

## Analisis Persaingan Harga Di Pasar Tradisional Dalam Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Tradisional Kelurahan Muara Sabak Ulu)

**Juminem Sri Lestari**

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

**Titin Agustin Nengsih**

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

**Muhamad Subhan**

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

*Korespondensi penulis: [juminemsrilestari@gmail.com](mailto:juminemsrilestari@gmail.com)*

**Abstract:** *Business is an activity of the economy, where business activities take place in the market. Where the market is a meeting place for traders and buyers. One of them is the Muara Sabak Ulu Traditional Market with traders who are predominantly Muslim. Competition is an organization or individual vying to get what they want. This study uses a type of qualitative research and the object of this research is the traditional market traders of Muara Sabak Ulu. Sources of data used are primary data and secondary data, the techniques used in collecting data are observation, interviews and documentation. The determination of the pricing mechanism at the Muara Sabak Ulu Traditional Market is found in the selling price and the interest of the buyer where the trader will raise the price of the goods above the price given by the distributor. The factor for the occurrence of violations of business ethics in the Muara Sabak Ulu Traditional Market is because the opportunity to cheat will encourage people to do so. The intention to cheat will increase if the trader is under pressure to achieve a goal that he feels is very important. There are traders in the Muara Sabak Ulu Traditional Market who comply with the ethics of trading and the principles of Islamic business ethics and there are also those who are not in accordance with the principles of Islamic business ethics.*

**Keywords:** *Analysis, Price Competition, Islamic Business Ethics*

**Abstrak:** *Bisnis adalah suatu kegiatan dari ekonomi, dimana tempat berlangsungnya kegiatan bisnis ada di pasar. Dimana pasar adalah tempat bertemunya pedagang dan pembeli. Salah satunya yaitu pasar Tradisional Muara Sabak Ulu dengan pedagang yang mayoritas beragama Islam. Persaingan adalah suatu organisasi atau perseorangan yang berlomba-lomba untuk memperoleh apa yang diinginkan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dan Objek penelitian ini adalah para pedagang pasar Tradisional Muara Sabak Ulu. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Penentuan mekanisme penetapan harga pada pasar Tradisional Muara Sabak Ulu terdapat pada harga jual dan minat pembeli yang dimana pedagang akan meninggikan harga barang diatas harga yang diberikan oleh distributor. Adapun Faktor terjadinya pelanggaran etika bisnis di pasar Tradisional Muara sabak Ulu karena kesempatan untuk berbuat curang akan mendorong orang untuk melakukannya, Kehendak main curang akan bertambah apabila pedagang tersebut mendapat tekanan untuk mencapai tujuan yang dirasakannya sangat penting. Pedagang di pasar Tradisional Muara Sabak Ulu ada yang sesuai dengan etika berdagang dan prinsip etika bisnis Islam dan ada juga yang tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.*

**Kata Kunci:** *Analisis, Persaingan Harga, Etika Bisnis Islam*

### LATAR BELAKANG

Sebagai khalifah di Bumi umat manusia berkewajiban mewujudkan kebaikan umum. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah melalui muamalah atau yang disebut dengan interaksi ekonomi yang meliputi kegiatan usaha. Bisnis adalah salah satu dari beberapa usaha atau kegiatan yang mendatangkan kekayaan. Tujuan umum berbisnis adalah mencari keuntungan sebanyak-banyaknya, namun terkadang dengan cara yang tidak etis. Bisnis Islami

*Received September 30, 2023; Revised Oktober 30, 2023; Accepted November 20, 2023*

\* Juminem Sri Lestari, [juminemsrilestari@gmail.com](mailto:juminemsrilestari@gmail.com)

adalah bisnis yang dituntun untuk mengelola dan menjalankan bisnis yang baik sehingga tidak hanya menghasilkan keuntungan tetapi juga mendapatkan ridho Allah.

Di era globalisasi yang semakin kompetitif, Para pelaku bisnis sepertinya lebih memilih mengambil jalan pintas dan meninggalkan nilai-nilai moral selama bisnis tetap bertahan, dari pada memaksakan moralitas dan membiarkan bisnis gagal. Mulculnya fenomena seperti itu menunjukkan bahwa norma moral hampir tidak mendapat tempat dihati para pembisnis, dan keegoisan sama dengan berkurangnya moral yang mengajak tentang kepedulian terhadap orang lain. Dari perspektif etika bisnis Islam pengusaha tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi mengejar kesejahteraan, yaitu mencapai stabilitas bisnis dengan memperoleh keuntungan yang wajar. Yang penting adalah keuntungan non-materi (spiritual) bukan hanya keuntungan material (duniawi).

Pengertian pasar berdasarkan keputusan menteri perindustrian dan perdagangan Nomor 420/mmp/kep/10/1997 Pasar adalah tempat terjadinya transaksi jual beli antara pembeli dan penjual. Pasar tradisional terdiri dari pemerintah, pemerintah daerah, swasta, pasar yang dibangun dan dikelola oleh BUMN dan BUMD, termasuk tempat yang beroperasi dalam bentuk toko, kios,

los dan tenda, dalam kemitraan dengan swasta, milik sendiri atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah dengan proses jual beli barang melalui tawar-menawar.

