

RESEARCH ARTICLE

OPEN ACCESS

Strategi Keunggulan Kompetitif Home Industry Sewel Khas Socah Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam

Faizah Fairani¹, Luluk Hanifah²

^{1,2} Universitas Trunojoyo Madura

Corresponding author: luluk.hanifah@trunojoyo.ac.id

Abstract: This study aims to determine the competitive advantage strategy of Socah's typical home industry from the perspective of Islamic business ethics. Qualitative method with descriptive approach. This is done by observing directly or going down to the field by conducting interviews and observations of the home industry entrepreneurs in Socah Village, Bangkalan Regency. The results of the study show that of the 7 home industry producers, 2 home industries (28.6%) apply a cost leadership strategy. Meanwhile, 3 home industries (42.8%) implemented a differentiation strategy. Of the remainder (28.6%), they focus more on a differentiation focus strategy. While Islamic business ethics from 7 producers, 2 home industries (28.6%) apply the principle of unity (monotheism), the principle of justice or balance there are 4 producers (57.2%) and 7 or (100%) producers apply the principle of free will, responsibility and compassion.

Keywords: Competitive Advantage Strategy, Home Industry, Islamic Business Ethics

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi keunggulan kompetitif home industry sewel khas Socah ditinjau dari perspektif etika bisnis islam. Metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hal ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung atau turun ke lapangan dengan melakukan wawancara maupun observasi kepada para pelaku home industry sewel di Desa Socah Kabupaten Bangkalan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Dari 7 produsen home industry, 2 home industry (28,6%) yang menerapkan strategi cost leadership. Sementara, 3 home industry (42,8%) menerapkan strategi diferensiasi. Dari sisanya (28,6%) lebih memfokuskan pada strategi fokus diferensiasi. Sedangkan etika bisnis islam dari 7 produsen, 2 home industry (28,6%) yang menerapkan prinsip kesatuan (tauhid), prinsip keadilan atau keseimbangan terdapat 4 produsen (57,2%) dan 7 atau (100%) produsen menerapkan prinsip kehendak bebas, tanggung jawab dan ihsan.

Kata Kunci : Strategi Keunggulan Kompetitif, Home Industry, Etika Bisnis Islam

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bisnis yang dijalankan secara individu, rumah tangga atau *home industry*, dan usaha ukuran kecil. Indonesia sendiri merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah UMKM yang cukup banyak. Hal tersebut bisa dilihat dari data yang dihimpun oleh Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2022, jumlah UMKM di Indonesia berjumlah kurang lebih 64,19 juta yang tersebar diseluruh Indonesia yang dimana jumlah tersebut mewakili hampir 99,9% jumlah bisnis yang ada di Indonesia yang dimana pertumbuhannya setiap tahunnya semakin banyak.¹ Akibat meningkatnya jumlah UMKM yang tersebar di Indonesia membuat semakin ketatnya persaingan mulai dari level terendah hingga level tertinggi dalam dunia bisnis, membuat UMKM terus-menerus saling mengungguli bahwa UMKM tersebut berhasil menciptakan produk-produk yang baru. Seperti halnya pada UMKM di Desa Socah, dimana di Desa Socah sendiri terdapat UMKM berjumlah 37 di tahun 2020.²

Persaingan dalam usaha sendiri memang diperlukan sebagai upaya mempertahankan usaha yang dijalankan sekaligus agar menghasilkan laba yang optimal dan konsisten. Dalam mendukung hal tersebut pelaku UMKM perlu didukung dengan sebuah strategi yaitu salah satunya dengan strategi bersaing atau strategi keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif sendiri merupakan sebuah alat suatu usaha untuk mengukur seberapa unggul dan kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya yang dimilikinya untuk dapat memiliki kinerja yang lebih baik dan tinggi dibandingkan usaha lainnya yang ada pada industri atau pasar.³ Adapun dalam keunggulan kompetitif atau bersaing, ada beberapa strategi bersaing yang umum digunakan oleh usaha yaitu, *cost leadership* dimana usaha yang unggul dalam produksi berbiaya rendah mampu menggunakan keunggulan biaya untuk menawarkan harga yang lebih rendah(Sam et al., n.d.). Kemudian *diferensiasi*, dimana usaha itu mampu menciptakan persepsi terhadap nilai tertentu pada konsumen misalnya, persepsi terhadap keunggulan kinerja suatu produk, inovasi produk, dan pelayanan yang lebih baik(Magister,

¹ Kementerian Investasi/BKPM, *Upaya Pemerintah Untuk Memajukan UMKM Indonesia*, <https://bit.ly/3WgGUHr>. Akses Tanggal 31 Oktober 2022, 22.55 WIB.

² Hasil Wawancara dengan Bapak Dedi, Kantor kecamatan Socah, tanggal 22 Mei 2023.

³ Rustan, *Pusaran Pembangunan Ekonomi*, cet ke- 1 (Makassar: CV Sah Media, 2019), 133.

