

## **BAB IV**

### **PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Paparan Data**

##### **1. Profil Desa Kolpajung**

Sejarah terbentuknya desa kolpajung kecamatan pamekasan kabupaten pamekasan yaitu dimulai pada jaman penjelajahan belanda. “Konon waktu zaman penjajahan Belanda, ada seorang tamu dari Negara Belanda yang berkunjung ke Pamekasan. Tamu dari Belanda tersebut ingin berkeliling di Pamekasan dengan jalan kaki. Pada saat tamu dari Belanda tersebut berjalan kaki ke sebuah Desa kecil yang dikelilingi pemakaman, tiba-tiba turun hujan yang sangat deras. Pada saat itu pula ada payung terbang secara ajaib entah dari mana asalnya payung itu, payung tersebut menutupi para tamu dari Belanda. Payung terbang mengikuti para tamu yang sedang berjalan kaki, sehingga para tamu tidak keujanan. Sungguh sangat ajaib payung itu. Konon payung itu berwarna putih dan cukup lebar. Terbang diatas seiring berjalan dengan para tamu. Para tamupun terkejut melihat payung-payung yang berterbangan itu dan bertanya-tanya dari mana asal payung itu. Ternyata payung itu adalah utusan dari Raden Ronggosukowati. Karna beliau pada saat jadi Raja sekaligus Bupati pertama di Pamekasan, beliau adalah orang yang sangat sakti. Orang-orang terdahulu sebelum Bapak, ada yang mengatakan bahwa R.Ronggosukowati bisa terbang seperti burung. Beliau memang orang yang sangat sakti pada saat itu. Akhirnya para tamu dari Belanda itu bertanya pada salah satu Ajudan yang menemaninya berjalan kaki. “Benda apa itu yang terbang?”. Ajudan tersebut menjawabnya, “benda itu adalah payung”. Tetapi oleh

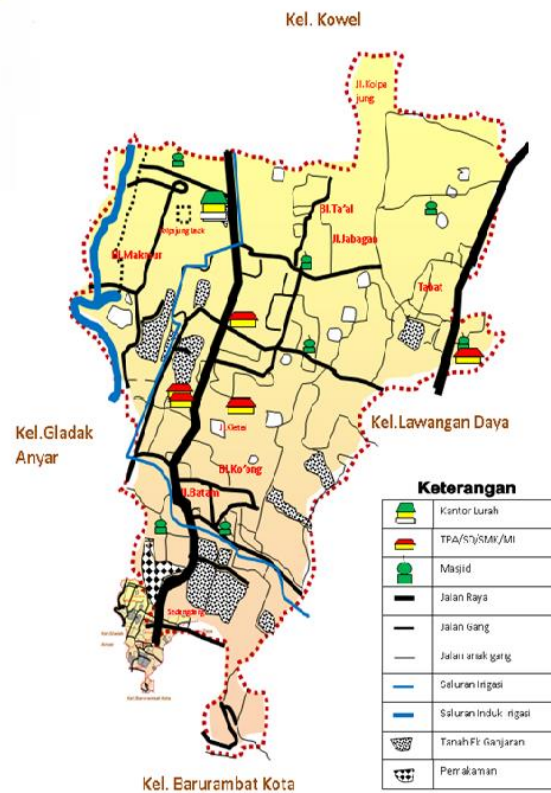
warga setempat yang menyaksikan pada saat itu pula, juga berkata, "Ajiyèh pajung sè bisah ngabbhèr", warga setempat berkata dengan Bahasa Madura. Dalam bahasa Indonesia artinya, "itu payung yang bisa terbang". Kejadian itulah warga setempat waktu itu meyebutnya dengan Desa "Kolpajung". Nama Desa Kolpajung itu di angkat dari Bahasa Madura. "Kol" di Madura dikenal dengan angkutan umum atau ojek. Sedangkan "Pajung" dalam Bahasa Indonesia adalah payung, jadi Kolpajung adalah ojek payung/angkutan Payung. Seperti itu asal muasal dari nama Desa ini". Seperti itulah ungkapan cerita dari Bapak Mawi.<sup>1</sup> Luas Desa Kolpajung adalah 120 km<sup>2</sup>. Terdapat batas administratif yang dimiliki oleh Desa Kolpajung, yakni:

Batas Utara : Kowel  
Batas Timur : Lawangan Daya  
Batas Selatan : Barurambat  
Batas Barat : Gladak Anyar

---

<sup>1</sup> Mawi B.A, Juru Kunci Sejarah R.Ronggosukowati Kolpajung Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan, (Wawancara Langsung Di Kediaman Pada Tanggal 12 Maret 2020).

Peta Desa Kolpajung adalah sebagai berikut:



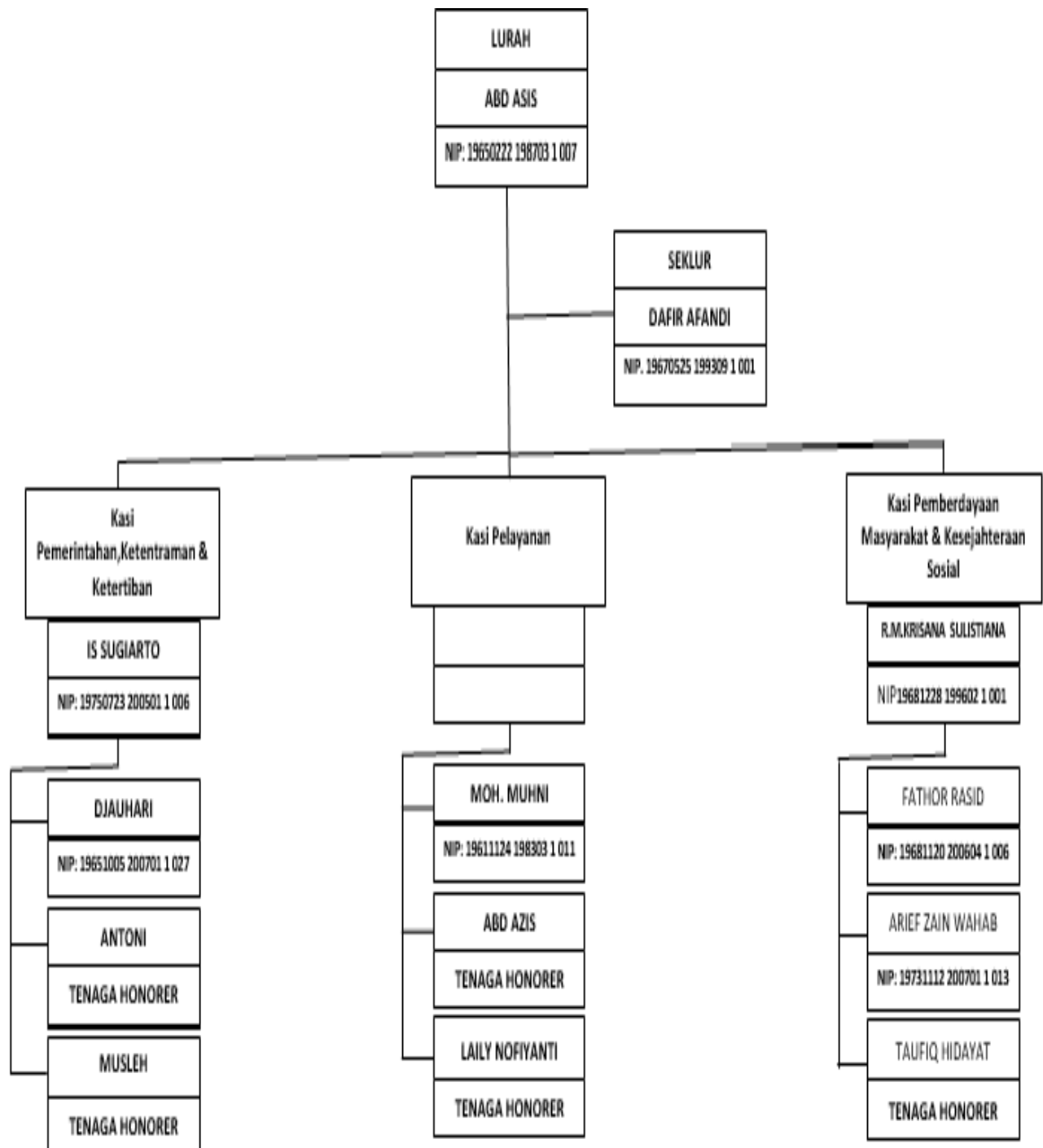
#### a. Visi dan Misi

Visi : Terwujudnya pelayanan prima kepada masyarakat kelurahan kolpajung dalam rangka menopang tercapainya pamekasan hebat.