Pasar juga harus dipertahankan, karena merupakan representasi ekonomi rakyat kecil juga merupakan tempat bersandar pedagang kecil serta menengah. Pasar menjadi basis untuk petani, peternak, atau produsen lainnya. Sebagai pemasok pasar tradisional menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat dengan harga yang tergolong murah karena dapat diakses dari berbagai kalangan. Namun menurut Sri Khurriyatuazzahroh, jika kesepakatan hanya untuk mencari keuntungan besar dan itu adalah tujuan bisnis mereka, mereka cenderung menghalalkan berbagai cara untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Seperti yang diungkapkan oleh Abdul Latif dkk., banyak pembisnis yang tidak akan berhenti untuk mencari keuntungan, bahkan seringkali para pembisnis mengabaikan etika dalam berbisnis.

Dalam dunia bisnis tentunya ada konsep strategi pemasaran, beberapa contoh konsep strategi pemasaran adalah: potongan harga, barang promosi, bonus atau harga jual barang yang murah. Dalam hal ini, strategi pemasaran mempengaruhi minat calon pembeli. Dikombinasikan dengan strategi ini, bisnis adalah keuntungan sekaligus keberkahan. Tidak ada tempat untuk melakukan bisnis yang melanggar hukum syariah, baik dalam hal strategi, proses maupun praktik. Islam memiliki perangkat, yaitu norma-norma agama dalam segala aspek kehidupan, termasuk bisnis. Islam memperbolehkan perdagangan. Karena Nabi sendiri pada

awalnya berbisnis cukup lama. Namun, Rasulullah SAW tidak pergi tanpa aturan, norma atau batasan yang harus diperhatikan ketika melakukan perdagangan atau bisnis.

Tabel 1  
Jumlah pedagang di pasar tradisional  
Kelurahan muara sabak ulu

No	Jenis Pedagang	Jumlah Pedagang
1.	Sembako	5
2.	Sayuran	10
3.	Ikan	6
4.	Kue tradisional	5
Jumlah		26

*Sumber data dari kantor lurah muara sabak ulu*

Berdasarkan data melalui proses wawancara pakde Ramli pedagang ikan yang ada di pasar tradisional mengatakan “masih ada pedagang yang melakukan kecurangan seperti mencampur barang lama dengan barang baru sehingga pembeli tidak dapat memilihnya”. Sehingga pedagang dapat memberikan harga lebih murah dari pedagang lainnya. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti masih terdapat pedagang yang tidak menerapkan etika bisnis dalam berdagang misalnya dari segi kualitas yang sudah tidak bagus tetapi bilangannya masih bagus. Hal ini jelas tidak diperbolehkan dalam etika bisnis Islam.

Menurut Dian Marista dalam tesisnya tentang analisis persaingan usaha di pasar Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat dalam perspektif etika bisnis Islam. Persaingan perdagangan yang terjadi di dalam pasar yang terkena sanksi ditandai dengan banyaknya pedagang yang bebas menurunkan harga, dan masih ada banyak pedagang pasar tidak menjalankan etika bisnis Islam.

Adapun asas Etika bisnis adalah sifat komersial yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu usaha, dan sifat ini seringkali tidak dimiliki oleh pelaku usaha, sehingga tidak semua kegiatan perdagangan diperbolehkan. Etika bisnis sendiri merupakan seperangkat nilai benar, baik dan buruk yang tertuang dalam sebuah kode etik yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits. Tidak jarang para pedagang menyimpang dari prinsip etika bisnis seperti jujur dalam berbisnis. Integritas berdagang juga tercermin dari para pedagang dengan jujur mengatakan bahwa barang yang dijualnya berkualitas baik dan tidak ada barang campuran.

Berdasarkan data melalui proses wawancara pak Wahab seorang pembeli yang ada di pasar tradisional menyatakan bahwa “pernah membeli seafood karena bapak Wahab tidak bisa membedakan seafood yang lama dan baru jadi bapak Wahab bertanya langsung kepada pedagang dan pedagang mengatakan bahwa seafood tersebut baru dan memberikan harga lebih murah dari pedagang lain, setelah dimasak ternyata seafood tersebut banyak yang sudah busuk”

Menurut Sri Nawatmi dalam kajiannya tentang etika bisnis dalam prespektif Islam Banyak perusahaan yang tidak menerapkan etika dalam bisnisnya, sehingga terjadilah persaingan yang tidak imbang antara investor yang kuat dan modal lemah, dan banyak pedagang yang bertindak curang dan tidak memperhatikan etika.