2023). Selanjutnya fokus, dimana strategi yang digunakan untuk melayani target tertentu sehingga mencapai strategi diferensiasi.⁴

Disamping banyaknya pelaku usaha yang ada di Indonesia saat ini, *home industry* pun ikut bermunculan terutama di lingkungan rumah tangga dan usaha tersebut termasuk usaha kecil. Usaha kecil merupakan satu sektor penting dalam memperkuat strukur ekonomi. Keberadaan usaha kecil dan kegiatan pemasarannya mampu menciptakan masyarakat yang memiliki penghasilan mandiri dan tidak bergantung pada pihak lain untuk memenuhi kebutuhannya(Adolph, 2016). Dalam *home industry* perlu juga memperhatikan etika bisnis. Etika bisnis dalam pelaku usaha memiliki peran yang sangat penting, suatu usaha akan berhasil bukan hanya berlandaskan moral dan manajemen yang baik saja, tetapi juga harus memiliki etika bisnis yang baik secara islam. Dalam hal bersaing, islam mengajarkan pada umatnya secara ketentuan syariat dalam islam.

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُنْلُوَا بِهَا إِلَى الْحُكَمَ لِتُكُلُوا فَرِيقًا مِنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَآثْمُ تَعْلَمُونَ

Artinya : “*Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.*” (Q.S Al-Baqarah [2]:188).⁵

Dimana dalam ayat diatas, Allah SWT telah menyuruh hambanya terutama kaum muslim untuk melakukan usaha dengan cara yang jujur dan adil tanpa merugikan orang lain terutama dalam melakukan persaingan usaha. Salah satu usaha yang memiliki persaingan yang ketat adalah usaha kuliner. Kuliner menjadi salah satunya usaha yang masuk dalam *home industry*, dimana *home industry* itu sendiri bergerak dalam bidang usaha rumah tangga yang memproduksi makanan berupa Sewel.

Home industry berupa makanan olahan yang diberi nama sewel, tepatnya berada di Desa Socah, Kecamatan Socah, Kabupaten Bangkalan. *Home industry* di Desa Socah yang sudah cukup banyak di kelola oleh para keluarga atau ibu rumah tangga yang berada disekitar lokasi tersebut merupakan salah satu usaha yang cukup sederhana dari mulai proses pembuatannya sampai dengan peralatan dan bahan yang dibutuhkan juga terbilang cukup

⁴ Utari Evy Cahyani, 57.

⁵ Departemen Agama RI, “Alqur'an dan Terjemahannya Al-Baqarah [2]: 188”. Di akses 1 November 2022. <https://quran.kemenag.go.id/surah/2/188>.

mudah didapatkan oleh masyarakat sekitar. Walaupun demikian, usaha rumahan ini juga sudah memiliki banyak peminat dari berbagai kalangan, selain dari rasa nya yang khas serta tambahan bumbu pelengkap yang tidak semua orang dapat membuatnya nyaman sama persis dengan para pengelola usaha rumahan olahan sewel ini, seperti ungkapan yang mungkin sering juga didengar ‘beda tangan beda rasa’. Di desa Socah Banyak sekali produk Sewel *home industry* yang di jalankan saat ini. Dengan banyaknya usaha *home industry* ini, tingkat persaingannya juga akan semakin ketat. Usaha sewel ini harus senantiasa melakukan inovasi untuk merebut perhatian konsumen, dan mendapatkan keuntungan yang lebih baik.

Strategi Keunggulan Kompetitif

Banyak sekali pakar ekonomi yang mendefinisikan tentang pengertian dari strategi, beberapa diantaranya adalah Jhon A. Byrne, definisi strategi yang dikutip dari buku Marketing Bank Syari’ah: “Strategi sebagai pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan, penyebaran sumber daya, dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing dan faktor-faktor lingkungan”.⁶ Jadi strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai suatu tujuan perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pembeli. Beberapa perusahaan mungkin memiliki tujuan yang sama, tetapi strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut dapat berbeda.

Sedangkan keunggulan kompetitif atau dikenal dengan keunggulan bersaing adalah alat suatu perusahaan untuk mengukur seberapa unggul dan kemampuan yang diperoleh oleh suatu perusahaan melalui karakteristik dan sumber daya yang dimilikinya untuk dapat memiliki kinerja yang lebih baik dan tinggi dibandingkan perusahaan lain yang ada pada industri atau pasar yang sama.⁷ Menurut Porter mendefinisikan dalam bukunya Hendri Herman bahwa keunggulan bersaing (*competitive advantage*) yaitu jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan. Dimana diartikan sebagai strategi sinergi benefit dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya.⁸ Jadi dapat disimpulkan bahwa keunggulan kompetitif itu merupakan sejauh mana sebuah perusahaan atau organisasi mampu menciptakan posisi yang

⁶ Ali Hasan, *Marketing Bank Syari’ah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 29.

⁷ Rustan, *Pusaran Pembangunan Ekonomi*, (Makassar: CV Sah Media, 2019), 133.

⁸ Hendri Herman, Strategi Meningkatkan Keunggulan Bersaing Melalui Kualitas Pelayanan pada PT Putra Usaha Mandiri Kota Batam, *Jurnal Akuntansi Barelang*, Vol. 3, No. 1, 2018, 57.

bagus, dimana dapat mempertahankan pasar selama masih adanya pesaing. Keberhasilan suatu usaha tentunya tidak terlepas dari keunggulan bersaing yang dimiliki oleh usaha tersebut.

