PERSAINGAN USAHA PEDAGANG SEMBAKO PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

(Studi Kasus Pada Pasar Tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan, Surabaya)

SKRIPSI

Oleh :

HENDIK AGUS KURNIAWAN

NIM : G04216030

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

2021

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hendik Agus Kurniawan

NIM : G04216030

Fakultas / Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Persaingan Usaha Pedagang Sembako Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Pasar Tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan, Surabaya)

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 29 Desember 2020

Saya yang menyatakan,

Hendik Agus Kurniawan

NIM. G04216030

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang disusun oleh Hendik Agus Kurniawan NIM. G04216030 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 29 Desember 2020

Dosen Pembimbing

Dr. Sri Wigati, MEI

NIP. 197302212009122001

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Hendik Agus Kurniawan NIM. G04216030 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Rabu, tanggal 20 Januari 2021 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu (S1) dalam menempuh Program Studi Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi :

Penguji I	Penguji II
Dr. Sri Wigati, MEI	Dr. Imroatul Azizah, M.Ag
NIP. 197302212009122001	NIP. 197308112005012003

Penguji III	Penguji IV
Masadah, MHI	Moch. Andre Agustianto, Lc., M.H
NIP. 197812052006042003	NIP. 199008112019031007

Surabaya, 20 Januari 2021

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan,

Dr. H. Ali Ali Arifin, MM.

NIP. 196212141993031002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Hendik Agus Kurniawan
NIM : G04216030
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
E-mail address : hendikagusk@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (……)
yang berjudul :
Persaingan Usaha Pedagang Sembako Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Pasar Tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan, Surabaya)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan /mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 26 April 2021
Penulis,

(Hendik Agus Kurniawan)

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul "Persaingan Usaha Pedagang Sembako Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Pasar Tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan, Surabaya)" ini merupakan hasil penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk persaingan usaha pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan Surabaya dan bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap praktik persaingan usaha pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan Surabaya.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Adapun pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan pada penelitian ini yaitu pengelola dan pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan Surabaya.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa persaingan usaha pedagang sembako yang terjadi di pasar tradisional Pagesangan meliputi empat aspek yaitu persaingan produk, persaingan harga, persaingan tempat, dan persaingan pelayanan. Dari ke empat indikator tersebut terdapat persaingan tidak sehat dari segi pelayanan yaitu masih menjumpai pedagang sembako yang curang dengan berlaku tidak adil dalam melakukan penimbangan dan takaran suatu barang yang dapat merugikan pembeli. Kemudian tinjauan etika bisnis Islam terhadap persaingan usaha pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan mencakup lima prinsip yaitu ketauhidan (kesatuan/*unity*), keseimbangan (keadilan/*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebenaran (Ihsan/*benevolence*). Dari kelima prinsip tersebut sebagian besar aktivitas persaingan usaha yang dilakukan oleh pedagang sembako sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, meskipun ada sebagian pedagang sembako yang melakukan persaingan usaha tidak sehat dan bertentangan dengan etika bisnis Islam yaitu dengan berlaku curang kepada pembeli dalam segi penimbangan dan takaran barang dengan tujuan mematikan pedagang sembako lainnya serta dapat merugikan pihak pembeli.

Saran dari peneliti bagi para pedagang sembako yang ada di pasar tradisional Pagesangan dalam menentukan harga haruslah mempertimbangkan beberapa aspek agar harga yang berlaku sesama pedagang sembako bisa seimbang sesuai standar harga pasar. Selain itu diharapkan untuk pedagang sembako lebih bersikap adil dan jujur dalam melakukan penimbangan dan takaran barang kepada setiap pembeli seperti menggunakan alat timbangan digital yang lebih akurat dan lebih terbuka agar tidak ada pembeli yang merasa dirugikan.

Kata Kunci : Persaingan Usaha, Etika Bisnis Islam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL DALAM i
PERNYATAAN KEASLIAN ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
LEMBAR PENGESAHAN iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI v
ABSTRAK vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI x
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR TRANSLITERASI xv
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah 8
C. Rumusan Masalah 9
D. Kajian Pustaka 10
E. Tujuan Penelitian 16
F. Kegunaan Hasil Penelitian 16
G. Definisi Operasional 17
H. Metode Penelitian 20
I. Sistematika Pembahasan 28
BAB II PERSAINGAN USAHA PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM 30
A. Persaingan Usaha 30
1. Pengertian Persaingan Usaha 30
2. Persaingan Usaha Dalam Islam 31

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Unsur-Unsur Persaingan Usaha 35
4. Macam-macam Persaingan 38
B. Etika Bisnis Islam 40
1. Pengertian Etika Bisnis 40
2. Pengertian Etika Bisnis Islam 43
3. Fungsi Etika Bisnis Islam..... 46
4. Aksioma Etika Bisnis Islam 47
5. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam..... 56
C. Pasar Tradisional.....61
1. Pengertian Pasar Tradisional..... 61
2. Ciri-ciri Pasar Tradisional 63
3. Jenis-jenis Pasar Tradisional 64
BAB III PERSAINGAN USAHA PEDAGANG SEMBAKO DI PASAR TRADISIONAL PAGESANGAN KECAMATAN JAMBANGAN SURABAYA 66
A. Gambaran Umum Pasar Tradisional Pagesangan 66
1. Sejarah Singkat dan Letak Pasar Tradisional Pagesangan 66
2. Visi dan Misi Pasar Tradisional Pagesangan 71
3. Susunan Pengurus Pasar Tradisional Pagesangan..... 71
B. Data Informan Penelitian 72
C. Persaingan Usaha Pedagang Sembako di Pasar Tradisional Pagesangan ...74
D. Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Persaingan Usaha Pedagang Sembako di Pasar Tradisional Pagesangan 84
BAB IV PERSAINGAN USAHA PEDAGANG SEMBAKO PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM DI PASAR TRADISIONAL PAGESANGAN KECAMATAN JAMBANGAN SURABAYA.....95
A. Persaingan Usaha Pedagang Sembako di Pasar Tradisional Pagesangan ...95
B. Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Persaingan Usaha Pedagang Sembako di Pasar Tradisional Pagesangan 104
BAB V PENUTUP.....116

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

A. Kesimpulan 116

B. Saran.....118

DAFTAR PUSTAKA 120

LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Konseptual ……..…. 27

Gambar 3.1 Denah Pasar Tradisional Pagesangan …… 69

Gambar 3.2 Susunan Pengurus Pasar Tradisional Pagesangan …….. 72

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Nama Informan 23

Tabel 3.1 Pedagang pasar tradisional Pagesangan 70

Tabel 3.2 Karakteristik Informan Pedagang Sembako .....ـــــــ

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi dewasa ini, perekonomian adalah salah satu aspek yang sangat penting bagi setiap kehidupan manusia guna memenuhi setiap kebutuhan seperti sandang, pangan, dan papan. Bahkan di setiap lini kehidupan terdapat beberapa bidang perekonomian seperti bidang pertanian, perdagangan, perindustrian, dan banyak bidang lainnya. Maka dari itu aspek perekonomian seakan menjadi nyawa bagi setiap manusia yang tidak bisa dipisahkan satu sama lain, bahkan tingkat perekonomian bisa menjadi tolak ukur tingkat pencapaian setiap manusia.[1] Hal ini dapat dilihat dari upaya manusia berlomba-lomba dalam bekerja keras untuk memenuhi kebutuhannya dan mencapai kehidupan yang lebih layak baik dari bentuk produksi, konsumsi, distribusi, maupun hal lainnya.

Bisnis memiliki peranan penting bagi kehidupan dan sosial semua orang. Menurut Bertens, bisnis meliputi aktifitas memproduksi barang dan jasa yang mempunyai cakupan luas yakni mulai dari aktivitas mengolah bahan mentah menjadi bahan jadi, mendistribusikannya kepada konsumen, menyediakan jasa, menjual serta membeli barang dagangan ataupun aktivitas yang berkaitan dengan suatu pekerjaan yang bertujuan memperoleh penghasilan atau

[1] Richa Angkita Mulyawisdawati, "Implementasi Etika Bisnis Islam di CV Rumah Makan Yogyakarta", *Jurnal STEBI Al-Muhsin Yogyakarta*, Vol. 13, No. 2, (2019), 148.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keuntungan.[2] Dalam agama Islam melakukan kegiatan perdagangan adalah sauatu yang dihalalkan. Hal ini sejalan sebagaimana firman Allah Swt:

وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلْبَيْعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْ

Artinya: "padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..." (QS. Al-Baqarah: 275)[3]

Selain itu, Agama Islam sudah mengizinkan kegiatan bisnis sejak jaman Rasulullah SAW, karena beliau sendiri sudah melakukan kegiatan berbisnis dalam jangka waktu yang terbilang lama. Oleh karena itu jutaan manusia melakukan kegiatan bisnis untuk memenuhi kebutuhan sebagai produsen, perantara, maupun sebagai konsumen.

Salah satu bidang dalam memajukan sebuah perekonomian negara yaitu sektor perdagangan. Banyak orang yang mencari nafkah dengan melakukan pekerjaan pada sektor perdagangan. Berdagang menjadi suatu pilihan yang sederhana bagi pelaku usaha untuk mencari nafkah. Dimulai dari modal yang relatif kecil disertai keahlian yang cukup bisa melakukan berdagang sehingga dari hasil berdagang kebutuhan mereka terpenuhi.[4]

Data statistik BPS (Badan Pusat Statistik) menyatakan bahwa jumlah penduduk bekerja pada tahun 2018 sebanyak 127,07 juta orang. Kepala BPS, Suhariyanto menjelaskan terdapat tiga lapangan pekerjaan yang memiliki

[2] K Bertens, *Pengertian Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 2000), 17.
[3] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV. Diponegoro, 2010), 47.
[4] Ira Puspitasari, "Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Leuwiliang)", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Vol.3, No.1 (2019), 40.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tenaga kerja terbanyak di Indonesia. Sektor perdagangan menempati urutan kedua dalam hal banyaknya pelaku kerja yang menjadi pilihan masyarakat dalam mencari mata pencaharian dengan persentase 18,53% atau sebanyak 23,55 juta penduduk Indonesia yang memilih di bidang perdagangan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Di susul sektor industri pengolahan dengan persentase 14,11% dengan jumlah pekerja sebanyak 17,92 juta orang. Dan yang menjadi peringkat pertama adalah sektor pertanian dengan tingkat persentase 20,46% dengan jumlah pekerja sebanyak 38,70 juta orang .[5] Hal ini membuktikan banyaknya pelaku usaha di sektor perdagangan berdampak pada persaingan di dalam dunia usaha semakin ketat dan tidak bisa dihindarkan.

Dengan adanya persaingan usaha ini sangat diperlukan bagi semua pelaku usaha perdagangan dalam peningkatan sebuah usaha itu sendiri serta untuk menjaga eksistensi dalam membangun sebuah usaha. Dalam hal ini para pelaku usaha dituntut untuk lebih memutar otak dari segi strategi pemasaran supaya usahanya terus berkembang dan tetap berjalan sehingga produknya laris dilapangan.[6] Serta sebagai titik acuan sebuah usaha itu sendiri dan menjadi tolak ukur bagi pelaku usaha tersebut sudah lebih baik dari pesaing usaha lainnya. Namun demikian dalam melakukan sebuah persaingan usaha seorang pelaku usaha tetap memperhatikan persaingan usaha yang sehat dengan melakukan nilai-nilai moral dalam setiap aktivitas perdagangan agar tidak ada pihak lain yang dirugikan.

---

[5] Sintaloka Pradita Sicca, BPS: Jumlah Penduduk Bekerja Triwulan 1 2018 Sebanyak 127,07 Juta, dalam https://www.google.co.id/amp/s/amp.tirto.id/. (diakses tanggal 6 Juli 2020 pukul 10:22)

[6] Didi Sukardi, Slamet Firdaus, dkk, "Analisis Hukum Islam Terhadap Persaingan Usaha Home Indutri Tape Ketan Cibeureum", *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, Vol.3, No.2 (2018), 188.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Salah satu tempat berlangsungnya kegiatan perdagangan dan persaingan usaha adalah pasar. Pasar mendapatkan kedudukan yang paling penting dalam memajukan suatu negara dalam sektor perekonomian. Dalam ruang lingkup perdagangan khususnya di lingkungan pasar, upaya seorang pedagang dalam mengejar keuntungan merupakan suatu hal yang wajar-wajar saja. Namun masih banyak ditemukan para pedagang yang masih mengabaikan etika dalam menjalan bisnisnya hanya untuk mencapai sebuah keuntungan pribadi dengan menghalalkan berbagai cara.

Masalah yang rawan terjadi penyimpangan adalah pasar tradisional. Beberapa penyimpangan yang sering ditemukan di pasar tradisional antara lain kecurangan dalam melakukan pengurangan takaran dan timbangan, pengoplosan barang dengan yang buruk, penipuan, riba, sumpah palsu, menjual barang yang tidak dihalalkan oleh Islam, serta kegiatan batil lainnya. Hal ini disebabkan karena faktor minimnya tingkat literasi masyarakat khususnya para pedagang mengenai prinsip etika bisnis Islam. Dalam agama Islam sudah jelas melarang segala sesuatu kegiatan yang bersifat batil. Sebagaimana firman Allah :

وَلَا تَأْكُلُوٓاْ أَمْوَٰلَكُم بَيْنَكُم بِٱلْبَٰطِلِ وَتُدْلُواْ بِهَآ إِلَى ٱلْحُكَّامِ لِتَأْكُلُواْ فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَٰلِ ٱلنَّاسِ بِٱلْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ ١٨٨

Artinya: “Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui". (QS. Al-Baqarah: 188)[7]

Dalam menyikapi hal tersebut, agama Islam sudah mengatur semua kegiatan manusia termasuk dalam melakukan muamalah dengan memberikan batasan atau pemisah mana hal yang diperbolehkan dan mana hal yang tidak diperbolehkan, antara yang benar dan yang salah yakni dengan adanya etika bisnis agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Terdapat hubungan yang erat antara etika dan bisnis. Kedua hal ini tidak bisa dipisahkan karena saling melengkapi antara satu sama lain. Etika sebagai prinsip moral yang memberi batasan atau membedakan mana yang benar dan salah yang dilakukan seseorang, sedangkan bisnis adalah bagian dari ekonomi sebagai bentuk kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dan bisnis tidak akan berhasil tanpa adanya hubungan baik yang dilandasi oleh nilai-nilai yang telah disepakati oleh para pelaku bisnis. Dengan demikian, bisnis memerlukan etika. Maka muncul istilah "etika bisnis".[8] Etika bisnis merupakan prinsip moral yang mengatur tentang segala aktivitas pelaku bisnis.

Para pelaku usaha dituntut untuk mengimplementasikan etika bisnis Islam yang telah diajarkan oleh Rasulullah SAW saat menjalankan perdagangan dengan mempraktekan sifat berdagang yang *shiddiq, fatanah, amanah,* dan *tabligh*. Etika bisnis Islam juga sangat menjunjung tinggi semangat saling percaya, kejujuran, melakukan kebenaran dan keadilan. Hal ini sudah diterangkan dalam firman Allah yang berbunyi:

---

[7] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*…, 29.
[8] Buchari Alma, "*Manajemen Bisnis Syariah*", (Bandung: Alfabeta, 2009), 114.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

۞إِنَّ ٱللَّهَ يَأۡمُرُ بِٱلۡعَدۡلِ وَٱلۡإِحۡسَٰنِ وَإِيتَآيِٕ ذِي ٱلۡقُرۡبَىٰ وَيَنۡهَىٰ عَنِ ٱلۡفَحۡشَآءِ وَٱلۡمُنكَرِ وَٱلۡبَغۡيِۚ يَعِظُكُمۡ لَعَلَّكُمۡ تَذَكَّرُونَ ٩٠

Artinya: "Sesungguhnya, Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran." (QS. an-Nahl: 90)[9]

Perspektif ajaran etika (akhlak) dalam Islam pada prinsipnya setiap manusia dituntut untuk senantiasa berbuat baik pada dirinya sendiri, kepada sesama manusia, alam lingkungannya dan kepada Tuhan selaku pencipta-Nya. Maka dari itu, untuk bisa berbuat baik (*ihsan*) pada semuanya, manusia di samping diberikan kebebasan (*free will*), hendaknya ia memperhatikan keesaan Tuhan (*tauhid*), prinsip keseimbangan (*balance*) atau keadilan. Selanjutnya setiap kehendak akan senantiasa dipertanggungjawabkan (*responsibility*) di hadapan Tuhan. Lima konsep inilah yang disebut dengan aksioma dasar etika bisnis Islam, yang terdiri dari prinsip-prinsip umum yang terhimpun menjadi satu kesatuan yang terdiri atas konsep-konsep kesatuan (*tauhid*), keseimbangan atau keadilan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebajikan/kebenaran (*ihsan*).[10]

Maka dari itu, dalam menjalankan bisnis dalam berdagang tentu tidak boleh lepas dari etika. Seorang pedagang dituntut untuk memahami etika bisnis dalam Islam dan mempraktekannya. Dengan mengimplementasikan etika

[9] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*…, 277.
[10] Erly Juliyani, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam" *Jurnal Ummul* Qura, Vol.11, No.1 (2016), 66.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bisnis Islam akan mengarahkan bagi setiap kehidupan manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia dalam memperoleh keuntungan materil dan kebahagiaan akhirat dalam memperoleh ridha Allah Swt.

Pasar Pagesangan merupakan salah satu pasar tradisional yang berada di kota Surabaya. Pasar Pagesangan sendiri terletak di desa Pagesangan Kecamatan Jambangan Kota Surabaya Selatan. Pasar Pagesangan sangat membantu perekonomian masyarakat khususnya di desa Pagesangan Kecamatan Jambangan itu sendiri. Selain sebagai tempat bertemunya antara penjual dan pembeli, pasar Pagesangan memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari karena tidak perlu jauh-jauh dalam berbelanja untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga.

Di pasar Pagesangan Kecamatan Jambangan Surabaya terdapat banyak sekali pelaku bisnis khususnya pedagang sembako. Hal ini secara tidak langsung menimbulkan persaingan usaha yang cukup ketat baik dari segi tempat, harga, produk, maupun pelayanan. Namun dalam melakukan aktivitas perdagangan, tidak sedikit pedagang yang masih sering melupakan penerapan etika dalam aktivitas berdagang, sebab masih terbiasa dengan praktik bisnis konvensional yang mereka kenal selama ini. Sehingga perlu merubah pola bisnis yang Islami dengan ilmu pengetahuan agama yang memadai bagi pedagang. Tanpa hal tersebut mustahil prinsip etika bisnis Islam akan dapat diimplementasikan dengan baik oleh para pelaku pedagang sembako di pasar Pagesangan Kecamatan Jambangan Surabaya. Sebab pada dasarnya pedagang akan selalu tergiur pada keuntungan yang jauh lebih besar dibandingkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan resiko kerugian yang harus ditanggungnya. Hal ini sangat rawan terjadinya persaingan usaha tidak sehat yang dilakukan pedagang sembako dengan melakukan aktivitas yang batil seperti kecurangan, tidak jujur, penipuan, kualitas yang kurang baik dan lain sebagainya yang mengakibatkan beberapa pihak ada yang dirugikan. Hal tersebut dapat dilatar belakangi oleh rendahnya tingkat literasi masyarakat Pagesangan Kecamatan Jambangan terhadap etika bisnis Islam. Di sisi lain, masyarakat Pagesangan Kecamatan Jambangan sendiri rata-rata masih belum mengetahui secara pasti bagaimana aktivitas perdagangan yang dilakukan oleh pedagang sembako di pasar Pagesangan Kecamatan Jambangan Surabaya baik dari segi pelayanan, kualitas barang, takaran, harga, produk yang baik dan benar.

Bedasarkan pemikiran diatas penulis tertarik untuk melakukan penilitian yang berjudul "Persaingan Usaha Pedagang Sembako Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Pasar Tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan, Surabaya)".

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Menurut penjelasan pada latar belakang yang sudah dipaparkan, penulis memberikan identifikasi masalah yang akan dijadikan sebagai bahan penelitian sebagai berikut:

a. Strategi yang dilakukan pada pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan Kecamanatan Jambangan Surabaya dalam menghadapi persaingan usaha.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Persaingan usaha pada pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan Surabaya.

c. Tinjauan etika bisnis Islam terhadap praktik persaingan usaha pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan Surabaya.

d. Tingkat literasi pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan Surabaya terkait etika bisnis Islam.

2. Batasan Masalah

Dari beberapa identifikasi masalah diatas, penulis memberikan batasan masalah agar pembahasan tidak meluas. Adapun batasan masalah sebagai berikut:

a. Bentuk persaingan usaha pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan kecamatan Jambangan Surabaya.

b. Tinjauan etika bisnis Islam terhadap praktik persaingan usaha pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan Surabaya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka terdapat rumusan permasalahan yang akan dibahas dalam peniltian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk persaingan usaha pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan Surabaya?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap praktik persaingan usaha pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan Surabaya?

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh peneliti dalam memperoleh serta mengimpun informasi tertulis yang relevan dengan masalah yang diteliti. Informasi ini dapat diperoleh melalui buku, laporan penelitian, karangan ilmiah, tesis atau disertasi dan sumber-sumber lain.[11]

Dalam penlitian skripsi yang saya lakukan ini, tidak terlepas dari berbagai penelitian terdahulu yang terkait untuk dijadikan sebagai refrensi dalam skripsi ini. Peneltian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini meliputi:

1. Dalam jurnal Ira Puspitasari, dengan judul "Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Leuwiliang)"

   Penilitian ini berfokus untuk mengetahui seberapa paham para pelaku dagang yang ada di pasar Leuwiliang mengenai etika bisnis Islam dan bagaimana realita praktik etika bisnis Islam sehari-hari yang ada di pasar Leuwiliang. Penilitian ini menggunakan metode penilitian kualitatif dengan sumber informan 25 orang dan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dengan pedagang di pasar Leuwiliang.

   Hasil peniltian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa 40% responden atau 10 dari 25 responden masih terdapat kurangnya kepahaman para pedagang yang ada di pasar Leuwiliang mengenai etika bisnis Islam.

[11] Ninit Alfianika, *Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Indonesia*, (Yogyakarta : CV. Budi Utama, 2018), 52.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Namun ada beberapa aksioma etika bisnis Islam yang dapat mereka implementasikan seperti kejujuran dalam menjual barang, tetap menjaga kehalalan produk yang diperjual belikan, menjaga ketaatan dalam beribadah, serta cara mereka melayani pembeli dengan ramah.[12]

Persamaan antara penilitian Ira Puspitasari dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu sama-sama mengangkat topik pembahasan mengenai etika bisnis Islam para pedagang yang ada di lingkungan pasar. Adapun perbedaan pada penilitian Ira Puspitasari yaitu terletak di objek penelitiannya yang hanya memfokuskan pada inti pembahasan apakah para padagang di pasar Leuwiliang paham dan sudah menerapkan etika bisnis Islam, sedangkan dalam objek penelitian yang saya lakukan yaitu membahas tinjauan etika bisnis Islam terhadap praktik persaingan usaha para pedagang sembako di pasar Pagesangan.

2. Dalam Skripsi Abd. Adim, dengan judul penelitian "Analisis Praktik Penjualan Para Pedagang Sembako Muslim Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Pasar Tradisional Ambarketawang Kabupaten Sleman".

   Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seperti apa pedagang sembako muslim di pasar tradisional Ambarketawang Kabupaten Sleman dalam mempraktekan etika bisnis Islam dalam kegiatan penjualan. Dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan

[12] Ira Puspitasari, "Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Leuwiliang)", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Vol.3, No.1 (2019)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bahwa mayoritas pedagang muslim yang berjualan sembako di pasar Ambarketawang ini sudah menerapkan etika bisnis Islam berdasarkan lima prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam kegiatan perdagangan.[13]

Persamaan antara penilitian yang dilakukan oleh Abd Adim dengan penilitian yang saya lakukan adalah membahas objek dan topik penelitian yang sama yaitu membahas seperti apa kegiatan operasional yang dijalankan pedagang sembako di ruang lingkup pasar dalam tinjauan etika bisnis Islam. Adapun perbedaannya yaitu objek penilitian yang dilakukan oleh Abd Adim ini hanya terfokus seperti apa praktek pedagang sembako dalam menjalankan kegiatan operasionalnya dengan tinjauan etika bisnis Islam. Sedangkan dalam penelitian yang saya lakukan membahas mengenai bagaimana persaingan usaha pedagang sembako dalam perspektif etika bisnis Islam.

