

BAB IV

PAPARAN DATA , TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data

Paparan data merupakan suatu hal penting dalam penelitian. Dimana di dalam bagian ini akan dijelaskan paparan data berdasarkan hasil wawancara, observasi serta dokumentasi lapangan. Deskripsi data dalam penelitian ini meliputi sistem persaingan usaha toko kelontong, implementasi persaingan usaha Toko Kelontong dan Persaingan Usaha Toko Kelontong Di Kabupaten Pamekasan berdasarkan Prespektif Hukum Ekonomi Syariah tentang persaingan usaha toko kelontong di kabupaten Pamekasan prespektif hukum ekonomi syariah. Namun, sebelum itu peneliti akan memparkan gambaran umum terkait lokasi penelitian.

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian (di Kabupaten Pamekasan)

Gambaran umum tentang jalan Trunojoyo No. 329 yang terletak di kabupaten Pamekasan, Jawa Timur. Adalah salah satu jalan strategis di kota ini, sepanjang jalan tersebut, terutama di pusat kota, banyak terdapat berbagai macam toko dan usaha lokal, termasuk toko kelontong. Jalan Trunojoyo sendiri merupakan salah satu jalan utama yang menghubungkan berbagai kawasan penting di Pamekasan, dengan aktivitas ekonomi yang cukup hidup. Lokasi ini juga dekat dengan area perkotaan dan sekolah, dan pusat keramaian lain yang menjadikan tempat mudah diakses masyarakat sekitar. Toko kelontong di Madura, khususnya di kawasan Pamekasan, umumnya menjual kebutuhan sehari-hari, seperti sembako, makanan ringan serta berbagai kebutuhan rumah tangga lainnya.

Dan di sepanjang jalan trunojoyo ini, selain toko kelontong, kalian juga akan menemukan berbagai jenis usaha lainnya, mulai dari warung makan, bengkel, hingga kios-kios kecil lainnya. Ini menambah daya tarik lokasi tersebut sebagai area ekonomi yang berkembang dan penting bagi masyarakat.

Dari hasil penelitian yang yang peneliti lakukan, diperoleh data terkait sistem dan persaingan usaha toko kelontong di kabupaten Pamekasan akan diulas oleh peneliti dalam penelitian ini.

Sesuai dengan judul skripsi yang peneliti susun yaitu analisis persaingan usaha toko kelontong di kabupaten Pamekasan prespektif hukum ekonomi syariah maka dalam penelitian ini peneliti memaparkan data sesuai dengan fokus penelitian.

2. Sistem Persaingan Usaha Toko Kelontong di Kabupaten Pamekasan

Berdasarkan hasil wawancara mengenai sistem persaingan usaha toko kelontong di kabupaten Pamekasan menurut bapak khairul Anam sebagai pemilik toko kelontong berpendapat sebagai berikut.

“sistem persaingan usaha toko kelontong di Kabupaten Pamekasan, umumnya yaitu dipengaruhi oleh beberapa faktor. Yaitu dengan adanya beberapa toko kelontong yang beroperasi dalam area yang sama menciptakan persaingan harga, kualitas dan pelayanan dimana pemilik toko harus memperhatikan kualitas produk dan pelayanan terhadap pelanggan dimana pelaku usaha toko kelontong saat ini nak, bisa bertahan dengan tantangan yang di hadapi oleh pelaku usaha. Jadi toko kelontong saat ini di madura lebih memperhatikan terhadap pelayanan, karena madura identik dengan kearifan lokalnya, sopan santunnya, jika pelayanan baik itu bisa berpengaruh pada omset sehari-harinya.”⁵⁰

Berdasarkan wawancara tersebut bahwa sanya sistem persaingan usaha toko kelontong di pamekasan saat ini yaitu semakin tinggi dimana para pelaku

⁵⁰ Khairul Anam, Wawancara Pemilik Toko Kelontong di kabupaten Pamekasan, 24 Oktober 2024.

usaha harus memperhatikan pelayanan terhadap pelanggan dan juga kualitas produk, adapun pengaruh toko modern yaitu toko yang baru beroperasi saat ini. Jadi toko kelontong di madura lebih mementingkan terhadap pelayanan pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara kedua dengan pemilik toko kelontong bapak kholil mengenai sistem persaingan usaha toko kelontong di kabupaten Pamekasan beliau berpendapat sebagai berikut.

“terkait toko sembako untuk saat ini sangat banyak yang menjadi titik fokusnya yaitu dari segi pelayanan, karena pelayanan yang baik sangat penting karena memberikan pengalaman yang positif bagi pelanggan. dalam konteks toko sembako pelayanan yang baik dan keramahan dalam melayani sehingga pelanggan berbelanja dengan nyaman. Harga lebih murah, harga juga merupakan faktor utama yang mempengaruhi minat pelanggan. kelengkapan toko, kelengkapan toko juga menjadi daya tarik tersendiri dimana jika toko lengkap, barang yang di butuhkan pelanggan ada pasti pelanggan tersebut bakal kembali lagi berbelanja. Yang menjadi persaingan toko kelontong sebenarnya strategi marketingnya perbedaannya itu di harga, pelayanan dan kelengkapan toko.”⁵¹

Berdasarkan wawancara tersebut bahwa sanya sistem persaingan usaha toko kelontong semakin banyak maka para pelaku usaha toko kelontong lebih memperhatikan pelayanan yang ramah, harga lebih murah dan juga kelengkapan barang di toko.

Peneliti melakukan wawancara ketiga secara langsung dengan pemilik toko kelontong bapak Didik mengenai sistem persaingan usaha toko kelontong di kabupaten Pamekasan sebagaimana wawancara berikut:

“sistem persaingan usaha di kabupaten Pamekasan ini cukup unik, karena selain bersaing soal kualitas produk, pelayanan juga jadi faktor yang penting bentg. Soalnya, madura itu terkenal sama kearifan lokalnya, terutama dalam hal sopan santun dan keramahan, kalau pelayananya ramah dan bikin pelanggan nyaman, pastinya bisa ningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. tidak cuman soal produk yang harus bagus, tapi cara

⁵¹ Kholil, Wawancara Pemilik Toko Kelontong di Kabupaten Pamekasan, 02 November 2025.

kita melayani juga harus di perhatikan. Misalnya, senyum, sapa dan sabar dalam menghadapi pelanggan itu udah jadi hal wajib. Kalau pelayanan bagus, pelanggan bakal betah dan pasti akan balik lagi. Ini pastinya berdampak besar ke omset usaha sehari-harinya, bahkan kadang, pelayanan yang ramah bisa bikin produk kita lebih diminati dari pada produk yang sejenisnya. Jadi, bukan hanya soal harga atau kualitas produk saja, tapi kesan pertama dari cara kita melayani itu sangat berpengaruh. Apalagi di Pamekasan yang budayanya masih kental sama nilai-nilai tradisional, pelanggan pasti lebih suka belanja di tempat yang ngasih mereka pengalaman belanja yang menyenangkan dan dihargai.⁵²

Berdasarkan hasil wawancara dari bapak Didik Selaku pemilik toko kelontong Bahwa sanya sistem persaingan usaha di kabupaten Pamekasan cukup ketat, maka dari itu usaha bertahan dan berkembang bukan cuman kualitas produk, tapi juga cara melayani pelanggan dengan ramah dan sopan. Dan juga dimana orang-orang lebih senang belanja di tempat yang nuansanya kekeluargaan. Jadi, senyum, sapa dan sopan santun itu wajib. Dan juga dapat meningkatkan omset sehari-hari jika pelayanan itu memuaskan pelanggan.

