

BAB V

PEMBAHASAN

A. Faktor-Faktor yang Mendasari Persaingan Bisnis Usaha Ikan Konsumsi Dalam Mengelola Usaha

Dalam menjalankan usaha tak lepas dari persaingan usaha dimana dalam persaingan tersebut adanya beberapa faktor yang mendasarinya guna mendapatkan keunggulan kompetitif.

Pertama, adanya penurunan kualitas ikan secara alami hal ini menjadikan usaha tersendiri untuk mendapatkan keunggulan dalam menarik konsumen dengan cara menjaga kualitas ikan, karena ikan yang bagus menjadi incaran bagi para konsumen. menjaga kualitas produk yang dilakukan oleh pengusaha usaha ikan adalah mengupayakan agar tetap dalam keadaan beku dengan memberi es serta di bekukan di gudang pendingin serta mengupayakan agar ikan yang dijualnya cepat terjual dan dengan keadaan beku atau dingin karena jika terlalu lama di gudang pendingin maka kualitas barang akan menurun dan mempengaruhi harga karena jika ikan yang kualitasnya buruk tidak dapat dijual dengan harga yang mahal dan permintaan akan menjadi menurun.

Menjaga kualitas barang merupakan hal yang penting dilakukan oleh pengusaha karena kualitas atau mutu merupakan salah satu factor penting yang terkandung dalam sebuah produk ikan berdasarkan tujuan dan pemakaiannya merupakan termasuk dalam klasifikasi produk berdasarkan

produk barang konsumsi.²⁸ Sehingga kualitas produk dapat berpengaruh besar bagi konsumen.

Kedua, menjaga ketersediaan karena penurunan kuantitas ikan secara alami hal ini membuat pelaku usaha usaha ikan konsumsi berupaya menjaga adanya ikan yang dijual di pasar selalu ada untuk pelanggan agar pelanggan tidak lagi ke usaha lain dalam menjaga persediaan produk yaitu dengan membuka jaringan keberbagai wilayah yang banyak terdapat ikan yang dibutuhkan. Karena di beberapa tahun terakhir ikan yang di tangkap oleh nelayan khususnya daerah Jawa Timur semakin menurun membuat usaha ikan konsumsi tidak hanya membuat jaringan kerja pada pengepul saja. Hal ini bertujuan agar tidak tergantung musim panen ikan di wilayah Indonesia khususnya daerah Jawa Timur sehingga setiap dibutuhkan ketersediaan produk selalu ada untuk dijual kepada pelanggan.

Tujuan dalam aktivitas pemasaran adalah mewujudkan keberlangsungan usaha dan memuaskan pelanggan. Dengan manajemen ketersediaan produk yang baik maka dapat terjadi proses transaksi yang menghasilkan laba bagi para pengusaha serta dapat memenuhi kebutuhan para pelanggan.

Ketiga, faktor keuangan dan pengembangan usaha yang dilakukan oleh usaha ikan konsumsi adalah dalam upaya pengembangan usaha salah satunya dengan menambah gudang pendingin, dengan adanya gudang pendingin persaingan harga bukan menjadi hal yang dapat merugikan karena jika ikan tidak terjual maka dapat ditimbun di gudang pendingin dan dikeluarkan jika

²⁸ Djaslim Saladin. Intisari *Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, Cetakan ke 3. (Jakarta: Linda Karya, 2003), hal. 72

harga sudah stabil. Dalam hal keuangan yang dilakukan adalah dengan menjaga kas usaha karena para usaha untuk tetap menjaga loyalitas para pelanggan, sehingga hal ini membuat usaha ikan konsumsi untuk manajemen keuangan usaha agar keuangan tidak defisit karena hutang para pelanggan dan guna kelangsungan usaha.

Bisnis yang bagus merupakan bisnis yang selalu berkembang ke arah yang lebih baik. Dengan adanya perkembangan bisnis maka bisnis akan dapat mengatasi segala hambatan yang ada baik dari faktor pesaing maupun kemampuan dalam memproduksi. Perkembangan bisnis dalam pengelolaan usaha dapat menjadi sebuah keunggulan kompetitif bagi pengusaha dalam menghadapi pesaing bisnis.

