

**TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP STRATEGI
PERSAINGAN UMKM DALAM MENINGKATKAN
KESEJAHTERAAN EKONOMI MASYARAKAT
DI DESA LEMBANG-LEMBANG**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Seminar Proposal Pada Program
Studi Hukum Ekonomi Syariah (HES) Jurusan Syariah dan Ekonomi
Bisnis Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri
(STAIN MAJENE)

Oleh

SITTI NURHALIZAH
NIM: 20256121003

**JURUSAN SYARIAH EKONOMI BISNIS ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)MAJENE
2025**

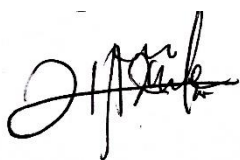
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi saudari **SITTI NURHALIZAH NIM:20256121003** Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Jurusan Syariah Ekonomi Bisnis Islam STAIN Majene, setelah meneliti dan mengoreksi secara seksama skripsi berjudul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Persaingan UMKM Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat di Desa Lembang-Lembang”. Memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diseminarkan.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk diproses lebih lanjut.

Majene, 18 Juni 2025

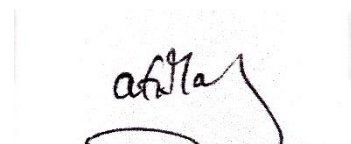
Pembimbing I



Nur Astaman Putra, M.pd

NIP. 19911011202012 1 005

Pembimbing II



Atirah, M.pd

NIP. 199512082020122 021

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang Berjudul “**Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Persaingan UMKM Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat di Desa Lembang-Lembang**” yang Disusun Oleh Sitti Nurhalizah NIM: 20256121003, Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene, telah diuji dan di Pertahankan Dalam Sidang munaqasyah yang di Selenggarakan Pada Hari Kamis, 10 Juli 2025, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah dengan bebeapa perbaikan.

Majene, 19 Juli 2025

DEWAN PENGUJI

Ketua : Supriadi
Sekretaris : Iqbal., M. Hum
Munaqisy I : Abdul Rahman M.pd.,Ph.D
Munaqisy II : Nurhayati, S.Sy.,M.H.I
Pembimbing I : Nur Astaman Putra, M.Pd
Pembimbing II : Atirah, M.Pd

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Diketahui oleh:
Ketua Jurusan SEBI

Nuzha, S.Sy., M.H.I.

NIP. 198712072018012002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sitti Nurhalizah
NIM : 20256121003
Tempat/Tgl.Lahir : Banu-banua, 21 September 2002
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam
Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi
Persaingan UMKM Dalam Meningkatkan Kesejahteraan
Ekonomi Masyarakat di Desa Lembang-Lembang.

Ini adalah benar hasil karya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang di peroleh karenanya batal demi hukum.

Majene, 18 Juni 2025

Penyusun,



NIM 20256121003

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Persaingan UMKM Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat di Desa Lembang-lembang”**, dalam waktu yang tidak terlalu lama. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah kepada baginda Nabi Besar Muhammad SAW. sebagai uswatun hasanah bagi kita semua dalam hidup dan kehidupan kita, baik di dunia maupun di akhirat kelak.

Penulis menyadari keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, sehingga skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik konstruktif sangat diharapkan demi penyempurnaannya. Skripsi ini terwujud berkat dukungan berbagai pihak. Penulis khususnya mengucapkan terima kasih kepada orang tua, Ayahanda Syarifuddin dan Ibunda Asmawati, atas segala dukungan moril dan materil yang memungkinkan penyelesaian studi di STAIN Majene.

Penulis juga tak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Wasilah, S.T.,M.T selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene.
2. Bapak Abdul Rahman, M.Pd., Ph.D. selaku wakil ketua III, sekaligus sebagai Penguji I yang telah memberikan kritikan dan saran yang sangat konstruktif demi penyempurnaan skripsi ini.
3. Bapak Supriadi, S.H., M.H selaku ketua Program Studi Hukum Ekonomi

Syariah (HES) Sekolah Tinggi Agama Islam Negri (STAIN) Majene.

4. Bapak Nur Astaman Putra, M.Pd, dan Ibu Atirah, M.Pd, masing-masing sebagai pembimbing I dan II yang selalu meluangkan waktu memberikan motivasi dan membimbing penulis, mulai dari pembuatan proposal sampai pada penyusunan skripsi ini selesai.
5. Ibu Nurhayati, S.Sy., M.H.I sebagai penguji II yang telah memberikan kritikan dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.
6. Segenap dosen pada jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam, baik dosen tetap maupun dosen LB yang telah mengajarkan berbagai ilmu pengetahuan kepada penulis mulai dari awal perkuliahan sampai pada tahap memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).
7. Segenap staf akademik, baik pada jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam maupun pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negri (STAIN) Majene secara keseluruhan. Bapak selaku kepala desa yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di desa Lembang-Lembang, serta seluruh staf yang telah membantu dalam proses penelitian sampai selesai.
8. Bapak Syarifuddin selaku warga desa Lembang-lembang yang memberikan informasi tentang profil di Desa Lembang-lembang
9. Pelaku UMKM dan masyarakat Desa Lembang-Lembang yang ada di Desa Lembang-lembang yang telah bersedia memberikan informasi tentang usaha yang telah dijalankan untuk membantu penulis selama proses penelitian berlangsung.
10. Saudara penulis Sitti Nurfauzia, Muhammad Walidi, yang telah banyak memberikan dukungan dan motivasi untuk penulis.
11. Teman seperjuangan yang ada di Grup Otw Wisuda yang selalu membantu

dan mendukung selama kuliah Di STAIN Majene Nahira Sangkala, Tari, Hajrah, Sarifa Nur, Hernawati, Lulu Mahsuna, Cici Arnida, Rani, Fitri, Putri, Reski Awaliah, Siti Nahdah Nursafira.

12. Terima kasih pula saya sampaikan kepada Dicky Pratama, Tuti Awaliyah, Tasya Aprilia, Nurul Azizah, Putri Syahratussita dan Fera Periska atas dukungan/bantuan yang telah diberikan, selama penulis menempu perkuliahan sampai berhasil memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).

13. Dan yang terakhir Terima kasih, motor beat rongko kesayanganku, yang setia mengantarku dari awal hingga akhir kuliah. Kita telah melewati banyak perjalanan bersama, mulai dari PPL, hingga pernah ditilang saat menuju bimbingan kampus, bahkan pernah jatuh bersama. Terima kasih karena selalu handal dan tak pernah mogok. Semoga kau selalu sehat dan tetap menemani hingga aku mendapat pekerjaan.

Semoga Allah SWT meridhoi penulisan skripsi ini, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan para pembacanya. Jazakumullahu khairan kepada semua pihak yang telah membantu.

Majene, 18 Juni 2025

Penulis



Sitti Nurhalizah

NIM.20256121003

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
DAFTAR ISI.....	vii
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	2
A. Tujuan penelitian.....	6
B. Tujuan dan kegunaan	7
C. Fokus penelitian dan deskripsi fokus	8
D. Fokus penelitian	8
E. Tinjauan Penelitian terdahulu	9
BAB II KAJIAN TEORETIS.....	12
A. Hukum Persaingan Usaha	12
B. Persaingan yang sehat dan adil dalam sistem ekonomi syariah.....	16
C. Strategi Persaingan UMKM.....	20
D. Kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah.....	26
E. Manfaat strategi bersaing dalam pengembangan usaha dan kesejahteraan ekonomi masyarakat.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Jenis dan Lokasi Penelitian	42
B. Pendekatan penelitian.....	42
C. Sumber Data.....	43

D. Metode pengumpulan data	43
E. Instrument penelitian.....	44
F. Teknik Pengelolaan Dan Analisis Data	45
G. Pengujian Keabsahan Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Profil Desa Lembang-lembang	47
B. UMKM di Desa Lembang-lembang	48
C. Strategi Persaingan UMKM Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat	51
D. Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Persaingan UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan.....	60
BAB V PENUTUP	67
A. A.Simpulan	67
B. Implikasi Penelitian.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
HASIL WAWANCARA	71
LAMPIRAN HASIL WAWANCARA	78
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	81

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan Transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif		tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ظ	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	“ ain	„	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamza	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (,).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal Bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
أ	<i>dammah</i>	U	U

Vokal rangkap Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اي	<i>fathah dan yā'</i>	Ai	a dan i
اوي	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

kaifa : كَيْفًا

haul : هَوْلًا

3. Maddah

Maddah atau vokal Panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf Tanda dan	Nama
أ ... ئ	fathah dan alif atau yā ^ʿ	ā	a dan garis di atas
ى	kasrah dan yā ^ʿ	ī	a dan garis di atas
و	dammah dan wau	ū	a dan garis di atas

Contoh:

يَات : *māta*

رَامِي : *ramā*

قِيلِم : *qīla*

يَمُوت : *yamūtu*

4. Tā' marbūṭah

Transliterasi untuk *tā' marbūṭah* ada dua, yaitu: *tā' marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h]. Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْوَطْفَل : *rauḍah al-atfāl*

اَلْمَدِيْنَةُ الْفَاضِلَةُ : *al madīnah al- fāḍilah*
اَلْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbanā*

نَجِّئْنَا : *najjainā*

اَلْحَقُّ : *al-ḥaqq*

نُعِي : *nu`ima*

عُدُو : *'aduwwun*

Jika huruf *ber-tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ِ) maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

اَلِيٌّ : *Alī* (bukan *'Aliyy* atau *Ally*)

اَلْعَرَبِيُّ : *Arabī* (bukan *Arabiyy* atau *Araby*)

6. Kata Sandang

Pedoman transliterasi ini menggunakan "al-" untuk kata sandang (ال), tanpa memperhatikan huruf *syamsiyah* atau *qamariyah* yang mengikutinya. Kata sandang selalu ditulis terpisah, dihubungkan dengan tanda hubung (-) pada kata berikutnya.

Contoh:

اَلشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

اَلزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

اَلفَلْسَافَةُ : *al-falsafah*

أَبْدُهُ : *al-bilādu*

7. *hamzah*

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi *apostrof* (‘) hanya berlaku bagi *hamzah* yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila *hamzah* terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa *alif*.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

أَنْتَوُع : *al-nau'*

سَيُّئٌ : *syai'un*

أُمِيرَةٌ : *umirtu*

8. *Penulisan kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia*

Transliterasi hanya diterapkan pada kata, istilah, atau kalimat Arab yang belum baku dalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah umum digunakan (misalnya, al-Qur'an, alhamdulillah, munaqasyah) tidak perlu ditransliterasi lagi, kecuali jika merupakan bagian dari rangkaian teks Arab yang lebih panjang.

Contoh:

Fī Zilāl al-Qur'ān

Al-Sunnah qabl al-tadwīn

9. *Lafz al-Jalālah* (هللا)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاِلهِ اللَّهِ دِينُ اللَّهِ بِاِلهِ اللَّهِ

Adapun *tā'* marbūṭahdi akhir kata yang disandarkan kepada *Lafẓ al- Jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُنَّ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *hum fī raḥmatillāh*

10. Huruf Kapital

Transliterasi teks Arab mengikuti aturan EYD untuk huruf kapital, meskipun bahasa Arab sendiri tidak mengenal huruf kapital. Huruf kapital digunakan pada awal kalimat dan nama diri (orang, tempat, bulan), termasuk jika nama diri diawali "al-". Namun, jika "al-" berada di awal kalimat, huruf "A"-nya ditulis kapital ("Al-"). Aturan ini juga berlaku untuk judul referensi dalam teks dan catatan kaki.

Contoh:

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wuḍi‘a linnāsi lallaẓī bi

Bakkatamubārakan Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fīh al-

Qur‘ān

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Abū Naṣr

al-Farābī

Al-Gazālī

Al-Munqiz min al-Ḍalāl

Dalam daftar pustaka atau referensi, nama seseorang yang menggunakan "Ibnu" atau "Abū" sebagai bagian dari nama belakangnya, harus dicantumkan secara lengkap di bagian akhir nama.

Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd,

Abū al- WalīdMuḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad

Ibnu)

Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Naṣr Ḥāmid

(bukan: Zaīd, Naṣr ḤāmidAbū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan

adalah: swt. = *subḥānahū wa ta'ālā*

saw. = *ṣallallāhu 'alaihi wa sallam*

a.s. = *'alaihi al-salām*

H = Hijrah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

l. = Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)

w. = Wafat tahun

QS .../...: 4 = QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Āli

„Imrān/3: 4 HR = Hadis Riwayat

Untuk karya ilmiah bahasa Arab, terdapat beberapa singkatan berikut:

ص	=	صفحة
دو	=	بدؤ يكاً
صهع	=	صهه بهلا عهز و صهه
ط	=	طبعة
د	=	بدؤ نشر
اند	=	اني انرناظ\اني انره
ج	=	جسء

ABSTRAK

Nama : Sitti Nurhalizah
Nim : 20256121003
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Persaingan UMKM Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat di Desa Lembang-Lembang

Penelitian ini membahas tentang Strategi Persaingan UMKM yang ada di Desa Lembang-lembang dan Bagaimana Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Persaingan UMKM yang ada di Desa Lembang-lembang.

Jenis penelitian adalah penelitian lapangan yang bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan Yuridis dan pendekatan Syar'i. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian data yang telah dikumpulkan selanjutnya dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Penelitian ini mengkaji strategi persaingan yang di adopsi oleh UMKM yang bergerak dibidang penjualan kue campuran di Desa Lembang-lembang. Desa lembang-lembang telah menjadi lokasi usaha para pelaku UMKM ini sejak tahun 2016 hingga saat ini. Adapun jenis jenis kue yang ditawarkan yaitu jalangkote, Roti, sambusa, taripang, sawalla, roti goreng, bandang, kue lapis, dan putu karoro. Persaingan diantara mereka terbilang ketat karena kue yang ditawarkan memiliki kemiripan yang signifikan. Kondisi ini mendorong setiap pelaku UMKM untuk mengembangkan strategi yang unik dan spesifik, dengan tujuan utama meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan ekonomi mereka.

Strategi yang diterapkan beragam, mulai dari menjaga kebersihan tempat menjual kue, menjalin kerja sama dengan pedagang lain, memperbanyak macam-macam kue, hingga berjualan keliling menggunakan sepeda motor. Keragaman strategi ini berkorelasi dengan kesejahteraan pelaku UMKM, dengan melihat indikator terpenuhinya kemampuan mereka membiayai sekolah anak, biaya kesehatan (BPJS), dan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hasil Penelitian Hukum Ekonomi Syariah seperti keadilan (dalam penetapan harga dan transaksi), kemaslahatan (memperhatikan kesejahteraan semua pihak), dan kejujuran dalam praktik usaha mereka. Tujuan utama penelitian ini adalah mengidentifikasi kontribusi penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah terhadap keberhasilan dan keberlanjutan UMKM dalam persaingan usaha yang ketat. Diharapkan, temuan penelitian ini dapat memberikan wawasan dan rekomendasi praktis bagi pelaku UMKM, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mendukung pengembangan ekonomi syariah berkelanjutan di Indonesia.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Indonesia adalah salah satu negara yang mempunyai segala kekayaan alam yang melimpah yang menjadi modal untuk mengembangkan ekonomi negara, hal ini dapat di wujudkan dengan cara mendapatkan suatu barang sehingga bisa menumbuhkan kemajuan ekonomi secara terus menerus. Setiap manusia pada hakikatnya membutuhkan harta untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah-satu cara agar kebutuhan hidup manusia dapat terpenuhi yaitu dengan bekerja. Bekerja merupakan salah-satu sebab pokok yang memungkinkan manusia mencari nafkah. Banyak sekali pekerjaan yang dapat dilakukan, salah-satu pekerjaan tersebut ialah berdagang atau usaha bisnis.

Usaha bisnis didefinisikan sebagai sebuah kegiatan yang mengalokasikan sumber daya yang dimiliki kedalam suatu kegiatan produksi yang menghasilkan barang dan jasa yang bisa dipasarkan kepada konsumen agar dapat memperoleh keuntungan atau pengembalian hasil.¹ Dunia usaha masa kini telah menjamur, yang mengakibatkan persaingan yang sangat keras. Dalam memajukan usaha terdapat dua peristiwa yang harus dilaksanakan para pelaku usaha yaitu adalah kemampuan dalam menghasilkan produk dan kesanggupan menghadapi persaingan dengan para pelaku usaha lainnya.

Persaingan usaha yang sehat mendorong peningkatan efisiensi, produktivitas, dan kualitas produk. Sebaliknya, persaingan tidak sehat merugikan perekonomian. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat berperan penting dalam menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat di Indonesia, dengan menyeimbangkan

¹ Hendry E. Ramadhani, *Bisnis Kreatif di Rumah* (Jakarta: Penebar Plus, 2012), h.15.

kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum.²

Persaingan usaha merupakan permasalahan yang umum terjadi pada dunia usaha, permasalahan umum yang biasa dihadapi oleh para pelaku usaha meliputi keterbatasan modal, kesulitan-kesulitan dalam pemasaran, keterbatasan teknologi, keterbatasan akses informasi mengenai peluang pasar, biaya tinggi akibat prosedur administrasi dan birokrasi yang kompleks khususnya dalam pengurusan izin usaha, dan lainnya. Saat ini semakin disadari bahwa harus ada upaya yang dilakukan untuk mengantisipasi mengenai kegagalan usaha. Tidak bisa dipungkiri bahwa di era globalisasi ini, apabila pelaku usaha tidak memiliki kemampuan dalam mengelola dan menjalankan usaha dapat menjadi penyebab gagalnya usaha.