3. Dalam Skripsi Dina Marista, yang berjudul "Analisis Persaingan Usaha di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam"

   Dalam penilitian ini membahas permasalahan seperti apa persaingan usaha yang ada di pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat dan tinjauan etika bisnis Islam terhadap perilaku yang dilakukan para pedagang di pasar Kenali. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian Dina Marista ini menggunakan metode kualitatif cenderung

[13] Abd Adim, "Analisis Praktik Penjualan Para Pedagang Sembako Muslim Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Pasar Tradisional Ambarketawang Kabupaten Sleman" (Skripsi – Universitas Alma Ata Yogyakarta, 2019).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bersifat deduktif dengan melakukan studi langsung di lapangan (*field research*) dalam mencari sumber data. Objek dalam penelitian ini yaitu para pedagang yang telah menetap di pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat. Hasil dari penilitian ini menyimpulkan bahwa persaingan usaha yang ada di pasar Kenali meliputi lima aspek yaitu produk, harga, tempat, pelayanan dan purna jual. Dari 20 responden, 18 diantaranya telah menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatan usahanya dengan menerapkan lima prinsip etika bisnis Islam yaitu tauhid, keseimbagan, kehendak bebas, kejujuran, serta tanggung jawab sosial.[14]

Persamaan dalam penilitian yang dilakukan oleh Dian Marista dengan penilitian yang saya angkat adalah tema pembahasan yang sama yang membahas antara lain mengenai persaingan usaha yang ada di pasar dalam tinjauan perspektif etika bisnis Islam. Adapun perbedaannya yaitu terletak pada objek penelitian yang dimana penilitian yang dilakukan oleh Dian Marista ini adalah para pedagang yang ada di pasar Kenali, sedangkan objek penilitian yang saya angkat terfokus pada pedagang sembako saja yang ada di pasar Pagesangan Kecamatan Jambangan, Surabaya.

4. Dalam Skripsi Ismatul Chalimah, dengan judul "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Para Penjual (Studi Kasus Toko Grosir Al-Araffah Pasar Wage Purwokerto)"

[14] Dina Marista, "Analisis Persaingan Usaha di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam", (Skripsi – UIN Raden Intan Lampung, 2018).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Fokus pembahasan dalam penilitian ini mengkaji seperti apa toko grosir Al-Araffah dalam mengimplementasikan etika bisnis Islam dalam berdagang untuk menghadapi persaingan bisnis. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dalam mengumpulkan data dan penelitian ini menggunakan pendekatan jenis metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa toko grosir Al-Araffah sudah menerapkan beberapa prinsip etika bisnis Islam dalam kegiatan berdagang untuk menghadapi persaingan bisnis yaitu dalam berjualan toko grosir Al-Araffah menerapkan sifat jujur dalam berbisnis, melakukan pelayanan yang terbaik, mengedapankan prinsip kebaikan, dan menggunakan strategi pemasaran yang baik sesuai dengan syariat Islam dengan tidak menjatuhkan bisnis pesaingnya, serta melakukan persaingan bisnis yang *fire*. [15]

Persamaan dari skripsi Ismatul Chalimah dengan penilitian yang saya angkat adalah terletak pada topik pembahasan yaitu mengenai etika bisnis Islam dan persaingan usaha. Adapun perbedaannya yaitu dalam skripsi yang dilakukan oleh Ismatul Chalimah terletak pada objek penelitian yang terfokus pada implementasi etika bisnis Islam toko grosir Al-Arrafah dalam menghadapi persaingan bisnis, sedangkan untuk penilitian yang saya angkat objek penelitian terfokus persaingan usaha yang ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam dalam lingkup pasar khususnya para pedagang sembako.

[15] Ismatul Chalimah, "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Para Penjual (Studi Kasus Toko Grosir Al-Araffah Pasar Wage Purwokerto)", (Skripsi – IAIN Purwokerto, 2017).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Dalam Skripsi Titik Pramitasari yang berjudul "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi pada Home Industri Tenun Tikar Nies Collection)"

   Dalam penilitian ini yaitu mengkaji tentang bagaimana implementasi etika bisnis Islam yang dilakukan oleh home industri tenun tikar Nies Collection serta dalam penelitian ini membahas seperti apa strategi yang dilakukan oleh home industri tenun tikar Nies Collection dalam menghadapi persaingan bisnis. Penelitian ini menggunakan metode peneliltian deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Untuk hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa home industri tenun tikar Nies Collection telah mengimplementasikan empat prinsip dalam etika bisnis Islam untuk menghadapi persaingan bisnis yang terjadi yaitu antara lain prinsip tauhid, keseimbangan, kebebasan, dan tanggung jawab dalam setiap menjalankan aktivitas kegiatan operasionalnya.[16]

   Persamaan pembahasan antara jurnal diatas dengan penilitian yang saya lakukan yaitu memiliki persamaan penelitian yang membahas teori pembahasan mengenai etika bisnis Islam dan persaingan bisnis. Namun terdapat perbedaannya yaitu terletak pada objek penilitian yang saya angkat mencakup persaingan usaha dalam perspektif etika bisnis Islam para pedagang sembako di lingkup pasar, sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Titik Pramitasari objek penelitiannya terfokus pada

[16] Titik Pramitasari, "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Pada Home Industri Tenun Tikar Nies Collection)" (Skripsi – UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bagaimana implementasi yang dilakukan oleh home industri tenun tikar Nies Collection dalam menghadapi persaingan bisnis.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dipaparkan, maka tujuan dari penlitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seperti apa bentuk persaingan usaha pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan Surabaya.
2. Untuk mengetahui tinjauan etika bisnis Islam terhadap praktik persaingan usaha pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan Surabaya.

F. Kegunaan Hasil Penelitian

Kegunaan hasil penelitian memuat uraian yang menjelaskan bahwa masalah penelitian bermanfaat baik dari segi teoritis maupun praktis. Sehingga dalam hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaaat baik bagi peneliti maupun pembaca, adapun kegunaan hasil penilitian ini adalah sebagai berikut:

1. Aspek Keilmuan (Teoritis)

   Dari hasil penilitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan lebih, serta pengalaman baru bagi peneliti mengenai persaingan usaha pedagang sembako perspektif etika bisnis Islam (Studi kasus pada pasar Pagesangan Kecamatan Jambangan, Surabaya).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Aspek Terapan (Praktis)

a. Bagi Peneliti

Dalam hasil penilitian ini penulis akan memperoleh pengalaman dan pengetahuan lebih mengenai persaingan usaha yang ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam pada pedagang sembako di pasar Pagesangan. Serta penulis dapat mengimplementasikan pengetahuan yang didapatkan selama perkuliahan dalam bagaimana persaingan usaha yang baik dan benar sesuai perspektif etika bisnis Islam.

b. Bagi Pedagang Sembako di Pasar Pagesangan Jambangan Surabaya

Penilitian ini diharapkan dapat menambah literasi bagi para pedagang khususnya pelaku pedagang sembako yang ada di pasar Pagesangan bahwa dalam melakukan persaingan usaha tetap mengedepankan prinsip-prinsip etika atau akhlak yang telah diajarkan oleh Rasulullah atau mengutamakan persaingan usaha yang sehat.

c. Bagi Pembaca

Penilitian ini dapat menambah wawasan mengenai persaingan usaha yang baik dan benar sesuai ajaran Rasulullah. Dan dapat dijadikan sebagai bahan refrensi bagi peniliti selanjutnya.

G. Definisi Operasional

Dalam penilitian ini terdapat beberapa variabel yang terbagi menjadi beberapa indikator pembahasan. Guna menghindari kekeliruan pembaca dalam memahami penilitian ini, maka peniliti menjelaskan beberapa istilah pokok yang menjadi bahasan dalam melakukan sebuah penilitian ini, antara lain:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Persaingan Usaha

Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* berarti persaingan atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan berlomba untuk mencapai tujuan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.[17] Dengan demikian, persaingan usaha merupakan rivalitas yang terjadi di antara pelaku usaha yang bertujuan memperoleh konsumen dengan cara menawarkan barang, harga maupun jasa yang berkualitas terbaik untuk memenangkan pangsa pasar dan memperoleh keuntungan.

2. Pedagang Sembako

Orang yang melakukan aktivitas perdagangan dengan memperjual belikan kebutuhan manusia berupa bahan pokok yang dikenal dengan sembilan bahan pokok biasa disingkat sembako untuk memperoleh keuntungan dengan menjual produk komoditas langsung kepada konsumen secara sedikit demi sedikit atau satuan (eceran) dalam sebuah toko atau warung. Menurut keputusan Menteri Perindustri dan Perdagangan No.115/MPP/Kep/2/1998 pada tanggal 27 Februari 1998 disingkat "kepmenperindag 115/1998", adapun kesembilan bahan pokok yang diperjual belikan oleh pedagang sembako diantaranya beras, sagu, dan jagung, gula pasir, minyak goreng dan mentega, daging sapi dan ayam,

[17] Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* , (Jakarta: Erlangga, 2005), 86

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

telur ayam, susu, sayur-sayuran dan buah-buahan, minyak tanah atau gas elpiji, garam beryodium.[18]

3. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan pemikiran tentang peraturan mana yang baik dan buruk atas segala kegiatan perdagangan atau bisnis yang berpedoman pada Al-Quran dan Hadits. Etika bisnis Islam menyangkut norma dan tuntunan atau ajaran yang menyangkut sistem kehidupan individu dan atau institusi masyarakat dalam menjalankan kegiatan usaha atau bisnis, dimana selalu mengikuti aturan yang ditetapkan dalam Islam.[19]

Maka dalam kegiatan bisnis tidak semata-mata berdasarkan keuntungan materil semata namun juga tanggung jawab pribadi dan sosial dihadapan masyarakat, negara dan Allah SWT agar memperoleh ridho Allah SWT.

4. Pasar Tradisional

Pengertian pasar yaitu tempat bertemunya penjual (produsen) dan pembeli (konsumen) bertemu secara langsung untuk melakukan transaksi jual beli produk baik barang maupun jasa dan biasanya terdapat proses tawar menawar. Bangunan pasar tradisional pada umumnya terdiri dari kios-kios, los dan dasaran terbuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Kebanyakan pedagang yang ada di pasar tradisional menjual kebutuhan sehari-hari seperti menjual sembako, sayur-sayuran, daging konsumsi

[18] Abd Adim, "Analisis Praktik Penjualan Para Pedagang Sembako Muslim Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Pasar Tradisional Ambarketawang Kabupaten Sleman" (Skripsi – Universitas Alma Ata Yogyakarta, 2019), 29.
[19] Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 30.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seperti daging ayam dan sapi, pakaian, perabotan, buah, jasa, dan lain lain.[20]

H. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu kegiatan ilmiah yang terencana, terstruktur, sistematis, dan memiliki tujuan tertentu baik praktis maupun teoritis. Disebut "kegiatan ilmiah", karena penelitian termasuk aspek ilmu pengetahuan dan teori. Dan disebut "terencana", karena penelitian dilakukan dan direncanakan dengan mempertimbangkan waktu, dana, dan aksebilitas terhadap tempat dan data.[21]

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penilitian ini yaitu pendekatan penilitian secara kualitatif dengan menggunakan penelitian lapangan (*field research*) untuk memperoleh data yang konkrit mengenai persaingan usaha pedagang sembako di pasar Pagesangan Kecamatan Jambangan Surabaya perspektif etika bisnis Islam. Metode kualitatif adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode observasi partisipasi, yang dimana peneliti terlibat sepenuhnya dalam kegiatan informan yang menjadi subjek penelitian dan sumber informasi dari sebuah penelitian.[22]

Dalam penelitian ini bersifat deskriptif yaitu dimana peneliti menggambarkan suatu keadaan sebenarnya. Yang mana diketahui dari kegiatan

---

[20] Siti Fatimah Nurhayati, "Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Musyawarah Untuk Mufakat", *Jurnal Ekonomi*, Vol.18, No.1, (2014), 49.
[21] Conny R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010), 5.
[22] Elvinaro Ardianto, *Metodologi penelitian untuk public relations, kualitatif dan kuantitatif*, (Bandung : Simbiosa Rekatama Media, 2010), 58.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

observasi yang dilakukan oleh peniliti di lapangan. Sehingga dalam kegiatan penilitian ini peran peniliti menjadi instrument kunci dari sebuah penelitian.[23]

1. Data yang dikumpulkan

   a. Data Primer

      Data primer merupakan data yang didapat secara langsung dari sumber utamanya.[24] Data primer yang dikumpulkan dari pengelola pasar dalam penelitian ini meliputi data mengenai gambaran umum dan sejarah singkat pasar tradisional Pagesangan, data jumlah pedagang, dan beberapa data gambaran umum pasar Pagesangan lainnya. Terdapat juga data yang didapatkan dari informan pedagang sembako antara lain seperti data karakterisktik pedagang sembako serta data bentuk persaingan usaha yang dilakukan pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan.

   b. Data Sekunder

      Data Sekunder adalah data yang didapat secara tidak langsung dari subyek penelitian atau diperoleh dari pihak lain.[25] Data sekunder merupakan data pendukung atau data pelengkap dari data primer. Data sekunder dalam penelitian ini adalah yang berkaitan mengenai tema penelitian yang diangkat seperti buku, skripsi, jurnal, internet, atau catatan dari berbagai literatur lain yang relevan dengan pembahasan

[23] Richa Angkita Mulyawisdawati, "Implementasi Etika Bisnis Islam…, 157.
[24] Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2001), 122.
[25] Ibid., 124.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian sebagai refrensi dalam memahami metodologi penelitian, etika bisnis Islam, persaingan usaha, dan pasar tradisional.

2. Sumber Data

Dalam suatu penelitian diperlukan sumber data untuk memperoleh data guna menunjang sempurnanya sebuah penelitian. Dalam penelitian ini terdapat sumber data yang terdiri dari sumber primer dan sekunder. Adapun sumber data yang dikumpulkan sebagai berikut:

a. Sumber Primer

Sumber primer adalah sumber yang didapatkan secara langsung dari informan di lapangan sesuai dengan permasalahan yang berkaitan dengan topik penelitian.[26] Sumber primer dalam penilitian ini didapatkan melalui teknik pengumpulan data wawancara yang dilakukan peneliti untuk ditanyakan kepada responden. Adapun informan dalam penelitian ini adalah 10 dari 40 pedagang sembako yang telah menetap berjualan di pasar tradisional Pagesangan dan diharapkan dapat merepresentasikan bentuk persaingan usaha pedagang sembako yang terjadi di pasar Pagesangan, kemudian terdapat 2 informan dari pengelola pasar tradisional Pagesangan dalam mendapatkan informasi mengenai gambaran umum pasar, dan 5 informan pembeli/konsumen pasar Pagesangan untuk mendapatkan informasi konkret mengenai sikap/perilaku pedagang sembako di pasar Pagesangan dalam menghadapi persaingan usaha.

[26] Ira Puspitasari, "Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Leuwiliang)", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Vol.3, No.1 (2019), 5.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 1.1

Daftar Nama Informan

No	Nama	Keterangan
1	Bambang Sugeng	Dewan Pengawas Pasar
2	Sidik Yupriadi	Ketua Umum Pengelola Pasar
3	Subkhan	Pedagang sembako
4	Heriah	Pedagang sembako
5	Yati	Pedagang sembako
6	Sulyati	Pedagang sembako
7	Suwandi	Pedagang sembako
8	Sahari	Pedagang sembako
9	Sari	Pedagang sembako
10	Lisa	Pedagang sembako
11	Ningsih	Pedagang sembako
12	Utami	Pedagang sembako
13	Umi	Pembeli / Konsumen
14	Siti Sholikah	Pembeli / Konsumen
15	Sutini	Pembeli / Konsumen
16	Gayatri	Pembeli / Konsumen
17	Giani	Pembeli / Konsumen

b. Sumber Sekunder

Sumber sekunder adalah sumber yang didapatkan secara tidak langsung dalam hal ini dari pihak lain.[27] Sumber sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi pustaka yang berkaitan dengan topik penelitian guna mendukung penulisan penelitian. Sumber data diperoleh dari literatur-literatur kepustakaan, buku, jurnal, skripsi, internet, dan berbagai literatur lain yang relevan dengan penelitian ini.

[27] Ibid., 5

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik-teknik pengumpulan data yang terdiri dari tiga cara sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati atau meninjau secara cermat untuk mengetahui kondisi yang terjadi dilapangan secara langsung guna dapat membuktikan kebenaran dari sebuah topik yang akan diteliti.[28] Dalam peneilitian ini observasi dilakukan dengan mengamati bagaimana bentuk persaingan usaha pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan Surabaya yang kemudian dihubungkan dengan persaingan usaha dalam perspektif etika bisnis Islam.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik mengumpulkan informasi dengan melakukan sesi tanya jawab secara verbal atau lisan.[29] Teknik pengumpulan data wawancara dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan langsung kepada subjek terkait yang akan diteliti untuk mendapatkan informasi sebagai kebutuhan dalam melakukan sebuah penelitian. Dalam hal ini peneliti memperoleh data dari hasil wawancara melalui informan pedagang sembako dan pengelola pasar tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan Surabaya. Pada saat

[28] Hasyim Hasanah, "Teknik-Teknik Observasi", *Jurnal at-Taqaddum*, Vol 8 No. 1, 2016, Hal 26.
[29] Suwartono, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), h. 48.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melakukan wawancara peneliti juga melakukan perekaman untuk memvalidasi data.

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data secara dokumentasi merupakan pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen berupa data, arsip serta gambar maupun dalam bentuk lainnya. Teknik pengumpulan data dokumentasi ini sebagai pelengkap dari penggunaan metode pengumpulan data observasi dan wawancara dalam penilitian kualitatif. Pada penelitian ini, peniliti akan mengambil dokumentasi dalam bentuk foto yang digunakan sebagai data tambahan untuk memperkuat dalam teknik pengumpulan data.

4. Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul kemudian dikelola menggunakan tahapan-tahapan teknik pengelolahan data sebagai berikut:

a. *Editing*

Editing merupakan pemeriksaan kembali untuk semua data baik dari observasi maupun wawancara yang sudah diperoleh baik dari segi kelengkapannya, kejelasan makna, keselarasan antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian.[30] Dalam hal ini, peneliti akan mengambil data yang berkaitan dengan persaingan usaha pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan Surabaya perspektif etika binis Islam.

[30] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 243

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. *Organizing*

Organizing yaitu penyusunan ulang data yang sudah diperoleh dari teknik pengumpulan data yang diperlukan dalam kerangka paparan yang telah direncanakan dengan rumusan masalah secara sistematis. [31] Didalam penelitian ini, peniliti melakukan pengelompokkan data yang didapatkan dari pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan Surabaya yang akan dianalisis dengan cara memilih data untuk menjawab rumusan masalah. Dan diharapkan dapat memudahkan peniliti dalam melakukan analisis data.

c. *Analizing*

Teknik pengelolaan data *Analizing* merupakan proses analisis data yang didapat dari sebuah penelitian guna memperoleh sebuah kesimpulan mengenai fakta-fakta yang ditemukan yang dimana pada akhirnya merupakan sebuah jawaban dan rumusan masalah.[32] Dalam penelitian ini, setelah semua sumber data terkelompokkan maka langkah selanjutnya adalah data tersebut kemudian dianalisis untuk menghasilkan temuan dan menjawab rumusan masalah yang ada.

5. Teknik Analisis Data

Setelah mendapatkan data yang diperoleh, maka langkah selanjutnya yaitu menganalisis menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif. Analisis kualitatif deskriptif merupakan analisis yang menghasilkan data

[31] Ibid., 245
[32] Ibid., 246

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

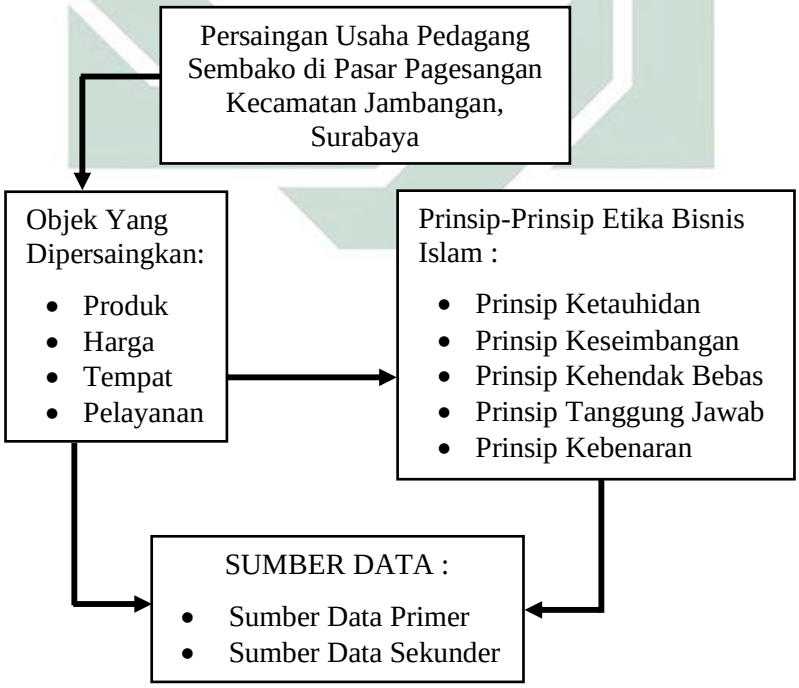
yang mendeskripsikan secara mendetail tentang situasi, kegiatan, atau peristiwa yang menyangkut objek yang kita teliti.[33]

Analisis kualitatif deskriptif merupakan analisis data yang diperoleh dari hasil dokumentasi, observasi dan wawancara yang berisikan jawaban dari informan saat melakukan wawancara secara lisan. Data yang sudah terkumpul kemudian dianalisis secara kualitatif deskriptif. Tujuan penulis dalam menggunakan teknik analisis data ini bertujuan agar memperoleh suatu gambaran dalam memahami bagaimana bentuk persaingan usaha pada pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan Surabaya perspektif etika bisnis Islam.

6. Kerangka Konseptual

Gambar 1.1

Kerangka Konseptual



[33] A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2014), 331.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika Pembahasan memuat uraian dalam bentuk *essay* yang memberikan gambaran mengenai alur logis dari struktur bahasan skripsi.[34] Agar lebih mudah untuk dipahami, maka disusun tahapan-tahapan penelitian pada skripsi, yang meliputi:

Bab I Pendahuluan, dalam bab ini memuat antara lain latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II Persaingan Usaha Perspektif Etika Bisnis Islam, dalam bab ini menjelaskan mengenai kajian teori dari persaingan usaha dan etika bisnis Islam dari beberapa literatur yang digunakan sebagai bahan untuk menganalisis data penilitian serta mencakup teori mengenai pasar tradisional yang dimana hal ini juga berkaitan dengan objek pembahasan dalam penelitian.

Bab III Persaingan Usaha Pedagang Sembako di Pasar Tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan Surabaya, pada bab ini memuat deskripsi data penelitian yang berkaitan mengenai variabel yang diteliti, dalam hal ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan hasil wawancara yang dilakukan dari beberapa informan di lapangan untuk mendapatkan data dan informasi mengenai gambaran umum pasar, persaingan usaha pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, dan etika bisnis Islam terhadap praktik persaingan usaha pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan.

