BAB V

PEMBAHASAN

A. Kondisi Persaingan Bisnis di Pasar Wage Nganjuk

Persaingan merupakan kondisi riil yang dihadapi setiap orang di masa sekarang. Kompetisi dan persaingan tersebut bila dihadapi secara positif atau negatif, bergantung pada sikap dan mental persepsi seseorang dalam memaknai persaingan tersebut. Hampir tiada hal tanpa kompetisi atau persaingan, seperti halnya kompetisi dalam berprestasi, dunia usaha bahkan dalam proses belajar. Persaingan merupakan semacam upaya untuk mendukuki posisi yang lebih tinggi di dalam dunia usaha. Bila jumlah pesaing cukup banyak dan seimbang, persaingan akan tinggi sekali karena masing-masing perusahaan memiliki sumber daya yang relatif sama.[1]

Tingkat persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pemasar untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan sebuah konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan.

Pasar Wage Nganjuk salah satu Pasar tradisional di kabupaten Nganjuk yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung. Dalam pasar tradisonal terjadi tawar

[1] Jopie Jusuf, *Analisis Kredit untuk Account Officer* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), H 260

menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah-buahan, sayur, telur, daging, pakaian, elektronik, jasa dan lain-lain. pasar seperti ini masih banyak dijumpai di Indonesia dan umumnya terletak di dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar. Pasar modern berbeda dengan pasar tradisional, dalam pasar modern penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung.

Tingkat persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pemasar untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan sebuah konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Begitu juga di Pasar Wage Nganjuk yang notabennya pasar terbesar di Kabupaten Nganjuk yang di tempati banyak pedagang dan beraneka ragam barang dagangannya. Secara umum persaingan di Pasar Wage Nganjuk dilakukan dengan sehat tetapi ada sebagian kecil pedagang melakukan kecurangan-kecurangan dalam persaingan yang mempunyai dampak merugikan orang lain. Berikut adalah faktor-faktor yang dipersaingkan di Pasar Wage Nganjuk meliputi :

1. Penentuan harga

   Harga yang dipatok oleh pedagang yang satu dengan yang lain berbeda. Hal ini menimbulkan persaingan. Jika ada pedagang yang menjual barang daganganya murah, artinya di bawah harga yang beredar pada pedagang lain, maka akan mendapatkan banyak pembeli dan begitu pula sebaliknya, jika ada

pedagang yang menjual barang daganganya di atas harga pedagang lainya maka akan sepi pembeli. Hal ini menjadikan persaingan yang menimbulkan para pedagang berlomba-lomba mematok harga murah seperti yang di kemukakan oleh ibu Wiwit dan Sulistyani.

Dengan adanya variasi penentuan harga dan keuntungan oleh pedagang yang berbeda-beda ini tentunya menyebabkan adanya persaingan harga. Jika ada pedagang yang menjual produknya dengan harga lebih murah dari pedagang lain tentu akan mendapatkan pembeli lebih banyak. Dengan antar persaingan yang sangat ketat maka penjual sampai rela untung sedikit seperti yang di kemukakan oleh Ibu Wiwit dan Ibu Sulistyani

Penentuan harga amat penting bagi perusahaan di antaranya harga merupakan penentu pasar, harga mempengaruhi posisi perusahaan di pasar, harga mempengaruhi pendapatan dan laba perusahaan dan harga juga mempengaruhi program pemasaran. Selain itu jika dihubungkan dengan kualitas produk penetapan harga juga penting karena harga merupakan indikator kualitas suatu produk. Mengingat konsumen sering beranggapan bahwa produk yang mahal pasti kualitasnya tinggi dan sebaliknya.[2]

2. Pelayanan

Pelayanan yang diberikan oleh para pedagang sangat menetukan pembeli. Di Pasar Wage Nganjuk, pelayanan menjadi salah satu unsur yang menjadikan persaingan. Seperti yang dilakukan oleh Ibu Ani dengan senyumanya dan Ibu

[2] M Tohar, *Membuka Usaha Kecil*, (Yogyakarta : Kanisius,2007)H 51

Ipah dengan karakter kekeluargaan yang diberikan kepercayaan, pelayanan ekstra.