Dalam Islam, persaingan yang diizinkan adalah persaingan yang dilakukan secara Islami dan sesuai dengan etika bisnis yang diajarkan agama tersebut. Syaratnya, persaingan harus memenuhi rukun muamalah dan tidak merugikan pihak lain. Tujuan ajaran Islam dalam konteks persaingan bisnis adalah menciptakan persaingan yang sehat dan normal. Hal ini tertuang dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah (2):148.

وَلِكُلِّ وَّجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۗ اِنَّ مَا تَكُوْنُوْنَ اِيَّاتِ بِكُمْ اللّٰهُ جَمِيعًا ۗ اِنَّ اللّٰهَ عَلٰى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيْرٌ ۙ ۱۴۸

Terjemahnya:

Bagi setiap umat ada kiblat yang dia menghadap ke arahnya. Maka, berlomba-lombalah kamu dalam berbagai kebajikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.³

Terjemahan Bahasa Mandar:

Anna ditungga-tungga' umma' diang pe'olo (kibla'na) iya nape'oloi. Jari silumba-lumbamo'o mie' lao (map-pogau') apiangan. Mau inna mie' muengei. Puang Allah Taala tongang na mappasirumungo'o (dio di allo

² Dadang Iskandar, *Persaingan Sehat Dunia Usaha Di Indonesia Dalam Hubungannya Dengan Sistem Ekonomi Syariah*, Jurnal Hukum Vol,3 No.1, (2016).

³ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Urusan Agama Islam dan Pembimbingan Syariah, (2012).h.21.

*keama’). Sitongangna Puang Allah Taala Masarro Kuasa di inggannana seu-seuwa.*⁴

Berdasarkan ayat diatas, diketahui bahwa sebagai pengusaha untuk bersegera dalam melakukan kebaikan mendorong manusia untuk saling bersaing dan berlomba-lomba dalam melakukan kebaikan. Salah satu bentuk usaha yang memberi kontribusi bantuan dalam pembentukan ekonomi disuatu negara yaitu UMKM, UMKM adalah jenis perusahaan di Indonesia yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-undang No. 20 tahun 2008, UMKM dapat berarti usaha yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil.

UMKM berperan strategis dalam menyerap tenaga kerja dan menjadi sumber pendapatan bagi daerah dan masyarakat, terutama mengingat tingginya angka pengangguran dan tidak semua orang memiliki pendidikan tinggi. Keberadaan UMKM membuka peluang kerja bagi masyarakat kecil dan menengah. UMKM dapat menopang kehidupan siapa pun yang memiliki keahlian dan kemauan, karena dengan modal kecil dan memanfaatkan sumber daya yang ada, seseorang sudah bisa menghasilkan pendapatan, bahkan tanpa izin usaha formal. Pemerintah juga berperan penting dalam pemberdayaan UMKM melalui fasilitas, bimbingan, pendampingan, dan bantuan untuk meningkatkan daya saing.

Di desa lembang-lembang UMKM sebagai kegiatan usaha dalam menunjang perekonomian masyarakat terutama dibidang kuliner, dalam meningkatkan pertumbuhan dan keberlanjutan usaha, banyak dari mereka yang menjual berbagai makanan campuran khususnya kue basah seperti jalan kote, *panada*, *apang*, roti goreng, *bolu paranggi*, *sawalla*, *sambusa*, kue lapis, *kasippi*, dan *putu karoro*. Jajanan tersebut masing-masing di pasarkan di kios depan rumah para pelaku usaha. Usaha tersebut disebut sebagai UMKM karena memenuhi

⁴ Muh. Idham Khalid Bodi, Koroan Mala`bi: *Al-Qur`an Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, (Makassar:Balitbang Agama Makassar, 2019).

kriteria UMKM yang biasanya mencakup usaha dengan skala kecil, modal yang terbatas, dan penghasilan yang masih dalam skala mikro atau kecil.

Persaingan ketat antar pelaku usaha kue di satu desa menjadi ancaman utama. Untuk berkembang, mereka menerapkan berbagai strategi, seperti memanfaatkan anak-anak sebagai agen pemasaran internal untuk menyebarkan informasi di kampung. Selain berjualan di depan rumah, mereka juga memperluas jangkauan pasar dengan efisien menggunakan sepeda motor. Strategi-strategi ini penting bagi pengembangan usaha UMKM dalam menghadapi persaingan. Kondisi ini mendorong pelaku usaha untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menciptakan rasa kue yang lebih unggul.

Permasalahan yang biasa dialami oleh para pelaku UMKM adalah keterbatasan modal yang membatasi kemampuan mereka untuk mengembangkan usaha dan membuat mereka rentang terhadap fluktuasi pasar dan perubahan kondisi ekonomi yang dapat mengganggu kestabilan usaha yang mereka jalankan. Ketidakstabilan harga bahan baku juga menjadi tantangan besar bagi para pelaku usaha seperti tepung, minyak dan bahan baku lainnya. Inilah penyebab pelaku usaha sulit dalam menetapkan harga jual beli stabil. Ketika bahan baku naik pelaku usaha harus memilih antara menaikkan harga jual atau mengurangi margin keuntungan mereka. Tantangan-tantangan tersebutlah mempengaruhi kemampuan para pelaku usaha untuk berkembang dalam jangka panjang. Meskipun, banyak pelaku usaha yang tetap bertahan dan mengandalkan keuletan dan menganggap usaha tersebut adalah sebagai ladang perekonomian mereka dalam memenuhi kehidupan sehari-hari.

Kesejahteraan masyarakat khususnya pedagang kue dengan pendapatan Rp. 500.000 (Lima ratus ribu rupiah) perminggu, sangat bergantung pada pengelolaan keuangan yang cermat. Meskipun pendapatan tersebut mungkin tergolong

sederhana, dengan pengaturan anggaran yang bijak, pelaku usaha bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti biaya makan dan transportasi. Selain itu, dengan memanfaatkan fasilitas pendidikan dan kesehatan yang terjangkau atau bersubsidi, seperti sekolah negeri dan layanan kesehatan dari pemerintah, pelaku usaha juga dapat menutupi biaya pendidikan anak dan biaya kesehatan keluarga. Kesejahteraan yang optimal dapat dicapai dengan mengatur prioritas pengeluaran dan mencari peluang untuk menambah pendapatan, misalnya melalui inovasi produk atau memperluas jaringan dipasar.

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi persaingan usaha, berdasarkan hal tersebut calon peneliti tertarik mengambil judul tentang bagaimana strategi persaingan usaha kecil menengah dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, maka calon peneliti mengangkat dengan judul “ Tinjauan hukum ekonomi Syariah terhadap strategi persaingan usaha kecil menengah dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat Didesa Lembang-lembang, Kecamatan limboro, Kabupaten Polewali Mandar”.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana strategi persaingan UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat di desa lembang-lembang kec. Limboro kab. Polewali mandar?
2. Bagaimana tinjauan hukum ekonomi Syariah terhadap strategi persaingan dan pertumbuhan UMKM di desa lembang-lembang kec. Limboro kab. Polewali mandar?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dalam penelitian ini

yaitu:

- A. Untuk mengetahui bagaimana strategi persaingan UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat di Desa Lembang-lembang kec. Limboro Kab. Polewali Mandar.
- B. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan hukum ekonomi Syariah terhadap strategi persaingan dan pertumbuhan UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat di Desa Lembang-lembang Kec. Limboro Kab. Polewali Mandar.

D. Tujuan dan kegunaan

Adapun kegunaan dalam penelitian ini yaitu :

1. Manfaat ilmiah

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk kajian ilmiah tentang mengoptimalkan ekonomi masyarakat melalui sektor usaha kecil menengah, strategi persaingan usaha kecil menengah, kesejahteraan masyarakat, promosi persaingan yang sehat, dan pembangunan ekosistem usaha yang baik.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi peneliti: penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman dan ilmu pengetahuan yang mendalam tentang perekonomian Islam dan sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar akademis.
- b. Strategi persaingan usaha dan kesejahteraan ekonomi masyarakat: penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi ilmiah dan dijadikan evaluasi untuk mengembangkan program-program dalam meningkatkan perekonomian masyarakat yang lebih efisien.
- c. Institusi STAIN: penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan informasi bagi peneliti untuk penelitian selanjutnya serta menambah pengetahuan bagi seluruh civitas akademika khususnya mengenai tentang

meningkatkan ekonomi masyarakat melalui sektor UMKM, strategi persaingan UMKM, meningkatkan akses keuangan, promosi persaingan yang sehat, dan pembangunan ekosistem usaha yang inklusif. Bagi masyarakat: penelitian ini secara umum umum diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang bagaimana strategi persaingan UMKM dalam meningkatkan ekonomi masyarakat.

E. Fokus penelitian dan deskripsi fokus

1. Fokus penelitian

Fokus penelitian tentang apa yang akan diteliti, yaitu tinjauan hukum ekonomi Syariah terhadap Strategi persaingan UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

2. Deskripsi fokus

Sebelum calon peneliti menguraikan lebih mendalam tentang pembahasan ini, calon peneliti akan menguraikan beberapa konsep agar tujuan penelitian ini lebih terstruktur dan dapat dipahami oleh pembaca.

a. Strategi persaingan UMKM

Strategi persaingan UMKM sangat penting untuk keberhasilan dalam pasar yang kompetitif, dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan, pelaku usaha harus lebih fokus pada peningkatan kualitas produk, untuk menarik pembeli, hal ini dapat dilakukan melalui inovasi dan kreativitas pelaku usaha dalam mengembangkan usaha yang mereka jalankan. Pelaku usaha perlu mengidentifikasi apa yang unik dan bernilai dari produk layanan, proses, atau sumber mereka dan memastikan keunikan ini sulit ditiru oleh pesaing. Pelaku usaha harus memilih segmen pasar yang paling sesuai dengan keunggulan kompetitif mereka, sehingga dapat menawarkan produk dan layanan yang lebih terfokus dan memahami kebutuhan pelanggan dengan lebih baik.

b. Usaha Mikro Kecil dan Menengah

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian di banyak negara, termasuk di Indonesia. UMKM berperan penting dalam menciptakan tenaga kerja, mendorong pertumbuhan perekonomian, UMKM memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penyediaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, selain itu dalam tantangan UMKM, setiap pelaku UMKM harus menghadapi persaingan yang ketat, baik dari pelaku usaha lain. Strategi persaingan yang efektif menjadi kunci keberhasilan pelaku UMKM dalam meraih keuntungan dan meningkatkan kesejahteraan.

c. Kesejahteraan

Kesejahteraan adalah apabila seseorang bisa mencapai kondisi hidup yang baik, dan kesejahteraan bisa di ukur dari kebutuhan sehari-hari seperti biaya makan, biaya pendidikan anak dan biaya rumah sakit yang bersubsidi, apabila semuanya terpenuhi maka seseorang bisa disebut sejahtera.

F. Tinjauan Penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu ini bertujuan untuk mendapatkan bahan acuan dan perbandingan. Beberapa penelitian relevan dengan penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Tetty Yulianty, Cut Sarah Shafira, Muhammad Rafi Akbar, dengan judul “Strategi Menghadapi Persaingan Bisnis Global Studi Kasus Pada PT. Muniru Burni Telong”. Pada Tahun 2020, penelitian ini lebih berfokus pada strategi kesiapan UMKM bogor dalam menghadapi persaingan Global, kegiatan ekonomi global yang melibatkan negara-negara diseluruh dunia, Usaha Mikro Kecil Menengah ini harus mampu berkembang sampai. kepasar global bukan hanya di skala nasional saja, ajakan bersaing di pasar global tersebut akan meningkatkan pemahaman baru bagi pelaku UMKM bagaimana memajukan

produknya sampai ke negara-negara yang ada didunia, jika konsumen tertarik ingin membeli produk UMKM, pendapatannya akan meningkat, sehingga biaya hidup semakin baik.⁵

Sedangkan pada Penelitian calon peneliti, berfokus pada strategi persaingan usaha kecil dan menengah dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, khususnya di Desa Lembang-lembang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami strategi yang digunakan oleh setiap pelaku usaha dalam menghadapi persaingan, mengembangkan usaha, dan menarik pelanggan. Mengingat bahwa persaingan adalah elemen yang tak terelakkan dalam dunia usaha, penting untuk mengeksplorasi pendekatan-pendekatan yang efektif guna mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat.

2. Misbahnul Munir, Abdul Rokhim, Ahmad Baisuni, dengan judul “Analisa Strategi Daya Saing Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Mempertahankan Bisnis Dan Meningkatkan Kesejahteraan Pelaku UMKM Di Lingkungan Kampus Kabupaten Jember. Pada tahun 2021, penelitian ini berfokus pada bagaimana pelaksanaan daya saing UMKM di masa pandemic covid-19 dalam mempertahankan bisnis dan meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM dengan menggunakan strategi biaya rendah, adapun strategi bersaing yang digunakan untuk menarik pelanggan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan pelayanan terbaik, memberi diskon, serta promosi menggunakan sosial media.⁶

Sedangkan pada penelitian calon peneliti adalah Penelitian ini berfokus

⁵ Tetty Yuliaty, Cut Sarah Shafira, Muhammad Rafi Akbar, *Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global Studi Kasus Pada PT. Muniru Burni Telong*, Jurnal Management, Business, and Accounting, Vol 19, No3, (2020).

⁶ Misbahnul Munir, Abdul Rokhim, Ahmad Baisuni, *Analisa Strategi Daya Saing Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Mempertahankan Bisnis Dan Meningkatkan Kesejahteraan Pelaku UMKM Di Lingkungan Kampus Kabupaten Jember*, Journal Of Islamic, Vol 4, No.1 (2021).

pada strategi persaingan usaha kecil dan menengah dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, khususnya di Desa Lembang-Lembang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami strategi yang digunakan oleh setiap pelaku usaha dalam menghadapi persaingan, mengembangkan usaha, dan menarik pelanggan. Mengingat bahwa persaingan adalah elemen yang tak terelakkan dalam dunia usaha, penting untuk mengeksplorasi pendekatan-pendekatan yang efektif guna mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat.

3. Elina Marlina, dengan judul “Analisis Strategi Bersaing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Industri Sepatu Soildhoes Kabupaten Bogor”. Pada tahun 2022, penelitian ini beerfokus untuk mengetahui strategi bersaing yang ditetapkan oleh UMKM sepatu soildhoes kabupaten bogor dalam menjalankan usahanya untuk bisa menghadapi persaingan, pada penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi penambah informasi di bidang pemasaran khususnya pada UMKM sepatu.⁷

Sedangkan pada penelitian calon peneliti, berfokus pada strategi persaingan usaha kecil dan menengah dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, khususnya di Desa Lembang-Lembang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami strategi yang digunakan oleh setiap pelaku usaha dalam menghadapi persaingan, mengembangkan usaha, dan menarik pelanggan. Mengingat bahwa persaingan adalah elemen yang tak terelakkan dalam dunia usaha, penting untuk mengeksplorasi pendekatan-pendekatan yang efektif guna mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat

⁷ Elina Marlina, “*Analisis Strategi Bersaing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Industri Sepatu Soildhoes Kabupaten Bogor.*” (Skripsi Fakultas tarbiyah dan keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta: 2022), h.19.

BAB II

KAJIAN TEORETIS

A. Hukum Persaingan Usaha

Persaingan yang sehat yang sah secara hukum dan menguntungkan tanpa merugikan pesaing, mendorong kemajuan perusahaan melalui inovasi dan peningkatan kualitas produk serta efisiensi operasional. Sebaliknya, persaingan tidak sehat dilakukan dengan cara-cara yang melanggar hukum dan merugikan pesaing. Hukum persaingan usaha mengatur kompetisi Usaha untuk menciptakan efisiensi ekonomi dan kesejahteraan sosial. Sejalan dengan UUD 1945 Pasal 33 ayat (4), hukum ini bertujuan mewujudkan perekonomian nasional yang demokratis, berkeadilan, efisien, berkelanjutan, dan berwawasan lingkungan, demi kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia.¹

Dalam rangkaian pembangunan ekonomi Indonesia, prinsip dan tujuan larangan praktik monopoli serta persaingan usaha tidak sehat tercantum dalam pasal 2 dan pasal 3 Undang-undang Nomor 5 tahun 1999. Pasal 2 UU No. 5 tahun 1999 menetapkan prinsip demokrasi ekonomi sebagai landasan pembangunan ekonomi. Ini berarti bahwa pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya harus berlandaskan demokrasi ekonomi dengan mempertimbangkan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum.

Tujuan larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat tercantum dalam pasal 3 UU No. 5 tahun 1999, yaitu:

1. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional merupakan upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat.
2. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha

¹<https://sg.docworkspace.com/d/sIMC5ocicAdm4krUG?sa=wa&ps=1&fn=MIH017202.pdf>. Di Akses Pada Tanggal 27-juli-2024

yang sehat menjamin kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, menengah, dan kecil.

