

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi mengenai paparan data, temuan peneliti, dan analisis data berupa penjelasan atas temuan hasil penelitian. Pembahasan didalamnya meliputi tiga fokus penelitian, yaitu *pertama*, keadaan persaingan bisnis toko kelontong di Desa Aengsareh. *Kedua*, strategi yang diterapkan dalam persaingan toko kelontong. *Ketiga*, tinjauan Etika Bisnis Islam dalam persaingan bisnis di Desa Aengsareh Kecamatan Sampang.

A. Kondisi toko kelontong di Desa Aengsareh

Secara administratif Desa Aengsareh dipimpin oleh kepala Desa H.Muiri, Desa Aengsareh merupakan salah satu Desa yang terletak di Kecamatan Sampang, merupakan Desa yang terletak di bagian paling selatan dan paling barat Kecamatan Sampang, luas Desa ini secara keseluruhan 230,85 Ha karena letaknya pinggiran dari Kota Sampang, maka Desa Aengsareh mudah untuk di akses di tambah sarana dan prasarana transportasi disana tersedia dengan baik, baik angkutan umum yang biasanya berupa ojek pangkalan dan mobil angkutan mini, juga akses jalan yang baik mengingat jalan utama Desa Aengsareh merupakan jalur alternatif lintas Kabupaten.

Atas dasar ini Desa Aengsareh merupakan tempat yang tepat untuk berbisnis maupun berwirausaha, dan jenis usaha yang paling sering ditemui di Desa Aengsareh yakni usaha toko kelontong, maka dari itu, bisnis toko kelontong sangat mudah ditemukan di Desa ini.

Jumlah toko kelontong yang ada di Desa Aengsareh keseluruhan terdapat 28 toko. Tersebar luas dari ujung barat Desa sampai ujung timur, dan mayoritas

toko yang ada berkumpul di sebelah timur pasar hewan, selain daerah itu, keberadaan toko kelontong terbilang jarang.

B. Paparan Data

1. Keadaan persaingan Toko kelontong di Desa Aengsareh

Menurut catatan administrasi sipil Kecamatan Sampang dalam angka per tahun 2020, terdapat 28 toko kelontong di Desa Aengsareh dan banyak diantaranya terdapat di jalur alternatif. toko kelontong yang ada di pedalaman umumnya telah menguasai pasar setempat sehingga persaingan dapat diminimalisir, akan tetapi bagi toko kelontong yang berlokasikan di tepat pinggir jalan raya persaingan lebih berat hal ini diakibatkan karena jumlah toko kelontong yang ada saling berdekatan, bahkan dalam jarak 50 meter ditemui toko kelontong dengan konsep penjualan yang sama, seperti yang disampaikan Bu Risa selaku pemilik toko Risa yang telah berdiri pada tahun 2010:

“Dulu ketika saya baru mendirikan toko sekitar 12 tahun yang lalu, banyak orang yang beli kepada saya, dalam sehari kalau dihitung hitung kurang lebih 100 an sampai 9 malam, tapi kalau sekarang ya semakin berkurang, ramai tiap hari kamis pas Pasar hewan baru banyak yang beli tapi alhamdulillah untuk kebutuhan sehari hari cukup kalau mengandalkan hidup dari toko ”⁴⁸

Berdasarkan keterangan diatas menunjukkan bahwa toko Bu Risa ikut terdampak dari persaingan toko kelontong ,

Sementara itu sebelah barat dari toko Risa terdapat toko Damarwulan milik Pak Arifin, toko Damarwulan ini sama dengan toko kelontong yang lain. Barang yang dijual adalah barang kebutuhan pokok,

⁴⁸ Risa, pemilik Toko kelontong , *wawancara langsung*(12 september 2022)

seperti minyak goreng, telur, beras dan lain lain. toko Damarwulan lebih memilih fokus ke penyediaan barang kebutuhan pokok karena toko ini merupakan penyalur BLT (bantuan langsung tunai) kepada masyarakat Aengsareh, berikut pernyataan Pak Arifin selaku pemilik toko Damarwulan:

“Kalau persaingan bisa dibilang ketat kalau sekarang soalnya sudah banyak, barat timur sama ada, Cuma tidak berpengaruh pada toko saya, karena saya yakin mas rejeki itu sudah diatur kalau hari ini untung sedikit ndak papa mungkin besok bakal rejeki, iyakan mas. Lagi pula mas disini tempat penyaluran BLT jadi semua masyarakat Aengsareh kalau mau ambil BLT ya kesini mas, apalagi kalau masuk bulan maulid, beras, telur dan Aqua gelas cepat habis, jadi walau persaingan seperti itu tidak berpengaruh pada toko saya karena bagi saya jika kita mensyukuri hari ini maka besoknya rejeki pasti bertambah, pasti itu”⁴⁹

Berdasarkan pernyataan diatas, toko Damarwulan mengetahui bahwa persaingan yang terjadi di Desa Aengsareh semakin ketat. akan tetapi, dengan kondisi toko Damarwulan saat ini keadaan persaingan bukanlah masalah baginya hal ini karena toko Damarwulan merupakan toko sembako terbesar di wilayah itu sekaligus dipercaya oleh pemerintah Desa dalam menjalankan program BLT.