Peneliti melakukan wawancara secara langsung tentang kondisi persaingan usaha toko kelontong saat ini terhadap pemilik toko kelontong ehan. disini peneliti sudah mempersiapkan pertanyaan tentang bagaimana persaingan usaha toko kelontong saat ini.

“kondisi persaingan usaha toko kelontong di kab Pamekasan saat ini dipengaruhi oleh beberapa faktor utama seperti harga, loyalitas pelanggan, Saya nak, selaku pemilik toko kelontong yang baru satu tahun beroperasi cenderung memiliki keunggulan dari segi loyalitas pelanggan. Hubungan sosial yang baik dengan pelanggan juga menjadi kunci dalam mempertahankan usaha toko kelontong, karena loyalitas pelanggan mereka lebih memilih berbelanja terhadap toko yang mereka kenal dimana memang langganan masyarakat sekitar daerah disini. Dan banyaknya toko kelontong saat ini yang membuka maka semakin ketatnya persaingan usaha dimana barang yang di jual itu hampir sama karena sama toko sembako. Dimana untuk saat ini sudah tidak memperhatikan aturan yaitu, beda dengan dulu, dimana jarak antar toko itu di tentukan dari 10 tiang telpon tapi seiring berjalannya waktu banyak orang yang tergiur dengan

⁵² Didik, Wawancara Pemilik Toko Kelontong di Kabupaten Pamekasan, 24 Januari 2025.

omset atau tertarik dengan omset yang di dapat oleh toko kelontong madura sudah tidak sesuai dengan aturan yaitu 10 tiang telpon, karena sekarang banyak orang yang ingin membuka toko kelontong madura.⁵³

Berdasarkan keterangan dari bapak Khairul Anam selaku pemilik toko kelontong ehan bahwasanya kondisi persaingan usaha toko kelontong saat ini semakin ketat karena banyaknya orang yang tergiur dengan omset atau tertarik dengan omset pendapatan toko kelontong saat ini, jadi untuk saat ini jarak yang di tetapkan sudah tidak berlaku, karena banyaknya toko baru yang ingin beroperasi yang hampir sama terakait produk yang di jualnya dan juga menjual dengan harga yang lebih rendah, sedangkan toko yang beroperasi sebelumnya masih cenderung dengan loyalitas pelanggan sekalipun dalam penjelasan bapak khairul Anam bahwa pelanggan atau warga sekitar tetap memilih toko yang mereka kenal.

Berdasarkan hasil wawancara kedua mengenai aturan tentang persaingan usaha toko kelontong saat ini terhadap pemilik toko kelontong bapak Kholil.

“menurut saya itu belum mengikuti aturan karena begini yang saya lihat disini di sebelah toko saya ini ada, sedangkan toko saya ini sudah lebih satu tahun dan toko disebelah saya ini baru buka dan cara buka toko baru tersebut tidak ada pamit ke saya sekarang itu yang penting ada lahan kosong dan yang penting menurut mereka bagus itu langsung buka sedangkan tidak melihat jarak, aturan dan toko yang ada di sebelahnya jadi menurut saya ini contoh salah satu yang mungkin kebanyakan di Pamekasan masih banyak tidak di sini saja yang terjadi, adapun depan kampus unira itu juga tidak mematuhi aturan secara etika dalam bisnis, karena aturan itu bejarak 100 meter dari tiang ke tiang. Tapi ini bukan leseluruhan ada yang masih mengikuti aturan ada yang tidak mengikuti aturan karena masih simpang siun.⁵⁴

Berdasarkan keterangan dan hasil wawancara dari bapak Kholil bahwasanya di kabupaten Pamekasan sudah banyak yang tidak mengikuti aturan etika bisnis, karena bagi toko madura yang baru buka mereka hanya melihat

⁵³ Khairul Anam, Wawancara Pemilik Toko Kelontong di Kabupaten Pamekasan, 24 Oktober 2024.

⁵⁴ Kholil, Wawancara Pemilik Toko Kelontong di Kabupaten Pamekasan, 02 November 2024.

dimana ada lahan dan tempat kosong mereka membukanya tidak melihat disekitar apakah sudah ada toko madura atau tidak, karena jarak antar toko itu berjarak sekitar 100 meter dari tiang ke tia, akan tetapi tidak semua di kabupaten Pamekasan yang menyalahi aturan masih ada yang mengikuti aturan.

Adapun wawancara terhadap pemilik toko kelontong bapak kholil terkait kondisi persaingan usaha toko kelontong dari banyaknya orang memiliki toko kelontong di kabupaten Pamekasan saat ini.

“semakin banyaknya pesaing kalau orang berbisnis memandangnya itu maka semakin memberikan tantangan baru bukan malah banyak pesaing bukan makin emosi takut omset turun akan tetapi semakin tertantang bagaimana menyiapkan usaha itu lebih baik bagi saya semakin banyak pesaing membuat saya itu untuk lebih baik terkait usaha yang sedang di kelola saat ini untuk bisa bersaing dan juga menyiapkan era digital untuk memperkembangkan usaha bagaimana bayar Qris dan lain sebagainya seperti nambah jual pulsa itu cara saya menghadapi usaha yang semakin pesat.⁵⁵

Berdasarkan keterangan bapak kholil selaku pemilik toko kelontong di kabupaten pamekasan bahwa sanya semakin banyaknya pesaing bukan malah makin panas akan tetapi bapak kholil makin tertantang untuk lebih memperbaiki usahanya dengan menyiapkan era digital yang di maksudkaan adalah dengan memudahkan pembayaran memakai Qris atau lain sebagainya dan juga menjual pulsa dimana bapak kholil bukan berfikir akan semakin turun omset dari bisnisnya karen banyaknya orang yang membuka bisnis toko kelontong akan tetapi semakin tertantang untuk usahanya lebih tinggi dari pesaing lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara ketiga terhadap bapak Didik mengenai kondisi persaingan usaha toko kelontong di kabupaten Pamekasan saat ini

⁵⁵ Ibid.

terhadap pemilik toko kelontong bapak Didik sebagaimana hasil wawancara berikut:

“kondisi persaingan usaha toko kelontong di kabupaten Pamekasan saat ini bisa dibilang makin ketat. Hampir di setiap sudut ada toko kelontong, jadi persaingannya benar-benar terasa. Faktor utama yaitu paling ngaruh itu soal harga. Pelanggan pasti lebih milih toko yang kasih harga lebih murah atau setidaknya nggak jauh beda sama toko lain. kadang ada juga yang rela muter cuman buatn cari toko dengan harga paling miring. Makanya, pemilik toko saat ini harus pintar-pintar nak, atur harga biar tetap bisa bersaing, tapi tetap dapat untung. Se;ain itu loyalitas pelanggan juga menjadi kunci penting. Kalau pelanggan udah nyaman sama satu toko, biasanya mereka bakal terus balik belanja di tempat itu, walaupun selisih harga dikit. Biasanya mereka setia kereana pelayanan yang ramah, stok barang yang lengkap, atau udah kenal lama sama pemilik tokonya. Pelanggan yang udah loyal bahkan kadang gini nak, mereka lebih memilih belanja di toko langganan meski harganya sedikit lebih mahal, asal pelayanannya ramah dan sopan. Jadi, kondisi sekarang ini bukan cuman soal siapa yang yang bisa jual paling murah, tapi juga soal gimana caranya bikin pelanggan tetap setia. Hubungan yang baik, ramah, dan perhatian sama kebutuhan pelanggan itu juga bikin toko bisa tetap bertahan di tengah persaingan yang makin ketat.”⁵⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas terhadap bapak Didik bahwasanya kondisi persaingan usaha toko kelontong di kabupaten Pamekasan saat ini semakin ketat. Hal tersebut disebabkan oleh banyaknya toko kelontong yang beroperasi di berbagai tempat, sehingga persaingan antar toko tidak dapat dihindari. Faktor utama yang memepengaruhi keberhasilan dalam usaha ini adalah harga dan loyalitas pelanggan. dari segi harga, pelanggan cenderung memilih toko yang yang menawarkan harga lebih murah atau setidaknya tidak jauh berbeda dari toko lainnya. Pemilik toko perlu menyusun strategi harga yang tepat agar tetap dapat bersaing tanpa mengorbankan keuntungan.harga yang bersaing akan menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan. loyalitas pelanggan juga berperan penting dalam mempertahankan usaha. Dapat disimpulkan bahwa dalam