[34] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 9.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bab IV Persaingan Usaha Pedagang Sembako Perspektif Etika Bisnis Islam di Pasar Tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan Surabaya, dalam bab ini memuat analisis data dari hasil penelitian, antara lain: persaingan usaha pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan dan analisis etika bisnis Islam terhadap praktik persaingan usaha pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan serta sekaligus menjawab dari rumusan masalah.

Bab V Penutup, merupakan bagian akhir dari penilitian ini. Dalam bab ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan beserta saran-saran yang baik bagi para pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan dalam menjalankan aktivitas perdagangan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

PERSAINGAN USAHA PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

A. Persaingan Usaha

1. Pengertian Persaingan Usaha

Persaingan usaha (bisnis) merupakan suatu istilah yang kerap kali mucul dalam berbagai literatur yang menjelaskan mengenai aspek hukum persaingan bisnis. Kata persaingan berasal dari Bahasa inggris yaitu *competition* yang memiliki arti persaingan atau suatu kegiatan bersaing, kompetisi, pertandingan. Persaingan adalah proses sosial yang melibatkan suatu seseorang atau kelompok sosial yang saling berlomba atau bersaing untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.[35]

Secara umum, persaingan usaha adalah rivalitas yang terjadi antara pelaku usaha yang secara independen dalam berupaya mendapatkan konsumen dengan cara menawarkan harga yang jauh lebih baik dan dengan kualitas barang dan jasa yang baik pula untuk dapat memenangkan pangsa pasar serta memperoleh keuntungan.

Dalam keberadaan persaingan usaha memiliki prinsip yang bertujuan untuk mengusahakan terbentuknya suatu persaingan usaha yang baik dan sehat serta dapat mendorong para pelaku usaha melakukan efisiensi agar dapat bersaing secara wajar dengan para pesaing lainnya. Hal ini sudah

[35] Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2005), 86.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dijelaskan dalam UU No.5 Tahun 1999 Pasal 3 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat adalah untuk :

a. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat;
b. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha kecil;
c. Mencegah praktek monopoli dana tau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha; dan
d. Terciptanya efektifitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.[36]

2. Persaingan Usaha Dalam Islam

Dalam pandangan Islam strategi bersaing atau persaingan dibolehkan dengan kriteria bersaing secara baik. Sebagaimana dijelaskan firman Allah dalam al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 148 tentang anjuran berlomba dalam kebaikan:

وَلِكُلٍّ وِجۡهَةٌ هُوَ مُوَلِّيهَاۖ فَٱسۡتَبِقُواْ ٱلۡخَيۡرَٰتِۚ أَيۡنَ مَا تَكُونُواْ يَأۡتِ بِكُمُ ٱللَّهُ جَمِيعًاۚ إِنَّ ٱللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيۡءٖ قَدِيرٞ ١٤٨

Artinya: "Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu (dalam berbuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan

[36] Supianto, "Pendekatan Per se Illegl dan Rule of Reason dalam Hukum Persaingan Usaha di Indonesia" *Jurnal Rechtens*, Vol.2, No.1, (2013), 48-49.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu." (QS. al-Baqarah: 148)[37]

Di dalam kandungan ayat tersebut dijelaskan bahwa dalam persaingan dengan tujuan untuk melakukan kebaikan itu diperbolehkan, selama dalam persaingan tersebut tidak menyimpang dari prinsip syariah. Seperti yang diajarkan oleh Rasulullah Saw, terdapat beberapa perilaku Rasulullah Saw yang harus diamalkan oleh ummatnya dalam melakukan usaha/bisnis diantaranya, ketika melakukan aktivitas berdagangan Rasul tidak pernah sesekali melakukan usaha yang dapat membuat usaha orang lain hancur, yang beliau lakukan dalam berdagang yaitu memberikan pelayanan terbaik dan senantiasa bersikap jujur dalam menjelaskan spesifikasi barang yang akan dijual, termasuk jika ada kecacatan pada barang dagangan.

Rasulullah dalam berusaha selalu meyakini sebagai ibadah, dengan keyakinan bahwa apapun yang dikerjakan hanya semata-mata melakukan ibadah dan berusaha keras sebaik mungkin dengan penuh tawakkal mengharapkan ridha-Nya, maka semangat akan timbul dari dalam diri sendiri dalam menjalankannya. Allah menyerukan setiap manusia untuk bekerja dengan sungguh-sungguh agar lebih memahami dan menghargai waktu dengan aktifitas yang bernilai ibadah.[38]

Dalam hal ini, seorang muslim akan senantiasa memandang berbisnis adalah hanya untuk melaksanakan perintah Allah dalam mencari karunia-

[37] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*…, 23.
[38] Didi Sukardi, Slamet Firdaus, dkk, "Analisis Hukum Islam Terhadap Persaingan Usaha Home Indutri Tape Ketan Cibeureum", *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, Vol.3, No.2 (2018), 191.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Nya. Dengan demikian, yang dikatakan persaingan adalah berlomba-lomba menjadi yang terbaik. Terbaik di hadapan Allah yang diraih dengan kerja keras sekuat tenaga dengan senantiasa menaati semua aturan-Nya dalam aktivitas berbisnis, sedangkan terbaik di hadapan manusia dapat ditunjukkan dengan berupaya menjalankan bisnis dengan memberikan produk yang berkualitas dan terjamin, harga bersaing, serta pelayanan yang sebaik-baiknya.

Dalam ajaran Islam, setiap umat muslim yang melakukan aktivitas bisnis maka dianjurkan untuk selalu mengedepankan sikap kejujuran, keterbukaan, adil, dan melakukan persaingan usaha yang sehat dalam berdagang. Dan uraiannya adalah sebagai berikut:

a. Melakukan persaingan yang sehat

Dalam melakukan persaingan yang sehat, baik itu dalam bentuk tidak diperbolehkan menawar barang yang sudah ditawar orang lain, maupun tidak diperkenankan membeli barang dagangan yang dari kampung yang masih belum mengetahui harga pasar, juga tidak diperkenankan berpura-pura menawar barang dengan harga yang tinggi dengan tujuan mengelabui pembeli lain. Hal ini berpedoman pada firman Allah yang berbunyi:

وَلَا تَأْكُلُوٓاْ أَمْوَٰلَكُم بَيْنَكُم بِٱلْبَٰطِلِ وَتُدْلُواْ بِهَآ إِلَى ٱلْحُكَّامِ لِتَأْكُلُواْ فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَٰلِ ٱلنَّاسِ بِٱلْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ ١٨٨

Artinya: “Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui". (QS. Al-Baqarah: 188)[39]

b. Kejujuran

Yaitu seorang yang melakukan suatu usaha haruslah terbuka dan transparan dalam kegiatan jual belinya. Dengan mencerminkan sifat jujur, maka diharapkan orang lain akan menaruh kepercayaan lebih kepada kita dan tidak perlu ragu atau khawatir dalam berbisnis dengan kita. Tidak sedikit pula pebisnis yang berhasil karena senantiasa mengamalkan sifat kejujuran. Hal ini berpedoman pada al-Qur'an Surat al-Ahzab ayat 70, yang berbunyi:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱتَّقُواْ ٱللَّهَ وَقُولُواْ قَوۡلٗا سَدِيدٗا ٧٠

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar." (QS. al-Ahzab: 70)[40]

c. Keterbukaan

Salah satu kunci keberhasilan Rasulullah dalam berbisnis menjual barang-barang dagangan adalah selalu bersifat terbuka kepada setiap pembeli. Pada zaman sekarang ini, ketika antar manusia sulit sekali untuk saling percaya, apalagi masalah yang berkaitan dengan keuangan, maka setiap usaha yang ingin menjalin kerjasama dituntut untuk saling terbuka, dalam artian memiliki laporan keuangan yang

[39] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya…*, 29.
[40] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya…*, 427.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jelas dan terperinci atas setiap usaha yang dijalaninya dimana dalam laporan tersebut bisa diaudit oleh beberapa pihak yang terkait.

d. Keadilan

Keadilan yang dimaksud dalam kegiatan berdagang adalah bersifat adil dengan cara tidak menambah dan mengurangi berat atau takaran timbangan dalam melakukan kegiatan jual beli. Sebagaimana firman Allah Swt pada al-Quran surat al-Isra ayat 35 yang berbunyi:

وَأَوۡفُواْ ٱلۡكَيۡلَ إِذَا كِلۡتُمۡ وَزِنُواْ بِٱلۡقِسۡطَاسِ ٱلۡمُسۡتَقِيمِۚ ذَٰلِكَ خَيۡرٞ وَأَحۡسَنُ تَأۡوِيلٗا ٣٥

Artinya: "Dan sempurnakanlah takaran ketika kamu menakar dan timbanglah dengan neraca yang benar." (QS. al-Isra: 35)[41]

Bisnis yang adil adalah hukumnya wajib, bahkan hal ini juga termasuk di antara nilai-nilai Islam yang diajarkan oleh Rasulullah dalam segala aspek ekonomi begitu pula sebaliknya. Allah sangat melarang segala sesuatu perbuatan yang menuju kedzaliman dan mengandung penipuan, serta menghalalkan segala cara hanya untuk dapat memenangkan persaingan dan mendapat keuntungan.[42]

3. Unsur-Unsur Persaingan Usaha

Islam sebagai sebuah aturan hidup yang khas, telah memberikan aturan-aturan yang rinci dengan upaya untuk terhindar dari munculnya

[41] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*..., 285.
[42] Abdul Latif, "Etika Persaingan Dalam Usaha Menurut Pandangan Islam", *Islamic Economic Journal*, Vol.3, No.2, (2017), 164-166.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

suatu permasalahan akibat praktik persaingan yang tidak sehat. Tiga unsur yang perlu dicermati dalam persaingan bisnis adalah:[43]

a. Pihak-pihak yang bersaing

Bagi setiap muslim, kegiatan bisnis yang dijalankan merupakan bentuk dalam rangka mendapatkan dan mengembangkan harta yang telah dimilikinya. Harta yang diperolehnya merupakan rezeki yang telah diberikah oleh Allah Swt. Tugas seorang pedagang muslim adalah melakukan kegiatan jual beli sebaik-baiknya yang telah diajarkan oleh Rasulullah. Tidak ada anggapan bahwasannya rezeki yang diberikan oleh Allah akan diambil oleh orang lain. Karena Allah sudah mengatur hak masing-masing sesuai hasil usahanya.

Keyakinan inilah yang bisa menjadikan landasan umat muslim dalam mengamalkan sikap tawakal atau berserah diri kepada Allah setelah manusia berusaha sekuat tenaga dan melakukan yang terbaik dalam bekerja. Islam juga memerintahkan kepada setiap umatnya senantiasa berkompetisi dalam berbuat kebaikan seperti yang sudah dicontohkan Rasulullah dalam berdagang yang baik, dengan adanya landasan ini, maka persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha yang dapat menjatuhkan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk dapat memberikan suatu yang terbaik bagi setiap usaha bisnis yang akan dijalankannya.

[43] M. Ismail Yusanto, M. Karebet Widjajakusuma, "*Menggagas Bisnis Islami*", (Jakarta: Gema Insani, 2008), 92.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Segi cara bersaing

Berbisnis merupakan bagian dari muamalah. Karenanya, bisnis juga tidak terlepas dari hukum-hukum yang mengatur muamalah. Dalam berbisnis setiap orang pasti akan berhubungan dengan pihak-pihak lain seperti rekan bisnis dan pesaing lainnya. Karenanya, banyak persaingan bebas yang menghalalkan segala cara dalam berbisnis dan hanya mementingkan keuntungannya sendiri. Hal inilah yang harus dihilangkan bagi para pelaku bisnis yang dimana bertolak belakang dengan prinsip-prinsip muamalah.

Rasulullah Saw telah mencontohkan bagaimana cara bersaing yang baik. Ketika melakukan kegiatan berdagang, Rasulullah tidak pernah melakukan usaha yang bertujuan untuk menjatuhkan usaha pesaingnya. Meskipun seperti itu, bukan berarti Rasul berdagang seadanya tanpa harus perlu memperhatikan daya saingannya, yang Rasul lakukan dalam berdagang adalah memberikan pelayanan yang terbaik dengan cara bersikap jujur dalam menyebutkan spesifikasi produk yang berkualitas tidak terkecuali jika terdapat kecacatan barang dagangannya dan tidak menghalakan segala cara. Secara tidak langsung, hal semacam itu jika dilakukan ternyata justru dapat meningkatkan kualitas penjualan serta dapat menarik minat para pembeli tanpa harus mematikan pesaing lainnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Objek yang dipersaingkan

Adapun keunggulan yang digunakan untuk meningkatkan daya saing yaitu antara lain sebagai berikut:[44]

1) Produk yakni produk usaha yang dipersaingkan baik barang dan jasa harus halal. Spesifikasi produk harus sesuai dengan apa yang diharapkan oleh para konsumen guna menghindari terjadinya penipuan, kualitas produk yang terjamin serta berdaya saing.
2) Harga yakni apabila ingin memenangkan persaingan, harga haruslah kompetitif tanpa perlu melakukan banting harga dengan tujuan menjatuhkan pesaing lainnya.
3) Tempat yakni dalam melakukan kegiatan usaha tempat yang digunakan haruslah baik, bersih, sehat dan nyaman serta harus dihindarkan dari segala hal yang diharamkan seperti barang yang dianggap sakti untuk dapat menarik minat konsumen.
4) Pelayanan yakni melakukan pelayanan yang terbaik dan optimal tanpa membedakan Suku, Ras, Golongan dan Agama. Pelayanan yang ramah, sopan, senyum, sabar yang bisa membuat konsumen senang dalam membeli, tetapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat.

4. Macam-macam Persaingan

Ditinjau dari modelnya, terdapat dua macam persaingan usaha yaitu persaingan usaha sehat yang berarti persaingan yang sesuai dengan agama

[44] Ibid., 93-94

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan dibolehkan oleh hukum, dan persaingan usaha tidak sehat yang tidak sesuai dengan agama dan dilarang oleh hukum.

a. Persaingan usaha sehat

Persaingan usaha sehat merupakan persaingan yang terjadi antar sesama pelaku usaha dalam melaksanakan kegiatan produksi barang maupun jasa dengan selalu bersikap jujur serta tidak menentang hukum yang berlaku. Persaingan usaha yang sehat merupakan struktur pasar atau industri dimana terdapat banyak penjual dan pembeli, dan setiap penjual maupun pembeli tidak mempengaruhi keadaan di pasar. Persaingan usaha yang sehat akan menciptakan pengusaha yang tangguh dan terpercaya di dalam menghadapi iklim ekonomi global.[45]

b. Persaingan usaha tidak sehat

Persaingan usaha tidak sehat merupakan persaingan usaha dalam kegiatan produksinya dan pemasaran barang atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak baik atau tidak jujur dan melawan hukum sehingga menghambat persaingan usaha. Pelanggaran yang terjadi biasanya berupa manipulasi ukuran, takaran, harga, kualitas produk, dan merk yang ada hubungannya dengan transaksi perdagangan yang terjadi.[46]

Dengan adanya persaingan usaha maka jangan menjadikan itu sebagai ancaman, dimana harus memenangkan bahkan dengan cara menjatuhkan pesaing lainnya, tetapi justru sebaliknya dengan adanya persaingan kita senantiasa mempunyai rasa bersaing dan sebagai titik

[45] Didi Sukardi, Slamet Firdaus, dkk, "Analisis Hukum Islam Terhadap…, 193.
[46] Ibid., 194

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

acuan untuk dapat terus termotivasi melakukan yang terbaik dalam melakukan kegiatan usaha.

B. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis

Etika berasal dari kata Yunani yaitu "*ethos*" yang memiliki arti adat istiadat atau kebiasaan. Sinonimnya adalah moral yang berasal dari bahasa yang sama "*mores*" yang berarti kebiasaan dan dalam bahasa arabnya "*akhlaq*" yang artinya budi pekerti, yang kemudian diadopsi menjadi bahasa Indonesia yaitu "akhlak" tolak ukurnya adalah al-Qur'an dan Hadits. Namun dalam al-Qur'an yang paling dekat berhubungan dengan istilah etika adalah "*khuluq*" artinya budi pekerti.[47]

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ ٤

Artinya: "Dan sesungguhnya engkau (Muhammad) benar-benar berbudi pekerti yang agung." (QS. al-Qalam: 4)[48]

Etika adalah bagian dari filsafat yang dimana membahas secara rasional dan kritis mengenai nilai-nilai dan moralitas. Etika merupakan ilmu yang mempelajari tentang nilai baik, buruk, benar dan salah dan pilihan moral yang dilakukan setiap seseorang. Etika adalah bidang ilmu yang berperan dalam menentukan apa yang seharusnya dikerjakan dan apa yang tidak boleh dikerjakan bagi setiap individu.[49]

---

[47] Erly Juliyani, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam" *Jurnal Ummul* Qura..., 63.
[48] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*..., 564.
[49] Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2004), 38

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam pengertian ini, etika berkaitan dengan kebiasaan atau tentang tingkah laku manusia yang baik, dalam hal ini baik kepada diri seseorang maupun baik kepada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat yang diwariskan dari satu orang ke orang lain. Dengan demikian, sebagaimana halnya moralitas, etika berisi nilai dan norma-norma konkret yang menjadi kompas dan pegangan hidup manusia dalam seluruh kehidupannya. Tolak ukur etika adalah akal dan pikiran. Di dalamnya memiliki perintah dan larangan yang bersifat konkret, dan karena itu akan lebih mengikat setiap individu manusia.[50]

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa etika adalah suatu hal yang dilakukan secara baik dan benar, tidak melakukan tindakan yang membawa keburukan, melakukan hak dan kewajiban sesuai dengan moral serta menjalankan segala perbuatan dengan penuh rasa tanggung jawab. Sedangkan dalam Islam, etika merupakan akhlak yang baik bagi setiap diri seorang muslim dalam melakukan kegiatan termasuk dalam menjalankan aktivitas bisnis.

Bisnis diambil dari bahasa Inggris yaitu kata "*Bussiness*" yang berarti kesibukan. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial dalam dunia perdagangan dan bidang usaha. Kata bisnis dalam al-Qur'an biasanya yang digunakan adalah *al-tijarah, al-bai'*. Namun yang seringkali digunakan yaitu *al-tijarah* yang

[50] Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 14-15.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memiliki makna berdagang atau berniaga yang berarti pengelolaan harta benda untuk mencari sebuah keuntungan.[51]

Bisnis adalah salah satu aspek yang tidak dapat dilepaskan dari kegiatan setiap diri manusia dalam berusaha memperoleh harta kekayaan untuk dapat mencukupi kebutuhan hidupnya. Bisnis merupakan kegiatan individu yang terorganisasi untuk dapat menghasilkan dan menjual barang maupun jasa dengan harapan memperoleh keuntungan dalam rangka memenuhi kebutuhan. Pada umumnya kegiatan bisnis terdapat di dalam masyarakat dan ada di dalam industri.

Bisnis merupakan sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, kontruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, jasa, dan pemerintah, yang bergerak dalam bidang membuat atau memasarkan barang maupun jasa kepada konsumen. Adapun sebutan untuk seseorang yang berusaha menggunakan uang sebagai modal serta waktunya dengan menanggung berbagai macam resiko, dalam melakukan kegiatan bisnis disebut dengan *entrepreneur*.[52]

Berdasarkan dari beberapa penjelasan mengenai etika dan bisnis di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengertian tentang etika bisnis adalah seperangkat nilai, tata cara dan aturan yang baik, buruk, benar dan salah dalam menjalankan aktivitas bisnis berlandaskan kepada prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis merupakan seperangkat prinsip dan norma yang dimana para pelaku bisnis harus mempunyai komitmen penuh

[51] Erly Juliyani, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam" *Jurnal Ummul* Qura..., 65.
[52] Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 20.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam melakukan segala kegiatan transaksi, berperilaku, dan berelasi agar bisnis yang dilakukan sesuai dengan koridor yang baik dan benar serta tercapainya tujuan berbisnis dengan selamat.

Munculnya wacana pemikiran etika bisnis, didorong oleh realitas bisnis yang dimana sering mengabaikan nilai-nilai moralitas. Seperti yang diketahui, bahwa pada umumnya para pelaku bisnis cenderung melakukan tabrakan kepentingan, dengan menghalalkan segala cara dalam memperoleh laba sebanyak-banyaknya yang dapat mengakibatkan pihak lain merasa dirugikan. Maka sangat penting sekali bagi pelaku bisnis dalam memahami kegunaan dari etika berbisnis yang dimana akan menumbuhkan masing-masing pihak merasa nyaman dan tenang, bukan malah saling mencurigai satu sama lain.[53]

2. Pengertian Etika Bisnis Islam

Islam menempatkan pasar sebagai tempat perniagaan yang sah, halal dan ideal. Meskipun di dalam pasar terdapat persaingan, pasar dalam Islam tetap ditumbuhi dengan nilai-nilai syariah seperti kejujuran, keterbukaan, keadilan, dan persaingan yang sehat. Di dalam persaingan yang sehat harus senantiasa menempatkan nilai dan moralitas Islam. Dalam ajaran Islam sangat menjunjung tinggi dalam kebebasan setiap individu, tetapi tetap dalam batasan nilai syariah supaya tidak mengarah pada suatu persaingan mematikan. Maka dari itu agama Islam mengajarkan untuk pentingnya melakukan praktik bisnis sesuai dengan norma-norma dan etika yang

[53] Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2004), 38

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diperbolehkan dalam Islam dengan tujuan kebahagian hidup baik dunia maupun akhirat.[54]

Menurut Muhammad Djakfar, etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan al-Qur'an dan Hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapa pun dalam menjalankan aktivitas bisnis.[55] Dalam hal ini etika bisnis dalam syari'at Islam merupakan akhlak dalam menjalankan aktivitas bisnis haruslah sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam, sehingga dalam menjalankan segala aktivitas bisnisnya tidak perlu lagi adanya kekhawatiran karena sudah diyakini bahwa sebagai sesuatu perilaku yang baik dan benar. [56]

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam merupakan landasan dalam menjalankan bisnis yang tidak bertentangan dengan ajaran yang terdapat dalam al-Qur'an dan Hadits dan membedakan antara mana yang benar dan salah serta mencegah dari perbuatan bathil seperti penipuan, kepalsuan/kecacatan barang, kecurangan, kejahatan, dan kemungkaran, serta mengharuskan bagi pelaku bisnis untuk senantiasa berhati-hati dalam melakukan tindakan dalam dunia bisnis yang dapat merugikan orang lain dan diri sendiri.[57] Allah Swt berfirman:

---

[54] Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 16.
[55] Ibid., 30.
[56] Richa Angkita Mulyawisdawati, "Implementasi Etika Bisnis Islam…, 151.
[57] M. Fahmul Iltiham, Danif, Penerapan Konsep Etika Bisnis Islam pada Manajemen Perhotelan di PT. Syari'ah Guest House Malang, *Jurnal Malia*, Vol.7, No.2, (2016), 4.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu." (QS. an-Nisa':29)[58]

Dan perilaku bisnis Islami tercermin dalam perilaku yang diajarkan oleh Nabi Muhammad Saw dalam menjalankan bisnisnya yang senantiasa memiliki motivasi dan perilaku Qur'an, perlunya berwawasan kedepan dan menekankan perlunya perencanaan, hal tersebut sebagaimana firman Allah yang berbunyi:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱتَّقُواْ ٱللَّهَ وَلۡتَنظُرۡ نَفۡسٞ مَّا قَدَّمَتۡ لِغَدٖۖ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۚ إِنَّ ٱللَّهَ خَبِيرُۢ بِمَا تَعۡمَلُونَ ١٨

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan." (QS. al-Hasyr:18)[59]

Dengan demikian, dalam pandangan etika bisnis Islam seorang pengusaha/pedagang bukan hanya sekedar mencari keuntungan, namun juga mengutamakan keberkahan dari usaha yang dijalaninya dalam mendapatkan keuntungan yang sewajarnya dan berhadap ridho oleh Allah

[58] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*..., 83.
[59] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*..., 548.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Swt. Dalam hal ini maka setiap seorang pedagang dalam melakukan aktivitas bisnisnya tidak hanya sebatas semata-mata mencari keuntungan materiil (bendawi) saja, melainkan yang terpenting adalah mencari keuntungan immateriil (spiritual). Maka dari itu, pada prinsipnya pengetahuan tentang etika bisnis Islam adalah hal mutlak yang harus dimiliki bagi setiap pengusaha/pedagang dalam menghadapi persaingan usaha yang dimana sekarang ini telah memasuki era globalisasi agar senantiasa menghindari diri dari segala perilaku atau tindakan yang dilarang oleh Allah Swt.[60]

3. Fungsi Etika Bisnis Islam

Adapun terdapat tiga fungsi khusus dari etika bisnis Islam antara lain sebagai berikut:

a. Etika bisnis memiliki peran dalam berupaya guna dapat menyerasikan dan menyelaraskan segala bentuk kepentingan dalam dunia bisnis.
b. Etika bisnis memiliki peran penting untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat mengenai bisnis, terutama bisnis yang Islami. Dan biasanya dengan cara memberikan suatu pemahaman dan sudut pandang baru dalam dunia bisnis dengan berlandaskan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas.
c. Etika bisnis terutama etika bisnis Islam berperan penting dalam memberikan solusi mengenai berbagai permasalahan bisnis modern ini yang semakin jauh dengan nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa

[60] Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 30.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bisnis yang baik haruslah merujuk pada kebenaran sesuai sumber utamanya yaitu al-Qur'an dan Sunnah.[61]

4. Aksioma Etika Bisnis Islam

Dilihat dari perspektif etika (akhlak) dalam Islam pada dasarnya setiap manusia dituntut untuk dapat berperilaku baik pada dirinya sendiri, kepada antar sesama manusia, dan lingkungan alam sekitarnya, serta yang terpenting kepada Allah Swt. Untuk bisa berbuat baik (*ihsan*) kepada semua aspek, manusia disamping diberi kebebasan (*free will*), hendaknya tetap memperhatikan keesaan Allah Swt (tauhid), keseimbangan dan keadilan. Di samping harus adanya tanggung jawab (*responsibility*) yang hendak diberikan di hadapan Allah Swt.[62] Lima konsep inilah yang disebut dengan aksioma dasar dalam pelaksanaan etika bisnis Islam yang akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Tauhid (*Kesatuan/Unity*)

Konsep ini dimaksudkan menekankan bahwa sumber utama dari etika Islam adalah kepercayaan total/sepenuhnya dan murni terhadap kesatuan (keesaan) Tuhan. Konsep tauhid merupakan dimensi vertikal yang berarti bahwa Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa atau tunggal yang telah menetapkan batasan-batasan tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk dapat memberikan kemanfaatan kepada setiap individu tanpa harus mengorbankan hak-hak individu lainnya.

