

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Wilayah kelurahan Kebun Bunga termasuk dalam wilayah Kecamatan Banjarmasin Timur Kota Banjarmasin yang dibentuk berdasarkan Surat Keputusan Gubernur KDII Provinsi Kalimantan Selatan Nomor 7/1066/PEM/1977 tanggal 17 Mei 1977 yang menjadikan Kampung Kuripan menjadi 3 wilayah kampung, yaitu Kampung Kuripan yang sekarang menjadi Kelurahan Kuripan Kecamatan Banjarmasin Timur, Kampung Kebun Bunga yang sekarang menjadi Kelurahan Kebun Bunga Kecamatan Banjarmasin Timur dan Kampung Karang Mekar yang melalui Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 140-502 tanggal 22 september 1980 Kampung Kebun Bunga dirubah menjadi Kelurahan Kebun Bunga, sampai sekarang.

Kelurahan Kebun Bunga merupakan salah satu kelurahan yang ada di Kecamatan Banjarmasin Timur yang berada di tengah Kota Banjarmasin, merupakan kawasan pemukiman yang dahulu dikenal dengan banyak bunga atau kebun bunganya.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah, daerah diberikan kewenangan untuk mengatur rumah tangganya sendiri. Semakin luas dan kompleksnya penyelenggaraan pemerintah akan berdampak pada

pemerintahan kelurahan sebagai ujung tombak dari penyelenggaraan pemerintahan daerah Kota Banjarmasin.

Tabel IV. I

Batas Wilayah Kelurahan Kebun Bunga

Utara	Kelurahan Kuripan
Timur	Kelurahan Sungai Lulut
Selatan	Kecamatan Banjarmasin Selatan
Barat	Kelurahan Pekapuran Raya

(Sumber: kelurahan kebun bunga banjarmasin, 20222)

Wilayah Kelurahan kebun Bunga memiliki beberapa jalan yaitu, Jl. Gatot Sobroto, Jl. Kemiri, Jl Cengkeh, Jl. Kayu Manis, Jl. Komp. Bina Brata, Jl. Manunggal, dan jalan lainnya.

B. Penyajian Data

Berdasarkan hasil wawancara langsung dengan informan, penulis memperoleh beberapa data mengenai dampak keberadaan minimarket alfamart dan indomaret terhadap pendapatan warung kelontong di kelurahan kebun bunga ditinjau dari ekonomi Islam. Adapun data yang diperoleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Wawancara dengan Pedagang

a. Pedagang pertama:

Nama : Iwan

Agama : Islam

Umur : 66

Alamat : Jl Kemiri

Iwan adalah seorang pemilik warung kelontong, warung ini biasanya disebut warung mami dan sudah ada sejak tahun 2002. Warung mami buka setiap hari dari jam 08:00-21:00 malam dan setiap harinya warung iwan ini selalu didatangi pembeli mulai dari masyarakat sekitar, mahasiswa ataupun dosen. Karena warung iwan dekat dengan kampus UIN Antasari Banjarmasin.

Jenis dagangan yang dijual sangat banyak, mulai dari sembako, kebutuhan rumah tangga, *snack*, roti, peralatan mandi, pewangi pakaian, obat-obatan, roko dll. Untuk dagangan yang paling diminati pelanggan adalah roko, hingga 5 bungkus roko bisa terjual dalam sehari dengan berbagai merek.

Iwan biasanya membeli perlengkapan warung di minimarket terdekat, seperti Lotte Mart, Alfamart dan Indomaret. Namun untuk belanja di minimarket Alfamart dan Indomaret diwaktu diskon saja, karena harganya yang mudah dijangkau dan bisa dijual kembali. Iwan selalu berbelanja di grosir setiap sore dengan harga murah dan memilih tidak menimbun barang dagangan dan selalu memperhatikan tanggal

kedaluwarsa penjualan. Iwan selalu melakukan akad dalam setiap transaksi jual belinya.