⁵⁶ Didik, Wawancara Pemilik Toko Kelontong di Kabupaten Pamekasan, 24 Januari 2025.

persaingan usaha toko kelontong, tidak hanya harga yang menjadi faktor penentu keberhasilan, tetapi juga bagaimana pemilik toko menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan memberikan pelayanan yang maksimal.

3. Persaingan Usaha Toko Kelontong di Kabupaten Pamekasan Prespektif Hukum Ekonomi Syariah

Berdasarkan hasil wawancara mengenai persaingan usaha toko kelontong di kabupaten Pamekasan berdasarkan pendapat bapak Rudyanto pemilik toko kelontong Elhan di kabupaten Pamekasan sebagai berikut.

“pelaksanaan persaingan usaha toko kelontong di kabupaten pamekasan ini ya nak, nah disini pelaksanaan persaingan usaha toko kelontong Elhan melibatkan berbagai strategi. Saya nak, berusaha untuk bersaing melalui harga, beragam produk yang lengkap, tata barang yang rapi agar pelanggan tertarik untuk berbelanja atau membeli di toko kami, dan pelayanan pelanggan yang baik, sekalipun yang di beli hanya 500 perak, meskipun terdapat tantangan dari minimarket, banyak pemilik toko yang berdaptasi dengan memanfaatkan teknologi dan membangun loyalitas pelanggan.”⁵⁷

Berdasarkan keterangan dari bapak Khairul Anam bahwasanya toko kelontong Elhan yang sedang di kelola melakukan berbagai strategi agar dia dapat bersaing secara sehat juga dapat keuntungan dalam penjualan produk, bapak Khairul Anam juga meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Dimana memang kalau di madura ini yang faktor utamanya adalah pelayanan yang ramah dan sopan.

“disini nak, persaingan usaha yang terjadi dalam usaha toko kelontong yaitu banyaknya jumlah pesaing dimana setiap pemilik toko mencari cara untuk membedakan diri dari pesaing, strategi harga banyak bersaing dalam harga penawaran diskon dari pesaing lainnya untuk menarik pelanggan, dan juga dari segi pelayanan ada juga yang hanya berfokus pada kualitas produk dari pada bersaing hanya berdasarkan harga. Karena kebanyakan pemilik toko menekankan pentingnya kualitas produk. Jelas bahwa persaingan

⁵⁷ Khairul Anam, Wawancara Pemilik Toko Kelontong di Kabupaten Pamekasan, 24 Oktober 2024.

dalam usaha toko kelontong memerlukan kombinasi strategi yang baik, perhatian terhadap kebutuhan pelanggan.⁵⁸

Berdasarkan penjelasan bapak Khairul Anam bahwa terjadinya persaingan usaha yang terjadi pada usaha toko kelontong karena banyaknya jumlah pesaing toko baru yang membuka dan bersaing berdasarkan harga dan pelayanan terhadap pelanggan dimana toko baru menjual produknya lebih rendah dari pada toko kelontong yang sudah lama berdiri.

“disini nak, juga menarik pelanggan dan mempertahankan loyalitas di toko kelontong, memberikan pelayanan yang ramah, sopan dan hangat, ketersediaan barang yang dibutuhkan. saya nak, berusaha dan memastikan bahwa barang-barang yang sering dicari oleh pelanggan selalu tersedia, harga yang tetap kompetitif dengan toko lain, khususnya supermarket. Banyak yang mencoba memberikan harga yang lebih murah apalagi pesaing toko kelontong yang lain untuk produk-produk tertentu atau memberikan diskon khusus untuk pelanggan tetap.”⁵⁹

Berdasarkan penjelasan dari bapak Khairul Anam bahwa cara dia menarik pelanggan atau strategi yang digunakan oleh toko kelontong miliknya yaitu menjaga loyalitas pelanggan dengan menyediakan segala kebutuhan pelanggan dimana yang pelanggan butuhkan selalu tersedia juga menjaga pelayanan yang ramah dan hangat untuk pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara dari bapak Didik mengenai persaingan usaha toko kelontong di kabupaten Pamekasan sebagai berikut;

“pelaksanaan persaingan usaha toko kelontong saat ini harus mempunyai strategi khusus nak, biar bisa tetap bertahan dan menarik pelanggan. salah satu cara yang sering dilakukan adalah bersaing lewat harga. Misalnya, ada toko yang sengaja kasih harga lebih murah buat beberapa barang biar pelanggan lebih milih belanja di tempat mereka. Selain itu, strategi yang lainnya adalah dengan nyediain produk yang lebih lengkap. Toko yang barangnya komplit, dari kebutuhan dapur, sembako, sampai barang-barang kecil seperti alat mandi atau jajanan ringan, pasti lebih disukai pelanggan. karena mereka tidak perlu repot pindah-pindah tempat buat nyari barang

⁵⁸ Ibid.

⁵⁹ Khairul Anam. Wawancara Pemilik Toko kelontong di Kabupaten Pamekasan, 24 Oktober 2024.

yang beda-beda. Apalagi kalau barangnya ada yang jarang ditemui di toko lain itu bisa jadi nilai plus. Tidak cuman itu, pelayanan yang ramah dan hubungan yang baik sama pelanggan juga penting banget. Jadi kita sebagai pemilik toko jika sudah dekat dengan pelanggan biasanya mempunyai keuntungan tersendiri. Misalnya, pelanggan bisa ngutang dulu kalau lagi butuh barang mendesak, hal kecil kayak gini bikin pelanggan ngerasa nyaman dan terus balik lagi.⁶⁰

Berdasarkan hasil wawancara dari bapak Didik bahwa pelaksanaan persaingan usaha toko kelontong di kabupaten Pamekasan yaitu menggunakan strategi yang dilakukan pemilik toko meliputi penyesuaian harga agar lebih terjangkau, penyediaan produk yang lengkap, serta pelayanan yang ramah untuk menarik pelanggan. persaingan ini mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi dan beradaptasi agar tetap bertahan serta berkembang.

Bapak Khairul Anam juga menjelaskan cara dia menyikapi tantangan persaingan usaha yang sempat isu kemaren bahwa toko kecil atau toko kelontong tidak boleh buka 24 jam karena pemilik indomaret, alfamart dan lainnya merasa tersaingi.

