

STRATEGI BERSAING PISANG KRISPY DITINJAU DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS DI JALAN PRAMUKA KM.6 BANJARMASIN)

Halikin¹, Iman Setya Budi², Abdul Wahab³

¹Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Banjarmasin

²FSI Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Banjarmasin

²FSI Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Banjarmasin

handipedopung@gmail.com/082159286826

ABSTRAK

HALIKIN, 2021, Strategi Bersaing Pisang Krispy ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Jalan Pramuka Km.6 Banjarmasin). NPM: 16510100 Skripsi, Program Sarjana, Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Kalimantan Al Banjari. Pembimbing I : Akhmad Hulaify, SHL., MSI., MEI Pembimbing II: Parman Komarudin, S.HI., M.HI.

Latar belakang penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Bersaing Pisang Krispy ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Jalan Pramuka Km.6 Banjarmasin). Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Strategi persaingan bisnis pisang krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin dan Bagaimana Strategi persaingan bisnis pada pisang krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin di tinjau dari Etika Bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan Metode deskriptif kualitatif yang berusaha menggambarkan Strategi Bersaing Pisang Krispy ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Strategi persaingan bisnis pisang krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin selalu disesuaikan dengan prinsip atau aturan Dasar Pengembangan Ekonomi Islam dengan menghindari unsur-unsur yang dapat menimbulkan dharar (bahaya) yaitu bahan makanan yang dapat menimbulkan bahaya bagi konsumen, jahalah (ketidakjelasan) yaitu menggunakan bahan makanan yang tidak jelas asal-usul maupun statusnya dalam fiqh, dan menghindari sifat zhulm (merugikan, aniaya atau tidak adil) selain itu sifat Maysir (Judi) atau membuat undian atau door prize dalam bentuk makanan, Gharar (Penipuan) seperti menggunakan bahan yang dikurangi mutu atau timbangannya, menggunakan bahan makanan yang Haram, menggunakan modal dari hasil Riba (Tambahan), Ikhtikar (Penimbunan) yaitu menimbun bahan baku, adapun Strategi persaingan bisnis di tinjau dari Etika Bisnis Islam adalah dalam bentuk mengandalkan keunggulan dibidang produk, harga, promosi, dan tempat

Kata kunci : Strategi Bersaing, Pisang Krispy, Etika Bisnis Islam

ABSTRACT

HALIKIN, 2021, Krispy Banana Competitive Strategy in terms of Islamic Business Ethics Perspective (Case Study on Jalan Pramuka Km.6 Banjarmasin). NPM: 16510100 Thesis, Undergraduate Program, Sharia Economics Study Program, Islamic University of Kalimantan Al Banjari. Supervisor I: Akhmad Hulaify, SHL., MSI., MEI Supervisor II: Parman Komarudin, S.HI., M.HI.

The background of this study aims to determine the Competitive Strategy of Banana Krispy in terms of Islamic Business Ethics Perspective (Case Study on Jalan Pramuka Km.6 Banjarmasin). The formulation of the problem in this research is how the strategy of banana krispy business competition Jl. Scout Km.6 Banjarmasin and How is the Strategy for Business Competition on Krispy Banana Jl. Scout Km.6 Banjarmasin in terms of Islamic Business Ethics. This study uses a qualitative descriptive method that seeks to describe the Krispy Banana Competitive Strategy in terms of the Islamic Business Ethics Perspective. The results showed that the banana krispy business competition strategy Jl. Scouts Km.6 Banjarmasin are always adjusted to the basic principles or rules of Islamic Economic Development by avoiding elements that can cause dharar (danger), namely food ingredients that can pose a danger to consumers, jahalah (obscurity) that is using food ingredients that are not clearly sourced. proposal as well as its status in fiqh, and avoiding zhulm (harm, persecution or unfairness) other than the nature of Maysir (gambling) or making lotteries or door prizes in the form of food, Gharar (Fraud) such as using materials of reduced quality or scales, using materials Haram foods, using capital from the results of Riba (Additional), Ikhtikar (Hoarding) namely hoarding raw materials, while the business

competition strategy in terms of Islamic Business Ethics is in the form of relying on excellence in the field of product, price, promotion, and place