Pelayanan yang baik ialah melayani dengan sepenuh hati dan memberikan yang terbaik untuk pelanggan atau konsumen agar mereka percaya dan tidak mengalami kebingungan dan keragu-raguan dengan transaksi. Dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggan, seharusnya petugas pelayanan menjaga amanah kepercayaan yang diberikan oleh perusahaan serta konsumen untuk dapat melakukan pelayanan dengan baik.[3]

Di sinilah perlunya para pedagang di pasar tradisional terus menjaga konsistensi keramahan dan kecepatan dalam melayani konsumen. Pelayanan yang berkualitas akan menjadi instrumen transaksional dan promosional terbaik sekaligus termurah. Membangun *brand* yang baik akan lebih menentukan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen.

3. Produk

Produk adalah apa saja yang ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian pembeli, pemakai atau konsuen yang memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen.[4] Kualitas dari produk yang ditawarkan pedagang akan menentukan kepuasan konsumen. Pemasaran produk dengan kualitas buruk akan mengakibatkan pembeli kecewa. Seperti pernyataan Ibu Wiwit: “Ini kalo bersaing dalam arti bersaing sehat yang pertama kita harus jaga kualitas.....”

[3] http://etheses.uin-malang.ac.id/1241/6/11410142_bab_2.pdf, h 28-30

[4] Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-dasar penasaran*, (Jakarta: PT Indeks, 2003, edsi 9), h 337

Produk yang berkualitas tinggi merupakan salah satu kunci sukses perusahaan. Sedangkan Menurut Kotler dan Amstrong kualitas produk adalah salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seorang pemasar dalam memasarkan suatu produk. Oleh karena itu memperbaiki kualitas produk ataupun jasa merupakan tantangan yang penting bagi perusahaan dalam bersaing di pasar global. [5]

Barang dagangan menjadi urusan vital para pedagang. Pedagang yang mempunyai barang dagangan lengkap, akan diserbu pembeli, dan begitu pula sebaliknya. Hal ini wajar terjadi, dimana para pedagang berlomba-lomba dalam menyediakan barang-barang yang di cari pembeli. Namun terkadang ada pedagang yang merasa iri dengan pedagang lain yang barang dagangannya sama-sama lengkap dan diserbu pembeli. Selain itu, dalam menjual produk, para pedagang memperhatikan syarat produk yang dijual sesuai syariat Islam.

4. Promosi

Promosi penjualan dilakukan untuk menarik pelangan untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau meningkatkan jumlah pelangan seperti yang dilakukan oleh Ibu Sulistiani: selain di pasar mereka juga menjual di desa-desa dengan sistem bayarnya kemudian. Menjual produk di luar area stan Pasar Wage Nganjuk supaya barang dagangan cepat ganti dengan dagangan baru

[5] Ratna Dwi Kartika Sari, *Analisi Pengaruh Kualitas Produk Persepsi Harga, Dan Word Of Mouth Comunication Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv Mega Jaya Mebel Semarang* (Semarang : Skripsi Diterbitkan ,2012)

disiasati Ibu Sulistyani dengan cara membawa pulang produk-produk yang lama terjual kemudian dibawa keliling kampung untuk dijual secara kredit. Lain lagi cara yang dilakukan Ibu Wiwit, beliau media promosinya memakai *medsos*. Ada juga yang memakai media lain misalnya Advertising (seperti pemasangan banner).

5. Pemasaran.

Dalam membahas pemasaran tidak lepas dengan persaingan yang meliputi harga, pelayanan, produk, promosi. “Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan–kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli”.