Alasan kenapa memilih melakukan penelitian di pasar ini karena menurut Bapak Lurah pasar tradisional tersebut adalah satu-satunya pasar dan pasar terbesar dengan berbagai pedagang yang menjual makanan, sayuran, bahan makanan dll. Alasan memilih objek pedagang pasar tradisional karena di pasar sangat rentan pedagang melakukan penyimpangan/mengabaikan etika bisnis Islam. Seperti observasi awal peneliti bahwa “pasar cukup ketat dari segi kualitas, produk, pelayanan, dan harga. Contohnya seperti pedagang yang menarik pembeli sebanyak mungkin melalui strategi pemasaran dan harga produk mereka sendiri lebih rendah dari pesaing mereka”. Sedangkan etika bisnis Islam pada hakekatnya adalah kode etik berdasarkan Al-Quran dan Hadits yang dijadikan pedoman untuk setiap pelaku bisnis/usaha. Berdasarkan pertimbangan di atas, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **”ANALISIS PERSAINGAN HARGA DI PASAR TRADISIONAL DALAM ETIKA BISNIS ISLAM (studi kasus pasar tradisional kelurahan muara sabak ulu)”**. Untuk mengamati/melihat apakah para pedagang telah menerapkan etika dalam dagangannya yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Teori Persaingan Harga**

Persaingan usaha/bisnis merupakan salah satu istilah yang dominan muncul diberbagai literature tentang hukum persaingan usaha. Persaingan berasal dari bahasa inggris yaitu competition yang berarti kompetisi itu sendiri atau kegiatan pertandingan. Persaingan adalah ketika organisasi atau individu bersaing untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survey, atau sumber daya yang dibutuhkan.

Menurut Porter, persaingan adalah kesuksesan. Untuk mendapatkan kesuksesan dalam persaingan maka setiap pembisnis harus memiliki strategi dalam memperjual belikan barang dagangannya. Salah satunya dengan cara membuat kepercayaan yang dapat membangun hubungan yang positif dalam jangka panjang antara pembeli dan pedagang. Oleh karena itu persaingan usaha adalah persaingan yang terjadi antara pelaku bisnis agar dapat menarik pembeli dengan menawarkan harga yang murah dengan kualitas yang baik.

### **Etika Bisnis Islami**

Dalam membicarakan etika bisnis Islami itu menyangkut “Pusiness firm” atau “Bussiness Person”, yang memiliki arti bervariasi. Berbisnis berarti suatu usaha yang

menguntungkan, jadi etika bisnis islami adalah studi tentang seseorang atau organisasi yang melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran islam. Menurut Vincent Barry etika bisnis merupakan ilmu tentang baik buruknya terhadap seorang manusia, termasuk tindakan-tindakan relasi dan nilai-nilai dalam hubungan bisnis.

Setiap manusia membutuhkan kekayaan yang cukup untuk memenuhi segala kebutuhan hidupnya. Oleh karena itu manusia bisa selalu berusaha untuk mendapatkan kekayaan, dan cara agar memperoleh kekayaan dengan melalui kerja. Sedangkan salah satu dari pekerjaan ialah berbisnis. Kegiatan yang paling sering dan banyak dilakukan oleh manusia (muamalah) setiap waktu ialah kegiatan bisnis.

## **METODE PENELITIAN**

### **A. Metode dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif. Menurut Creswell, metode penelitian kualitatif ialah suatu pendekatan atau pencarian buat menggali serta memahami suatu fenomena sentral. Buat memahami kenyataan sentral ini, peneliti melakukan wawancara dengan partisipan atau partisipan penelitian menggunakan pertanyaan umum serta relatif luas. berita yang diperoleh berasal dari peserta kemudian dikumpulkan. Berita yang diperoleh pun berupa kata lisan yang direkam ataupun berupa teks dokumen yang kemudian dianalisis dan peneliti pelajari secara mendalam.

Adapun populasi penelitian ini yaitu pedagang di Kelurahan Muara Sabak Ulu.

Sedangkan sampel digunakan sebagai bagian dari semua individu yang menjadi objek penelitian. Sampel digunakan untuk memperoleh informasi objek penelitian dengan mengamati dari sebagian populasi, eksistensi sampel bertujuan agar dapat menyatakan secara sempurna dari sifat populasi untuk dapat menarik generalisasi dari sebuah hasil penyelidikan . pengambilan sampel ini langsung kepada pedagang yang ada di Pasar Tradisional Muara Sabak Ulu.

Teknik yang peneliti gunakan untuk pengambilan sampel penelitian ini ialah non probability dengan menggunakan teknik purposive sampling dimana teknik yang pengambilan sampelnya menggunakan sumber data, dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang dimaksud misalnya orang yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan mempermudah peneliti menjelajahi objek/situasi sosial yang diteliti.

## **B. Lokasi dan Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di pasar tradisional kecamatan muara sabak ulu dan subjek penelitian ini yaitu para pedagang pasar yang dimulai sejak bulan oktober 2022 hingga saat ini. Waktu penelitian dilakukan dipasar muara sabak ulu pada pagi hari yang ditinjau dari etika bisnis islam.

Peneliti tergerak untuk melakukan penelitian ini, karena perilaku konsumen masing-masing individu sangat tidak sinkron satu sama lain dan alasannya sangat beragam. Karena itu penulis merasa penasaran serta ingin mengetahui strategi apa yang dilakukan untuk menarik minat pembeli yang datang.