Tidak jauh dari toko Damarwulan terdapat toko kelontong lain yang baru berdiri yakni toko *panas cellep*, toko ini didirikan oleh Bu Siti Khalifa diawal tahun 2022, persaingan yang terjadi memang terasa bagi Bu Khalifa, selaku toko baru berdiri toko *panas cellep* langsung berhadapan dengan persaingan antara toko kelontong lain yang lebih besar, berikut penyampaian Bu Khalifa terkait persaingan toko kelontong di Desa Aengsareh Kecamatan Sampang :

“Sebenarnya kalau persaingan saya rasa sangat berat apalagi untuk toko baru seperti saya, tapi tidak apa apa ini sudah resiko berbisnis, sudah seperti ini resikonya. Untuk saat ini alhamdulillah bisa dikatakan cukup

⁴⁹ Arifin, pemilik Toko kelontong , *wawancara langsung*(12 september 2022)

ramai kadang sehari bisa 40 an lebih pembeli dibelakang ada proyek soalnya pekerjaanya kadang beli kesini, kadang juga sehari yang beli 10 orang”⁵⁰

Dari pernyataan tersebut Bu Khalifa menghadapi persaingan saat ini terasa sangat berat, hal ini disebabkan banyaknya toko kelontong yang ada di daerah tersebut, akan tetapi posisi Bu Khalifa sangat strategis, warungnya berada sangat dekat dengan proyek pembangunan jalan Aengsareh-Pliyong, hal ini sangat menguntungkan, karena banyak pekerjaanya yang membeli di tokonya dan umumnya barang yang dibeli berupa minuman dingin dan makanan ringan, selain itu Bu Khalifa juga menambah jam buka mulai adzan maghrip sampai jam 2 malam, akan tetapi jika tokonya sepi maka akan ditutup lebih awal.

Selanjutnya toko Abdul Haq, yang telah membuka toko di awal tahun 2022. Dalam memperebutkan target pasar kelontong Pak Abdul Haq tidak terlalu memperhitungkan strategi, dalam sehari terdapat kurang lebih 10 orang yang membeli di tokonya karena baginya usaha toko kelontong ini merupakan usaha sampingan sedangkan usaha utamanya ialah mebel, berikut penyampaian dari Pak Abdul Haq

“Kalau tentang persaingan, ya begitulah mas. saya berpengaruh juga, tapi itu tidak masalah, rejeki orang kan beda beda lagipula saya buka mebel mas jadi tidak masalah kalau persaingan disini seperti itu, mau toko ramai atau sepi mebel saya tetap jalan”⁵¹

Berdasarkan penyampaian Pak Abdul Haq keadaan persaingan yang ada di Desa Aengsareh berpengaruh namun tidak masalah, hal ini dikarenakan Bapak Abdul Haq memiliki mebel sebagai usaha utama, Bapak

⁵⁰ Khalifa, pemilik Toko kelontong , *wawancara langsung*(12 september 2022

⁵¹Abdul Haq, pemilik Toko kelontong , *wawancara langsung*(12 september 2022)

Abdul Haq menjadikan usaha toko kelontong sebagai usaha sampingan sehingga manajemen dan strateginya tidak terlalu diperhitungkan. Maka dari itu Bapak Abdul Haq lebih memilih fokus pada usaha mebel.

Hal yang sama juga disarankan oleh Pak Rusdi selaku pemilik toko Nayla cell, Pak Rusdi merupakan salah satu dari pedagang yang terdampak atas persaingan toko ritel yang terjadi, toko Nayla cell dikelola oleh Pak Rusdi, awal mendirikan toko pada tahun 2021, awalnya Pak Rusdi mendirikan toko Nayla sebagai *counter* saja akan tetapi karena Desakan keluarganya akhirnya Pak Rusdi memperbanyak jenis barang dagangannya seperti tabung gas LPG, air minum isi ulang dan sembako. Dan akhirnya Nayla cell berubah dari toko *counter* menjadi toko yang menjual barang kebutuhan sehari hari, toko Nayla merupakan toko yang baru berdiri sehingga persaingan yang terjadi merupakan tantangan yang berat oleh Pak Rusdi karena harus bersaing dengan toko lain yang besar dan telah lama berdiri.

Selanjutnya toko Harta Indah, toko Harta Indah merupakan toko yang baru berdiri pada tahun 2019, sehingga ketatnya persaingan ikut berpengaruh dalam bisnisnya, Bu Shafa selaku pemilik toko menyampaikan:

“Kalau persaingan saat ini memang berpengaruh, lihat toko didepan saya banyak yang tutup, itu tutup, yang disitu kadang buka kadang tutup padahal mereka lebih lama dari toko saya, mungkin juga karena sudah banyak toko mas, kalau saya sih juga ikut kena, namanya juga persaingan”⁵²

Berdasarkan pernyataan diatas toko Bu Shafa ikut merasakan dampak atas persaingan yang terjadi, akan tetapi toko Harta Indah merupakan toko kelontong yang melayani eceran dan grosir, sehingga

⁵² Shafa, pemilik Toko kelontong , *wawancara langsung*(12 september 2022)

target pasar yakni warga sekitar dan pemilik toko di daerah pedalaman masih luas. Selain itu Bu Shafa juga melayani pembeli dalam jumlah satuan atau eceran, dalam sehari jumlah pembeli di Toko Bu Shafa lebih dari 20 orang.