Persaingan usaha adalah suatu kegiatan bersaing atau bertanding di antara Pengusaha yang satu dengan pengusaha lainnya di dalam memenangkan pangsa pasar (*share market)*, dalam upaya melakukan, menawarkan produk barang dan jasa kepada konsumen dengan strategi pemasaran yang diterapkan. Dalam berwirausaha memang seorang pengusaha tidak bisa menghindari persaingan yang terjadi antar pengusaha, tetapi kembali lagi pada perilaku atau sikap mereka maing-masing dalam menghadapi persaingan. Apakah mereka beranggapan pesaing adalah lawan sehingga menciptakan persaingan yang tidak sehat, atau mereka menganggap pesaing bukan lawan sehingga persaingan yang terjadi secara sehat tanpa ada tindakan anarkis, penipuan, dan saling curang.

Kompetisi merupakan persaingan yang merujuk kepada kata sifat siap bersaing dalam kondisi nyata dari setiap hal atau aktifitas yang dijalani. Dalam

arti yang positif dan optimis, kompetisi bisa diarahkan pada kesiapan dan kemampuan untuk mencapai kemajuan dan kesejahteraan kita sebagai umat manusia. Kompetisi seperti ini merupakan motivasi diri sekaligus faktor penggali dan pengembang potensi diri dalam menghadapi bentuk-bentuk kompetisi, sehingga kompetisi tidak semata-mata diarahkan untuk mendapatkan kemenangan dan mengalahkan lawan.

Walaupun demikian di Pasar Wage Nganjuk terjadi Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.[6] Persaingan usaha tidak sehat antara lain, persaingan yang bertujuan mematikan saingan dengan cara yang tidak wajar, memonopoli suatu bidang usaha untuk memperoleh keuntungann sendiri.[7] Seperti yang di ungkapkan oleh Ibu Sriyati: "Di Pasar Wage Nganjuk hanya ada satu pemasok ikan pindang, oleh sebab itu pedagang tidak ada pilihan lain selain mengambil dari pemasok tersebut" hal tersebut juga ditegaskan oeh Ibu Sumiati: "Sebebarnya ada pemasok lain yang ingin masuk tapi pemasok lama tidak mengizinkan dengan cara memasok barang atau ikan pindang dengan jumlah besar dan menjualnya dengan harga murah dengan tujuan pemasok lain tidak sangup memberi harga dengan harga tersebut".

---

[6] _____*Tabloit Reformata Edisi 137 Maret 2011,* (Jakarta : Yayasan Pelayanan Media Antiokhia (YAPAMA), 2011), h 14

[7] Hadi Soesastro , Dkk, *Pemikiran Permasalahan Ekonomi Di Indonesia Dalam Setengah Abad Terakhir*, (Yogyakarta : Kaisius 2005), h 50

Sedangkan persaingan usaha yang tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi atau pemasaran barang atau jasa yang dilakukan dengan tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha. [8]Persaingan usaha tidak sehat antara lain persaingan yang bertujuan mematikan pesaing dengan cara yang tidak wajar, memonopoli suatu bidang usaha untuk memperoleh keuntungan berlebih dan menutup kesempatan bagi pesaing-pesaing baru dengan berbagai cara.[9]

Menurut pengamatan penulis persaingan di Pasar Wage Nganjuk berjalan cukup ketat. Hal ini di pengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya jumlah pedagang di Pasar Wage Nganjuk semakin hari semakin banyak, setiap pedagang berupaya untuk meningkatkan posisinya dalam persaingan dengan berbagai cara, pembeli cenderung membandingkan harga antara pedagang yang satu dengan yang lain untuk mendapatkan barang yang murah dengan kualitas sama.

Menurut wawancara dengan pedagang di Pasar Wage Nganjuk, di pasar tersebut pedagang kadang melakukan praktik banting harga, menjual barang dengan harga murah dibawah harga yang ditawarkan pesaing.[10] Praktik jual murah pada awalnya memang menguntungkan, mengingat konsumen tentu akan memilih membeli produk dengan harga lebih murah dengan kualitas yang sama.

