

STRATEGI PENGUSAHA DI DALAM PERSAINGAN PENJUALAN TEMPE BERDASARKAN PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH

Muhtadin¹, Wiwik Rahayu²

¹⁻²IAI An-Nadwah Kuala Tungkal

Email: muhtadinmuhtadin64@gmail.com¹

Abstrak

Strategi pengusaha tempe dalam persaingan penjualan berdasarkan perspektif bisnis syariah study kasus di desa kempas jaya kecamatan senyerang. Adapun Hasil penelitian ini yaitu diantaranya: Untuk mengetahui strategi pengusaha tempe dalam persaingan penjualan berdasarkan perspektif bisnis syariah di Desa Kempas Jaya mengenai apa yang mereka terapkan untuk menggunakan strategi pengusaha. Untuk upaya mengatasi persaingan penjualan tempe berdasarkan perspektif bisnis syariah di Desa Kempas Jaya. Untuk mengetahui persaingan penjualan tempe dalam perspektif bisnis syariah di Desa Kempas Jaya. Strategi dapat diartikan sebagai cara-cara untuk menerapkan suatu perencanaan dalam jangka panjang yang disusun pada suatu pencapaian akan tujuan tertentu. Persaingan dapat diartikan sebagai bentuk perlombaan dalam memenangkan sesuatu yang akan dicapai. Sedangkan penjualan merupakan proses kegiatan menjual yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk yang dijual hingga ketangan pembeli, dan terjadilah sebuah transaksi.

Kata Kunci: Strategi, Persaingan Dan Penjualan

PENDAHULUAN

“Strategi bisnis merupakan rencana atau alat dalam menjalankan aktivitas atau usaha suatu pengusaha untuk mendapatkan keuntungan. Strategi bisnis juga merupakan rencana aksi jangka panjang yang dirancang oleh pengusaha untuk mencapai tujuan bisnisnya. Strategi bisnis menetapkan arah dan ruang lingkup aktivitas pengusaha yang akan mencapai keunggulan yang memenuhi kebutuhan.”¹

Kebutuhan hidup manusia begitu beragam, namun dengan upaya dan usaha kita dapat mewujudkannya dan untuk memenuhi kebutuhan tersebut kita harus memiliki sebuah usaha seperti, kita memiliki usaha pakaian, usaha kuliner, usaha pembuatan tempe dan lain sebagainya.

“Usaha merupakan upaya yang dilakukan seseorang untuk mencapai tujuan atau meraih keberhasilan dalam bidang tertentu. Usaha dapat berupa usaha Pendidikan,

¹ Lailatus Sa'adah, “Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis” LPPM, 2021. hlm.75.

STRATEGI PENGUSAHA DI DALAM PERSAINGAN PENJUALAN TEMPE BERDASARKAN PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH

usaha mencapai karir, usaha dapat berupa bisnis atau bahkan usaha dalam mencapai tujuan pribadi. Usaha juga merupakan hasil kerja keras dari seorang pengusaha yang menekuni sebuah usahanya yaitu pembuatan tempe.”²

Usaha pembuatan tempe membuka banyak peluang bekerja, pada dasarnya di Indonesia usaha tempe adalah usaha rakyat yang sangat menjanjikan, karena tempe setiap hari dijadikan lauk oleh setiap orang untuk makanan sehari-hari, sehingga permintaan pemasokan tempe tidak pernah sepi.

“Tempe juga memiliki banyak ragamnya, ternyata tidak cuma terbuat dari kedelai, ada juga tempe yang terbuat dari koro atau sering disebut tempe bengkok, tempe kacang hijau yang sering disebut mung bean tempeh, tempe gembus yang terbuat dari ampas gude (kacang iris) pada pembuatan pati, dan ada juga tempe kacang merah biasa sering disebut green bean tempeh buncis.”³

Tempe diminati oleh Masyarakat selain harganya relatif murah dan rasanya enak, tempe juga memiliki kandungan protein yang tinggi. Melalui proses pembuatan tempe, kedelai menjadi lebih enak dimakan karena sudah berubah bentuk dan memiliki aroma dan cita rasa yang berbeda dari kedelai yang asli (sebelum menjadi tempe), kadar protein yang larut dalam air akan meningkat akibat aktivitas enzim proteolitik. Tempe lebih mudah diterima oleh Masyarakat setelah menjadi olahan pangan dibanding masih berupa kedelai.

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat, membuat para pengusaha berusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Persaingan merupakan kejadian dimana lebih dari dua pengusaha bersaing untuk memperebutkan pasar yang sama dengan tujuan untuk mendapatkan banyak konsumen. Seperti halnya dalam persaingan pada penjualan tempe. Persaingan antar penjual tempe bisa sangat sengit tergantung pada lokasi dan kualitas produk.⁴

Strategi pemasaran, harga yang kompetitif, dan konsistensi dalam kualitas produk bisa menjadi kunci kesuksesan dalam menghadapi persaingan tersebut. Dalam persaingan antar usaha penjual tempe, faktor-faktor seperti kualitas produk, harga,

² Alna, Skripsi, *Usaha Pembuatan Tempe Dalam Pemberdayaan Masyarakat Di Perusahaan US.DIA Suryana Parepare*, (Parepare: program studi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, 2020) hlm. 1.

³ <http://repository.unimus.ac.id>. diakses pada tanggal 6 Februari 2024 Pukul 16:22 Wib.