[61] Ibid., 21.
[62] Erly Juliyani, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam" *Jurnal Ummul* Qura..., 66.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hubungan vertikal ini merupakan wujud penyerahan diri manusia secara penuh tanpa syarat di hadapan Allah Swt, dengan menjadikan keinginan, ambisi, serta perbuatannya taat pada perintah-Nya:[63]

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ١٦٢

Artinya: "Katakanlah: Sesungguhnya, sembahyangku, ibadahku, hidupku, dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan seru sekalian alam." (QS. al-An'am: 162)[64]

Dengan mengintegrasikan aspek religius dengan aspek-aspek kehidupan lainnya seperti ekonomi, maka manusia akan termotivasi kepada suatu keutuhan yang selaras, konsisten dalam dirinya, dan selalu merasa diawasi oleh Allah Swt. Pada konsep tauhid ini akan menimbulkan perasaan dalam setiap diri manusia bahwa akan selalu merasa direkam dalam menjalankan segala bentuk aktivitasnya termasuk dalam berbisnis, sehingga diharapkan tidak akan mudah menyimpang dari semua ketentuan-Nya serta sejalan dengan prinsip-prinsip dan nilai-nilai syariah yang telah ditetapkan oleh Allah Swt.[65] Sebagaimana firman Allah yang berbunyi:

وَهُوَ الْقَاهِرُ فَوْقَ عِبَادِهِ ۚ وَهُوَ الْحَكِيمُ الْخَبِيرُ ١٨

Artinya: "Dan Dia lah yang berkuasa atas hamba-hamba-Nya. Dan Dia lah Maha Bijaksana lagi Maha Mengetahui." (QS. An'am : 18)[66]

---

[63] Ibid., 67
[64] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*..., 150.
[65] Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 23.
[66] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*..., 129.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam penerapan konsep ini, maka diharapkan setiap seseorang pengusaha dalam melakukan segala aktivitas bisnisnya tidak akan bertindak tiga hal yaitu: pertama, tidak berbuat diskriminatif kepada pekerja, pemasok, pembeli atau siapapun pelaku usaha atas ras, warna kulit, suku, jenis kelamin, bahkan agama; kedua, tidak melakukan praktek bisnis yang kotor, agar pelaku senantiasa takut akan segala bentuk larangan Allah; ketiga, tidak menimbun kekayaan dengan keserakahan karena sadar akan semua harta di dunia ini hanya bersifat sementara dan tidak mencari kekayaan dengan cara apapun.[67]

b. Keseimbangan (Keadilan/*Equilibrium*)

Keseimbangan atau keadilan mencerminkan dimensi horizontal ajaran Islam yang berkaitan dengan seluruh harmoni alam semesta. Adil dalam Islam bahwa agar hak semua orang diperlakukan sama di mata Allah Swt, serta agar hak tersebut dapat di tempatkan sebagaimana mestinya sesuai dengan aturan syariah. Karena apabila dengan tidak terciptanya keseimbangan/keadilan sama halnya dengan terjadinya kedzaliman. Karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan. [68] Sebagaimana firman Allah Swt yang berbunyi:

[67] Dina Marista, "Analisis Persaingan Usaha di Pasar Kenali…, 57.
[68] M. Fahmul Iltiham, Danif, Penerapan Konsep Etika Bisnis Islam…, 5.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ كُونُواْ قَوَّٰمِينَ لِلَّهِ شُهَدَآءَ بِٱلۡقِسۡطِۖ وَلَا يَجۡرِمَنَّكُمۡ شَنَـَٔانُ قَوۡمٍ عَلَىٰٓ أَلَّا تَعۡدِلُواْۚ ٱعۡدِلُواْ هُوَ أَقۡرَبُ لِلتَّقۡوَىٰۖ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۚ إِنَّ ٱللَّهَ خَبِيرُۢ بِمَا تَعۡمَلُونَ ٨

Artinya: "hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah berkali-kali kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil itu lebih dekat dengan takwa." (QS. Al-Maidah: 8)[69]

Islam sangat mengharuskan setiap diri manusia untuk dapat senantiasa berperilaku adil, tak terkecuali pada pihak yang kurang disukai dalam melakukan aktivitas bisnis. Keadilan menuntut setiap diri manusia agar tidak boleh ada pihak yang merasa dirugikan hak serta kepentingannya. Islam sangat melarang untuk melakukan tindakan yang memiliki unsur penipuan walaupun hanya sekedar membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun.[70] Dan bahkan bersikap adil harus diprioritaskan dari kebajikan dalam dunia bisnis, perilaku adil yang paling mendasar dalam kegiatan perdagangan adalah setiap pengusaha muslim harus bersikap adil dalam hal menyempurnakan takaran bila menakar serta menimbang dengan neraca/timbangan yang baik dan benar. Dengan mencerminkan konsep keseimbangan berarti menyerukan kepada

[69] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*…, 108.
[70] Erly Juliyani, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam" *Jurnal Ummul* Qura…, 67.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

semua pengusaha muslim untuk senantiasa dapat melakukan segala tindakan yang menempatkan dirinya maupun orang lain untuk mendapatkan kesejahteraan duniawi serta keselamatan akhirat.[71]

c. Kehendak bebas (Ikhtiyar/*Free Will*)

Dalam pandangan Islam, seorang manusia memiliki kehendak bebas untuk dapat mengendalikan hidupnya sendiri pada saat Allah pertama kali menurunkannya ke bumi, namun kebebasan tersebut dibatasi oleh nilai-nilai Islam, manusia diberikan dalam kemampuan berfikir dan membuat keputusan, untuk memilih jalan hidup yang diinginkan, dan bertindak berdasarkan aturan apapun yang akan diambil. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa dalam situasi apapun manusia sepenuhnya dituntun oleh aturan dan prosedur yang didasarkan pada ketentuan Allah Swt dalam syariat-Nya yang telah dicontohkan melalui Rasulullah Saw.[72]

Dalam kegiatan bisnis, manusia memiliki kebebasan dalam membuat suatu perjanjian, termasuk menepati maupun mengingkari. Setiap seorang pengusaha muslim yang percaya akan kehendak Allah, akan memuliakan semua janji yang telah dibuatnya. Dalam nilai etika bisnis Islam kebebasan adalah salah satu bagian penting, kebebasan bagi setiap individu dan kolektif memiliki kebebasan penuh dalam melakukan aktivitas bisnis, selagi kebebasan itu tidak mendatangkan kerugian. Dalam kegiatan ekonomi, manusia bebas meng-

[71] Richa Angkita Mulyawisdawati, "Implementasi Etika Bisnis Islam…, 155.
[72] Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2004), 56.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

implementasikan kaidah-kaidah Islam karena masalah ekonomi termasuk aspek muamalah, pada dasarnya dalam muamalah segala sesuatu dibolehkan selagi tidak ada dalil yang melarangnya, yang tidak boleh dalam Islam adalah ketidakadilan dan riba. Tidak ada pula batasan pendapat bagi seorang untuk bekerja dan berkarya dengan segala potensi yang dimilikinya.[73]

Konsep Islam memahami bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan efektik bagi kehidupan perekonomian. Hal ini berlaku manakala tidak ada intervensi bagi pasar dari pihak manapun. Manusia memiliki kecenderungan untuk berkompetisi dalam segala hal, tak terkecuali kebebasan dalam melakukan kontrak di pasar. Pasar yang Islami harus dapat menjamin adanya kebebasan pada masuk keluarnya suatu komoditas di dalam pasar. Mekanisme pasar yang sehat yaitu menjamin adanya larangan persaingan tidak sehat seperti monopoli, kecurangan, dan praktik riba serta persamaan peluang antar pelaku bisnis dengan berusaha tanpa adanya keistimewaan pada pihak tertentu, serta tidak diperkenankan melakukan persaingan dengan cara-cara yang kotor yang dapat merugikan pihak lain.[74]

d. Tanggung jawab (*Responsibility*)

Merupakan suatu bentuk pertanggung jawaban atas setiap segala aktivitas yang dilakukan. Menurut Sayyid Qutub prinsip pertanggung jawaban Islam adalah pertanggung jawaban yang seimbang dalam

[73] Erly Juliyani, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam" *Jurnal Ummul* Qura…, 68.
[74] Richa Angkita Mulyawisdawati, "Implementasi Etika Bisnis Islam…, 156.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

segala hal dan ruang lingkupnya. Antara jiwa dan raga, antara orang dan keluarga, individu dan sosial, serta antara masyarakat satu dengan masyarakat lainnya. Secara logis, prinsip ini berkaitan erat dengan kehendak bebas, yang dimana menetapkan batasan mengenai kebebasan dalam segala hal yang dilakukan setiap manusia dengan bertanggungjawab atas apa yang telah dilakukannya.[75]

Dalam Islam sangat menekankan pada konsep tanggung jawab, meskipun bukan berarti mengabaikan kebebasan setiap individu, dalam artian bahwa yang dikehendaki ajaran Islam merupakan kehendak yang bertanggung jawab. Dalam hal ini maka, manusia senantiasa berani dalam mempertanggungjawabkan segala pilihannya tidak hanya di hadapan sesama manusia namun yang paling penting juga kelak di hadapan Allah Swt. Sesuai yang ada dalam al-Qur'an surat al-Muddassir ayat 38 yang berbunyi:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ ٣٨

Artinya: "Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukannya." (QS. al-Muddassir: 38)[76]

Dalam dunia bisnis, hal semacam itu sangat berlaku. Setelah manusia melakukan segala aktivitas bisnis dengan semua bentuk kebebasan, tidak berarti semua tujuan yang dikehendaki tersebut telah selesai dan tercapai, atau ketika sudah memperoleh keuntungan,

[75] Ahmad Syahrizal, "Etika Bisnis Perspektif Islam", *Jurnal Aktualita*, Vol.9, (2018), 113.
[76] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*…, 576.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

namun semua itu masih perlu adanya pertanggung jawaban atas setiap pebisnis lakukan, baik itu ketika menjalankan aktivitas bertransaksi, memproduksi barang, menjual barang, melakukan jual beli, serta melakukan perjanjian dan kegiatan bisnis lainnya.

Dalam prakteknya seorang pelaku usaha senantiasa memiliki rasa tanggung jawab mengenai produk yang hendak ditawarkannya, tak terkecuali jika terdapat kecacatan ataupun kekurangan dalam suatu produk tersebut. Pebisnis juga harus terhindar dari perilaku haram dan dzalim yang dapat merugikan pihak lain, serta senantiasa dekat dengan nilai-nilai halal karena hal tersebut adalah bentuk rasa tanggung jawab kita kepada Allah Swt.[77]

e. Kebenaran (Ihsan/*Benevolence*)

Kebenaran meliputi dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebenaran dalam hal ini merupakan niat, sikap, dan perilaku benar dalam menjalankan berbagai proses baik itu dalam proses transaksi, proses mencari atau memperoleh komoditas, proses saat melakukan pengembangan suatu produk maupun proses dalam hal menetapkan margin keuntungan.[78]

Kebajikan merupakan suatu perbuatan baik yang dilakukan untuk dapat memberikan kemanfaatan kepada diri sendiri dan orang lain, tanpa mengharuskan adanya kewajiban tertentu terhadap segala periaku tersebut atau dengan kata lain beribadah, dan berperilaku baik

[77] Erly Juliyani, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam" *Jurnal Ummul* Qura…, 69.
[78] Ahmad Syahrizal, "Etika Bisnis Perspektif Islam", *Jurnal Aktualita*, Vol.9, (2018), 114.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah bahwa Allah melihat dengan semua apa yang sedang kita perbuat.[79]

Dalam menjalankan bisnis, terdapat beberapa perbuatan yang dapat mendukung dalam melaksanakan aksioma ihsan dalam bisnis, yaitu kemurahan hati (*leniency*), motif pelayanan (*service motives*) yang optimal, kejujuran dalam memberikan suatu informasi suatu produk tanpa harus menyembunyikan kecacatannya, serta kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berhubungan dengan adanya pelaksanaan yang menjadi prioritas.

Selain hal tersebut, manusia diwajibkan untuk dapat mengenal dan meninjau dengan cermat mengenai skala prioritas dalam al-Qur'an, seperti lebih memilih dalam melakukan segala bentuk untuk mendapatkan pencapaian akhirat daripada duniawi saja, lebih memilih tindakan yang bermoral ketimbang tindakan yang tidak bermoral dan menjauhi haram dengan mendakati halal.[80] Dengan mencerminkan aksioma kebenaran ini, maka etika bisnis Islam dapat menjaga serta berperan penting meminimalisir terhadap kemungkinan terjadinya kerugian kepada beberapa pihak yang akan melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam berbisnis.

[79] Richa Angkita Mulyawisdawati, "Implementasi Etika Bisnis Islam…, 157.
[80] Erly Juliyani, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam" *Jurnal Ummul* Qura…, 70.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Persyaratan dalam upaya mendapatkan keberkahan atas nilai utama bagi pelaku bisnis perlu senantiasa memperhatikan beberapa prinsip etika yang telah ditentukan dalam Islam, antara lain yaitu:

a. Jujur dalam takaran (*quantity*)

Kepercayaan adalah sangat mendasar dalam melakukan kegiatan berbisnis. Dalam mewujudkan kepercayaan kepada konsumen, setiap pedagang dalam menjalankan bisnisnya harus bisa berbuat jujur atau adil, baik terhadap dirinya sendiri maupun terhadap orang lain. beberapa sikap kejujuran yang harus diterapkan dalam menjalankan bisnis antara lain seperti dalam praktik penggunaan timbangan yang tanpa harus membedakan antara kepentingan penjual dan pembeli. Sebagai contoh, penjual dilarang mencuri timbangan yang bisa merugikan pembeli, sekaligus berbuat tidak adil dan tidak jujur kepada pihak pembeli. Dengan menerapkan sikap jujur akan tercipta kepercayaan konsumen kepada penjual. Dalam hal ini sesuai firman Allah Swt yang berbunyi:

وَأَوْفُواْ ٱلْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُواْ بِٱلْقِسْطَاسِ ٱلْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ٣٥

Artinya: “Dan sempurnakanlah takaran ketika kamu menakar dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik baginya.” (QS. al-Isra: 35)[81]

[81] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur‘an dan Terjemahannya*..., 285.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Menjual barang mutu terbaik (*quality*)

Salah satu hal yang tidak diperbolehkan dalam menjalankan kegiatan bisnis adalah tidak adanya transparan dalam hak mutu, dalam artian mengabaikan tanggung jawab moral dalam kegiatan bisnis. Pada dasarnya tanggung jawab yang diharapkan adalah tanggung jawab yang berkeseimbangan antara mendapatkan keuntungan dan memenuhi norma-norma dasar masyarakat baik berupa hukum, maupun etika atau adat. Menutupi kecacatan mutu suatu barang sama halnya dengan berbuat curang dan bohong. Perilaku semacam ini akan dapat menghilangkan sumber keberkahan dan termasuk golongan orang-orang yang zalim. Sebagaimana fiman-yang berbunyi:

وَقَالَ مُوسَىٰ رَبِّيٓ أَعۡلَمُ بِمَن جَآءَ بِٱلۡهُدَىٰ مِنۡ عِندِهِۦ وَمَن تَكُونُ لَهُۥ عَٰقِبَةُ ٱلدَّارِۚ إِنَّهُۥ لَا يُفۡلِحُ ٱلظَّٰلِمُونَ ٣٧

Artinya: "Musa menjawab: Tuhanku lebih mengetahui orang yang (patut) membawa petunjuk dari sisi-Nya dan siapa yang akan mendapat kesudahan (yang baik) di negeri akhirat. Sesungguhnya tidaklah akan mendapat kemenangan orang-orang yang dalim." (QS. al-Qashash: 37)[82]

c. Dilarang menggunakan sumpah (*al-qasm*)

Seringkali ditemukan obral sumpah dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan para pedagang kelas bawah. Para pelaku bisnis terlalu mudah dalam menggunakan sumpah dengan tujuan untuk meyakinkan para pembeli bahwa menjual barang dagangannya

[82] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*..., 390.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan kualitas yang terbaik dengan harapan supaya pembeli tertarik untuk membelinya. Dalam ajaran Islam perilaku seperti itu tidak diperbolehkan karena akan menghilangkan keberkahan.

d. Longgar dan bermurah hati (*tatsamuh* dan *taraahum*)

Dalam melakukan kegiatan jual beli diharapkan para pedagang bersikap ramah tamah dan bermurah hati serta rendah hati kepada setiap pembeli. Dengan adanya sikap seperti ini, maka seorang penjual akan mendapatkan berkah dalam penjualan. Senyum dari seorang penjual terhadap pembeli merupakan wujud refleksi dari sikap ramah yang dapat menyejukkan hati sehingga para pembeli akan berminat dan merasa senang dan puas untuk membeli, serta bukan tidak mungkin akan menjadi pelanggan setia yang akan menguntungkan dalam pengembangan bisnisnya di kemudian hari. Sebaliknya, jika penjual bersikap tidak ramah atau kasar, pembeli akan melarikan diri dalam artian enggan kembali untuk membeli lagi. Dalam hubungan ini bisa direnungkan sebagaimana firman-Nya:

وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلْقَلْبِ لَٱنفَضُّوا۟ مِنْ حَوْلِكَ

Artinya: "Dan sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu." (QS. Ali 'Imran: 159)[83]

[83] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*..., 71.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Membangun hubungan baik (*al-rahym*)

Bisnis lebih merupakan suatu komitmen daripada sekedar transaksi. Karenanya, hubungan pribadi berperan penting dalam menjaga ikatan perasaan dan kemanusiaan yang perlu diyakini secara timbal balik bahwa hubungan bisnis tidak akan berakhir segera setelah hubungan bisnis selesai. Terpenting antara penjual dan pembeli tidak hanya mencari keuntungan saja, namun di balik itu terdapat nilai kebersamaan untuk saling menjaga kerjasama yang terbangun lewat silaturahmi. Karena dengan adanya silaturahmi jaringan yang bisa dibangun kian luas dan semakin banyak informasi yang diserap, serta dukungan yang diperoleh dari berbagai kalangan.

f. Tertib administrasi

Dalam dunia perdagangan sangat wajar jika terdapat praktik pinjam meminjam. Al-Qur'an mengajarkan pentingnya administrasi hutang piutang agar manusia dijauhkan dari kesalahan yang mungkin terjadi, sebagai firman Allah pada surat al-Baqarah ayat 282 yang berbunyi:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِذَا تَدَايَنتُم بِدَيۡنٍ إِلَىٰٓ أَجَلٖ مُّسَمّٗى فَٱكۡتُبُوهُۚ وَلۡيَكۡتُب
بَّيۡنَكُمۡ كَاتِبُۢ بِٱلۡعَدۡلِۚ وَلَا يَأۡبَ كَاتِبٌ أَن يَكۡتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ ٱللَّهُۚ
فَلۡيَكۡتُبۡ وَلۡيُمۡلِلِ ٱلَّذِي عَلَيۡهِ ٱلۡحَقُّ وَلۡيَتَّقِ ٱللَّهَ رَبَّهُۥ وَلَا يَبۡخَسۡ مِنۡهُ
شَيۡـٔٗاۚ

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, apabila kalian berhutang piutang dengan janji yang ditetapkan waktunya, hendaklah kalian tuliskan. Dan seorang penulis di antara kalian, hendaklah menuliskannya dengan jujur. Janganlah penulis itu enggan menuliskannya, sebagaimana yang diajarkan Allah kepadanya. Hendaklah dituliskannya! Orang yang berhutang itu hendaklah membacakannya (hutang yang akan dituliskannya), dan takutlah dia kepada Tuhannya dan janganlah mengurangkan hutangnya sedikitpun." (QS. al-Baqarah: 282)[84]

Kandungan ayat tersebut mengabsahkan asumsi kita bahwa dalam praktik administrasi niaga modern sekarang sebenarnya telah diajarkan dalam al-Qur'an 14 abad yang lalu. Intinya untuk mengajarkan bagi setiap pelaku bisnis agar bersikap jujur, dan dijauhkan dari penipuan serta kekhilafan yang bisa saja terjadi.

g. Menetapkan harga dengan transparan

Dalam menetapkan sebuah harga harus dilakukan dengan terbuka atau transparan dan wajar sangat dihormati dalam Islam supaya tidak terjerumus menuju praktik riba. Harga yang tidak terbuka akan dapat menimbulkan penipuan. Pada umumnya pelaku bisnis selain ingin mendapatkan keuntungan, haruslah menghormati hak pembeli dengan senantiasa bersikap toleran terhadap kepentingan setiap pembeli baik sebagai konsumen bebas maupun konsumen tetap.[85]

---

[84] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*…, 48.
[85] Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 34-41.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Pasar Tradisional

1. Pengertian Pasar Tradisional

Pasar dalam kamus besar bahasa Indonesia berarti tempat orang berjual beli.[86] Dalam artian luas pasar merupakan tempat atau kondisi yang mempertemukan antara penjual (penawaran) dan pembeli (permintaan) untuk segala jenis barang maupun jasa, serta sumber daya. Dalam hal ini pembeli dapat diartikan meliputi konsumen yang membutuhkan barang atau jasa, sedangkan bagi industri membutuhkan tenaga kerja, modal, serta bahan baku produksi dalam memproduksi barang dan jasa. Dalam pasar, penjual menawarkan hasil produk dan jasa yang diinginkan mengikuti permintaan kebutuhan pembeli, pekerja memanfaatkan tenaga serta keahliannya dalam rangka mencari keuntungan untuk mencukupi kebutuhannya, pemilik lahan menjual atau menyewakan asetnya, kemudian bagi para pemilik modal menawarkan pembagian keuntungan dari aktivitas bisnis tertentu. Secara umum semua orang akan berperan ganda sebagai penjual dan pembeli.[87]

Dari pengertian di atas dapat dipahami bahwa secara umum pasar mempunyai dua pemahaman. Dalam pemahaman klasik, pasar dapat diartikan sebagai tempat yang mempertemukan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi atas barang maupun jasa. Sedangkan dalam pemahaman modern, pasar merupakan suatu media yang mewadahi operasi permintaan dan penawaran atas barang maupun jasa.