---

[8]_____Tabloid Reforma Edisi 137 Maret 2011,(Jakarta : Jasa Pelayanan Media Antiokhia(YAPAMA) 2011), h 14

[9] Hadi Soesastro, Dkk, *Pemikiran Permasalahan Ekonomi Di Indonesia Dalam Setengah Abad Terakhir*, (Yogyakarta: Knisius, 2005), h 50

[10] Wawancara Ibu Wiwit Dan Ibu Sulityani, Pedagang Pakaian Pada 16 Maret 2017

Jumlah penjual dan pembeli di Pasar Wage Nganjuk dapat dikatakan seimbang, banyak penjual juga banyak pembeli. Dalam hal ini pedagang untuk jenis pakaian tidak hanya satu sehingga pembeli memiliki kesempatan untuk membandingkan harga dari toko yang satu dengan toko yang lain. Penjual yang menjual dengan harga lebih tinggi akan ditinggalkan pembeli.[11]

Dengan melakukan cara jual murah atau mengurangi keuntungan tersebut mereka sebenarnya membuka pintu bencana untuk dirinya sendiri. Turunnya pemasukan sering kali berarti turunnya kualitas, layanan yang buruk, penjual yang ceroboh, kurangnya kesetiaan pelanggan dan bencana finansial. Pada kenyataannya jika dicontohkan pelaku usaha memiliki margin kotor 25% lalu menurunkan harga sebesar 10%, pelaku usaha harus meningkatkan penjualan kira-kira tiga kali lipat untuk mencapai titik impas. Dalam perang harga, pelaku usaha mungkin harus menurunkan harga begitu rendah sehingga tidak mungkin mencapai penjualan yang diperlukan untuk menutup margin laba yang lebih rendah. Bahkan ketika penurunan harga mungkin untuk dilakukan, dampaknya sering kali bersifat sementara. Pelanggan yang terpikat pada harga rendah biasanya tidak memiliki kesetiaan atau loyalitas pada perusahaan.

Secara teoritis monopoli adalah suatu kondisi dimana perusahaan menjadi satu-satunya produsen atau pemasok barang dan jasa tertentu dimana barang dan jasa tertentu yang diproduksi atau dipasok tersebut tidak memiliki barang atau jasa pengganti terdekat (*no close substitute*). Sebagai satu-satunya produsen/pemasok di pasar, seluruh permintaan pasar menjadi permintaan

[11] Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2012), h 167

perusahaan monopoli tersebut. Melalui penguasaan permintaan pasar tersebut maka produsen atau pemasok tersebut akan memiliki kemampuan untuk menentukan harga di pasar.

B. Strategi Pedagang Muslim Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Pasar Wage Nganjuk

Dalam setiap aktifitas bisnis tentunya tidak terlepas dari persaingan, apalagi Pasar Wage Nganjuk yang memiliki area yang luas menjadikan banyak orang yang terlibat di dalam pasar tersebut. Para pedagang senior tersebut tidak hanya bersaing dengan pendatang baru tetapi mereka juga bersaing dengan keadaan disekitar Pasar Wage Nganjuk, di antaranya bersaing dengan pasar-pasar moderen, bersaing dengan pedagang keliling yang memilih memasarkan dagangannya secara *door to door* , bersaing dengan toko online atau orang-orang yang memilih menggunakan situs online dalam memasarkan produk. Cara-cara tersebut memberikan pilihan yang komplek bagi konsumen, dan dirasa lebih memudahkan konsumen.[12]

Berdasarkan wawancara dengan beberapa pedagang yang ada di Pasar Wage Nganjuk, strategi yang mereka terapkan dalam menghadapi persaingan yang ada sehingga mereka dapat bertahan dalam persaingan di Pasar Wage Nganjuk adalah sebagai berikut:

1. Strategi pelayanan

   Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain.