⁴ Nita Novita, dkk, *Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan Pada PT. Selaras Kausa Busana*, Jurnal Ilmiah, STIE MULIA PRATAMA BEKASI, 2015. hlm. 4

STRATEGI PENGUSAHA DI DALAM PERSAINGAN PENJUALAN TEMPE BERDASARKAN PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH

pemasaran, dan pelayanan pelanggan. Penjual yang mampu menyediakan tempe dengan kualitas terbaik, harga bersaing, serta memberikan pelayanan yang baik. Persaingan merupakan suatu usaha yang menyatakan keunggulan dari masing-masing pengusaha yang dilakukan oleh perorangan pada bidang perdagangan, produksi, dan lain sebagainya.

Persaingan usaha pada saat ini bisa dikatakan sangat tajam karena banyaknya pendirian usaha-usaha kecil. Hal ini merupakan tantangan bagi setiap orang yang mendirikan usaha untuk memenangkan persaingan yang ada guna bisa menstabilkan home industri tersebut. Suatu pengusaha mengharapkan agar konsumennya puas dimasa mendatang, dan mau datang kembali melakukan pembelian.⁵

Banyaknya pendirian home industri menyebabkan adanya persaingan yang harus dihadapi oleh pengusaha dan hal tersebut menyebabkan tuntutan bagi pengusaha menentukan strategi yang dapat membuat usahanya tetap mampu bersaing terhadap pesaing dan bisa berkembang. Supaya bisa mengatasi hal tersebut, pengusaha harus bisa melakukan strategi yang seharusnya diterapkan melebihi pesaing dalam menarik konsumen ataupun sasaran.

Berdasarkan pengamatan peneliti di lapangan terdapat persaingan antar penjual tempe. Seperti memiliki persaingan cita rasa yang berbeda serta cara pengemasan yang berbeda juga. Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan penelitian berjudul **“Strategi Pengusaha Di Dalam Persaingan Penjualan Tempe Berdasarkan Perspektif Bisnis Syariah”**.

KAJIAN TEORI

1. Strategi

Strategi merupakan suatu seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan suatu perang. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi merupakan hal penting bagi kelangsungan hidup dari suatu pengusaha untuk mencapai sasaran atau tujuan pengusaha yang efektif dan efisien, pengusaha harus bisa

⁵ Budi Utami dkk, *Analisa Persaingan Home Industri tempe Didesa Pulogrejo Menggunakan CPM*, hlm. 2.

STRATEGI PENGUSAHA DI DALAM PERSAINGAN PENJUALAN TEMPE BERDASARKAN PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH

menghadapi setiap masalah-masalah atau hambatan yang datang dari dalam pengusaha maupun dari luar pengusaha.⁶

Pengertian strategi juga dapat diartikan sebagai tindakan untuk menyesuaikan diri terhadap reaksi dan situasi lingkungan yang terjadi. Strategi melibatkan penggunaan keterampilan, seni dan sumber daya yang ada agar dapat mencapai hasil yang lebih baik demi mendapat keuntungan yang diharapkan.

2. Pengusaha

“Pengusaha adalah individu yang memiliki atau mengoperasikan bisnis dengan tujuan menciptakan keuntungan. Seseorang pengusaha adalah orang yang mengambil resiko dan bertanggung jawab atas kesuksesan atau kegagalan bisnisnya.”⁷

Usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, fikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud. Pekerjaan, perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya untuk mencapai suatu maksud. Usaha juga merupakan suatu kerja keras yang kita bangun untuk menjadi yang lebih baik lagi.

3. Persaingan

“Kata persaingan berasal dari baha inggris “competition” yang artinya kompetisi, pertandingan atau juga persaingan. Persaingan merupakan individu atau organisasi yang sedang melakukan perlombaan untuk mencapai suatu tujuan tertentu.”⁸

4. Penjualan

“Penjualan adalah sebuah transaksi pendapatan barang atau jasa yang dikirim pelanggan untuk imbalan kas suatu kewajiban untuk membayar. Kegiatan jual beli atau memindahkan hak milik sebuah produk pada prinsipnya mencakup dua pihak yakni penjual menjadi pihak pertama dan pembeli menjadi pihak kedua.”⁹

5. Tempe

Tempe merupakan makanan tradisional Indonesia yang telah dikenal sejak berabad abad yang lalu, terutama dalam tatanan budaya makanan budaya Masyarakat Jawa, khususnya Yogyakarta dan Surakarta. Bahan makanan asli Indonesia yang terbuat

⁶ Muh Rijal, *Skripsi, analisis strategis bisnis syariah dalam meningkatkan daya saing pada pada ud humaera motor kab, bone*, (Universitas Muhammadiyah Makassar,2018), hlm 4.

⁷ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), Edisi ke-3, hlm. 125.

⁸ Sumiyati dkk, *Analisis Persaingan Bisnis Pada Usaha Kuliner Dalm Meningkatkan Pelanggan Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam*, Jurnal Kaffa Voi. 1, No. 2 tahun 2022, hlm. 6-7.

⁹ Desi Idayanti, *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju*, Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, Vol, No.1 tahun 2022, hlm, 5.