---

[86] Kamus Besar Bahasa Indonesia, https://kbbi-web-id/pasar diakses 8 Oktober 2020 pukul 02:42.
[87] Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 6

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan Peraturan Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007 mendefinisikan pasar tradisional sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.[88]

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia, pasar tradisional merupakan wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi berskala menengah kecil dan mikro. Salah satu pelaku di pasar tradisional adalah para petani, nelayan, pengrajin, dan *home industry* (industri rumahan).[89]

Dari pengertian di atas, pasar tradisional adalah tempat/media bertemunya antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dalam kegiatan transaksi jual beli yang dilakukan secara langsung dalam bentuk eceran dan biasanya terdapat proses tawar menawar serta bangunannya berupa kios atau gerai, los, dan tenda/dasaran terbuka. Mayoritas pedagang menjual kebutuhan pokok sehari-hari seperti ikan, sayur-sayuran, buah, bumbu masakan, daging, beras, kain, pakaian, barang elektronik, jasa, dan lain sebagainya. Selain itu, juga menjumpai penjual kue dan jajanan

[88] Siti Fatimah Nurhayati, "Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Musyawarah Untuk Mufakat", *Jurnal Ekonomi*, Vol.18, No.1, (2014), 49
[89] Ibid., 51

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tradisional serta makanan nusantara lainnya. Pada umumnya pasar tradisional banyak ditemukan di daerah tidak jauh dari permukiman padat penduduk supaya memudahkan pembeli untuk mencapai pasar dan biasanya tersedia dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan yang masih terbatas.

2. Ciri-ciri Pasar Tradisional

Terdapat beberapa ciri-ciri khusus mengenai pasar tradisional antara lain sebagai berikut:

a. Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan atau dikelola oleh pemerintah daerah.
b. Transaksi dilakukan biasanya secara tawar menawar antara penjual dan pembeli. Tawar menawar merupakan salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar. Hal ini dapat membangun hubungan sosial antara pedagang dan pembeli yang lebih dekat.
c. Tempat usaha yang beraneka beragam dan menyatu dalam satu lokasi yang sama. Meskipun semua berada di lokasi yang sama, barang dagangan yang diperjual belikan setiap pedagang berbeda-beda. Serta Terdapat pengelompokan dagangan sesuai dengan jenis dagangannya seperti kelompok pedagang ikan, pedagang sembako, pedagang sayur, pedagang bumbu masakan, pedagang buah, pedagang daging, dan lain sebagainya.
d. Sebagian besar bahan dan jasa yang ditawarkan berbahan baku lokal. Barang dagangan yang dijual adalah hasil bumi yang dihasilkan oleh

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

daerah tersebut. Meskipun tidak menutup kemungkinan terdapat beberapa barang dagangan yang diambil dari hasil bumi dari daerah lain yang berjarak tidak jauh dari daerah tersebut namun tidak sampai mengimport hingga keluar pulau atau negara lain.[90]

3. Jenis-jenis Pasar Tradisional

Pasar tradisional sebagai perusahan daerah menurut beberapa aspek dikategorikan menjadi dua, yaitu:[91]

a. Menurut jenis kegiatannya, pasar digolongkan menjadi tiga jenis:
   1) Pasar Induk, yaitu pusat penyimpanan dan pengumpulan bahan-bahan kebutuhan seperti bahan pangan yang dimana untuk disalurkan ke grosir-grosir dan pusat pembelian seperti pasar.
   2) Pasar Grosir, yaitu pasar yang dimana terdapat permintaan dan penawaran dalam partai besar misalnya per kuintal, per lusin, per bal, per groos, per ton, dll.
   3) Pasar eceran, yaitu pasar yang dimana terdapat permintaan dan penawaran barang dengan cara mengecer atau satuan.
b. Menurut lokasi dan kemampuan pelayanannya, pasar digolongkan menjadi lima jenis, yaitu:
   1) Pasar regional, yaitu pasar yang bertempat di lokasi yang strategis dan berukuran luas, barang yang diperjual belikan lengkap.

[90] Republik Indonesia, *Peraturan Menteri Dalam Negeri No.20 th 2012*, bab II, pasal 4.
[91] Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 115

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Struktur bangunan pasar regional berupa permanen serta dalam pelayanannya meliputi seluruh wilayah kota dan luar kota.

2) Pasar kota, yaitu pasar yang mempunyai lokasi strategis dan umumnya berukuran luas, untuk bangunannya berupa bangunan permanen, barang yang diperjual belikan lengkap dan dalam pelayanannya meliputi seluruh wilayah kota serta dapat melayani 120.000-220.000 penduduk.
3) Pasar wilayah, yang termasuk dalam kategori pasar wilayah yaitu pasar eceran. Pasar ini dalam pelayanannya mencakup seluruh wilayah kota dengan dapat melayani 30.000-120.000 penduduk. Pasar ini mempunyai lokasi yang strategis dan luas dengan struktur bangunan permanen, serta barang yang diperjual belikan cukup lengkap.
4) Pasar lingkungan, yaitu pasar yang mempunyai lokasi startegis, bangunan permanen dan semi permanen, dalam pelayanannya meliputi permukiman saja dan bisa melayani 10.000-30.000 penduduk, serta barang yang diperjual belikan kurang lengkap. Pasar eceran adalah termasuk dari kelompok pasar lingkungan.
5) Pasar khusus, yaitu pasar yang memperjual belikan satu macam barang khusus saja, seperti pasar hewan, pasar barang bekas, pasar ikan, dan lain sebagainya. Pasar ini terletak di lokasi yang strategis dengan bangunan permanen dan semi permanen.[92]

[92] Ibid., 115-116

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

PERSAINGAN USAHA PEDAGANG SEMBAKO DI PASAR TRADISIONAL PAGESANGAN KECAMATAN JAMBANGAN SURABAYA

A. Gambaran Umum Pasar Tradisional Pagesangan

1. Sejarah Singkat dan Letak Pasar Tradisional Pagesangan

Pasar Tradisional Pagesangan adalah salah satu dari sekian banyak pasar yang ada di Surabaya tepatnya pada daerah Surabaya Selatan. Pasar tradisional Pagesangan berdiri sejak tahun 1994 di atas lahan milik pemerintah kota Surabaya dan dikelola langsung oleh LPMK (Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan) Pagesangan dan Koperasi Pagesangan Joyo Makmur sampai sekarang. Nama pasar Pagesangan diambil dari nama lokasi pasar itu sendiri yang berada di Kelurahan Pagesangan dan menjadi pusat warga Pagesangan dan sekitarnya dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.[93]

Pasar tradisional Pagesangan secara geografis terletak di sebelah selatan kota Surabaya tepatnya di Kelurahan Pagesangan Kecamatan Jambangan, dengan alamat lengkap Jl. Pagesangan Timur No.22, Pagesangan, Kecamatan Jambangan, Kota Surabaya, Jawa Timur, 60233. Kecamatan Jambangan terletak di bagian Surabaya Selatan dan memiliki total luas wilayah 385.167 m^2. Kecamatan Jambangan terbagi menjadi

[93] Bambang Sugeng, Dewan Pengawas Pasar Tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 05 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

empat kelurahan yaitu Kelurahan Karah, Kelurahan Pagesangan, Kelurahan Kebonsari, dan Kelurahan Jambangan.

Pasar tradisional Pagesangan terletak pada posisi yang cukup strategis yaitu di sebelah barat jalan pasar Pagesangan adalah jalan penghubung antara Kota Surabaya dengan Kabupaten Sidoarjo. Dan di sebelah utara jalan pasar Pagesangan adalah akses jalan menuju kawasan religi Masjid Nasional Al-Akbar Surabaya yang merupakan salah satu ikon Kota Surabaya.

Pada tahun 2002 seiring perkembangan waktu dan meningkatnya kebutuhan serta kemampuan dari warga pasar, berkontribusi melakukan gotong royong dalam membangun pasar Pagesangan lebih maju dan bagus dari segi bangunan dan fasilitas dengan membangun bangunan permanen berupa kios yang awalnya masih berupa los sebanyak 40 los. Kemudian pada tahun 2007 pasar tradisional Pagesangan melakukan penambahan pembangunan dan perluasan lahan di sebelah utara pasar dengan luas lahan total saat ini seluas 3880 m^2 serta menambah jumlah kios keseluruhan sampai saat ini memiliki 250 petak kios.[94]

Kios yang disediakan oleh pasar tradisional Pagesangan memiliki tiga tingkatan ukuran yang berbeda diantaranya ukuran paling kecil yakni seluas 2x1,5 m^2 dengan jumlah kios sebanyak 50 petak kios, kemudian terdapat ukuran menengah/standar yang dimana tingkatan ukuran ini

[94] Ibid,.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

adalah yang paling banyak berjumlah 150 petak kios dengan luas kios 2x3 m^2. Serta untuk tingkatan yang paling tinggi dengan ukuran kios seluas 3x4 m^2 yang berjumlah sebanyak 50 petak kios.[95]

Dengan tersedianya 250 kios, saat ini pasar tradisional Pagesangan sudah menampung pedagang kurang lebih sebanyak 220 pedagang, terdapat juga pedagang yang menggunakan dua petak kios dalam satu tempat berjualan, dalam hal ini pedagang yang memiliki modal lebih demi memenuhi kebutuhan berjualan dikarenakan volume barang dagangan yang tidak sedikit dan tidak memungkinkan untuk menempati hanya satu petak kios saja. Dan untuk sisanya terdapat pedagang yang menggunakan kios sebagai gudang penyimpanan barang dagangan atau investasi. Untuk harga sewa yang wajib dibayarkan oleh para pedagang pasar tradisional Pagesangan per-tiga tahunnya yaitu sebesar Rp.50.000/m^2. Serta terdapat biaya retribusi yang ditetapkan oleh pengelola pasar kepada pedagang sebesar Rp.6000/hari untuk kebersihan dan keamanan pasar.[96]

Di sepanjang jalan dan di sekitar tempat parkir tradisional Pagesangan juga banyak ditemui beberapa pedagang kaki lima (PKL) kurang lebih sebanyak 15 pedagang yang rata-rata menjual aneka jajanan pasar dan makanan khas daerah. Untuk fasilitas yang disediakan oleh pasar tradisional Pagesangan diantaranya yaitu tersedia tiga toilet umum dan lahan area parkir yang cukup luas di sisi sebelah barat dan utara pasar

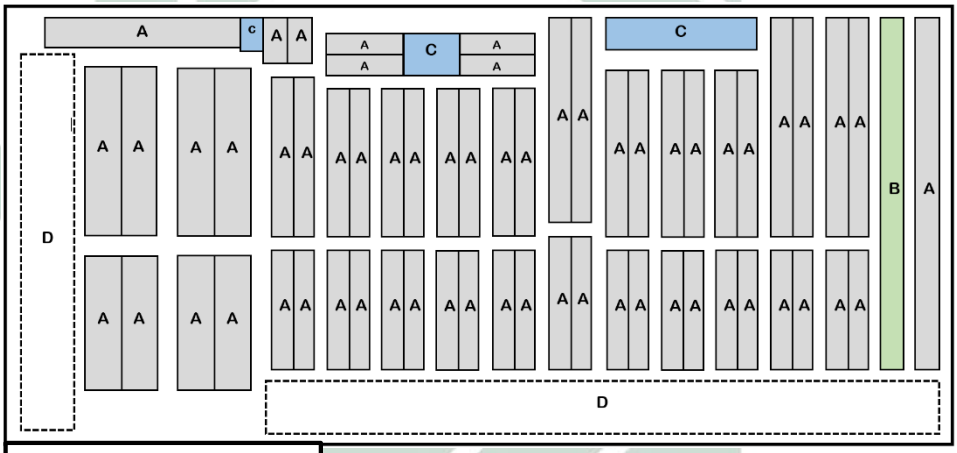
[95] Ibid,.
[96] Ibid,.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk kenyamanan dan keamanan antar penjual dan pembeli. Pasar tradisional Pagesangan terdiri dari 14 lorong diantaranya terdapat 14 deret kios dan 1 deret los, namun dalam segi penataan pedagang masih belum dikelompokkan sesuai jenis barang dagangannya. Untuk lebih jelas mengenai penataan yang ada di pasar tradisional Pagesangan dapat dilihat dari gambar denah sebagai berikut:

Gambar 3.1

Denah Pasar Tradisional Pagesangan


A
C
A A
A
A
C
A
A
C
A A
A A
A A

rumah tangga, dan berbagai macam kebutuhan lainnya. Tidak hanya itu, ada juga pedagang di pasar tradisional Pagesangan yang menawarkan jasa seperti jasa penggilingan, jasa pemarutan kelapa, serta jasa print, cetak foto dan fotocopy. Berikut rincian tabel jumlah pedagang di pasar tradisional Pagesangan berserta jenis yang di perdagangkan:

Tabel 3.1

Pedagang pasar tradisional Pagesangan

No	Jenis Dagangan	Jumlah Pedagang
1	Sembako	40
2	Pakaian	11
3	Tas, sandal, sepatu	6
4	Peralatan rumah tangga	5
5	Emas	2
6	Daging / ayam potong	21
7	Ikan	19
8	Warung makan	7
9	Buah – buahan	17
10	Sayuran / bumbu masakan	39
11	Jajan / kue	10
12	Aneka plastik	6
13	Kosmetik	3
14	Agen kulak toko kelontong	4
15	Agen frozen food	2
16	Jasa print dan fotocopy	2
17	Jasa penggilingan	10
18	PKL	15
19	Dan lain-lain	5
Total		224

Dalam kegiatan operasional pasar tradisional Pagesangan pada umumnya buka setiap hari dimulai sekitar pukul 05:00 WIB sampai pukul 11:00 WIB. Namun ada juga beberapa pedagang yang sudah memulai dagangannya lebih awal yaitu sebelum waktu sholat shubuh dan ada juga pedagang yang buka sampai sore hari. Pedagang yang berjualan di pasar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tradisional Pagesangan ini bukan hanya penduduk dari Pagesangan saja, melainkan dari beberapa daerah seperti Kebonsari, Karah, Ketintang, Kecamatan Wonokromo, Kecamatan Gayungan, serta dari luar kota seperti Kabupaten Sidoarjo dan sekitarnya.

2. Visi dan Misi Pasar Tradisional Pagesangan

Adapun visi dan misi pasar tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan Surabaya adalah sebagai berikut:[97]

a. Visi

Terwujudnya koperasi pasar yang tangguh dengan berdasarkan amanah membangun ekonomi kerakyatan dan berkeadilan.

b. Misi

Mengajak seluruh potensi yang ada tanpa membedakan suku, ras, golongan, dan agama agar bisa bersatu padu membangun ekonomi kerakyatan secara bergotong royong.

3. Susunan Pengurus Pasar Tradisional Pagesangan

Demi terciptanya kinerja yang baik, diperlukan adanya pembagian kerja. Untuk mengetahui pembagian kerja pada pasar tradisional Pagesangan, struktur organisasi sangat perlu untuk diuraikan. Dengan adanya struktur organisasi, anggota akan lebih mudah untuk mengetahui tugas dan tanggungjawab masing-masing dalam mengkoordinasi, mengawasi, serta memberikan arahan sesuai kebijakan yang telah

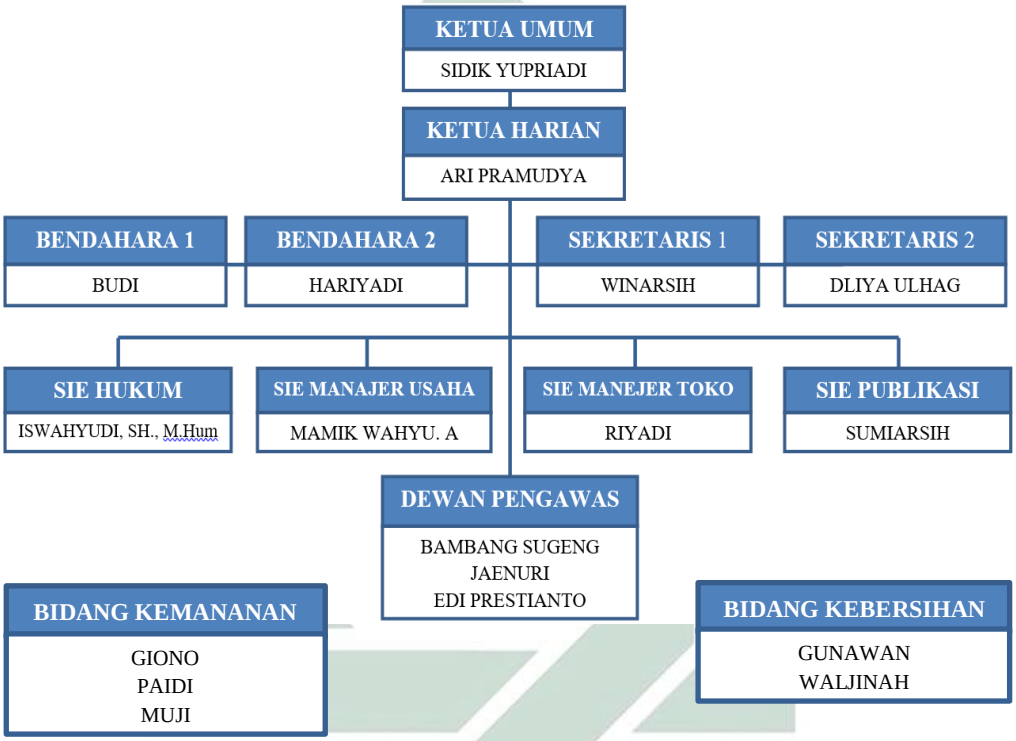
[97] Sidik Yupriadi, Ketua umum pengelola pasar tradisional Pagesangan, *wawancara*, Surabaya, 12 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digariskan sehingga semuanya dapat berjalan secara efektif dan efisien. Berikut susunan pengurus atau pengelola yang dijalankan oleh pasar tradisional Pagesangan Kecamatan Jambangan Surabaya:[98]

Gambar 3.2

Susunan Pengurus Pasar Tradisional Pagesangan



B. Data Informan Penelitian

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai bagaimana persaingan usaha pedagang sembako yang ada di pasar tradisional Pagesangan perspektif etika bisnis Islam. Peneliti menggunakan teknik wawancara dalam melakukan pengumpulan data. Pencarian data informasi dilakukan dengan cara mendatangi langsung pedagang sembako yang telah

[98] Ibid,.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menetap berjualan di pasar tradisional Pagesangan guna mengetahui objek yang dipersaingkan.

Wawancara dilakukan pada saat kegiatan operasional pasar tradisional Pagesangan berlangsung yaitu antara pukul 06:00 WIB sampai pukul 11:00 WIB dengan harapan mendapatkan informasi secara terperinci dari pedagang sembako disaat kegiatan berjualan berlangsung yang kemudian hasil dari wawancara tersebut dapat memberikan data informasi yang berguna bagi peneliti mengenai objek persaingan usaha pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil 10 informan yaitu pedagang sembako yang telah menetap berjualan di pasar tradisional Pagesangan. Alasan peneliti untuk meneliti persaingan usaha para pedagang sembako dikarenakan sebagian besar pedagang yang ada di pasar tradisional Pagesangan adalah pedagang sembako yang dimana hal tersebut secara tidak langsung akan menciptakan suatu persaingan usaha yang terjadi antar sesama pedagang sembako khususnya. Adapun karakteristik 10 informan pedagang sembako yang akan menjadi sumber data dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2

Karakteristik Informan Pedagang Sembako

No	**Nama**	**Umur (Tahun)**	**Alamat**	**Jenis Kelamin**	**Lama Berjualan (Tahun)**
1	Subkhan	48	Kemlaten	Laki-laki	5
2	Heriah	53	Simowau	Perempuan	4
3	Yati	40	Kedungrejo	Perempuan	12

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4	Sulyati	64	Pagesangan	Perempuan	10
5	Suwandi	49	Pagesangan	Laki-laki	15
6	Sahari	56	Wonokromo	Laki-laki	2
7	Sari	42	Pagesangan	Perempuan	7
8	Lisa	38	Kebonsari	Perempuan	10
9	Ningsih	51	Gayungan	Perempuan	6
10	Utami	55	Pagesangan	Perempuan	5

C. Persaingan Usaha Pedagang Sembako di Pasar Tradisional Pagesangan

Pasar tradisional Pagesangan yang berdiri sejak tahun 1994 ini merupakan pusat warga pagesangan dan sekitarnya dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Hingga saat ini, pasar tradisional Pagesangan telah mefasilitasi kurang lebih 220 pedagang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dengan berjualan.

Selain itu pedagang di pasar tradisional Pagesangan tidak hanya penduduk asli Pagesangan saja, namun beberapa daerah sekitar seperti Kebonsari, Ketintang, Karah, Wonokromo, Gayungan, dan sekitarnya. Dengan demikian hal tersebut secara tidak langsung akan menimbulkan persaingan usaha khususnya para pedagang sembako, mengingat jumlah pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan bisa dibilang tidak sedikit. Pada umumnya, pasar yang baik merupakan pasar yang memiliki persaingan usaha yang sehat tanpa saling menjatuhkan pedagang lain.

Dalam hal ini, Peneliti berhasil mengumpulkan data mengenai gambaran persaingan usaha antar pedagang sembako yang terjadi di pasar tradisional Pagesangan melalui wawancara yang dilakukan kepada 5 informan pembeli

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan 10 informan pedagang sembako dengan berdasarkan empat indikator yang dipersaingkan yaitu sebagai berikut:

1. Persaingan Produk

Dalam dunia perdagangan, sempurnanya produk adalah hal penting dalam memenangkan persaingan. Sebagai pedagang sembako yang baik akan berusaha meningkatkan kualitas produknya agar dapat menarik minat pembeli untuk memperoleh keuntungan. Baiknya kualitas produk yang diperjual belikan haruslah sesuai dengan kriteria yang diharapkan oleh pembeli untuk menghindari kekecewaan dari pembeli. Pada dasarnya rata-rata pembeli lebih menyukai kualitas produk yang baik meskipun terdapat selisih harga. Namun ada juga pembeli yang mementingkan harga yang lebih murah dibandingkan kualitas dari produk tersebut. Subkhan yang merupakan salah satu pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan yang peniliti wawancarai menegaskan pendapatnya mengenai kualitas produk:

"kalau saya mas ya, soal kualitas barang saya sendiri yang jelas memilih kualitas yang bagus, kalau jelek disaat waktunya udah lama banyak yang cepat rusak mas, selain itu lebih cepat laku yang bagus daripada kualitas yang jelek. Karena orang-orang lebih banyak memilih barang yang bagus meskipun terdapat perbedaan harga lebih sedikit. Jadi ada harga ada kualitas, seperti itu."[99]

Suwandi selaku pedagang sembako yang sudah lama berjualan di pasar tradisional Pagesangan, beliau juga menambahkan mengenai produk

[99] Subkhan, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 08 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dagangannya dalam melanggengkan pembeli melalui wawancara secara langsung:

"pedagang sembako di sini tidak sedikit mas, jadi berusaha bagaimana caranya untuk dapat pembeli sebanyak-banyaknya. Usaha bapak dalam hal produk tentunya ya menyediakan yang bagus-bagus. Kalau tidak seperti itu ya dagangan cuma laku sedikit mas. Terus barangnya harus lengkap sesuai apa yang dibutuhkan pembeli."[100]

Melihat pernyataan yang disampaikan oleh Suwandi, bahwa selain berusaha menyediakan barang yang berkualitas, kelengkapan barang dagangan juga menjadi faktor penting yang harus dilakukan untuk memenangkan persaingan antar pedagang sembako. Kelengkapan barang dagangan juga harus menyesuaikan dengan kebutuhan pembeli agar dapat menarik minat pembeli.