Keuntungan iwan dulu sekitar 3.500.000 perbulan, sedangkan sekarang 3.000.000 perbulan, hal ini terjadi karena dampak persaingan antara minimarket Alfamart dan Indomaret, pendapatan iwan tidak terlalu berkurang karena iwan juga berjualan nasi untuk menambah penghasilannya. Untuk penetapan harga sendiri, iwan menetapkan harga sesuai harga pasar dan iwan tidak mengambil untung yang terlalu besar.

b. Pedagang kedua:

Nama : Irun

Agama : Islam

Umur : 70

Alamat : Jl Kemiri

Warung irun merupakan warung yang sudah berdiri cukup lama sejak tahun 1995, jarak warung irun cukup jauh dari minimarket Alfamart dan Indomaret membuat warung tersebut tidak merasakan dampak negatif dari keberadaan minimarket, sebaliknya mereka merasa terdorong untuk pengelola tempat penjualan agar tersusun rapi seperti di minimarket Alfamart dan Indomaret. Irun berjualan mulai jam 07:00-21:00 malam, namun pada siang hari warung tutup sebentar untuk jam istirahat.

Pembeli mencapai lebih dari 100 orang setiap hari, jenis dagangan yang dijual mulai dari sembako, obat-obatan, peralatan mandi, kastok, roko, *skincare*, minyak tanah, bumbu dapur dll. Orang-orang yang biasanya membeli diwarung irun adalah masyarakat sekitar dan mahasiswa. Irun biasanya membeli jualannya dipasar yang sudah menjadi langganannya, karena pasar lima dan pasar hanyar adalah salah satu pasar yang cukup murah.

Pendapatan irun mencapai 20.000.000 perbulan tapi keuntungan hanya 2.000.000 perbulan, strategi penjualannya adalah membeli dipasar murah, sehingga irun bisa menjual dengan harga murah kepelanggan. Irun selalu jujur dengan pedagang ketika ada kelebihan uang saat berbelanja. Barang yang paling sering di beli pelanggan dalam seharinya diwarung kai irun ini adalah telur dan mie, kalau telur bisa 6 rak dan mie satu kotak.

c. Pedagang ketiga:

Nama : Della

Agama : Islam

Umur : 27

Alamat : Gambut

Warung Della berjualan setiap hari mulai dari jam 07:00-00:00 malam, della berjualan bersama ayah dan ibunya sejak tahun 1998, warung tersebut bukan milik dela melainkan disewa. Della merasa

pendapatannya berkurang karena minimarket Alfamart dan Indomaret yang tidak jauh dari tempat dia berjualan. Pembelinya setiap hari bisa lebih dari 200 orang.

Penghasilan warung della sebelumnya adalah 15.000.000 perbulan, sejak munculnya minimarket Alfamart dan Indomaret, keuntungan Della menurun drastis menjadi 7.000.000 perbulan. Della tetap berjualan meski pendapatannya menurun karena warung inilah sumber pendapatannya. Biasanya Della membeli barangnya di pasar karena jika membeli di toko grosir, keuntungannya sangat kecil.

Barang dagangan yang dijual cukup banyak, mulai dari sembako, rokok, *snack*, bensin, telur asin, minuman dll. Barang selalu selalu habis sebelum kedaluwarsa, karena della tidak menyetok barang dagangannya. Dagangan yang selalu laku adalah rokok dan mie, yang biasa mencapai 2 slop sehari dan mie 20 bungkus. Untuk harga juga mengikuti harga pasar, strategi penjualannya adalah dengan menjual bensin dimuka warungnya dan mempromosikan jualan melalui akun media sosial miliknya.

d. Pedagang keempat:

Nama : Zahra

Agama : Islam

Umur : 36

Alamat : Jl Kemiri

Zahra sudah berjualan selama 25 tahun atau sejak tahun 1997, warung ini biasa disebut warung nabila, buka setiap hari dari jam 07:00-22:00 WIB, barang yang dijual tidak banyak, mulai dari tali rafia, *snack*, biskuit, permen, rempah-rempah dan rokok. Barang yang selalu diminati pelanggan adalah rokok dan air botol mineral yang biasanya rokok 5 slop dan air botol 5 kotak. Zahra membeli dagangannya di pasar Antasari dan pasar Pandu.

Sejak adanya minimarket Alfamart dan Indomaret pendapatan warung nabila mengalami penurunan dari 6.000.000 perbulan menjadi 5.000.000 perbulan. Hal ini tidak menyurutkan semangat zahra, namun zahra menambah bisnis baru lagi dengan berjualan makanan, minuman kopi serta merenovasi warungnya agar pembeli bisa merasa nyaman saat berbelanja diwarung tersebut.

Barang dagangan yang dijual selalu habis sebelum kedaluwarsa, jadi jika zahra menemukan barang yang dijual sudah kedaluwarsa, dia tidak menjualnya lagi dan memilih untuk membuangnya. Adapun akad dalam jual beli, zahra tidak terlalu memperhatikan dan mempedulikan hal itu.