Adapun jenis-jenis strategi keunggulan kompetitif (bersaing) yang dapat diterapkan:⁹

1. Strategi *Cost leadership* (strategi biaya rendah)

David Hunger dan Thomas Wheelen dalam bukunya Aprizal, menyatakan bahwa biaya rendah (*low cost*) merupakan kemampuan perusahaan atau sebuah unit bisnis untuk merancang, membuat, dan memasarkan produk yang sama dengan kompetitor tetapi dengan biaya yang lebih efisien (minimal) daripada pesaingnya. Artinya strategi biaya disini akan menghasilkan kepemimpinan biaya, dimana sebuah perusahaan mampu menjual produk yang sama tetapi dengan harga lebih rendah.

2. Strategi diferensiasi

Dalam strategi ini perusahaan mempunyai kemampuan untuk menyediakan nilai unik dan superior yang dilihat dari kualitas atau keistimewaan produk dibanding produk lain kepada konsumennya. Karena keunikan produk yang dikedepankan tersebut memungkinkan suatu perusahaan untuk menarik minat sebesar-besarnya dari konsumen potensialnya.

3. Strategi Fokus

Strategi fokus mempunyai dua varian yaitu, dalam fokus biaya dimana perusahaan mengusahakan keunggulan biaya dalam segmen sasarannya, sedangkan dalam fokus diferensiasi, perusahaan mengusahakan diferensiasi dalam segmen sasarannya dan apabila perusahaan dapat mencapai suatu keunggulan biaya yang dapat dipertahankan (fokus biaya) atau diferensiasi (fokus diferensiasi).

Home Industry

Home artinya rumah, tempat tinggal, atau kampung halaman. Sedangkan industri memiliki arti kerajinan, usaha produk atau barang. *Home industry* merupakan rumah usaha atau perusahaan kecil, dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini

⁹ Aprizal, *Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing*, 61-62.

dipusatkan atau ditempatkan dirumah.¹⁰ Biasanya usaha ini hanya menggunakan satu atau dua rumah sebagai pusat produksi, administrasi dan pemasaran secara bersamaan.

Etika Bisnis Islam

Etika bisnis adalah aplikasi etika umum yang mengatur perilaku bisnis. Norma moralitas merupakan landasan yang menjadi acuan bisnis dalam perlakunya. Etika bisnis islam mengacu pada dua sumber yaitu Al-Qur'an dan Hadist.¹¹ Dua sumber merupakan sentra segala sumber yang membimbing segala perilaku dalam menjalankan ibadah, perbuatan atau aktivitas umat islam yang benar-benar menjalankan ajaran islam. Adapun prinsip-prinsip dasar etika bisnis islam setidaknya mengandung beberapa elemen sebagai berikut:

1) Kesatuan (tauhid)

Prinsip tauhid ini mengajarkan manusia tentang bagaimana mengakui keesaan Allah sehingga terdapat suatu konsekuensi bahwa keyakinan terhadap segala sesuatu hendaknya berawal dan berakhir hanya kepada Allah SWT. Dengan memegang prinsip ini seorang pengusaha bisnis akan menyadari bahwa semua aktivitas bisnis yang dilakukan harus senantiasa sejalan dengan apa yang telah ditetapkan oleh Allah SWT dalam masalah ekonomi termasuk bisnis.¹²

2) Keadilan dan Keseimbangan

Dalam kaitannya dengan bisnis, adil dapat dipahami dengan memenuhi pihak-pihak yang berinteraksi dalam kegiatan bisnis antara lain dengan menyempurnakan neraca sesuai dengan yang semestinya dan menetapkan harga dengan adil. Menyempurnakan timbangan dan takaran merupakan salah satu keadilan, ketika timbangan dan takaran tidak disempurnakan maka itu sama dengan merampas hak pembeli dan memakan harta orang lain dengan jalan atau cara yang bathil. Kehormatan seorang muslim sama dengan kehormatan darahnya. Tidak halal harta seorang muslim kecuali dengan kerelaan hatinya.¹³

¹⁰ Saifuddin Zuhri, Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan, *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 2, No. 3, Desember 2013, 47.

¹¹ Muslich, *Etika Bisnis Landasan Filosofi, Normatif, dan Substansi Implementatif*, (Jakarta: Ekonisis, 2004), 30.

¹² Fahrudin Sukarno, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Bogor: Al azhar Freshzone Publishing, 2013), 181.

¹³ Shalah Ash Shawi dan Abdullah Al Mushlih, *Fikih Ekonomi Islam*, (Jakarta: Darul Haq, 2013),

3) Kehendak Bebas

Kebebasan dapat dipahami bebas dalam membuat perjanjian. Namun, kebebasan tersebut bukan tanpa batas dan perjanjian yang dibuat harus perjanjian yang tidak melanggar syariat. Ketika membuat suatu perjanjian tentunya didasari dengan rasa saling percaya serta tanggung jawab yang besar untuk melaksanakan janji tersebut. Ketepatan janji dapat dilihat dari segi ketepatan waktu penyerahan barang, ketepatan waktu pembayaran serta melaksanakan sesuatu sesuai dengan kontrak yang disepakati.¹⁴

4) Tanggung Jawab

Dalam dunia bisnis tanggung jawab sangat berlaku. Setelah melakukan semua kegiatan bisnis dengan beragam bentuk kebebasan, namun bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendakinya berhasil, atau ketika sudah memperoleh laba. Semuanya perlu pertanggung jawaban terhadap apa yang dilakukan oleh pembisnis tersebut, baik pertanggung jawaban ketika pembisnis memproduksi barang, melakukan transaksi jual beli dan melakukan perjanjian.