3. Mencegah praktik monopoli atau persaingan usaha yang tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha, dan
4. Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.¹

Undang-undang No. 5 Tahun 1999 juga mengatur beberapa perjanjian yang dilarang dalam persaingan usaha yaitu:

- a. Perjanjian yang bersifat oligopoli

Oligopoli adalah struktur pasar yang didominasi beberapa perusahaan besar yang menguasai sebagian besar komoditas. Jika perusahaan-perusahaan ini bekerja sama (oligopoli kolusif), pasar akan cenderung homogen. Ciri khasnya adalah reaksi berantai antar pedagang terhadap perubahan harga: kenaikan harga oleh satu pedagang biasanya diikuti pedagang lain, begitu pula sebaliknya. Perjanjian penetapan harga (*price fixing agreement*)

Pelaku usaha dilarang menetapkan harga barang atau jasa bersama pesaingnya. Hal ini melanggar Pasal 5 UU Nomor 5 Tahun 1999, karena penetapan harga bersama cenderung menghasilkan harga lebih tinggi daripada harga yang terbentuk dari persaingan sehat.

- b. Perjanjian diskriminasi harga (*price discrimination*)

Pelaku usaha dilarang mendiskriminasi harga melalui perjanjian yang mengakibatkan perbedaan harga untuk barang/jasa yang sama bagi pembeli yang berbeda. Praktik ini dapat merusak atau menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat.²

- c. Perjanjian penetapan harga di bawah harga pasar (*predatory pricing/dumping*)

¹ Wafiya, *Politik Hukum Pembentukan Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Jurnal Ilmu Hukum, Vol 8 No.4, (2014).

² Kiagoos Haqqy Annafi Ghany Azis, *Perjanjian Yang Di Larang Berdasarkan Prespektif Hukum Persaingan Usaha Indonesia*, Jurnal Ilmu Sosial, Vol.5 No.2 (2021).

Perusahaan dominan sering menggunakan strategi penetapan harga di bawah harga pasar untuk menyingkirkan pesaing. Strategi ini melibatkan penetapan harga jual yang sangat rendah, umumnya di bawah biaya variable.

d. Perjanjian penetapan harga jual kembali (*resale price maintenance*)

Larangan pelaku usaha membuat perjanjian yang mewajibkan penerima barang/jasa menjual kembali dengan harga tidak lebih rendah dari harga yang disepakati (penetapan harga jual kembali minimum) diatur dalam Pasal 8 UU Nomor 5 Tahun 1999. Perjanjian seperti ini dilarang karena dapat mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat dengan cara membagi-bagi wilayah pasar.³

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 melarang tidak hanya perjanjian yang mengakibatkan persaingan curang, tetapi juga berbagai kegiatan yang menimbulkan persaingan curang. Salah satunya adalah monopoli, yaitu kondisi pasar di mana satu pelaku usaha atau kelompok menguasai produksi, pemasaran, atau penggunaan barang/jasa tertentu. Kondisi ini memungkinkan pelaku usaha tersebut mengontrol produksi, harga, dan wilayah pemasaran. Larangan kegiatan monopoli diatur dalam Pasal 17 UU Nomor 5 Tahun 1999:

- a. Pelaku usaha dilarang melakukan penguasaan pasar atau pemasaran barang yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan yang tidak sehat.
- b. Pelaku usaha patut diduga atau dianggap melakukan penguasaan atas produksi atau pemasaran barang sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) apabila barang atau jasa yang bersangkutan belum ada substitusinya atau mengakibatkan pelaku usaha lain masuk ke dalam persaingan usaha barang atau jasa yang sama.⁴

³ Nurianto, *Hukum Persaingan Usaha*, (Denpasar: Zivatama Jawara, 2020), h.17-35.

⁴<https://sg.docworkspace.com/d/sINK5ocicAcDmlbUG?sa=wa&ps=1&fn=Hukum-Persaingan-Usaha-Pertemuan-8.ppt>. Di Akses Pada Tanggal 28-juli-2024.

Islam mengharamkan monopoli, yang merupakan salah satu dari dua pilar kapitalisme yang rakus dan otoriter, termasuk riba. Monopoli yang dimaksud adalah tindakan menahan barang agar tidak beredar di pasar dengan tujuan menaikkan harganya. Dosa orang yang melakukan monopoli akan semakin besar jika praktik ini dilakukan secara kolektif, di mana sekelompok pedagang bersekongkol untuk memonopoli jenis barang tertentu. Hal yang sama berlaku untuk seorang pedagang yang memonopoli satu jenis barang dagangan demi keuntungan pribadi dan mengendalikan pasar sesuai kehendaknya. Rasulullah SAW bersabda, siapa pun yang memonopoli, ia berdosa. Tidak ada yang melakukan monopoli kecuali pendusta. Siapa pun yang memonopoli selama empat puluh hari, maka ia telah terlepas dari Allah, dan Allah pun terlepas darinya. Siapa pun yang memonopoli bahan makanan selama empat puluh hari, hatinya akan menjadi keras.

Masalah terhadap sistem monopoli dalam bisnis menurut Hukum Islam muncul karena sistem ini bertentangan dengan prinsip kasih sayang yang dianjurkan dalam Islam. Salah satu nilai penting dalam Islam adalah sifat kasih sayang, yang telah Allah jadikan sebagai misi yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW. Hal ini ditegaskan dalam QS Al-Anbiya. Ayat 107 yang berbunyi :⁵

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ ١٠٧

Terjemahnya:

Kami tidak mengutus engkau (Nabi Muhammad), kecuali sebagai rahmat bagi seluruh alam.⁶

Terjemahan Bahasa Mandar:

Anna andiangi Iyami' ma'utuso'o (massio'o Muhammad)), selaengna na (menjari) pammase di inggannana alang.

Ayat diatas menegaskan umat Islam mendorong umatnya untuk menerapkan

⁵ Rezmia Febrina, *Penerapan Teori Hukum Dalam Konteks Pembaharuan Hukum Persaingan Usaha Berbasis Syari'ah*, Jurnal Gagasan Hukum, Vol.04, No.01, (2022).

⁶ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Urusan Agama Islam dan Pembimbingan Syariah, (2012). h.21

prinsip-prinsip keadilan, kepedulian, mengedepankan nilai-nilai kejujuran, kesejahteraan masyarakat, baik dalam aspek kehidupan maupun ekonomi atau suatu usaha, serta tanggung jawab sosial, selaras dengan pesan Q.S Al-Anbiya untuk membawa rahmat dan kebaikan bagi seluruh alam.

B. *Persaingan yang sehat dan adil dalam sistem ekonomi syariah*

Persaingan sehat dalam ekonomi, merupakan interaksi antara dua atau lebih pelaku usaha untuk saling mengungguli. KBBI mendefinisikan persaingan sebagai upaya menunjukkan keunggulan dalam perdagangan, produksi, dan sebagainya. "Sehat," dalam hal ini, berarti berjalan dengan baik dan sesuai aturan. Oleh karena itu, persaingan sehat adalah upaya menunjukkan keunggulan masing-masing pelaku usaha secara baik dan sesuai aturan.⁷

Persaingan usaha adalah hal biasa dalam kegiatan ekonomi. Persaingan sehat meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan kualitas produk. Sebaliknya, persaingan tidak sehat merusak perekonomian dan merugikan masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan aturan hukum yang mengatur persaingan usaha. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang diberlakukan pada 5 Maret 1999, merupakan aturan main untuk menciptakan iklim usaha yang sehat, kondusif, dan kompetitif di Indonesia.

Persaingan usaha adalah hal biasa dalam kegiatan ekonomi. Persaingan sehat mendorong efisiensi, produktivitas, dan kualitas produk. Sebaliknya, persaingan tidak sehat merusak perekonomian dan merugikan masyarakat. Oleh karena itu, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (diresmikan 5 Maret 1999) menjadi aturan penting untuk menciptakan iklim usaha yang sehat dan kompetitif di Indonesia.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 bertujuan mencegah monopoli dan

⁷ Dadang Iskandar, *Persaingan Sehat Dunia Usaha Di Indonesia Dalam Hubungannya Dengan Sistem Ekonomi Syariah*, Jurnal Yustisi Vol, 3 No.1, (2016).

persaingan usaha tidak sehat untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi, serta kesejahteraan masyarakat. Persaingan sehat menarik investasi, menciptakan lapangan kerja, dan mengurangi pengangguran.

Persaingan usaha sehat dalam konteks ekonomi syariah sangat relevan di Indonesia, negara mayoritas muslim. Islam mendorong kompetisi yang baik dan adil, sesuai dengan sunnah yang menjelaskan bahwa Allah menetapkan harga, bukan manusia. Islam menganjurkan negosiasi dan melarang monopoli serta praktik perdagangan yang merugikan. Oleh karena itu, aturan larangan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat harus selaras dengan prinsip ekonomi syariah.⁸

Syariah (juga disebut syir'ah atau syar'ah), secara harfiah berarti peraturan, undang-undang, atau hukum, merupakan aturan Allah SWT yang mengatur hubungan manusia dengan-Nya, antar sesama manusia, dan manusia dengan alam. Syariat memiliki ruang lingkup yang sangat luas, bahkan tak terbatas, namun penerapannya fleksibel.

Islam sangat menekankan nilai-nilai prinsip dalam semua aktivitas, termasuk ekonomi. Tujuan aktivitas ekonomi dalam Islam adalah mewujudkan kesejahteraan ekonomi umat secara adil dan bermoral. Aktivitas ekonomi harus dilandasi keyakinan religius yang kuat untuk mengolah, memproduksi, memasarkan, dan memanfaatkan nilai ekonomis demi memenuhi kebutuhan hidup bersama. Sistem perekonomian nasional, termasuk aspek persaingan usaha, belum sepenuhnya menjunjung tinggi keadilan dan kesejahteraan sebagaimana tercantum dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

- a. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah-satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat.

⁸ Rezmia Febrina, *Penerapan Teori Hukum Dalam Konteks Pembaharuan Hukum Persaingan Usaha Berbasis Syari`ah*, Jurnal Gagasan Hukum, Vol. 4 No. 1, (2022).

- b. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, kecil dan menengah.
- c. Mencegah praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha
- d. Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

Pasal 3 huruf a dan b Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mengutamakan keadilan dan kesejahteraan, menjamin kesempatan berusaha yang setara bagi pelaku usaha dan variasi produk bagi konsumen. Paradigma "Persaingan Usaha yang Berkeadilan dan Menyejahterakan" penting untuk implementasi hukum persaingan usaha, dengan fokus pada keadilan sosial.⁹

Islam memperbolehkan persaingan usaha, tetapi harus dilakukan secara sehat, halal, dan sesuai Al-Qur'an dan Al-Hadits. Mencari rezeki dengan persaingan yang sehat dan wajar adalah cara terbaik bagi seorang muslim. Islam menekankan bahwa setiap aktivitas, termasuk berbisnis, adalah ibadah. Mekanisme pasar dalam Islam didasarkan pada tiga aspek:

1. Pasar harus didasarkan pada kebebasan terbatas dan kerja sama (ta'awun). Kebebasan dalam Islam terarah sesuai prinsip bisnis Islam. Kebebasan pasar bukan berarti tanpa batas, melainkan beroperasi sesuai ketentuan Islam.
2. Sistem pasar yang adil mencegah monopoli yang memusatkan kekayaan pada satu individu atau kelompok. Islam memiliki dua sistem distribusi: komersial (melalui proses ekonomi) dan sosial (untuk menciptakan keseimbangan pendapatan).¹⁰

⁹ Ayup Suran Ningsih, *Implikasi Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat Pada Pelaku UMKM*, Jurnal Penelitian Hukum Vol 19, No 2 (2019).

¹⁰ Kamal Rokan, Mustafa, S.H.I., M.H., *Hukum Persaingan Usaha*. 2010, PT.Rajagrafindo Persada; Jakarta, h.32-24.

Tiga syarat agar usaha dapat berlangsung sebagai kesepakatan bersama yang didasari kerelaan antara para pelakunya demi mendapatkan ridha Allah SWT, yaitu:

- a. Transaksi usaha harus menghindari paksaan yang membuat salah satu pihak terpaksa bernegosiasi. Persetujuan bersama atas harga dan barang yang diperjualbelikan sangat penting.
- b. Transaksi harus terbebas dari unsur-unsur penipuan atau bentuk-bentuk lain yang serupa, sebab penipuan dan kecurangan sangat dikutuk.¹¹ terdapat pada Al Qur'an surat An-Nisa (4) ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
 أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.¹²

Terjemahan Bahasa Mandar:

*E, inggannana to matappa', da sipande barang-barang di antaramu mie' (tangkalang iya) salah, selaengna sawa' pa'danggangan iya melo' para melo' di antaramu mie'. Anna da mie' pappatei alawemu. Sitongangna Puang Allah Taala Diangi Masarro Makkesayang di sesemu mie.*¹³

Ayat diatas mengingatkan untuk tidak memperoleh harta dengan cara yang batil, yang bisa termasuk penipuan, kecurangan, atau cara-cara tidak jujur lainnya. Ayat ini menekankan pentingnya kejujuran dan integritas dalam transaksi dan hubungna sesamam manusia.

- c. Kejujuran, sebagian dari makna kejujuran adalah seorang pelaku usaha harus

¹¹ <https://sg.docworkspace.com/d/sIKy5ocicAea01bUG>. Di Akses Pada Tanggal 9-Agustus-2024

¹² Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Urusan Agama Islam dan Pembimbingan Syariah, (2012). h.29

¹³ Muh. Idham Khalid Bodi, Koroan Mala'bi: *Al-Qur'an Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, (Makassar:Balitbang Agama Makassar, 2019).

selalu terbuka dan transparan dalam jual belinya. Dengan bersikap jujur, usaha akan menjadi berkembang, karena kejujuran menjadi daya dorong yang sangat kuat bagi pelaku usaha untuk meraih kesuksesan dan keuntungan, banyak sekali orang yang berhasil dalam dunia bisniskarena sifat jujur yang mereka miliki. Hal ini ditegaskan dalam Al-qur`an surat Al-Ahzab ayat 70 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ۗ

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar.¹⁴

Terjemahan Bahasa Mandar:

*E inggannana to matappa', pe'atakwao mie' lao di Puang Allah Taala anna pappauo mie' pau iya tongang (parua).*¹⁵

Ayat diatas mengajarkan pentingnya bertakwa kepada Allah SWT dan selalu mengucapkan perkataan jujur, dan ketakwaan dalam bersaing membantu UMKM tumbuh secara berkelanjutan, yang pada gilirannya meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, sesuai dengan ajaran islam.

C. Strategi Persaingan UMKM

Strategi menurut Michael merupakan sejumlah tindakan yang terintegrasi yang diambil untuk mendayagunakan kompetensi inti serta memperoleh keunggulan bersaing.¹⁶ Persaingan dalam dunia usaha memengaruhi keuntungan perusahaan. Sifat, bentuk, intensitas, dan strategi yang diterapkan untuk menghadapi persaingan sangat menentukan tingkat keuntungan yang diperoleh.¹⁷

Strategi persaingan UMKM adalah serangkaian rencana dan tindakan

¹⁴ Kementerian Agama RI, *Al-Qur`an dan Terjemahannya* (Jakarta: Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Urusan Agama Islam dan Pembimbingan Syariah, (2012).h. 70.

¹⁵ Muh. Idham Khalid Bodi, Koroan Mala`bi: *Al-Qur`an Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, (Makassar:Balitbang Agama Makassar, 2019).

¹⁶ Michael, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Erlangga 1996). h.113.

¹⁷ Sondang P. Siagian, *Manajemen Stratejik*, (Jakarta: PT.Bumi Askara, 2003),H. 83-84.

yang dirancang oleh UMKM untuk bersaing secara efektif di pasar. Strategi ini bertujuan untuk membedakan produk atau layanan UMKM dari pesaing, menarik pelanggan, dan mempertahankan pangsa pasar. persaingan UMKM yang semakin meningkat didukung dengan kemajuan teknologi yang semakin berkembang, mengharuskan pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi dengan cepat oleh perubahan ini. Untuk bertahan dalam persaingan yang ketat, UMKM harus selalu siap menghadapi perubahan pasar yang dinamis. Oleh karena itu, pelaku UMKM berupaya keras untuk mempertahankan pelanggan mereka agar tidak berpindah ke kompetitor. Ini menyebabkan persaingan yang semakin tinggi di antara para pelaku UMKM dalam meraih pangsa pasar. Dalam upaya mempertahankan pelanggan, setiap UMKM mengembangkan strategi pemasaran yang berbeda, dengan harapan dapat bertahan dan unggul dalam persaingan.¹⁸

Keunggulan kompetitif memungkinkan UMKM untuk bersaing secara berkelanjutan. Strategi persaingan bertujuan mengamankan posisi yang menguntungkan dan berkelanjutan di tengah persaingan industri. Keunggulan ini berasal dari nilai yang diciptakan perusahaan bagi konsumen, yang melebihi biaya produksinya. Indikator persaingan untuk UMKM membantu dalam mengevaluasi posisi mereka di pasar dan merumuskan strategi untuk meningkatkan daya saing. Berikut adalah penjelasan detail mengenai indikator persaingan untuk UMKM:

1. Identifikasi Kompetitor

Mulailah dengan mengidentifikasi semua kompetitor, baik langsung (menawarkan produk/jasa serupa) maupun tidak langsung (melayani kebutuhan

¹⁸ Puspita Lianti Putri, Kartika Dwi Chandra Sari, *Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Pelaku UMKM Binaan Rumah BUMN Purwekerto Melalui Orientasi Pasar Dan Inovasi*, Jurnal Among Makarti Vol.15 N0.2, (2022).

pelanggan yang sama dengan cara berbeda). Ini termasuk memperhatikan kompetitor baru dan potensial. Perhatikan juga produk substitusi yang dapat menggantikan produk UMKM

2. Analisis kekuatan dan kelemahan kompetitor

Evaluasi kekuatan dan kelemahan kompetitor dalam hal kualitas produk, harga, pemasaran, layanan pelanggan, dan inovasi. Identifikasi strategi pemasaran yang mereka gunakan dan keberhasilannya

3. Analisis pasar

Pahami tren pasar, permintaan konsumen, dan potensi pertumbuhan. Apakah pasar sedang tumbuh atau menurun? Apa kebutuhan dan preferensi pelanggan? Informasi ini membantu UMKM menyesuaikan strategi.