Keywords: Competitive Strategy, Banana Krispy, Islamic Business Ethics

PENDAHULUAN

Allah SWT menganjurkan kepada seluruh umat manusia pada ummnya, untuk dapat beretika selayaknya umat yang beragama, apalagi dalam berbisnis perilaku yang terdapat dalam diri masing-masing menjadi salah satu tolak ukur kita agar menjadi manusia yang beretika terhadap siapapun, terutama didalam dunia berbisnis. Untuk menerapkan Etika Bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam pada sektor bisnis, terlebih dahulu ditanamkan nilai-nilai etika pada titik pangkal yang menjadi dasar kegiatan itu. Etika Bisnis Islam adalah seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan yang buruk dalam suatu kegiatan bisnis dalam Islam. Dengan berpegang pada landasan ini maka setiap muslim yang berbisnis akan beraktifitas apapun akan merasa ada kehadiran pihak ketiga (Tuhan) di setiap aspek hidupnya. Keyakinan ini harus menjadi bagian integral dari setiap muslim dalam berbisnis. Hal ini karena bisnis dalam Islam tidak semata-mata orientasi dunia tetapi harus punya visi akhirat yang jelas. Dengan kerangka pemikiran seperti itulah maka persoalan etika dalam bisnis menjadi sorotan penting dalam Islam¹. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Bersaing Pisang Krispy (Studi Kasus di Jalan Pramuka Km.6 Banjarmasin) dalam Etika Bisnis Islam”.

METODE

Penelitian ini menggunakan model penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu hal menurut pandangan manusia yang diteliti. Penelitian kualitatif berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat, atau kepercayaan orang yang diteliti; kesemuanya tidak dapat diukur dengan angka.²

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan apabila faktor penelitian tidak dapat dikuantifikasikan atau tidak dapat dihitung sehingga variabel tidak dapat diungkapkan dengan angka seperti persepsi, pendapat, anggapan dan sebagainya. Sampel menurut Sugiyono “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”.³ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dalam penentuan sampel. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan menggunakan pertimbangan-pertimbangan tertentu didalam pengambilan sampelnya. Oleh karena itu peneliti memiliki pertimbangan tertentu dalam menentukan dan mengambil sampel. Teknik ini dipilih dengan tujuan sampel yang diambil dapat mewakili karakteristik sampel yang diinginkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Pemasaran pisang krispy di Jalan Pramuka KM.6 Banjarmasin yang saat ini dilakukasanakan

Strategi persaingan bisnis pada pisang krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin apabila ditinjau dari Etika Bisnis Islam adalah dalam bentuk menerapkan strategi pemasaran yang terencana, menyeluruh dan terpadu dalam bidang pemasaran, dengan menerapkan strategi pemasaran dalam ilmu ekonomi yaitu yang terdiri dari mengandalkan keunggulan dibidang produk, harga, promosi, dan tempat. Pisang krispi juga menerapkan prinsip-prinsip yang dicontohkan Rasulullah SAW sebagai faktor pendukung pengembangan usaha untuk mendapatkan kepuasan dan kepercayaan dari pelanggan sebagai berikut :⁴

1) Prinsip Tauhid (*at-Tawhid*)

Prinsip tauhid adalah fundamen ajaran Islam. prinsip ini mengatakan “pengusaha bisnis melangsungkan bisnis karena ketundudukan kepada Allah SWT serta memiliki motivasi ibadah kepada-Nya. Dalam prinsip ini terkandung makna bahwa Allah SWT adalah pemilik dan pencipta alam semesta dan isinya serta menetapkan aturan dan hukum termasuk kegiatan bisnis dan batas perilaku pengusaha bisnis. Dengan memegang

¹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Bisnis Islam Untuk Dunia Usaha*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 97

² Sulisty-Basuki, *Metode Penelitian*, 78.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methodes)*, 2013, 116.