5) Ihsan

Prinsip Ihsan atau kebaikan yang berhubungan dengan sikap pedagang dalam melayani dan memperlakukan konsumen. Sikap sopan, ramah, murah hati dan sabar yang dimiliki pedagang terhadap konsumennya akan menjadikan daya tarik yang terkesan akan memberikan hal positif, tetapi jika sebaliknya sikap yang tidak sopan, tidak ramah, tidak sabar dan membedakan perlakuan terhadap konsumen maka akan terlihat dan terkesan negatif bagi pedagang tersebut.¹⁵

METODE

Penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif adalah metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, kondisi, atau suatu peristiwa pada masa sekarang. Dengan pendekatan kualitatif ini peneliti akan menggambarkan dan menganalisis setiap individu dalam kehidupan dan pemikirannya. Para peneliti yang menggunakan pendekatan ini harus mampu menjelaskan realita dan tujuan

¹⁴ Ligaya Safitri, *Etika Bisnis Mahasiswa*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015), 33.

¹⁵ Destiya Wati dan Suyud Arif, Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol 5, No 1 2022, 5.

melalui sebuah penjelasan.¹⁶ Data atau informasi yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis secara kualitatif dengan pendekatan yang bersifat deskriptif yaitu metode untuk memberikan pemecahan masalah dengan pengumpulan data, menganalisis dan menginterpretasikan. Tujuan dari penelitian ini agar bisa menjawab pertanyaan yang menjadi rumusan masalah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Keunggulan Kompetitif *Home Industry* Sewel Khas Socah

Strategi keunggulan kompetitif merupakan sebuah strategi dari perusahaan atau organisasi untuk menciptakan posisi yang bagus, dimana dapat mempertahankan pasar selama masih adanya pesaing. Keberhasilan suatu usaha tentunya tidak terlepas dari keunggulan bersaing yang dimiliki oleh usaha tersebut. Adapun jenis-jenis strategi keunggulan kompetitif (bersaing) yang dapat diterapkan:

1. Strategi *Cost Leadership* (strategi biaya rendah)

Biaya rendah (*overall cost leadership*) adalah perusahaan untuk menjadikan dirinya dengan tingkat efisien paling tinggi dan memiliki tingkat biaya paling rendah. Adapun strategi *cost leadership* yang digunakan antara *home industry* sewel satu dengan yang lainnya memiliki perbedaan dan fokus penjualan yang berbeda-beda.

Tabel 1.1

Home Industry yang Menerapkan Strategi *Cost Leadership*

No.	Nama	Menerapkan	Tidak Menerapkan
1.	Hera		✓
2.	Munawaroh		✓
3.	Siti Nur Shofiazaky (Oppy)	✓	
4.	Hartini		✓
5.	Aminatun		✓
6.	Musrifah	✓	
7.	Lia Nurvita		✓

(Sumber data: hasil wawancara diolah oleh peneliti)

¹⁶ Syamsuddin Vismaya S Damaianti, *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011), 73.

Berdasarkan tabel 1.1 kita bisa melihat bahwa hanya terdapat 2 produsen sewel yang menerapkan strategi *cost leadership* dalam menarik minat konsumen dan para agen atau *reseller* untuk dijual kembali.

Dapat disimpulkan bahwa Ibu Musrifah menjual sewel dengan harga satu mika Rp 5000 bisa mendapatkan 13 sewel mentah atau sewel goreng, tersebut sangatlah murah dibanding dengan produsen sewel yang lainnya. Meskipun dengan harga yang lebih murah Ibu Musrifah tetap memilih bahan baku yang berkualitas dan tidak mengurangi bumbu-bumbu yang lainnya. Beliau juga melayani konsumen yang membeli sewel untuk dijual kembali dengan harga Rp 5000/mika dan dijual kembali oleh konsumen dengan harga Rp 7000/mika, penerapan seperti inilah yang menjadi strategi pada kepemimpinan biaya.¹⁷

Sedangkan penerapan strategi dengan memfokuskan pada harga juga diterapkan oleh Mbak Oppy bahwa beliau menggunakan strategi *cost leadership* untuk menarik minat konsumen(Masruchin, 2018). Dimana dalam penjelasan lebih lanjut mbak Oppy memaparkan bahwa beliau lebih mementingkan harga meskipun bahan-bahan naik, sewel mbak Oppy memberikan harga yang tetap dan tidak merubah rasa atau merubah resep yang turun-menurun(Wadhan, 2011). Mbak Oppy menjual sewel kiloan atau dalam bentuk kemasan, biasanya agen lebih memilih membeli sewel perkiloan dikarenakan harga yang cukup murah dengan harga Rp 55.000/1kg.¹⁸

2. Strategi Diferensiasi

Dalam strategi ini perusahaan mempunyai kemampuan untuk menyediakan nilai unik dan superior yang dilihat dari kualitas atau keistimewaan produk dibanding produk lain kepada konsumennya. Karena keunikan produk yang dikedepankan tersebut memungkinkan suatu perusahaan untuk menarik minat sebesar-besarnya dari konsumen potensialnya.

¹⁷ Hasil Wawancara dengan Ibu Musrifah, tanggal 20 Desember 2022.

¹⁸ Hasil Wawancara dengan Mbak Oppy, tanggal 9 Desember 2022.