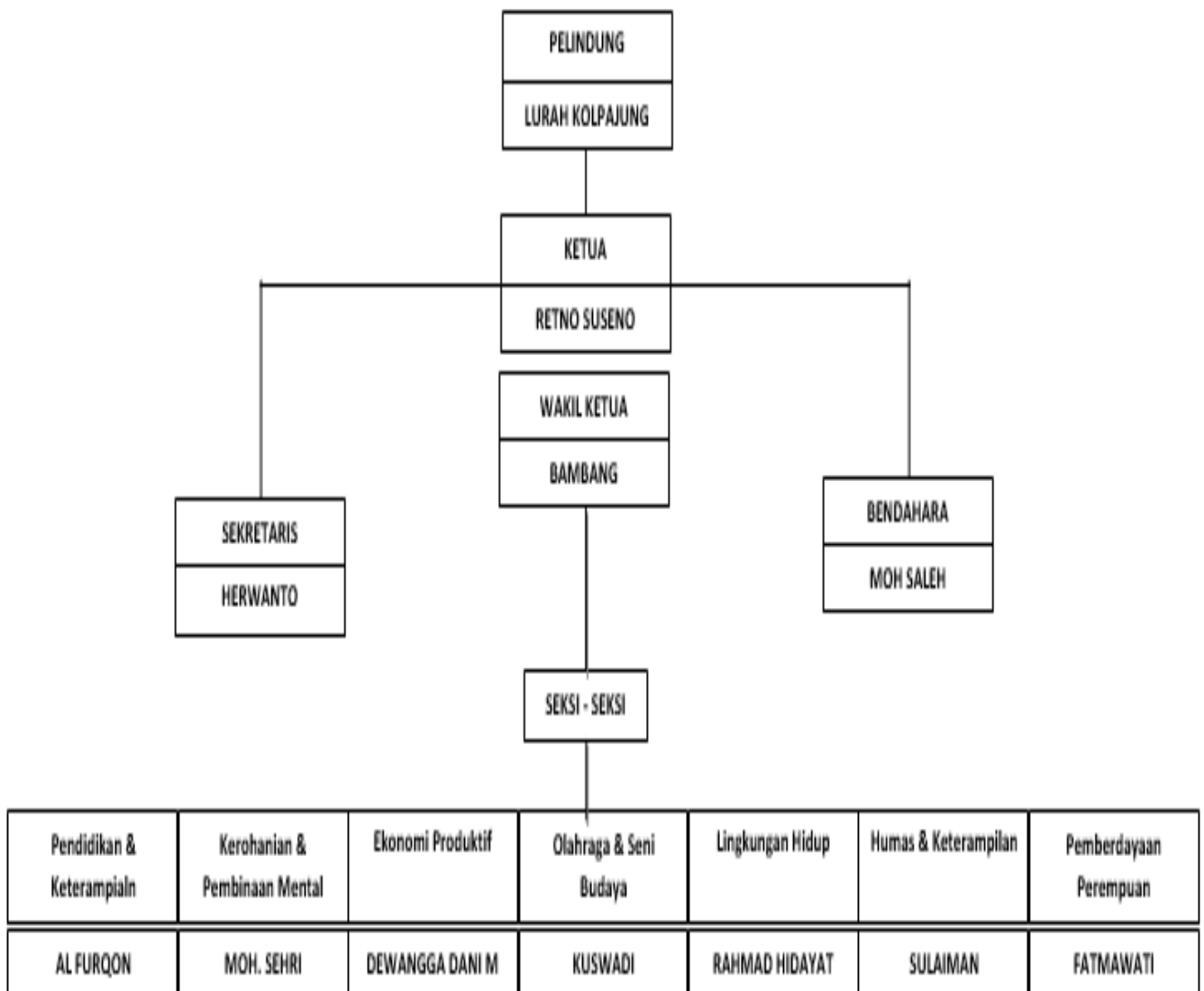
Misi :

- 1) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia aparatur kelurahan kolpajung.
- 2) Membangun etos kerja aparatur kelurahan kolpajung.
- 3) Kerja keras, kerja cerdas, kerja tuntas, kerja ikhlas.
- 4) Menjalin hubungan silaturahmi dengan lembaga-lembaga yang tergabung dalam mitra kerja (Pkk, Karang Taruna, Rt-Rw, Lpm).

## Struktur Organisasi Kelurahan Kolpajung



## Struktur Tarang Taruna



## 1) Demografi

Berdasarkan data administrasi pemerintah desa Kolpajung Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan. Jumlah penduduk desa kolpajung terdiri dari 1809 kk dengan jumlah total 5521 jiwa dengan rincian 2659 laki-laki dan 2747 perempuan sebagaimana tertera dalam tabel.

**Tabel 4.1****Jumlah Penduduk di Desa Kopajung Secara Umum**

Jumlah KK	Jenis Kelamin		Jumlah Penduduk Total
	Laki-laki	Perempuan	
1809 KK			5521 jiwa
	2659	2747	

**Tabel 4.2****Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia**

No.	Usia	Jumlah
1	00-03 tahun	215 jiwa
2	04-06 tahun	249 jiwa
3	07-12 tahun	296 jiwa
4	13-15 tahun	315 jiwa

5	16-18 tahun	682 jiwa
6	19- keatas	3764 jiwa
Jumlah total		5521 jiwa

## 2) Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu hal yang paling dalam meningkatkan SDM (Sumber Daya Manusia) yang dapat berpengaruh dalam jangka panjang pada peningkatan perekonomian di Indonesia dengan tingkat yang tinggi maka akan mendorong keterampilan kewirausahaan dan lapangan kerja baru , sehingga akan membantu program pemerintah dalam mengentaskan pengangguran dan kemiskinan. Presentase tingkat pendidikan desa kolpajung kecamatan pamekasan kabupaten pamekasan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.3**

### **Tamatan Sekolah Masyarakat**

No	Keterangan	Jumlah
1	Taman Kanak-Kanak	249 jiwa
2	Sekolah Dasar/MI	296 jiwa
3	SLTP/MTS	315 jiwa
4	SLTA/MA	682 jiwa
5	AKADEMI/D1-D3	115 jiwa
6	SARJANA(S1-S3)	75 jiwa
Total		1732 jiwa

**Tabel 4.4****Lulusan Pendidikan Khusus**

No	Keterangan	Jumlah
1	Pondok Pesantren	49 jiwa
2	Madrasah	106 jiwa
3	Pendidikan Keagamaan	282 jiwa
4	Sekolah Luar Biasa	2 jiwa
5	Kursus/Keterampilan	56 jiwa
Total		495 jiwa

## 3) Ekonomi

Tingkat pendapatan rata-rata Desa Kolpajung Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan Rp. 500.000 perbulan. Secara umum mata pencaharian penduduk Desa Kolpajung Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan dapat teridentifikasi kedalam beberapa sektor yaitu, pertanian, pedagang/ jasa, industri dan lain-lain. Berdasarkan data yang ada, penduduk yang bekerja disektor pertanian berjumlah 145 jiwa, sektor jasa sebanyak 25 jiwa, dan sektor pemerintahan sebanyak 875 jiwa. Dengan demikian jumlah penduduk yang mempunyai mata pencaharian berjumlah 2277 jiwa. Berikut ini merupakan tabel jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian:



**Tabel 4.5****Mata Pencaharian Penduduk Desa Kolpajung**

No	Keterangan	Jumlah
1	PNS (pegawai negeri sipil)	875 jiwa
2	Tni/polri	118 jiwa
3	Swasta	298 jiwa
4	Wiraswasta	607 jiwa
5	Tani	145 jiwa
6	Pertukangan	100 jiwa
7	Pensiunan	129 jiwa
8	Jasa	25 jiwa
Total		2277 jiwa

**2. Persaingan Pedagang Tempe Di Kawasan Desa Kolpajung**

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan, peneliti akan memaparkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan pada pedagang tempe di kawasan desa Kolpajung, dalam penelitian ini harus melakukan wawancara langsung kepada pedagang tempe untuk dapat memperoleh data yang telah peneliti berikan dalam fokus penelitian ini.