Alasan kenapa memilih melakukan penelitian di pasar ini karena menurut Bapak Lurah pasar tradisional tersebut adalah satu-satunya pasar dan pasar terbesar dengan berbagai pedagang yang menjual makanan, sayuran, bahan makanan dll. Alasan memilih objek pedagang pasar tradisional karena di pasar sangat rentan pedagang melakukan penyimpangan/mengabaikan etika bisnis Islam.

## **C. Jenis Dan Sumber Data**

### **a. Jenis Data**

Secara umum jenis data dapat diklarifikasikan menjadi dua bagian, yaitu data primer dan data sekunder.

#### **1. Data primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya atau langsung dari objek penelitiannya, atau seluruh data penelitian yang telah diperoleh di lapangan penelitian yaitu Pasar Tradisional Muara Sabak Ulu. Data primer tidak boleh diwakilkan atau diambil dari pihak kedua.

#### **2. Data sekunder**

Data sekunder ialah sejumlah data keterangan yang didapat secara tidak langsung melalui sumber perantara. Data tersebut diperoleh dengan cara mengutip sumber lain seperti karya ilmiah, buku, jurnal, arsip (dokumen) serta literature lainnya.

#### **a. Sumber Data**

Sumber data bisa diartikan sebagai suatu objek atau orang dimana peneliti mengamati, membaca atau bertanya tentang informasi tertentu yang berkaitan menggunakan masalah penelitian. Informasi yang diperoleh dari asal penelitian inilah yang kemudian disebut data Sumber data disini, berasal dari evaluasi lapangan (wawancara), rekaman yang peneliti olah melalui pengetikan dan dianalisis menggunakan data kualitatif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pembahasan Hasil Penelitian**

#### **1. Mekanisme Penetapan Harga di Pasar Muara Sabak Ulu**

Dalam pandangan ekonomi syariah penetapan harga dilakukan karena adanya kekuatan permintaan dan penawaran. Dimana permintaan dan penawaran ini terjadi secara rela sama rela yang dimana tidak ada pihak yang terpaksa atas harga yang diberikan dan tidak ada pihak yang merasa di rugikan. Dalam hal ini pedagang pasar tradisional tidak memaksa pembeli untuk membeli ataupun tidak. Seperti hasil wawancara dengan pedagang yang mengatakannya bahwa

“Saya membolehkan pembeli untuk memilih barang yang dibelinya”.

Di zamannya kenaikan harga terjadi karena ketidakadilan pelaku pasar. Pandangan ini pun di tolak karena kenaikan harga tidak selamanya disebabkan oleh ketidakadilan. Ada faktor lain yang mempengaruhi pasar seperti permintaan dan penawaran.

Penentuan harga biasanya diambil dari harga yang diberikan dari tempat pengambilan barang atau distributor seperti yang dikatakan oleh pedagang Pasar Tradisional Muara Sabak Ulu bahwa :

“Saya melihat harga pada saat mengambil barang dan biasanya saya mengambil untung 500-5000 tergantung barangnya”

Berdasarkan wawancara tersebut pedagang menentukan harga dari harga dimana ia mengambil barang dan memperjualkan dengan harga yang sedikit lebih tinggi. Yahya bin Umar mengatakan bahwa penetapan harga pasar harus sesuai dengan harga normal dan diatur sehingga tidak merusak pasar.

Dalam menentukan harga para pedagang juga harus melihat kualitas produk karena setiap harga produk pasti berbeda, jenis-jenis produk juga sangat berpengaruh pada minat beli konsumen. Untuk harga kebutuhan sekunder seperti parabotan biasanya harga ditetapkan berdasarkan kualitas produk tersebut semakin bagus kualitas produk itu maka akan semakin mahal juga penetapan harganya. Sedangkan kebutuhan primer seperti sembako itu lebih mengikuti harga pasar yang bersifat umum. Lain lagi dengan pedagang ikan yang penetapan harganya menyesuaikan kondisi, iklim, kelangkaan dan musim maka harganya akan naik seperti yang dikatakan pedagang ikan di pasar bahwa:

“Saya mengikuti harga pasaran dan kadang juga akan meninggikan karena iklim”.

Dalam menentukan harga biasanya para pedagang memperhitungkan tingkat kesulitan mendapatkan produk, modal dan biaya sewa. Yahya bin Umar berpendapat bahwa pedagang harus memberikan harga yang normal selain itu juga pedagang harus memperhatikan

kualitas barang dagangannya sebelum diperjual belikan agar tidak ada pembeli yang merasa dirugikan berdagang. Seperti halnya yang dikatakan oleh pembeli di pasar Tradisional Muara Sabak Ulu bahwa:

“Saya sebagai pembeli jika ingin membeli barang saya akan melihat kualitas dan harga jika sesuai dengan yang dikasih maka saya akan membelinya tetapi yang namanya pembeli pasti akan menawar meskipun harganya tidak terlalu mahal pasti akan tetap ditawar.”