Selanjutnya yakni Bapak H. Muhibul, selaku pemilik toko Al-Mubarak, toko Al-Mubarak berdiri sejak tahun 2004. Ketika dia dan saudaranya baru pulang dari Malaysia sebagai TKI, Bapak Muhibul awalnya mendirikan toko kelontong seperti pada umumnya akan tetapi semenjak Pasar hewan pindah ke Aengsareh yang berada persis di depan tokonya, Bapak Muhibul membangun toko baru lagi yakni toko elektronik. Bapak Muhibul dalam wawancaranya mengenai persaingan menyampaikan :

“Kadang pengaruh kadang tidak, kadang pengaruh tapi tidak masalah bagi saya, soalnya walau hari ini sepi besok pasti ramai lagi, hari Selasa, Sabtu, dan apalagi hari Kamis pas Pasar hewan, itu pedagang banyak yang beli disini beli makanan minuman, ramai Toko saya kalau hari hari pasaran itu”⁵³

Pak Muhibul ikut merasakan persaingan yang terjadi akan tetapi semenjak Pasar hewan buka didepannya, persaingan yang ada bukan masalah baginya, selain lokasi toko yang strategis Pak Muhibul memanfaatkan halaman tokonya sebagai penghasilan tambahan saat hari pasaran seperti lahan parkir juga tempat jualan minuman dingin seperti *pop ice*, es degan dll.

⁵³ H. muhibul, pemilik Toko kelontong , *wawancara langsung*(12 september 2022)

2. Strategi pedagang dalam menghadapi persaingan

Persaingan yang semakin sulit membuat pedagang harus mengeluarkan strategi agar dapat bertahan, diantara pedagang tersebut ada beberapa pedagang yang memilih pasrah dan menerima apapun yang terjadi baik untung maupun rugi, akan tetapi ada banyak pula pedagang yang menyusun strategi agar dapat bersaing dengan yang lain, berdasarkan hasil wawancara, dapat diketahui bahwa setiap Toko memiliki cara yang berbeda-beda, dan adapula Toko yang menggunakan cara yang sama seperti Toko Pak H. Muhibul

“Strategi apa mas, kayak gini semuanya seperti yang mas lihat, intinya ya kalo ada pembeli layani dengan baik, sambil senyum gitu, apa yang mereka cari usahakan ada, kalau tidak ada ya bilang tidak ada. soalnya kalau pembeli dilayani dengan baik itu pasti betah mas besoknya bakal beli lagi”⁵⁴

Berdasarkan penyampaian Pak H. Muhibul selaku pemilik toko Al Barokah strategi yang diterapkan dalam tokonya ialah meningkatkan kualitas, pelayanan (*service*) berupa melayani pelanggan dengan ramah karena dengan cara tersebut bisa meningkatkan kepercayaan pelanggan dan menambah pelanggan baru. selain itu, Pak H. Muhibul juga mengelola parkir di halaman tokonya ketika hari pasaran sebagai guna memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi.

Salah satu pembeli dari toko pak H. Muhibul yakni pak Hamdan yang merupakan pengunjung sekaligus penjual burung dara di pasar sapi Aengsareh, dalam wawancaranya mengenai toko H.Muhibul, Bapak Hamdan menyampaikan:

“Saya kalo ke pasar sering beli beli disini mas, karena paling dekat sama pasar juga sepeda motor juga diparkir disini, jadi setelah datang keluar dari pasar saya masuk kesini dulu duduk sebentar, beli minuman

⁵⁴ H. Muhibul, pemilik Toko kelontong , *wawancara langsung*(12 september 2022)

beli Aqua, untuk pelayanan ya memuaskanlah, tau kan Haji Muhibul orangnya suka ndak serius itu, suka becanda.”

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa bapak H. Muhibul selaku pemilik toko Al-Barokah melayani pembelinya dengan ramah, selain itu kondisi toko H. Muhibul yang terletak bersebelahan dengan pasar menjadikannya mudah dalam mendapatkan konsumen.

Hampir sama dengan Pak H. Muhibul, Bapak Abdul Haq yang merupakan pemilik toko kelontong, juga toko , dalam wawancara dengan Pak Abdul Haq, Pak Abdul Haq memilih pasrah dengan keuntungan atau kerugian yang didapat dari Toko nya karena ia menganggap bahwasanya keuntungan dan kerugian merupakan hal yang sudah di tetapkan oleh Alloh SWT. Hal ini dikarenakan Pak Abdul Haq lebih memilih untuk memfokuskan dirinya pada usaha mebel, hal yang sama juga diutarakan oleh Bu Siti Khalifa selaku pemilik toko *panas cellep*,

“Kalau strategi toko saya, ya seperti ini mas, seperti yang mas lihat, melayani pelanggan dengan ramah,saya menjual yang orang lain ndak jual alias jarang, kalo saya jual pentol cilok sama gorengan, karena dibelakang ada proyek pembangunan jadi gorengan sama minuman dingin cepat habis, apalagi rokok ”⁵⁵

Berdasarkan pernyataan tersebut, Bu Siti Khalifa memaparkan usaha toko kelontong miliknya menerapkan strategi melayani pelanggan dengan ramah, juga ibu khalifa menjual barang yang tidak dijual di toko lain (*diferensiasi product*) seperti pentol dan gorengan, selain itu berdasarkan kunjungan langsung ke tokonya bu Siti Khalifa juga menyediakan Wifi dan gardu mini, karena dengan adanya fasilitas tersebut dapat membuat anak muda

⁵⁵ Siti Khalifa, pemilik Toko kelontong , *wawancara langsung*(12 september 2022)

berkumpul dan membeli barang yang dijual di tokonya berupa minuman dan makanan ringan.