Tabel 1.2

Home industry yang Menerapkan Strategi Diferensiasi

No.	Nama	Menerapkan	Tidak Menerapkan
1.	Hera	✓	
2.	Munawaroh	✓	
3.	Siti Nur Shofiazaky (Oppy)		✓
4.	Hartini		✓
5.	Aminatun	✓	
6.	Musrifah		✓
7.	Lia Nurvita		✓

(Sumber data: hasil wawancara diolah oleh peneliti)

Berdasarkan tabel 1.2 adalah nama industri yang menitikberatkan pada kualitas produk sewel khas Socah terutama dalam mengutamakan rasa dan kualitas bahan yang bagus sehingga terciptanya produk yang berkualitas.

Hal ini sesuai dengan pernyataan ibu Munawaroh bahwa beliau mengutamakan rasa sewel yang beliau produksi. Menurut beliau mungkin konsumen memandang bentuk dan rasa sewel tersebut sama tetapi bagi konsumen yang lebih sensitif dan teliti pasti mereka bisa membedakan sewel yang bagus dan yang kurang bagus.¹⁹

Selain hal tersebut para produsen selalu berusaha melakukan yang terbaik bagi konsumennya dalam membuat produk olahan sewel dengan rasa dan kualitas yang mereka miliki, seperti memperoleh bahan mentahan(Herman, 2018). Ada beberapa diantara mereka yang berlangganan bahan mentah untuk mendapatkan kualitas bagus setiap harinya, seperti Ibu Hera dan Ibu Aminatun. Mereka memiliki langganan yang memungkinkan mereka menghasilkan produk olahan yang bagus juga, hal itu juga mereka lihat sebelum membeli

bahan mentahannya, dan biasanya bahan mentah yang diperjualbelikan terlihat segar, maka mereka memilih untuk membeli di tempat tersebut.²⁰

Strategi Difensiasi dengan memfokuskan rasa dan kualitas pada produk ini digunakan produsen di Desa Socah karena produsen yakin jika mereka jujur, tetap konsisten dalam penggunaan kualitas bahan baku dan takaran, dan ketika konsumen suka dengan produk sewel yang mereka beli, konsumen itu akan membeli sewel kembali bahkan merekomendasikannya kepada teman dan keluarganya.

¹⁹ Hasil Wawancara dengan Ibu Munawaroh, tanggal 8 Desember 2022.

²⁰ Hasil Wawancara dengan Ibu Hera dan Ibu Aminatun, tanggal 8 dan 20 Desember 2022.

3. Strategi Fokus

Dalam strategi fokus lebih mengoptimalkan strategi segmen pasar, dimana penganut strategi fokus ini berusaha untuk mencapai keunggulan bersaing dalam segmen sasaran walaupun tidak memiliki keunggulan bersaing secara keseluruhan.

Tabel 1.3

Home industry yang Menerapkan Strategi Fokus

No.	Nama	Menerapkan	Tidak Menerapkan
1.	Hera		✓
2.	Munawaroh		✓
3.	Siti Nur Shofiazaky (Oppy)	✓	
4.	Hartini		✓
5.	Aminatun		✓
6.	Musrifah		✓
7.	Lia Nurvita	✓	

(Sumber data: hasil wawancara diolah oleh peneliti)

Berdasarkan tabel 4.4 terdapat 2 produsen *home industry* sewel khas socah yang memperhatikan pada segmen sasaran dimana lebih memfokuskan pada strategi fokus diferensiasi untuk menarik konsumen dan memperoleh keuntungan.

Dapat diketahui bahwa ada ciri pembeda dan keunikan yang dimiliki oleh salah satu produsen sewel yaitu mbak Lia. Beliau menerapkan strategi fokus diferensiasi hal tersebut didukung dengan adanya banyak varian yang dijualkan kepada para konsumen, varian-varian sewel mbak Lia yaitu sewel original, sewel kukus, sewel isi mozarella, dan sewel isi sosis. Dari banyaknya varian sewel, sewel mozarella menjadi *best seller* dari berbagai varian sewel lainnya dan beliau juga ingin menambah inovasi-inovasi yang baru agar menarik minat konsumen untuk membeli sewel.²¹

Sama halnya dengan produsen sewel mbak Oppy bahwa beliau ingin membuat inovasi yang baru tetapi beliau masih memfokuskan pada sewel yang dijalankan saat ini agar nantinya *home industry* beliau dapat mencapai target penjualan yang diharapkan supaya dapat mengembangkan inovasi-inovasi baru tersebut.²²

²¹ Hasil Wawancara dengan Mbak Lia, tanggal 26 Desember 2022.

²² Hasil Wawancara dengan Mbak Oppy, tanggal 9 Desember 2022.

Strategi Keunggulan Kompetitif *Home Industry* Sewel Khas Socah Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam.