3. Peningkatan Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan faktor kunci keberhasilan usaha. Produk yang berkualitas baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas. Perhatikan bahan baku, proses produksi, dan pengemasan produk. Lakukan inovasi dan pengembangan produk secara berkala untuk tetap kompetitif. Keunggulan kompetitif memungkinkan UMKM untuk terus bersaing. Strategi persaingan bertujuan mengamankan posisi yang menguntungkan dan berkelanjutan di tengah persaingan industri. Keunggulan kompetitif berasal dari nilai yang diciptakan perusahaan bagi pembeli, yang melebihi biaya produksinya.

1. Strategi biaya rendah

UMKM menerapkan strategi biaya rendah untuk menurunkan harga jual dengan cara menekan biaya produksi. Strategi ini menyasar konsumen yang sensitif harga. Meskipun demikian, UMKM tetap menjaga kualitas produk agar tetap terjangkau segmen pasar menengah ke bawah.

2. Strategi fokus

Strategi fokus bertujuan untuk menciptakan keunggulan bersaing dengan menargetkan segmen pasar yang sangat spesifik. Strategi ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan kelompok konsumen yang relatif kecil. Dalam strategi ini, perusahaan mengarahkan upayanya pada segmen pasar tertentu dan tidak berusaha melayani pasar secara umum

3. Diversifikasi produk

Diversifikasi produk adalah memperbanyak produk yang dijual agar dapat menarik lebih banyak pelanggan dan memenuhi berbagai selera. Tujuan dari diversifikasi ini adalah untuk menjangkau lebih banyak segmen pasar. Pelanggan memiliki preferensi yang berbeda-beda, jadi dengan menawarkan variasi produk yang lebih banyak dapat menarik pelanggan yang lebih luas.

4. Diferensiasi produk

Suksesnya suatu usaha tidak hanya bergantung pada produk, tetapi juga pada pelayanan prima. Diferensiasi melalui pelayanan unggul membuat usaha menonjol. Fokus pada keramahan, kecepatan, ketepatan, dan kepedulian terhadap kebutuhan pelanggan menciptakan pengalaman belanja yang positif dan tak terlupakan.

UMKM perlu memahami kekuatan dan kelemahannya untuk memanfaatkan peluang dan meminimalkan ancaman. Strategi persaingan yang tepat memungkinkan penilaian objektif kondisi internal dan eksternal, sehingga mampu beradaptasi dan meraih keunggulan kompetitif dengan produk yang sesuai kebutuhan konsumen dan pemanfaatan sumber daya optimal.¹⁹ Strategi kompetitif yang efektif mencakup tindakan ofensif maupun defensif untuk menciptakan posisi yang terlindungi terhadap lima kekuatan persaingan. Lima kekuatan tersebut adalah:

1. Ancaman pendatang baru

¹⁹ Barkah Fitriadi, Soekarto, Sunarti, *Strategi Bersaing: Suatu Kajian Perumusan Strategi Pemasaran Gula Merah Keunggulan Kompetitif*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 5 No. 1 (2013).

Pendatang baru dalam suatu industri membawa kapasitas baru, keinginan untuk mendapatkan pangsa pasar, dan berusaha meraih posisi. Mereka sering menggunakan pendekatan baru untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kehadiran pemain baru biasanya menyebabkan penurunan harga dan keuntungan, sehingga menurunkan profitabilitas industri.

2. Ancaman produk pengganti

Kehadiran produk substitusi membatasi harga yang bisa ditetapkan oleh pemimpin pasar dalam suatu industri; harga yang terlalu tinggi dapat mendorong pembeli beralih ke produk substitusi.

3. Kekuatan tawar-menawar pembeli

Pelanggan industri menekan harga, menegosiasikan kualitas dan layanan yang lebih baik, karena tujuan utamanya adalah mendapatkan harga serendah mungkin.

4. Kekuatan tawar-menawar pemasok atau supplier

Biasanya, semakin sedikit jumlah pemasok, semakin penting produk yang dipasok, dan semakin kuat posisi tawar mereka. Jika pemasok memiliki daya tawar yang cukup besar terhadap perusahaan industri, mereka dapat menaikkan harga secara signifikan, yang dapat mempengaruhi kemampuan organisasi pelanggan untuk menghasilkan laba.

5. Rivalitas antar pesaing

Persaingan antar perusahaan memacu berbagai upaya peningkatan posisi dan keunggulan kompetitif, termasuk persaingan harga, perang iklan, penentuan posisi produk, dan diferensiasi.²⁰ Terdapat beberapa strategi yang bisa diterapkan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan. Secara umum, ini mencakup

²⁰ Warren J, Keegan, *Manajemen pemasaran Global Edisi Keenam*, (Jakarta PT Indeks,2007), h.6.

berbagai pendekatan yang mungkin dilakukan.²¹

- a. Memposisikan perusahaan sedemikian rupa sehingga memiliki kemampuan terbaik untuk melawan berbagai kekuatan persaingan yang ada.
- b. Mengubah keseimbangan kekuatan melalui langkah-langkah strategis, dan dengan demikian memperbaiki posisi relatif perusahaan.
- c. Mengantisipasi perubahan pada faktor-faktor yang mempengaruhi kekuatan persaingan dan meresponsnya, sehingga dapat memanfaatkan perubahan tersebut dengan memilih strategi yang sesuai dengan keseimbangan persaingan yang baru sebelum perubahan itu disadari.

Keunggulan kompetitif dipengaruhi oleh kekuatan dan kelemahan pesaing serta kepuasan konsumen. Analisis konsumen dan pesaing sangat penting, karena pesaing dapat berdampak positif atau negatif terhadap kepuasan segmen konsumen tertentu. Konsumen yang puas merupakan aset berharga yang memberikan keunggulan kompetitif. Mempertahankan konsumen dan membangun hubungan jangka panjang adalah investasi penting. Lima aspek penting yang perlu dipahami tentang pesaing adalah:

1. Siapa saingannya
2. Strategi apa yang mereka gunakan
3. Kekuatan dan kelemahan mereka
4. Pola relasi mereka

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi apakah suatu perusahaan menjadi pesaing kita atau tidak. Pesaing bisa dilihat dari sisi industri, harga, bahkan segmen pasar. Identifikasi pesaing sangatlah penting karena hal ini berpengaruh besar terhadap kesuksesan perusahaan. Penelitian menunjukkan bahwa "hanya 20% pemasar yang dapat mengidentifikasi pesaingnya dengan tepat, sementara lebih dari

²¹ Michael E Porter Dan Agus Maulana, *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industri Pesaing*, (Jakarta Erlangga), h. 27.

80% lainnya salah sasaran.

D. Kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 mengategorikan UMKM sebagai berikut, Usaha Mikro merupakan usaha produktif perseorangan atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro atau kecil. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif perseorangan atau badan usaha yang berdiri sendiri, bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan menengah atau besar. Usaha Menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, milik perseorangan atau badan usaha, bukan anak perusahaan atau cabang usaha kecil atau besar, dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau penjualan tahunan tertentu.

Berdasarkan definisi tersebut UMKM dapat dirumuskan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 dengan kriteria, jenis usaha yang umumnya dijalankan oleh individu atau keluarga, dengan jumlah tenaga kerja yang terbatas dengan modal yang relatif kecil. Modal Rp. 1.000.000 – 10.000.000, biasanya merupakan usaha mikro yang sangat kecil, seperti warung kecil, pedagang kaki lima, dan usaha rumahan sederhana.

Pemerintah dan masyarakat perlu lebih memperhatikan pemberdayaan UMKM agar lebih kompetitif. Kebijakan pemerintah harus mendukung pertumbuhan UMKM sebagai upaya mengurangi pengangguran, kemiskinan, dan meningkatkan pemerataan pendapatan. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM Pasal 1 ayat 10 menetapkan peran pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha, dan masyarakat dalam memberdayakan UMKM melalui fasilitas, bimbingan, pendampingan, dan bantuan untuk meningkatkan daya saing.

Islam menghalalkan berbisnis. Nabi Muhammad SAW adalah seorang pedagang sukses, begitu pula banyak sahabatnya. Manusia sebagai khalifah di

muka bumi dituntut untuk berusaha keras. Dalam ekonomi Islam, UMKM merupakan bagian dari usaha manusia untuk hidup, beribadah, dan mencapai kesejahteraan masyarakat. Perintah ini berlaku kepada semua orang tanpa membeda-bedakan pangkat, status jabatan seseorang dalam Al-Qur'an di jelaskan dalam QS At-Taubah (09), ayat 105 yang berbunyi:

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ
بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ۝ ١٠٥

Terjemahnya:

Katakanlah (Nabi Muhammad), “Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan.”²²

Terjemahan Bahasa Mandar:

*Anna pa'uang'o: "Pe'uya'o mie', jari Puang Allah Taala anna Suro-Na anna tau matappa' na ma'ita panggauangmu mie', anna diango'o mie' na dipepembali' lao (di Puang Allah Taala) Iya Masarro ma'issang di anu mallinrung anna anu mallaherang, anna na pakarewaio mie' di anu iya pura mupogau'."*²³

Pada ayat diatas menekankan pentingnya bekerja dengan tekun dan bertanggung jawab, karena semua amal perbuatan akan diperlihatkan kepada Allah SWT, Rasul, dan orang-orang beriman.

Meurut Pandji Anoraga diterangkan bahwa secara umum, sektor usaha mikro kecil menengah memiliki karakteristik sebagai berikut :

- a. Sistem pembukuan yang relatif administrasi pembukuan sederhanadan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar. Kadang kala pembukuan tidak di up to date sehingga sulit untuk menilai kerja usahanya.
- b. Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi.

²² Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Urusan Agama Islam dan Pembimbingan Syariah, (2012).

²³ Muh. Idham Khalid Bodi, Koroan Mala`bi: *Al-Qur'an Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, (Makassar:Balitbang Agama Makassar, 2019).

- c. Modal terbatas, Pengalaman menejerial dalam mengelola perusahaan perusahaan masih sangat terbatas
- d. Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharapkan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang.
- e. Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diverifikasi pasar sangat terbatas.
- f. Kemampuan untuk sumber dana dari pasar modal rendah, mengingat
- g. keterbatasan dalam sistem administrasinya. Untuk mendapatkan dana di pasar modal, sebuah perusahaan harus mengikuti sistem administrasi standar dan harus transparan.²⁴

UMKM memiliki kekuatan potensial yang merupakan andalan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang adalah sebagai berikut:

1. Penyediaan lapangan kerja peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, diperkirakan maupun menyerap sampai dengan 50% tenaga kerja yang tersedia.
2. Sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru.
3. Memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar.
4. Memanfaatkan dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait.
5. Memiliki potensi untuk berkembang. Berbagai upaya pembinaan yang kelemahannya, yang sering juga menjadi faktor penghambat dan permasalahan dari Usaha Makro terdiri dari 2 faktor :
 - a. Kendala internal UMKM meliputi keterbatasan sumber daya, pemasaran

²⁴ Panji Anorag, *Ekonomi Islam Kajian Makro Dan Mikro*, (Yogyakarta :Dwi Chandra Wacana, 2010),h. 32.

yang lemah (fokus produksi, minim akses informasi pasar, dan peran terbatas sebagai hanya penjual), serta kurangnya kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk.

- b. Kendala eksternal muncul dari pihak pengembang dan pembina UMKM, misalnya solusi yang tidak tepat sasaran, kurangnya monitoring, dan program yang tumpang tindih.

Menurut Wahdino sastro dalam islam, telah diatur tata cara bersosialisasi antar manusia, hubungannya dengan Allah SWT, aturan main yang berhubungan dengan hukum (halal-haram) dalam setiap aspek kehidupan termasuk aktifitas usaha, agar seorang muslim dapat selalu menjaga perilakunya dan tidak terjerumus kedalam kesesatan. Berikut adalah karakteristik Usaha Mikro menurut prespektif ekonomi islam:

1. Usaha mikro pengaruhnya bersifat ketuhanan/ilahiah (*nizhamun rabbaniyyun*), mengingat dasar-dasar pengaturannya yang tidak diletakkan oleh manusia, akan tetapi didasarkan pada aturan-aturan yang ditetapkan Allah SWT sebagaimana terdapat dalam Al-Qur'an dan AS-sunnah.
2. Usaha mikro berdimensi akidah atau keakidahan (*iqtishadunaqdiyyun*), mengingat ekonomi islam itu pada dasarnya terbit atau lahir (sebagai ekspresi) dan akidah islamiah (al-aqidah alislamiyyah) yang di dalamnya akan dimintakan pertanggung-jawaban terhadap akidah yang di yakini.
3. Berkarakter ta'abbudi (*thabi'abbudiyun*). Mengingat usaha Mikro Islam itu merupakan tata aturan yang berdasarkan ketuhanan (nizam rabbani).
4. Terkait erat dengan akhlak (*murtabhun bil-alhlaq*), islam tidak pernah mempredeksi kemungkinan ada pemisahan antara akhlak dan ekonomi, juga tidak pernah meletakkan pembagunan ekonomi dalam lindungan islam yang tanpa akhlak.

5. Elastic (*al-murunah*), *al-murunah* didasarkan pada kenyataan bahwa baik Al-Qur'an maupun al-hadist, yang keduanya dijadikan sebagai sumber asasi ekonomi.
6. Objektif (*al-maudhu'iyah*). Islam mengajarkan umat supaya berlaku dan bertindak objektif dalam melakukan aktifitas ekonomi. Aktivitas ekonomi pada hakikatnya merupakan pelaksanaan amanat yang harus dipenuhi oleh setiap pelaku ekonomi tanpa membedakan jenis kelamin, warna kulit, etnik, agama/kepercayaan dan lain-lain.
7. Realistis (*al-waqii'yyah*). Perkiraan ekonomi khususnya perkiraan bisnis tidak selama sesuai antara teori di satu sisi dengan praktek pada sisi yang lain.
8. Harta kekayaan itu pada hakekatnya adalah milik Allah SWT. Dalam prinsip ini terkandung maksud bahwa kepemilikan orang terhadap harta kekayaan (*al-amuwal*) tidaklah bersifat mutlak.
9. Memiliki kecakapan dalam mengelola harta kekayaan (*tarsyid istikhdamal-mal*).

E. Manfaat strategi bersaing dalam pengembangan usaha dan kesejahteraan ekonomi masyarakat

1. Manfaat strategi persaingan dalam pengembangan usaha

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan. Sedangkan Usaha adalah kegiatan individu yang terorganisasi untuk menghasilkan laba atau menjual barang, guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Namun perlu disadari bahwa praktik kegiatan usaha hendaknya dilakukan oleh setiap individu, sesuai dengan ajaran Islam yang telah menetapkan batas-batas tertentu. Oleh karena itu, ajaran Islam yang menjadi dasar dalam mengembangkan

usaha sesuai syariah mencakup antara lain:

a. Niat yang baik

Keberhasilan usaha bergantung pada niat. Niat baik menghasilkan amal baik, sebaliknya niat buruk menghasilkan amal buruk. Karenanya, wirausaha muslim harus senantiasa berorientasi pada ridha Allah SWT dalam setiap kegiatan ekonomi.

b. Berinteraksi dengan akhlak

Akhlak menjadi landasan utama ekonomi Islam, sejalan dengan tujuan utama Islam dan dakwah para nabi: menyempurnakan akhlak. Persaingan usaha yang adil sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi dan pengembangan bisnis, mendorong inovasi, efisiensi, dan peningkatan kualitas produk. Beberapa dampak positif persaingan sehat antara lain:

1. Inovasi

Sukses berwirausaha bergantung pada niat. Niat baik menghasilkan hasil yang baik, begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu, wirausahawan muslim perlu selalu berorientasi pada keridaan Allah SWT dalam setiap kegiatan ekonominya.

2. Kinerja

Persaingan yang sehat mendorong perusahaan untuk mengoptimalkan penggunaan sumber dayanya, sehingga mereka dapat menawarkan produk dan jasa dengan harga lebih terjangkau sambil tetap menghasilkan keuntungan. Efisiensi ini berkontribusi pada peningkatan pertumbuhan ekonomi.