Berdasarkan pelayanan dari toko *Panas Cellep* milik ibu Khalifa membuat banyak konsumen memilih menjadi pelanggan tetap di tokonya, salah satunya ialah Mohammad Syakroni yang menyatakan:

“Alasan saya suka berbelanja di toko ini, soalnya ada Wi-Fi mas, nongkrong ma teman teman main game. Sebelumnya sih saya kalau mau Wi-Fi an ke Sampang kota mas, tapi sekarang sudah ada toko ini jadi ga usah jauh-jauh, kalau jajan ya habis 3000 sampe 5000 pokonya terjangkau mas soalnya sambil patungan ma temen temen”

Selanjutnya toko Bu Risa, toko Bu Risa memiliki posisi yang strategis, akan tetapi dalam menghadapi persaingan toko Bu Risa ikut memperhitungkan dengan menyesuaikan kemampuan, dalam menghadapi persaingan Bu Risa selaku pemilik toko menyampaikan:

“Gimana mas ya, strategi apa mas, Kalau saya menyesuaikan saja mas, menyesuaikan kondisi, barang mana yang cepat habis ya fokus ke itu saja, kalo saat ini barang yang cepat habis seperti bensin, solar kalo stok menipis berangkat mengulak lagi, makanan dan minuman pun juga begitu mana yang cepat habis itu yang di fokuskan, seperti teh gelas, teh pucuk cepat habis itu”⁵⁶

Berdasarkan pernyataan tersebut upaya toko Risa dalam menghadapi persaingan adalah dengan memfokuskan kepada pengemudi yang lewat, posisi warung Bu Risa yang tepat di pinggir jalan sangat sering dilewati oleh pengendara, terutama roda dua maka dari itu barang dagangan yang dijual di warung Bu Risa menyesuaikan dengan kondisi seperti itu seperti menjual BBM (pertalite dan solar) juga minuman (teh pucuk, teh gelas dll).

⁵⁶ Risa, pemilik toko kelontong, wawancara langsung (12 september 2022)

Selanjutnya merupakan toko Damarwulan, dalam menghadapi persaingan, toko Damarwulan menerapkan beberapa strategi sekaligus, berikut penyampaian Bapak Arifin selaku pemilik toko Damarwulan:

“Begini mas strategi toko kami itu yang pertama layani pembeli dengan baik dan ramah, kalau kita ramah ke pembeli pasti dia bakal sering balik kesini lagi apalagi tetangga, terus yang kedua jangan terlalu mempermainkan harga mas, misal harga telur sedang naik kita jangan ambil kesempatan menaikkan ngambil sekuat kuatnya, kudu jelaskan ke konsumen harga di pasar berapa, koq bisa mahal, kalo jual, beda harga tipislah jangan terlalu tinggi, karena kalo harganya tinggi sedangkan di Toko lain harganya beda itu bakal ditandai sama orang, terus ketiga ya fokus sama barang mas barang apa yang stoknya hampir habis itu di catat kemudian mengulak lagi, pastikan ketersediaan barang ada karena kalo barang selalu ada pasti kita dipercaya oleh orang mas, mau beli apa apa langsung kesini, karena barang selalu ada di kita”⁵⁷

Berdasarkan hal tersebut Pak Arifin menyatakan bahwa dalam mempertahankan toko nya Pak Arifin menerapkan strategi seperti melayani pembeli dengan ramah, tidak mempermainkan harga, dan menjaga ketersediaan barang, maka dari itu diantara toko yang lain, dalam hal ini Pak Arifin sangat menjaga nama baik toko nya, juga dapat dikatakan toko Pak Arifin yang paling besar sehingga dipercaya oleh pemerintah Desa Aengsareh untuk menjalankan program BLT.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Arinal Hasanah selaku pembeli di toko Damarwulan, dalam pernyataannya, Arinal Hasanah menyatakan

“Alasan saya berbelanja di toko ini karena pelayanannya ramah, barangnya lengkap dan juga barangnya selalu ada ketika di cari, jadi ya amanlah mas, kalau adaapa-apa, seperti kebutuhan mendesak”

Berdasarkan pernyataan tersebut, alasan Arinal Hasanah menyukai berbelanja di toko damarwulan dikarenakan pelayanan yang ramah dan ketersediaan barang yang selalu ada.

⁵⁷ Arifin, pemilik toko kelontong , wawancara langsung(12 september 2022)

Berikutnya ada Bu Shafa, pengelola toko “Harta Indah” dalam menghadapi persaingan, Bu Shafa menjelaskan bahwa:

“kalau strategi saya ya ga ada mas, fokus sama penjualan saja pembeli mau beli apa kasih, layani pembeli dengan ramah, ya kalau barang habis secepatnya mengulak lagi seperti mie sedap, aqua, gas LPG itu barang cepat habisnya, apalagi memasuki bulan maulid, kadang orang beli AQUA sepuluh dus sekali beli, begitupun dengan gas LPG kalau maulid sekali beli langsung lima,niatnya juga dulu galon mau nyetok juga Cuma sudah ada agen air isi ulang jadi untuk air galon ini kami nda usah”⁵⁸

Berdasarkan penyampaian Bu Shafa diatas strategi persaingan yang diterapkan Bu Shafa dalam mengelola tokonya yakni memperbaiki kualitas pelayanan, karena kepercayaan pelanggan merupakan poin penting dalam bisnisnya, selain itu Bu Shafa juga memfokuskan dalam pengadaan barang barang yang cepat habis maka itu yang diprioritaskan.

⁵⁸ Shafa, pemilik Toko kelontong , *wawancara langsung*(12 september 2022)

C. Temuan penelitian

Berdasarkan data yang didapat dari wawancara tersebut ditemukan data sebagai berikut :

1. Keadaan Persaingan Toko kelontong di Desa Aengsareh

- a. Secara keseluruhan di tepa pinggir jalan utama Desa Aengsareh terdapat 20 toko dan beberapa diantaranya berdekatan.
- b. Daerah yang paling padat bisnis toko kelontong berada di sebelah timur Pasar hewan Desa Aengsareh, dipastikan dalam setiap jarak 50 meter pasti ditemukan toko kelontong dengan konsep penjualan yang sama.
- c. Mayoritas pedagang merasakan dampak persaingan yang ketat.
- d. Strategi yang di terapkan pedagang lebih fokus ke manajemen internal toko daripada berhadapan atau menjatuhkan toko lain.
- e. Keberadaan toko kelontong akan terus bertambah sewaktu waktu akan tetapi akan ada toko lain yang tutup karena tidak mampu bersaing maupun beralih profesi.