Berdasarkan wawancara tersebut pembeli juga akan memperhatikan kualitas produk yang bagus dan sesuai dengan harga yang diberikan tentunya, pembeli akan memilih belanja ditempat tersebut dari pada ditempat lain yang harganya sama tetapi berbeda kualitas. Seperti halnya yang dikatakan Yahya bin Umar barang yang di perjual belikan harus benar-benar layak tidak ada kecacatan dan penipuan yang disembunyikan dari pembeli karena perbuatan seperti ini dapat merugikan pembeli dan termasuk kebohongan dalam berdagang.

Beberapa macam persaingan dalam pemasaran yaitu barang, tempat, pelayanan Dll. dalam pemasaran objek yang sering menjadi pusat bersaing dan bentuk persaingan di Pasar Tradisional Muara Sabak Ulu yaitu persaingan dalam bentuk produk, harga, tempat dan pelayanan.

#### a. Persaingan Produk

Seperti yang dikatakan salah satu pedagang di pasar Tradisional bahwa:

“Saya menjual barang yang berkualitas agar para pembeli itu tertarik untuk melihat barang yang saya jual, kalau barang itu berkualitas atau bagus pasti pembeli itu akan merasa puas dan akan kembali lagi kesini untuk membeli barang dagangan saya”.

Sering kali ditemukan pedagang yang menjelek-jelekan pedagang lain dengan alasan memiliki produk yang sama dengan mengatakan miliknya asli sedangkan yang dijual oleh pedagang lain itu palsu dengan memasang harga yang sama. Seperti salah satu pedagang yang mengatakan bahwa:

“saya akan menjual ikan yang tidak habis kemaren dan mencampur dengan yang baru karena menurut saya masih layak dan saya tidak akan mengambil untung yang berlebih”.

Melihat pernyataan seperti ini, pedagang tersebut tidak menjalankan etika bisnis Islam yakni berkata bohong/pemalsuan informasi dengan tidak menerapkan prinsip kebajikan dan kejujuran. Meyakini bahwa rezeki telah diatur Allah atur akan menumbuhkan rasa percaya diri dan dapat menumbuhkan kekuatan serta semangat jika ia memperoleh keuntungan atas barang yang dijual karena itu semua merupakan campur tangan dari Allah dan seharusnya ia bersyukur ketika barangnya belum laku terjual.

Pedagang yang melakukan segala cara demi mendapatkan keuntungan yang banyak dengan cara menipu maka ia akan tidak sadar bahwa ia telah merugikan dagangannya sendiri dan jika barang dagangannya laku keras maka rezeki yang ia peroleh tidak mendapatkan berkah dari Allah. Dalam membeli barang para pedagang tidak memaksa pembeli untuk membeli barang dagangannya. Para pedagang membebaskan pembeli untuk membeli dan memilih barang yang ia butuhkan. Seperti yang dikatakan oleh salah satu pedagang bahwa

“saya membolehkan pembeli untuk memilih barang yang dibelinya”.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti, dapat dilihat bahwa pedagang pasar sudah memperhatikan kualitas barang dalam menarik minat pembeli dan masih ada juga yang tidak.

#### b. Persaingan Harga

Seperti yang dikatakan salah satu pedagang pasar Muara Sabak Ulu bahwa:

“Saya menentukan harga sesuai dengan kesepakatan tapi harga yang diberikan lebih tinggi dari harga yang saya ambil dari produsen. Tetapi kadang saya juga mengikuti harga pasar”.

Persaingan yang terjadi di pasar Tradisional Muara Sabak Ulu merupakan hal yang wajar bagi para pedagang. Harga di pasar Tradisional Muara Sabak Ulu disesuaikan dengan penawaran dan permintaan Seperti yang dikatakan oleh pedagang pasar bahwa:

“Saya sering memberikan potongan harga jika total barang yang dibelinya 23.000 dan pembeli menawar maka akan saya genapin menjadi 20.000”.

Dalam melakukan transaksi pedagang tidak mempermasalahkan harga, karna jika ada pedagang yang menurunkan harga selagi konsumen menerima maka transaksi akan tetap berlanjut dan tidak menimbulkan persaingan dengan pedagang lain meskipun tidak jarang terdapat pedagang yang merasakan kecemburuan. Terdapat aturan/hukum permintaan, jika stok barang banyak dan permintaan sedikit maka harganya akan ikut turun begitupula sebaliknya.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti, dapat dilihat bahwa pedagang pasar dalam menarik minat pembeli melalui harga, mereka memberikan potongan harga, mereka juga memberikan harga sesuai kesepakatan pembeli dan pedagang.

#### c. Persaingan Tempat

Tempat merupakan daya tarik pembeli seperti tempat nyaman, bersih, terhindar dari barang haram. Keadaan persaingan di pasar terkait tempat tidak begitu berlomba-lomba karena semua tempat yang ditempati oleh pedagang sudah layak dan tempat berdagang pun dari minggu ke minggu memang ditempati orang yang sama sehingga memudahkan pembeli untuk

mencari tempat belanja berlangganan dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga. Pedagang pasar mengatakan bahwa:

“Tempat yang saya ambil ini strategis dan mudah untuk di jangkau dan juga dekat dengan sungai Batanghari”.