Terdapat pedagang tempe yang saling bersaing satu sama lain guna untuk mendapatkan keunggulan dalam penjualan tempe diantara sesama pedagang

tempe. Hal ini mereka lakukan untuk mendapatkan keuntungan yang banyak dalam setiap penjualannya. Oleh karena itu para pedagang tempe di kawasan desa Kolpajung berlomba-lomba supaya usaha jualnya lebih unggul dibandingkan dengan yang lain. Kualitas dan ke higienisan serta kehalalannya yang sangat diperlukan dalam upaya meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan minat pembeli tempe supaya dapat membeli kembali setiap harinya.

Terdapat beberapa pedagang tempe di kawasan desa Kolpajung yang saling bersaing satu dengan yang lain untuk mendapatkan keunggulan dari pesaing lainnya. Hal ini mereka lakukan untuk mendapatkan profit serta larisnya tempe yang mereka jual. Kreatifitas dan harga dalam persaingan usaha tempe sangat diperlukan dalam upaya meningkatkan volume penjualan, meningkatkan minat masyarakat dan konsumen tempe, serta meluaskan volume penjualan usaha tempe kedepannya. Seperti yang telah dipaparkan oleh Rahmat seorang pedagang tempe berikut ini.

“Banyak beragam bentuk dan harga yang berbeda dari mulai harga Rp.2.500- 10.000 paling mahal, supaya dapat memenuhi permintaan pembeli dan lebih mudah dal menjualnya. Disini saya memiliki pengemasan dalam bentuk daun pisang dan plastik cap. Dengan bentuk memanjang, persegi dan sedang dengan harga terjangkau dan kualitas tetap dipertahankan.”<sup>2</sup>

Senada dengan yang disampaikan oleh Andi sebagai berikut, “Biasanya saya menjual dengan harga paling rendah Rp.2.500 dan dalam kemesan plastik cap saja tanpa menjual tempe yang memakai daun pisang sehingga ada perbedaan dari tempat lain.”<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Bapak Rahmat *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (12 Maret 2020, Jam 13.30 Di Kolpajung)

<sup>3</sup> Bapak Andi *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (12 Maret 2020, Jam 15.45 Di Kolpajung)

Senada dengan yang disampaikan oleh Arjun sebagai berikut, “Saya menjual tempe dari harga Rp.2.500-3.000 saja. Dan yang harga Rp.3.000 dalam kemasan daun pisang. Sesuai permintaan konsumen.”<sup>4</sup>

Hasil yang disampaikan oleh Imam sebagai berikut, “Soal harga dek, saya jual rata dengan harga mulai dari Rp.2.500-3.000. saya menjual dengan kemasan daun pisang dan plastik.”<sup>5</sup>

Pernyataan senada juga disampaikan oleh Eko sebagai berikut:

“Ya persaingannya bermacam-macam, namun saya pribadi menjual dengan harga tempe mulai dari harga Rp.1.000-2.500. dengan pengemasan plastik. Saya tetap mempertahankan harga jual tempe Rp.1.000 karena konsumen sudah dari dulu sampai sekarang tetap konsisten membelinya dengan harga 1.000. Untuk itu saya tidak bisa menaikkan harga karena saya memenuhi permintaan konsumen supaya tetap terjaga. Dan yang paling diminati seharga 1.000. kadang saya menjual tempe yang tidak terjual di konsumsi kembali namun saya hanya merubah kemasannya dan di olah kembali.”<sup>6</sup>

Hal lain juga disampaikan oleh Sarkawi sebagaimana petikan wawancara sebagai berikut, “ya bener mbak tempe yang tidak terjual kami olah kembali dengan kemasan yang baru lalu kami jual kembali dengan harga yang lebih murah.”<sup>7</sup>

Hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa variasi, harga dan bentuk dalam tempe di kawasan desa Kopajung berbeda, dari mulai kemasan tempe yang plastik cap dan daun pisang, bentuk panjang, lebar serta ukuran sedang, dari segi harga berbeda sekisar dari Rp.1.000-10.000.

---

<sup>4</sup> Bapak Arjun *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (13 Maret 2020, Jam 15.00 Di Kolpajung)

<sup>5</sup> Bapak Imam *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (14 Maret 2020, Jam 10.00 Di Kolpajung)

<sup>6</sup> Bapak Eko *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (14, Maret, 2020, Jam 12.00 Di Kolpajung)

<sup>7</sup> Bapak Sarkawi, *karyawan Tempe* Wawancara Langsung (14, Maret, 2020, Jam 12.00 Di Kolpajung).

tergantung minat konsumen membelinya, tidak lain hanya untuk bersaing agar unggul dari pedagang lainnya.

Menciptakan pasar merupakan upaya dalam persaingan suatu pasar dengan usahanya yang baik dan efektif sebagaimana yang disampaikan Bapak Rahmat seorang pedagang tempe sebagai berikut, “Untuk menciptakan pasar konsumen datang sendiri ke tempat untuk membeli tempe untuk dijual kembali dan di konsumsi sendiri, ada yang memesan terlebih dahulu untuk pemesanan banyak. Di samping itu saya menjual ke Kolpajung.”<sup>8</sup>

Senada dengan yang disampaikan oleh Andi sebagai berikut, “Mengetahui cara untuk menciptakan pasar untuk usaha tempe saya menjual ke pasar dua-tiap pasar dan menyisihkan untuk dijual di rumah, supaya konsumen lebih mudah membeli.”<sup>9</sup>

Hasil yang disampaikan oleh Arjun sebagai berikut, “Untuk menciptakan pasar saya menjualnya ke pasar Kolpajung dan pasar 17 Agustus saya turun langsung ke pasar tanpa karyawan.”<sup>10</sup>

Hal lain juga yang disampaikan oleh Imam sebagai berikut, “dalam menciptakan pasar saya sebagai pedagang tidak mencari pasar akan tetapi konsumen datang langsung ke tempat saya meskipun saingan di samping begitu banyak.”<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup> Bapak Rahmat *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (12 Maret 2020, Jam 13.30 Di Kolpajung)

<sup>9</sup> Bapak Andi *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (12 Maret 2020, Jam 15.45 Di Kolpajung)

<sup>10</sup> Bapak Arjun *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (13 Maret 2020, Jam 15.00 Di Kolpajung)

<sup>11</sup> Bapak Imam *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (14 Maret 2020 Jam 10.00 di Kolpajung)

Senada dengan yang disampaikan oleh Eko sebagai berikut, “mengenai menciptakan pasar hampir sama dengan penjual lainnya yaitu konsumen datang sendiri langsung membeli satu tempe yang saya buat.”<sup>12</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa cara untuk menciptakan pasar dalam usaha tempe di kawasan desa Kolpajung berbeda-beda, karena tempe yang ada di kawasan desa Kolpajung ada yang memasarkan di tempat tinggalnya saja yang hanya lewat dari konsumen atau masyarakat langsung datang ke tempat pedagang tempennya.

Persaingan tempe tidak hanya di sampaikan oleh pedagang itu sendiri melainkan hal tersebut juga di sampaikan oleh pembeli/konsumen sebagaimana petikan wawancara, “Begini nak kalau di desa kolpajung itu banyak penjual tempe, bahkan ada yang dalam satu RT pedagang tempennya sampai 2-3 orang. Persaingan yang dilakukan oleh pedagang tempe tersebut bervariasi ada yang fokus terhadap kemasan produknya dan ada juga yang lebih fokus terhadap tempat serta harga dari tempe tersebut.”<sup>13</sup>

Senada dengan yang disampaikan oleh Sahriyeh sebagaimana petikan wawancara sebagai berikut, “ya ada yang menjual dengan kemasan yang berbeda, ada juga yang menjual dengan harga yang murah.”<sup>14</sup>

Hal lain juga yang di sampaikan oleh Tutik sebagaimana petikan wawancara sebagai berikut, “ ya banyak mbak ada yang bersaing di tempatnya masing-masing, bersaing di pasar kolpajung, dan ada juga yang bersaing dengan menjual dengan kemasan yang berbeda.”<sup>15</sup>

---

<sup>12</sup> Bapak Eko *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (14 Maret 2020, Jam 12.00 di Kolpajung)

<sup>13</sup> Ibu Rusyati *Konsumen*, Wawancara langsung (15 Maret 2020 Jam 13.00 di Kolpajung)

<sup>14</sup> Ibu Sahriyeh *Konsumen*, Wawancara langsung (15 Maret 2020 Jam 14.00 di Kolpajung)

<sup>15</sup> Ibu Tutik *konsumen*, Wawancara Langsung (15 Maret 2020 Jam 15:00 di Kolpajung)

Kreatifitas produksi serta pemasaran harus selalu dilakukan oleh para pedagang tempe supaya usaha pedagang tempe ini berkembang dengan baik dan diminati oleh banyak masyarakat. Karena melihat adanya persaingan yang terjadi antara sesama pedagang tempe dalam memenangkan/unggul dalam pasar yang semakin ketat. Sebagaimana dijelaskan oleh Bapak Rahmat seorang pedagang tempe sebagai berikut. “Agar tempe saya nantinya unggul di pasaran maka yang saya pertimbangkan pertama-tama adalah mengenai kreatifitas produknya, mulai proses pembuatan, serta proses penjualannya dan pengemasan.”