Persaingan usaha ini diperbolehkan dalam Islam apabila dilakukan dengan cara yang sehat. Dalam artian bahwa persaingan usaha ini mampu menghasilkan sebuah nilai-nilai kebaikan bagi manusia, mengantarkan manusia untuk selalu mengutamakan kejujuran, serta berbuat yang adil dalam mencapai ridha Allah. Mengenai hal ini, pada saat Islam telah membolehkan seseorang untuk melakukan suatu usaha (bisnis) dalam rangka mendorong roda perekonomian, maka artinya secara tidak langsung juga bahwa Islam membolehkan sebuah persaingan dalam usaha itu sendiri, asalkan ada batasan didalamnya yaitu selama persaingan itu masih berada dalam tingkat kewajaran atau sesuai dengan nilai syariat Islam. Diharapkan bahwa etika bisnis yang dimiliki oleh seseorang itu juga merupakan etika bisnis yang sesuai dengan ajaran agama Islam, sehingga dalam menjalankan suatu usaha sekaligus pada saat menghadapi suatu persaingan dalam usahanya, ia tetap akan mampu berkembang dan bergerak maju dengan cara yang baik dan benar sesuai ajaran-ajaran agama Islam, supaya tidak ada pihak-pihak yang merasa dirugikan olehnya, baik para konsumen maupun para pesaingnya. Adapun prinsip etika bisnis islam sebagai berikut:

1. Kesatuan (tauhid)

Prinsip ini dimaksudkan bahwa sumber utama etika bisnis islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap kesatuan Tuhan. Dengan memegang prinsip ini seorang pengusaha bisnis akan menyadari bahwa semua aktivitas bisnis yang dilakukan harus senantiasa sejalan dengan apa yang telah ditetapkan oleh Allah SWT dalam masalah ekonomi termasuk bisnis.²³

Tabel 1.4
Home Industry yang Menerapkan Kesatuan (tauhid)

No.	Nama	Sesuai	Tidak Sesuai
1.	Hera		✓
2.	Munawaroh		✓
3.	Siti Nur Shofiazaky (Oppy)		✓
4.	Hartini	✓	
5.	Aminatun		✓
6.	Musrifah	✓	
7.	Lia Nurvita		✓

(Sumber data: hasil wawancara yang diajukan oleh peneliti)

²³ Fahrudin Sukarno, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Bogor: Al azhar Freshzone Publishing, 2013), 181

Dari tabel diatas Ibu Hartini dan Ibu Musrifah menerapkan prinsip tauhid dan mereka percaya bahwa semua rezeki datangnya dari Allah SWT dan beliau selalu mensyukuri atas nikmat sudah diberikan oleh sang kuasa.²⁴ Mereka juga mementingkan aturan-aturan dalam islam dan tidak meninggalkan tugasnya kepada Allah SWT, karena apabila produsen sewel menaati aturan yang sesuai dengan bisnis islam maka dalam melakukan akivitasnya dapat memperoleh keberkahan dari Allah. Maka demikian dapat disimpulkan bahwa para produsen sewel khas Socah telah menjalankan prinsip Tauhid.

2. Keadilan dan keseimbangan

Keadilan dan keseimbangan sendiri pada prinsipnya memiliki cakupan yang luas, ia tidak hanya mencakup berlaku adil terhadap para konsumen atau penjual dalam menentukan harga tetapi juga dalam memberikan informasi dan kesediaan dalam menanggapi berbagai keluhan dari konsumen terhadap produk yang diperjual-belikan.

Tabel 1.5

Home Industry yang Menerapkan Keadilan dan Keseimbangan

No.	Nama	Sesuai	Tidak Sesuai
1.	Hera	✓	
2.	Munawaroh	✓	
3.	Siti Nur Shofiazaky (Oppy)		✓
4.	Hartini	✓	
5.	Aminatun		✓
6.	Musrifah	✓	
7.	Lia Nurvita		✓

(Sumber data: hasil wawancara yang diolah oleh peneliti)

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan bahwa terdapat 4 produsen *home industry* yang menerapkan prinsip keseimbangan, Seperti Ibu Musrifah dan Ibu Munawaroh bahwa beliau selama ini belum pernah ada konsumen yang komplain terhadap produk sewel yang dijalankannya dan beliau berharap tidak ada konsumen yang komplain terhadap produknya, mereka berharap konsumen tidak komplain terhadap produk yang diperjual-belikan.²⁵ Berbeda dengan sewel Mbak Oppy dan Mbak Lia bahwa mereka pernah mendapatkan komplain oleh konsumen karena produk yang dijual basi diakibatkan keterlambatan pada pengiriman ekspedisi ke luar kota. Selain keterlambatan pengiriman produk yang dikirim

²⁴ Hasil Wawancara dengan Ibu Hartini dan Ibu Musrifah , tanggal 20 Desember 2022.

²⁵ Hasil Wawancara dengan Ibu Munawaroh dan Ibu Musrifah , tanggal 8 dan 20 Desember 2022.

tertimpa barang-barang yang lain. Dalam hal tersebut, kedepannya beliau ingin memperbaiki kemasan agar sewel tersebut tidak mudah basi.²⁶

3. Kehendak Bebas

Dalam Islam, manusia dianugerahi potensi untuk berkehendak dan memilih diantara pilihan-pilihan yang menurutnya produk yang ia pilih bagus, kendatipun bebas itu tidak terbatas sebagaimana kebebasan yang dimiliki oleh Allah SWT. Dengan kehendak bebasnya yang relatif, manusia biasa saja menjatuhkan pilihan yang benar dan pada saat yang lain pada pilihan yang salah.