2. Strategi persaingan Toko kelontong di Desa Aengsareh

- a. Memperbaiki *service* toko
- b. Memastikan stok barang
- c. Memperhatikan trend pasar
- d. Harga kompetitif
- e. Menjual produk terbaru yang belum dimiliki oleh kompetitor
(*diferensiasi produk*)

D. Pembahasan

Dalam melakukan penelitian lapangan, peneliti mewawancarai penjual dan pembeli secara langsung dengan harapan mendapatkan informasi yang valid dan akurat, selain hal tersebut peneliti menggunakan berbagai media pendukung seperti buku, situs web dan laporan tahunan pemerintah Desa Aengsareh sebagai data tambahan guna melengkapi data penelitian.

Pada sub bab ini akan dijelaskan pembahasan hasil dari penelitian yang dilakukan, dirangkum sebagai berikut:

Strategi persaingan antar toko kelontong di Desa Aengsareh dapat dikategorikan sebagai persaingan sehat, karena diantara strategi yang diterapkan tidak ada satupun strategi yang bersifat menjatuhkan maupun menghancurkan kompetitor, tetapi persaingan lebih berfokus kepada memperbaiki kinerja usaha sendiri baik secara internal maupun eksternal, dalam hal ini sesuai dengan prinsip Etika Bisnis Islam, agar lebih mudah dipahami, peneliti membagi menjadi tiga bagian pembahasan yakni, keadaan persaingan toko kelontong di Desa Aengsareh, strategi persaingan bisnis di Desa Aengsareh, persaingan bisnis dan strategi toko kelontong dalam perspektif Etika Bisnis Islam.

1. Keadaan persaingan toko kelontong di Desa Aengsareh

Persaingan semakin sulit disebabkan dengan adanya kompetitor yang semakin bertambah, mengakibatkan target pasar yang mampu dijangkau semakin kecil. Keberadaan toko kelontong yang semakin banyak membuat pelaku usaha harus merencanakan strategi agar usahanya tetap bertahan, atas dasar ini banyak pelaku usaha toko kelontong memiliki usaha yang lain maupun beralih profesi.

berdasarkan laporan catatan Desa, terdapat 28 toko yang berada di Desa Aengsareh, dan 20 toko berada tepat dipinggir jalan raya, persaingan yang paling berat berada di sebelah timur pasar hewan Aengsareh, hal ini dikarenakan di wilayah tersebut terdapat 20 toko sekaligus dan semuanya saling berdekatan bahkan dalam jarak 50 meter dapat ditemukan toko kelontong yang sama.

Bagi toko kelontong yang berdiri sejak lama, seperti toko Risa, toko Damarwulan dan toko Al-Mubarak persaingan yang ada bukanlah suatu masalah, akan tetapi bagi toko kelontong yang masih baru berdiri persaingan yang ada adalah sebuah permasalahan yang serius, dimana selain memperhitungkan letak posisi toko agar mendapatkan minat pelanggan yang lewat, juga diharuskan untuk memperebutkan target pasar setempat dari toko kelontong yang sudah lama berdiri.

Hampir semua pedagang mengatakan persaingan yang ada memberikan pengaruh kepada tokonya, terutama toko kelontong yang baru berdiri seperti berkurangnya jumlah pembeli. Banyak pedagang yang mengeluhkan kondisi ini, akan tetapi ada pula pedagang yang memilih pasrah dengan keadaan.

Keberadaan toko kelontong akan bertambah setiap waktu, juga akan ada beberapa toko yang menutup usahanya dikarenakan tidak mampu dalam persaingan. Bertambahnya jumlah toko kelontong disebabkan karena adanya beberapa pembangunan proyek infrastruktur yang akan selesai pada awal tahun 2022. Seperti pembangunan jalan Aengsareh-Pliyang, keberadaan pasar hewan, dan wisata Pantai Damarwulan yang sedang dalam tahap pemugaran.

2. Strategi persaingan toko kelontong di Desa Aengsareh

Berdasarkan data di lapangan, peneliti menemukan beberapa strategi yang digunakan oleh pelaku usaha toko kelontong di Desa Aengsareh dalam menghadapi persaingan, yakni:

a. Memperbaiki *service* toko

Pelanggan merupakan tolak ukur keberhasilan sebuah toko kelontong, semakin banyak jumlah pelanggan yang datang pada suatu toko maka semakin besar pula keberhasilan sebuah toko kelontong, salah satu untuk menarik minat pelanggan yakni dengan memperbaiki pelayanan yang baik kepada pelanggan atau memperbaiki *service* toko,

Memperbaiki *service* toko adalah memberikan pelayanan prima kepada pelanggan, mencakup bersikap sopan kepada pelanggan, tidak membeda-bedakan pelanggan, memberikan informasi produk apabila dibutuhkan, membantu pelanggan mencari produk dan mengucapkan terimakasih. Hal ini diterapkan oleh semua pelaku usaha toko kelontong di Desa Aengsareh.

Selain itu terdapat beberapa pelayanan yang berbeda di diantara pemilik toko tersebut, seperti toko Harta Indah milik ibu shafa juga toko Damarwulan milik bapak Arifin, dimana keduanya menyediakan layanan pesan antar kepada pelanggan dengan catatan pelanggan membeli suatu barang dalam jumlah yang banyak, dan umumnya barang yang sering di antarkan kepada pelanggan yakni air kemasan gelas.