Selaras dengan yang disampaikan oleh Andi sebagai berikut, “Untuk mendapatkan yang unggul maka saya harus melihat kreatifitas tempe yang saya jalankan selama ini mulai dari proses penjualan.”<sup>16</sup>

Hal lain juga yang disampaikan oleh Arjun sebagai berikut, “Kreatifitas dalam sebuah usaha sangat di butuhkan, karena jika kita sudah kreatif dalam usaha kita maka kita akan lebih mudah dalam mengembangkan dan memajukan usaha yang saya jalankan.”<sup>17</sup>

Senada dengan yang disampaikan oleh Imam sebagai berikut:

“Dalam melakukan kreatifitas usaha yang saya jalankan yaitu tempe yang ada di kolpajung maka saya harus mempunyai kreatifitas meskipun begitu banyak dari usaha yang lain yang saling bersaing untuk mendapatkan yang lebih unggul, saya harus mempunyai kreatifitas yaitu dengan mencari tempat penjualan yang nyaman bagi para konsumen yang ingin membeli ke tempat saya dan memenuhi kebutuhan konsumen serta soal kelezatan tempe.”<sup>18</sup>

Hasil yang disampaikan oleh Eko sebagai berikut, “Kreatifitas sangat perlu dilakukan apalagi bersaing dengan sesama penjual tempe, saya harus mempunyai

---

<sup>16</sup>Bapak Rahmat *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (12 Maret 2020, Jam 13.30 Di Kolpajung)

<sup>17</sup>Bapak Arjun *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (13 Maret 2020, Jam 15.00 Di Kolpajung)

<sup>18</sup>Bapak Imam *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (14 Maret 2020, Jam 10.00 Di Kolpajung).

kreatifitas agar tetap unggul dengan para penjual lainnya. Yaitu dengan memberi kepuasan dan kenyamanan seperti tempat dan kemasan tempe terhadap konsumen.”<sup>19</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dalam suatu usaha supaya suatu usahanya dapat bersaing dengan baik/secara sehat perlu dilakukan yang namanya kreatifitas produksi dari mulai proses pembuatan,pemasaran pengemasan dan kualitas serta pelayanan yang diberikan oleh pedagang kepada konsumennya. Pedagang harus senantiasa memiliki pemikiran yang kreatif dan berpikiran baik guna untuk menjadikan usaha yang dijalani semakin berkembang untuk masa panjang. Dengan langkah seperti itu pedagang dapat mempertahankan usaha tempennya untuk terus berkembang. Jika suatu kreatifitas sudah dimiliki maka untuk bersaing dengan pedagang yang lainya lebu mudah. Salah satu yang dilakukan oleh pengusaha adalah dengan melakukan inovasi terhadap usaha tempe yang berada di kawasan desa Kolpajung.

Kualitas pelayanan merupakan hal penting bagi setiap pedagang tempe untuk meningkatkan daya tarik konsumen, apapun bentuk produk yang dihasilkan. Kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan pedagang dalam memnuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik didalam usaha akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk yang diterimanya, secara tidak langsung konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa puas dengan layanan yang diberikan, mereka akan membeli ulang serta memberi

---

<sup>19</sup> Bapak Eko *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (14 Maret 2020, Jam 12.00 Di Kolpajung)

rekomendasi kepada oranglain/masyarakat sekitar untuk membeli di tempat yang sama. Konsumen dapat menjadi saluran pemasaran bagi suatu usaha.

Oleh karena itu pedagang harus memulai memikirkan pentingnya kualitas pelayanan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam dunia bisnis dan memenangkan persaingan dengan cara yang unggul dengan pesaing lainnya. Sebagaimana dijelaskan oleh Bapak Rahmat seorang pedagang tempe sebagai berikut, “Untuk melayani seorang konsumen itu sudah pasti dan sudah kewajiban saya sebagai pedagang karena dengan pelayanan yang saya lakukan di tempat uaha saya para konsumen akan merasa puas.”<sup>20</sup>

Senada dengan yang disampaikan oleh Andi sebagai berikut, “ya kalau masalah pelayanan itu sudah sudah kewajiban saya sebagai pedagang termasuk dala melayani konsumen.”<sup>21</sup>

Senada dengan yang disampaikan oleh Bapak Arjun sebagai berikut, “Bagi saya tentang pelayanan terhadap kosumen itu dilakukan bagi para konsumen yang ingin membeli dan tidak memandang siapa saja karena dengan pelayanan yang baik konsumen akan lebih tertarik.”<sup>22</sup>

Hal lain juga yang disampaikan oleh Imam sebagai berikut, “Pelayanan yang saya lakukan hanya dengan memberi keramahan atau kepuasan ketika ada konsumen yang ingin membeli dari segi bicara yang sopan dengan para konsumen,”<sup>23</sup>

---

<sup>20</sup> Bapak Rahmat *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (12 Maret 2020, Jam 13.30 Di Kolpajung)

<sup>21</sup> Bapak Andi *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (12 Maret 2020, Jam 15.45 Di Kolpajung)

<sup>22</sup> Bapak Arjun *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (13 Maret 2020, Jam 15.00 Di Kolpajung)

<sup>23</sup> Bapak Imam *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (14 Maret 2020, Jam 10.00 Di Kolpajung).



Senada dengan yang disampaikan oleh Eko sebagai berikut, “Proses pelayanan dalam penjualan dan menyenangkan yaitu sikap hormat kepada pembeli dan itulah yang kami terapkan selama saya menjual tempe dan saya mengenal konsumen selalu bijaksana dalam melayani para pembeli agar para konsumen selalu setia.”<sup>24</sup>

Selain pernyataan yang di sampaikan oleh beberapa pedagang tempe, para konsumen juga berpendapat seperti yang disampaikan oleh ibu Hartik, sebagaimana petikan wawancara sebagai berikut, “ya kalau menurut saya mbak bermacam-macam, ada yang dari kemasan dan harga yang standart sehingga orang banyak tertarik namun ada juga orang melihat dari pelayanan karyawannya yang baik dan ramah terhadap pembeli sehingga konsumen merasa nyaman.”<sup>25</sup>

Dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan mengenai pelayanan terhadap konsumen sangatlah penting bagi setiap pedagang untuk memberikan pelayanan yang sepuasnya terhadap konsumen, terutama dalam transaksi jual beli yang dilakukan antara penjual dan pembeli.

Tingkat keamanan dalam usaha tempe sangat diperlukan untuk meningkatkan daya beli konsumen bahwa tingkat keamanannya sangat terjaga sehingga tidak merugikan para konsumen. Sebagaimana dijelaskan oleh Rahmat seorang pedagang tempe sebagai berikut, “Dalam tingkat keamanan usaha tempe yaitu tidak memakai bahan pengawet jika menggunakan bahan pengawet tempe mudah rusak dan tidak lezat pada tempe yang akan di konsumsi.”<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup> Bapak Eko *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (14 Maret 2020, Jam 12.00 Di Kolpajung)

<sup>25</sup> Ibu Hartik *Konsumen*, Wawancara Langsung (16 Maret 2020, Jam 08.00 di Kolpajung)

<sup>26</sup> Bapak Rahmat *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (12 Maret 2020, Jam 13.30 Di Kolpajung)

Senada dengan yang disampaikan oleh Andi sebagai berikut, “Mengenai tingkat keamanan yang saya buat tidak mengandung bahan-bahan yang bisa membahayakan.”<sup>27</sup>

Hasil yang disampaikan oleh Arjun sebagai berikut, “Untuk tingkat keamanan usaha tempe yang saya lakukan dari bahan yang tidak membahayakan.”<sup>28</sup>