STRATEGI PENGUSAHA DI DALAM PERSAINGAN PENJUALAN TEMPE BERDASARKAN PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH

dari kedelai ini memiliki gizi yang cukup tinggi dan sebagai sumber protein nabati yang bermutu tinggi setara dengan protein hewani.¹⁰

6. Perspektif

“Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perspektif diartikan sebagai sudut pandang atau pandangan. Pengertian tersebut dapat dipahami bahwa yang dimaksud dengan perspektif adalah dimana sesuatu itu dipandang dari sudut pandang tertentu untuk dapat diketahui atau untuk mengetahui sesuatu yang akan diamati.”¹¹

7. Bisnis

Pengertian bisnis secara umum adalah sebagai suatu aktivitas yang dilakukan seseorang untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Cara yang biasa dilakukan adalah mengelola sumber daya ekonomi dengan berbagai jenisnya secara efektif dan efisien. Bisnis adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk mendapatkan keuntungan.¹²

8. Syari’ah

Secara etimologis atau bahasa syariaah adalah jalan tempat pengairan, atau jalan yang harus diikuti atau tempat lalu air Sungai. Pengertian syariaah hukum Islam adalah “segala perintah Allah SWT yang berhubungan dengan tingkah laku manusia di luar yang mengenai akhlak”. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Syariaah adalah ketentuan-ketentuan Allah yang wajib dipatuhi baik terkait dengan masalah aqidah (tauhid), ibadah (hubungan kepada Allah) dan muamalah (hubungan sesama manusia).

13

METODOLOGI PENELITIAN

“Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menggunakan pendekatan deskriptif. Dalam suatu proses penelitian kualitatif hal yang telah bersifat perspektif subjek lebih ditonjolkan dan landasan teori dimanfaatkan oleh penelitian

¹⁰ Susianto, dkk, *Fakta Ajaib Khasiat Tempe* (Jakarta,2003), hlm. 7-8.

¹¹ <http://kkbi.web.id./perspektif.html> diakses pada tanggal 05 juli, 2024.

¹² Asmuni, *Bisnis Syariah*, Edisi 2023, hlm. 11.

¹³ Supardjo Adi Suwarno dkk, *Manajemen Bisnis Syariah* (Jawa Barat: CV Adanu Abimata), tahun 2021, hlm. 4.

STRATEGI PENGUSAHA DI DALAM PERSAINGAN PENJUALAN TEMPE BERDASARKAN PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH

sebagai pemandu, agar penelitian sesuai dengan fakta yang akan ditemui dilapangan pada saat melakukan penelitian.”¹⁴

Penelitian kualitatif juga menekankan penelitian pada fenomena social dengan adanya lima ciri-ciri penelitian kualitatif yaitu, lingkungan sebagai sumber data, bersifat deskriptif-analtik, bersifat induktif, fokus pada proses dan mengutamakan makna.

HASIL PENELITIAN

A. Cara Mengatasi Hambatan Dalam Menerapkan Strategi Pengusaha Di Dalam Persaingan Penjualan Tempe Berdasarkan Perspektif Bisnis Syariah

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti mengenai strategi pengusaha di dalam persaingan penjualan tempe berdasarkan perspektif bisnis syariah bahwa terdapat beberapa unsur usaha persaingan penjualan tempe berdasarkan perspektif bisnis syariah.¹⁵ Berikut cara mengatasi hambatan dalam menerapkan strategi pengusaha di dalam persaingan penjualan tempe berdasarkan perspektif bisnis syariah. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Sulasih pemilik usaha tempe:

“Cara untuk mengatasi hambatan dalam menerapkan strategi pengusaha di dalam persaingan penjualan tempe berdasarkan perspektif bisnis syariah, menurut saya perlu adanya untuk melakukan inovasi yaitu membungkus tempe menggunakan plastik, tidak selalu memakai daun pisang, menggunakan bahan yang berkualitas juga perlu agar cita rasa yang di hasilkan selalu sama, dan membuat konsumen puas dengan produk yang kita miliki, serta membuat tempe lebih tahan lama tidak membusuk meskipun tidak menggunakan bahan pengawet dan memastikan kegiatan usaha tempe ini tidak merugikan masyarakat sekitar”.¹⁶

Dari penjelasan yang Ibu Sulasih di atas maka dapat disimpulkan bahwa inovasi juga sangat diperlukan dalam melakukan persaingan, agar calon pelanggan bisa membedakan produk yang kita miliki, dan harus bisa memberikan cita rasa yang sedikit berbeda dengan pesaing yang lain, dan juga memastikan supaya tetangga pemilik usaha

¹⁴ <https://umsu.ac.id/metode-penelitian-kualitatif-adalah/>, di akses pada 17 Januari 2024

¹⁵ Hasil Observasi di tempat usaha penjualan tempe (pemilik usaha tempe Ibu Sulasih) 20 Juli 2024

¹⁶ Hasil wawancara dengan Ibu Sulasih (pemilik usaha Tempe), 23 Juli 2024

STRATEGI PENGUSAHA DI DALAM PERSAINGAN PENJUALAN TEMPE BERDASARKAN PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH

tidak merasa dirugikan entah itu dari bau kedelai yang direndam atau pun asap untuk memasak kedelai ketika hendak dijadikan tempe.¹⁷

Berikut hasil wawancara Ibu Gemi sang pemilik usaha tempe, cara mengatasi hambatan dalam menerapkan strategi pengusaha di dalam persaingan penjualan tempe berdasarkan perspektif bisnis syariah:

“Cara saya menghadapi hambatan dalam menerapkan strategi pengusaha di dalam persaingan penjualan tempe berdasarkan perspektif bisnis syariah, dengan cara memastikan kualitas tempe yang saya olah konsisten dan baik. Jika kualitas tempe yang selalu baik dan terjaga maka pelanggan saya tidak berpaling ke pengusaha yang lain. Dan cara pengemasan saya selalu konsisten menggunakan daun pisang.”¹⁸

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa Ibu Gemi selalu memastikan kualitas tempe yang baik dan cara yang konsisten untuk pengemasan tempennya agar pelanggannya tidak berpaling ke pengusaha yang lain.¹⁹

Menurut Ibu Katiyem tentang cara mengatasi hambatan dalam menerapkan strategi pengusaha di dalam persaingan penjualan tempe berdasarkan perspektif bisnis syariah, yaitu sebagai berikut.