“bahwa bukan masalah itu hanya ingin merusak usaha toko-toko kecil seperti toko kelontong ini, minimarket, alfamart dan lainnya itu sasaran terhadap kondisi menengah keatas orang mampu, sedangkan toko kelontong menengah kebawah dimana memfasilitasi segala kebutuhan masyarakat.”⁶¹

Berdasarkan penjelasan bapak Khairul Anam bahwa itu bukan masalah karena itu hanya ingin merusak usaha toko-toko kecil, sedangkan dalam aturan untuk toko kelontong tidak ada larangan buka 24 jam. Karena sasaran toko kelontong adalah menengah kebawah dimana toko kelontong menyediakan segala kebutuhan masyarakat.

⁶⁰ Didik, Wawancara Pemilik Toko Kelontong di Kabupaten Pamekasan, 24 Januari 2025.

⁶¹ Khairul Anam, Wawancara Pemilik Toko Kelontong di Kabupaten Pamekasan, 24 Oktober 2024.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Kholil terkait cara menyikapi tentang persaingan usaha yang sempat isu bulan februari kemarin bahwa toko kecil atau toko kelontong tidak di perbolehkan buka 24 jam karena pemilik indomaret, alfamart dan lainnya merasa tersaingi.

“sebenarnya terkait dengan usaha yang tidak di izinkan buka 24 jam itu bukan seluruh indonesia itu terjadi pemicunya awalnya di Bali karena di bali itu yang islam minoritas yang menjadi kekuasaan disana adalah hukum adat yang ada disana sehingga orang yang membuka usaha disana harus mengikuti adat istiadat yang ada di bali, sehingga itu yang menjadi viral menjadi trending usaha sembako buka 24 jam terkait seperti itu saya sebagai orang madura bangga dengan adanya pembahasan toko sembako tingkat nasional karena menjadi, ini lo orang madura bisa menyaingi toko indomaret, alfamart, sehingga yang menjadi viral kemaren itu bukan penduduk bali yang takut dengan orang madura tapi seperti toko-toko besar yang mulai memikirkan nasibnya jangka panjang karena ada pesaing toko madura, dan mereka tidak berani buka 24 jam karena harus bayar karyawan dan sebagainya sedangkan toko madura modal sendiri usaha sendiri sehingga toko madura berani buka 24 jam, jadi menurut saya bagus, bukan dilarang malah bagus toko sembako madura menjadi tantangan buat usaha besar, bukan malah dilarang cuman pernah viral gara-gara kejadian di Bali, buktinya sampai sekarang aman-aman saja, daartai tiga Baidowi beliau salah satunya mendukung toko madura tetap bisa buka 24 jam.”⁶²

Berdasarkan penjelasan bapak Kholil bahwa toko madura dilarang buka 24 jam itu bukan seluruh indonesia awalnya di bali karena toko-toko besar disana merasa tersaingi dengan adanya toko madura yang buka 24 jam dan juga orang yang buka usaha disana harus mengikuti adat istiadat di Bali, maka yang sempat kemarin viral itu bahwa toko sembako dilarang buka 24 jam, jadi itu menjadi tantangan buat toko madura menjadi toko tingkat nasional yang bisa bersaing dengan alfamart dan indomaret.

⁶² Kholil, Wawancara Pemilik Toko kelontong di Kabupaten Pamekasan, 02 November 2024.

Berdasarkan hasil wawancara dari bapak Didik terkait cara menyikapi persaingan usaha toko kelontong yang di larang buka 24 jam karena banyaknya toko besar seperti indomaret, alfamart merasa tersaingi.

“sebenarnya bukan dilarang buka 24 jam buat toko kecil-kecil seperti ini akan tetapi seperti toko-toko besar indomaret, alfamart itu merasa tersaingi dengan adanya toko kelontong buka 24 jam karena toko kelontong juga menyediakan stok barang yang lengkap sedangkan toko kelontong tidak ada aturan buka 24 jam. dan toko kelontong juga mempunyai keunggulan tersendiri yaitu kedekatan sama pelanggan. kalau kita tau pelanggan kita siapa, apa yang mereka butuhkan, dan apa yang mereka suka, itu bisa jadi kekuatan tersendiri. Sekalipun toko kelontong tidak besar seperti indomaret, alfamart, kita bisa bangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. pelanggan yang merasa dihargai dan dilayani dengan baik bakal sering balik, misalnya, kasih diskon khusus atau tawarin barang gratis setelah beberapa kali belanja. Karena program-program loyalitas seperti itu bisa bikin pelanggan ngerasa spesial dan akhirnya lebih pilih toko kita dari pada toko besar. Karena yang terpenting kita harus mikirin cara buat menyesuaikan diri dnegan kebutuhan pasar. Gimana caranya supaya toko kelontong kita tetap jadi pilihan yang oke buat pelanggan, meskipun pernah jadi isu tokom kelontong dilarang buka 24 jam tidak perlu takut bersaing karena kita toko-toko kecil mempunyai keunggulan tersendiri.”⁶³

Dapat di simpulkan bahwasanya keunggulan pertama yang dimiliki oleh toko kelontong bapa Didik adalah kedekatannya dengan pelanggan. Toko kelontong umumnya mampu membangun hubungan yang lebih personal dengan konsumen, karena mereka lebih mengenal kebiasaan dan kebutuhan lokal. Hal ini ini memungkinkan toko kelontong untuk memberikan pelayanan yang lebih baik dan sesuai dengan keinginan pelanggan, yang sulit dicapai oleh toko-toko besar indomaret, alfamart dll. Pelayanan yang bersifat personal ini berpotensi meningkatkan loyalitas pelanggan, yang menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan keberlanjutan usaha. Jadi, meskipun menhadapai persaingan yang ketat dengan indomaret, alfamart, toko kelontong tetap memiliki peluang

⁶³ Didik Wawancara Pemilik Toko Kelontong di Kabupaten Pamekasan, 24 Januari 2025.

untuk bertahan dan berkembang. Kunci keberhasilan terletak pada kemampuan untuk memanfaatkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki, seperti kedekatan dengan pelanggan, fleksibilitas dalam jam operasional, keberagaman produk lokal. Dengan pendekatan yang tepat, toko kelontong dapat menemukan celah pasar dan membangun loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya membantu mereka untuk tetap kompetitif di tengah persaingan yang semakin ketat.

Bapak Khairul Anam juga mengatakan perbedaan toko kelontong miliknya dengan toko-toko yang lain dalam hal produk yang di jual dan pelayanannya.

“Perbedaan toko saya disini terutama dari segi harga lebih murah, penataan barang yang rapi, dari segi waktu 24 jam.⁶⁴

Jadi toko kelontong Ehan yang di kelola oleh bapak Khairul Anam disini bahwasanya toko miliknya tersebut beda dengan toko yang lain yaitu dari segi harga lebih murah dan penataan barang yang rapi juga cara pelayanan yang ramah dan sopan.

Bapak Khairul Anam juga menjelaskan bagaimana beliau mempertahankan loyalitas pelanggan dari banyaknya toko-toko kelontong saat ini.