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Sulyati melalui wawancara secara langsung, pedagang sembako yang sudah 10 tahun berjualan di pasar tradisional Pagesangan ini menjelaskan mengenai pentingnya menjaga kualitas barang dan mengikuti kebutuhan pembeli dalam segi kelengkapan barang:

"tentunya saya usahakan memilih kualitas barang yang bagus. Biasanya pembeli lebih memilih barang yang bagus. Tapi tergantung kulakannya juga mas, kadang dapat bagus kadang kurang bagus, tapi sebelumnya pasti Ibu kasih tau ke pembeli mengenai kondisi barangnya. Selain itu, Ibu juga mengusahakan kelengkapan barang sesuai apa yang dicari pembeli."[101]

Adapun pendapat dari Umi sebagai informan dari pembeli di pasar tradisional Pagesangan dan juga memperkuat pernyataan dari beberapa

[100] Suwandi, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 08 November 2020.
[101] Sulyati, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 14 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pedagang sembako. Beliau mengungkapkan pendapatnya mengenai kualitas barang yang dijual belikan melalui wawancara secara langsung:

"bagus bagus saja, sekarang kan setiap pedagang menyediakan banyak pilihan, jadi ya bisa milih sendiri kualitasnya. Ada yang bagus ada yang kurang. Biasanya semakin bagus harganya lebih mahal sedikit. Tapi kan itu hak pembeli kan mas"[102]

2. Persaingan Harga

Harga merupakan aspek yang sensitif dalam persaingan bisnis, dan menjadi hal yang sangat dipertimbangkan bagi pembeli dan pedagang terutama pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan. Para pedagang sembako berhak menentukan harga barang dagangannya sesuai keinginannya. Namun pada dasarnya harga yang baik adalah harga yang disesuaikan dengan permintaan dan penawaran.

Melalui wawancara secara langsung, Utami selaku pedagang sembako pasar tradisional Pagesangan menjelaskan mengenai penentuan harga:

"Kalau Ibu sendiri untuk harga masih sama mengikuti pedagang yang lain. selain itu, Ibu juga mengutamakan kualitas. Biasanya yang murah kualitasnya juga kurang. Dan kebanyakan pembeli barang yang kualitasnya baik."[103]

Dapat dipahami bahwa dalam menentukan harga juga di imbangi dengan kualitas barang yang bagus pula. Semakin baik kualitas semakin bersaing juga dalam menentukan harga. Heriah juga menyampaikan pendapatnya mengenai penetapan harga dalam menjalankan usaha sembakonya, beliau mengatakan melalui wawancara secara langsung:

[102] Umi, Pembeli di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 28 Maret 2021.
[103] Utami, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 14 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Ibu dalam menentukan harga ya samakan saja sama pedagang yang lain, tapi tergantung pemasok juga. setiap pedagang sembako membeli barang dari pemasok yang berbeda, membeli barang dari pengecer akan lebih murah dibandingkan membeli stok barang diwarung-warung besar dan itu pun juga mempengaruhi harga. Jadi biasanya beda pemasok juga beda harga sedikit."[104]

Sari selaku pedagang sembako lainnya juga menambahkan mengenai persaingan harga yang terjadi di pasar tradisional Pagesangan dalam wawancara secara langsung:

"mengenai harga Ibu tetap menjual dengan standar harga pasar, tetap diusahakan sama dengan pedagang yang lain. Kalau ada pedagang lain yang nakal mengenai menjatuhkan harga pasti ada. Ya mau bagaimana lagi, biarin saja mereka seperti itu, cara orang berjualan berbeda-beda. Lagian kalau sudah rezeki nggak akan kemana-mana."[105]

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Sahari selaku pedagang sembako mengenai persaingan dalam segi harga yang terjadi di pasar tradisional Pagesangan melalui wawancara secara langsung:

"untuk harga saya mengusahakan harga standar sesuai harga pasar, ya tidak mengambil keuntungan yang berlebihan, yang penting laku. Menurut Bapak ada pedagang yang menurunkan harga pasar, ya namanya orang jualan ya begitu mas, saya juga tidak tahu. Kalau seperti ini (minyak, beras, dan sembako lainnya) saya tergantung dari harga sales juga."[106]

Melihat pemaparan dari pedagang sembako yang sudah peneliti wawancarai, masih ditemukan pedagang sembako lain yang mematok harga dibawah standar harga pasar. Hal tersebut akan mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat yang dapat menjatuhkan pesaing lainnya.

---

[104] Heriah, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 08 November 2020.
[105] Sari, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 14 November 2020.
[106] Sahari, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 14 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sahari juga menjelaskan dalam menentukan harga juga tergantung dari sales atau pemasok, biasanya beda pemasok beda harga yang ditetapkan oleh para pedagang, sama seperti yang telah disampaikan oleh Heriah.

3. Persaingan Tempat

Tempat adalah salah satu aspek terpenting bagi para pelaku usaha tak terkecuali para pedagang pasar khususnya pedagang sembako. Kriteria tempat haruslah bersih, rapi, nyaman, dan sehat untuk menambah daya tarik minat bagi pembeli. Dalam operasionalnya, pasar tradisional Pagesangan telah mefasilitasi bagi para pedagang berupa tempat yang layak untuk berjualan yaitu bangunan permanen yang terdiri dari 250 kios dengan tiga ukuran yang berbeda.

Menurut Bambang Sugeng selaku dewan pengawas pasar tradisional Pagesangan, mengungkapkan bahwa meskipun terdapat perbedaan ukuran kios tidak akan menjadi masalah seperti dapat menimbulkan kesenjangan sosial antar pedagang. Beliau mengatakan melalui wawancara secara langsung:

"untuk kesenjangan sosial yang terjadi mengenai tempat menurut saya tidak ada mas, karena pedagang di sini mengenai tempat berjualan juga menyesuaikan kebutuhan dagangan, jadi semakin banyak volume barang yang dijual semakin bertambah kebutuhan tempat berjualannya. Toh selain itu mas, di sini juga tidak menutup kesempatan kalau ada pedagang yang ingin mengambil dua petak kios sekaligus kemudian dijadikan satu. Ya boleh-boleh saja, selagi pedagang tersebut membutuhkan dan mampu."[107]

[107] Bambang Sugeng, Dewan pengawas pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 05 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pendapat lain juga disampaikan langsung oleh Yati selaku pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan mengenai tempat berjualan, beliau mengatakan melalui wawancara secara langsung:

"Dari dulu Ibu sudah menempati di sini dan Alhamdulillah ini ambil 2 kios yang Ibu jadikan satu. Untuk lokasi tempatnya kalau dibilang strategis sih bisa dibilang kurang, ya namanya berjualan ada enak gak enaknya. Ya tetap disyukuri aja. Percaya saja kalau rezeki tidak akan tertukar karena sudah ada yang mengatur."[108]

Pernyataan yang sama juga diungkapkan oleh pedagang sembako yang lain yaitu Ningsih melalui wawancara secara langsung:

"menurut Ibu bisa dibilang strategis sih iya, kurang sih iya, bagaimana ya ya sedang-sedang saja. Adanya tempat di sini mas, di tengah pasar. Ya Alhamdulillah masih diberi kelancaran. Ibu sih tidak terlalu memikirkan akan hal tempat. Dimanapun tempatnya jika rezeki sudah ada yang mengatur kenapa harus bingung. Yang penting buat pembeli senang. Sudah itu saja sih mas."[109]

Dalam hal ini pernyataan dari Yati dan Ningsih dapat dipahami bahwa ramainya pembeli juga dipengaruhi oleh lokasi tempat yang strategis. Namun hal tersebut tidak menjadi masalah karena para pedagang percaya dimanapun lokasinya, rezeki setiap manusia sudah ditentukan dan tidak akan tertukar dan tetap berupaya melakukan semaksimal mungkin. Selain itu, menurut Sari sebagai pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan kebersihan dan kerapian tempat juga perlu diperhatikan. Hal tersebut diungkapkan melalui wawancara secara langsung:

"penting sekali mas, selain enak dilihat bagi pembeli. Untuk saya sendiri penataan barang lebih memudahkan dalam menemukan barang yang

[108] Yati, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 08 November 2020.
[109] Ningsih, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 08 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diminta pembeli. Jadi lebih cepat dan efisien. Selain itu kebersihan tempat juga saya perhatikan untuk kenyamanan pembeli juga."[110]

4. Persaingan Pelayanan

Melihat Kondisi pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan jumlahnya yang tidak sedikit. Membuat para pedagang sembako harus pintar-pintar menarik hati pembeli tanpa harus menghalalkan segala cara. Salah satunya adalah dengan cara meningkatkan dari segi pelayanan. Pada umumnya pembeli akan lebih senang bertransaksi dengan pedagang yang melakukan pelayanan terbaik.

Sahari yang baru dua tahun berjualan sembako di pasar tradisional Pagesangan mengungkapkan mengenai pelayanan yang diberikan kepada pembeli dalam wawancara secara langsung:

"tentunya sangat mengutamakan pelayanan yang baik, supaya tidak mengecewakan pelanggan. Sangat penting sekali, kan seharusnya begitu mas ya, apalagi pedagang sembako di sini tidak sedikit, ya harus pintar-pintar menarik hati pembeli, jika tidak ramah ya pembeli biasanya gamau balik lagi mas. Selain itu, untuk menambah kepercayaan pembeli biar mau kembali lagi untuk membeli."[111]

Hal yang sama juga disampaikan oleh pedagang sembako lainnya yaitu Lisa, beliau menjelaskan mengenai peran yang dilakukan dalam penerapan pelayanan yang baik melalui wawancara secara langsung:

"harus, karena pembeli adalah raja. Kalau bisa pelayanan yang dilakukan diusahakan sebaik mungkin. Kita sebagai pedagang ya harus pandai-pandai menarik minat pembeli. Kalau tidak ya pembeli nanti pergi ke orang lain. Ya tentunya ramah, sopan, jujur memberikan informasi barang,

[110] Sari, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 14 November 2020.
[111] Sahari, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 14 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

timbangan juga. Supaya pembeli percaya dan tidak merasa dicurangi, jadi sama-sama enak, seperti itu."[112]

Ningsih selaku pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan juga menambahkan mengenai pelayanan jika terdapat komplain dari pembeli:

"pernah, waktu itu menjumpai pedagang yang komplain mengenai kualitas barang yang kurang baik, ya tentunya Ibu meminta maaf dan mengganti barangnya yang lebih baik. Biar kedepannya pembeli tidak merasa kecewa dan kapok beli disini lagi. Ibu juga selalu rutin mengecek kondisi barang dan tanggal kadaluarsa barang."[113]

Hal berbeda disampaikan oleh Utami selaku pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan mengenai sikap yang dilakukan jika terdapat komplain dari pembeli:

"Boleh-boleh saja mas, silahkan untuk pembeli mau komplain kalau ada barang yang tidak sesuai. Tapi dengan syarat dari kesalahan Ibu sendiri loh ya. Jika dari kesalahan dari pembeli sendiri itu diluar tanggung jawab Ibu. Pembeli juga harus menunjukan letak kecacatan barang tersebut. Lagian Ibu biasanya menyuruh pembeli untuk mengecek kembali kondisi barang yang mau dibeli. Biar tidak ada keraguan."[114]

Melihat hasil wawancara yang dilakukan kepada pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, bahwa rata-rata pedagang berupaya semaksimal mungkin dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada pembeli. Hal tersebut juga dirasakan sendiri oleh pembeli yang sering membeli kebutuhan di pedagang sembako yaitu Gayatri melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti secara langsung:

---

[112] Lisa, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 14 November 2020.
[113] Ningsih, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 14 November 2020.
[114] Utami, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 14 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"baik, kalau komplain pernah. Ya untungnya pedagangnya baik. Tapi itu dulu Cuma sekali."[115]

Selain itu, pelayanan yang baik juga wajib diterapkan bagi para pedagang sembako dalam segi penimbangan dan takaran suatu barang. Sebagaimana pemaran yang dijelaskan oleh Heriah selaku pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan melalui wawancara secara langsung:

"Iya mas, Ibu memakai timbangan digital soalnya pembeli lebih menyukai dan percaya karena lebih akurat dan terbuka. Untuk pedagang yang curang mengenai timbangan menurut Ibu ada, ya pernah juga mendapati pembeli mampir kesini dan minta mencocokan hasil timbangan digital milik Ibu, Hasilnya timbangannya ada yang kurang biasanya sekitaran 1 ons."[116]

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Subkhan selaku pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan. Beliau menjelaskan dalam wawancara secara langsung:

"Alhamdulillah Bapak memakai timbangan digital. Biar pembeli lebih percaya. Selain itu lebih adil, bisa dilihat sendiri mas ini muncul angkanya jadi pembeli bisa melihat langsung. menurut Bapak sepertinya ada mas, dari pengakuan pembeli sendiri yang bilang dan terkadang datang untuk membeli sembari mengecek timbangannya. Katanya kok kurang, saya juga tidak tahu menahu, melihat dari kejadian seperti itu kayaknya ada. Biasanya rawan kecurangan itu dari pedagang yang masih menggunakan timbangan biasa, kan bisa dimanipulasi. Apa-apa diusahakan jujur lah mas ya, bapak sendiri tidak berani aneh-aneh takut tidak berkah."[117]

Kejanggalan dalam hal penimbangan seperti ini, juga dirasakan langsung oleh salah satu pembeli yaitu Giani, beliau mengungkapkan pengalamannya melalui wawancara secara langsung:

---

[115] Gayatri, Pembeli di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 28 Maret 2021.
[116] Heriah, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 08 November 2020.
[117] Subkhan, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 08 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "pernah dulu mas waktu beli gula atau apa gitu ibu lupa, sudah lama, kerasa ada yang kurang. Ibu cek lagi ternyata iya benar. Ya biarin saja. Besok-besok beli ke pedagang yang lainnya lagi."[118]

Namun tidak sedikit juga pembeli yang mendapati pedagang yang jujur dan tidak melakukan kecurangan dalam hal penimbangan, salah satunya seperti yang dikatakan oleh Siti Sholikah melaui wawancara secara langsung:

> "selama ini tidak pernah kejadian kurang timbangan. Ibu juga lebih milih pedagang yang pakai timbangan digital saja biar lebih enak."[119]

D. Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Persaingan Usaha Pedagang Sembako di Pasar Tradisional Pagesangan

Para pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan dalam melakukan persaingan usaha yang sehat senantiasa selalu menempatkan nilai dan moralitas Islam seperti kejujuran, keterbukaan, kebenaran, serta keadilan. Dengan terwujudnya etika bisnis Islam ini maka diharapkan dapat meminimalisir terjadinya suatu persaingan tidak sehat yang dapat mematikan pedagang lainnya. Berikut merupakan hasil data penelitian yang didapatkan oleh peneliti dari 10 informan pedagang sembako dan 5 informan pembeli di pasar tradisional Pagesangan melalui wawancara secara langsung mengenai persaingan usaha yang terjadi antar pedagang sembako perspektif etika bisnis Islam dengan berdasarkan 5 prinsip yang digunakan yaitu sebagai berikut:

---

[118] Giani, Pembeli di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 28 Maret 2021.
[119] Siti Sholikah, Pembeli di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 28 Maret 2021.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Tauhid (Kesatuan/*Unity*)

Konsep tauhid merupakan kepercayaan sepenuhnya terhadap kesatuan (keesaan) Tuhan, yang berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa. Dengan mencerminkan prinsip ketauhidan maka, setiap pedagang sembako akan senantiasa melakukan aktivitas bisnisnya semata-mata karena Allah Swt, sehingga diharapkan tidak mudah menyimpang dari ajaran nilai-nilai Islam.

Yati selaku pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan dalam wawancara secara langsung, mengatakan:

"Ya tetap disyukuri saja, percaya saja kalau rezeki tidak akan tertukar karena sudah ada yang mengatur."[120]

Hal yang sama juga di sampaikan oleh Lisa selaku pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan dalam mencerminkan prinsip ketauhidan melalui wawancara secara langsung:

"Jadi disyukuri aja apa yang ada, saya hanya berusaha tetap berjualan yang sebaik mungkin, apapun hasilnya penting berkah. Rezeki sudah ada yang mengatur."[121]

Melihat dari penuturan yang disampaikan oleh Yati dan Lisa, mereka sebagai pedagang sembako dalam menjalankan usahanya senantiasa mencerminkan sifat ketauhidan dengan mempercayakan sepenuhnya kepada Allah Swt dan berusaha melakukan yang terbaik demi tercapainya keberkahan dan keselamatan dunia maupun akhirat.

[120] Yati, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 08 November 2020.
[121] Lisa, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 14 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selain itu, menurut pengakuan dari beberapa pedagang sembako melalui wawancara, masih ada pedagang yang mau menyisihkan hasil usahanya untuk disedekahkan, salah satunya adalah Ningsih, beliau mengatakan:

"kalau sedekah yang sering mas, biasanya ke orang minta-minta, saya kasih, kalaupun gak banyak kan sedekah harus, walaupun seribu dua ribu, masuk masjid infaq. Kalau untuk zakat pasti setiap tahun. Kan wajib."[122]

Sulyati selaku pedagang sembako yang cukup lama berjualan di pasar Pagesangan juga menambahkan melalui wawancara secara langsung:

"aduh nak, saya mah gak berani aneh-aneh, biarin saja mereka nakal, toh yang rugi nanti mereka sendiri. kalau ibu mah gak berani. tetap jalani sebaik mungkin. Bismillah saja, niat berjualan mencari keuntungan yang berkah, InsyaAllah."[123]

2. Keseimbangan (Keadilan/*Equilibrium*)

Dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, para pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan dituntut untuk bersikap seimbang atau adil kepada setiap individu. Dalam hal ini akan menciptakan persaingan usaha yang sehat sesuai ajaran etika bisnis Islam. Bersikap adil akan membuat pedagang sembako dipandang baik dan lebih dipercaya oleh pembeli.

Dalam wawancara yang dilakukan secara langsung, Sulyati sebagai pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan menjelaskan mengenai penerapannya dalam melakukan penimbangan:

"Ibu memakai ini nak (timbangan digital), ya karena lebih akurat, dan pembeli bisa melihat langsung angkanya didepan. Biasanya pembeli juga

[122] Ningsih, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 14 November 2020.
[123] Sulyati, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 08 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lebih suka membeli ke pedagang yang memakai timbangan ini. Dan biar sama-sama enak dan tidak disangka curang nanti Ibu."[124]

Selain itu, pedagang sembako lainnya yaitu Suwandi menambahkan mengenai praktek yang dilakukan dalam segi penimbangan, dalam wawancara secara langsung, beliau menuturkan bahwa:

"timbangan bandul ada, timbangan digital ada, tergantung pemakaian sih, biasanya kalau sayuran seperti tomat, manisa, wortel, dll pakai digital, kalau beras, ketan, kacang, kedelai, dll pakai bandul. Tergantung mas, ya dibuat gantian juga sama istri kalau pas pedagang ramai, kan harus cepat melayani pembeli. Pasti lah mas harus diusahakan jujur. Kalau tidak ya usaha bapak sendiri yang dinilai jelek oleh pembeli, iya toh?."[125]

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan ke pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, mereka mengungkapkan keadilannya dalam melakukan penimbangan. Hal tersebut juga diakui sendiri oleh pembeli di pasar Pagesangan yaitu Sutini melalui wawancara secara langsung:

"selama ini aman-aman saja. Malah ibu seringnya beli yang sudah kemasan. Seperti beras beli yang sudah 1 glangsing per 5 kilo. Kadang ya pernah 25 kilo. Jarang beli yang ngecer. Ya minyak juga sama. Kalau ada beli barang yang ditimbang selama ini aman-aman saja."[126]

Dalam berperilaku adil juga harus dilakukan kepada semua orang tanpa membedakan-bedakan suku, ras, golongan, dan agama. Dalam etika bisnis Islam mengajarkan setiap manusia bersikap adil kepada setiap individu, tidak terkecuali kepada orang yang tidak disukai maupun orang yang sudah dikenal dekat.

---

[124] Sulyati, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 08 November 2020.
[125] Suwandi, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 08 November 2020.
[126] Sutini, Pembeli di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 28 Maret 2021

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Utami selaku pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan mengungkapkan dalam menjalankan akivitas berjualannya melalui wawancara secara langsung:

"Ya nggak lah mas, semua pembeli sama saja, di perlakukan sama rata, dilayani sama-sama baik. Ibu juga tidak membeda-bedakan. pokok dagangan laku."[127]

Sari yang telah 7 tahun berdagang sembako di pasar tradisional Pagesangan menambahkan mengenai praktek dalam melakukan kegiatan berdagang melalui wawancara secara langsung:

"tentunya mas, harus dilayani sebaik mungkin. Iya mas, pasti ramah, sopan, ke semua pembeli. Kalau tidak ya nanti pembeli tidak mau kesini lagi. Ya kadang juga pernah kasih bonus ke pembeli kalau membelinya banyak, ya sebagai rasa terima kasih."[128]

3. Kehendak Bebas (Ikhtiyar/*Free Will*)

Kebebasan berarti bahwa setiap manusia mempunyai kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis, selagi kebebasan tersebut tidak merugikan. Dalam hal ini setiap pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan juga memiliki kebabasan dalam menentukan harga suatu barang. Dalam Islam juga tidak memberikan ruang kepada intervensi dari pihak manapun untuk menentukan harga. Namun dalam menetapkan harga yang adil juga hendaknya mengikuti permintaan dan penawaran.

[127] Utami, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 14 November 2020.
[128] Sari, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 14 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Suwandi sebagai pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan menjelaskan mengenai penetapan harga yang dilakukan melalui wawancara secara langsung:

"soal penetapan harga, bapak mematok ya sesuai pedagang lainnya, tidak terlalu mahal yang penting lancar dan laku. Biasanya tergantung barang, jika barang bagus ya mahal sedikit. Tergantung juga. jadi ada kualitas ada harga. Tapi tetap diusahakan standar.[129]

Yati sebagai pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan juga menambahkan mengenai penentuan harga yang dilakukan dalam wawancara secara langsung:

"kalau mengenai harga, ya sesuai kulaknya berapa terus kasih harga sewajarnya, tergantung pemasok juga, tidak mengambil keuntungan banyak, yang penting laku, dan tentunya diusahakan sesuai harga pasar."[130]

Dalam hal ini para pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan mempunyai kebebasan dalam menentukan suatu harga barang dagangan. Prinsip kehendak bebas juga tercerminkan dalam memberikan kebebasan untuk pendatang baru yang bebas melakukan usahanya. Hal tersebut diungkapkan melalui wawancara langsung oleh Sari sebagai pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, beliau mengatakan:

"Ya boleh-boleh saja, namanya orang mau cari uang buat memenuhi kebutuhan ya silahkan, asalkan usahanya yang baik, jangan menjatuhkan pedagang lain, yang terpenting bisa menjaga hubungan baik antar sesama pedagang."[131]

---

[129] Suwandi, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 08 November 2020.
[130] Yati, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 08 November 2020.
[131] Sari, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 14 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selain kebebasan antar pedagang, kebebasan juga perlu diterapkan kepada pembeli. Dalam hal ini para pedagang sembako tidak memaksakan kehendaknya kepada pembeli dalam menawarkan dagangannya, dalam artian pembeli bebas untuk memilih dan membeli sesuai keinginannya tanpa adanya paksaan dari siapapun termasuk pedagang itu sendiri.