Selain itu terdapat ibu Siti Khalifa yang menyediakan pelayanan Wi-Fi di tokonya, hal ini dimaksudkan agar pelanggan betah berlama-lama di tokonya dan membeli dagangannya.

b. Memastikan stok barang

Barang dagangan merupakan komponen penting dalam bisnis toko kelontong, maka harus di jaga ketersediaannya, hal ini dilakukan agar tidak mengecewakan pelanggan yang telah datang ke toko untuk membeli barang, selain itu dengan memastikan stok barang dagangan akan menambah kepercayaan pelanggan terhadap toko karena dapat diandalkan sewaktu-waktu apabila terdapat kebutuhan mendesak maupun keperluan barang dalam jumlah yang banyak.

Mayoritas pedagang aengsareh menerapkan strategi ini, karena ketersediaan barang dagangan merupakan komponen penting dalam usaha toko kelontong, dan penerapan strategi ini mengikuti ketersediaan modal dan kebutuhan pasar akan suatu barang.

c. memperhatikan trend pasar

memperhatikan trend pasar artinya menyesuaikan barang dagangan dengan kondisi pasar yang ada, memprioritaskan barang dagangan yang paling diminati pelanggan, seperti yang di lakukan toko Risa, tokonya yang bersebelahan langsung dengan jalan raya membuat toko Risa harus menyesuaikan barang dagangan yang ada, menyesuaikan dengan karakter pelanggan yang mayoritas pengendara sepeda motor. Barang dagangan seperti bensin, makanan ringan dan minuman dingin. Ketiga jenis barang

tersebut diprioritaskan ketersediannya karena ketiga barang tersebut sangat diminati oleh pelanggan.

d. Harga kompetitif

Harga kompetitif adalah strategi penetapan harga dengan mempertimbangkan harga produk kompetitor di pasar. harga yang ditetapkan bisa lebih murah, sejajar, atau lebih tinggi. Tujuan menggunakan strategi ini untuk mendapatkan target pasar untuk menguasainya. Umumnya para pedagang menggunakan strategi ini dengan cara menjual barang lebih murah daripada kompetitornya, hal ini dikarenakan pedagang tersebut mendapatkan *supplier* yang lebih murah ataupun keadaan lain yang tidak direncanakan (seperti kenaikan harga barang karena imbas naiknya harga BBM).

Tujuan dari strategi ini adalah untuk dapat memonopoli pasar secara perlahan, dengan menjual harga lebih murah toko akan menarik minat pelanggan sekaligus melemahkan pesaing lain, dan apabila pelanggan dapat dikuasai maka pihak toko dapat menaikkan harga barang seperti semula.

Berdasarkan penelitian dilapangan peneliti menemukan upaya pedagang aengsareh dalam menetapkan harga ialah dengan melihat harga kompetitornya, seperti harga telur semisal harga telur 1kg, dijual dengan harga Rp 27.000 karena harga di toko lainnya juga serupa, para pedagang tidak bisa menjual lebih dari harga itu dikarenakan khawatir ditinggalkan konsumen akan tetapi pedagang juga tidak bisa menurunkan harga dari itu dikarenakan dapat memicu perang harga.

Selain hal tersebut peneliti juga menemukan strategi harga yang kompetitif melalui toko Damarwulan milik bapak Arifin, dimana dia menjual harga BBM khususnya pertalite dengan harga Rp 9000 perbotol sedangkan toko lain sudah menaikkan harga BBM pertalite seharga Rp 12.000 per botol, hal ini dilakukan karena bapak Arifin ingin menghabiskan stok pertalite lama yang dibeli sebelum harga BBM dinaikkan oleh pemerintah.

- f. Menjual produk terbaru yang belum dimiliki oleh kompetitor (*diferensiasi produk*)

Produk yang terbaru umumnya memiliki ketertarikan sendiri, hal ini dikarenakan pelanggan membeli produk tersebut karena penasaran dan ingin mencoba. Dan apabila merasa nyaman dengan produk tersebut maka pelanggan hanya akan membeli produk pada toko yang menjual produk itu saja.

Diferensiasi produk digunakan ketika Kompetitor menjual produk yang sama, sehingga sebuah toko terlibat dalam persaingan harga yang berdampak kepada penurunan jumlah pembeli. Diferensiasi produk adalah pembeda antara produk sejenis, baik dengan kompetitor maupun dengan produk inti yang dimiliki. Perbedaan ini untuk membuat produk lebih unik, dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

- g. Memanfaatkan tempat yang strategis

Berdasarkan hasil observasi lapangan, mayoritas pedagang kelontong di desa Aengsareh menempatkan usahanya di pinggir jalan raya, hal ini dikarenakan para pedagang ingin memperbesar peluang dalam

mendapatkan konsumen, keunggulan lain menempati posisi strategis seperti di pinggir jalan raya Aengsareh agar usaha para pedagang lebih mudah dikenal, memudahkan operasional toko, dan mudah dijangkau.

Dalam hal ini, toko yang menempati posisi yang paling strategis ialah toko Al-Mubarak milik bapak H. Muhibul. Dimana posisi toko Al-Mubarak selain tepat dipinggir jalan raya, toko tersebut sekaligus berada di depan pasar hewan Aengsareh, sehingga dalam hari-hari pasaran toko Al-Mubarak mengalami peningkatan konsumen. Baik konsumen dari warga sekitar, pengendara yang lewat maupun para penjual dan pembeli yang berasal dari pasar hewan.