Keempat, persaingan usaha yang semakin banyak membuat tingkat persaingan menjadi lebih besar. Sehingga pelaku usaha usaha ikan konsumsi harus mempunyai inisiatif manajemen usaha yang baik dan mengetahui semua unsur-unsur yang berkaitan dengan penjualan guna kelangsungan usaha dan mendapatkan keunggulan kompetitif. Adapun inisiatif dan mengetahui unsur-unsur yang berkaitan dengan penjualan meliputi mengetahui faktor pendorong dan penghambat dalam penjualan serta unsur-unsur dalam penjualan seperti harga yang pas untuk pelanggan, produk yang diinginkan oleh pelanggan serta pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, dalam prakteknya para usaha dalam menghadapi persaingan dilakukan secara terbuka dan tidak ada unsur saling menjatuhkan antar sesama pelaku usaha. Hal ini sesuai dengan penelitian yang

telah dilakukan oleh Hidayah²⁹ yang menganalisis persaingan para pedagang di pasar Ganefo Mranggen Demak. Penelitian ini menghasilkan persaingan yang dilakukan oleh para pedagang meliputi persaingan tempat, persaingan harga, persaingan kualitas barang dan persaingan pelayanan.

B. Strategi Pemasaran Usaha Ikan Konsumsi Dalam Menghadapai Persaingan

Pengusaha usaha ikan konsumsi dalam menghadapi persaingan bisnis menggunakan beberapa strategi pemasaran dengan tujuan mendapatkan keunggulan kompetitif dalam persaingan bisnis. Strategi dipahami pula sebagai sebuah pola yang mencakup di dalamnya baik strategi yang direncanakan (*intended strategy and deliberate strategy*) maupun strategi yang awalnya tidak dimaksudkan (*emerging strategy*) tetapi menjadi strategi yang dipertimbangkan bahkan dipilih untuk diimplementasikan.³⁰ Upaya strategi pemasaran itu meliputi:

Pertama, tempat merupakan lingkungan dimana terjadinya proses transaksi jual beli. Strategi tempat usaha ini merupakan salah satu patokan keberhasilan suatu usaha, karena tempat merupakan hal pertama kali yang dilihat dan dipertimbangkan oleh calon pembeli. Kebersihan dan kenyamanan tempat usaha harus diperhatikan apabila ingin menaik banyak pelanggan.

Kedua, Harga merupakan jumlah biaya yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang dan pelayanan. Strategi harga

²⁹ Novita Sa'adatul Hidayah, *Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*. (Semarang: UIN Walisongo, 2015)

³⁰ Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*. (Jakarta: Erlangga, 2012), hal. 64

yang dapat dijangkau oleh pelanggan menjadi pendorong penjualan. Pengusaha ikan memberikan harga sesuai dengan kualitas barang sehingga harga yang tinggi mendapatkan kualitas yang tinggi pula dan sebaliknya.

Ketiga, kualitas produk yang dibutuhkan oleh para pelanggan, kualitas dan harga merupakan satu kesatuan dalam usaha penjual ikan ikan kualitas bagus harga akan bagus dan sebaliknya. Sehingga strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha usaha ikan konsumsi adalah dengan mengupayakan menjaga kualitas barang dagangan agar ikan tetap segar yang berdampak pada harga jual tetap tinggi. Serta untuk menarik dan memuaskan pelanggan adanya upaya dalam meningkatkan jumlah variasi ikan serta jumlahnya hal ini merupakan strategi pemasaran menggunakan *product line* yang menerapkan lebar dan kedalaman produk.

Keempat, Pelayanan dan promosi merupakan satu paket dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh setiap pengusaha. Pelayanan yang bagus menjadi sebuah faktor pendorong penjualan usaha yang dilakukan para pelaku usaha usaha ikan konsumsi diantaranya yaitu dengan mengerti kebutuhan para pelanggan dan memberikan pembayaran yang mudah tidak harus tunai serta menjaga hubungan baik kepada pelanggan yang meliputi sopan santun kepada pelanggan dan bersahabat. Sedangkan promosi menjadi nilai tambah dan salah satu cara mempertahankan para pelanggan agar selalu menjadi pelanggan tetap dan semakin loyal. Promosi yang dilakukan dilakukan secara langsung oleh usaha, hal ini dikarenakan para usaha ingin membangun relasi yang lebih kuat terhadap para pelanggan setianya.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Athfal³¹ yang menganalisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada PT. Lestari Jaya Kebasen Banyumas. Dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa strategi yang dilakukan dengan mematok harga yang sesuai di pasaran, meningkatkan kualitas, memberikan pelayanan yang baik terhadap para pelanggan serta memberikan promosi untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.