Tabel 1.6

Home Industry yang Menerapkan Kehendak Bebas

No.	Nama	Sesuai	Tidak Sesuai
1.	Hera	✓	
2.	Munawaroh	✓	
3.	Siti Nur Shofiazaky (Oppy)	✓	
4.	Hartini	✓	
5.	Aminatun	✓	
6.	Musrifah	✓	
7.	Lia Nurvita	✓	

(Sumber data: hasil wawancara yang dioleh oleh peneliti)

Dapat dilihat pada tabel diatas yang menerapkan prinsip kehendak bebas adalah 7 produsen menerapkan prinsip kehendak bebas, dikarenakan produsen menyadari bahwa produk yang diperjual-belikan sejenis disini bukan hanya satu tetapi banyak, jadi konsumen mau membeli dimana pun tergantung keinginan konsumen. Seperti Ibu Aminatun bahwa beliau percaya jika rezeki memiliki takarannya masing-masing dari Allah SWT dan beliau tetap berusaha terhadap usaha sewel yang dijalankan pada saat ini.²⁷ Selain itu dalam etika bisnis islam, setiap produsen sewel khas socah hendaknya tidak semata-mata mencari keuntungan, akan tetapi mencari keridhaan dan mencapai keberkahan atas rezeki yang diberikan oleh Allah SWT.

4. Tanggung Jawab

Islam sangat menekankan pada konsep tanggung jawab, walaupun tidak berarti mengabaikan kebebasan individu. Ini berarti bahwa yang dikehendaki ajaran dalam Islam

²⁶ Hasil Wawancara dengan Mbak Oppy dan Mbak Lia , tanggal 9 dan 26 Desember 2022.

²⁷ Hasil Wawancara dengan Ibu Aminatun, tanggal 20 Desember 2022.

adalah beberapa yang bertanggung jawab di dalam etika bisnis di Desa Socah Kabupaten Bangkalan.

Tabel 1.7

Home Industry yang Menerapkan Tanggung Jawab

No.	Nama	Sesuai	Tidak Sesuai
1.	Hera	✓	
2.	Munawaroh	✓	
3.	Siti Nur Shofiazaky (Oppy)	✓	
4.	Hartini	✓	
5.	Aminatun	✓	
6.	Musrifah	✓	
7.	Lia Nurvita	✓	

(Sumber data: hasil wawancara yang dioleh oleh peneliti)

Berdasarkan tabel diatas 7 produsen menerapkan prinsip tanggung jawab. Para produsen harus berani bertanggung jawab kepada manusia maupun kepada Allah SWT nantinya di akhirat apabila ada salah satu produknya yang tidak layak di jual karena bahan-bahan yang tidak berkualitas. Tetapi, produsen sewel khas Socah selalu memilih bahan baku yang berkualitas seperti yang disampaikan Ibu Hartini bahwa beliau selalu memerhatikan kualitas bahan baku, karena jika bahan baku tidak berkualitas maka rasa pada sewel akan berubah dan konsumen pastinya tidak akan membeli produk Ibu Hartini. Maka dari itu beliau selalu memproduksi sewel secara dadakan kecuali ada pesanan.²⁸

Sejalan dengan pendapat produsen sewel Ibu Hera beliau juga berpendapat bahwa tetap mengunggulkan kualitas produk sewelnya lebih disukai oleh para pembeli karena ditambahkan udang, sedangkan ada diantara pelaku usaha yang memang tidak menggunakan udang dalam campuran produk olahannya.²⁹ Selain hal tersebut mereka hanya berusaha memberikan yang terbaik dalam produk olahan sewelnya dengan rasa dan kualitas yang mereka miliki masing-masing dalam rangka menarik para konsumen untuk membeli dan kembali lagi membeli produknya. Maka dengan demikian menurut peneliti perilaku para produsen sudah sesuai dengan prinsip tanggung jawab, namun ada beberapa diantaranya yang tidak menerapkan prinsip tanggung jawab.

²⁸ Hasil Wawancara dengan Ibu Hartini, tanggal 20 Desember 2022.

²⁹ Hasil Wawancara dengan Ibu Hera, tanggal 8 Desember 2022.

5. Ihsan

Prinsip Ihsan atau kebaikan yang berhubungan dengan sikap pedagang dalam melayani dan memperlakukan konsumen. Sikap sopan, ramah, murah hati dan sabar yang dimiliki pedagang terhadap konsumennya akan menjadikan daya tarik yang terkesan akan memberikan hal positif, tetapi jika sebaliknya sikap yang tidak sopan, tidak ramah, tidak sabar dan membedakan perlakuan terhadap konsumen maka akan terlihat dan terkesan negatif bagi pedagang tersebut.³⁰

Tabel 1.8

Home Industry yang Menerapkan Ihsan

No.	Nama	Sesuai	Tidak Sesuai
1.	Hera	✓	
2.	Munawaroh	✓	
3.	Siti Nur Shofiazaky (Oppy)	✓	
4.	Hartini	✓	
5.	Aminatun	✓	
6.	Musrifah	✓	
7.	Lia Nurvita	✓	

(Sumber data: hasil wawancara yang diajukan oleh peneliti)

Dari tabel diatas dapat diketahui terdapat 7 produsen yang menerapkan prinsip ihsan. Dalam bisnis sejumlah perbuatan yang dapat mendukung pelaksanaan ihsan yaitu kemurahan hati, motif pelayanan dan kesadaran akan adanya Allah SWT, seperti yang produsen Mbak Lia bahwasannya beliau sangat sabar dalam melayani konsumen yang banyak bertanya karena produsen sadar pembeli adalah raja.³¹ Sejalan dengan pernyataan Ibu Munawaroh bahwa beliau juga sangat ramah terhadap konsumen dan berusaha membuat kenyamanan agar konsumen membeli kembali produk yang diperjual-belikan oleh beliau.³²

Para produsen lainnya juga beranggapan bahwasannya untuk mempertahankan konsumen salah satunya dengan menjaga pelayanan, jika pelayanan baik maka pembeli senang dan akan kembali untuk membeli di lain waktu. Beliau juga berpendapat bahwa jika ada yang membanding-bandtingkan produk beliau dengan orang lain maka beliau tidak ambil pusing tetapi untuk menambah motivasi kedepannya.