Selaras dengan yang disampaikan oleh Imam sebagai berikut, “Tingkat keamanan sangat di perlukan dalam usaha tempe karena sangat berpengaruh kepada para konsumen jika ada bahan atau rasa yang berbeda makan konsumen akan berpindah ke tempat yang lain.”<sup>29</sup>

Hasil yang disampaikan oleh Eko sebagai berikut, “Tingkat keamanan usaha tempe yang saya buat terjamin halal karena tidak mengandung bahan kimia atau bahan pengawet lainnya.”<sup>30</sup>

Sama dengan yang di sampaikan oleh Hartik, sebagaimana petikan wawancara sebagai berikut, “ya begini juga mbak tempe yang di jual itu kualitasnya baik bertahan lama tidak cepat basi.”<sup>31</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat keamanan usaha tempe sangatlah aman dan layak dikonsumsi tanpa ada campuran bahan kimia di dalam pembuatannya untuk menjaga konsumen tetap tertarik dan konsisten. Selain tingkat keamanan usaha tempe di kawasan desa Kolpajung, peneliti ingin mengetahui bagaimana kendala yang dihadapi pedagang tempe baik

---

<sup>27</sup>Bapak Andi *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (12 Maret 2020, Jam 15.45 Di Kolpajung)

<sup>28</sup>Bapak Arjun *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (13 Maret 2020, Jam 15.00 Di Kolpajung)

<sup>29</sup>Bapak Imam *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (14 Maret 2020, Jam 10.00 Di Kolpajung)

<sup>30</sup>Bapak Eko *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (14 Maret 2020, Jam 12.00 Di Kolpajung)

<sup>31</sup>Ibu Hartik *Konsumen*, Wawancara Langsung (16 Maret 2020, Jam 08.00 di Kolpajung)

dari segi produksi, penjualan. Sebagaimana dijelaskan oleh Rahmat seorang pedagang tempe sebagai berikut:

Senada dengan yang disampaikan oleh Andi sebagai berikut, “Mengenai kendala yang saya hadapi dari segi produksi tidak ada hanya saja dari penjualannya dimana konsumen lebih sedikit ketika musim hujan dan musim ikan dan produksinya yang saya buat lebih sedikit dari sebelumnya.”<sup>32</sup>

Hasil yang disampaikan oleh Arjun sebagai berikut, “Alhamdulillah kendala sampai saat ini tidak ada, hampir sama dengan pedagang lainnya jika musim hujan dan musim ikan konsumen lebih sedikit jadi dalam produksi saya sedikit dan penjualan menurun.”<sup>33</sup>

Senada dengan yang disampaikan oleh Imam sebagai berikut, “Untuk saat ini kendala berada di bahan baku produksi kedelai dimana mengalami peningkatan harga dan mulai sepi pada saat musim hujan dan musim ikan. Dan keuntungan sedikit untuk balik modal saja tidak cukup.”<sup>34</sup>

Hal lain juga yang disampaikan oleh Eko sebagai berikut, “Kendala yang saya alami untuk saat ini adalah naiknya harga bahan baku sehingga penjualan semakin menurun dan permintaan sedikit.”<sup>35</sup>

Senada yang disampaikan oleh Hartik sebagaimana petikan wawancara sebagai berikut, “ Ya kendala bagi pedagang tempe pastinya ada mbak bahkan saya kalau musim hujan itu tidak membeli tempe karena musim hujan anak-anak

---

<sup>32</sup>Bapak Andi *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (12 Maret 2020, Jam 15.45 Di Kolpajung)

<sup>33</sup>Bapak Arjun *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (13 Maret 2020, Jam 15.00 Di Kolpajung)

<sup>34</sup>Bapak Imam *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (14 Maret 2020, Jam 10.00 Di Kolpajung).

<sup>35</sup>Bapak Eko *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (14 Maret 2020, Jam 12.00 Di Kolpajung)

lebih suka makan mie goreng jadi saya tidak membeli, kecuali kalau sudah bosan makan mie mbak.”<sup>36</sup>

Dari wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa kendala yang dihadapi setiap pedagang berbeda. Mulai dari kendala situasi dan kondisi, cuaca sangat menentukan penjualan mereka sehingga produksi yang mereka hasilkan lebih sedikit dari sebelumnya. Kendala yang lain bagi mereka yaitu bahan baku yang menunjak relatif mahal sehingga dalam memproduksi tidak banyak sedangkan permintaan menurun. Selain kendala yang dihadapi pedagang tempe, peneliti ingin mengetahui sejak kapan pedagang tempe merintis usahanya dan bagaimana pangsa pasar selama ini. Sebagaimana dijelaskan oleh Rahmat seorang pedagang tempe sebagai berikut:

“Saya merintis usaha ini sudah lama dari turun temurun dari keluarga saya, kemudian saya mencoba usaha sendiri dan Alhamdulillah berjalan dengan baik. Perkembangan pangsa pasar usaha tempe yang saya jalankan dari tahun ke tahun sangat jelas terlihat dibandingkan pangsa pasar yang dulunya yang tidak berani saya mengambil karyawan di karenakan modalnya kurang dan pas-pasan, dan alhamdulillah sekarang saya sudah mempunyai karyawan yang membantu saya dalam proses pembuatan tempe.”<sup>37</sup>

Senada dengan yang disampaikan oleh Andi sebagai berikut.

“Alhamdulillah berkembang meskipun produksi yang saya buat tidak terlalu banyak dan konsumen masih membeli tempe yang saya hasilkan.”<sup>38</sup>

Hasil yang disampaikan oleh Arjun sebagai berikut, “Bisnis usaha tempe yang saya jalani pada saat itu masih mulai dari nol dan masih mencari pelanggan untuk membeli tempe yang saya hasilkan oleh sebab itu penghasilan yang saya

---

<sup>36</sup>Ibu Hartik *Konsumen*, Wawancara Langsung (16 Maret 2020, Jam 08.00 di Kolpajung)

<sup>37</sup>Bapak Rahmat *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (12 Maret 2020, Jam 13.30 Di Kolpajung)

<sup>38</sup>Bapak Andi *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (12 Maret 2020, Jam 15.45 Di Kolpajung)

dapatkan masih kecil Alhamdulillah sampai saat ini masih bisa menjalankan usaha tempe yang tiap tahun semakin banyak mendapatkan pelanggan.”<sup>39</sup>

Senada dengan yang disampaikan oleh Bapak Imam sebagai berikut, “Alhamdulillah lambat laun usaha saya bisa berjalan dengan lancar dan bertambah meskipun banyak saingan yang melakukan penjualan tempe dan itu tergantung pada pembelian konsumen yang selalu ramai.”<sup>40</sup>

Hal lain juga yang disampaikan oleh Eko sebagai berikut, “Kalau ditanyakan mengenai pangsa pasar usaha yang saya lakukan, Alhamdulillah berkembang untuk saat ini. Tergantung dari banyaknya konsumen yang datang membeli. Paling rame pada saat lepas lebaran nah dari keluarga/kerabat berbondong-bondong memesan untuk dikasih kepada keluarganya dari kampung.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan mengenai awal merintis sampai pangsa pasar usaha yang dijalankan selama ini di kawasan desa Kolpajung Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan. Sudah turun-temurun dari keluarganya dan bertahan sampai sekarang. Awal mulai merintis jatuh bangun sehingga saat ini bisa berkembang, karena para pedagang tempe mayoritas menjawab bahwa usaha yang dijalani dari tahun ke tahun mengalami perkembangan. Keuntungan dari hasil usaha tempe di setiap pedagang berbeda-beda. Produksi tempe tiap harinya berbeda-beda sekisar 50kg-250kg. Jadi keuntungan tiap harinya berada pada banyaknya permintaan konsumen. Semakin banyak memproduksi maka keuntungan bertambah.

---

<sup>39</sup>Bapak Arjun *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (13 Maret 2020, Jam 15.00 Di Kolpajung)

<sup>40</sup>Bapak Imam *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (14 Maret 2020, Jam 10.00 Di Kolpajung)

### **3. Pedagang tempe dalam menerapkan Etika Bisnis Islam Di Kolpajung**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan. Peneliti akan memaparkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan pada pedagang tempe dalam perspektif etika bisnis Islam di Kolpajung. Etika bisnis Islam sangatlah penting bagi setiap pedagang/perusahaan yang terlibat karena didalam visi-misi pedagang siapa pun yang terlibat dalam mengelola yaitu tidak mewakili kepentingan masyarakat, melainkan kepentingan pribadinya, untuk memperoleh gaji atau pendapatan yang sesuai dengan harapannya dan meawakili kepentingan pedagang untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal dan berkelanjutan. Namun dalam perjalanan pedagang apapun dan berapapun karyawannya ternyata memerlukan etika standar yang menjadi panduan umum bagi setiap karyawan mulai dari tingkat manajer sampai pada tingkat buruh.