3. Kualitas produk

Persaingan yang sehat mendorong perusahaan untuk meningkatkan mutu produk dan layanan mereka, sehingga konsumen bisa mendapatkan produk berkualitas dengan harga yang kompetitif

4. Pilihan konsumen

Persaingan sehat memberikan lebih banyak pilihan bagi konsumen karena perusahaan saling berlomba menawarkan produk dan layanan yang beragam dan menarik. Konsumen pun memiliki lebih banyak alternatif. Berikut beberapa contoh dampaknya:

a. Kelestarian ekologis

Persaingan yang sehat mendorong adopsi teknologi ramah lingkungan dan pengurangan dampak operasional terhadap lingkungan, sekaligus meningkatkan kesadaran akan pentingnya keberlanjutan bisnis.

b. Tanggung jawab sosial

Dalam persaingan yang sehat, perusahaan yang menerapkan praktik bisnis etis dan bertanggung jawab sosial cenderung lebih sukses karena semakin dihargai konsumen.

c. Keseimbangan antara keuntungan jangka pendek dan keberlanjutan jangka Panjang.²⁵

Strategi dan praktik usaha yang tepat sangat penting untuk menciptakan persaingan usaha yang sehat. Berikut adalah beberapa kebijakan dan praktik yang dapat mempromosikan persaingan yang adil:

1. Transparansi dalam Informasi, Pastikan semua informasi terkait produk, harga, dan layanan disampaikan dengan jelas kepada konsumen
2. Kepatuhan terhadap regulasi, Mengikuti regulasi yang berlaku, seperti larangan terhadap praktik monopoli, kartel, dan penetapan harga
3. Inovasi produk dan layanan, Fokus pada inovasi untuk menawarkan produk atau layanan yang unik dan berkualitas tinggi.
4. Penetapan harga yang adil, Menetapkan harga yang wajar dan kompetitif

²⁵ Muhammad Rizki Sudrajat, Zufahmi Hanifa, Jacobus Jopie Gilalo, Yuniar Anisa, *Persaingan Usaha Sehat Dapat Membangun Ekosistem Bisnis Yang Berkelanjutan*, Fakultas Hukum, Jurnal Karimah Tauhid, Vol 2 NO. 4, (2023).

tanpa merugikan pesaing atau konsumen.²⁶

2. Manfaat persaingan usaha bagi kesejahteraan masyarakat

Kesejahteraan merupakan tujuan ekonomi, baik dalam sistem ekonomi konvensional maupun Islam, meskipun definisinya berbeda. Konsep kesejahteraan konvensional seringkali diartikan sebagai materialisme dan hedonisme, yaitu penumpukan kekayaan materi dan mengejar kenikmatan fisik tanpa mempertimbangkan nilai-nilai moral dan agama. Dalam Islam, kesejahteraan merupakan pilar penting yang berakar pada keyakinan akan penciptaan manusia oleh Allah SWT. Sebagaimana dalam Al-Qur`an surat AL-Baqarah ayat 201 yang berbunyi:

وَمِنْهُمْ مَّنْ يَقُولُ رَبَّنَا آتِنَا فِي الدُّنْيَا حَسَنَةً وَفِي الْآخِرَةِ حَسَنَةً وَقِنَا عَذَابَ النَّارِ ٢٠١

Terjemahnya:

Di antara mereka ada juga yang berdoa, “Ya Tuhan kami, berilah kami kebaikan di dunia dan kebaikan di akhirat serta lindungilah kami dari azab neraka.”²⁷

Terjemahan Bahasa Mandar:

*Anna di antarana ise'iyi diang mirau: “E Puangngi, bei iyami' apiangan di lino anna apiangan di ahera' anna pakaraoi iyami' pole di passessa api naraka.”*²⁸

Ayat diatas sering diartikan sebagai doa yang mencakup keinginan untuk mendapatkan kesejahteraan di dunia serta keselamatan dan kebahagiaan di akhirat, dalam konteks ini, kita bisa menghubungkan ayat ini dengan strategi prsaingan UMKM dalam konteks usaha usaha untuk mencapai kesejahteraan dunia, yang pada akhirnya berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat secara luas. UMKM yang dikelola dengan niat dan praktik yang baik tidak hanyaakan membawa manfaat

²⁶ <https://chatgpt.com/c/c57724bd-bf86-40db-8919-5f139343eb20>. Di Akses Pada Tanggal 10-agustus-2024.

²⁷ Kementerian Agama RI, *Al-Qur`an dan Terjemahannya* (Jakarta: Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Urusan Agama Islam dan Pembimbingan Syariah, (2012).h.2

²⁸ Muh. Idham Khalid Bodi, Koroan Mala`bi: *Al-Qur`an Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, (Makassar:Balitbang Agama Makassar, 2019).

ekonomi, tetapi juga keberkahan dan kebaikan yang lebih besar, baik di dunia maupun di akhirat.

Persaingan UMKM yang sehat memiliki peran penting bagi pertumbuhan ekonomi, pembangunan usaha, dan pembangunan ekosistem usaha yang berkelanjutan. Persaingan yang sehat mendorong inovasi, efisiensi, peningkatan dan tanggung jawab sosial suatu usaha.

F. Prinsip hukum ekonomi Syariah

Ada beberapa Prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah yang bisa diambil yaitu Pertama, Prinsip *al-tauhid* yang berarti segala sesuatu harus bersumber pada Allah SWT, prinsip ini mengilustrasikan bahwa segala sesuatu yang diciptakan memiliki tujuan, termasuk dalam persoalan muamalah yang nilai-nilainya bertalian erat dengan hubungannya dengan Tuhan.

Prinsip *Al-'Adalah* (Keadilan), Prinsip keadilan berarti memberikan hak kepada yang berhak dan tidak berbuat zalim terhadap orang lain. Dalam ekonomi syariah, keadilan harus tercermin dalam transaksi, termasuk dalam penetapan harga, kualitas produk, dan persaingan yang tidak merugikan pihak lain.

Prinsip *Al-Maslahah* (Kemaslahatan / Kebaikan Umum), *Al-Maslahah* berarti menciptakan manfaat dan mencegah kemudharatan bagi umat manusia. Dalam ekonomi syariah, usaha harus memberikan kebaikan bagi masyarakat, seperti menyediakan kebutuhan dengan mudah, harga terjangkau, dan kualitas baik.

Prinsip *Asy-Syura* (Musyawarah dan Kerjasama), *Asy-Syura* adalah prinsip yang mengajarkan pentingnya musyawarah, kolaborasi, dan saling membantu dalam menjalankan usaha atau kegiatan ekonomi. Islam mendorong adanya kerja sama dalam usaha untuk meningkatkan kesejahteraan bersama.

Prinsip *Shiddiq* (Kejujuran), *Shiddiq* berarti berkata benar dan berlaku jujur dalam setiap transaksi bisnis. Pelaku usaha harus jujur tentang kualitas, jumlah, dan

kondisi produk yang dijual agar konsumen tidak dirugikan.

Prinsip Amanah (Dapat Dipercaya), Amanah berarti menjalankan tanggung jawab dengan penuh kepercayaan dan menjaga kepercayaan yang diberikan oleh konsumen. Dalam usaha, amanah berarti menjaga kualitas produk sesuai dengan yang dijanjikan.

Prinsip *Al-Ihsan* (Berbuat Lebih Baik / Optimal), *Al-Ihsan* adalah sikap memberikan hasil terbaik, tidak sekadar memenuhi standar minimum. Dalam suatu usaha, ini berarti selalu berusaha meningkatkan kualitas produk dan pelayanan kepada konsumen.

Prinsip kenabian (*al-Nubuwwah*) mendorong pelaku ekonomi untuk meneladani sifat-sifat terpuji Nabi Muhammad SAW, seperti kejujuran, tanggung jawab, kepercayaan, kebijaksanaan, dan keterbukaan dalam aktivitas ekonomi.

Keenam, prinsip *al-ma`ad* yang berarti hasil atau kembali bahwa apa yang dilakukan didunia akan didapatkan di akhirat sebagai balasannya. Dengan prinsip ini, aktivitas ekonomi yang digeluti haruslah berasal pada nilai akhir yang berujung pada Allah dan akhirat kelak.

Prinsip *al-Ukhuwwah*, bahwa dalam bermuamalah haruslah dilandasi dengan penuh persaudaraan. Baik secara *al-Ukhuwwah*, *al-Islamiyah*, *al-ukhuwwah*, *al-wathoniyah*, dan *al-Ukhuwwah al-basyariyah*.²⁹

²⁹ Ahmad Hasan,S.H.I,”*Prinsip-Prinsip Hukum Ekonomi Syariah Dalam Konstitusi Di Indonesia*.” (Tesis Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga: Yogyakarta 2020), h. 92-93.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

1. Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan, yang dilakukan secara langsung melalui wawancara dan observasi. Jenis penelitian yang dipilih adalah penelitian kualitatif, dengan tujuan untuk memperoleh gambaran mendalam mengenai persaingan usaha mikro kecil menengah dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Lembang-Lembang, Kecamatan Limboro, Kabupaten Polewali Mandar.

2. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Lembang-Lembang, Kecamatan Limboro, Kabupaten Polewali Mandar. Lokasi ini dipilih karena dekat dengan tempat tinggal calon peneliti, selain itu didesa lembang-lembang banyak pelaku-pelaku UMKM, sehingga calon peneliti tertarik untuk memahami strategi-strategi dalam persaingan UMKM.

B. Pendekatan penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis syar`i yang dimana yang dimaksud dengan pendekatan yuridis adalah digunakan untuk mengkaji, memahami atau menyelesaikan suatu masalah dengan merujuk pada aspek hukum. Dalam pendekatan ini fokus utamanya adalah peraturan perundang-undangan dan prinsip-prinsip hukum, sedangkan pada pendekatan syar`i adalah berfokus pada pengakjian hukum islam, (Syariah) sebagai landasan utama dalam menganalisis suatu fenomena, pendekatan ini berupaya untuk memastikan bahwa strategi persaingan yang di analisis atau diterapkan sesuai dengan prinsip-prinsip

dan hukum Syariah.

C. Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam menyusun proposal ini adalah :

2. Data primer

Data primer adalah data yang didapat langsung dari sumber pertama yang terkait dengan permasalahan yang akan dibahas dengan melakukan wawancara terstruktur baik dengan para pihak pelaku UMKM, maupun dengan para pembeli kue-kue pelaku UMKM yang ada di Desa lembang-lembang. Ada 5 pelaku usaha UMKM di Desa Lembang-lembang yang akan diwawancarai, Alasan mewawancarai pelaku UMKM yaitu, agar kita dapat memahami secara langsung bagaimana mereka merancang dan menjalankan strategi persaingan untuk bertahan dan berkembang, dan kita juga bisa mengetahui sejauh mana usaha mereka berkontribusi terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat dan bagaimana prinsip Syariah mendukung atau memandu kontribusi tersebut. Adapun para pembeli kue sebanyak 6 orang yang akan diwawancarai, alasan untuk mewawancarai pembeli yaitu untuk mengetahui bagaimana pendapat mereka tentang kualitas kue dan pelayanannya, dan untuk mengetahui apakah mereka merasa harga kue sesuai dengan kualitasnya.

3. Data sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini berupa buku-buku, jurnal, skripsi terdahulu, dokumen-dokumen resmi, ayat AL-Qur`an, atau melalui studi pustaka yang berkaitan dengan penelitian.

D. Metode pengumpulan data

Didalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan berupa:

1. Wawancara

Dalam hal ini peneliti akan mewawancarai para pelaku UMKM dan pembeli kue (konsumen) yang ada di desa lembang-lembang. Ada 5 pelaku UMKM di Desa Lembang-lembang yang akan diwawancarai, Alasan mewawancarai pelaku UMKM yaitu, agar kita dapat memahami secara langsung bagaimana mereka merancang dan menjalankan strategi persaingan untuk bertahan dan berkembang, dan kita juga bisa mengetahui sejauh mana usaha mereka berkontribusi terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat dan bagaimana prinsip Syariah mendukung atau memandu kontribusi tersebut. Adapun para pembeli kue sebanyak 6 orang yang akan diwawancarai, alasan untuk mewawancarai pembeli yaitu untuk mengetahui bagaimana pendapat mereka tentang kualitas kue dan pelayanannya, dan untuk mengetahui apakah mereka merasa harga kue sesuai dengan kualitasnya.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melihat bagaimana strategi persaingan UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat di desa lembang-lembang.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian dapat berupa data tertulis atau gambar yang berbentuk dokumen resmi, arsip, dokumen pribadi, dan foto yang terkait dengan penelitian.

E. *Instrument penelitian*

Instrument penelitian adalah alat yang digunakan dalam mengumpulkan data, untuk mengumpulkan informasi dari narasumber diperlukan alat sebagai berikut:

1. Pedoman wawancara berupa daftar pertanyaan-pertanyaan mengenai

informasi yang harus dikumpulkan.

2. handphone, sebagai alat untuk merekam pada saat proses wawancara dan dapat digunakan untuk memotret proses wawancara sebagai dokumentasi untuk menunjang data agar lebih akurat.
3. Alat tulis (buku, pulpen), yang digunakan untuk mencatat informasi terkait penelitian.

F. Teknik Pengelolaan Dan Analisis Data

Sebagaimana yang telah disebutkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif maka terdapat tiga tahapan dalam analisis data atau pengolahan data yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi data dalam penelitian ini yaitu menyeleksi dengan memilih data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dan observasi sesuai fokus penelitian kemudian disederhanakan dan dikelompokkan untuk proses penyajian data.

2. Penyajian data

Penyajian data dilakukan agar data dari hasil reduksi dapat disusun dengan baik dan mudah dipahami.

3. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan sebagai langka akhir penelitian dalam menganalisis data dengan menarik kesimpulan dari semua data yang diperoleh sebagai hasil penelitian.

G. Pengujian Keabsahan Data

Dalam validasi data, dilakukan triangulasi yaitu pengecekan data dari berbagai sumber melalui beberapa teknik yang disesuaikan dengan waktu untuk menjamin validitas data .

1. Triangulasi sumber dilakukan dengan mengecek data yang telah diperoleh

dari berbagai sumber baik dari hasil wawancara maupun observasi, buku-buku, jurnal, dan penelitian terdahulu.

2. Triangulasi Teknik yaitu dengan mengevaluasi data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi untuk memastikan keakuratan data.
3. Triangulasi waktu yaitu pengecekan keabsahan data pada sumber yang sama dalam waktu yang berbeda.¹

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Cet 16*, (Bandung: Alfabeta Bandung, 2013) h..121.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. *Profil Desa Lembang-lembang*

Desa Lembang-lembang terletak di Kecamatan Limboro, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat dengan luas wilayah 14,1 Km dan dihuni oleh 2.434 jiwa, nama Lembang-lembang berasal dari Bahasa Mandar yang berarti “Lembah” atau “dataran rendah” mencerminkan lokasi Desa yang berada di lembah. Desa ini didirikan sekitar abad ke-16 oleh masyarakat suku Mandar dan menjadi bagian dari Kecamatan Limboro pada masa kolonial belanda. Setelah kemerdekaan Indonesia, Desa Lembang-lembang mengalami perkembangan pesat dengan peningkatan infrastruktur, Pendidikan, dan ekonomi.

Desa Lembang Lembang, dengan akar budaya Mandar yang kuat, memiliki kekayaan tradisi yang terpancar dalam berbagai aspek kehidupan. Bahasa Mandar, yang merupakan bahasa ibu masyarakat setempat, menjadi salah satu ciri khas budaya mereka. Adat istiadat, seperti *saiyyang pattuduq*, perkawinan dan *mattandajari* (tradisi pemberian mahar), dijalankan dengan penuh makna dan nilai-nilai luhur. Musik tradisional Mandar juga bergema di Desa Lembang-lembang. Alat musik seperti rebana, *suling*, dan *kacaping* menghidupkan suasana dalam berbagai acara adat dan perayaan. Tarian tradisional, seperti tarian Mandar, tarian *paduppa*, dan tarian *bulu*, menampilkan keindahan dan keahlian para penarinya.

Makanan khas Mandar juga menjadi bagian penting dari budaya Desa Lembang Lembang. Hidangan seperti "*bau peapi jepa, jawu jawu, pupu`, loka sattai*" mencerminkan cita rasa dan kearifan lokal. Kue khas Mandar, seperti *bikang*, *sambusa*, "*kasippi loka sattai*" (kue beras ketan dengan kelapa), dan "*loka puti*"

(kue beras ketan dengan gula merah) menjadi cemilan favorit masyarakat.¹

Kekayaan tradisi ini membuktikan bahwa masyarakat Desa Lembang-lembang dengan bangga menjaga dan melestarikan warisan budaya Mandar, sehingga budaya tersebut tetap hidup dan berkembang di generasi mendatang. Desa ini memiliki fasilitas pendidikan yang memadai dengan adanya TK dan SD, serta layanan kesehatan dasar dari Pustu (pusat kesehatan masyarakat). Masjid yang menjadi pusat kegiatan keagamaan bagi masyarakat setempat.

Perekonomian Desa Lembang-Lembang didominasi oleh sektor pertanian, dan peternakan dan UMKM. coklat, jagung, pisang, dan kelapa menjadi komoditas utama pertanian, Peternakan sapi dan kambing juga menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat. UMKM yang menjual beragam kue campuran seperti *kasippi*, *jalangkote*, kue lapis, *bolu paranggi*, *sawalla* dan masih banyak lagi. Selain itu, Desa Lembang-Lembang juga memiliki potensi wisata alam berupa sungai malle yang jernih dan cocok untuk berenang dan gunung lembang dengan pemandangan yang indah. Desa ini telah dilengkapi dengan infrastruktur yang memadai, di antaranya jalan aspal yang menghubungkan desa dengan ibukota kecamatan, jaringan listrik dan telekomunikasi yang memadai, serta akses air yang bersih.