⁴ Hasbi Ash-Shiddieqy, *Pengantar Ilmu Fiqh*, Jakarta: Karya Mulia, 2006, Hal.92

prinsip ini seorang pengusaha bisnis akan menyadari bahwa semua aktivitas bisnis yang dilakukan harus senantiasa sejalan dengan apa yang telah ditetapkan oleh Allah SWT dalam masalah ekonomi termasuk bisnis.

Bagi seorang Muslim menjalankan usaha (bisnis) merupakan ibadah, sehingga usaha itu harus dimulai dengan niat yang suci, cara yang benar, tujuan yang benar, serta pemanfaatan hasil usaha secara benar pula. Dalam aspek ini, terlihat jelas dari tujuan bisnis Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin yaitu dapat memperbaiki perekonomian keluarga dan mampu meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar dengan menciptakan lapangan pekerjaan. Dalam menjalankan bisnis kulinernya, Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin tidak hanya menguntungkan secara finansial bagi pemilik usaha, tetapi juga menguntungkan secara sosial bagi masyarakat sekitar. Hal ini terlihat dari kualifikasi karyawan yang direkrut dengan melihat kondisi sosialnya.

Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin juga memberikan bonus satu bulan gaji di Bulan Desember untuk memotivasi para karyawannya agar lebih giat lagi dalam bekerja. Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin juga sering ikut serta dalam kegiatan yang bersifat kepedulian sosial kepada masyarakat sekitar, seperti menjadi donatur program sunat masal bagi masyarakat tidak mampu, buka bersama dengan anak-anak panti asuhan dan panti jompo, Donatur Pemadam kebakaran dan lain sebagainya

Dari pemaparan diatas, menurut peneliti strategi-strategi yang diterapkan oleh Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin secara umum sudah sesuai dengan teori yang ada baik teori ekonomi maupun Etika Bisnis Islam, yaitu dengan menerapkan strategi mengembangkan usaha dengan cara Rasulullah SAW sehingga merupakan faktor yang sangat mendukung dalam strategi pengembangan usaha karena masyarakat Banjarmasin khususnya dan Kalimantan Selatan umumnya tergolong masyarakat yang religius atau lebih memilih makanan yang halal sehingga jika dilihat potensinya maka dengan bisnis menu olahan pisang krispi yang sudah besar, terkenal, dan memiliki pangsa pasar yang cukup luas, seharusnya Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin mampu berkembang lebih pesat lagi untuk mengembangkan usahanya keluar daerah maupun lokasi lainnya di Kota Banjarmasin.

2) Prinsip Keadilan (*Al Adl*)

Keadilan dalam Al Quran bukan hanya sekadar anjuran, namun keadilan merupakan perintah Allah SWT yang bersifat mutlak tanpa ikatan waktu, tempat atau individu tertentu. Dalam kaitannya dengan bisnis, adil dapat dipahami dengan memenuhi hak-hak pihak-pihak yang berinteraksi dalam kegiatan bisnis antara lain dengan menyempurnakan neraca sesuai dengan yang semestinya dan menetapkan harga dengan adil. Menyempurnakan timbangan dan takaran merupakan salah satu keadilan, ketika timbangan dan takaran tidak disempurnakan maka itu sama dengan merampas hak pembeli dan memakan harta orang lain dengan jalan atau cara yang bathil. Kehormatan seorang muslim sama dengan kehormatan darahnya. Tidak halal harta seorang muslim kecuali dengan kerelaan hatinya.

Keadilan sangat relevan dalam hal penawaran barang dan jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. Menurut Imam Ghazali keuntungan adalah kompensasi dari kesulitan perjalanan, resiko bisnis dan ancaman keselamatan pedagang.⁵

Tidak ada dalil dalam syariat sehubungan dengan penetapan harga atau penetapan keuntungan. Hanya saja ada beberapa hal yang harus diperhatikan, seperti tidak mengandung unsur penipuan, manipulasi, monopoli, memanfaatkan keluguan pembeli, ketidaktahuannya, kondisinya yang terdesak atau sedang membutuhkan, lalu harga ditinggikan.