Alasannya, dalam bekerja pada satu tim yang berhasil adalah mereka yang memiliki perilaku yang baik. Pemimpin yang adil,jujur,amanah,cerdas,dan bijaksana menjadi keniscayaan sendiri,tidak terkecuali dalam dunia bisnis. Demikian juga karyawan yang jujur,ulet,komitmen,komunikatif mampu bekerja sama dan cekatan. Karena itu semua yang melibatkan diri dalam kerja bisnis memerlukan etika atau sekumpulan nilai-nilai luhur yang sangat signifikan pengaruhnya. Etika bisnis Islam bukan sekedar untuk kepentingan masyarakat akan tetapi berkaitan dengan kepentingan pedagang.

Untuk mempertahankan persaingan pedagang tempe dalam perspektif etika bisnis di Kolpajung sebagaimana dijelaskan oleh Rahmat seorang pedagang tempe sebagai berikut:

“Untuk memperlancar dan mempertahankan penjualan usaha saya sudah lama yaitu dengan menjaga kualitas bahan baku tempe dan bukan

mempercayai hal-hal yang aneh karena saya sudah bertahun-tahun sudah menjalankan usaha tempe di bandingkan dengan yang lainnya. Dan sampai sekarang masih mempertahankan kualitas tempe serta rasa lezatan tempe. Rezeki setiap umatnya Semuanya telah diatur oleh yang Maha Kuasa.”<sup>41</sup>

Senada dengan hasil wawancara bersama Sitti sebagai berikut:

“saya selaku karyawan mbak selalu memberikan pelayanan yang baik serta nyaman sehingga konsumen merasan nyaman dan senang. Tujuan utama dari pabrik kami ini membuat konsumen merasa puas dengan pelayanan yang kami berikan. Sehingga konsumen membeli kembali produk kami yaitu tempe.”<sup>42</sup>

Hasil yang disampaikan oleh Andi sebagai berikut:

“Kalau berbicara mengenai masalah kepercayaan hal yang ghaib atau dukun, saya tidak pernah melakukan dan menggunakan hal yang seperti itu, karena hal tersebut tergantung rezeki kita masing-masing dan Allah telah menyiapkan porsi rezeki kita dengan semestinya. dan saya percaya bahwa rezeki seseorang sudah di atur, jadi kita berusaha saja semampu kita dengan bersaing secara sehat tanpa merugikan pedagang yang lain”<sup>43</sup>

Sebagaimana yang disampaikan oleh Arjun sebagai berikut, “Jika suatu usaha dilakukan dengan itu-itu saja, atau tidak pernah meminta bantuan kepada orang lain, maka hasil pembuatan tempe yang diharapkan kurang optimal, mengenai hal ghaib/dukun, saya tidak menggunakan dukun, karena itu semua tidak berkah bagi usaha saya.”<sup>44</sup>

Senada dengan yang disampaikan oleh Imam sebagai berikut:

“Jika masalah kepercayaan terhadap makhluk lain itu berbeda karena itu bisa membuat usaha tambah sepi dikarenakan tidak ada keberkahan di dalamnya dan juga tidak ada ketenangan dalam hati saya, semua rezeki sudah ada yang ngatur jadi pasrahkan semuanya kepada sang pencipta. Berdagang sudah pasti ada untung ruginya tergantung bagaimana cara kita

---

<sup>41</sup>Bapak Rahmat *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (12 Maret 2020, Jam 13.30 di Kolpajung).

<sup>42</sup>Ibu Sitti *Karyawan pak Rahmat*, Wawancara langsung, (15 Maret 2020, Jam 15.00 di Kolpajung)

<sup>43</sup>Bapak Andi *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (12 Maret 2020, Jam 15.45 Di Kolpajung)

<sup>44</sup>Bapak Arjun *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung.

berdagang untuk itu kita berusaha dan berdo'a semoga dalam penjualan dapat berkah.”<sup>45</sup>

Senada dengan yang disampaikan oleh Eko sebagai berikut, “Saya berada dilingkungan orang muslim termasuk keluarga saya dan juga tidak sama sekali mempercayai hal ghaib untuk mempertahankan atau memperlancar penjualan, jika saya lakukan itu maka usaha saya memang laris tetapi saya tidak mendapat keberkahan. Karena dari penjualan saya yaitu sebagai amal nanti di Akhirat.”<sup>46</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk memperlancar dan mempertahankan penjualan tempe tidak harus dengan menggunakan hal-hal yang ghaib, produksi tempe yang dilakukan oleh pedagang tempe menjaga kualitas tempe supaya tetap terjaga eksistensinya. Setiap berbisnis tidak harus menggunakan hal yang ghaib, karena semua itu tergantung rezeki kita masing-masing, Allah telah mengatur rezeki kita sebaik mungkin jadi percayalah dengan usaha yang di produksinya. Selain itu kita akan mendapatkan keberkahan dalam berdagang, berbisnislah secara sehat meskipun saling bersaing antara satu dengan yang lain.

Selain untuk mempertahankan penjualan, produksi tempe haruslah sesuai dengan syariat Islam yaitu produksinya harus halal di konsumsi karena itu melibatkan orang banyak yang mengonsumsinya. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Rahmat seorang pedagang tempe, “Produksi tempe yang saya lakukan yaitu halal, karena saya memilih kualitas yang baik untuk menjaga minat beli

---

<sup>45</sup>Bapak Imam *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung.

<sup>46</sup>Bapak Eko *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung.



konsumen. Dan juga bisa di konsumsi dengan keluarga saya jadi aman untuk di konsumsi setiap harinya.”<sup>47</sup>

Senada dengan yang di sampaikan oleh Sitty karyawan tempe sebagai berikut, “Iya bener dek, usaha produksi tempe disini aman tanpa ada campur tangan dari bahan pengawet, dimana menggunakan bahan yang sewajarnya dan menjauhi yang diharamkan oleh Islam. untuk itu aman di konsumsi.”<sup>48</sup>

Sebagaimana yang disampaikan oleh Andi sebagai berikut, “Iya jelas halal Nak, saya kan orang Islam. Jadi dalam proses produksi harus sesuai dengan ajaran Islam, jika tidak akan berdampak bagi saya sendiri dan jelas sudah melanggar aturan Islam.”<sup>49</sup>

Hal lain yang disampaikan oleh Arjun sebagai berikut, “Produksi usaha tempe yang saya kerjakan semuanya halal dan baik untuk dikonsumsi sesuai dengan aturan dan norma Islam. Mayoritas masyarakat di sekitar Islam. sehingga kami takut apabila menggunakan barang yang tidak dihalalkan dalam Islam.”<sup>50</sup>

Senada dengan yang disampaikan oleh Imam sebagai berikut, “Baik dari segi bahan-bahan sampai dengan proses pembuatan tempe saya lakukan dengan aturan syariat Islam sehingga konsumen yang mengonsumsi tempe saya tidak merasa khawatir dengan produksi yang saya buat.”<sup>51</sup>

Hasil yang disampaikan oleh Eko sebagai berikut, “Meskipun usaha tempe saya selalu bersaing untuk ,menjadi unggul dengan usaha lainnya, Alhamdulillah

---

<sup>47</sup>Bapak Rahmat *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (12 Maret 2020, Jam 13.30 Di Kolpajung)

<sup>48</sup>Ibu Sitty, Karyawan Pedagang Tempe, Wawancara Langsung (12 Maret 2020, Jam 13.20 Di Kolpajung)

<sup>49</sup>Bapak Andi *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (12 Maret 2020, Jam 15.45 Di Kolpajung)

<sup>50</sup>Ibid Bapak Arjun *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung.