B. UMKM di Desa Lembang-lembang

Di Desa Lembang Lembang, 5 pelaku UMKM telah tekun membangun usaha kuliner rumahan mereka sejak tahun 2016. Mereka berjualan aneka kue basah di depan rumah masing-masing, menawarkan berbagai pilihan yang menggugah selera, mulai dari *jalangkote dan panada* yang gurih hingga kue lapis dan roti kaya yang manis, *Putu karoro*, *sawalla*, dan berbagai kue lainnya juga turut meramaikan deretan jajanan mereka. Unikny, meskipun menjual produk yang relatif sama dengan harga yang seragam, yaitu Rp1.000 per kue masing-

¹ Syarifuddin, Warga Desa Lembang-lembang, Wawancara 20 Desember 2024.

masing pelaku usaha memiliki strategi dan keunikan tersendiri untuk menarik pelanggan. Kelima pelaku UMKM tersebut telah menerapkan berbagai strategi untuk meningkatkan daya saing dan mengembangkan usaha mereka masing-masing.

1. fokus pada peningkatan kualitas kue, menggunakan bahan-bahan terbaik dan resep andalan untuk menghasilkan rasa yang tak tertandingi.
2. memperkaya variasi kue yang ditawarkan, memberikan lebih banyak pilihan kepada konsumen dengan selera yang beragam.
3. memperluas jangkauan pasar, tidak hanya mengandalkan pembeli yang datang langsung ke rumah, tetapi juga menjajankan kue ke lokasi-lokasi lain yang lebih ramai.
4. strategi kerjasama dengan pedagang keliling juga diterapkan. memanfaatkan jaringan distribusi yang sudah ada untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.
5. pelaku UMKM tersebut berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang ramah dan menjaga kebersihan kios, menciptakan suasana belanja yang nyaman dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.²

Dengan berbagai strategi yang diterapkan, kelima pelaku UMKM ini menunjukkan kegigihan dan inovasi dalam mengembangkan usaha mereka, membuktikan bahwa meskipun bersaing dalam pasar yang relatif sempit, mereka mampu bertahan dan bahkan berkembang dengan menawarkan nilai tambah dan keunikan masing-masing.

Modal usaha yang mereka gunakan tergolong kecil, berkisar antara Rp 500.000- Rp. 2.000.000, Modal ini mereka gunakan untuk membeli bahan baku, peralatan sederhana, dan kebutuhan lainnya. Meskipun modalnya terbatas,

² Pelaku UMKM, Warga Desa Lembang-Lembang, Wawancara 15 Desember 2024.

semangat mereka untuk membangun usaha dan melestarikan warisan kuliner Mandar tidak pernah padam.

Para pelaku UMKM yang berjualan kue memiliki pendapatan yang beragam. Beberapa memperoleh penghasilan hingga Rp500.000 per minggu, sementara yang lain mendapatkan Rp490.000, Rp350.000, atau bahkan hanya Rp280.000 dalam perminggu. Perbedaan pendapatan yang signifikan ini menyoroti betapa pentingnya pengelolaan keuangan yang cermat bagi para pelaku UMKM. Kemampuan untuk merencanakan pengeluaran, mengelola arus kas, dan mencatat setiap transaksi menjadi kunci agar pemasukan dan pengeluaran tetap seimbang, sehingga usaha mereka dapat berjalan berkelanjutan dan terhindar dari masalah keuangan. Pengelolaan keuangan yang baik akan membantu mereka untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan kesejahteraan mereka di masa depan. Keberadaan UMKM ini memberikan dampak positif bagi Desa Lembang-lembang. Mereka menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan perekonomian keluarga, dan melestarikan budaya kuliner Mandar.

Kue-kue khas mereka menjadi daya tarik tersendiri bagi pembeli. Namun, UMKM di Desa Lembang-lembang juga menghadapi beberapa tantangan. Salah satunya adalah persaingan yang ketat, mengingat mereka menawarkan kue yang hampir sama. Tantangan lainnya adalah keterbatasan modal. Meskipun demikian, pelaku UMKM di Desa Lembang-lembang terus berjuang untuk mengembangkan usaha mereka. Mereka berharap dapat meningkatkan kualitas kue yang dijual, memperluas jangkauan pemasaran, dan meningkatkan pendapatan mereka. Mereka percaya bahwa dengan semangat juang yang tinggi, usaha mereka dapat berkembang dan memberikan kontribusi yang lebih besar bagi kesejahteraan masyarakat Desa Lembang Lembang.

C. Strategi Persaingan UMKM Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat

Persaingan UMKM sangat penting untuk meningkatkan ekonomi masyarakat, perlu dipahami bahwa UMKM merupakan tulang punggung ekonomi di banyak negara, termasuk Indonesia. Jumlahnya yang besar, cakupannya yang luas, dan peran vitalnya dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta memfasilitasi akses terhadap kebutuhan dasar masyarakat, menjadikan UMKM sebagai sektor yang tidak dapat diabaikan.

Namun, keberadaan UMKM yang besar jumlahnya juga berpotensi menimbulkan persaingan yang ketat. Persaingan ini, meskipun terlihat sebagai hal yang negatif, justru memiliki peran penting dalam mendorong UMKM untuk terus berkembang dan berinovasi. Ketika UMKM bersaing, mereka didorong untuk meningkatkan kualitas kue dan layanan mereka, mencari cara baru untuk menarik pembeli, dan mengembangkan strategi penjualan yang lebih baik. Semangat bersaing ini juga memacu mereka untuk bekerja lebih cepat, mencari cara untuk menekan biaya modal, dan membuat sumber daya lebih bermanfaat.

Dalam peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat, persaingan UMKM membawa dampak positif yang baik. Ketika UMKM berkembang pesat, mereka menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Namun, persaingan yang sehat sangat penting. Persaingan yang tidak sehat, seperti persaingan yang melibatkan praktik curang atau persaingan yang tidak adil, justru akan merugikan UMKM dan ekonomi masyarakat. Penting bagi pemerintah dan lembaga terkait untuk menciptakan regulasi dan mekanisme yang mendukung persaingan yang sehat dan adil di antara UMKM. Terdapat pada Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 201 yang berbunyi:

وَمِنْهُمْ مَّنْ يَقُولُ رَبَّنَا آتِنَا فِي الدُّنْيَا حَسَنَةً وَفِي الْآخِرَةِ حَسَنَةً وَقِنَا عَذَابَ النَّارِ ٢٠١

Terjemahnya:

Di antara mereka ada juga yang berdoa, “Ya Tuhan kami, berilah kami kebaikan di dunia dan kebaikan di akhirat serta lindungilah kami dari azab neraka.”

Terjemahan Bahasa Mandar:

*Anna di antarana ise'iya diang mirau: “E Puangngi, bei iyami' apiangan di lino anna apiangan di ahera' anna pakaraoi iyami' pole di passessa api naraka.”*³

Bagi pelaku UMKM, ayat ini menjadi pengingat untuk selalu berusaha menjalankan usaha dengan cara yang jujur, baik, dan bertanggung jawab. Menghindari praktik-praktik curang, penipuan, atau eksploitasi, dan selalu mengedepankan kualitas produk dan layanan serta kepuasan pelanggan. Dengan menjalankan suatu usaha dengan cara yang baik, UMKM tidak hanya meraih keberhasilan di dunia, namun juga mendapatkan keberkahan dan ridho dari Allah SWT.

Dalam penelitian di Desa Lembang-lembang. Penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam dengan 5 pelaku UMKM penjual kue campuran di Desa Lembang-lembang. Tujuannya untuk menggali strategi-strategi yang mereka terapkan dalam mengembangkan usaha dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar. Penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam untuk mengidentifikasi strategi pengembangan usaha dan dampaknya terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan keragaman strategi yang diterapkan, mencerminkan kreativitas dan adaptasi para pelaku usaha dalam menghadapi persaingan yang ketat. Misalnya Ibu Jelita, seorang pelaku UMKM yang sukses, telah membangun usaha kue rumahan yang berkembang pesat. Ia menawarkan berbagai macam kue yang lezat, seperti risoles, roti kaya, *roti pawa*, kue lapis, kue mekar, dan *bolu paranggi*. Keberhasilannya tidak hanya

³ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya* (Jakarta: Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Urusan Agama Islam dan Pembimbingan Syariah, 2019)

bergantung pada strategi pemasaran yang efektif, yaitu berjualan langsung di depan rumah, tetapi juga pada komitmennya terhadap kualitas kue. Ibu Jelita secara konsisten menghindari penggunaan pemanis buatan dan selalu memilih bahan baku berkualitas tinggi. Hal ini menghasilkan kue-kue yang lebih enak dan lezat, sehingga mampu memuaskan pelanggan dan membangun loyalitas yang kuat. Strategi ini terbukti ampuh, kue-kue buaatannya laris terjual setiap hari, menghasilkan pendapatan rata-rata Rp.500.000 per minggu. Pendapatan tersebut digunakan secara bijaksana untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk biaya makan dan kesehatan, serta untuk memutar kembali modal usaha demi kelangsungan usahanya. Ibu Jelita membuktikan bahwa prioritas pada kualitas dan kepuasan pelanggan, meskipun mungkin mengurangi keuntungan, akan menghasilkan kesuksesan dan kesejahteraan yang lebih berkelanjutan dalam jangka panjang. Ia adalah contoh inspiratif bagi para pelaku UMKM lainnya, menunjukkan bahwa dengan dedikasi dan strategi yang tepat, usaha kecil rumahan dapat berkembang dan meningkatkan taraf hidup pemiliknya.⁴ Berdasarkan wawancara terhadap Ibu Jelita:

“saya menjual berbagai macam jajanan kuliner seperti risoles, roti kaya, *roti pawa*, kue lapis, kue mekar, dan *bolu paranggi*.kue ini rata dijual Rp.1.000/biji. Dan dijual di depan rumah adapun cara saya agar kue bisa disukai oleh masyarakat. Saya memperhatikan kualitas kue dengan memakai bahan bahan yang berkualitas dan tidak memakai pemanis buatan, manfaatnya agar pembeli suka dan senang beli di tempat saya. Saya berprinsip tidak masalah pendapatan sedikit asal kue selalu habis dan pembeli suka dan merasa senang. meskipun akan banyak keuntungan jika memakai bahan yang lebih di bawah itu keuntungannya lebih banyak, namun saya lebih memilih untuk memuaskan pembeli dan untuk keberlanjutan usaha”.

Ibu Baya, seorang wanita yang gigih dan penuh semangat, telah membangun usaha kecil rumahan yang sukses. Di depan rumahnya, ia setiap hari menjajakan berbagai macam kue-kue tradisional yang lezat dan beragam, mulai dari roti kaya, hingga dadar gulung yang manis, termasuk juga *panada*, *loka puti*, *sawalla*, dan

⁴ Jelita, Pelaku UMKM, Wawancara 15 Desember 2024.

bolu paranggi. Ia memahami bahwa setiap orang memiliki selera yang berbeda, sehingga menyediakan berbagai pilihan untuk memuaskan pelanggannya. Strategi ini terbukti sangat efektif, kue-kue buaatannya selalu laris terjual setiap hari. Keuntungan yang diperolehnya, rata-rata Rp.490.000 per minggu, digunakan secara bijak untuk mengolah kembali dan memenuhi kebutuhan sehari-hari keluarga, seperti biaya makan, listrik, dan yang paling penting, biaya pendidikan anak-anaknya. Pendapatan yang stabil dari usaha kue ini menjadi penopang utama perekonomian keluarga, terutama karena penghasilan suaminya sebagai sopir angkutan umum yang cenderung tidak menentu. Dengan ketekunan, dedikasi, dan strategi usaha yang tepat, Ibu Baya telah berhasil membangun usaha yang tidak hanya memenuhi kebutuhan keluarganya, tetapi juga memberikan kehidupan yang lebih nyaman dan terjamin bagi mereka semua. Ia menjadi contoh nyata bagaimana usaha kecil rumahan dapat menjadi sumber penghasilan yang signifikan dan berkelanjutan.

Ibu Mardawiah, seorang wanita tangguh dan pekerja keras, telah menjalankan usaha kuliner rumahannya sejak tahun 2016. Ia menjual berbagai macam kue tradisional dan modern, seperti roti kaya, panada, donat salju, kue lapis, kue mekar, sawalla dan roti goreng, dengan harga yang terjangkau, hanya Rp1.000 per biji. Keuletannya dalam usaha semakin terbantu dengan adanya program Rumah Zakat yang memberikan pinjaman modal sebesar Rp.2.000.000. Sistem pembayaran yang fleksibel dan disesuaikan dengan kemampuannya membuat Ibu Mardawiah merasa terbantu dan tidak terbebani. Strategi penjualan yang inovatif juga diterapkan Ibu Mardawiah berjualan di kios depan rumahnya, sementara suaminya membantu dengan berkeliling menggunakan motor untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Kerja sama tim ini terbukti efektif, kue-kue buatan Ibu Mardawiah kerap habis terjual dalam sehari. Pendapatannya yang rata-rata

mencapai Rp500.000 per minggu sangat membantu perekonomian keluarga. Uang tersebut digunakan untuk membeli bahan baku, memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti makan dan biaya sekolah anak, serta untuk keperluan kesehatan yang ditanggung oleh BPJS.⁵ Berdasarkan wawancara terhadap Ibu Mardawiah:

“saya menjual kue bermacam-macam seperti roti kaya, panada, donat salju, kue lapis, kue mekar, sawalla dan roti goreng, kue itu rata saya jual Rp. 1.000 per biji. Modalnya saya pinjam dari Rumah zakat sebesar Rp. 2.000.000 untuk mengembangkan jualan kue. Untuk pendapatan saya mendapatkan dalam sehari itu kurang lebih Rp.70.000 jadi dalam seminggu mencapai Rp.500.000. Saya tidak sendiri membuat kue yang banyak macam ini, saya dibantu anak-anak saya. Dengan banyaknya penjual kue yang ada di Desa ini selain jual kue didepan rumah saya juga membawa kue keliling kepasar menggunakan motor, dengan bantuan suami, agar kue lebih di kenal banyak orang. Untuk kesejahteraan pada biaya sehari-hari yaitu biaya makan sehari-hari, Pendidikan anak, dan juga kesehatan (BPJS) Alhamdulillah tercukupi”.

Sitti Aminah, seorang wanita pekerja keras, menjalankan usaha kue rumahan yang baik. Ia menjual berbagai kue yang populer, seperti *bolu paranggi*, *panada*, *sawalla*, roti goreng, kue mekar, dan *putu karoro*, di kios kecil di depan rumahnya. Keberhasilannya tidak hanya bergantung pada kelezatan kue-kuenya, tetapi juga pada komitmennya terhadap kebersihan dan pelayanan pelanggan yang ramah. Sitti Aminah selalu menjaga kebersihan kiosnya dan memberikan pelayanan terbaik agar pembeli merasa nyaman dan senang beli di tempatnya. Strategi ini terbukti ampuh dalam menarik minat pembeli dan membangun basis pelanggan yang loyal. Untuk mengembangkan usahanya, ia juga memanfaatkan pinjaman modal dari program Rumah Zakat sebesar Rp.2.000.000. Modal tersebut digunakan untuk meningkatkan kualitas kue yang dijualnya. Penjualan kue yang stabil memberikan penghasilan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari keluarganya, termasuk biaya makan dan kesehatan. Pendapatan ini sangat berarti, terutama karena suaminya hanya seorang petani dengan penghasilan yang tidak menentu. Dengan tekun dan strategi yang tepat, Sitti Aminah berhasil membangun

⁵ Mardawiah, Pelaku UMKM, Wawancara 15 Desember 2024.

usaha yang tidak hanya menopang perekonomian keluarganya, tetapi juga memberikan kehidupan yang lebih layak dan sejahtera.⁶ Berdasarkan Wawancara terhadap Ibu Sitti Aminah:

“Saya menjual berbagai macam kue seperti *bolu paranggi*, *panada*, *sawalla*, roti goreng, kue mekar, dan *putu karoro*, dengan harga per kue Rp. 1.000. kue itu saya jual didepan rumah, karena banyaknya penjual kue yang menjual kue yang sama seperti yang saya jual, ya pastinya saya lebih memperbaiki pelayanan kepada pembeli, membersihkan kios yang saya tempati menjual agar pembeli juga nyaman saat membeli kue. Untuk pendapatan kalau per hari Rp. 40.000 itu mencapai Rp. Sekitar Rp.280.000/minggu kalau kue habis, dengan menjual kue kue ini perekonomian sangat terbantu, karena suami Cuma petani menggarap kebun tetangga, yang pastinya ini sangat membantu kesejahteraan untuk biaya makan setiap hari, Pendidikan dan kesehatan Alhamdulillah bisa terpenuhi. dan Sejak menjual kue saya kadang terkendala pada modal, tetapi semenjak adanya program Rumah Zakat saya pinjam untuk modal usaha sebanyak Rp. 2.000.000”.