Dari hasil wawancara tersebut ia mengatakan bahwa tempat yang sudah diambil adalah tempat yang strategis dan mudah di jangkau oleh konsumen. Dari observasi peneliti juga bahwa tempat berjualan yang ada di pasar sangat strategis karena tempat nya tepat pada persimpangan empat dan dekat dengan sungai Batanghari tetapi di pasar itu belum menyediakan tempat untuk parker motor. Para pembeli yang berbelanja disana harus memarkirkan kendaraan mereka di depan toko-toko milik orang lain. Sehingga jika kendaraan roda empat lewat maka jalanan tersebut akan macet.

Dari wawancara ini dapat kita lihat bahwa tempat yang untuk berdagang para pedagang sudah cukup strategis.

#### d. Persaingan Pelayanan

Pelayanan yang baik merupakan sesuatu yang harus dilakukan oleh pedagang dalam mempromosikan barang, seperti yang dikatan seorang pedagang yang berada di pasar Tradisional Muara Sabak Ulu bahwa:

“kita harus memberikan pelayanan sebaik mungkin karena pembeli adalah raja”.

Pedagang yang pintar akan melayani pembeli dengan baik, jujur, ramah, tidak berkata kasar dan memberikan informasi sebaik mungkin. Para pedagang pasar Tradisional Muara Sabak Ulu telah memberikan pelayanan baik kepada pembeli. Tidak jarang pula para pedagang memberikan barang lebih atas barang yang di beli nya karena telah memberi barang dagangannya. Pedagang pasar mengatakan bahwa:

“Jika ada pembeli datang saya akan memanggil dan menawari murah aja bu, mari di beli”.

Dalam Islam ada berbagai cara yang diperbolehkan dalam menarik minat pembeli sesuai dengan aturan etika dalam berbisnis dan tidak bertentangan dengan norma agama. Adapun bentuk persaingan di Pasar Tradisional Muara Sabak Ulu adalah persaingan harga, kualitas, tempat, dan pelayanan. Persaingan tersebut harus di perhatikan agar tidak terjadi penyimpangan.

Dari hasil wawancara tersbut dapat dilihat bahwa pedagang pasar menarik minat pembeli melalui sikap ramah kepada pembeli berkata jujur dan sopan.

## **2. Faktor Terjadinya Pelanggaran Etika Bisnis Islam**

Seperti yang di katakana Lili seorang pedagang di pasar Tradisional Muara Sabak Ulu bahwa :

“Saya menjual ikan kemarin yang tidak habis terjual karena menurut saya ikan itu masih layak dijual.”

Pelanggaran etika muncul karena adanya pelaku bisnis yang memikirkan bagaimana mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Dampak buruk yang terjadi jika pedagang tidak melakukan aturan dalam berdagang maka hal tersebut bisa berdampak tidak percayanya pembeli terhadap barang yang dijualnya, sehingga penjualan akan semakin menurun dan bisa-bisa pedagang itu bangkrut. Seperti yang dikatakan oleh pedagang pasar bahwa:

“Karna setiap harinya pedagang akan memikirkan barang yang akan di jualnya besok sehingga ketika barang yang dijualnya tidak laku maka ia akan menjualnya lagi”.

Sehinnga situasi ini masih sering di dimanfaatkan untuk kepentingan mengambil keuntungan kelompok atau individu. Seperti yang di katakana pedagang pasar bahwa:

“setiap harinya barang dagangan akan naik turun jadi kalo ga pintar-pintar kita mencari untung kita ga bisa mutar modal lagi.”.

Pelanggaran etika bisnis sering terjadi karena adanya persaingan antara kelompok bisnis. Mereka akan berlomba-lomba supaya bisnis yang ia jalan kan tetap bertahan dan laku keras. Seiring muncul nya masalah ini pembisnis mencari cara agar usahanya dapat berkembang. Jika etika bisnis diterapkan maka perekonomian akan segera membaik. Untuk itu harusnya disarankan adanya dukungan dan niat dari lingkungan baik dari lingkungan pemerintah ataupun masyarakat untuk memanimalisir kasus pelanggaran etika bisnis ini.

Dari hasil wawancara peneliti dapat dilihat bahwa kecurangan terjadi Karna setiap harinya pedagang akan memikirkan barang yang akan di jualnya besok sehingga ketika barang yang dijualnya tidak laku maka ia akan menjualnya lagi dan barang dagangan pun setiap harinya akan mengalami naik turun harga.

## **3. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Para Pedagang di Pasar Tradisional Muara Sabak Ulu**

Etika bisnis Islam adalah suatu proses dan upaya untuk mengetahui mana yang baik dan buruk, dalam menjalankan usaha pelaku usaha dituntut untuk menjalankan usahanya sesuai dengan etika bisnis dalam melakukan setiap kegiatannya.