“Menurut saya, menghadapi hambatan dalam menerapkan strategi pengusaha di dalam persaingan penjualan tempe berdasarkan perspektif bisnis syariah, yakni menitipkan tempe ke berbagai tempat misalnya ditoko, diwarung dan lain-lain. Dengan begitu pelanggan saya mudah mencari tempe saya, dan harga yang saya patok lebih sedikit mahal karena isinya juga lebih banyak. Dan juga selalu konsisten menggunakan bahan-bahan yang berkualitas, supaya konsumen tidak merasa rugi ketika membeli tempe saya”.²⁰

Dari penjelasan dari Ibu Katiyem di atas dapat disimpulkan bahwa, Ibu Katiyem lebih memilih untuk menitipkan tempennya ke toko-toko supaya memudahkan pelanggan untuk mencari tempe Ibu Katiyem.²¹

Menurut Ibu Zaenab cara mengatasi hambatan dalam menerapkan strategi pengusaha di dalam persaingan penjualan tempe berdasarkan perspektif bisnis syariah, yaitu sebagai berikut.

¹⁷Analisa Penulis

¹⁸ Hasil wawancara dengan Ibu Gemi (pemilik usaha tempe), 30 Juli 2024

¹⁹ Analisa Penulis

²⁰ Hasil wawancara dengan Ibu Katiyem (pemilik usaha tempe), 30 Juli 2024

²¹ Analisa Penulis

STRATEGI PENGUSAHA DI DALAM PERSAINGAN PENJUALAN TEMPE BERDASARKAN PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH

“Menurut saya cara mengatasi hambatan dalam menerapkan strategi pengusaha di dalam persaingan penjualan tempe berdasarkan perspektif bisnis syariah, yakni persaingan juga harus menggunakan etika, yakni menggunakan kata-kata yang baik untuk menyapa calon pelanggan, dan tidak menjatuhkan sesama penjual, karena sama-sama mencari rezeki. Dalam pembuatan tempe saya, juga menggunakan bahan yang bagus. Dan mengikut harga jual yang disepakati rekan usaha saya”.²²

Jadi penjelasan dari Ibu Zaenab dapat di simpulkan bahwa, menjadi pengusaha pun juga harus memiliki etika berbisnis, supaya tidak di kelirukakan oleh pesaing, dan supaya menjadi persaingan bisnis yang sehat.²³

B. Bagaimana Strategi Pengusaha Di Dalam Persaingan Penjualan Tempe Berdasarkan Perspektif Bisnis Syariah

Berdasarkan observasi sampai wawancara yang telah dilakukan peneliti pada pengusaha tempe di dalam persaingan penjualan tempe berdasarkan perspektif bisnis syariah:

Adapun ungkapan dari Ibu Sulasih pada saat peneliti melakukan wawancara Ibu Sulasih mengungkapkan bahwa :

“Saya awalnya memulai usaha ini coba-coba, pada awalnya saya membuat tempe ini untuk menambah hasil perekonomian keluarga saya sedikit demi sedikit, saya menjalankan usaha ini kurang lebih selama 16 tahun. Saya memulai berjualan tempe ini ya dikampung saya sendiri, yakni Parit Selamat. Saya berjualan dari harga 200 rupiah perbungkusnya hingga sekarang menjadi 1.000 rupiah perbungkusnya. Dan semakin tahun semakin berkembang, dan akhirnya memulai berjualan dipasar Desa Kempas Jaya, dan jikalau hari-hari selain hari pasaran, biasanya saya menitipkan tempe saya di toko langganan tempat saya menitipkan tempe. Pelanggan saya juga ada lumayan banyak, strategi yang saya gunakan untuk usaha ini memberi kepuasa kepada pelanggan, yakni bersikap ramah, dan memberi bonus kepada pelanggan yang membelinya banyak. Biasaya saya bisa menghabiskan 25 kilo gram kedelai untuk membuat tempe, tetapi jikalau pada bulan puasa, permintaan menjadi naik, dan semakin banyak pula kacang kedelai yang dijadikan baha tempe”.²⁴

²² Hasil wawancara dengan *Ibu Zaenab (pemilik usaha tempe)*, 30 Juli 2024

²³ Analisa Penulis

²⁴ Hasil wawancara dengan *Ibu Sulasih, (Pemilik Usaha Tempe)*, 23 Juli 2024

STRATEGI PENGUSAHA DI DALAM PERSAINGAN PENJUALAN TEMPE BERDASARKAN PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH

Dari penjelasan Ibu Sulasiah, melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti, dapat dilihat telah melakukan usaha tempe ini selama 16 tahun, dan masih bisa berlanjut hingga sekarang.²⁵

Ada juga ungkapan dari Ibu Gemi saat peneliti mewawancarai mengenai strategi pengusaha di dalam persaingan penjualan tempe berdasarkan perspektif bisnis syariah, berikut ungkapannya.