2. Wawancara dengan pembeli yang belanja di Warung Kelontong

a. Pembeli pertama:

Nama : Amin

Agama : Islam

Umur : 23 tahun

Amin suka berbelanja diwarung kelontong sebab harga yang ditawarkan cukup murah dan lokasi warung dekat dengan tempat dia bekerja, tidak dengan minimarket Alfamart dan Indomaret. Dia pernah menemukan makanan yang sudah tidak renyah lagi, namun hal itu tidak menyurutkan keinginannya untuk berbelanja disana, karena pedagang warung yang amin datangi itu selalu menerapkan akad pada sistem jual belinya.

b. Pembeli kedua:

Nama : Torus

Agama : Islam

Umur : 23

Torus sering berbelanja diwarung dari pada di minimarket Alfamart dan Indomaret karena warung itu tempat yang nyaman, murah dan sering ia lewati ketika menagih uang koperasi. Karena dia bekerja dikoperasi jadi harus berhenti di beberapa warung kelontong, meskipun warung yang dia datangi tidak memperhatikan akad dalam sistem jual belinya.

c. Pembeli ketiga:

Nama : Rima

Agama : Islam

Umur : 19

Rima adalah mahasiswa baru yang sering berbelanja diwarung kelontong, karena lebih murah dan dekat dengan kosnya dibandingkan minimarket Alfamart dan Indomaret. Karena, masih baru di banjarmasin jadi masih belum terlalu mengetahui letak minimarket Alfamart dan Indomaret. Warung yang biasa didatanginya selalu memperhatikan akad dalam berjual beli dan pedagang pernah menjual barang yang sudah kedaluwarsa.

d. Pembeli keempat:

Nama : Rahma

Agama : Islam

Umur : 20

Rahma sering berbelanja diwarung kelontong karena dekat dan murah, dibandingkan minimarket Alfamart dan Indomaret. Namun rahma juga pernah belanja di minimarket Alfamart dan Indomaret saat dia pergi keluar dan membeli barang yang memang tidak ada diwarung. Untuk sistem akad jual beli diwarung yang ia belanja tersebut selalu menerapkan akad jual beli dan juga pernah menemui barang yang sudah kedaluwarsa.

3. Wawancara dengan pembeli yang belanja di minimarket Alfamart dan Indomaret

a. Pembeli pertama

Nama : Iir

Agama : Islam

Umur : 22

Iir suka belanja di minimarket Alfamart dan Indomaret karena barangnya lengkap, banyak varian dan bisa ngambil sendiri. Namun kalaunya ia lagi dikampung lebih memilih belanja di warung kelontong saja karena disana masih belum ada minimarket. Barang yang biasa dibeli adalah barang yang ada diwarung juga yaitu mie dan minuman, namun kalaunya diwarung variannya tidak banyak seperti yang ada di minimarket Alfamat dan Indomaret.

b. Pembeli kedua

Nama : Dhea

Agama : Islam

Umur : 20

Dhea sering belanja di minimarket Alfamart dan Indomaret karena tempatnya nyaman, bersih, banyak pilihan, dibandingkan dengan warung biasanya ada barang yang sudah berdebu padahal masih baru, hal tersebut membuatnya berpikir kembali untuk belanja diwarung kelontong. Barang yang sering dia beli seperti mie, saos, minuman dingin, dan barang yang dibeli tersebut biasa untuk dikonsumsi pribadi saja.

c. Pembeli ketiga

Nama : Jumi

Agama : Islam

Umur : 21

Jumi sering belanja di minimarket Alfamart dan Indomaret dibandingkan warung kelontong. Padahal warung lebih dekat dari minimarket, karena dilihat dari segi pelayanan, kualitas barang, kebersihan, lokasi yang strategis, menarik, nyaman, ber-AC, barang yang dijual bervariasi, dan ada diskon. Barang-barang yang biasanya dibeli adalah mie, minuman, es cream, shampo, dan sabun. Meskipun barang-barang ini ada di warung kelontong tetapi jumi lebih tertarik ke minimarket karena dapat mengisi pembayaran shopee pay, listrik dan pdam.