Marsha seorang pelaku UMKM yang gigih, menjalankan usaha kue rumahan dengan strategi pemasaran yang inovatif. Ia menjual berbagai kue yang lezat, seperti *bolu paranggi*, *panada*, *jalangkote*, *loka puti*, *putu karoro*, dan *sawalla*. Selain berjualan di depan rumahnya, Taja juga menjalin kerjasama dengan pedagang sayur keliling. Kue-kuenya dititipkan dan dijual oleh pedagang sayur tersebut, sehingga jangkauan pasarnya semakin luas. Strategi ini terbukti sangat efektif, kue-kue buatan Taja hampir selalu habis terjual setiap hari. Pendapatannya yang mencapai sekitar Rp.350.000 per minggu digunakan secara bijak untuk memutar kembali modal usaha dan memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk biaya makan dan iuran BPJS kesehatan. Usaha ini sangat membantu perekonomian keluarganya, terutama karena suaminya tidak memiliki pekerjaan tetap dan hanya membantu menjaga kios kue. Ketekunan dan kreativitas Taja dalam mengembangkan usahanya patut diapresiasi, ia telah membuktikan bahwa dengan strategi yang tepat dan kerja keras, usaha kecil rumahan dapat menjadi sumber pendapatan yang signifikan dan berkelanjutan, mampu meningkatkan kesejahteraan

⁶ Sitti Aminah, Pelaku UMKM, Wawancara 15 Desember 2024.

keluarga.

Para pelaku UMKM menunjukkan kemampuan yang tinggi dalam beradaptasi dan menyesuaikan diri dengan perubahan kondisi pasar. Mereka menggunakan berbagai macam strategi yang berbeda-beda. Lebih jauh lagi Keberhasilan UMKM dalam beradaptasi ini berdampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat, baik bagi para pelaku UMKM sendiri maupun bagi masyarakat luas yang terdampak oleh aktivitas ekonomi mereka

Dalam upaya memahami kebiasaan masyarakat Desa Lembang-lembang dalam membeli kue, juga dilakukan wawancara terhadap 6 individu yang sering beli jajanan kuliner di desa Lembang-lembang. Hasil wawancara memberikan wawasan yang menarik tentang preferensi dan alasan di balik pilihan mereka.

Penelitian ini menggunakan data kualitatif dari wawancara dengan 6 pembeli untuk mengevaluasi strategi UMKM di Desa Lembang-lembang. Pembeli kue di Desa Lembang-lembang punya selera yang berbeda-beda, menunjukkan betapa beragamnya pasar dan keinginan konsumen. Ada yang lebih suka membeli dari Ibu Jelita dan Ibu Nurbaya karena kue mereka terkenal enak dan dibuat dari bahan-bahan alami berkualitas tinggi, menunjukkan bahwa rasa dan kualitas bahan baku menjadi pertimbangan utama bagi sebagian pembeli. Mereka menghargai cita rasa otentik dan bahan-bahan yang dipilih secara teliti. Di sisi lain, Asmawati dan faziah lebih memilih membeli dari Ibu Mardawiah dan Ibu Sitti Aminah karena harganya terjangkau dan pilihan kuenya sangat beragam. Ini menunjukkan adanya segmen pasar yang sangat memperhatikan banyak pilihan untuk memenuhi selera mereka. Mereka mungkin lebih memilih variasi daripada kualitas bahan baku tertentu. Mia, seorang pembeli lain, memilih Marsha karena selalu memperhatikan kebersihan dan kualitas kuenya. Ini menunjukkan bahwa bagi sebagian pembeli, kebersihan dan kualitas produk merupakan faktor penentu utama dalam keputusan

pembelian, menunjukkan kesadaran konsumen akan aspek kesehatan dan keamanan pangan.

Sitti Aminah, sebaliknya memilih Ibu Mardawiah karena ia sudah lama menyukai kue buatannya, menunjukkan betapa pentingnya faktor personal dan pengalaman pribadi dalam mempengaruhi pilihan pembeli. Keputusan membeli kue ternyata dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti rasa, variasi jenis kue, harga, kebersihan, dan kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan betapa kompleksnya faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya dalam konteks UMKM. Semua pembeli yang diwawancarai merasa harga kue yang mereka beli sesuai dengan kualitasnya, menunjukkan kepuasan konsumen terhadap nilai yang mereka terima.

Kerjasama Marsha dengan penjual sayur juga mendapat respon positif karena dinilai memudahkan pembeli untuk mendapatkan kuenya, menunjukkan bahwa strategi pemasaran inovatif dapat meningkatkan aksesibilitas produk dan kepuasan pembeli. Secara keseluruhan, semua penjual kue mendapat rekomendasi dari para pembeli, menunjukkan persaingan yang sehat dan seimbang di antara para pelaku UMKM. Namun, beberapa pembeli menunjukkan preferensi yang lebih kuat pada penjual tertentu karena pengalaman dan selera pribadi mereka, menunjukkan pentingnya membangun hubungan baik dan loyalitas pelanggan. Temuan ini menyoroti pentingnya strategi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi pembeli yang beragam untuk mencapai kesuksesan dalam UMKM. Para penjual perlu memahami segmen pasar mereka dan menawarkan produk serta layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing-masing segmen.

Survei terhadap 6 pembeli jajanan kuliner menunjukkan potensi positif dari model UMKM kuliner kolaboratif yang memberdayakan ibu-ibu rumah tangga dan model ini dinilai inovatif dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi persaingan UMKM kuliner di Desa Lembang-lembang dan dampaknya terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat. Melalui wawancara mendalam terhadap 5 pelaku UMKM penjual kue di Desa Lembang-lembang menerapkan beragam strategi untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan kesejahteraan. Keberagaman strategi ini menunjukkan fleksibilitas dan daya adaptasi para pelaku UMKM dalam merespon kebutuhan dan preferensi pasar. Hasil temuan ini dapat disajikan dalam tabel berikut, yang merangkum strategi utama setiap pelaku usaha dan dampaknya terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Tabel 4.2 kategori strategi dan dampak terhadap pendapatan dan pengeluaran yang terpenuhi

Nama pelaku UMKM	Strategi 1	Strategi 2	Dampak Terhadap Kesejahteraan	Dampak Pengeluaran yang Terpenuhi
Jelita	Menjual kue di kios depan rumah	Meningkatkan kualitas kue	Meningkat	Makan, Listrik, Kesehatan (BPJS)
Mardawiah	Menjual kue di kios depan rumah	Membawa kue kepasar yang lebih luas	Meningkat	Makan, sekolah, listrik, Kesehatan (BPJS)
Nurbaya	Menjual kue di kios depan rumah	Memperbanyak jenis-jenis kue	Meningkat	Makan, listrik, kesehatan (BPJS)
Sitti aminah	Penjualan kios didepan rumah	Memperbaiki pelayanan dan kebersihan kios (tempat menjual)	Meningkat	Makan, biaya sekolah dan kesehatan BPJS
Taja	Penjualan kios didepan rumah	Kerja sama dengan pedagang keliling	Meningkat	Makan, Listrik, kesehatan BPJS

Sumber: Pelaku UMKM, 2024.

Keberagaman strategi yang diterapkan oleh para pelaku UMKM di Desa Lembang-lembang ini menunjukkan keuletan dan inovasi dalam mengembangkan

usaha mereka. Masing-masing pelaku usaha menyesuaikan strategi dengan sumber daya dan kondisi lingkungan sekitar, menunjukkan kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap dinamika pasar. Hal ini selaras dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah yang menekankan pada kejujuran, keadilan, dan kemaslahatan. Keberhasilan mereka tidak hanya diukur dari keuntungan finansial semata, tetapi juga dari dampak positif yang diberikan kepada masyarakat sekitar, seperti pemberdayaan ekonomi perempuan dan peningkatan pendapatan keluarga.

E. Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Persaingan UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan

Persaingan Usaha Sehat dalam Perspektif UU No. 5 Tahun 1999 Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, negara menegaskan pentingnya menciptakan kondisi persaingan yang sehat di antara pelaku usaha. Persaingan usaha yang sehat adalah kondisi di mana pelaku usaha bersaing dengan cara-cara yang adil, jujur, tidak curang, serta tidak merugikan konsumen, pesaing, maupun kepentingan umum.

Dalam UU ini diatur bahwa setiap pelaku usaha dilarang melakukan perjanjian atau kegiatan yang mengarah pada penguasaan pasar secara tidak wajar, penetapan harga secara sepihak, monopoli, oligopoli, menjatuhkan pesaing dengan harga tidak wajar, maupun penyalahgunaan posisi dominan.

Di Desa Lembang-lembang, para pelaku UMKM yang menjual kue telah menunjukkan praktik persaingan usaha yang sehat sebagaimana yang diamanatkan oleh UU No. 5 Tahun 1999. Mereka sama-sama menjual kue dengan harga Rp 1.000, tidak terjadi praktik monopoli, kartel harga, atau perang harga. Justru mereka bersaing dengan mengembangkan strategi masing-masing yang fokus pada pelayanan, kualitas, inovasi, dan distribusi produk.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Desa Lembang-Lembang, para pelaku UMKM yang bergerak dalam usaha penjualan kue menerapkan berbagai strategi persaingan yang sehat. Meskipun terdapat persaingan, mereka tetap menjaga harga kue pada tingkat yang sama, yaitu Rp1.000 per biji, sehingga mencerminkan prinsip keadilan (*al-'adalah*) dalam hukum ekonomi syariah, yakni tidak mengambil keuntungan yang berlebihan dan tetap mempertimbangkan nilai manfaat bagi konsumen.

Selain itu, masing-masing pelaku UMKM menerapkan strategi yang berbeda namun tetap berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Mardawiah, misalnya, memanfaatkan jasa suaminya untuk mengantarkan kue secara keliling menggunakan motor, sedangkan Marsha menjalin kerjasama (*asy-syura*) dengan penjual sayur agar kuenya ikut dipasarkan secara keliling. Siti Aminah berfokus pada peningkatan pelayanan dan kebersihan, yang mencerminkan nilai amanah dan kejujuran (*shiddiq* dan amanah) dalam menjaga kualitas produk. Jelita meningkatkan kualitas kue sebagai bentuk penerapan prinsip *al-ihsan* (berbuat lebih baik) dalam memberikan produk yang memuaskan kepada pelanggan. Adapun Baya memperbanyak variasi jenis kue agar pembeli memiliki lebih banyak pilihan, sehingga menciptakan kemaslahatan (*al-maslahah*) bagi masyarakat.

Strategi-strategi yang diterapkan oleh ke 5 pelaku UMKM tersebut menunjukkan keselarasan dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah, di antaranya prinsip keadilan, kemaslahatan, kejujuran, amanah, ihsan, dan musyawarah. Penerapan prinsip-prinsip tersebut tidak hanya menjaga keberlangsungan usaha mereka secara sehat tetapi juga berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar.

1. Prinsip *Al-'Adalah* (Keadilan)

Prinsip keadilan berarti memberikan hak kepada yang berhak dan tidak

berbuat zalim terhadap orang lain. Dalam ekonomi syariah, keadilan harus tercermin dalam transaksi, termasuk dalam penetapan harga, kualitas produk, dan persaingan yang tidak merugikan pihak lain.

Implementasi pada UMKM, Pelaku UMKM di Desa Lembang-Lembang menetapkan harga yang sama untuk semua kue yaitu Rp 1.000. Ini menunjukkan sikap adil dalam berjualan tanpa merugikan pembeli ataupun pelaku usaha lainnya. seperti pada Al-Qur`an surat Al-Maidah ayat 8, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ وَعَدِلُوا ۗ
هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ۙ ۘ

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu penegak (kebenaran) karena Allah (dan) saksi-saksi (yang bertindak) dengan adil. Janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlakulah adil karena (adil) itu lebih dekat pada takwa. Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.

Terjemahan Bahasa Mandar:

*E inggannana to matappa', penjario mie' to samata makke'deang atongangan sawa' Puang Allah Taala. Anna penjari sa'bi iya adil. Anna da mie' sawa' peabire'mu lao di mesa tau menjari andiango'o mie' adil. Penggau' adilo'-o mie' sawa' iya di'o adil-o la'bi kadeppu'i lao di takwa. Anna pe'atakwao mie' lao di Puang Allah Taala, sitongangna Puang Allah Taala Masarro Paissang di panggauangmu.*⁷

2. Prinsip Al-Maslahah (Kemaslahatan / Kebaikan Umum)

Al-Maslahah berarti menciptakan manfaat dan mencegah kemudharatan bagi umat manusia. Dalam ekonomi syariah, usaha harus memberikan kebaikan bagi masyarakat, seperti menyediakan kebutuhan dengan mudah, harga terjangkau, dan kualitas baik.

Implementasi pada UMKM, Mardawiah, Marsha, dan Baya memberikan kemaslahatan seperti keliling dengan motor, kerja sama dengan penjual sayur, dan

⁷ Kementerian Agama RI, *Al-Qur`an dan terjemahannya* (Jakarta: Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Urusan Agama Islam dan Pembimbingan Syariah, 2019

memperbanyak variasi kue agar masyarakat mudah mendapat pilihan sesuai kebutuhan.

3. Prinsip *Asy-Syura* (Musyawarah dan Kerjasama)

Asy-Syura adalah prinsip yang mengajarkan pentingnya musyawarah, kolaborasi, dan saling membantu dalam menjalankan usaha atau kegiatan ekonomi. Islam mendorong adanya kerja sama dalam usaha untuk meningkatkan kesejahteraan bersama.

Implementasi pada UMKM, Masha menerapkan prinsip ini dengan cara bekerja sama dengan penjual sayur untuk memasarkan kue-kue yang dibuatnya, sehingga terjadi hubungan usaha kerja sama yang saling menguntungkan.

4. Prinsip *Shiddiq* (Kejujuran)

Shiddiq berarti berkata benar dan berlaku jujur dalam setiap transaksi bisnis. Pelaku usaha harus jujur tentang kualitas, jumlah, dan kondisi produk yang dijual agar konsumen tidak dirugikan.

Implementasi pada UMKM, Jelita meningkatkan kualitas kue, dan Siti Aminah memperbaiki pelayanan dan menjaga kebersihan. Ini mencerminkan sikap jujur karena mereka tidak ingin mengecewakan pelanggan dengan kualitas rendah atau pelayanan yang buruk.

5. Prinsip Amanah (Dapat Dipercaya)

Amanah berarti menjalankan tanggung jawab dengan penuh kepercayaan dan menjaga kepercayaan yang diberikan oleh konsumen. Dalam usaha, amanah berarti menjaga kualitas produk sesuai dengan yang dijanjikan.

Implementasi pada UMKM, Siti Aminah menjaga amanah dengan menjaga kebersihan dan pelayanan yang baik sehingga pelanggan merasa puas dan percaya untuk membeli kembali.

6. Prinsip *Al-Ihsan* (Berbuat Lebih Baik / Optimal)

Al-Ihsan adalah sikap memberikan hasil terbaik, tidak sekadar memenuhi standar minimum. Dalam suatu usaha, ini berarti selalu berusaha meningkatkan kualitas produk dan pelayanan kepada konsumen.

Implementasi pada UMKM, Jelita menunjukkan prinsip ini dengan cara memperbaiki kualitas kue, dan Baya dengan memperbanyak variasi jenis kue, memberikan pilihan terbaik dan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan.

BAB V

PENUTUP

A. *Simpulan*

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Desa Lembang-Lembang telah menerapkan praktik persaingan usaha yang sehat sesuai dengan UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Mereka bersaing secara sehat dengan fokus pada peningkatan kualitas produk, inovasi, pelayanan, dan distribusi, tanpa melakukan praktik-praktik yang merugikan konsumen atau pesaing.
2. Strategi persaingan yang mereka terapkan selaras dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah, seperti *al-'adalah* (keadilan), *al-maslahah* (kemaslahatan), *asy-syura* (musyawarah), *shiddiq* (kejujuran), amanah (dapat dipercaya), dan *al-ihsan* (berbuat lebih baik). Penerapan prinsip-prinsip ini tidak hanya menjamin keberlangsungan usaha yang sehat, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai agama dan etika bisnis dapat menciptakan iklim persaingan yang positif dan berkelanjutan. Penelitian ini merekomendasikan agar model persaingan sehat berbasis prinsip-prinsip ekonomi syariah di Desa Lembang-Lembang dapat dikaji lebih lanjut dan direplikasi di daerah lain sebagai contoh praktik usaha yang berkelanjutan dan berkeadilan.