<sup>51</sup>Bapak Imam *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung.

bahan baku yang saya lakukan tidak mengandung dari bahan yang diharamkan oleh syariat jadi aman untuk di konsumsi dan halal.”<sup>52</sup>

Dari hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa produksi pedagang tempe di Kolpajung tidak menggunakan bahan baku yang diharamkan oleh syariat Islam, karena melihat dari bahan bakunya yang hanya dari kedelai dan campuran ragi tanpa ada bahan lainnya dan layak di konsumsi oleh masyarakat sekitar. Selain etika produksi tempe yang harus dipertahankan, etika terhadap konsumen juga harus dilakukan oleh pedagang tempe. Supaya konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pedagang Seperti yang dijelaskan oleh Bapak rahmat pedagang tempe sebagai berikut, “Itu jelas Nak, setiap pedagang harus memiliki akhlak yang baik supaya konsumen senang dan kembali untuk membeli tempe yang saya jual, selain ramah, saya jujur dalam kemasan tempe di setiap harinya jika ada tempe yang tak terjual. Saya melayani konsumen dengan senang hati, serta tanggung jawab dalam usaha saya.”<sup>53</sup>

Senada dengan yang disampaikan oleh Sitty sebagai berikut, “Benar nak, juragan saya baik dan longgar ke setiap pelanggannya, kadang pelanggan setianya di beri ongkos, kadang di lebihkan kalau membeli tempe. Selain itu saya sebagai karyawannya mendapatkan toleransi jika saya telat dalam bekerja, setelah selesai kerja saya istirahat dan diperbolehkan pulang.”<sup>54</sup>

Sebagaimana yang disampaikan oleh Indra sebagai berikut, “Beliau memang baik ke setiap konsumennya dan masyarakat sekitar. Selain ramah, sisa air dan kulit kedelai/sisa bahan produksi tempe di kasih ke orang supaya

---

<sup>52</sup>Bapak Eko *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung.

<sup>53</sup>Bapak Rahmat *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung

<sup>54</sup>Ibu Sitty *konsumen*, Wawancara Langsung.

mendapatkan manfaat dari hasil produksinya, saya merasa senang dengan pemberian yang ikhlas darinya.”<sup>55</sup>

Hasil yang disampaikan oleh Andi sebagai berikut, “Ramah itu pasti ke setiap pelanggan yang kita miliki supaya bisa menjaga silaturahmi antara penjual dan pembeli”<sup>56</sup>

Senada dengan yang disampaikan oleh Baidah sebagai berikut, “Benar, beliau memang menjaga silaturahmi dengan pembelinya supaya tidak retak dalam penjualannya.”<sup>57</sup>

Selaras dengan yang disampaikan oleh Arjun sebagai berikut, “Etika yang diterapkan yaitu dalam bentuk, menjual dengan harga jujur, baik takaran, sabar melayani konsumen, serta ramah tamah ke setiap masyarakat sekitar.”<sup>58</sup>

Sebagaimana dengan yang disampaikan oleh Nurul sebagai berikut, “Arjun menurut saya orangnya asik dan menyapa ke setiap masyarakat sekitar, dalam melayani dia memberikan harga yang transparan ke setiap konsumennya.”<sup>59</sup>

Senada dengan yang disampaikan oleh Imam sebagai berikut, “Memberikan senyuman kepada konsumen, dan menyapa dengan hangat ke setiap konsumen, membangun hubungan baik kepada setiap konsumen itu menjaga eksistensi usaha yang selama ini saya rintis dan menjaga kualitas bahan supaya etika yang saya terapkan mendapatkan berkah.”<sup>60</sup>

---

<sup>55</sup>Bapak Indra Konsumen Tempe, Wawancara Langsung (12 Maret 2020, Jam 16.30 Di Kolpajung)

<sup>56</sup>Bapak Andi *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung (12 Maret 2020, Jam 15.45 Di Kolpajung)

<sup>57</sup>Ibu Baidah Konsumen Tempe, Wawancara Langsung (12 Maret 2020, Jam 17.00 Di Kolpajung)

<sup>58</sup>Ibid Bapak Arjun

<sup>59</sup>Ibu Nurul *Konsumen Tempe*, Wawancara Langsung (13 Maret 2020, Jam 16.00 Di Kolpajung)

<sup>60</sup>Ibid Bapak Imam *Konsumen Tempe*, Wawancara Langsung

Senada yang disampaikan oleh Sukma sebagai berikut, “Ya dek, pak imam membangun hubungan baik dengan siapapun, baik ke masyarakat sekitar serta ke antar pelaku bisnisnya. Dan tetap menjaga kualitas bahan supaya konsumen tetap kembali.”<sup>61</sup>

Pernyataan yang Sama dengan yang disampaikan oleh Bapak Imam sebagai berikut, “Yang terpenting saya bisa memenuhi permintaan konsumen, supaya konsumen tetap membelinya.”<sup>62</sup>

Sebagaimana yang disampaikan oleh Ruk sebagai berikut, “Memang benar nak, saya setiap harinya membeli tempe dengan harga yang terjangkau di pak eko. Selain murah meriah Bapak eko sabar dalam melayani.”<sup>63</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa etika pedagang tempe di Kolpajung Pamekasan untuk menjaga eksistensinya pedagang memberikan pelayanan yang baik ke setiap konsumennya dan memenuhi kebutuhan konsumen yang dimana bermaksud positif supaya dalam penjualannya diminati oleh konsumen, serta mendapatkan keberkahan dalam penjualannya.

## **B. Temuan Penelitian**

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari hasil wawancara dan dokumentasi dapat diperoleh beberapa temuan-temuan. Hasil temuan yang bisa dilaporkan sebagai berikut.

1. Ada beberapa variasi tempe yaitu bentuk tempe memanjang, persegi, kecil, tebal, dan sedang dengan harga yang berbeda-beda mulai dari harga Rp 2.500 sampai 10.000 per bungkus.

---

<sup>61</sup>Ibu Sukma *Konsumen Tempe*, Wawancara Langsung (14,Maret 2020, Jam 13.00 Di Kolpajung)

<sup>62</sup>Bapak Eko *Pedagang Tempe*, Wawancara Langsung.

<sup>63</sup>Ibu Ruk *Konsumen Tempe*, Wawancara Langsung (14,Maret, 2020, Jam 14.00 Di Kolpajung)

2. Cara pedagang/pebisnis dalam menciptakan pasar usaha tempe ini mencari hari yang ramai seperti pasaran di tiap kelurahan kecamatan pamekasan, dan ada pedagang tempe yang setiap harinya stay di tempat tinggalnya kemudian konsumen setianya datang langsung ke lokasi untuk membeli tempe.
3. Proses penjualan tempe di kawasan desa kolpajung merupakan pedagang tempe yang halal di konsumsi dan juga mayoritas orang Islam. dan tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan dalam syaria'at Islam.
4. Persaingan dilakukan secara sehat, yaitu dijauhkan dari hal-hal yang ghaib/dukun. Pedagang mempertahankan usaha penjualannya dengan cara yang baik supaya mendapatkan berkah dari setiap usaha yang dijalankan sebagai umat muslim.
5. Pedagang menerapkan etika bisnis Islam baik terhadap karyawan, konsumen serta pelaku bisnisnya.
6. Kendala yang dihadapi pedagang tempe pada saat musim hujan dan musim ikan.

### **C. Pembahasan**

Dalam pembahasan ini, peneliti akan mencoba memaparkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan di Kolapjung Pamekasan, seperti:

#### **1. Persaingan Pedagang Tempe di Kolpajung Pamekasan**

Hasil kegiatan penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa kondisi persaingan yang terjadi di kalangan kolpajung pamekasan para pedagang melakukan persaingan secara sehat dan kondusif dan memiliki karakteristik yang berbeda anatar setiap pedagang untuk menjadi unggul di hati pembeli. Penelitian ini dilakukan melalui wawancara langsung dengan harapan mendapatkan

informasi yang akurat dan jelas. Pengertian persaingan adalah proses sosial yang melibatkan individu atau kelompok yang saling berlomba dan berbuat sesuatu untuk mencapai kemenangan tertentu. Persaingan dapat terjadi apabila beberapa pihak menginginkan sesuatu yang terbatas atau sesuatu yang menjadi pusat perhatian umum. Persaingan berlangsung tanpa ancaman atau kekerasan. Persaingan yang wajar dengan mematuhi aturan main tertentu disebut persaingan sehat dan memberi dampak positif bagi pihak-pihak yang bersaing, yaitu adanya motivasi untuk lebih baik. Namun jika persaingan sudah tidak sehat, maka persaingan akan memberi dampak buruk bagi kedua belah pihak.<sup>64</sup>

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara mengenai persaingan pedagang tempe di Kolpajung Pamekasan sudah sesuai dengan teori diatas, dimana mayoritas pedagang tempe dalam melakukan penjualan sudah bersaing secara sehat/adil dan memiliki keunggulan tersendiri untuk menarik pembeli. Dan tidak ada ketimpangan antara pedagang yang satu dengan yang lainnya karena memiliki strategi masing-masing.