[12] Wawancara Ibu Wiwit Dan Ibu Sulityani, Pedagang Pakaian, 16 Maret 2017

Pedagang yang memberikan pelayanan prima, sesuai dengan syar'at Islam tanpa menimbulkan maksiat akan menarik pembeli, yaitu dengan memberikan pelayanan yang ramah, tidak menyakiti pembeli dengan kata-kata kasar, melayani pembeli dengan perkataan yang baik, dan tidak menutup kemungkinan memberikan bonus pada pembeli sebagai ucapan rasa terimakasih. Sebaliknya pedagang yang memberikan pelayanan kepada pembeli secara cuma-cuma artinya tidak menempatkan pembeli sebagai raja, dan menganggap sebaliknya, yaitu pembeli yang membutuhkan pedagang, maka pedagang yang seperti ini akan sepi pembeli.

Pelayanan merupakan faktor penting dalam menarik konsumen. Pelayanan yang baik dan memuaskan merupakan salah satu strategi pedagang untuk mendapat dan mempertahankan pelanggannya. Pelayanan merupakan cara pedagang untuk mengomunikasikan produk yang ditawarkan agar pembeli berminat membeli.

Ada 6 (enam) karakteristik pelayanan dalam pandangan Islam yang dapat digunakan sebagai panduan, antara lain:

a. Jujur yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkar janji. Menurut Bu Wiwit: "kadang orang kan kalo di pasar barang biasa dibilang bagus, kalo saya , saya bilang harga sekian barang seperti ini harga sekian barang seperti ini , dalam arti kita jujur jadi pembeli tu nggak terbohongi."
b. Bertanggung jawab dan terpercaya (*Al-Amanah*) yaitu suatu sikap dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya.

Menurut Bu Wiwit : “Permintaan pelanggan bagaimana , kalo barang rusak kita tukar , kalo barang kebesaran atau kekecilan juga kita tuker”. Seseorang akan dipercaya karena kebenaran ucapannya. Seorang pembeli akan percaya kepada pembeli apabila pedagang mampu merealisasikan apa yang beliau ucapkan. Salah satunya dengan menepati janji

c. Tidak Menipu (*Al-Kadzib*) yaitu suatu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu. Seperti praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu. Artinya para pedagang muslim pantang untuk menipu selalu jujur menjunjung tinggi kekeluargaan
d. Menepati janji dan tidak curang yaitu suatu sikap pebisnis yang selalu menepati janji baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pebisnis. Para pedagang muslim di Pasar Wage Nganjuk apabila ketika bertransaksi apabila ada ketidak cocokan maka akan dikembalikan apabila ada janji sebelumnya.
e. Melayani dengan rendah hati (*khidmah*) yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab. Seperti yang dikemukaan oleh ibu Pah: “Ya yang baik, sumeh, grapyak (mengakrabkan diri dengan pembeli) jadi kembali lagi kalo kereng gak kembali, jadi sing jualan grapyak , ramah tamah, senyum terus gitu.”

f. Tidak melupakan akhirat yaitu ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. Sehingga jika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya.

2. Strategi produk

Dalam menjual produk, para pedagang muslim harus memperhatikan syarat produk yang dijual sesuai dengan hukum Islam untuk menghindari persaingan yang tidak sehat, yaitu : (1) Suci, Para pedagang menjual barang yang suci bukan dikategorikan najis yang diharamkan. (2) Dapat dimanfaatkan, Para pedagang menjual barang yang bermanfaat bagi kehidupan. (3) Milik orang yang melakukan akad, Barang yang dijual oleh para pedagang adalah milik dari pedagang yang sah dan kuasa penuh dari pedagang, bukan barang dari hasil pencurian dan kejahatan lainya. (4) Dapat diserahkan Barang yang dijual pedagang dapat diserahkan pada pembeli pada waktu akad terjadi. (5) Dapat diketahui, Yaitu barang yang diperjual-belikan oleh pedagang dapat diketahui oleh pembeli bentuk, takaran, sifat dan kualitas barang.[13]

Salah satu strategi produk yang dilakukan pedagang di Pasar Wage Nganjuk untuk dapat bertahan dalam persaingan yang terjadi adalah menyediakan barang dengan kualitas yang baik. Dengan menyediakan barang berkualitas baik pelanggan akan merasa senang dan tidak kecewa dengan apa

[13] Udin Wahyudin, *Fikih*, (Jakarta : Grafindo Media Pratama, 2008), h 56

yang ditawarkan pedagang, sehingga pembeli tidak akan lari ke pedagang yang lain. Menurut Ibu Wiwit : “Ini kalo bersaing dalam arti bersaing sehat yang pertama kita harus jaga kualitas..”