C. Analisis Data

1. Dampak pendapatan warung kelontong sebelum dan sesudah keberadaan minimarket Alfamart dan Indomaret

Pendapatan adalah komponen penting dari perdagangan yang diperoleh melalui proses perpindahan modal dalam kegiatan ekonomi. Islam sangat menganjurkan penggunaan harta dalam berbagai kegiatan ekonomi. Dalam Islam, pendapatan didefinisikan sebagai uang yang diperoleh melalui bisnis halal. Pendapatan dari bisnis yang halal akan membawa keberkahan. Pendapatan dalam Islam adalah penghasilan yang harus diperoleh dari bisnis halal. Pendapatan yang halal akan mendatangkan keberkahan (Ferliana, 2018, hlm. 39–40).

Berikut ini tabel perubahan pendapatan pedagang warung kelontong sebelum dan sesudah kehadiran minimarket Alfamart dan Indomaret di Kelurahan Kebun Bunga:

Tabel IV. II

Pendapatan Pedagang Warung Kelontong

No	Nama Pemilik	Tahun Berdiri	Pendapatan Perbulan		Penurunan omset (Rp)
			Sebelum (Rp)	Sesudah (Rp)	
1	Iwan	2002	3.500.000	3.000.000	500.000
2	Irun	1995	2.000.000	2.000.000	0
3	Della	1998	15.000.000	7.000.000	8.000.000
4	Zahra	1997	6.000.000	5.000.000	1.000.000

(Sumber: wawancara dengan informan, 2022)

Berdasarkan tabel di atas menunjukan bahwa pendapatan pedagang warung kelontong sebelum dan sesudah kehadiran minimarket Alfamart dan Indomaret ada 3 informan yang mengalami penurunan dan ada 1 informan yang penghasilannya tetap. 3 informan pedagang yang jaraknya 100-250 meter, sedangkan 1 informan pedagang lain penghasilannya tetap karena dengan jarak yang cukup jauh sekitar 700 meter. Pendapatan yang dihasilkan oleh pedagang warung kelontong dari penjualan barang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan. Ketika pendapatan warung meningkat, keuntungan

yang diperoleh juga meningkat. Namun, jika pendapatan penjualan warung tersebut menurun, maka keuntungan juga akan berkurang.

Dengan adanya minimarket Alfamart dan Indomaret yang berada tidak jauh dengan warung kelontong, beberapa pedagang merasa dirugikan karena pendapatan penjualannya berkurang, begitu juga dengan pelanggannya. Orang lebih memilih berbelanja di minimarket Alfamart dan Indomaret dari pada warung kelontong karena selain menyediakan kebutuhan pokok dengan kualitas yang terjamin, minimarket Alfamart dan Indomaret juga menyediakan tempat yang bersih, ber-AC, pelayanan yang ramah, harga yang tidak jauh berbeda dan ada diskon. Apabila ada diskon harga bisa lebih murah dan tidak jauh beda dengan warung kelontong akibatnya pedagang merasa dirugikan.

Faktor-faktor yang menyebabkan penurunan pendapatan sebagai berikut:

a. Modal

Modal sangat penting saat memulai usaha dan memiliki dampak yang signifikan terhadap pendapatan warung kelontong. Di sisi lain, sebagian besar pemilik warung kelontong memiliki modal yang rendah. Modal adalah langkah awal setiap pelaku ekonomi dalam memulai suatu bisnis. Besar modal akan berdampak pada kelangsungan usaha dalam jangka panjang. Keberadaan minimarket Alfamart dan Indomaret membutuhkan dana yang tidak sedikit. Dari hasil analisis 4 informan hanya mengandalkan kemampuan sendiri dan penghasilannya dijadikan

untuk perputaran modal. Hal ini menyebabkan persaingan tidak seimbang sehingga mendorong pelanggan untuk berbelanja di minimarket Alfamart dan Indomaret.

b. Lokasi

Lokasi adalah hal yang penting dalam industri ritel, lokasi yang strategis akan menjadi langkah awal dalam keberhasilan sebuah bisnis. Dari hasil analisis data ada 3 informan lokasi warung kelontong tidak jauh dengan minimarket Alfamart dan Indomaret, namun, ada 1 informan yang jaraknya cukup jauh dari minimarket. Hal ini juga memberi dampak positif dan negatif bagi pedagang warung kelontong yaitu:

1) Dampak Positif

Dampak positifnya adalah pedagang sering membeli produk dari minimarket, tetapi hanya saat minimarket menawarkan diskon. Pedagang warung kelontong juga mengikuti penyusunan barang di Minimarket Alfamart dan Indomaret agar terlihat lebih rapi.