Secara umum, strategi dasar bersaing ditargetkan dengan target pasar serta bentuk keunggulan bersaing yang akan dicapai ada 5 yaitu:<sup>65</sup> 1) *alow cast leadership strategy* adalah suatu strategi dalam penyediaan produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara luas, dengan harga yang serendah mungkin; 2) *a broad differentiation strategy* adalah suatu strategi dalam penyediaan produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara luas, dengan cara dan spesifikasi produk yang ditampilkan beda dibandingkan pesaing;

---

<sup>64</sup>Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam* (Malang: UIN Malang Press, 2008), hlm. 63.

<sup>65</sup>Pamoenti dan Ichsan, *Seluk-Beluk dan Teknik Perniagaan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002), hlm. 104.

3) *a best-cost provider strategy* adalah suatu strategi dalam penyediaan produk dan jasa yang nilainya lebih besar dari pada uang yang dikeluarkan konsumen; 4) *a focus market nich strategy based on lower* adalah suatu strategi yang memfokuskan pada penyediaan produk dan jasa untuk memenuhi pasar yang sempit dengan harga yang lebih rendah dari pada pesaing; 5) *a focused or market nich strategi based on difference* adalah strategi untuk melayani pasar yang sempit dan spesifik dengan cara yang betul-betul beda.

Beberapa keunggulan produk yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas bersaing, yaitu:<sup>66</sup> 1) produk, produk usaha bisnis yang dipersaingan baik barang atau jasa harus halal. spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitasnya terjamin dan bersaing; 2) harga, apabila ingin memenangkan persaingan harga produk harus kompetitif dalam hal tersebut tidak memperkenankan membanting harga dengan tujuan menjauhkan pesaing; 3) tempat, tempat usaha harus baik, sehat, bersih dan nyaman dan juga harus dihindarkan terhadap hal-hal yang diharamkan, seperti barang-barang yang dianggap sakti untuk menarik pengunjung; 4) pelayanan harus diberikan dengan ramah, tetapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat.

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti bahwa persaingan yang dilakukan oleh pedagang tempe di Kolpajung Pamekasan memiliki keunggulan berbeda-beda disetiap pedagang untuk tetap bertahan di tengah-tengahnya persaingan. Bersaing secara sehat akan menciptakan hubungan baik kepada para pedagang lainnya. Berlomba-lomba dalam hal kebaikan menjadi motivasi bagi

---

<sup>66</sup>Pamoenti dan Ichsan, *Seluk-Beluk dan Teknik Perniagaan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002), hlm. 108.

setiap pedagang untuk mengembangkan usahanya di tengahnya persaingan, inovasi serta kreatifitas pedagang yang menentukan pembeli tertarik untuk membeli hasil penjualannya. Pada umumnya persaingan tidak dapat dipisahkan dalam perdagangan, karena mengajarkan kepada pedagang untuk tetap kreatif.

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti bahwa persaingan pedagang tempe di Kolpajung Pamekasan yang terjadi sudah jelas sesuai dengan teori-teori yang telah dipaparkan diatas mengenai strategi/keunggulan pedagang tempe. Misalkan strategi yang dilakukan dalam penyediaan produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara luas, dengan cara dan spesifikasi produk yang ditampilkan berbeda dibandingkan pesaing dan memfokuskan pada penyediaan produk dan jasa untuk memenuhi pasar yang sempit dengan harga yang lebih rendah dari pada pesaing dan mempertahankan kualitas produk dan pelayanan.

## **2. Pedagang Tempe Dalam Menerapkan Etika Bisnis Islam**

Menurut Istiyono Wahyu dan Ostaria, etika adalah cabang utama filsafat yang mempelajari nilai atau kualitas. Etika mencakup analisis dan penerapan konsep seperti benar-salah, baik-buruk, dan tanggung jawab. Etika adalah ilmu yang berkenaan tentang yang buruk dan tentang hak kewajiban moral.<sup>67</sup> Menurut kamus besar bahasa indonesia, istilah etika memiliki beragam makna, salah satu maknanya adalah prinsip tingkah laku yang mengatur individu dan kelompok. Jadi kesimpulannya etika adalah suatu hal yang dilakukan secara benar dan baik, tidak melakukan suatu keburukan, melakukan hak kewajiban sesuai dengan moral dan melakukan segala sesuatu dengan penuh tanggung jawab.

---

<sup>67</sup> Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013), hlm. 77.



Etika dalam istilah Islam, adalah *khuluq*. Etika dalam al-Qur'an disebut beberapa istilah yang menggambarkan tentang kebaikan antara lain yaitu: *khair* (kebaikan), *adl* (kesetaraan dan keadilan), *takwa* (ketakwaan) dan lain-lain. Etika dalam khazanah Islam, etika dipahami sebagai akhlak atau adab yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia. Etika terdapat dalam materi-materi, kandungan ayat-ayat al-Qur'an yang sangat luas, dan di kembangkan dalam pengaruh filsafat Yunani hingga para sufi.

Etika bisnis Islam adalah suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah, selanjutnya melakukan hal yang berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Berbisnis berarti suatu usaha yang mencari keuntungan. Jadi etika bisnis Islam merupakan usaha untuk kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam. Etika bisnis Islam harus berdasarkan pada prinsip-prinsip dasar yang berlandaskan pada al-Qur'an dan hadist, sehingga dapat diukur dengan aspek dasarnya yang meliputi.<sup>68</sup>

Prinsip-prinsip etika bisnis Islam secara umum dalam Islam dengan spesifikasi dalam transaksi jual beli<sup>69</sup>, yaitu: 1) Jujur dalam takaran sangatlah penting untuk diperhatikan karena Allah telah menegaskan dalam firman-Nya, QS al-Mutaffifin 1-3; 2) Menjual barang yang baik mutunya, salah satu cacat etis dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. menyembunyikan mutu sama halnya dengan berbuat curang dan bohong. Kebohongan akan menyebabkan ketidaktentraman, sebaliknya kejujuran akan melahirkan ketenangan; 3) Dilarang

<sup>68</sup>Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Jakarta: Erlangga, 2017), hlm. 37.

<sup>69</sup>Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN-Malang Press, 2007), hlm. 24

menggunakan sumpah, seringkali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari terutama dikalangan para pedagang kelas bawah apa yang dikenal dengan obral sumpah mereka terlalu mudah menggunakan sumpah dengan maksud meyakini konsumen bahwa produk produk yang ditawarkan benar-bener berkualitas dengan maksud supaya konsumen tertarik terhadap produk-produk yang ditawarkan dalam Islam perbuatan semacam itu tidak dibenarkan karena juga akan menghilangkan keberkahan; 4) Longgar dan bermurah hati, dalam transaksi terjadi kontak antara produsen dan konsumen dalam hal ini ,seorang produsen harus bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Sikap seorang produsen akan mendapat keberkahan dalam penjualan akan diminati oleh konsumen; 5) Membangun hubungan baik, Membangun hubungan baik antar sesama, Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapapun inklud antar semua pelaku bisnis, karena Islam tidak menghendaki dominasi pelaku yang satu diatas yang lain baik dalam bentuk monopoli,oligopoli maupun bentuk bentuk lain yang tidak terceminkan rasa keadilan atau pemerataan pendapatan.

Penelitian yang telah peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam yang dilakuan oleh pedagang tempe terhadap karyawan dan konsumennya sudah sesuai dengan etika bisnis Islam. dimana prinsip dan ciri-ciri etika peadagang terpenuhi dalam hal etika Jujur dalam takaran, menjual barang yang baik mutunya, tidak berniat jahat/adil,bermurah hati, serta transparan dalam melakukan penjualan. Sedangkan ciri-ciri yang dimiliki setiap pedagang tempe dalam hal Selalu berpijak pada nilai-nilai *ruhiah*(kesadaran),pedagang tempe sadar akaneksistensinya sebagai ciptaan makhluk Allah yang mematuhi aturan-Nya dan menjauhi larangan-Nya. Pedagang tempe memiliki pemahaman terhadap

bisnis terhadap yang halal dan haram. Pedagang tempe menjauhi penjualan yang merusak pedagang lainnya bukan hanya berorientasi pada dunia, akan tetapi lebih dari pada itu, kebahagiaan abadi biyaumul akhir. Dan memberi manfaat bagi kehidupannya dunia maupun akhirat.