Pernyataan tersebut diperkuat dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, salah satunya adalah Ningsih, beliau memaparkan bahwa:

"iya mas, jadi ya seperti ramah, sopan, santun, pokok melayani pembeli sebaik mungkin, biar pembeli senang. Pembeli adalah raja, Jadi pembeli bebas memilih barang yang ingin dibeli disini. terus melayani apa yang diingingkan pembeli."[132]

Umi yang dimana sebagai informan dari pihak pembeli juga menjelaskan pendapatnya ketika berbelanja di pedagang sembako pasar tradisional Pagesangan melalui wawancara secara langsung:

"Pilihannya banyak. Barang bagus harga juga disesuaikan. Ya wajarlah. Kembali lagi kemauan dari pembeli mau yang mana kan begitu."[133]

4. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Para pedagang sembako yang ada di pasar tradisional Pagesangan dalam menjalankan segala aktivitas bisnisnya, harus senantiasa memiliki rasa tanggung jawab, bukan berarti semua selesai ketika tujuan telah tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas segala yang sudah dilakukan.

[132] Ningsih, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 14 November 2020.
[133] Umi, Pembeli di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 28 Maret 2021.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Peneliti melakukan wawancara langsung kepada informan pedagang sembako dan pembeli untuk mencari informasi mengenai prinsip tanggung jawab yang diterapkan oleh pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, salah satunya adalah Sulyati, beliau memaparkan bahwa:

"loh iya, kalau ada pembeli komplain ya boleh saja dikembalikan. Pernah mendapati pembeli komplain, ya boleh-boleh saja, terus pembeli tersebut menunjukkan apa yang salah. Terus bisa diganti."[134]

Utami selaku pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan juga mengungkapkan mengenai bagaimana tanggung jawab yang dilakukan dalam menyikapi komplain pembeli melalui wawancara secara langsung:

"Boleh-boleh saja mas, silahkan untuk pembeli mau komplain kalau ada barang yang tidak sesuai. Tapi dengan syarat semata-mata kesalahan Ibu sendiri loh ya, jika kesalahan dari pembeli sendiri itu diluar tanggung jawab Ibu. Pembeli juga harus menunjukan letak kecacatan barang tersebut. Lagian Ibu biasanya menyuruh pembeli untuk mengecek kembali kondisi barang yang mau dibeli. Biar tidak ada keraguan."[135]

Dengan demikian sudah menjadi tanggung jawab bagi setiap pedagang sembako untuk senantiasa menjaga kualitas barang dagangan dengan rutin mengecek sebelum menjualnya ke pembeli agar dapat meminimalisir komplain dari pembeli karena adanya kecacatan barang yang disebabkan oleh kelalaian pedagang sembako itu sendiri.

Dalam wawancara secara langsung Heriah selaku pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan menjelaskan mengenai peran yang dilakukan dalam menjaga kualitas barang dagangannya:

---

[134] Sulyati, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 08 November 2020.
[135] Utami, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 14 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Ya rutin dicek aja mas, sebelum berjualan, kalau sembako cek setiap hari, kalau produk kemasan biasanya seminggu sekali. Kalau ada barang yang sudah habis tanggal kadaluarsa ya disimpan, saya sendirikan terus dikembalikan ke salesnya."[136]

Lisa juga menambahkan mengenai tanggung jawab yang diberikan mengenai pentingnya menyediakan barang yang berkualitas dalam menjalankan aktivitas berdagang sembako, beliau memaparkan melalui wawancara secara langsung:

"Pasti mas, namanya berdagang. Ya diusahakan menjual yang bagus, toh kalau barang bagus-bagus pembeli gak kecewa, terus mau beli disini lagi. Terus biar ramai pembeli juga. ya Alhamdulillah, apa-apa tetap di syukuri saja."[137]

5. Kebenaran (Ihsan/*Benevolence*)

Kebenaran disini meliputi dua unsur penting yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam hal ini dapat tercerminkan melalui penerapan pelayanan yang harus dilakukan bagi setiap pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan dalam melanggengkan pembeli. Karena pada dasarnya rata-rata pembeli akan lebih senang dan puas melakukan transaksi ke pedagang sembako yang memiliki pelayanan terbaik.

Subkhan menjelaskan mengenai peran dalam melakukan pelayanan yang terbaik kepada pembeli dalam wawancara secara langsung:

"kalau berjualan harus ramah, apalagi pedagang disini tidak sedikit dengan berbagai macam karakter juga. jadi harus ditingkatkan ramahnya, jangan sampai mengecewakan pembeli, kalau tidak begitu nanti pembeli enggan kembali lagi. Jadi kita harus pandai-pandai menarik minat pembeli."[138]

---

[136] Heriah, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 08 November 2020.
[137] Lisa, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 14 November 2020.
[138] Subkhan, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 08 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hal yang sama juga dilakukan oleh Lisa yaitu pedagang sembako lainnya dalam melakukan pelayanan yang terbaik demi melanggengkan pembeli, beliau menambahkan melalui wawancara secara langsung:

"harus, karena pembeli adalah raja. Kalau bisa pelayanan yang dilakukan diusahakan sebaik mungkin. Kita sebagai pedagang ya harus pandai-pandai menarik minat. Kalau tidak ya pembeli nanti pergi ke orang lain. ya tentunya ramah, sopan, jujur, adil, supaya pembeli percaya dan tidak merasa dicurangi, jadi sama-sama enak, seperti itu."[139]

Pelayanan terbaik juga di akui oleh pembeli itu sendiri salah satunya adalah Siti Sholikah yang mengungkapkan melalui wawancara secara langsung:

"semuanya baik, selayaknya pedagang melayani ke pembeli di pasar."[140]

Prinsip kebajikan juga harus dicerminkan kepada setiap pedagang sembako yang ada di pasar tradisional Pagesangan dalam senantiasa menjaga hubungan baik antar sesama pedagang sembako dan lingkungan pasar. Dalam wawancara secara langsung, Subkhan sebagai salah satu pedagang sembako pasar tradisional Pagesangan mengungkapkan bahwa:

"untuk menjaga hubungan antar pedagang menurut bapak harus baik ya mas, untuk harga-harga itu diusahakan disamakan, jadi tidak menimbulkan kecemburuan sosial, seperti oh disini murah, kok disini mahal, jadi jangan sampai seperti itu. Untuk menjaga lingkungan ya pastinya ya mas biar tetap terlihat bersih. Seperti membuang sampah pada tempatnya, dan membersihkan sekitaran toko, biasanya pas mau tutup bapak pasti begitu"[141]

---

[139] Lisa, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 14 November 2020.
[140] Siti Sholikah, Pembeli di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 28 Maret 2021.
[141] Subkhan, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 08 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hal yang sama juga diutarakan oleh Yati selaku pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan melalui wawancara secara langsung:

"Ya saling menjaga sikap baik satu sama lain. tidak melakukan kegiatan yang nantinya akan merugikan pedagang lain. Ya saling mengalah mas. Untuk menjaga lingkungan pasar. Ibu juga menjaga kebersihan tempat, tidak membuang sembarangan. Baiknya kan seperti itu, biasanya Ibu kumpulkan terus ditaruh ke tempat sampah utama.[142]

Selain kebajikan, unsur lain dari kebenaran adalah kejujuran. Kejujuran adalah aspek terpenting dalam menjalan aktivitas bisnis yang sehat tanpa mematikan pedagang sembako lainnya dan merugikan pembeli. Upaya dalam melakukan kejujuran diterapkan oleh Sahari Selaku pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan melalui wawancara secara langsung:

"kalau saya terus terang saja, buka-buka an, kalau ada barang kemarin saya bilang, pak buk ini sisa kemarin tapi masih bagus, ya harganya agak murah dibawahnya. Terus terang saja apapun kondisi barangnya, daripada mengecewakan pelanggan. Kan tidak enak nantinya. Kalau pembeli mau ya boleh-boleh saja, yang penting sudah bilang sebelumnya."[143]

[142] Yati, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 08 November 2020.
[143] Sahari, Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, *Wawancara*, Surabaya, 14 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

PERSAINGAN USAHA PEDAGANG SEMBAKO PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM DI PASAR TRADISIONAL PAGESANGAN KECAMATAN JAMBANGAN SURABAYA

A. Persaingan Usaha Pedagang Sembako di Pasar Tradisional Pagesangan

Dalam dunia bisnis, persaingan usaha sudah menjadi hal yang wajar karena adanya keterkaitan satu dengan lainnya. Dengan adanya persaingan usaha maka jangan menjadikan sebagai ancaman, dimana harus memenangkan persaingan dengan berbagai cara untuk mematikan pesaing lainnya, tetapi justru sebaliknya dengan adanya persaingan usaha kita selalu mempunyai rasa jiwa bersaing dan sebagai titik acuan untuk terus melakukan yang terbaik dalam memajukan suatu usaha.

Begitu pula persaingan usaha pedagang sembako yang terjadi di pasar tradisional Pagesangan, mereka saling berlomba untuk menarik pembeli dan berusaha memenangkan persaingan. Berdasarkan hasil pegamatan penulis bentuk persaingan usaha yang dilakukan oleh pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan ini terdiri dari empat aspek, antara lain:

1. Persaingan Produk

   Persaingan usaha yang dilakukan antar Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan dari segi produk yaitu berlomba-lomba untuk memenangkan hati konsumen dengan menyediakan barang yang lengkap dan kualitas terbaik. Dalam hal ini, perlunya kejujuran setiap pedagang dalam memberikan informasi sejelas-jelasnya mengenai kualitas barang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dagangannya tanpa harus menyembunyikan kecacatan barang. Semua itu dilakukan dengan harapan agar para pembeli senantiasa membeli kembali ke tempat berjualannya.

Pedagang yang mempunyai barang yang lengkap serta terjamin kualitasnya biasanya lebih diminati atau lebih diserbu oleh pembeli, dan begitu pula sebaliknya. Karena pada dasarnya rata-rata pembeli lebih menyukai kualitas barang yang baik meskipun terdapat selisih harga lebih sedikit. Namun tidak menutup kemungkinan menjumpai pembeli yang lebih mementingkan harga terjangkau daripada kualitas.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan sejumlah pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan ditemukan bahwa adanya persaingan usaha dari segi produk yaitu saling memberikan kualitas yang terbaik dan bersaing dalam hal kelengkapan barang dengan mengikuti apa yang menjadi kebutuhan pembeli sekarang ini.

Selain itu para pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan dalam menjaga kualitas barang dagangannya, selalu rutin memperhatikan barang dagangannya sebelum dijual ke pembeli seperti rutin mengecek kondisi kelayakan dan tanggal kadaluarsa barang tersebut. Jika terdapat pembeli komplain mengenai kualitas barangnya yang buruk seperti kecacatan atau kerusakan barang, maka pedagang harus menggantinya dengan kualitas barang yang lebih baik. Hal ini dilakukan agar pembeli tidak beralih ke pedagang sembako lain. menjaga kualitas.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Persaingan Harga

Persaingan segi harga yang terjadi antar pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan merupakan hal yang wajar terjadi, yaitu para pedagang sembako berlomba-lomba memberikan harga yang terbaik untuk menarik minat pelanggan. Hal ini tentu akan menimbulkan persaingan. Ketika pedagang berupaya menetapkan harga yang lebih murah, maka akan banyak pembeli yang mampir untuk membeli dan begitu pula sebaliknya, pedagang yang menjual barang dagangannya di atas harga para pedagang lainnya, maka akan sepi pembeli.

Berdasarkan hasil data yang didapatkan dari wawancara, Para pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan rata-rata mematok harga yang relatif sama. Hal ini untuk menghindari persaingan harga antar pedagang sembako. Seperti pada umumnya, dalam menentukan harga barang dagangan disesuaikan dengan permintaan dan penawaran. Namun tidak jarang menjumpai pedagang sembako yang sengaja menurunkan harga untuk mendapatkan pembeli. Dalam hal ini diperbolehkan jika dalam menurunkan harga pasar masih seimbang atau tidak ada selisih harga yang terlalu banyak dari pedagang lain.

Dalam menentukan harga, pedagang sembako pasar tradisional Pagesangan juga menyesuaikan harga dari supplier, dalam artian pedagang mengambil dan menaksir keuntungannya sendiri dari barang tersebut. Dalam pembentukan harga seperti ini tidak menyimpang dari etika bisnis Islam, karena harga yang diterapkan masih sama dengan pedagang lain.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dan dikatakan meyimpang apabila terdapat pedagang yang menjual jauh di bawah harga pasar untuk mendapatkan pembeli dan menjatuhkan usaha pedagang sembako lainnya. Selain itu, kekuatan tawar menawar antara penjual dan pembeli juga termasuk dapat membentuk harga di pasar tradisional Pagesangan, ini dikarenakan ketika ada pembeli yang menawar harga dari pedagang kemudian terjalin kesepakatan maka harga akan terbentuk.

Dalam bertransaksi, para pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan tidak begitu mempermasalahkan harga, karena meskipun terdapat pedagang yang membanting harga atau menetapkan harga di atas pedagang lain, selagi pembeli bisa menerima maka transaksi akan tetap sah dan tidak menimbulkan persaingan antar sesama pedagang sembako yang lain, meskipun tidak jarang terdapat pedagang yang merasakan kecemburuan sosial atas hal tersebut.

Harga yang berlaku di pasaran sudah seharusnya dibiarkan berjalan selaras sesuai dengan dinamika pasar, yang dimana berbanding lurus dengan hukum penawaran dan permintaan. Dengan demikian, tidak sepantasnya bagi siapapun untuk merekayasa harga yang sudah disepakati bersama. Ketika barang banyak, sedangkan permintaan sedikit, maka harga akan turun dan begitu pula sebaliknya. Dengan terbentuknya harga yang adil dan seimbang akan mendorong para pelaku pasar untuk bersaing dengan sempurna dan tidak ada pedagang lain yang merasa dirugikan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Persaingan Tempat

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, keadaan persaingan usaha pedagang sembako yang terjadi di pasar tradisional Pagesangan dalam mendapatkan tempat berjualan tidak begitu bersaing dan masih dalam batas wajar atau baik-baik saja. Dikarenakan semua tempat yang ditempati oleh pedagang sudah layak yaitu berupa bangunan permanen yang terdiri dari kios-kios dengan ukuran yang berbeda. Dengan tersedianya bangunan permanen ini dapat memudahkan bagi pembeli untuk mencari tempat berbelanja yang sudah menjadi langganan karena dalam sehari-hari pedagang menempati tempat berjualan yang sama atau menetap.

Meskipun terdapat perbedaan ukuran petak kios yang disediakan oleh pasar tradisional Pagesangan, tidak sampai menimbulkan kesenjangan sosial antar pedagang sembako. Hal tersebut ditegaskan langsung oleh Bapak Bambang Sugeng selaku pengelola pasar tradisional Pagesangan bahwa tidak terjadi kesenjangan sosial antar pedagang di pasar tradisional Pagesangan, karena perbedaan tempat juga disadari sendiri oleh para pedagang dengan menyesuaikan kebutuhan berdagangnya. Jadi semakin banyak volume barang yang mereka jual tentunya akan menyesuaikan dengan tempat berjualannya dan tidak menghalangi apabila terdapat pedagang yang ingin menyewa dua petak kios sekaligus. Hal tersebut tidak menjadi masalah selagi pedagang tersebut bisa.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut pengakuan dari rata-rata pedagang sembako di pasar tradisional sendiri mengenai perbedaan tempat baik lokasi atau ukuran tidak menjadi masalah. Hal tersebut sudah menjadi kesukarelaan dan tidak adanya paksaan masing-masing pedagang, karena pedagang menyadari ukuran tempat juga menyesuaikan dengan kebutuhan banyaknya barang yang akan dijual. Bagi seorang muslim, strategis tidaknya lokasi tempat berjualan, mereka lebih percaya bahwa rezeki tiap orang berbeda-beda dan sudah ditentukan oleh Allah SWT dan tidak mungkin akan tertukar. Jadi, sebagai pedagang tidak perlu memaksakan kehendak individu dan menerima apapun kondisi tempat yang akan digunakan untuk berjualan.

Terlepas dari semua itu, yang perlu dilakukan setiap pedagang sembako adalah kesadaran dalam menjalankan suatu usaha sebaik-baiknya dan memenangkan persaingan tanpa menjatuhkan usaha yang lain. Peran pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan dalam memenangkan persaingan adalah salah satunya dalam hal penataan barang. Selain kebersihan tempat, kerapian penataan barang dagangan dapat menjadi nilai tambah dalam menarik minat pelanggan dan menjaga hubungan baik antara pedagang dengan pelanggan. Semakin rapi dan bersih tempat berjualan, semakin senang pelanggan datang untuk membeli dan begitupun sebaliknya.

Jadi persaingan pedagang sembako yang terjadi di pasar tradisional Pagesangan terkait tempat adalah mencakup lokasi kios tersebut mudah dijangkau pembeli atau tidak, strategis atau tidak. Di sisi lain pedagang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sembako perlu mengutamakan kebersihan tempat dan kerapian penataan barang demi kenyamanan pelanggan dan menjadi nilai tambah untuk dapat memenangkan persaingan antar sesama pedagang sembako tanpa perlu menjatuhkan usaha lainnya serta tentunya untuk menjaga hubungan baik antara pedagang dan pembeli.

4. Persaingan Pelayanan

Berdasarkan hasil wawancara ditemukan bahwa, persaingan usaha yang terjadi antar pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan dari segi pelayanan yaitu tidak terlalu ketat. Adapun cara bersaing yang dilakukan antar pedagang sembako dari segi pelayanan hampir sama, yaitu dengan berlomba-lomba dalam meningkatkan pelayanan sebaik mungkin dari pedagang lain untuk dapat memenangkan hati pembeli dengan memberikan pelayanan yang ramah, jujur, sopan, murah senyum, melayani pembeli dengan perkataan yang baik, tidak menyakiti perasaan pembeli dengan kata-kata kasar, melayani pembeli tanpa membeda-bedakan suku, ras, golongan dan agama, serta senantiasa memberikan informasi yang jelas kepada pembeli mengenai kualitas dan kuantitas barang dagangan.

Selain itu, menurut pengakuan dari beberapa pembeli di pasar tradisional Pagesangan tidak jarang pula menjumpai pedagang yang memberikan suatu bonus bahkan potongan harga kepada pembeli karena telah setia membeli barang dagangannya atau telah membeli banyak barang dagangannya sebagai tanda ucapan terima kasih.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pedagang sembako menyadari bahwa, pelayanan yang baik juga mempunyai pengaruh penting untuk menambah daya tarik pembeli, karena pada dasarnya pembeli adalah partner atau bahkan raja. Selain itu, pedagang yang memberikan pelayanan yang terbaik akan menumbuhkan rasa kepercayaan lebih bagi pembeli untuk bertransaksi. Pelayanan yang baik juga membutuhkan kerja keras dan komunikasi yang baik dengan pembeli.

Pada umumnya pembeli akan senang membeli kepada pedagang yang melayani dengan baik dan ikhlas seperti murah senyum, berkata baik, sopan, dan tidak menyakiti hati pembeli, begitu pula sebaliknya jika ada pedagang yang melayani pembelinya dengan tidak baik maka pembeli akan enggan untuk bertransaksi lagi.

Dalam penerapannya para pedagang sembako bebas dalam melayani siapa saja pembeli dengan baik, ramah dan sopan santun. Berdasarkan hasil wawancara oleh pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, jika terdapat pembeli yang komplain dengan barang miliknya, seperti terdapat kecacatan kualitas, kurangnya kuantitas barang, serta berakhirnya tanggal kadaluarsa suatu barang, mayoritas pedagang akan dengan senang hati menggantinya dengan barang yang lebih baik lagi agar pembeli tidak merasa kecewa dengan pelayanan yang telah diberikan.

Ada juga pedagang yang memperbolehkan pembeli untuk melakukan komplain penukaran barang yang tidak sesuai namun dengan syarat semata-mata kesalahan dari pihak pedagang sendiri. Jika suatu barang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terdapat kecacatan yang disebabkan oleh pembeli, maka pedagang tidak akan memberi ganti rugi karena hal tersebut sudah diluar dari tanggung jawab pedagang.

Dalam mekakukan pelayanan segi penimbangan/takaran, mayoritas pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan lebih memilih menggunakan timbangan digital. Selain lebih praktis dan memudahkan pedagang, timbangan digital lebih dipercaya oleh setiap pembeli karena lebih akurat dan adil dibandingkan timbangan manual atau timbangan bandul. Pembeli biasanya lebih suka bertransaksi ke pedagang sembako yang menggunakan timbangan digital dibanding timbangan manual untuk menghindari kerugian. Menurut mereka timbangan digital lebih terbuka kepada pembeli karena nominal berat barang dagangan akan jelas tertera di timbangan digital dan bisa dilihat langsung oleh pembeli sehingga kecil kemungkinan bagi pedagang sembako ketika akan melakukan kecurangan dalam penimbangan barang dagangan.

Namun terkadang masih menjumpai pedagang sembako yang melakukan kecurangan dalam melakukan penimbangan/takaran barang dagangan. Biasanya hal tersebut kebanyakan dilakukan oleh pedagang sembako yang masih menggunakan timbangan manual atau timbangan bandul karena lebih mudah untuk diakali dalam melakukan pengurangan takaran.

Melihat dengan kasus seperti itu, pedagang sembako tersebut tidak menerapkan prinsip etika bisnis yakni prinsip kejujuran karena melakukan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kecurangan dengan cara mengurangi takaran atau timbangan barang dagangan yang dapat merugikan pihak pembeli. Perlu diketahui, menghalalkan segala cara dalam memperoleh keuntungan dengan cara melakukan penipuan dan kecurangan akan menimbulkan kerugian bagi dirinya sendiri dan rezeki yang diperoleh tidak akan mendapat keberkahan dari Allah Swt.

Dengan adanya persaingan usaha maka jangan menjadikan itu sebagai ancaman, dimana harus memenangkan persaingan dengan cara mematikan pesaing lainnya, tetapi justru menjadikan hal tersebut sebagai motivasi dalam melakukan bisnis dan menjadi titik acuan untuk terus berusaha melakukan yang terbaik, sehingga tidak menimbulkan kecemburuan sosial antar pedagang sembako ataupun kerugian dari pihak pembeli.

B. Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Persaingan Usaha Pedagang Sembako di Pasar Tradisional Pagesangan

Etika bisnis Islam merupakan landasan dalam menjalankan aktivitas bisnis sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam yang terdapat dalam al-Qur'an dan Hadits, sehingga dalam menjalankan aktivitas bisnisnya tidak perlu lagi adanya kekhawatiran sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar serta mencegah dari perbuatan bathil seperti penipuan, kepalsuan/cacat barang, kecurangan, dan kemungkaran yang dapat merugikan orang lain dan diri sendiri.[144] Berikut adalah analisis persaingan usaha pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam berdasarkan

[144] M. Fahmul Iltiham, Danif, Penerapan Konsep Etika Bisnis Islam pada…, 4.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

data-data yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Tauhid (Kesatuan/*Unity*)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, prinsip tauhid yang ditunjukkan para pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan yaitu menjalankan segala aktivitas perdagangannya sebaik mungkin dengan senantiasa mengikuti segala ketentuan yang telah ditetapkan oleh Allah Swt dan menjauhi segala larangan-Nya. Perlu diketahui bahwa pada umumnya para pelaku bisnis cenderung melakukan tabrakan kepentingan, dengan menghalalkan segala cara untuk memperoleh laba sebanyak-banyaknya yang dapat mengakibatkan pihak lain merasa dirugikan.

Menurut pengakuan dari beberapa pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, mereka tidak berani jika dalam menjalankan segala aktivitas perdagangan yang mengarah kebathilan, karena dalam diri para pedagang sembako sudah memiliki pemikiran takut akan hukuman yang Allah Swt berikan. Pedagang sembako pasar tradisional Pagesangan mempercayai bahwa dalam menjalankan segala perbuatannya akan selalu diawasi oleh Allah Swt, hal tersebut selaras dengan prinsip etika bisnis Islam yaitu ketauhidan.