2) Dampak Negatif

Dampak negatifnya konsumen yang biasanya belanja di warung kelontong berpindah ke minimarket Alfamart dan Indomaret, karena jarak tidak terlalu jauh dan minimarket ini memiliki ruangan yang dingin (AC), tempat yang nyaman, pelayanan ramah dan bersih.

Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 112 tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern telah tertuang di Bab II Bagian Kedua

Pasal 3 mengenai penataan pusat perbelanjaan dan toko modern. Sebenarnya, pemerintah Indonesia sudah mengatur mengenai jarak warung kelontong dengan toko modern agar tidak saling berdekatan dalam perpres yang telah disebutkan diatas. Hal ini juga telah diatur Walikota Banjarmasin dalam Peraturan Daerah Kota Banjarmasin No. 20 tahun 2012 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

Setelah munculnya perda kabupaten tidak memberikan dampak signifikan terhadap pengendalian warung kelontong. Konsep perlindungan hanya menjadi sebuah aturan formal belaka tanpa mampu menegakkannya. Aturan tentang pendirian pasar modern harus mencakup dampak sosial ekonomi pasar dan bisnis tradisional yang ada di sekitarnya yang ada lebih dulu dianggap tidak serius. Indikasi untuk permainan antara pemerintah dan kelompok pengusaha pasar modern semakin terlihat. Hal ini, menimbulkan kesedihan pada pedagang kelontong dan pedagang lainnya.

c. Produk

Produk merupakan barang yang dijual oleh pedagang kecil maupun minimarket. Produk yang ada di minimarket hampir sama dengan produk yang di jual oleh pedagang warung kelontong, namun di warung kelontong tidak selengkap di minimarket Alfamart dan Indomaret. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis data yang disampaikan

informan iir selaku konsumen yang berbelanja di minimarket sebagai berikut:

“Saya suka belanja di minimarket Alfamart dan Indomaret karena barangnya lengkap, banyak varian dan bisa ngambil sendiri. Barang yang biasa dibeli adalah barang yang ada diwarung juga seperti mie dan minuman, namun kalaunya diwarung variannya tidak banyak seperti yang ada di minimarket Alfamat dan Indomaret”. *(Wawancara, April 2022)*

Pernyataan informan iir dikuatkan oleh informan dhea sebagai berikut:

“Saya sering belanja di minimarket Alfamart dan Indomaret karena tempatnya nyaman, bersih, banyak pilihan, dibandingkan dengan warung biasanya ada barang yang sudah berdebu padahal masih baru, hal tersebut membuatnya berpikir kembali untuk belanja diwarung kelontong”. *(Wawancara, April 2022)*

Pernyataan di atas dikuatkan oleh informan jumi sebagai berikut:

“Jumi sering belanja di minimarket Alfamart dan Indomaret dibandingkan warung kelontong, Padahal warung lebih dekat dari minimarket, karena dilihat dari segi pelayanan, kualitas barang, kebersihan, lokasi yang strategis, menarik, nyaman, ber-AC, barang yang dijual bervariasi, dan ada diskon. Barang-barang yang biasanya dibeli adalah mie, minuman, es cream,

shampoo, dan sabun. Meskipun barang-barang ini ada di warung kelontong tetapi jumi lebih tertarik ke minimarket karena juga dapat mengisi pembayaran shopee pay, listrik dan pdam”.
(Wawancara, April 2022)

Dari hasil pernyataan informan diatas dapat penulis simpulkan bahwa kebersihan tempat, kenyamanan, banyaknya varian produk, tata letak produk, dan bisa melakukan berbagai pembayaran seperti listrik, pdam, shopee pay dan lain-lain. Hal inilah yang menjadikan konsumen yang awalnya belanja diwarung kelontong menjadi berpindah ke Minimarket Alfamart dan Indomaret.