“yang pertama yaitu strategi marketing toko itu berbeda beda sedangkan bapak Khairul Anam pribadi dalam toko kelontong Ehan melayani pelanggan yang dari awal soalnya pelanggan yang dari awal itu di layani dengan baik bukan berarti pelanggan baru tidak dilayani dengan baik, maksudnya biar pelanggan yang dari awal itu tidak pergi ke toko yang lain di toko ehan ini menyediakan barang yang dibutuhkan oleh pelanggan, yang kedua diusahakan untuk ramah dan sopan intinya kalau toko madura itu selain menyediakan barang yang lengkap penjual harus ramah teradap pelanggan. Jadi faktor utama dalam toko madura di Pamekasan adalah kelengkapan barang dan pelayanan yang ramah dan sopan, jika pelayanan tidak baik sekalipun barang yang dijual lengkap juga berpengaruh terhadap omset yang di dapat.⁶⁵

⁶⁴ Khairul Anam, Wawancara Pemilik Toko Kelontong di Kabupaten Pamekasan, 24 Oktober 2024.

⁶⁵ Ibid.

Berdasarkan wawancara di atas bahwasanya toko kelontong Ehan disini mempertahankan loyalitas pelanggan yaitu strategi marketing dimana dari pelayanan yang ramah dan sopan terhadap pelanggan yang dari awal agar pelanggan tersebut tidak lari ke toko lain akan tetapi terhadap pelanggan baru juga ramah tapi lebih mempertahankan pelanggan lama jika dimana bisa kita simpulkan bahwa pelanggan baru juga ramah agar mereka balik lagi membeli kepada toko kita jika pelayanan kita terhadap pelanggan sudah baik dan ramah, jadi intinya toko kelontong madura di Kab Pamekasan yaitu pelayanan yang ramah dan sopan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Kholil terkait persaingan usaha toko kelontong madura di Kabupaten Pamekasan terkait apa yang membedakan toko yang di kelola bapak kholil ini dengan toko yang lainnya

“mungkin poin penting nya ini mba, yang menjadi pembeda dengan toko yang lain yaitu menekankan harga harus lebih murah dari toko yang lain dan yang kedua bagaimana pelayanan yang harus ramah, harus sopan, harus murah senyum terhadap pembeli karena pembeli itu adalah raja, saya tidak tau kalau toko yang lain tapi kalau toko saya disini harga harus lebih murah dan terjangkau dari yang lain.”⁶⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas bahwasanya toko kelontong bapak kholil ini yang membedakan dengan toko lainnya yaitu dari segi harga lebih murah dan terjangkau dan pelayanan terhadap pembeli itu ramah dan sopan, toko bapak kholil ini bisa menjadi tempat yang diinginkan konsumen jika menawarkan dua hal penting ini harga yang lebih murah dibandingkan dengan pesaing dan pelayanan yang ramah serta berkualitas. Keduanya saling mendukung dan menjadi faktor pembeda yang membuat toko bapak Kholil menonjol di pasar yang kompetitif.

⁶⁶ Kholil, Wawancara Pemilik Toko Kelontong di Kabupaten Pamekasa, 02 November 2024.

Bapak Kholil juga menjelaskan persaingan usaha toko kelontong di Kabupaten Pamekasan mempertahankan loyalitasnya pelanggan karena banyaknya toko-toko kelontong saat ini.

“cara mempertahankan pelanggan atau menarik pembeli, pertama saya menerima masukan dari pelanggan maupun pembeli pertama itu sangat menerima masukan kritik terhadap toko sembako pada sahabat jaya ini, jadi kami tidak mengedepankan ego kami tapi memprioritaskan saran dari pembeli, dan yang kedua menjaga terhadap barang-barang di toko exp yaitu barang yang sudah exp kami tidak di perjual belikan karena itu menjaga nama baik toko jadi kami sangat memperhatikan barang-barang di toko kami, dan yang ketiga yaitu pelayanan karena yang paling penting itu dalam bisnis toko sembako. dan toko ini sudah berdiri sekitar 4 tahun.”⁶⁷

Berdasarkan hasil wawancara tersebut tentang persaingan usaha toko kelontong mempertahankan loyalitasnya terhadap pelanggan atau pembeli, bapak Kholil disini memperhatikan barang-barang yang sudah exp dan menerima kritik dan saran dari pada pelanggan dan pembeli, jadi hal penting yang harus diperhatikan dalam loyalitas toko sembako ini ada tiga poin penting yaitu mendengarkan dan merespon kritik dari pelanggan, menjaga kualitas barang khususnya barang yang di perjual-belikan jauh dari tanggal exp, dan memberikan pelayanan yang ramah dan sopan, dengan menerapkan tiga poin tersebut toko sembako akan lebih mudah membangun hubungan yang baik dengan pelanggan atau pembeli dengan menjaga loyalitas toko tersebut dan serta dapat meningkatkan penjualan dan reputasi toko tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Didik terkait persaingan usaha toko kelontong di Kabupaten Pamekasan terkait apa yang membedakan toko yang di kelola bapak Didik ini dengan toko yang lainnya

“perbedaan yang paling jelas dari toko kelontong saya ini di banding yang lainnya, pertama dari segi harga. Saya selalu berusaha untuk menawarkan

⁶⁷ Ibid.

harga yang lebih terjangkau dari pada toko-toko kelontong lainnya. Walaupun ada banyak minimarket, alfamart dan indomaret besar yaitu jual barang dengan harga kompetitif, saya tetap berusaha untuk memberikan harga yang lebih murah, apalagi untuk barang-barang kebutuhan pokok yang sering dibeli. Saya juga nggak ragu untuk kasih diskon atau promo tertentu buat pelanggan setia. Selain itu penataan barang di toko saya juga jadi salah satu pembeda. Saya sangat perhatian sama tata letak barang, karena saya tahu pelanggan bakal lebih nyaman kalau barang-barang di toko itu tertata-tata rapi dan mudah di cari. Lalu, yang tidak kalah penting, toko saya buka 24 jam. walaupun banyak toko kelontong lainnya yang mungkin jam buka terbatas, saya berusaha untuk selalu buka sepanjang waktu. Ini buat nyediain kenyamanan buat pelanggan yang mungkin butuh belanja di malam hari atau larut malam. Kadang ada orang yang sibuk banget, kerja seharian, atau punya waktu luang cuma pas tengah malam, jadi dengan buka 24 jam, mereka tidak perlu khawatir lagi kalau mau beli sesuatu. Hal ini juga bisa jadi keuntungan lebih, karena pelanggan tahu kalau mereka bisa datang kapan saja kalau membutuhkan barang.⁶⁸

Berdasarkan hasil wawancara dari bapak Didik dapat di simpulkan bahwasanya toko kelontong milik bapak Didik memiliki beberapa keunggulan yang membedakannya dari toko kelontong lainnya, baik dalam bentuk harga, penataan harga, maupun jam operasional. Dari segi harga, saya berfokus pada pemberian harga yang lebih terjangkau bagi pelanggan, terutama untuk produk-produk yang sering dibutuhkan sehari-hari. dan penataan barang juga menjadi salah satu aspek penting yang membedakan toko kelontong saya. Saya sangat memperhatikan bagaimana barang-barang di toko disusun dengan rapi, dan juga jam operasional yang 24 jam secara keseluruhan, ketiga aspek tersebut harga yang lebih murah, penataan barang yang rapi dan jam buka 24 jam merupakan keunggulan yang membuat toko kelontong saya berbeda dan lebih unggul dibandingkan dengan toko kelontong lainnya. dengan fokus pada kualitas pelayanan, kenyamanan pelanggan, dan kemudahan akses.

⁶⁸ Didik, Wawancara Pemilik Toko Kelontong di Kabupaten Pamekasan, 24 Januari 2025.

Bapak Didik juga menjelaskan bagaimana beliau mempertahankan loyalitas pelanggan dari banyaknya toko-toko kelontong saat ini.