³⁰ Destiya Wati dan Suyud Arif, Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol 5, No 1 2022, 5.

³¹ Hasil Wawancara dengan Mbak Lia, tanggal 26 Desember 2022.

³² Hasil Wawancara dengan Ibu Munawaroh, tanggal 8 Desember 2022.

SIMPULAN

Strategi keunggulan kompetitif antar home industry sewel khas socah dengan *home industry* sewel khas socah satu dengan *home industry* lainnya memiliki titik fokus dan cara yang berbeda-beda. Dari 7 produsen *home industry*, 2 *home industry* (28,6%) yang mengutamakan strategi *cost leadership* seperti gratis mengantarkan tanpa ada penarikan biaya tambahan dan menjual sewel dengan harga yang murah dibanding dengan produsen yang lainnya. Sementara, 3 *home industry* (42,8%) menitikberatkan pada rasa dan kualitas bahan untuk mempertahankan produknya seperti memperoleh bahan mentahan. Dari sisanya (28,6%) lebih memfokuskan pada strategi fokus diferensiasi, seperti membuat inovasi-inovasi yang baru agar menarik minat konsumen untuk membeli sewel tersebut.

Etika bisnis islam yang dijalankan oleh produsen Produsen *home industry* sewel khas socah dengan menggunakan indikator lima prinsip etika bisnis islam yaitu kesatuan (tauhid), keadilan dan keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan ihsan. Dari 7 produsen *home industry*, 2 (28,6%) produsen yang menerapkan prinsip kesatuan (tauhid) dikarenakan mereka lebih mengutamakan sholat daripada bisnis yang dijalankan. Sedangkan prinsip keadilan atau keseimbangan terdapat 4 (57,2%) produsen dikarenakan selama ini mereka belum pernah mendapatkan komplain terdapat produk yang diperjualbelikan. Selanjutnya 7 (100%) produsen menerapkan prinsip kehendak bebas, tanggung jawab dan ihsan, dikarenakan mereka percaya bahwa rezeki memiliki takarannya masing-masing dari Allah SWT, dan mereka sadar bahwa untuk mempertahankan konsumen salah satunya dengan menjaga pelayanan.

REFERENSI

- Herman, H. (2018). Strategi Meningkatkan Keunggulan Bersaing Melalui Kualitas Pelayanan Pada Pt Putra Usaha Mandiri Kota Batam. *Jurnal Akuntansi Barelang*, 3(1), 57–63.
<https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/jab/article/view/861/544>
- Magister, P. (2023). Strategi Bersaing Pasar Tradisional Di Era Digital (Studi Pada Pasar Warujayeng Tanjunganom Nganjuk) Tesis Oleh: Nur Lailul Rahmania Nim 501210023. *Tesis*.
- Masruchin, M. (2018). Etika Individu Dan Organisasi Dalam Bisnis. *ISTITHMAR: Jurnal Pengembangan Ekonomi Islam*, 2(1), 73–98. <https://doi.org/10.30762/itr.v2i1.998>

Sam, U., Jmbi, R., Orientasi, P., Untuk, P., Kinerja, M., & Ratulangi, U. S. (n.d.). *JURNAL*

ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI KECAMATAN WOLOAN KOTA

TOMOHON Michael Ch . Raintung , Raymond Ch . Kawet , Rudie Y . Lumatow

Keywords : Kata Kunci : Corresponding author : Michael Ch . Raintung : 11(3), 1594–

1610.

Wadhan. (2011). *EDUKASI MARKETING BANK SYARÎ ’ AH* Abstract : *Al-Ihkam*, 6(1),

104.

Damaianti, Syamsuddin Vismaia S. *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa*. Bandung: PT.

Remaja Rosdakarya, 2011.

Kementrian Investasi/BKPM, *Upaya Pemerintah Untuk Memajukan UMKM Indonesia*,

<https://bit.ly/3WgGUHr>. Akses Tanggal 31 Oktober 2022, 22.55 WIB.

Muslich. *Etika Bisnis Landasan Filosofi, Normatif, dan Substansi Implementatif*. Jakarta:

Ekonisis, 2004.

Rustan. *Pusaran Pembangunan Ekonomi*. Makassar: CV Sah Media, 2019.

Safitri, Ligaya. *Etika Bisnis Mahasiswa*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Walisongo

Semarang, 2015.

Shawi, Shalah Ash dan Abdullah Al Mushlih. *Fikih Ekonomi Islam*. Jakarta: Darul Haq,

2013.

Sukarno,Fahrudin. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Bogor: Al azhar Freshzone

Publishing, 2013.

Wati, Destiya dan Suyud Arif. Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam

Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*.

5, No 1 (2022): 5.

Zuhri, Saifuddin. Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam dalam

Rangka Pengentasan Kemiskinan. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*. 2, No. 3

(Desember 2013): 47.