3. Persaingan bisnis dan strategi toko kelontong dalam perspektif Etika

Bisnis Islam

Pada subbab ini dipaparkan mengenai strategi persaingan toko kelontong dalam perspektif Etika Bisnis Islam, dalam hal ini yang menjadi fokus persaingan adalah pelayanan, agar lebih mudah dipahami peneliti membagi kedalam lima subbab sesuai dengan prinsip Etika Bisnis Islam, yakni:

a. Ditinjau Prinsip kesatuan

Prinsip kesatuan disebut pula prinsip ketauhidan, Mayoritas pedagang Aengsareh menjunjung tinggi nilai-nilai islam dalam kehidupan sehari-hari baik dalam ibadah maupun dalam berbisnis, dalam berbisnis contohnya banyak diantara pemilik toko kelontong mensyukuri dan meyakini apa yang didapatkan hari ini merupakan pemberian dari Alloh SWT. Baik itu untung maupun rugi bukan karena ulah kompetitor ataupun keadaan lainnya, melainkan porsi tiap-tiap manusia dari tuhannya. Selain itu

para pedagang juga melarang menjual barang-barang yang di haramkan di tokonya, ini dikarenakan melanggar prinsip tauhid yang akan berujung pada merusak citra toko nya juga warga sekitar, hal ini sesuai dengan QS Al-Ma'idah ayat 90 yang berbunyi :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْاَنْصَابُ وَالْاَزْمٰجُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلٍ
الشَّيْطٰنِ فَاَجْتَنِبُوْهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ

“Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya minuman keras (khamar), berjudi (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah perbuatan keji termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan,”⁵⁹

Berdasarkan ayat diatas menjelaskan bahwasanya menjual khamr, berjudi dan mengundi nasib dengan panah merupakan hal yang dilarang agama dan merugikan diri sendiri maupun orang lain.

Selain tidak melayani penjualan barang haram, para pedagang di Desa Aengsareh juga melayani pembeli sebaik baiknya. dalam hal ini para pedagang di Aengsareh menjauhi larangan tersebut hal ini karena dapat merugikan Tokonya, meski penjualan barang seperti khamr minim akan persaingan akan tetapi resiko yang di dapatkan lebih besar daripada keuntungan yang dihasilkan, selain itu keberadaan barang haram tersebut di khawatirkan akan merusak citra toko yang nantinya akan berdampak pada pembelian juga akan mengurangi keberkahan toko, maka dari itu pedagang di Desa Aengsareh tidak melayani penjualan barang haram dan barang

⁵⁹ Al-Qur'an, Al-Ma'idah (5) : 90

terlarang,. Ditinjau dari segi kesatuan, persaingan yang terjadi di Desa Aengsareh dikatakan sesuai dengan prinsip ini.

b. Ditinjau dari prinsip keseimbangan (keadilan)

Dalam prinsip keseimbangan, mayoritas pedagang Aengsareh dalam menghadapi persaingan memfokuskan untuk memperbaiki kualitas pelayanan dalam toko, ini dilakukan supaya menambah minat pembeli dalam Toko nya, seperti Toko Damarwulan yang melayani pembeli secara baik dan ramah, dalam praktiknya, seperti Pak Arifin selaku pemilik Toko Damarwulan tidak membeda bedakan pelanggan, selama pelanggan datang untuk berbelanja maka akan Pak Arifin layani sebaik-baiknya, begitupun dengan pedagang lainnya yang menerapkan prinsip serupa, hal ini sesuai dengan QS Al-Maidah ayat 8 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوِّمِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَتَانُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَا تَعْدِلُوا
أَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Wahai orang-orang yang beriman! Jadilah kamu sebagai penegak keadilan karena Allah, (ketika) menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah. Karena (adil) itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah Maha teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.”⁶⁰

Keadilan bukan hanya terdapat pada meja hijau saja, akan tetapi dalam berbisnis sangat dianjurkan untuk menerapkan keadilan, hal ini sangat penting, karena dengan tidak membeda bedakan pelanggan dapat membawa keuntungan tersendiri bagi pemilik toko, mereka yakin melayani

⁶⁰ Al-Qur'an, Al-Ma'idah (5) : 8

pelanggan dengan baik dapat membuat pelanggan loyal ke tokonya, bahkan tidak menutup kemungkinan pelanggan secara tak langsung mengajak orang lain untuk berbelanja di toko, seluruh pedagang menerapkan prinsip ini pada tokonya dengan cara melayani pembeli dengan baik tanpa membeda bedakan pembeli, hal ini dilakukan untuk menarik minat konsumen dalam membeli agar toko dapat bertahan dalam persaingan sekaligus menguasai pangsa pasar yang ada.

c. Ditinjau dari prinsip kebebasan berkehendak

Dalam hal ini pelaku bisnis toko kelontong di Desa Aengsareh diberikan kebebasan sebeb-bebasnya kepada kompetitor dalam persaingan, tidak ada sistem kartel maupun usaha yang bersifat monopoli ataupun upaya pembatasan dalam persaingan lainnya, Berdasarkan hasil wawancara, banyak diantara pedagang hanya berfokus untuk memperbaiki usahanya sendiri, seperti mengelola keuangan toko, menjaga toko dan memberikan pelayanan tambahan, Mereka tidak peduli dengan apa yang dilakukan oleh kompetitor.

Seperti yang dilakukan toko Harta Indah dan Damarwulan yang menyediakan layanan antar kepada konsumennya dan toko ibu Yasmin yang memberikan pelayanan wifi.