Perilaku pedagang Pasar Tradisional Muara Sabak Ulu terdiri dari lima pedagang yang sesuai dengan prinsip etika bisnis yang di kuatkan dengan hasil wawancara yang dimana telah menjalankan prinsip etika bisnis Islam yaitu kesatuan, kehendak bebass,

kebijakan/kejujuran, tanggung jawab dan keseimbangan sebagai tolak ukur namun ada satu pedagang yang tidak menjalankan prinsip kejujuran/kebajikan dan keseimbangan.

## **KESIMPULAN & SARAN**

### **Kesimpulan**

Penentuan mekanisme penetapan harga pada pasar Tradisional Muara Sabak Ulu berdasarkan pada permintaan dan penawaran, penentuan juga diambil dari tempat dimana pedagang mengambil barang, barang sekunder seperti parabiton biasanya dilihat dari kualitas produk, barang yang bersifat primer seperti sembako biasanya mengikuti harga pasar yang bersifat umum sedangkan pedagang ikan menetapkan harga menyesuaikan kondisi iklim dan kelangkaan .

Faktor terjadinya pelanggaran etika bisnis di pasar Tradisional Muara sabak Ulu Karna setiap harinya pedagang akan memikirkan barang yang akan di jualnya besok sehingga ketika barang yang dijualnya tidak laku maka ia akan menjualnya lagi dan barang dagangan pun setiap harinya akan mengalami naik turun harga.

Pedagang di pasar Tradisional Muara Sabak Ulu sudah ada yang menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Prinsip etika bisnis Islam yang diterapkan pedagang yaitu dengan menghadapi persaingan dengan sewajarnya karena rezeki tidak akan tertukar(tauhid), kebebasan untuk para pembeli untuk memilih barang (kebebasan), pembeli boleh menukar dengan barang lainnya (tanggung jawab) jika barang yang dibeli nya terdapat kecacatan. Dan ada juga yang tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yaitu menyembunyikan cacat barang (keseimbangan), tidak merugikan pihak lain (kebajikan/kejujuran).

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dalam penelitian yang sudah di jelaskan di atas tentang persaingan harga di pasar Tradisional Muara Sabak Ulu, peneliti memberikan saran agar dapat memberikan masukan kepada pihak yang terkait guna untuk mengambil kebajikan dimasa yang akan datang.

Pedagang yang terdapat di pasar Tradisional Muara Sabak Ulu sebaiknya menerapkan bisnis dengan persaingan yang sehat sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam seperti tauhid, keseimbangan, kejujuran, kehendak bebas, dan tanggung jawab dalam bertransaksi. Karena bisnis bukan hanya tentang mengambil keuntungan sebanyak-banyaknya yang berupa materi saja, namun juga keberkahan atas rizki yang diperoleh dari Allah SWT. Selain itu untuk sesama pedagang pasar Tradisional diharapkan dapat bersaing secara sehat dan tetap menjaga silaturahmi.

Peneliti mengharapkan para pedagang jujur atas barang yang di perjual belikan, tidak menyembunyikan cacat barang yang berakibat merugikan orang lain dan selalu memperhatikan kualitas barang dagangan nya.

## DAFTAR REFERENSI

### Al-Quran

Agama RI, Departemen. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: PT. Syaamil Cipta Media, 2005.

### LITERATUR

Aan Komariah And Djam'an satori. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2012.

Alma, Buchari. *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islai*. Bandung: CV Alfabeta, 1994.

Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islam*. Semarang: Walisongo Press, 2009.

Ghony, Djunaidi. *Analisis dan Interpretasi Data Penelitian Kualitatif*. Bandung: Refika, 2020.

Havis Aravik Dan Fakhry Zamzam. *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Palembang: Deepublish, 2020.

Ibnu Sujojto Dan Basu Swasta. *Pengantar Bisnis Modern Pengantar Perusahaan Modern*. Jakarta: Liberty Offset Yogyakarta, 2000.

Kartajaya, Hermawan. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Media Utama, 2006.

Kuncoro, Mudrajad. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga, 2005.

Muhammad Widjajakusuma Dan Muhammad Ismail, *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani, 2008.

Qardawi, Yusuf. *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, Jakarta: Robbani Press, 2004.

Rahmadi. *Pengantar metodologi penelitian*. Banjarmasin: Antasari press, 2011.

Semiawan, Conny R. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo, 2010.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2009.

Sumar'in, *Ekonomi Islam: Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Prespektif Islam*. Yogyakarta: Ghara Ilmu, 2013.