“disini nak, saya juga menjaga loyalitas pelanggan di etngah banyaknya toko kelontong yang bermunculan saat ini, karena setiap toko harus punya strategi pemasaran yang unik. Meskipun toko sudah mulai dikenal dan punya pelanggan setia, bukan berarti pelanggan baru tidak perlu perhatian khusus. Satu hal yang sangat penting adalah selalu menyediakan barang-barang yang lengkap, jadi pelanggan tidak perlu ke tempat lain buat cari kebutuhan mereka. Dengan begitu, pelanggan bakal merasa nyaman dan cenderung balik lagi. Selain itu, pelayanan juga harus terus dijaga. Pelanggan yang udah lama pasti bakal lebih merasa dihargai kalau kita tetap memberi perhatian, penting juga untuk memanfaatkan teknologi, misalnya dengan menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan atau meberikan informasi tentang barang terbaru atau promo yang berlangsung, jadi, meski ada banyak toko kelontong di luar sana, pelanggan tetap merasa nyaman dan lebih memilih untuk kembali ke toko kita karena merasa puas dengan pelayanan dan barang yang lengkap.”⁶⁹

Berdasarkan hasil wawancara dari bapak Didik dapat di simpulkan bahwasanya toko kelontong miliknya cara mempertahankan loyalitas pelanggannya di tengah banyaknya toko kelontong beropersi, bapak Didik menggunakan strategi yang efektif, meskipun toko telah memiliki pelanggan setia, penting untuk tetap memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan baru. Yaitu salah satu faktor utama untuk menjaga loyalitas pelanggan adalah menyediakan barang yang lengkap. Jadi seacara keseluruhan, untuk tetap menarik dan mempertahankan pelanggan, toko kelontong harus menjaga kualitas barang, memberikan pelyanan yang ramah, serta memanfaatkan teknologi untuk menjalin komunikasi yang lebih baik dengan pelanggan.

Pendapat para ahli hukum ekonomi syariah tentang persaingan usaha toko kelontong umumnya mengacu pada prinsip-prinsip dasar dalam islam yang

⁶⁹ Didik, Wawancara pemilik Toko Kelontong di kabupaten Pamekasan.

mengatur etika bisnis dan persaingan yang sehat berikut beberapa poin penting menurut para ahli

Menurut Dr. Adiwarmarman A. Karim, persaingan dalam bisnis diperbolehkan dan bahkan diajukan selama tidak ada praktik yang merugikan seperti monopoli atau kecurangan. Dalam islam, mekanisme pasar dijalankan secara alami dengan pengawasan nilai moral.

Di sisi lain Imam Nawawi dalam *Al-Majmu'*, serta dikutip oleh Dr. Wahbah Az Zuhaili, mengatakan bahwa praktik seperti Najasy (menaikkan harga palsu), tadlis (penipuan), dan gharar (ketidakjelasan) dilarang keras dalam jual beli karena merusak keadilan dalam pasar.

Sedangkan Prof. Dr. Mardani, SH., M.H. menjelaskan bahwa praktik monopoli (ikhtikar) dalam bentuk penimbunan atau penguasaan pasar yang merugikan konsumen dan pelaku usaha kecil dilarang dalam islam.

Begitupun Prof. Muhammad dalam bukunya menyebutkan bahwa prinsip utama dalam persaingan menurut islam adalah kejujuran (shidq), amanah, dan tidak menzalimi. Hal ini berlaku dalam semua bentuk usaha, termasuk toko kelontong.

Diantara ke empat para ahli tersebut memiliki pendapat yang berbeda. Tetapi tujuan dari semua pendapat yang dikatakan para ahli mempunyai tujuan yang sama yaitu melarang persaingan usaha toko kelontong dengan merusak harga pasar.

B. Temuan Penelitian

Berdasarkan paparan diatas melalui wawancara khusus, tapi pelanggan baru juga harus tetap merasa di perhatikan dengan baik.

cara ataupun observasi yang dilakukan oleh peneliti, peneliti dapat mengetahui perihal peneliti dapat mengetahui perihal latar belakang pelaksanaan persaingan usaha toko kelontong yang terjadi di Kabupaten Pamekasan sebagai berikut:

1. Persaingan usaha toko kelontong di kabupaten pamekasan sudah tidak lagi mengikuti aturan jarak antar toko yang satu dengan yang lainnya.
2. Persaingan usaha yang toko kelontong bersaing dengan harga yang lebih murah untuk menarik pelanggan.
3. Persaingan usaha yang terjadi saat ini dimana para pengusaha toko kelontong di kabupaten Pamekasan faktor utamanya yaitu kelengkapan barang dan pelayanan pelanggan.

C. Pembahasan

Dalam pembahasan ini, peneliti akan mendeskripsikan beberapa persoalan yang menjadi topik penelitian dalam skripsi ini.

1. Sistem Persaingan Usaha Toko Kelontong di Kabupaten Pamekasan

Temuan peneliti pertama terkait aturan mengenai lokasi persaingan usaha toko kelontong di kabupaten Pamekasan saat ini sudah tidak lagi sesuai dengan peraturan yang seharusnya berlaku. Sebelumnya, terdapat ketentuan yang mengatur jarak antar toko kelontong yang diwajibkan untuk memiliki jarak minimal 10 tiang telpon. Aturan ini dirancang untuk menghindari terjadinya persaingan yang tidak sehat antar toko kelontong, serta memberikan ruang yang cukup bagi setiap pelaku usaha untuk dapat berkembang tanpa adanya gangguan dari pesaing yang terlalu dekat. Namun, seiring berjalannya waktu, ketentuan

tersebut telah terbukti tidak lagi relevan dan tidak dapat mengakomodasi perkembangan usaha yang semakin pesat. Banyaknya toko kelontong yang dibuka dalam jarak yang sangat dekat satu sama lain, tanpa memperhatikan jarak yang ditetapkan, menyebabkan terjadinya persaingan yang sangat ketat, bahkan cenderung merugikan pelaku usaha kecil dan menengah. Hal ini berpotensi menurunkan kualitas layanan dan produk yang ditawarkan serta meningkatkan persaingan yang tidak sehat. Menurut Hermansyah, hukum persaingan usaha adalah sekumpulan peraturan yang mengatur semua aspek persaingan usaha, termasuk apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh pelaku usaha. Karena mekanisme pasar tidak selalu berfungsi dengan baik seperti monopoli dan informasi yang asimetris, persaingan membutuhkan aturan main. Saat Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat disahkan.⁷⁰

Selanjutnya temuan peneliti kedua yaitu sistem persaingan usaha toko kelontong di kabupaten Pamekasan dipengaruhi oleh faktor, terutama keberadaan beberapa toko kelontong yang beroperasi dalam area yang sama. Persaingan ini mencakup harga, kualitas produk, dan pelayanan kepada pelanggan. dalam menghadapi persaingan, pemilik toko kelontong harus memperhatikan kualitas barang yang dijual agar tetap menarik bagi konsumen, serta menjaga harga yang kompetitif agar dapat bersaing dengan toko lain di sekitar lokasi mereka. Selain itu, pelayanan yang baik juga menjadi aspek penting dalam mempertahankan pelanggan, karena konsumen cenderung memilih toko yang memberikan pelayanan yang cepat dan ramah. Dapat di simpulkan, bahwa persaingan usaha

⁷⁰ Tarmizi, "Analisi Hukum Persaingan Usaha di Indonesia dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2019", *Jurnal Real Riset*, 4, No. 1, (januari: 2022), 13.