2. Strategi yang dilakukan oleh warung kelontong agar pendapatan bisa tetap bertahan dengan adanya minimarket Alfamart dan Indomaret

Dampak yang terjadi akibat kehadiran minimarket Alfamart dan Indomaret membuat pada pedagang di warung kelontong harus memiliki strategi agar usaha tetap bisa berjalan. Hasil analisis data dengan informan iwan selaku pedagang warung kelontong sebagai berikut:

“Keuntungan saya dulu sekitar 3.500.000 perbulan, sedangkan sekarang 3.000.000 perbulan, hal ini terjadi karena dampak persaingan antara minimarket Alfamart dan Indomaret, pendapatan saya tidak terlalu berkurang karena saya juga berjualan nasi untuk menambah penghasilan”. (Wawancara, Februari 2022)

Pernyataan dari informan Iwan dikuatkan oleh informan Irun sebagai berikut:

“Pendapatan saya mencapai 20.000.000 perbulan tapi keuntungan hanya 2.000.000 perbulan, strategi penjualan yang saya lakukan adalah dengan menjual barang yang tidak ada di minimarket dan membeli dagangan dipasar murah, sehingga saya bisa menjual dengan harga murah kepelanggan. Saya selalu jujur dengan pedagang ketika ada kelebihan uang saat berbelanja”. *(Wawancara, April 2022)*

Pernyataan dari informan irun dikuatkan oleh informan Della sebagai berikut:

“Penghasilan warung saya sebelumnya adalah 15.000.000 perbulan, sejak munculnya minimarket Alfamart dan Indomaret, keuntungan Della menurun drastis menjadi 7.000.000 perbulan. Saya tetap berjualan meski pendapatan menurun karena warung inilah sumber pendapatan. Untuk harga juga mengikuti harga pasar, strategi penjualan saya adalah dengan menjual bensin dimuka warung, menjual telur asin dan mempromosikan jualan melalui akun media sosial”. *(Wawancara, April 2022)*

Pernyataan diatas dikuatkan oleh informan Zahra namun pernyataannya kurang lebih sama saja dengan informan Della sebagai berikut:

“Sejak adanya minimarket Alfamart dan Indomaret pendapatan warung saya mengalami penurunan dari 6.000.000 perbulan menjadi

5.000.000 perbulan. Hal ini tidak menyurutkan semangat saya, namun saya menambah bisnis baru lagi dengan berjualan makanan, minuman kopi serta merenovasi warung agar pembeli bisa merasa nyaman saat berbelanja diwarung saya”. (*Wawancara, April 2022*)

Dapat penulis simpulkan bahwa strategi yang dapat dilakukan pedagang warung kelontong dengan cara menjual barang-barang seperti bensin, minyak tanah, telur asin, dan tali rafia yang tidak tersedia di Minimarket Alfamart dan Indomaret. Pedagang juga memiliki strategi lain untuk mengembangkan usahanya seperti menjual dengan harga yang murah dari pedagang lain, merenovasi tempat, menjual nasi lalapan dan minuman kekinian.

Persaingan merupakan kunci keberhasilan atau kegagalan suatu bisnis, pertumbuhan ekonomi saat ini telah memicu persaingan bebas, sehingga perlu dibangun strategi bersaing yang baik dan terintegrasi. Setiap kelompok usaha harus menghadapi tantangan untuk dapat memenuhi pelanggannya. Seiring dengan berkembangnya kebutuhan masyarakat, demikian pula persaingan dan pedagang warung kelontong harus mampu memahami apa yang diinginkan pasar atau pelanggan, serta memahami dan menafsirkan setiap keadaan yang berubah sebagai peluang.

Strategi bersaing adalah mempromosikan usaha pada posisi yang menguntungkan dan dapat dipertahankan terhadap kekuatan yang membentuk persaingan industri. Pedagang yang mempunyai barang dagangan yang

lengkap akan diserbu oleh pembeli dan begitu juga sebaliknya. Namun dilihat dari hasil analisis data para pedagang warung kelontong kurang memperhatikan variasi barang yang dijual, kebersihan tempat, pelayanan yang kurang ramah, hal tersebut menjadikan alasan dari pembeli untuk berpindah belanja ke minimarket Alfamart dan Indomaret.

Untuk barang yang dijual pedagang warung kelontong di Kelurahan Kebun Bunga selalu habis sebelum kedaluwarsa karena dari 4 informan yang diwawancarai, pedagang memilih untuk tidak menstok barang dengan jumlah banyak, walaupun membeli barang dagangannya setiap hari. Namun untuk sistem akad dalam jual beli hanya 3 informan yang selalu menerapkan, 1 informan lain jarang memperhatikan akad dalam jual belinya. Untuk Rukun jual beli terdiri dari penjual dan pembeli, barang yang diperjualbelikan, harga (uang), ijab dan qabul (Harun, 2017, hlm. 68–70).