⁵ Ligaya Safitri, *Etika Bisnis Islam*, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015, Hal 34.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa seorang pebisnis dilarang mengurangi timbangan ketika menakar. Mengenai aspek ini, bahwa kejujuran dalam hal takaran maupun ukuran mutlak harus ada. Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin sudah menerapkan aspek ini, yaitu tidak mengurangi ukuran untuk semua menu yang ditawarkan, dalam arti lain memenuhi semua menu yang telah dipesan oleh konsumen sesuai dengan ukuran yang ada.

3) Prinsip Kebebasan

Dalam persepsi Islam, kebebasan manusia sangat dihormati, namun, kebebasan tersebut dibatasi oleh norma-norma hukum. Dalam aspek bisnis, kebebasan dapat dipahami bebas dalam membuat perjanjian. Namun, kebebasan tersebut bukan tanpa batas dan perjanjian yang dibuat harus perjanjian yang tidak melanggar syariat. Ketika membuat suatu perjanjian tentunya didasari dengan rasa saling percaya serta tanggung jawab yang besar untuk melaksanakan janji tersebut. Ketepatan janji dapat dilihat dari segi ketepatan waktu penyerahan barang, ketepatan waktu pembayaran serta melaksanakan sesuatu sesuai dengan kontrak yang disepakati.

Pelaku bisnis yang tidak bisa memenuhi janjinya dapat dikatakan dalam hatinya terdapat benih-benih kemunafikan.

Terlebih di era informasi yang terbuka dan cepat seperti sekarang ini mengingkari janji dalam dunia bisnis sama halnya dengan menggali kubur bagi bisnisnya sendiri. Karena dalam waktu singkat para rekan bisnis akan mencari mitra kerja yang terpercaya sehingga dalam hal ini pengelola Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin dalam menjalankan bisnisnya sangat berhati-hati dalam membuat perjanjian ataupun membuat spanduk atau iklan yang hanya menjanjikan kepada pelanggan hal-hal atau kelebihan yang hanya dapat dipenuhi atau diwujudkan oleh kemampuan keuangan maupun sumber daya manusia yang tersedia, sehingga pelanggan tidak kecewa sehingga memviralkan kelemahan atau janji yang tidak terpenuhi kepada pelanggan.

Berikut ini adalah analisis hasil wawancara peneliti dengan pemilik pisang krispy Jl. Pramuka Km.6 dibandingkan dengan teori maupun pendapat ahli mengenai etika bisnis yang diterapkan dalam prinsip kebebasan dalam etika bisnis Islam :

a) *Fathanah* (Cerdas)

Dalam aspek ini, Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin memiliki kemampuan untuk melakukan inovasi yang dapat dilihat dari memperbanyak variasi pada toppingnya yang mempunyai rasa keju, barbecue dan lainnya yang menjadikannya mempunyai rasa yang khas, kemudian selalu melakukan percobaan dan memodifikasi produk lama sehingga tercipta produk baru yang masih berhubungan dengan pisang. Dalam melakukan inovasi terhadap produk barunya tersebut tidak tergolong produk yang dilarang oleh aturan Islam. Dengan demikian, peneliti menyimpulkan bahwa inovasi produk yang dilakukan oleh Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin tidak bertentangan dengan syari'at Islam, sebab produk yang dihasilkan dari inovasi tersebut merupakan produk yang memiliki manfaat dan tidak termasuk dalam produk yang diharamkan dalam aturan Islam.

b) *Tabligh* (Komunikatif)

Sikap *tabligh* (komunikatif) yang telah diterapkan oleh pisang krispi Banjarmasin, diantaranya sebagai berikut :

(1) Etika dalam bisnis

Pada dasarnya etika adalah penyampaian dan penerimaan suatu pesan, dalam hal beretika dengan konsumen maupun dengan mitra bisnisnya Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin menggunakan bahasa yang sopan, halus, dan mengedepankan sopan santun. Sehingga peneliti menyimpulkan bahwa etika yang diterapkan oleh Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin sudah tepat yakni sudah menggunakan bahasa yang sopan

dan tidak menyakiti hati para konsumen. Selain itu, hal yang perlu diperhatikan bagi para pebisnis dalam beretika adalah berbicara dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan dapat diterima oleh akal.