toko kelontong di kabupaten pamekasan ini menuntut para pemilik toko untuk dapat mengelola berbagai aspek usaha dengan baik agar dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat. Dalam undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat disahkan. dimaksudkan untuk memberikan jaminan kepastian hukum dan perlindungan yang sama kepada setiap pelaku usaha dalam berusaha, dengan cara mencegah timbulnya praktik-praktik monopoli dan/atau persaingan usaha lainnya dengan harapan menciptakan iklim usaha yang kondusif.⁷¹

Persaingan usaha yang terjadi di jalan Trunojoyo No. 329 Kabupaten Pamekasan pada toko kelontong terlaksana sama halnya dengan persaingan lainnya dimana persaingan usaha semakin ketat dari banyaknya orang yang tertarik dengan omset toko kelontong buka 24 jam. Untuk saat ini persaingan usaha beda dengan dulu sudah tidak lagi memperhatikan aturan jarak, toko kelontong bersaing dengan berbagai strategi yaitu menjual barang lebih murah, dan pelayanan yang lebih ramah dan sopan karena toko kelontong di madura itu identik dengan kesopanan maka jika pelayanan yang sopan dan ramah omset yang didapat juga berpengaruh. Peraturan jarak antara toko kelontong Madura sesama toko kelontong Madura adalah tidak berdekatan dan memiliki jarak tiga tiang listrik dari tokonya. Hal ini bertujuan untuk menghindari gesekan dan konflik. Toko kelontong termasuk dalam usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Warung Madura adalah jenis usaha kecil yang identik dengan orang-orang asli madura atau keturunan.⁷²

⁷¹ Ibid.

⁷² Fenda Nuradifa Cikha Puspitasari, dan Agus Machfud Fauzi, “Modal Pedagang Toko Kelontong Madura di Peranatauan”, 12, No. 1, (2023), 243-244.

Persaingan usaha yang terjadi di kabupaten Pamekasan yaitu bisa dikatakan semakin kompleks, terutama dengan tidak lagi adanya pembatasan jarak antar toko yang sebelumnya diatur oleh pemerintah daerah. Ketika aturan ini di longgarkan atau tidak diterapkan dengan ketat, banyak pelaku usaha membuka toko atau bisnis mereka di lokasi yang sangat dekat satu sama lain, menciptakan kompetisi yang lebih intens. Hal ini membuat konsumen memiliki lebih banyak pilihan, namun juga menimbulkan dampak bagi pelaku usaha itu sendiri.

Di sisi lain, persaingan yang semakin ketat ini membuat banyak pelaku usaha berusaha menarik perhatian konsumen dengan menurunkan harga produk atau layanan mereka, namun, strategi ini sering kali mengarah pada perang harga (harga miring). Untuk itu, pelaku usaha di kabupaten Pamekasan berfokus pada strategi yang lebih berkelanjutan, yaitu meningkatkan kualitas produk, pelayanan yang ramah, atau menciptakan diferensiasi produk agar tidak hanya mengandalkan harga sebagai daya tarik utama. Pemerintah daerah juga bisa berperan dalam menata kembali regulasi terkait pembatasan jarak usaha dan menjaga agar persaingan tetap sehat demi perkembangan ekonomi yang berkelanjutan. Dalam penetapan harga merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran yang berkontribusi pada pendapatan, sementara elemen lainnya berkaitan dengan pengeluaran. Ada dua strategi penetapan harga yang ditetapkan oleh pedagang yaitu:

- a. *Skimming Pricing* adalah strategi penetapan harga yang cukup tinggi, ditunjukan kepada segmen pelanggan potensial yang tidak sensitif terhadap harga. Kebijakan ini bisa diubah kapan saja, misalnya dengan memberikan diskon secara berkala. Hal ini terjadi ketika harga produk tinggi di awal periode dan

menurun di akhir periode. Contoh penerapannya termasuk diskon untuk perjalanan di segala musim, penjualan cuci gudang, serta pemotongan harga pada produk-produk. Strategi ini bertujuan untuk menetapkan harga yang tinggi pada produk baru guna memaksimalkan keuntungan.

- b. *Penetration Pricing* adalah strategi yang menetapkan harga relatif rendah guna menarik pelanggan baru dengan cepat dan menguasai pangsa pasar yang besar sebelum pesaing hadir. Strategi ini bertujuan untuk menentukan harga produk serendah mungkin agar dapat mencapai volume penjualan tertinggi se segmen pasar tertentu.

Penetapan harga dalam islam adalah para pedagang menjual dengan harga yang sesuai demi tegaknya keadilan. Menurut Ibnu Taimiyyah, permintaan dan penawaran harus seimbang. Keseimbangan ini tercapai melalui kesepakatan antara pedagang dan pembeli dalam bentuk kontrak. Dalam islam, semua bentuk penyediaan pasar diizinkan selama pedagang dan pembeli tidak dirugikan.

2. Persaingan Usaha Toko Kelontong di Kabupaten Pamekasan Prespektif Hukum Ekonomi Syariah.

Persaingan usaha toko kelontong yang terjadi di kabupaten Pamekasan menurut prespektif Hukum Ekonomi Syariah sudah terjadi semestinya dimana halnya dalam penjualan produk yang biasa ada dan di jual di setiap toko kelontong, namun terjadinya persaingan usaha toko kelontong dan akibat tidak memperhatikan perda kabupaten pamekasan yaitu jarak toko tradisional itu 500 meter dari toko yang lainnya akan tetapi sekarang tidak memperhatikan hal tersebut maka terjadinya persaingan usaha toko kelontong yang ketat. dan terjadi persaingan usaha yang tidak sehat, dimana para pemilik toko kelontong membuka

24 jam. Dalam perspektif hukum persaingan usaha, pasar dapat dilihat dari segi struktur dan pelakunya. Dua aliran dalam hukum persaingan usaha, yaitu aliran Harvard dan Chicago, memiliki pandangan yang berbeda mengenai hal ini. Aliran Harvard berargumen bahwa intervensi pemerintah sangat penting untuk menjaga persaingan usaha, karena pasar tidak dapat berdiri sendiri dan tidak seharusnya dibiarkan sepenuhnya bebas. Pemahaman ini melahirkan konsep dalam hukum bisnis yang dikenal sebagai *per se illegal*. Di sisi lain, aliran Chicago berpendapat bahwa pemerintah seharusnya tidak mengintervensi pasar, karena pasar, mencerminkan mekanisme perekonomian itu sendiri.⁷³

Temuan peneliti terkait Persaingan terjadi karena banyaknya toko kelontong yang membuka baru dan beroperasi 24 jam dimana toko yang baru beroperasi menjual harga produk lebih murah dan juga memberikan diskon besar-besaran dimana mereka juga bergerak penjualan dari segi online untuk menarik pelanggan dengan sistem online memesan barang dan di antar ke tempat pelanggan disitu ketertarikan pelanggan mendapatkan barang atau produk yang mereka beli tidak perlu datang ke toko langsung disitulah terjadinya persaingan tidak sehat dalam persaingan usaha toko kelontong yang lama berdiri dengan baru beroperasi. Islam memiliki strategi kompetitif atau persaingan yang diperbolehkan dengan aturan yang jelas untuk menghindari permasalahan yang timbul akibat praktek persaingan yang tidak sehat.⁷⁴ Persaingan dalam usaha menurut hukum