### JURNAL

Afrida, Yeni. "Intervensi Pemerintah Indonesia Dalam Menetapkan Harga BBM Ditinjau Dari Mekanisme Pasar Islam." *Fitrah: Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman* 1, no 1 (2015): 71-88. <http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/F/article/view/328>

- Aizuhdi Dan Ainul Imrnah. "Struktur pasar dan persaingan harga pasar persaingan sempurna (tinjauan ekonomi islam)." *J-EBI: jurnal ekonomi dan bisnis islam* 1, no. 1 (2022): 35. <http://ejournal.stais.ac.id/index.php/j-ebi/article/view/116>
- Gumilar, Angga." Etika Bisnis Dalam Nilai-Nilai Islam." *Adbis: Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis* 7, no. 01 (Februari, 2017): 56. <https://jurnal.stisipbp.ac.id/index.php/ADBIS/article/view/27>
- Hoetomo. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Mitra Pelajar, 2005. <https://jurnal.staisebelasapril.ac.id/index.php/almujaddid/article/view/25>
- Hofifah, Siti. "Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musliman Di Ngebel Ponorogo Ditinjau Dari Prespektif Etika Bisnis Islam." *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 3, no. 2 (2020): 37-44. <https://journal.uir.ac.id/index.php/syarikat/article/view/6469>
- Latif, Abdul. "Etika Persaingan Dalam Usaha Menurut Pandangan Islam, Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis dan Analisis Persaingan Usaha di pasar Kenali." *Economic Journal* 3, No. 02 (Desember, 2017): 134. <https://core.ac.uk/download/pdf/235573047.pdf>
- Muhammad Ali Rusdi Bedong, Rosmaya et al., "Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Pabbagang di Desa Pallemeang Kabupaten Pinrang." *Diktum: Jurnal Syariah dan Hukum* 20, no. 01 (Juli 1, 2022): 16. <http://ejournal.iainpare.ac.id/index.php/diktum/article/view/2711>
- Nigrum, Dini Sentya, et al. "Etika Bisnis Islam Seni Berbasis Dalam Keberkahan." *Izdihar: Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 1 (2021): 69-89. <https://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/izdihar/article/view/1702>
- Pitoy, Claudia Vanesha. "Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution." *Jurnal berkala Ilmiah Efisiensi* 16, no. 03 (September 15, 2016): 303. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/13320>
- Solihin, Budi. "Konsep mekanisme pasar dan persaingan harga dalam islam." *Al-Mujadid: Jurnal Ilmu-Ilmu Agama* 1, no. 02 (April, 2019): 35. <https://jurnal.staisebelasapril.ac.id/index.php/almujaddid/article/view/25>
- Supianto. "Pendekatan se Illegal dan Rule of reason dalam Hukum Persaingan Usaha di Indonesia." *Jurnal Rechtsens* 2, no. 01 (Juni, 2013): 48-49. <https://repository.unair.ac.id/35678/>
- Syahputra, Angga. "Etika Berbisnis Dalam Pandangan Islam." *At-Tijarah: jurnal penelitian keuangan dan perbankan syariah* 3, no. 1 (2019): 23. <https://ejournal.iainlhokseumawe.ac.id/index.php/AT-TIJARAH/article/view/707/469>
- Tanwir. "Konsep Etika Memenangkan Persaingan Usaha." *Muamalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah* 10, no. 1 (2018): 57-78. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/muamalat/article/view/2782>

## WAWANCARA

Ahun, "Wawancara Pedagang Pasar Tradisional" 30 Maret 2023

Anton, "Wawancara Pedagang Pasar Tradisional" 30 Maret 2023

Basir, “Wawancara Pedagang Pasar Tradisional” 29 Maret 2023

Edi , “Wawancara Pedagang Pasar Tradisional” 30 Maret 2023

Kantor Lurah Muara Sabak Ulu

Mirna, “Wawancara Pedagang Pasar Tradisional” 30 Maret 2023

Misno, “Wawancara Pedagang Pasar Tradisional” 30 Maret 2023

Observasi Peneliti. 24 November 2022

Ramli. “Wawancara Pengelola Pasar Tradisional” 24 November 2022

Rendi, “Wawancara Pedagang Pasar Tradisional” 30 Maret 2023

Ujang, “Wawancara Keamanan Pasar Tradisional” 29 Maret 2023

Wahab, “Wawancara Pedagang Pasar Tradisional” 24 November 2022

Yana, “Wawancara Pedagang Pasar Tradisional” 29 Maret 2023

### **SKRIPSI**

Butarbutar, Bosman. “Peranan Etika Dalam Bisnis.” Ph. D Thesis, Universitas Mercu Buana Jakarta, 2019.

Khurriyatuzzahroh, Sri, “Analisis Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Pasar Juwana Baru Pasca Kebakaran).” Ph. D Thesis, STAIN Kudus, 2016.

Marista, Dian. “Analisis Persaingan Usaha Di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat Ditinjau Dari Prespektif Etika Bisnis Islam.” Ph D Thesis, UIN Raden Intan Lampung, 2018.

Mursidah, Umi. “*Penerapan etika bisnis islam dalam transaksi jual beli dipasar tradisional (studi pada pasar betung kecamatan sekincau kabupaten lampung barat).*” Ph D Thesis Universitas Islam Negri Raden Intan Lampung Barat, 2017.

Nawatmi, Sri. “Etika Bisnis Dalam Prespektif Islam.” Ph. D Thesis, Universitas Stikubank Semarang, 2010.

Syahrizal, Ahmad. “Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam.” Ph. D Thesis, STAI An-Nadwah Kuala Tungkal, 2018.

Wicaksono, Wildan Setya. “Analisis Peraingan Pasar Tradisional Dengan Pasar Modern Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.” Ph. D Thesis, IAIN Kediri, 2017