(2) Mampu menyampaikan visi dan misi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin telah memiliki visi dan misi yang jelas. Adapun visinya adalah “Jauh Ke Depan”, artinya mampu menjadi usaha olahan pisang yang mengikuti trend ke depan, sedangkan misinya yaitu “Pelayanan Sepenuh Hati”, Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin akan selalu memberikan pelayanan yang maksimal kepada para konsumen dengan cara menjaga kehalalan produk dan mengutamakan kualitas, baik dari segi rasa maupun variasi menu. Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin akan memberikan layanan dengan cakupan area yang lebih besar, masakan yang kreatif, dengan gaya dan sajian yang berbeda serta dengan harga yang kompetitif.

Dalam proses pencapaian visi dan misi tersebut, pemilik Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin tidak menghalalkan dengan berbagai cara, namun tetap memperhatikan kaidah-kaidah dan aturan Islam. Hal tersebut terlihat dari usaha kerja keras dan diiringi dengan berdo'a kepada Allah SWT. Selain itu, Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin juga selalu melakukan inovasi-inovasi bagi dari segi produk, promo maupun pelayanan.

c) Murah Hati

Dalam hal ini, Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin akan selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, sebab konsumen menjadi prioritas dalam keberhasilan bisnis kulinernya. Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin memberikan pelayanan yang tepat, cepat, murah hati dan pelayan yang ramah, Rasulullah SAW sangat menganjurkan para pebisnis untuk bermurah hati dalam setiap transaksi, murah senyum dan ramah tamah walau apapun dan bagaimanapun bentuk dari pelayanan yang diberikan kepada konsumen semua hal itu dilakukan untuk menarik minat dan membuat konsumen merasa nyaman. Sebagaimana misi dari Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin yakni “Pelayanan Sepenuh Hati”, Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin akan selalu memberikan pelayanan yang maksimal dengan cara memberikan arahan kepada karyawannya untuk selalu ramah, sopan, dan murah senyum kepada konsumen.

d) Profesional

Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin sudah dikelola secara profesional karena sudah memiliki segmen pasar dan target tertentu yang harus dipenuhi dalam menjalankan bisnis kulinernya. Selain itu, Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin selalu mengamati dan memperhatikan setiap perubahan trend baru yang ada di masyarakat. Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin juga selalu mengikuti perkembangan teknologi informasi dan etika serta memanfaatkan teknologi tersebut untuk hal-hal yang positif, seperti sosial media facebook, Whats app, Instagram, Line, dll. untuk mempromosikan produk kulinernya ke masyarakat.

4) Tanggung Jawab (Amanah)

Sikap bertanggung jawab dan dapat dipercaya yang diterapkan oleh pisang krispi Banjarmasin, antara lain sebagai berikut :

a) Menepati janji

Sebagai seorang pebisnis menurut Bapak Yudi harus selalu menepati janjinya, baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pebisnis lainnya. Janji yang dimaksudkan dalam hal ini adalah janji dimana seorang pebisnis melakukan transaksi bisnisnya kepada para pembeli maupun rekan bisnisnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Yudi dapat diketahui bahwa Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin berusaha selalu menepati janji, hal ini terlihat dari pembayaran didalam proses pemesanan bahan baku pisang kepok, beras maupun bumbu-bumbu dengan pihak *supplier* yang pembayarannya dilakukan didepan secara tunai begitu pula dengan pelanggan yang membeli makanan di pisang krispi Pal.6 mereka membayar terlebih dahulu di kasir sebelum mendapatkan makanan yang dipesannya selain itu jika memesan dengan jumlah yang banyak akan mendapatkan potongan harga. Dalam hal ini, peneliti menyimpulkan bahwa konsumen dengan sendirinya akan menaruh kepercayaan kepada pihak Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin dan tidak akan ragu untuk mempercayai janji untuk potongan harga maupun bonus lainnya yang tentunya akan membuat konsumen merasa puas.

b) Pencatatan Keuangan

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Yudi bahwa Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin memiliki catatan atas transaksi keuangan, dalam hal ini dimaksudkan untuk mengetahui keuntungan maupun kerugian dalam jangka waktu tertentu. Akuntansi merupakan suatu proses pengidentifikasian, pencatatan, dan pengetikakan informasi-informasi keuangan kepada beberapa pengambil keputusan, seperti kreditur, investor, dan manajer.