“Saya memulai usaha ini karena membantu perekonomian keluarga, dan saya memulai ini awalnya hanya ingin mencoba, sekiranya jualan tempe laris dan banyak diminati orang-orang, dan saya jualan awalnya keliling kampung yang saya tempati yakni Parit Delapan, dan pada akhirnya saya berfikir untuk berjualan di pasar Dusun (Teluk Ketapang) dari pada harus berjualan keliling kampung, tetapi itu harus menyebrang sungai, saya melakukan usaha ini sudah hampir 18 tahun. Dan berselang tidak lama mucullah pasar Desa Kempas Jaya, dan saya beralih kedesa Kempas Jaya, karena juga dekat dengan tempat tinggal saya. Saya membutuhkan 18 kilo gram kedelai untuk membuat tempe dalam perminggunya. Strategi yang saya gunakan kejujuran, dengan adanya strategi kejujuran yakni saya menyuruh pelanggan mengecek tempe yang saya produksi apakah sudah cocok sesuai selera mereka atau belum, jika mereka mengatakan tidak sesuai yang mereka inginkan maka saya menyarankan untuk membeli ditempat yang lain, dan saya tidak merasa keberatan oleh hal itu”.²⁶

Dari penjelasan Ibu Gemi, melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti, dapat dilihat telah melakukan usaha tempe ini selama 18 tahun, dan masih bisa berlanjut hingga sekarang, dan masih menerapkan strategi yang beliau gunakan.²⁷

Selanjutnya ungkapan dari Ibu Katiyem mengenai strategi pengusaha di dalam persaingan penjualan tempe berdasarkan perspektif bisnis syariah, berikut ungkapannya.

“Saya memulai usaha ini niatnya membantu suami saya mencari uang, dan untuk kerja sampingan, dari pada hanya menganggur dirumah. Dan semakin lama usaha saya bisa membantu perekonomian saya, maka dari itu saya memutuskan untuk berjualan di pasar Dusun (Teluk Ketapang) bersama Ibu Gemi. Saya mulai membuat tempe ini kurang lebih hampir 20 tahunan, dan Alhamdulillah berjalan dengan lancar sampai sekarang, dan sampai sekarang juga masih berjualan di pasar Dusun, juga di pasar Desa

²⁵ Analisa Penulis

²⁶ Hasil wawancara dengan *Ibu Gemi (Pemilik Usaha Tempe)*, 30 Juli 2024

²⁷ Analisa penulis

STRATEGI PENGUSAHA DI DALAM PERSAINGAN PENJUALAN TEMPE BERDASARKAN PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH

Teluk Kempas, terkadang juga tempe yang saya buat saya titipkan ditoko-toko dan ada yang minta selalu diantari untuk membuat gorengan, ada kurang lebih 5 warung yang meminta diantari. Maka dari itulah kedelai yang saya gunakan mencapai 50 kilo gram untuk membuat tempe dalam perminggunya. Saya menggunakan strategi keadilan yakni saya memberikan harga yang sama kepada pelanggan toko maupun warung, dengan begitu pelanggan saya akan tetap berlangganan dengan saya, karena saya memberikan patokan harga jual yang sama.”²⁸

Dengan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dengan adanya penyamataan harga jual, maka pelanggan tidak merasa iri satu sama lain kepada Ibu Katiyem, dan usahanya bertahan sampai dengan sekarang.²⁹

Selanjutnya ada ungkapan dari Ibu Zaenab mengenai strategi pengusaha di dalam persaingan penjualan tempe berdasarkan perspektif bisnis syariah, berikut ungkapannya.

“Awal mula saya membuka usaha ini, hanya mencoba apakah saya menjual tempe didaerah ini laku atau tidak, dan Alhamdulillah tempe yang saya buat selalu saja laku dan habis. Saya berjualan tempe berkeliling kampung (Parit Selamat), dan terkadang juga saya titipkan. Tapi saya titipkan juga kadang habis kadang masih sisa. Saya membuat tempe menghabiskan 18 kilo gram kedelai perminggunya, dan saya membuat tempe ini sudah hampir 15 tahun. Saya sekarang menggunakan strategi pemasaran, yakni terkadang saya menjualnya lewat WA, itupun yang membuat anak saya, kalau saya kurang mengerti dengan teknologi zaman sekarang, meskipun begitu saya tidak menggunakan sistem delivery, saya menggunakan WA hanya memberitahu pelanggan saya agar mereka tahu kalau tempe yang saya buat telah siap untuk dibeli. Saya juga menjual tempe saya di pasar Desa Kempas Jaya, dan bertahan sampai sekarang.”³⁰

Dari penjelasan Ibu Zaenab diatas bahwa menggunakan strategi pemasaran lumayan meringankan beban, karena beliau tidak lagi berjualan keliling, tetapi para pelanggan juga dapat datang ketempat beliau berjualan tanpa rasa kecewa apabila kita tidak mempunyai stok tempe.³¹