C. Strategi Pemasaran Dalam Menghadapai Persaingan Bisnis Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam

Usaha ikan konsumsi merupakan sebuah usaha perdagangan yang menyediakan bahan baku ikan secara besar yang dijual kepada para pelaku usaha, tentunya dengan landasan islam yang berlaku adil dalam setiap pekerjaan. Keadilan merupakan landasan nilai-nilai instrument ekonomi Islam. Watak nilai keadilan adalah bahwa masyarakat ekonomi haruslah merupakan masyarakat yang memiliki sifat makmur dalam keadilan dan adil dalam kemakmuran.³²

Ikan laut merupakan sumber daya alam yang bisa dimanfaatkan oleh manusia, allah berfirman dalam surat An-nahl ayat 14 menyebutkan:³³

³¹ Afriadi Muflikhul Athfal, *Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Volume Penjualan*. (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2016)

³² Muh Said, *Pengantar Ekonomi Islam Dasar-dasar dan Pengembangan*. (Pekanbaru: Suka press, 2008), hal. 10

³³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya*. (Diponegoro, 2008)

وَهُوَ الَّذِي سَخَّرَ الْبَحْرَ لِتَأْكُلُوا مِنْهُ لَحْمًا طَرِيًّا وَتَسْتَخْرِجُوا مِنْهُ حِلْيَةً
تَلْبَسُونَهَا وَتَرَى الْفُلْكَ مَوَاجِرَ فِيهِ وَلِتَبْتَغُوا مِنْ فَضْلِهِ وَلِعَلَّكُمْ
تَشْكُرُونَ

Artinya: *Dan Dialah, Allah yang menundukkan lautan (untukmu), agar kamu dapat memakan daripadanya daging yang segar (ikan), dan kamu mengeluarkan dari lautan itu perhiasan yang kamu pakai; dan kamu melihat bahtera berlayar padanya, dan supaya kamu mencari (keuntungan) dari karunia-Nya, dan supaya kamu bersyukur.*

Dalam hal ini kegiatan strategi pemasaran guna menghadapi persaingan bisnis yang dilakukan dalam pandangan etika bisnis Islam meliputi, sebagai berikut:

1. Persaingan Barang Dagangan (Produk)

Produk yang dijual merupakan semua jenis ikan yang disukai oleh masyarakat, untuk menjaga ketersediaan produk para pelaku usaha usaha ikan konsumsi membuka jaringan keberbagai wilayah agar selalu ada barang untuk diperjual belikan serta memberikan banyak pilihan dalam variasi jenis ikan sehingga memberikan kepuasan tersendiri kepada para pelanggan karena banyak pilihan yang disesuaikan kepada para konsumen. Ikan merupakan sebuah makanan yang halal bagi seorang muslim sehingga dalam Islam jual beli ikan merupakan jual beli diperbolehkan, keran telah memenuhi syarat sesuai dengan hukum islam yaitu:³⁴

- a. Suci dzatnya, ikan merupakan barang yang masuk kategori halal bukan sebuah barang najis.

³⁴ As-sayyid Sabiq, *Fiqh As-Sunnah, Cetakan ke. IV.* (Beirut: Dar al-fikr, 1983), hal. 129

- b. Dapat dimanfaatkan, hal ini bermanfaat bagi para konsumen karena memberikan kebutuhan akan lauk pauk yang bergizi dan bernutrisi bagi tubuh.
- c. Milik orang yang melakukan akad, barang yang dijual oleh para distributor ikan konsumsi adalah milik sah dan kuasa penuh, bukan barang dari hasil pencurian dan kejahatan lainnya.
- d. Dapat diserahkan, ikan yang diperjual belikan dapat diserahkan kepada pembeli pada waktu akad terjadi.
- e. Dapat diketahui, yaitu barang yang diperjual belikan oleh pedagang dapat diketahui oleh pembeli yaitu bentuk, takaran dan kualitas barang.

Barang dagangan menjadi salah satu faktor yang menjadi penentu dalam persaingan bisnis. Kualitas barang menjadi sebuah bahan persaingan dimana banyak orang yang mencari barang dengan kualitas bagus hal ini dikarenakan untuk memuaskan konsumen dengan kualitas yang bagus karena dengan kualitas yang bagus maka rasa akan lebih nikmat. Dalam hal ini pelaku usaha usaha konsumsi tidak ada niatan untuk menyembunyikan keburukan barang atau dalam Islam yang disebut dengan tadelis. Tadelis adalah penipuan baik dari pihak penjual maupun pembeli dengan tindakan menyembunyikan kecacatan objek akad yang dilakukan oleh penjual.