⁷³ Mohammad Tedy Rahardi, "Persaingan Usaha dalam Perspektif Hukum Ekonomi Konvensional dan Ekonomi Syariah", *Jurnal Perada*, 1, No. 1, (Juni:2018), 90. Doi <http://ejournal.stainkepri.ac.id/index.php/perada>

⁷⁴ Ita Riani, Efni Anita, dan Awal Habibah, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Persaingan usaha Fashion Muslim di Desa Pulau Mentaro kabupaten Muaro Jambi", *Jurnal Visi Manajemen*, 11, No.1, (Januari:2025), 3. Doi: <https://doi.org/10.56910/jvm.v11i1.486>

islam bahwasanya bersaing haruslah secara sehat, adil, dan jujur serta membangun hubungan yang mempererat persaudaraan.⁷⁵

Terminologi persaingan usaha tidak ditemui dalam literatur keislaman. Istilah yang sering digunakan dalam kajian islam ialah penimbunan terhadap barang komoditas yang diambil kata ikhtiar. Kata inilah yang kemudian banyak diterjemahkan menjadi monopoli ataupun praktik persaingan tidak sehat dalam persaingan usaha. Pandangan islam mengatakan bahwa pasar harus mengikuti prinsip persaingan bebas. Namun, bukan berarti kebebasan tersebut berlaku mutlak tanpa pengawasan, melainkan kebebasan tersebut dibungkus dalam kerangka syariah. Islam melarang praktik monopoli karena dapat merugikan pihak lain, baik pengusaha maupun masyarakat.⁷⁶

Temuan peneliti terkait masalah harga pada dasarnya memang kemabli kepada kebijakan masing-masing pemilik toko atau pedagang yang bersangkutan dalam menentukan harga barang yang dijual. Namun demikian, seringkali ada kesepakatan harga tertentu yang berlaku secara umum di pasar, seperti pada harga bahan bakar, yang sering disamakan dan ditetapkan dengan harga yang seragam di seluruh tempat, misalnya harga 1 liter bensin yang biasanya dengan harga sekitar 12 ribu rupiah. Namun, untuk barang-barang lain seperti rokok atau jajanan, harga tersebut cenderung lebih fleksibel dan dapat bervariasi antara satu tempat dengan tempat lainnya. hal ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti lokasi penjualan, biaya operasional, dan tingkat permintaan di daerah tersebut. oleh karena itu, harga jual untuk barang-barang seperti itu bisa lebih murah atau lebih mahal

⁷⁵ Ririn Susilawati, Moh Ismin, dan Khoirutn Nikmah, "Analisis Persaingan Usaha dalam etika Bisnis Islam di Kabupaten Jombang.

⁷⁶ Mohammad Tedy Rahardi, "Persaingan Usaha dalam Prespektif Hukum Ekonomi Syariah Konvensional dan Ekonomi Syariah", *Jurnal Perada*, 91-94.

tergantung pada keputusan pemilik toko yang menyesuaikan dengan kondisi pasar dan daya beli masyarakat di sekitar lokasi tersebut. Dalam melakukan persaingan usaha toko kelontong dalam hukum ekonomi syariah ada beberapa prinsip-prinsip persaingan, yaitu sebagai berikut:

a. Larangan Praktik Monopoli

Praktik monopoli dan persaingan tidak sehat menimbulkan ancaman serius terhadap perekonomian yang adil dan efisien. Undang-undang antimonopoli tidak hanya melindungi konsumen, namun juga merupakan alat penting untuk menjaga dinamika persaingan di pasar. monopoli terjadi ketika satu atau lebih pelaku ekonomi memiliki kendali yang signifikan atas pasar dan kemampuan untuk menetapkan harga, menurunkan kualitas, atau mengurangi biaya.

Peran utama dari hukum antimonopoli adalah mencegah konsentrasi kekuatan pasar yang berlebihan. Tujuan undang-undang ini tidak hanya untuk mencegah praktik monopoli tetapi juga untuk menangani bentuk-bentuk persaingan tidak sehat seperti kartel, penetapan harga, dan perilaku anti kompetitif lainnya.⁷⁷

b. Persaingan Usaha tidak Sehat

Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.⁷⁸

⁷⁷ Saryana, dll, "Penerapan Hukum Anti Monopoli Dalam Menjaga Persaingan Usaha yang Sehat", *Jurnal Kolaboratif sains*, 7, No. 11, (November; 2024), 3.

⁷⁸ Denny Slamet Pribadi, "Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat ditinjau dari Hukum Bisnis" Article, 420.

c. Perjajian yang di Larang

1) Penguasaan Produk

Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk secara bersama-sama melakukan penguasaan atas produksi dan/atau pemasaran barang dan jasa yang dapat menimbulkan praktek monopoli.

2) Penetapan Harga

Dalam pasal 5 Undang-undang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat “pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas mutu suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pasar persangkutan yang sama”.

3) Menghalangi Pelaku Usaha Lain

Praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dimana pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya, yang dapat menghalangi pelaku usaha lain untuk melakukan usaha yang sama, baik untuk tujuan pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri.

4) Marger yang Merugikan Pihak Lain

Larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk melakukan kerjasama dengan membentuk gabungan perusahaan atau perseroan lebih besar dengan tetap menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidup masing-masing perusahaan atau perseroan anggotanya, yang bertujuan untuk mengontrol produksi

dan/atau pemasaran atas barang dan jasa, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.⁷⁹

d. Penyalahgunaan Posisi Dominan

Penyalahgunaan posisi dominan dalam pasar telekomunikasi, menurut hukum persaingan usaha di Indonesia, merujuk pada situasi di mana perusahaan dengan kekuatan pasar yang signifikan memanfaatkan posisinya untuk melakukan praktik yang merugikan pesaing atau menghalangi persaingan. Berdasarkan Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, suatu posisi dominan dapat dianggap ada ketika satu pelaku usaha atau sekelompok pelaku usaha memiliki pengaruh yang besar terhadap pasar, misalnya dengan menguasai lebih dari 50% pangsa pasar.

Penyalahgunaan posisi dominan ini dapat mencakup berbagai tindakan, seperti penetapan harga yang tidak wajar, diskriminasi dalam pelayanan, atau pembatasan akses bagi pesaing. Dalam konteks telekomunikasi, perusahaan yang memiliki akses dan kontrol lebih terhadap infrastruktur kunci dapat menggunakan posisi tersebut untuk menghambat masuknya pesaing baru maupun menghalangi pesaing yang sudah ada.

Dalam teori di atas penemuan peneliti, dalam pengelolaan dan penyebaran toko kelontong di Madura, terdapat aturan yang cukup ketat mengenai jarak antar toko. Aturan tersebut menyebutkan bahwa setiap toko kelontong harus memiliki jarak minimal 500 meter antara satu toko dengan toko lainnya. Tujuan dari aturan ini adalah untuk menjaga agar tidak terjadi persaingan yang terlalu ketat antara toko-toko yang berdekatan, sehingga masing-masing toko memiliki pasar yang

⁷⁹ Erie Hariyanto, *Hukum Dagang dan Perusahaan di Indonesia*, (Pamekasan: Pena Salsaila, 2013), 113-116.

cukup untuk berkembang tanpa harus bersaing secara langsung dengan toko lainnya dalam radius yang sangat dekat. Dengan adanya pembatasan jarak tersebut, diharapkan dapat tercipta keseimbangan dalam distribusi usaha kelontong di daerah tersebut, sehingga semua toko kelontong dapat memiliki peluang yang adil untuk meraih keuntungan.