²⁸ Hasil wawancara dengan *Ibu Katiyem (pemilik usaha tempe)*, 30 Juli 2024

²⁹ Analisa Penulis

³⁰ Hasil wawancara dengan *Ibu Zaenab (pemilik usaha tempe)*, 30 Juli 2024

³¹ Analisa Penulis

STRATEGI PENGUSAHA DI DALAM PERSAINGAN PENJUALAN TEMPE BERDASARKAN PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH

C. Upaya Apa Yang Dilakukan Oleh Pengusaha Dalam Meningkatkan Persaingan Penjualan Tempe Berdasarkan Perspektif Bisnis Syariah

Berdasarkan hasil dari observasi dan wawancara mengenai upaya apa yang dilakukan oleh pengusaha dalam meningkatkan persaingan penjualan tempe berdasarkan perspektif bisnis syariah, Ibu Sulasih sebagai pengusaha mengatakan bahwa upaya yang dilakukan yaitu :

“Upaya yang saya lakukan sebagai penjual tempe apabila terjadi persaingan, saya akan melakukan inovasi terhadap tempe-tempe saya, yakni membuat bungkus/tempatnya menjadi menarik atau menciptakan rasa yang berbeda dari yang sebelumnya, agar produk saya terus berkembang”.³²

Dari wawancara yang saya lakukan kepada Ibu Sulasih beliau mengatakan bahwa, jika adanya upaya persaingan maka beliau akan melakukan inovasi untuk merubah bungkus dan menciptakan cita rasa yang berbeda.³³

Selanjutnya wawancara kepada Ibu Gemi, mengenai upaya apa yang dilakukan oleh pengusaha dalam meningkatkan persaingan penjualan tempe berdasarkan perspektif bisnis syariah, ungkapannya sebagai berikut:

“Upaya yang saya lakukan sebagai penjual tempe apabila terjadi persaingan, saya akan melakukan pengembangan produk untuk keunggulan produk saya, seperti meningkatkan kualitas bahan-bahan yang saya gunakan dan melakukan pelayanan dengan ramah dan sopan”.³⁴

Dari wawancara diatas dapat dikatakan bahwa Ibu Gemi akan melakukan pelayanan dengan sopan kepada pelanggan dan terus mengembangkan keunggulan tempennya, terutama pada bahan-bahannya.³⁵

Selanjutnya wawancara Ibu Katiyem, mengenai upaya apa yang dilakukan oleh pengusaha dalam meningkatkan persaingan penjualan tempe berdasarkan perspektif bisnis syariah, ungkapan beliau sebagai berikut:

“Upaya yang saya lakukan sebagai penjual tempe apabila terjadi persaingan, saya akan melakukan penetapan harga yang bersaing dan sesuai dengan patokan harga jual

³² Hasil wawancara dengan *Ibu Sulasih (pemilik usaha tempe)*, 23 Juli 2024

³³ Analisa Penulis

³⁴ Hasil wawancara *Ibu Gemi (pemilik usaha tempe)*, 30 Juli 2024

³⁵ Analisa Penulis

STRATEGI PENGUSAHA DI DALAM PERSAINGAN PENJUALAN TEMPE BERDASARKAN PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH

yang di daerah ini, dan saya akan mengurangi isi tempe tersebut, supaya usaha saya dapat berjalan dengan lancar”.³⁶

Dari pengungkapan Ibu Katiyem, dapat disimpulkan bahwa Ibu Katiyem akan mengikuti harga patokan yang telah disepakati oleh rekan-rekan sesama pengusaha tempe yang ada didaerah Desa Kempas Jaya, yang pada awalnya Ibu ini mematok harga yang berbeda dari yang lain.³⁷

Yang terakhir ada ungkapan dari Ibu Zaenab, mengenai upaya apa yang dilakukan oleh pengusaha dalam meningkatkan persaingan penjualan tempe berdasarkan perspektif bisnis syariah, ungapannya sebagai berikut:

“Upaya yang saya lakukan sebagai penjual tempe apabila terjadi persaingan, saya akan meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, memberikan layanan pelanggan yang baik dan cepat dapat membatu kami mempertahankan pelanggan kami ya ada dan menarik pelanggan yang baru”.³⁸

Dari ungkapan Ibu Zaenab tadi maka dapat disimpulkan bahwa meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan juga sangat penting, karena disitulah beliau dapat mempertahankan pelanggan dan mendapatkan pelanggan yang baru.³⁹

PEMBAHASAN

Berdasarkan penjelasan data dan hasil yang peneliti peroleh setelah melakukan penelitian dengan mengumpulkan data-data yang diperlukan sesuai dengan fokus penelitian yang peneliti angkat yaitu pengusaha dalam meningkatkan persaingan penjualan tempe berdasarkan perspektif bisnis syariah.

A. Cara Mengatasi Hambatan Dalam Menerapkan Strategi Pengusaha Di Dalam Persaingan Penjualan Tempe Berdasarkan Perspektif Bisnis Syariah

Untuk mengatasi hambatan dalam menerapkan strategi pengusaha dalam persaingan penjualan tempe berdasarkan perspektif bisnis syariah, Anda dapat mempertimbangkan beberapa langkah strategis berikut;

Fokus pada kualitas produk tempe yang halal dan berkualitas tinggi sesuai dengan prinsip bisnis syariah. Pastikan bahan baku dan proses produksi memenuhi standar

³⁶ Hasil wawancara dengan *Ibu Katiyem (pemilik usaha tempe)*, 30 Juli 2024

³⁷ Analisa Penulis

³⁸ Hasil wawancara dengan *Ibu Zaenab (pemilik usaha tempe)*, 30 Juli 2024

³⁹ Analisa Penulis

STRATEGI PENGUSAHA DI DALAM PERSAINGAN PENJUALAN TEMPE BERDASARKAN PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH

kehalalan dan kualitas yang tinggi. Inovasi dalam pengolahan tempe selalu berupaya untuk terus berinovasi dalam cara pengolahan tempe. Dengan terus melakukan inovasi, pengusaha dapat menciptakan nilai tambah yang dapat menarik konsumen, sekaligus membedakan produk pengusaha dari pesaing.