Bagi pedagang, apabila toko dikelola dengan baik, maka walau kompetitor saling berdekatan itu bukanlah suatu masalah. Para pedagang mengeluarkan ide strategi masing-masing seperti memberikan pelayanan pesan antar maupun menjual barang yang minim pesaing, semua dilakukan

tanpa merugikan pedagang yang lainnya. Hal ini disebutkan dalam hal ini sesuai dengan QS. An-Nisa ayat 29:

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

“Janganlah kalian saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang timbul dari kerelaan di antara kalian”⁶¹

Ayat diatas menjelaskan dalam upaya mencari rezeki hendaklah menjauhi perkara yang batil, seperti persaingan yang tidak sehat. Dan melakukan bisnis dalam kesediaan satu sama lain baik antara penjual dengan pembeli maupun dengan sesama pesaing lainnya, untuk mendapatkan keberkahan dalam bisnisnya.

d. Ditinjau dari prinsip tanggung jawab

Dalam hal ini persaingan yang ada lebih fokus pada melayani pelanggan dan menarik minatnya dalam membeli ke suatu toko, para pedagang bertanggung jawab dalam usahanya, seperti barang rusak dari dalam toko maka pihak toko langsung menggantinya, hal ini sesuai dengan hadist berikut:

سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ كُلُّكُمْ رَاعٍ وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ الْإِمَامُ رَاعٍ وَمَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ وَالرَّجُلُ رَاعٍ فِي أَهْلِهِ وَهُوَ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ وَالْمَرْأَةُ رَاعِيَةٌ فِي بَيْتِ زَوْجِهَا وَمَسْئُولَةٌ عَنْ رَعِيَّتِهَا وَالْحَادِمُ رَاعٍ فِي مَالِ سَيِّدِهِ وَمَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ

"Aku mendengar Rasulullah SAW bersabda: "Setiap kalian adalah pemimpin, dan setiap pemimpin akan dimintai pertanggung jawaban

⁶¹ Al-Qur'an, An-Nisa (4) : 29

atas yang dipimpinnya. Imam adalah pemimpin yang akan diminta pertanggung jawaban atas rakyatnya. Seorang suami adalah pemimpin dan akan dimintai pertanggung jawaban atas keluarganya. Seorang isteri adalah pemimpin di dalam urusan rumah tangga suaminya, dan akan dimintai pertanggung jawaban atas urusan rumah tangga tersebut. Seorang pembantu adalah pemimpin dalam urusan harta tuannya, dan akan dimintai pertanggung jawaban atas urusan tanggung jawabnya tersebut." (HR al-Bukhari dan HR Muslim).⁶²

Hadist diatas menjelaskan bahwa setiap orang memiliki amanah dalam dalam hidupnya, mulai jadi pejabat, pelajar hingga pedagang, semua memiliki tanggung jawabnya masing masing atas apa yang dikerjakan, tidak terkecuali pada pedagang yang bertanggung jawab penuh atas apa yang diperdagangkan, dalam hal ini upaya yang dilakukan oleh pedagang di Desa Aengsareh ialah memberikan tanggung jawab berupa menggantikan barang rusak yang dibeli di tokonya dengan barang yang baru, hal ini dinyatakan sesuai dengan prinsip tanggung jawab.

e. Ditinjau dari prinsip kebenaran

dalam melakukan persaingan, para pedagang berlomba lomba dalam memperebutkan pasar, berbagai strategi diterapkan oleh pedagang seperti mengatakan sebenarnya mengenai ketersediaan maupun kondisi barang, sedangkan dalam persaingan, para pedagang umumnya akan mengatakan kepada konsumen bahwa apa yang konsumen cari dapat ditemui di toko lainnya, semisal terdapat konsumen yang membeli sebuah barang ke toko A akan tetapi toko A tidak memiliki barang tersebut, maka toko A mengatakan

⁶² diakses dari <https://brainly.co.id/tugas/24426539> pada tanggal 23 Januari 2023 pukul 09.29

ke konsumen bahwa toko B memiliki barang tersebut. Hal ini sesuai dengan Q.S At-Taubah ayat 119 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.”⁶³

ayat diatas menjelaskan bahwa kejujuran dan kebenaran dianjurkan bagi setiap manusia, tidak peduli bagi sesama pesaing bisnis sendiri, seperti dalam berbisnis Dalam riwayat lain Rasulullah saw. pernah melewati kawasan salah satu pasar di Kota Madinah. Nabi melihat kejanggalan pada ongkokan makanan yang dijual oleh salah seorang pedagang, lalu Nabi memasukkan tangannya ke dalam ongkokan makanan tersebut. Ternyata pada bagian dalam dari ongkokan makanan itu ternyata kurang baik, basah, selanjutnya Nabi bersabda : *“Bukan dari golongan kami siapa yang menipu.”*⁶⁴. Kisah tersebut mengandung arti bahwasanya penipu tidak dianggap sebagai golongan umat Nabi, dan hal yang sering terjadi penipuan ialah dalam berbisnis, kebenaran sangat dibutuhkan dalam hal ini mengingat dengan adanya prinsip ini dapat menambah keberkahan dalam berbisnis dan menciptakan keamanan bagi lingkungan bermasyarakat.

Penyampaian kualitas produk ataupun membantu konsumen dalam mendapatkan barang merupakan salah satu bentuk penerapan prinsip kebenaran, berdasarkan hal tersebut persaingan toko kelontong di Desa Aengsareh sesuai dengan prinsip kebenaran.

⁶³ Al-Quran At-Taubah (9) : 119

⁶⁴ Mursal dan Suhadi, *“Implementasi Prinsip Islam dalam Aktivitas Ekonomi: Alternatif Mewujudkan Keseimbangan Hidup”*, *Jurnal Penelitian*, Vol. 9, No. 1 (Februari 2015), 85