Akuntabilitas merupakan perwujudan dari sifat amanah dari manager administrasi dan keuangan kepada pemilik pisang krispi Banjarmasin. Laporan keuangan ini menjadi pertanggungjawaban dan tolak ukur bagi pisang krispi Banjarmasin, apakah bisnis tersebut mengalami kemajuan atau kemunduran. Oleh karena itu, peneliti menyimpulkan bahwa sifat ini sangat penting untuk diterapkan dalam suatu bisnis.

5) Prinsip Kebajikan atau kejujuran (*Sidiq*)

Dalam dunia bisnis, kejujuran bisa ditampilkan dalam bentuk kesungguhan dan ketetapan, baik ketetapan waktu, janji, pelayanan, pelaporan, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ditutup-tutupi) yang kemudian diperbaiki secara terus-menerus, serta menjauhkan diri dari berbuat bohong dan menipu. Sikap jujur yang telah diterapkan oleh Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin dalam menjalankan bisnisnya, diantaranya adalah sebagai berikut :

a) Tidak melipatgandakan harga

Harga merupakan jumlah dari biaya ditambah dengan keuntungan, penetapan harga dari suatu produk akan sangat mempengaruhi keberhasilan perusahaan untuk memperoleh keuntungan, dalam hal ini Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin memiliki kisaran harga yang bervariasi untuk berbagai olahan pisang krispi dan produk lainnya. Setiap menu memiliki kisaran harga yang berbeda-beda. Meski kisaran harganya untuk kalangan menengah keatas, namun menu olahan pisang krispi ini tidak pernah sepi oleh para konsumen karena ada pilihan paket hemat untuk aneka olahan pisang krispi, yang ditawarkan, kejujuran yang diterapkan oleh Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin adalah bahwa menu-menu tersebut sudah sesuai dengan harga masing-masing paket, tanpa ada pengurangan mutu dan kualitas dari menu tersebut.

Menurut Ash-Shiddieqy, sebagaimana Rasulullah SAW yang selalu menghimbau agar : *Dalam menetapkan harga sebuah barang harus disesuaikan dengan nilai yang terkandung didalamnya. Selain itu, penetapan harga juga harus disesuaikan dengan harga yang berlaku di pasaran.*⁶

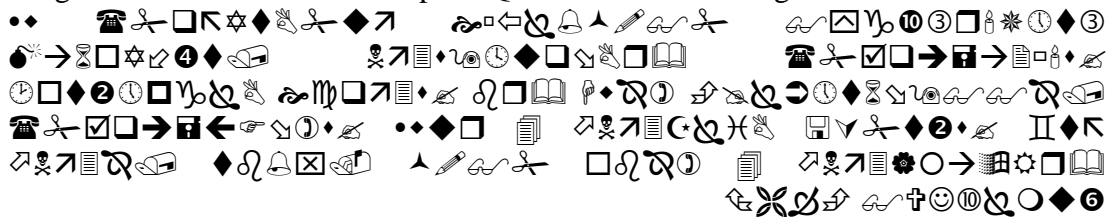
b) Mengakui kelebihan dan kelemahan produk

Dalam aspek ini, Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin selalu mengatakan apa adanya, tidak menutupi-nutupi mengenai produk yang ditawarkan. Pisang Krispy Jl.