Variasi rasa dan kemasan, memberikan nilai tambah pada produk tempe dengan variasi rasa dan kemasan yang menarik dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Hal ini dapat membantu meningkatkan daya saing produk pengusaha di pasar. Memahami hambatan bisnis, penting untuk memahami dengan jelas hambatan-hambatan yang mungkin muncul dalam bisnis penjualan tempe berbasis syariah.

Dengan pemahaman yang baik, pengusaha dapat menyiapkan strategi yang tepat untuk menghadapi setiap tantangan. Menerapkan prinsip bisnis syariah, pastikan seluruh aspek bisnis pengusaha sesuai dengan prinsip bisnis syariah, mulai dari pengelolaan keuangan, pemasaran, hingga interaksi dengan pelanggan. Konsistensi dalam menerapkan nilai-nilai syariah akan memperkuat branding dan kepercayaan konsumen.

Suatu pendekatan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan kebutuhan pasar diperlukan untuk mengatasi kendala yang muncul saat menerapkan strategi pengusaha dalam persaingan penjualan tempe berdasarkan perspektif bisnis syariah. Ini adalah beberapa tindakan yang dapat diambil:

1. Inovasi Produk dan Kualitas

Untuk bersaing dalam pasar, inovasikan produk tempe dengan kualitas yang lebih baik atau dengan nilai tambah yang sesuai dengan preferensi konsumen. Misalnya, tempe organik atau tempe dengan varian rasa yang unik dapat menarik perhatian.

2. Memahami Prinsip Syariah

Pastikan bahwa semua aspek bisnis, termasuk proses produksi, pemasaran, dan transaksi, sesuai dengan prinsip syariah. Ini mencakup menghindari riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan haram (barang yang dilarang), serta memastikan keadilan dan transparansi dalam setiap transaksi.

3. Penilaian dan Evaluasi

Perhatian rutin terhadap pendekatan yang digunakan dan hasilnya, bagian perbaikan yang mungkin bertentangan dengan prinsip syariah atau tidak efektif untuk bersaing.

STRATEGI PENGUSAHA DI DALAM PERSAINGAN PENJUALAN TEMPE BERDASARKAN PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH

4. Konsultasi dengan Ahli Syariah

Memastikan produk pengusaha sesuai dengan prinsip Syariah dengan melibatkan ulama atau ahli Syariah saat merencanakan dan meluncurkan strategi bisnis pengusaha.

B. Strategi Yang Dilakukan Pengusaha Di Dalam Persaingan Penjualan Tempe Berdasarkan Perspektif Bisnis Syariah

Pengusaha dalam industri penjualan tempe dapat menerapkan berbagai strategi untuk bersaing di pasar. Beberapa strategi yang umum dilakukan oleh pengusaha dalam persaingan penjualan tempe meliputi:

1. Pengembangan Produk

Mengembangkan variasi produk tempe dengan rasa, kemasan, dan nilai tambah yang berbeda untuk menarik minat konsumen. Pengembangan produk dapat mencakup peningkatan kualitas, inovasi dalam pengolahan, dan diversifikasi produk.

a. Pemasaran yang Efektif

Melakukan strategi pemasaran yang tepat seperti promosi melalui media sosial, kerjasama dengan toko atau warung. Pemasaran yang efektif akan membantu meningkatkan penjualan produk tempe pengusaha di pasar.

b. Harga Kompetitif

Menetapkan harga yang kompetitif dan sejalan dengan nilai produk yang ditawarkan. Memahami dan menyesuaikan harga dengan kondisi pasar dapat membantu menarik pelanggan dan bersaing dengan pesaing.

c. Pelayanan Pelanggan yang Baik

Memberikan pelayanan pelanggan yang baik dan responsif akan meningkatkan kepuasan konsumen. Pelanggan yang puas cenderung loyal dan merekomendasikan produk kepada orang lain, sehingga memperluas pangsa pasar. Memberikan pelayanan pelanggan yang baik dan ramah sesuai dengan ajaran syariah. Memperlakukan pelanggan dengan adil dan jujur dalam setiap transaksi.

Dengan menerapkan strategi-strategi tersebut secara bijak dan konsisten, pengusaha dalam penjualan tempe dapat meningkatkan daya saing dan keberhasilan bisnisnya di tengah persaingan pasar yang ketat dan juga dapat meningkatkan daya saing dan menarik lebih banyak pelanggan.