Kualitas dari produk yang ditawarkan pedagang akan menentukan kepuasan konsumen. Pemasaran produk dengan kualitas buruk akan mengakibatkan pembeli kecewa. Menjaga kualitas produk dapat dilakukan dengan memastikan produk yang dijual dalam keadaan baik, tidak melewati tanggal expired, memilih dagangan dengan bahan baku yang baik, dll. Agar pembeli mengetahui kualitas produk yang ditawarkan maka pedagang harus memberikan informasi mengenai kualitas produk kepada konsumen. Seperti yang diyakini ibu wiwit bahwa untuk dapat bersaing secara sehat hal utama yang harus dilakukan adalah menjaga kualitas produk

Menurut hasil pengamatan penulis, Strategi lain yang diterapkan pedagang di Pasar Wage Nganjuk untuk menghadapi persaingan adalah dengan *difersifikasi* produk. Pada dasarnya produk yang dipasarkan oleh pedagang di Pasar Wage Nganjuk antara pedagang satu dengan yang lain bersifat sejenis atau tidak jauh beda, mereka berusaha menyediakan semuanya hanya saja jika diperhatikan lebih detail sebenarnya setiap pedagang memiliki dagangan yang menjadi ciri khas sendiri untuk dagangannya. Yaitu mereka menyediakan jenis tertentu dengan kuantitas lebih banyak dibandingkan yang lain.

3. Strategi promosi

Kegiatan promosi paling umum yang dilakukan oleh pedagang di Pasar Wage Nganjuk adalah melalui penjualan perorangan (*personal selling*) dan menggunakan pajangan luar berupa banner.

Penjualan perorangan atau jual beli tatap muka adalah sebuah kepastian yang dilakukan pedagang yang ada di pasar tradisional seperti Pasar Wage Nganjuk. *Personal selling* adalah presentasi oleh pedagang dengan tujuan menjual dan membina hubungan dengan pelanggan. Penjualan perorangan melibatkan pembicaraan langsung antara penjual dan pelanggan potensial. Penjualan tatap muka ini menyediakan umpan balik segera membantu wiraniaga untuk menyesuaikan diri, ada tiga jenis pokok tugas penjualan, Ketiga tugas pokok tersebut adalah mencari pesanan, penerima pesanan, dan mendukung. [14]

Pada prinsipnya promosi dalam islam diperbolehkan,hanya saja dalam promosi tersebut mengedepankan faktor kejujuran dan menjauhi penipuan. Disamping itu, metode yang dipakai dalam promosi tidak bertentangan dengan syariat Islam. [15] Dengan demikian prinsip promosi dalam Islam adalah sebagai berikut:

a. Jujur (shiddiq)

   Seorang pemasar harus jujur dalam melakukan jual beli produknya kepada konsumen yang dilandasi dengan keinginan agar orang lain

[14] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, Dan Strategi,* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2004), h 272

[15] Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah*, (Jakarta : Gema Insani, 2001), h 88

medapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya. Dengan cara menjelaskan apa adanya mengenai produk tersebut tanpa menambah atau mengurangi.

b. Amanah (tanggung jawab)

Tanggung jawab disini artinya mau dan mampu menjaga amanah (kepercayaan) masyarakat yang diberikan kepadanya, karena setiap orang harus bertanggung jawab terhadap jabatan dan pekerjaan atau usahanya.

c. Tidak menipu

Dalam melakukan promosi tidak diperkenankan berlebihan bahkan cenderung mengada-ngada, apa lagi melakukan sumpah palsu yang menjurus kepada penipuan. Bagi seorang pedagang muslim merupakan hal yang lumrah terjadi ketika memberikan sebuah perjanjian kepada konsumen. Diperoleh penulis bahwa para pedagang Pasar Wage Nganjuk menerapkan konsep ketepatan janji untuk menjaga kepercayaan konsumen.