A. *Implikasi Penelitian*

Berdasarkan kesimpulan diatas maka peneliti memiliki saran sebagai berikut:

1. Penjual kue di Desa Lembang-Lembang masih kesulitan memanfaatkan internet dan media sosial untuk berjualan. Padahal, kalau mereka bisa menggunakan internet, kue mereka bisa lebih dikenal dan laku banyak, sehingga perekonomian desa jadi lebih baik.
2. Pemerintah perlu lebih membantu para penjual kue di Desa Lembang-Lembang. Mereka butuh pelatihan dan bantuan agar usaha mereka bisa berkembang dan perekonomian desa jadi lebih maju.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam Arista, Abidin Umar Zainal, anto Niode Idris,(2022), *Analisis Staretki Bersaing Dan strategi Bersaing Pada UMKM Di Kota Gorontalo Pada Masa Pandemi Covid-19*, Jurnal Ilmiah, 5(2).
- Ahmad Hasan.S.H.I, (2023), *Prinsip-Prinsip Hukum Ekonomi Syariah Dalam Konstitusi Di Indonesia*.Tesis Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga : Yogyakarta,92-93.
- Anorag Panji, (2010), *Ekonomi Islam Kajian Makro Dan Mikro*, Yogyakarta Dwi Chandra Wacana,32.
- Dadang Iskandar, *Persaingan Sehat Dunia Usaha Di Indonesia Dalam Hubungannya Dengan Sistem Ekonomi Syariah*, Jurnal Yustisi Vol, 3 No.1, (2016).
- Dillaro Credho, (2018), *Monopsoni Sebagai Kegiatan Yang Melanggar Dan Tidak Melanggar Dalam Hukum Persaingan Usaha*. Skripsi Fakultas Hukum Universitas Lampung, Bandar Lampung,16.
- Febrina Rezmia, (2022), *Penerapan Teori Hukum Dalam Konteks Pembaharuan Hukum Persaingan Usaha Berbasis Syari`ah*, Jurnal Gagasan Hukum, V. 4(1).
- Fitriadi Barkah, Soekarto, Sunarti, (2013), *Strategi Bersaing: Suatu Kajian Perumusan Strategi Pemasaran Gula Merah Keunggulan Kompetitif*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 5 (1).
- Iskandar Dadang, (2016), *Persaingan Sehat Dunia Usaha Di Indonesia Dalam Hubungannya Dengan Sistem Ekonomi Syariah*, Jurnal Yustisi Vol,3 (1).
- J Warren, Keegan, (2007), *Manajemen pemasaran Global Edisi Keenam*, Jakarta PT Indeks,6.
- Kamal Rokan, (2010), Mustafa,S.H.I.,M.H., *Hukum Persaingan Usaha*, PT.Rajagrafindo Persada; Jakarta,32-24.
- Kementrian Agama RI, *Al-Qur`an dan Terjemahannya* (Jakarta: Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Urusan Agama Islam dan Pembimbingan Syariah, (2012)
- Kiagoos Haqqy Annafi Ghany Azis, (2021), *Perjanjian Yang Di Larang Berdasarkan Prespektif Hukum Persaingan Usaha Indonesia*, Jurnal Ilmu Sosial,5 (2).
- Lianti Putri Puspita, Dwi Chandra Sari Kartika, (2022), *Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Pelaku UMKM Binaan Rumah BUMN Purwekerto Melalui Orientasi Pasar Dan Inovasi*, Jurnal Among Makarti.15 (2).
- Marlina Elina, (2022), *Analisis Strategi Bersaing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Industri Sepatu Soildhoes Kabupaten Bogor*, Skripsi Fakultas tarbiyah dan keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.19.
- Michael E Porter Dan Agus Maulana, *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industri Pesaing*, (Jakarta Erlangga, 27.
- Michaez (1996), *Manajemen Strategi*, Jakarta: Erlangga 1996.113
- Munir Misbahnu, Rokhim Abdul, Baisuni Ahmad, (2021), *Analisa Strategi Daya Saing Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Mempertahankan Bisnis Dan Meningkatkan Kesejahteraan Pelaku UMKM Di Lingkungan Kampus Kabupaten Jember*, Journal Of Islamic, Vol 4(1).
- Nurianto, (2020), *Hukum Persaingan Usaha*, Denpasar: Zivatama Jawara, 17-35.
- Ramadhani Hendry E, (2012), *Bisnis Kreatif di Rumah* Jakarta: Penebar Plus,15

- Risalawati Ade, (2011), *Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor UKM Indonesia*. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Negeri Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta 31.
- Rizki Sudarajat Muhammad, (2023) *Persaingan Usaha Sehat Dapat Membangun Ekosistem Bisnis Yang Berkelanjutan*, Jurnal Karimah Tauhid, Vol 2 No 4.
- Simbolon Alum, (2014), *Hukum Persaingan Usaha*, Yogyakarta: Cetakan Pertama, 37.
- Sugiyono, (2013), *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.cet.16, Bandung,121.
- Wafiya, (2014), *Politik Hukum Pembentukan Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*,Jurnal Ilmu Hukum, 8,(4).
- Yuliaty Tetty, Shafira Cut Sara , Rafi Akbar Muhammad, (2020), *Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global Studi Kasus Pada PT. Muniru Burni Telong*, Jurnal Management, Business, and Accounting, Vol 19,(3).

HASIL WAWANCARA

Nama : Sitti Aminah
 Alamat : Desa Lembang-lembang
 Keterangan : Pelaku UMKM
 Waktu : 19 Desember 2024

1	T	Sejak tahun berapa anda menjual kue dan dimana anda menjual kue ?
	J	Saya menjual kue semenjak tahun 2016 dan menjual kue didepan rumah
2	T	Apa jenis kue yang anda jual dan berapa harga kue per biji ?
	J	Bolu paranggi, panada, sawalla, kue mekar, putu karoro, harga RP.1.000/biji
3	T	Berhubung adanya beberapa pelaku UMKM disini yang menjual kue-kue yang serupa dengan kue anda, Apakah ada cara tersendiri (strategi) dalam mempromosikan kue anda ? Bagaimana anda menghadapi persaingan terhadap pedagang kue lainnya ?
	J	Ya ada, pastinya saya memperbaiki pelayanan kepada pembeli, membersihkan kios yang saya tempati menjual agar pembeli juga nyaman saat membeli kue.
4	T	Apa kendala anda dalam mengelolah usaha jualan kue ?
	J	Terkadang kendalanya ada pada modal
5	T	Berapa modal usaha yang digunakan dalam menjual kue ?
	J	kalau modal itu saya meminjam dari program rumah zakat sebanyak Rp. 2.000.000, uang pinjaman itu saya putar untuk menjual kue.
6	T	Bagaimana anda menghadapi persaingan terhadap penjual kue lainnya ?
	J	Karena di Desa Lembang-lembang ini ada beberapa pelaku UMKM yg menjual kue serupa, maka kita harus memperbaiki kualitas kue ataupun pelayanan..
7	T	Berapa pendapatan yang dihasilkan perhari atau perminggu ?
	J	Kalau dalam satu hari kue habis terjual, saya mendapatkan Rp.40.000 jadi dalam seminggu itu kurang lebih Rp.280.000
8	T	Apakah ada penghasilan selain dari menjual kue ? dan apakah kesejahteraan meningkat mulai dari biaya makan, Pendidikan dan kesehatan Dalam menerapkan cara tersendiri atau strategi dalam menghadapi persaingan terhadap penjual kue lainnya?
	J	Ya alhamdulillah menjual kue dengan cara memperbaiki pelayanan dan kebersihan membuat pembeli nyaman dan datang kembali,berhubung juga suamin dari situlah untuk biaya makan sehari-hari, listrik dan kesehatan terpenuhi

Nama : Mardawiah
 Alamat : Desa Lembang-lembang
 Keterangan : Pelaku UMKM
 Waktu : 19 Desember 2024

1	T	Sejak tahun berapa anda menjual kue dan dimana anda menjual kue ?
	J	Saya menjual semenjak tahun 2016, dan menjual kue didepan rumah
2	T	Apa jenis kue yang anda jual dan berapa harga kue per biji ?
	J	Roti kaya, panada, donat salju, kue lapis kue mekar sawalla dan roti goreng, harga RP.1.000/biji
3	T	Berhubung adanya beberapa pelaku UMKM disini yang menjual kue-kue yang serupa dengan kue anda, Apakah ada cara tersendiri (strategi) dalam mempromosikan kue anda ? Bagaimana anda menghadapi persaingan terhadap pedagang kue lainnya ?
	J	Jadi selain menjual saja didepan rumah saya juga membawa kue keliling sampai ke pasar dengan bantuan suami
4	T	Apa kendala anda dalam mengelolah usaha jualan kue ?
	J	Terkadang kendalanya ada pada modal
5	T	Berapa modal usaha yang digunakan dalam menjual kue ?
	J	kalau modal itu saya meminjam dari program rumah zakat sebanyak Rp. 2.000.000, uang pinjaman itu saya putar untuk menjual kue. Pembayarannyapun tidak rumit sesuai kemampuan berapa yang bisa kita bayar dalam 1minggu
6	T	Bagaimana anda menghadapi persaingan terhadap penjual kue lainnya ?
	J	Karena banyak juga penjual kue di desa ini, saya juga membawa kue keliling pasar dengan bantuan suami
7	T	Berapa pendapatan yang dihasilkan perhari atau perminggu ?
	J	Kalau dalam satu hari itu sekitar Rp. 70.000 jadi dalam seminggu pedapatan kami mencapai Rp.500.000
8	T	Apakah ada penghasilan selain dari menjual kue ? dan apakah kesejahteraan meningkat mulai dari biaya makan, Pendidikan dan kesehatan Dalam menerapkan cara tersendiri atau strategi dalam menghadapi persaingan terhadap penjual kue lainnya?
	J	Tidak ada karena Cuma ini yang saya kerja dengan suami, tetapi alhamdulillah untuk kebutuhan sehari-hari itu tercukupi mulai dari makan sehari-hari, biaya listrik, Pendidikan anak dan juga biaya kesehatan BPJS.

Nama : Nurbaya
 Alamat : Desa Lembang-lembang
 Keterangan : Pelaku UMKM
 Waktu : 19 Desember 2024

1	T	Sejak tahun berapa anda menjual kue dan dimana anda menjual kue ?
	J	Saya menjual kue semenjak tahun 2016 dan menjual kue didepan rumah
2	T	Apa jenis kue yang anda jual dan berapa harga kue per biji ?
	J	Roti kaya, dadar gulung, panada, loka putiq,sawaalla dan bolu paranggi harga RP.1.000/biji
3	T	Berhubung adanya beberapa pelaku UMKM disini yang menjual kue-kue yang serupa dengan kue anda, Apakah ada cara tersendiri (strategi) dalam mempromosikan kue anda ?Bagaimana anda menghadapi persaingan terhadap pedagang kue lainnya ?
	J	Ya biasa saja karena semua punya rezeki masing-masing tetapi untuk menjawab pertanyaan anda ya saya lebih ke memperbanyak macam-macam kue agar pembeli puas memilih kue apa yang akan di beli
4	T	Apa kendala anda dalam mengelola usaha jualan kue ?
	J	Terkadang kendalanya ada pada modal
5	T	Berapa modal usaha yang digunakan dalam menjual kue ?
	J	kalau modal itu saya meminjam dari program rumah zakat sebanyak Rp. 1.000.000, uang pinjaman itu saya putar untuk menjual kue.
7	T	Berapa pendapatan yang dihasilkan perhari atau perminggu ?
	J	Kalau dalam satu hari kue habis terjual, saya mendapatkan Rp.70.000 jadi dalam seminggu itu kurang lebih Rp.490.000
8	T	Apakah ada penghasilan selain dari menjual kue ? dan apakah kesejahteraan meningkat mulai dari biaya makan, Pendidikan dan kesehatan Dalam menerapkan cara tersendiri atau strategi dalam menghadapi persaingan terhadap penjual kue lainnya?
	J	Ya ada karena suami kerja sebagai supir angkutan umum tetapi jika dibandingkan dengan menjuak kue, lebih banyak penghasilan dari menjual kue, maka dari itu untuk biaya makan sehari-hari, biaya listrik dan juga Pendidikan anak cukup terpenuhi.

Nama : Jelita
 Alamat : Desa Lembang-lembang
 Keterangan : Pelaku UMKM
 Waktu : 19 Desember 2024

1	T	Sejak tahun berapa anda menjual kue dan dimana anda menjual kue ?
	J	Saya menjual kue semenjak tahun 2019 didepan rumah
2	T	Apa jenis kue yang anda jual dan berapa harga kue per biji ?
	J	Risoles, roti kaya,roti pawa,kue lapis kue mekar dan bolu paranggi harga RP.1.000/biji
3	T	Berhubung adanya beberapa pelaku UMKM disini yang menjual kue-kue yang serupa dengan kue anda, Apakah ada cara tersendiri (strategi) dalam mempromosikan kue anda ?Bagaimana anda menghadapi persaingan terhadap pedagang kue lainnya ?
	J	Yah saya menggunakan cara dengan memperbaiki kualitas kue saya mengolahnya dengan bahan yang bagus dan juga tidak pakai pemanis buatan, dengan cara itu banyak pelanggan yang suka dan sering habis
4	T	Apa kendala anda dalam mengelolah usaha jualan kue ?
	J	Tidak ada
5	T	Berapa modal usaha yang digunakan dalam menjual kue ?
	J	Modal nya sekitaran kurang lebih Rp. 1.000.000 sudah mencakup semua bahan bakunya
7	T	Berapa pendapatan yang dihasilkan perhari atau perminggu ?
	J	Kalau dalam satu hari sekitar Rp.70.000 jadi kalau seminggu mencapai Rp.500.000
8	T	Apakah ada penghasilan selain dari menjual kue ? dan apakah kesejahteraan meningkat mulai dari biaya makan, Pendidikan dan kesehatan Dalam menerapkan cara tersendiri atau strategi dalam menghadapi persaingan terhadap penjual kue lainnya?
	J	Tidak ada, Cuma mengandalkan pendapatan dari menjual kue tiap hari, jadi semenjak menjual kue dengan memperbaiki kualitas kue alhamdulillah orang orang suka dan merasa puas hingg akhirnya banyak peminatnya dan kue selalu habis dan untuk biaya makan sehari-hari bisa tercukupi.

Nama : Fauziah
 Alamat : Desa Lembang-lembang
 Keterangan : Pembeli kue
 Waktu : 20 Desember 2024

1	T	Dari ke 5 penjual kue di desa ini, mana yang lebih sering anda beli berikan alasannya ?
	J	Secara pribadi saya lebih suka beli di jelita dan ibu nurbaya karena kuenya lebih enak dan alami
2	T	Apa yang paling penting bagi anda, ketika membeli kue Mulai dari rasa, variasi, harga ataupun pelayanan ?
3	J	Yang paling penting itu kualitas dan kebersihan kue nya karena ini untuk dimakan jadi harus memastikan kuenya harus steril
	T	Apakah anda merasa kue sebanding dengan harga ?
4	J	Iya
	T	Secara keseluruhan, penjual mana yang anda rekomendasikan kepada keluarga/teman ?
	J	Secara keseluruhan penjual kue ini semuanya sangat rekomendasikan, hanya saja dari dulu saya lebih sering beli kue dari jelita dan ibu nurbaya.
5	T	Bagaimana menurut anda tentang penjual kue kerja sama dengan penjual sayur dengan menitipkan kue nya ?
	J	Menurut saya itu sangat bagus karena memudahkan masyarakat luar untuk membeli kue

Nama : Sitti Aminah
 Alamat : Desa Lembang-lembang
 Keterangan : Pembeli kue
 Waktu : 20 Desember 2024

1	T	Dari ke 5 penjual kue di desa ini, mana yang lebih sering anda beli berikan alasannya ?
	J	Saya sering beli di mardawiah dan sitti Aminah karena dari dulu memang saya suka beli di mereka
2	T	Apa yang paling penting bagi anda, ketika membeli kue Mulai dari rasa, variasi, harga ataupun pelayanan ?
3	J	Semuanya
	T	Apakah anda merasa kue sebanding dengan harga ?
4	J	Iya sebanding bahkan kuenya termasuk murah
	T	Secara keseluruhan, penjual mana yang anda rekomendasikan kepada keluarga/teman ?
	J	Saya lebih merekomendasikan untuk beli di mardawiah dan sitti aminah
5	T	Bagaimana menurut anda tentang penjual kue kerja sama dengan penjual sayur dengan menitipkan kue nya ?
	J	Menurut saya itu cukup baik juga untuk masyarakat karena memudahkan untuk membeli kue tanpa harus ke kios nya langsung.

Nama : Asmawati
 Alamat : Desa Lembang-lembang
 Keterangan : Pembeli kue
 Waktu : 20 Desember 2024

1	T	Dari ke 5 penjual kue di desa ini, mana yang lebih sering anda beli berikan alasannya ?
	J	Secara pribadi saya lebih suka beli kue di mardawiah
2	T	Apa yang paling penting bagi anda, ketika membeli kue Mulai dari rasa, banyaknya pilihan kue, harga ataupun pelayanan ?
3	J	Banyaknya pilihan kue karena bisa bebas memilih kue yang diinginkan
	T	Apakah anda merasa kue sebanding dengan harga ?
4	J	Iya
	T	Secara keseluruhan, penjual mana yang anda rekomendasikan kepada keluarga/teman ?
	J	Mardawiah , karena kebetulan saya suka kuenya dari dulu semenjak dia mulai menjual
5	T	Bagaimana menurut anda tentang penjual kue kerja sama dengan penjual sayur dengan menitipkan kue nya ?
	J	Menurut saya itu cukup bagus, agar kuenya cepat habis terjual.

LAMPIRAN HASIL WAWANCARA

Pelaku UMKM



pelaku UMKM



Pelaku UMKM



Pelaku UMKM



Pembeli Jajanan Kuliner



Pembeli jajanan kuliner



Pembeli Jajanan kuliner



Pembeli jajanan kuliner



Pembeli jajanan kuliner



Pembeli jajanan kuliner



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Diri

Nama : Sitti Nurhalizah
Tempat,Tgl Lahir : Banu-Banua, 21 September 2002
Jenis kelamin : Perempuan
Alamat : Banu-Banua, Desa lembang-Lembang, Kecamatan
Limboro Kabupaten Polewali Mandar
No. Telepon : 085345524668
Email : nurhalizahsitti92@gmail.com

Pendidikan Formal:

Tahun 2009-2014 : SDN 031 Banu-Banua
Tahun 2014-2017 : SMPN 3 Tinambung
Tahun 2017-2021 : SMA Negeri 1 Tinambung
Tahun 2021-2025 : Sekolah Tinggi Agama Islam negeri (STAIN) Majene