STRATEGI PENGUSAHA DI DALAM PERSAINGAN PENJUALAN TEMPE BERDASARKAN PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH

C. Upaya Yang Dilakukan Oleh Pengusaha Dalam Meningkatkan Persaingan Penjualan Tempe Berdasarkan Perspektif Bisnis Syariah

Dalam meningkatkan persaingan penjualan tempe berdasarkan perspektif bisnis syariah, pengusaha dapat melakukan beberapa upaya yang sesuai dengan prinsip-prinsip bisnis syariah. Berikut adalah beberapa upaya yang dapat dilakukan:

1. Kualitas Produk yang Unggul

Menjaga kualitas tempe dengan standar yang tinggi sesuai dengan prinsip kehalalan dan kebersihan menurut syariah. Memastikan bahan baku yang digunakan halal dan bermutu untuk meraih kepercayaan konsumen.

2. Inovasi Produk

Berinovasi dalam produk tempe dengan tetap memperhatikan prinsip syariah. Misalnya, menciptakan variasi produk tempe yang unik namun tetap sesuai dengan tuntutan syariah.

3. Manfaat Konsumen

Memberikan manfaat kepada konsumen mengenai manfaat tempe dan keunggulan produk tempe yang diproduksi secara syariah, sehingga konsumen semakin percaya dan loyal terhadap produk tersebut.

Dengan menerapkan upaya-upaya di atas, pengusaha tempe berbasis syariah dapat meningkatkan persaingan penjualan tempe serta memperkuat posisinya di pasar dengan tetap menjunjung tinggi nilai-nilai syariah dalam berbisnis.

Dalam perspektif bisnis Syariah, pengusaha tempe dapat meningkatkan persaingan penjualan dengan memastikan bahwa praktik bisnis mereka sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah, seperti keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Ini bisa mencakup meningkatkan kualitas produk, menetapkan harga yang adil.

KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan yang telah peneliti ungkapkan pada bab-bab sebelumnya mengenai adanya strategi pengusaha dalam meningkatkan persaingan penjualan tempe berdasarkan perspektif bisnis syariah diambil ada beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Untuk mengatasi hambatan dalam menerapkan strategi pengusaha dalam persaingan penjualan tempe berdasarkan perspektif bisnis syariah, pengusaha dapat mempertimbangkan beberapa langkah strategis berikut; Fokus pada kualitas

STRATEGI PENGUSAHA DI DALAM PERSAINGAN PENJUALAN TEMPE BERDASARKAN PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH

produk tempe yang halal dan berkualitas tinggi sesuai dengan prinsip bisnis syariah.

2. Pastikan bahan baku dan proses produksi memenuhi standar kehalalan dan kualitas yang tinggi.
3. Inovasi dalam pengolahan tempe selalu berupaya untuk terus berinovasi dalam cara pengolahan tempe.
4. Variasi rasa dan kemasan juga diperlukan untuk memberikan nilai tambah pada produk tempe.

Dalam persaingan penjualan tempe, pengusaha dapat melakukan strategi pengembangan produk, pemasaran yang efektif, penetapan harga yang kompetitif, dan pelayanan pelanggan yang baik

Dalam meningkatkan persaingan penjualan tempe berdasarkan perspektif bisnis syariah, pengusaha dapat melakukan upaya seperti menjaga kualitas tempe dengan standar yang tinggi, berinovasi dalam produk tempe, dan memberikan manfaat kepada konsumen mengenai manfaat tempe dan keunggulan produk tempe yang diproduksi secara syariah.

REFERENSI

- Alna, Skripsi. 2020. *Usaha Pembuatan Tempe Dalam Pemberdayaan Masyarakat di Perusahaan US.DIA Suryana Parepare*, Parepare: program studi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah.
- Dahlan, Dewi. 2023. *Penerapan Bisnis Syariah Pada Lingkungan Masyarakat Melalui Edukasi di Kelurahan Indarung Kecamatan Kilangan*, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol. 7 No. 1.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2005 *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Erwinsyah. 2020. *Analisis Promosi Penjualan Terhadap Peningkatan Penjualan Mobil Avanza Pada PT. Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo Di Makassar*. Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Makassar.
- Idayanti, Desi. 2020.

STRATEGI PENGUSAHA DI DALAM PERSAINGAN PENJUALAN TEMPE BERDASARKAN PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH

- Idayanti, Desi. 2020. *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju*, Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, Vol, No.1.,
- Muhammad, Fauzi dkk, 2021 *Fikih Bisnis Syariah Kontemporer* (Jakarta: Kencana).
- Murniaty, puji dkk, 2021. *Strategi Manajemen Pengelolaan Resiko Perusahaan*, Cirebon: Insania.
- Novita, Nita dkk, 2015. *Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan Pada PT. Selaras Kausa Busana*, Jurnal Ilmiah, STIE MULIA PRATAMA BEKASI.
- Oktafia, Reny. 2020. *Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Mikro Serta Dampak Kesejahteraan Masyarakat Desa Kweden Kecamatan Tarik Kabupaten Sidoarjo*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam.
- Prahendratno, Antonius dkk, 2023 *Buku Ajar Pengantar Bisnis*, (Jambi: Sonpedia.com)
- Rijal, Muh. 2018. *Skripsi, analisis strategis bisnis syariah dalam meningkatkan daya saing pada pada ud humaera motor kab, bone*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Sa'adah, Lailatus, 2021 "Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis" LPPM.
- Sumiyati dkk, 2022. *Analisis Persaingan Bisnis Pada Usaha Kuliner Dalm Meningkatkan Pelanggan Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam*, Jurnal Kaffa Voi. 1, No. 2
- Utami. Budi dkk, *Analisa Persaingan Home Industri tempe Didesa Pulogrejo Menggunakan CPM*.