⁶ Hasbi Ash-Shiddieqy, *Pengantar Ilmu Fiqh*, Jakarta: Karya Mulia, 2006, Hal.95

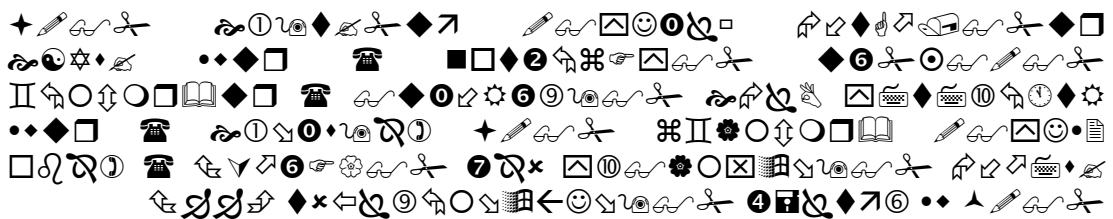
Pramuka Km.6 Banjarmasin akan mengedepankan kualitas dan kebenaran dari produk tersebut. Apabila produk itu baik, maka pihak Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin akan mengatakan baik. Namun sebaliknya, apabila produk itu buruk, maka pihak Pisang Krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin akan mengatakan buruk.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Yudi, pemilik bisnis pisang krispy Jl. Pramuka Km.6 Banjarmasin bahwa Strategi persaingan bisnis yang diterapkan pada usahanya selalu disesuaikan dengan prinsip atau aturan Dasar Pengembangan Ekonomi Islam. Agar lebih detail berikut ini beberapa ayat Al-Quran yang membicarakan tentang Ekonomi Islam baik landasan tentang tata cara usaha yang halal, dan lain-lainya, sebagaimana firman Allah SWT pada Q.S an-Nisa 4/29 sebagai berikut:



“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu”. (Departemen Agama RI, 2002, hlm:45)

Diantaranya adalah seperti didalam Al-Quran, pada surah Al-Qashas ayat 77 sebagai berikut :



“Dan carilah pada apa yang telah di anugerahkan Allah kepadamu(kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan kebahagiaanmu dari (keni’matan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di(muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”⁷

Menurut Ustadz Marwan Hadidi bin Musa⁸ tafsir dari ayat diatas adalah bahwa nasihat di atas tidak berarti seseorang hanya boleh beribadah murni (mah'ah) dan melarang memperhatikan dunia. Berusahalah sekuat tenaga dan pikiran untuk memperoleh harta, dan carilah pahala negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu di dunia, berupa kekayaan dan karunia lainnya, dengan menginfakkan dan menggunakannya di jalan Allah. Akan tetapi pada saat yang sama janganlah kamu lupakan bagianmu dari kenikmatan di dunia dengan tanpa berlebihan. Dan berbuatbaiklah kepada semua orang dengan bersedekah sebagaimana atau disebabkan karena Allah telah berbuat baik kepadamu dengan mengaruniakan nikmat-Nya, dan janganlah kamu berbuat kerusakan dalam bentuk apa pun di bagian mana pun di bumi ini, dengan melampaui

⁷ Abdullah, Ma'ruf, *Wirausaha Berbasis Syariah*, Banjarmasin, Antasari Press, 2011.Hal.15
⁸ Ustadz Marwan Hadidi bin Musa, M.Pd.I, referensi: <https://tafsirweb.com/7127-quran-surat-al-qashash-ayat-77.html> Referensi: <https://tafsirweb.com/7127-quran-surat-al-qashash-ayat-77.html>

batas-batas yang telah ditetapkan oleh Allah. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan dan akan memberikan balasan atas kejahatan tersebut. 78. Karun tidak menanggapi nasihat kaumnya, lupa diri dan tetap melupakan karunia Allah kepadanya. Dengan penuh kesombongan dia berkata, 'sesungguhnya aku diberi harta yang banyak ini, semata-mata karena ilmu dan kemampuan yang ada padaku. Tidak ada jasa siapa pun atas perolehanku itu. Semua karena kepandaianku dalam mengumpulkan harta. ' demikian jawab karun. Tidakkah dia tahu dan sadar, bahwa Allah telah membinasakan umat-umat yang tidak jauh dari masa sebelumnya, yakni sebelum karun, yang lebih kuat fisik dan kemampuan serta pembantu-pembantu mereka daripadanya, dan lebih banyak mengumpulkan harta daripada karun' sungguh kedurhakaan karun telah demikian jelas, dan oleh karenanya, orang-orang yang berdosa seperti karun itu tidak perlu ditanya tentang dosa-dosa mereka, karena Allah telah mengetahui hal itu. Mereka akan masuk neraka, dan hanya akan dita-Nya dengan pertanyaan yang menghinakan.