Para pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan mewajari dengan adanya persaingan usaha antar sesama pedagang sembako, mengingat jumlah pedagang sembako yang ada di pasar Pagesangan tidak sedikit. Namun dalam menghadapi suatu persaingan usaha, mereka sebisa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mungkin untuk melakukan persaingan usaha yang sehat, tidak melakukan tindakan yang membawa keburukan dan tidak menjalankan kegiatan yang dapat menimbulkan perselisihan antar sesama pedagang sembako lainnya yang kemudian dapat mematikan usaha. Bagi mereka dalam melakukan usahanya tidak hanya mencari keuntungan semata, namun yang terpenting adalah keberkahan rezeki dari Allah Swt.

Perlu diketahui bahwa persaingan dengan tujuan untuk melakukan kebaikan itu diperbolehkan, selama dalam persaingan tersebut tidak menyimpang dari prinsip syariah seperti yang telah diajarkan oleh Rasulullah Saw.

2. Keseimbangan (Keadilan/*Equilibrium*)

Berdasarkan hasil data yang peneliti dapatkan, prinsip keseimbangan yang diterapkan para pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan yaitu berusaha untuk bersikap adil dan seimbang kepada setiap pembeli tanpa harus membedakan suku, ras, golongan dan agama. Bagi mereka semua harus diperlakukan sama tanpa adanya perlakuan khusus. Bersikap adil dan seimbang juga dilakukan pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan dalam melakukan penimbangan dan penakaran suatu barang tanpa harus melakukan kecurangan berupa pengurangan atau penambahan jumlah dan takaran serta tidak melakukan kecurangan dalam alat timbangan yang digunakannya.

Namun hal tersebut tidak menutup kemungkinan jika terdapat pedagang sembako lain yang melakukan kecurangan dengan bersikap

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tidak adil dalam praktek penimbangannya seperti mengurangi takaran dan timbangan terhadap suatu barang tersebut dengan cara memanipulasi alat timbangannya untuk dapat memperoleh keuntungan lebih dengan iming-iming harga yang ditawarkan ke pembeli lebih murah dari pedagang lainnya. Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan dari pedagang sembako yang mendapati pembeli datang ke tempatnya hanya sekedar untuk mencocokan kembali timbangan barangnya apakah sudah sesuai atau belum dan didapati hasil timbangan yang kurang sesuai meskipun selisih 1 sampai 2 ons dan selain itu terdapat pernyataan dari pembeli sendiri juga mengakui pernah mengalami berupa ketidaksesuaian terhadap timbangan barangnya.

Rata-rata pedagang yang melakukan kecurangan tersebut adalah pedagang sembako yang masih menggunakan alat timbangan manual atau bisa disebut dengan timbangan bandul. Dalam prakteknya alat tersebut dapat dimanipulasi atau direkayasa oleh pedagang yang curang untuk mendapatkan hasil yang kurang adil. Selain itu, tidak adanya keterbukaan kepada pembeli mengenai nominal timbangan dari alat tersebut juga menjadi penyebab kerugian yang diterima pihak pembeli.

Maka dari itu, dalam prakteknya pedagang sembako lebih memilih menggunakan alat timbangan digital, selain lebih adil karena ke akuratannya, timbangan digital juga lebih terbuka kepada pembeli karena akan menampilkan nominal secara riil dari kuantitas barang tersebut dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kecil kemungkinan pedagang sembako untuk bisa melakukan kecurangan timbangan.

Bagi pedagang sembako, pembeli akan lebih percaya bertransaksi ke pedagang yang menggunakan alat timbangan digital dibandingkan pedagang yang masih menggunakan timbangan manual atau timbangan bandul dan hal tersebut sudah diakui sendiri oleh para pembeli di pasar tradisional Pagesangan. Selain itu, secara tidak langsung akan memberikan keuntungan bagi pedagang dan pembeli juga tidak merasa dirugikan. Sebagaimana firman Allah Swt yang berbunyi:

وَأَوۡفُواْ ٱلۡكَيۡلَ إِذَا كِلۡتُمۡ وَزِنُواْ بِٱلۡقِسۡطَاسِ ٱلۡمُسۡتَقِيمِۚ ذَٰلِكَ خَيۡرٞ وَأَحۡسَنُ تَأۡوِيلٗا ٣٥

Artinya: "Dan sempurnakanlah takaran ketika kamu menakar dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya." (QS. al-Isra: 35)[145]

Menurut peneliti, para pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan belum sepenuhnya menerapkan prinsip etika bisnis Islam yaitu keseimbangan karena dalam penerapannya masih menjumpai pedagang sembako lain yang menghalalkan segala cara untuk dapat memenangkan persaingan usaha dengan melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan kuantitas barang. hal tersebut akan menimbulkan persaingan usaha tidak sehat serta dapat merugikan dirinya sendiri, pedagang sembako lain, maupun pihak pembeli.

[145] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*..., 285.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Kehendak Bebas (Ikhtiyar/*Free will*)

Berdasarkan hasil data yang didapatkan, pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan mengartikan prinsip kehendak bebas adalah persaingan bebas, tidak ada intervensi antar pedagang. Islam tidak memberikan ruang kepada intervensi dari pihak manapun untuk menentukan harga. Dalam hal ini yaitu terkait mengenai penetapan harga yang adil dengan mengikuti permintaan dan penawaran.

Berdasarkan wawancara kepada 10 informan pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan dalam menentukan harga tidak ada paksaan dari siapapun dan berusaha menentukan harga sesuai standar pasar. Meskipun masih ada sebagian pedagang sembako lain yang menurunkan harga untuk mendapatkan pembeli, dengan catatan dalam menurunkan harga tersebut masih seimbang dan tidak ada selisih yang terlalu banyak dari harga pedagang sembako lainnya. Namun jika pedagang menjual barang dagangannya di pasar dengan kurang dari harga biaya, atau jauh dibawah standar pasar diluar kebaikan dan kedermawaannya, maka akan menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat dan dapat mematikan pedagang sembako lainnya.

Pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan juga memberikan kebebasan penjual lain untuk berjualan didekatnya tak terkecuali terhadap pedagang baru serta tidak menimbulkan persaingan yang tidak sehat. Pendatang baru bebas dalam keluar masuk pasar dan dalam pembentukan harga, tidak ada intervensi manapun. Pasar Islami harus bisa menjamin

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

adanya kebebasan pada masuk atau keluarnya sebuah komoditas di dalam pasar.

Selain itu, pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan juga tidak memaksakan kehendaknya kepada pembeli dalam menawarkan dagangannya. Berdasarkan hasil wawancara dari pembeli juga dapat disimpulkan bahwa tidak adanya paksaan dari pedagang untuk membeli meskipun terdapat beberapa pilihan yang ditawarkan oleh pedagang, karena perlu diketahui setiap pembeli memiliki kebebasan untuk memilih barang sesuai yang diharapkan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pedagang di pasar tradisional Pagesangan telah melakukan prinsip etika bisnis Islam yaitu kehendak bebas dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, termasuk kebebasan dalam menentukan harga serta tidak ada intervensi dari pihak manapun.

4. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Dalam Islam sangat menekankan pada prinsip tanggung jawab, manusia harus berani mempertanggungjawabkan atas segala perilaku yang telah diperbuatnya baik di hadapan manusia maupun di hadapan Allah Swt kelak. Sesuai dengan firman Allah Swt yang ada di dalam al-Qur'an surat al-Muddassir ayat 38 yang berbunyi:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ ٣٨

Artinya: "Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukannya." (QS. al-Muddassir: 38)[146]

[146] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*…, 576.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada pembeli mengenai komplain disimpulkan bahwa, sikap yang dilakukan pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan memperbolehkan pembeli untuk melakukan pengembalian jika terdapat barang yang tidak sesuai seperti terdapat kecacatan baik dari segi kualitas maupun kuantitas dengan catatan pembeli dapat menunjukkan kepada pedagang letak dari barang yang cacat tersebut. Pedagang sembako akan bersedia menukarkan atau mengganti barang tersebut dengan barang yang lebih bagus dan sesuai, serta menambahkan takaran jika terdapat kekurangan. Hal tersebut sangat penting dilakukan bagi setiap pedagang sembako dengan harapan dapat menumbuhkan kepercayaan dari pembeli dan menjaga citra baik bagi usahanya, serta terhindar dari kecurangan yang dapat merugikan pembeli.

Namun terdapat juga pedagang sembako yang memperbolehkan pembeli untuk melakukan penukaran suatu barang yang tidak sesuai dengan syarat semata-mata kesalahan dari pihak pedagang itu sendiri. Jika terdapat kecacatan atau berkurangnya kuantitas barang yang disebabkan dari pihak pembeli, maka pedagang tidak akan memberikan ganti rugi karena hal tersebut sudah diluar tanggung jawab dari pedagang. Pedagang sembako juga selalu memberikan informasi yang jelas mengenai barang dagangannya sebelum dijual ke pembeli dan mempersilahkan pembeli untuk mengecek kembali barang yang akan dibelinya sebelum membuka segel.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dengan ini, akan menjadi tanggung jawab bagi setiap pedagang sembako dalam menjaga kualitas barang dagangannya dengan selalu mengecek kondisi barang dagangannya sebelum dijual ke pembeli. Selain itu, sudah menjadi tanggung jawab bagi setiap pedagang sembako dalam menyediakan barang yang berkualitas untuk meminimalisir terjadinya komplain dari pihak pembeli yang dapat merugikan pedagang sembako itu sendiri.

Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan dalam menjalankan bisnisnya sudah menerapkan etika bisnis Islam yaitu prinsip tanggung jawab dengan bersedia mengganti atau menukarkan barang yang lebih baik jika terdapat kecacatan barang dagangan yang diterima oleh pembeli dan bertanggung jawab dalam menyediakan barang yang berkualitas serta selalu menjaga kualitas barang dagangannya dengan rutin mengecek sebelum menjualkannya ke pembeli.

Menurut mereka, hal tersebut wajib dilakukan agar tidak ada pihak pembeli yang merasa dirugikan nantinya dan dapat menjaga hubungan baik antara pembeli dan pedagang. Selain itu, dalam upaya untuk dapat memenangkan persaingan antar pedagang sembako yang terjadi di pasar tradisional tanpa harus menjatuhkan pedagang sembako yang lain.

5. Kebenaran (Ihsan/*Benevolence*)

Berdasarkan hasil data yang diperoleh, para pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan dalam menjalankan aktivitas berjualannya, rata-rata sudah berupaya melakukan pelayanan sebaik mungkin kepada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pembeli seperti bersikap ramah, sopan, murah senyum, melayani pembeli dengan bertutur kata sebaik mungkin, tidak menyakiti perasaan pembeli dengan perkataan kasar, dan bahkan memberikan bonus kepada pembeli sebagai rasa ucapan terima kasih karena sudah membeli banyak atau sudah setia membeli ditempatnya. Hal tersebut juga diakui langsung oleh pihak pembeli ketika peneliti melakukan wawancara secara langsung.

Menurut para pedagang sembako hal tersebut jika dilakukan tidak akan menimbulkan kerugian bahkan bisa mendatangkan keuntungan bagi usahanya karena mereka akan mendapatkan rasa kepercayaan lebih dari pembeli agar senantiasa kembali lagi untuk membeli ditempatnya. Begitupun sebaliknya, jika pedagang bersikap tidak ramah atau kasar maka pembeli akan melarikan diri dalam artian tidak mau kembali lagi. Dalam hubungan ini dapat direnungkan sebagaimana firman Allah Swt, yang berbunyi:

وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلْقَلْبِ لَٱنفَضُّوا۟ مِنْ حَوْلِكَ

Artinya: "Dan sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu." (QS. Ali 'Imran: 159)[147]

Para pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan juga tetap menjaga hubungan baik antar sesama pedagang sembako dengan tidak melakukan aktivitas yang dapat menimbulkan pertikaian atau perselisihan. Selain itu pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan berperan

[147] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*..., 71.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam menjaga lingkungan pasar dengan baik, dengan ikut menjaga kebersihan pasar dan membuang sampah pada tempat yang sudah disediakan oleh pengelola pasar. Hal tersebut sejalan dengan prinsip etika bisnis Islam yaitu kebenaran.

Selain menjalankan prinsip kebajikan, para pedagang sembako di pasar tradisional juga mencerminkan prinsip kejujuran, hal tersebut sejalan dengan upaya pedagang sembako di pasar tradisional selalu jujur dalam memberikan kejelasan informasi kepada pembeli mengenai setiap barang dagangan yang hendak dijual. Sebagaimana firman Allah Swt pada al-Qur'an Surat al-Ahzab ayat 70, yang berbunyi:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱتَّقُواْ ٱللَّهَ وَقُولُواْ قَوۡلٗا سَدِيدٗا ٧٠

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar." (QS. al-Ahzab: 70)[148]

Berdasarkan hasil data yang didapatkan dari wawancara langsung kepada pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan, rata-rata mereka sebelum melakukan transaksi kepada pembeli selalu mengatakan yang sebenarnya mengenai kondisi barang dagangannya tak terkecuali terdapat kecacatan sekalipun. Hal tersebut diharapkan agar tidak ada pihak pembeli yang merasa dirugikan. Namun jika terdapat pembeli yang mau membelinya dan saling menerima atas kesepakatan bersama antara pedagang dan pembeli, maka transaksi tersebut tetap bisa dilakukan.

[148] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*…, 427.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut pengakuan para pedagang sembako di pasar Pagesangan, mereka tidak pernah menyembunyikan kecacatan barang, bagi mereka itu akan membuat kerugian tersendiri karena bisa membuat pelanggan merasa kecewa dan enggan datang lagi untuk membeli.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa para pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan dalam menjalankan kegiatan usahanya untuk menghadapi suatu persaingan usaha antar sesama pedagang sembako yang dimana terdapat empat indikator persaingan yang dijalankan yaitu persaingan produk, persaingan harga, persaingan tempat, serta persaingan pelayanan tetap mencerminkan dan mengedepankan prinsip-prinsip dari etika bisnis Islam yang telah diajarkan oleh Rasulullah yaitu yang pertama prinsip ketauhidan dalam arti kepercayaan sepenuhnya terhadap kesatuan (keesaan) Tuhan, yang berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa, yang kedua terdapat prinsip keseimbangan atau berbuat adil, kemudian prinsip kehendak bebas, prinsip memiliki rasa tanggung jawab dalam menjalankan setiap kegiatan yang dilakukan, serta yang terakhir prinsip kebenaran atau berbuat kebaikan sehingga dengan adanya pemahaman mengenai persaingan usaha perspektif etika bisnis Islam ini diharapkan tidak ada pihak lain yang merasa dirugikan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis pembahasan yang telah dilakukan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persaingan usaha antar pedagang sembako yang terjadi di pasar tradisional Pagesangan meliputi empat objek yang dipersaingkan yaitu yang pertama persaingan dalam segi produk, para pedagang sembako saling memberikan kualitas terbaik dan kelengkapan barang. Kemudian dalam persaingan segi harga, Para pedagang sembako rata-rata mematok harga yang relatif sama dengan menyesuaikan permintaan dan penawaran. Namun tidak jarang menemui pedagang sembako yang menurunkan harga pasar. Selain itu, terdapat persaingan usaha dalam segi tempat, dapat disimpulkan bahwa para pedagang sembako tidak terlalu memikirkan mengenai tempat baik dari segi lokasi maupun ukuran kios, yang mereka lakukan adalah mengutamakan kebersihan tempat dan kerapian penataan barang demi kenyamanan dan kepuasan pembeli. Yang terakhir yaitu persaingan dalam segi pelayanan, dalam hal ini para pedagang sembako rata-rata sudah berupaya memberikan pelayanan yang terbaik seperti ramah, sopan, jujur, berkata baik, tidak menyakiti hati pembeli dengan perkataan kasar, melayani komplain pembeli sebaik mungkin. Meskipun masih terdapat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pedagang sembako lain yang tidak jujur dengan melakukan kecurangan dalam segi timbangan dan takaran barang.

2. Tinjauan etika bisnis Islam terhadap persaingan usaha antar pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan mencakup lima prinsip yaitu yang pertama prinsip ketauhidan (kesatuan/*unity*), dalam hal ini para pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan menjalankan suatu persaingan usaha yang sehat dan sebaik mungkin dengan tetap mentaati segala ketentuan yang telah ditetapkan oleh Allah Swt serta tidak menjalankan kegiatan yang dapat menimbulkan perselisihan antar sesama pedagang sembako yang kemudian dapat mematikan usaha pedagang sembako lainnya. Kemudian terdapat prinsip keseimbangan (Keadilan/*Equilibrium*) yang dimana para pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan berupaya berbuat adil dalam segi penimbangan dan penakaran suatu barang, meskipun dalam penerapannya masih terdapat pedagang sembako lain yang melakukan persaingan secara tidak sehat yaitu dengan berlaku curang kepada pembeli dalam segi penimbangan dengan mengurangi takaran barang yang bertujuan menjatuhkan pedagang lain serta merugikan pihak pembeli. Hal tersebut sangat bertentangan dengan etika bisnis Islam. Selanjutnya terdapat prinsip kehendak bebas (Ikhtiyar/*Free Will*), para pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan bebas dalam menentukan harga tanpa adanya intervensi dari pihak manapun dan kehendak bebas juga tercerminkan melalui pembeli yang bebas memilih barangnya tanpa adanya paksaan dari pedagang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selain itu, pada prinsip tanggung jawab (*Responsibility*), para pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan senantiasa bertanggungjawab jika terdapat pembeli yang komplain dengan bersedia mengganti barang yang lebih baik apabila terdapat kecacatan barang dalam segi kualitas maupun kuantitas dan bertanggung jawab menyediakan barang yang berkualitas. Adapun prinsip etika bisnis Islam yang terakhir yaitu kebenaran (Ihsan/*Benevolence*), prinsip kebenaran tercerminkan oleh pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan dengan berupaya memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada pembeli seperti bersikap ramah, sopan, murah senyum, bertutur kata baik, dan bahkan memberikan bonus sebagai rasa ucapan terima kasih. Selain itu, para pedagang sembako juga berupaya menjaga hubungan baik antar sesama pedagang dan ikut berperan dalam menjaga lingkungan pasar.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti menyampaikan saran-saran yang bertujuan memberikan kebaikan pasar tradisional Pagesangan dan memberikan manfaat kepada pihak lain atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi para pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan dalam menentukan harga haruslah mempertimbangkan beberapa aspek agar harga yang berlaku sesama pedagang sembako bisa seimbang sesuai standar harga pasar. Selain itu, diharapkan untuk pedagang sembako dalam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melakukan timbangan dan takaran barang harus bersikap adil kepada pembeli seperti menggunakan alat timbangan digital yang lebih akurat dan terbuka agar tidak ada pembeli merasa dirugikan.

2. Para pedagang sembako di pasar tradisional Pagesangan diharapkan harus lebih menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam melakukan segala aktivitas berdagangnya dan senantiasa melakukan persaingan usaha secara sehat yaitu tidak menghalalkan segala cara untuk mendapatkan keuntungan tanpa harus menjatuhkan pedagang sembako lainnya. Dengan demikian diharapkan agar mendapatkan keberkahan dari Allah Swt dan selamat dalam dunia maupun akhirat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Adim, Abd. (2019). Analisis Praktik Penjualan Para Pedagang Sembako Muslim Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Pasar Tradisional Ambarketawang Kabupaten Sleman. Skripsi – Universitas Alma Ata Yogyakarta.

Alfianika, Ninit. (2018). *Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.

Alma, Buchari. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.

Ardianto, Elvinaro. (2010). *Metodologi penelitian untuk public relations, kualitatif dan kuantitatif.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

A. Karim, Adiwarman. (2010). *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: Rajawali Pers.

Bertens, K. (2000). *Pengertian Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius.

Chalimah, Ismatul. (2017). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Para Penjual (Studi Kasus Toko Grosir Al-Araffah Pasar Wage Purwokerto). Skripsi – IAIN Purwokerto.

Departemen Agama Republik Indonesia, (2010). Al-Qur‘an dan Terjemahannya. Bandung: CV. Diponegoro.

Djakfar, Muhammad. (2012). *Etika Bisnis*. Jakarta: Penebar Plus.

Gayatri. Pembeli Pasar Tradisional Pagesangan. *Wawancara*. 28 Maret 2021.

Giani. Pembeli Pasar Tradisional Pagesangan. *Wawancara*. 28 Maret 2021.

Heriah. Pedagang Sembako. *Wawancara*. 08 November 2020.

Hasanah, Hasyim. (2016). Teknik-Teknik Observasi. *Jurnal at-Taqaddum*, Vol.8, No.1.

Iltiham, M.Fahmul, Danif, (2016). Penerapan Etika Bisnis Islam pada Manajemen Perhotelan di PT. Syari’ah Guest House Malang. *Jurnal Malia*, Vol.7, No.2.

Juliyani, Erly. (2016). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ummul Qura*, Vol.11, No.1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kuncoro, Mudrajad. (2005). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.

Latif, Abdul. (2017). Etika Persaingan Dalam Usaha Menurut Pandangan Islam. *Islamic Economic Journal*, Vol.3, No.2.

Lisa. Pedagang Sembako. *Wawancara*. 14 November 2020.

Marista, Dina. (2018). Analisis Persaingan Usaha di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam. Skripsi – UIN Raden Intan Lampung.

Muhammad. (2004). *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.

Mulyawisdawati, Richa A. (2019). Implementasi Etika Bisnis Islam di CV Rumah Makan Yogyakarta. *Jurnal STEBI Al-Muhsin Yogyakarta*, Vol.13, No. 2.

Ningsih. Pedagang Sembako. *Wawancara*. 14 November 2020.

Nurhayati, Siti Fatimah. (2014). Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Musyawarah Untuk Mufakat, *Jurnal Ekonomi*, Vol.18, No.1.

Pramitasari, Titik. (2019). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Pada Home Industri Tenun Tikar Nies Collection). Skripsi – UIN Sunan Ampel Surabaya.

Puspitasari, Ira. (2019). Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Leuwiliang). *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Vol.3, No.1.

Sahari. Pedagang Sembako. *Wawancara*. 14 November 2020.

Sari. Pedagang Sembako. *Wawancara*. 14 November 2020.

Semiawan, Conny R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.

Sholikah, Siti. Pembeli Pasar Tradisional Pagesangan. *Wawancara*. 28 Maret 2021.

Subkhan. Pedagang Sembako. *Wawancara*. 08 November 2020.

Sugeng, Bambang. Dewan Pengawas Pasar Tradisional Pagesangan. *Wawancara*. Surabaya. 05 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penilitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukardi, Didi. Slamet Firdaus. (2018). Analisis Hukum Islam Terhadap Persaingan Usaha Home Indutri Tape Ketan Cibeureum. *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, Vol.3, No.2.

Sulyati. Pedagang Sembako. *Wawancara*. 08 November 2020.

Supianto. (2013). Pendekatan Per se Illegl dan Rule of Reason dalam Hukum Persaingan Usaha di Indonesia. *Jurnal Rechtens*. Vol.2, No.1.

Sutini. Pembeli Pasar Tradisional Pagesangan. *Wawancara*. 28 Maret 2021.

Suwandi. Pedagang Sembako. *Wawancara*. 08 November 2020.

Suwartono. (2014). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Syahrizal, Ahmad. (2018). Etika Bisnis Perspektif Islam. *Jurnal Aktualita*. Vol.9.

Teguh, Muhammad. (2001). *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Umi. Pembeli Pasar Tradisional Pagesangan. *Wawancara*. 28 Maret 2021.

Utami. Pedagang Sembako. *Wawancara*. 14 November 2020.

Yati. Padagang Sembako. *Wawancara*. 08 November 2020.

Yupriadi, Sidik. Ketua Umum Pengelola Pasar Tradisional Pagesangan. *Wawancara*. 12 November 2020.

Yusuf, A. Muri. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

Yusanto, M. Ismail, M. Karebet Widjajakusuma. (2008). *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id