Sonoageng ini masih wajar masih ber etika bisnis islam.¹¹

Persamaan dengan masalah yang penulis angkat adalah sama-sama meneliti tentang persaingan usaha yang baik. Dan perbedaan dengan masalah yang penulis angkat adalah dimana di Desa Sonoageng tersebut hanya ada 2 pengusaha kue, sedangkan di lokasi yang penulis teliti di dusun Bendon ada 7 pengusaha kue yang saling berdekatan.

2. Skripsi oleh Nadlatul A'la Palestina, dengan judul " Hubungan Antara Kualitas Produk Dengan Minat Pembelian Ulang Konsumen Ditinjau

¹¹Alfi Khoirunisa', "Persaingan Antar Pengusaha Roti Bakery Di Desa Sonoageng Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk Ditinjau dari Etika Bisnis Islam" (Skripsi, STAIN Kediri, Kediri, 2016).

Dari Ekonomi Syariah” dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kediri tahun 2016. Penelitian ini berfokus pada hubungan kualitas produk dengan minat beli ulang konsumen, yang dimana kualitas produk menjadi alasan untuk pembelian ulang konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk sangat mempengaruhi pembelian ulang konsumen.¹²

Persamaan dengan masalah yang penulis angkat adalah sama-sama meneliti dalam menarik minat konsumen. Dan perbedaan dengan masalah yang penulis angkat adalah penulis meneliti dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, sedangkan peneliti ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan menggunakan rumus SPSS.

¹² Nadlatul A’la Palestina, “Hubungan Antara Kualitas Produk dengan Minat Pembelian Ulang Konsumen Ditinjau dari Ekonomi Syariah” (Skripsi, STAIN Kediri, Kediri, 2016).