REFERENSI

- A.Kadir, Hukum Bisnis Syariah Dalam Al-Qur'an, (Jakarta: Amzah, 2010),
- Abdul Aziz, Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Bisnis Islam Untuk Dunia Usaha, (bandung: Alfabeta, 2013),
- Ahmad Hadi Yasin, Dahsyatnya Sabar, (Jakarta: Qultum Media, 2008)
- Azhari Akmal Tarigan, Dasar-Dasar Etika Bisnis Dalam Islam, FEBI Pers, 2016.
- Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, Manajemen Syariah dalam Praktik, Jakarta, Gema Insani, 2003
- Fahadil Amin Al Hasan, Etika Bisnis Al-Ghazali, Jurnal E-Sya, Vol.1, No. 1, 2014
- Fahrudin Sukarno, Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam, (Bogor: Al azhar Freshzone Publishing, 2013)
- Hamzah Zakub, Menuju Keberhasilan, Manajemen dan Kepemimpinan, Bandung, CV Diponegoro,
- Irham Fahmi, (2017). Etika Bisnis: Teori, kasus dan solusi. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Kamus Q, 2013, Pengertian dan Definisi. www.kamusq.com (di akses 09 Desember 2020).
- Ligaya Safitri, Etika Bisnis Mahasiswa, Skripsi (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015).
- Ligya Safitri, Etika Bisnis Mahasiswa, Skripsi (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015)
- Muhammad, Metodologi Penelitian Ekonomi Islam : Pendekatan Kualitatif, Jakarta : Rajawali Pers. 2008,.
- Philip Kotler dan Gary Amstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Jakarta: Erlangga, 1997,
- Rif'at Syauqi Nawawi, Kepribadian Qur'ani, (Jakarta: Amzah, 2014), hlm 91-94
- Shalah Ash Shawidan Abdullah Al Mushlih, Fikih Ekonomi
- Sugiyono, Metode Penelitian, Rineka Cipta : Jakarta, 2010
- Syarifah Gustiawati Mukri, Langkah Strategis Optimalisasi Sistem Ekonomi Syariah, Jurnal Filasafat dan Budaya Hukum, Vol. 1, No. 1, 2014
- Yaksan Hamzah dan Hamzah Hafied, Etika Bisnis Islam, (Makasar: Kretakupa Print, 2014)
- Suryana. (2013). Ekonomi Kreatif. Ekonomi Baru: Mengubah ide dan Menciptakan Peluang. (Jakarta: Salemba Empat).

Sutrisno Hadi. (1983). metodologi research jilid I (Yogyarkata: Fakultas UGM).

Jurnal

Dwi Pratiwi. Bambang dan Imam Hanafi Pemberdayaan Masyarakat dibidang Usaha Ekonomi (Jurnal Administrasi publik),.

Tradisional Yogyakarta. (2010). Jantra Jurnal Sejarah dan Budaya.

Volume V No. 9 Juni.

Erika Kusuma Yudha. (2017). Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Usaha Kerajinan Tangan Anyaman Bambu di Desa Rimpak Kecamatan Sapuran Kabupaten Wonosobo

Hapsar Jaya. (2018). Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Produk Roti Mantao..

Indah Anggia Sardini. (2019). Analisis Kegiatan Produksi dan Distribusi Usaha Ekonomi Kreatif Bidang Kerajinan Kriya di Aceh Besar dalam Perspektif Bisnis Islam.

Reno Winata. (2017). Strategi Produksi dan Distribusi Industri Kerajinan Sentra Rotan Kelurahan 3 Ilir di Kota Palembang Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam.

Rozanna Erziaty dan S. Purnamasari. (2017) . Strategi Manajemen Syariah Usaha Wanita Perajin Anyaman Purun dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara. Vol III, Nomor III.

Internet

www.bekraf.go.id

Denny Susanto, Kearifan Urang Banjar. Di akses pada 05 juni 2021 jam 03.05 WIB

Portal Informasi Indonesia, Tradisi Menganyam Purun dan Potensinya di Lahan Gambut, di akses pada 10 Juni jam 13.00 WIB.

TafsirWeb , Qur'an Surat Yunus Ayat 100. Di akses pada 05 Juli 2021 jam 20.00 WIB