4. Strategi harga

Harga biasanya merupakan salah satu yang sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli suatu barang. Pasar yang baik adalah persaingan bebas, artinya harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran (*demand and supply*). Harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa di mana kesepakatan tersebut diridhai oleh

kedua belah pihak. Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang/jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli. [16]

Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Ibu Siti dan Ibu Sulistyani mengindikasikan bahwa penentukan harga pada umumnya sesuai dengan mekanisme pasar islami yaitu penentuan harga sesuai dengan *demand and supply*. Cenderung murah, sebab harga yang murah akan menentukan jumlah pelangan atau konsumen yang beli secara garis lurus jika banyak konsumen yang beli maka pendapatan atau profit yang didapat pedagang juga tinggi. Pedagang yang menawar harga murah tentu akan lebih cepat laku dibandingkan pedagang yang menawar dengan harga tinggi.

Keputusan penetapan harga harus mempertimbangkan seluruh aspek dalam suatu perusahaan, serta mempengaruhi segala sesuatu dari segala bentuk pemasaran dan penjualan hingga operasional dan strateginya. Menurut Rob Docters, seorang pakar penetapan harga, orang membawa serangkaian perhitungan dalam diri mereka ketika melakukan pembelian, dan salah satu dari nilai-nilai penting bagi banyak orang adalah harga yang tinggi sama dengan kualitas. Oleh karenanya para pelaku usaha harus menentukan harga yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh para pelanggan dan yang

[16] .Rachmat Syafei, MA., *Fiqih Muamalah*, (Bandung : Pustaka Setia, 2000), h 87

bersedia mereka bayarkan. [17] Tak jarang pembeli akan membandingkan harga dan fasilitas yang mereka dapatkan.

Adanya kenyataan perbandingan harga yang dilakukan pembeli tersebut menyebabkan pedagang yang menjual produknya dengan harga murah. Pedagang tersebut memilih untuk mendapatkan sedikit atau bahkan tidak mendapat keuntungan supaya dagangannya cepat laku. Adanya praktik yang demikian tentu mengganggu ketentraman sesama pedagang. Dalam konsep Islam, pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi secara rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tersebut.[18]. Seperti disebutkan dalam firman Allah QS. An-Nisa':29

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

"*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."*

[17] Thomas W Zimmerer, Dkk, *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil, Ed 5 Buku 2*, (Jakarta : Salemba Empat, 2008), h 69

[18] *Ibid* , h. 236

Pedagang menginginkan laba yang tinggi untuk usahanya, tetapi pedagang menyadari bahwa ketika pedagang mematok harga yang tinggi maka pembeli akan meninggalkannya dan memilih pedagang yang menyediakan produk serupa dengan harga lebih murah. Untuk itu strategi yang dilakukan pedagang adalah dengan berupaya mendapat barang dagangan dengan harga murah. Sehingga pedagang tetap mendapatkan laba yang cukup dan pelanggannya tetap terjaga.

5. Persaingan dalam Islam

Persaingan merupakan kondisi real yang dihadapi setiap orang di masa sekarang. Kompetisi dan persaingan tersebut bisa dihadapi secara positif atau negatif, bergantung pada sikap dan mental persepsi seseorang dalam memaknai persaingan tersebut. Hampir tiada hal tanpa kompetisi atau persaingan, seperti halnya kompetisi dalam berprestasi, dunia usaha bahkan dalam proses belajar. Persaingan merupakan semacam upaya untuk mendukuki posisi yang lebih tinggi di dalam dunia usaha. Bila jumlah pesaing cukup banyak dan seimbang, persaingan akan tinggi sekali karena masing-masing perusahaan memiliki sumber daya yang relatif sama. Bila jumlah pesaing sama tetapi terdapat perbedaan sumber daya, maka terlihat sekali mana yang akan menjadi *market leader*, dan perusahaan mana yang merupakan pengikut