Islam mengatur agar persaingan di pasar dilakukan secara adil. Setiap aktivitas apapun yang menyebabkan ketidakadilan dilarang. Undang-undang Republik Indonesia No. 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan usaha Tidak Sehat, dibentuknya undang-undang ini bagian Bab II Asas dan Tujuan pasal 3 adalah dengan tujuan untuk:

- a. Melindungi kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi perekonomian nasional sebagai salah satu upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat,

- b. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui persaingan usaha yang sehat untuk menjamin kepastian peluang berusaha bersama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah dan pelaku usaha kecil,
- c. Pencegahan praktek monopoli atau usaha tidak sehat yang disebabkan oleh pelaku usaha,
- d. Terwujudnya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha

Daya saing bisnis merupakan aspek penting dari semua hubungan kepercayaan dalam keyakinan Islam. Dalam bisnis, keluarga, atau di manapun dimana orang saling bersaing, kejujuran adalah kualitas yang paling sulit untuk dipupuk. Kita melihat dalam bisnis yang sukses dalam jangka panjang akan cenderung membangun semua hubungan yang berkualitas, jujur dan saling percaya, yang menjadi salah satu rahasia kesuksesan bisnis Rasulullah (Rezeki, 2020, hlm. 25–26).

Rasulullah saw memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Dalam hal perdagangan, Rasul tidak pernah melakukan apapun yang akan merugikan usaha pesaingnya. Bukan berarti gaya berdagang Rasul seadanya tanpa memperhatikan daya saing. Yang beliau lakukan dengan memberikan pelayanan terbaik dan menggambarkan secara jelas spesifikasi barang yang dijual, termasuk apakah barang tersebut cacat atau tidak. Secara alami, barang-barang seperti ini ternyata menjadi cara yang baik untuk meningkatkan kualitas penjualan dan menarik pelanggan tanpa merusak pedagang lain. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam menjalankan usaha sesuai dengan prinsip-prinsip Islam:

a. Persaingan yang sehat

Persaingan yang sehat sangat penting dalam setiap bisnis, dari hasil analisis data dari 4 informan semuanya melakukan persaingan usaha secara sehat tanpa menjatuhkan pihak lain, menjual dengan harga pasar dan tanpa mengambil keuntungan yang berlebihan. Hal ini didasarkan pada QS. Al-Baqarah [2] ayat 188

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخُلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا مِنْ أَمْوَالِ
النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ء

Artinya “Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui”.

b. Kejujuran dan keterbukaan

Seorang wirausahawan selalu terbuka dan terdepan dalam jual beli, sesuai dengan definisi kejujuran. Orang lain akan mempercayai kita jika kita memiliki watak yang jujur dan dia tidak perlu khawatir berbisnis dengan kita. Hasil analisis data hanya 2 informan yang selalu jujur apabila ada yang kedaluwarsa dan kelebihan uang saat belanja diwarungnya. Namun 2 informan lain tidak terlalu memperhatikan hal tersebut bahkan masih menjual barang yang kedaluwarsa dengan pelanggan. Hal ini penulis dapat dari hasil wawancara dengan informan amin selaku pembeli diwarung kelontong tersebut yaitu:

“Saya suka belanja diwarung kelontong sebab harga yang ditawarkan cukup murah dan lokasi warung dekat dengan tempat saya bekerja, tidak dengan minimarket Alfamart dan Indomaret. Saya pernah menemukan makanan yang sudah tidak renyah lagi, namun hal itu tidak menyurutkan keinginannya untuk berbelanja disana, karena pedagang warung yang saya datangi itu selalu menerapkan akad pada sistem jual belinya”.

(Wawancara, April 2022)

Pada zaman sekarang ini, cukup sulit untuk menemukan orang yang memiliki sifat jujur dan keterbukaan kepada pelanggan. Padahal, sifat terbuka ini merupakan salah satu rahasia sukses Nabi dalam bisnis penjualan barang-barang khodijah.

c. Keadilan

Salah satu cara mudah dalam berbisnis yang terkait dengan keadilan adalah tidak menaikkan atau menurunkan bobot timbangan dalam jual beli. Hasil analisis data yang sudah dilakukan dari 4 informan tidak ada yang melakukan kecurangan pada timbangan karena mereka sadar bahwa perilaku seperti ini dilarang dalam Islam. Mengenai takaran dan timbangan dijelaskan dalam QS. Al-Isra [17] ayat 35

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزَنُّوا بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya “Sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Itulah yang paling baik dan bagus akibatnya”.