Akan tetapi pada pelaksanaannya beberapa pedagang lain ada yang masih melakukan tindakan yang mencerminkan perbuatan yang tidak baik di Pasar Wage Nganjuk, yaitu dengan pedagang tidak jujur, demi

kepentingannya para pedagang banting harga untuk mendapatkan pelangan, dengan merugikan diri sendiri maupun pedagang lain. Memang disisi lain, para pembeli senang, karena memperoleh barang yang banyak karena memperoleh bonus dan potongan harga yang cukup tinggi tetapi ini tidak dibenarkan dalam islam.

Selain itu peneliti menemukan persaingan yang tidak sehat dengan adanya monopoli pasar dalam pengadaan ikan pindang di Pasar Wage Nganjuk. Di pasar tersebut hanya ada satu distributor yang menyuplai ikan pindang di Pasar Wage Nganjuk. Dengan melakukan banting harga apabila ada distributor lain yang ingin masuk, diharapkan distributor baru tidak mampu menyainginya. Dan akhirnya distributor lama bisa menguasai pasar lagi.

Dalam syari'at Islam memberikan hak yang sama antara penjual dan pembeli yaitu hak memilih untuk melangsungkan atau tidak melakukan jual beli tersebut, karena ada suatu hal bagi kedua belah pihak. Serta *iqalah*, yaitu *memfasakhkan* akad berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak, sebab dalam Islam memperhatikan kemaslahatan bersama merupakan perbuatan manusia yang sangat dianjurkan dengan tujuan membawa manfaat bagi dirinya sendiri dan juga orang lain yang ada di sekitarnya.[19]

Dalam penelitian ini objek yang diteliti yaitu pedagang muslim yakni pengusaha yang beragama Islam. Maka peneliti menarik kesimpulan bahwa

[19] Kementerian Agama RI, *Pembangunan Ekonomi Umat*, (Jakarta: Lajnah Pentahshihan Mushnaf Al-Qur'an, 2009), h 177

perilaku pengusaha muslim adalah segala tindakan atau aktifitas pengusaha dalam menjalankan kegiatan usaha dengan mempertimbangkan baik buruknya sesuai konsep islam. Sedangkan menurut Murdeni Muis, perilaku wirausaha muslim itu harus sesuai dengan ajaran agama Islam, dan harus memiliki konsep yang berbeda yakni menggunakan konsep keadilan, sehingga konsep syari'ah akan dapat mencapai masyarakat yang adil dan makmur.[20]

Sebagai makhluk sosial yang bermasyarakat manusia akan selalu berintraksi dalam lingkungan dimana ia hidup saling membutuhkan untuk memenuhi keperluanya, tolong-menolong, kerjasama dan lain sebagainya merupakan bagian dari berbagai implikasi adanya interaksi antara manusia. Sebagai konsekuensi dari kerjasama perjanjian. Manusia dengan suatu sifat saling membutuhkan antara satu dengan lainnya. Tidak ada seorang pun yang dapat menguasai seluruh apa yang diinginkan. Tetapi manusia hanya dapat mencapai sebagian yang dihajatkan itu. Dia pasti memerlukan apa yang menjadi kebutuhan orang lain. Allah SWT mengilhamkan mereka untuk saling tukar menukar barang dan berbagai hal yang berguna, dengan cara jual beli dan semua jenis interaksi, sehingga kehidupan pun menjadi tegak dan roda kehidupan dapat berputar dengan limpahan kebajikan dan produktivitasnya.

[20] Murdeni Muis, *Kepribadian dan Perilaku Wirausaha Muslim, Cet. ke-1,* (Medan: USU Press, 2007), h 8.