Tindakan yang termasuk dalam kategori tersebut utamanya adalah memberikan informasi yang tidak sesuai.³⁵

Pelaku usaha ikan konsumsi dalam melakukan penjualan dengan cara memberikan kepada para pelanggannya untuk memilih ikan atau pelanggan diberi kesempatan untuk memilih ikan yang sesuai harapannya sehingga dalam proses transaksi tidak terjadi sebuah *tadlis*, dengan tidak adanya *tadlis* maka tidak ada pihak yang dirugikan.³⁶ Karena *tadlis* merupakan hal yang dilarang dalam usaha perdagangan atau bisnis.

Dalam penyetokan produk guna ketersediaan produk, pelaku usaha ikan konsumsi melakukan penyetokan barang dengan cara ditimbun dalam gudang pendingin agar kualitas mutu selalu tetap terjaga dan agar selalu adanya ikan untuk dijual meski bukan musim ikan hal ini bermanfaat agar tidak bergantung pada musim ikan yang menjadi penghambat pada penjualan yang masih tradisional seperti dahulu. Dalam Islam penyetokan barang disebut *ihthikar* dalam al-qur'an disebut dengan *yaknizun*. Kata *yaknizun* yang berasal dari *kanaza* disebut dalam al-qur'an dalam berbagai bentuknya sebanyak 8 kali dimana *yaknizun* yang berarti menimbun harta.³⁷ Penimbunan adalah pengumpulan dan penimbunan barang-barang tertentu yang dilakukan dengan sengaja sampai batas waktu untuk menunggu tingginya harga barang-barang tersebut. Dalam Al-Quran

³⁵ Adiwarman A Karim, *Ekonomi mikro Islam edisi ke V, Cetakan ke 6*. (Jakarta: Rajawali pres. 2014), hal. 250

³⁶ R. Lukma Fauroni, *Etika bisnis dalam Al-quran*. (Yogyakarta: LKIS Pelangi Aksara, 2006). Hal 128

³⁷ *Ibid.*, hal 128

secara tegas menjelaskan bahwa penimbunan diancam dengan siksa yang pedih. Allah berfirman dalam surat At-Taubah 34-35 yang berbunyi:³⁸

﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْأَحْبَارِ وَالرُّهْبَانِ لِيَآكُلُونَ
 أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَيَصُدُّونَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ
 الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا ينفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُم بِعَذَابٍ أَلِيمٍ ﴾

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya sebahagian besar dari orang-orang alim Yahudi dan rahib-rahib Nasrani benar-benar memakan harta orang dengan jalan batil dan mereka menghalang-halangi (manusia) dari jalan Allah. Dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menafkahnnya pada jalan Allah, maka beritahukanlah kepada mereka, (bahwa mereka akan mendapat) siksa yang pedih*

يَوْمَ تَحْمَىٰ عَلَيْهَا فِي نَارِ جَهَنَّمَ فَتُكْوَىٰ بِهَا جِبَاهُهُمْ وَجُنُوبُهُمْ
 وَظُهُورُهُمْ هَذَا مَا كَنْزْتُمْ لِأَنفُسِكُمْ فَذُوقُوا مَا كُنْتُمْ تَكْنِزُونَ ﴿٣٥﴾

Artinya: *Pada hari dipanaskan emas perak itu dalam neraka jahannam, lalu dibakar dengannya dahi mereka, lambung dan punggung mereka (lalu dikatakan) kepada mereka: "Inilah harta bendamu yang kamu simpan untuk dirimu sendiri, maka rasakanlah sekarang (akibat dari) apa yang kamu simpan itu"*

Pada ayat diatas menimbun harta untuk diperjual belikan secara ekplisit dicontohkan dengan menimbun emas dan perak. Dengan demikian bila pada kebutuhan tersier saja Allah sudah mengancam dengan siksa yang pedih apalagi jika menimbun komoditas yang termasuk kebutuhan sandang dan pangan. Karena menimbun kebutuhan pokok masyarakat merupakan praktik jual beli dengan kebatilan.³⁹

³⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya*. (Diponegoro, 2008)

³⁹ *Ibid.*, hal 130

Namun dalam praktek penimbunan ikan dalam gudang pendingin yang dikukan oleh para pelaku usaha dilakukan bukan karena tujuan untuk memanipulasi harga, namun ada beberapa tujuan atas penggunaan gudang pendingin sebagai tempat penyimpanan ikan untuk waktu yang lama, tujuan tersebut meliputi. Pertama, menjaga kualitas barang, agar ikan selalu terjaga mutunya karena daya tahan ikan yang cepat membusuk jika tidak diberi es atau dibekukan sehingga dengan adanya gudang pendingin maka mutu ikan akan tetap terjaga.

Kedua, Ketersediaan setok jika tidak musim ikan dengan adanya penimbunan ikan disini juga bermanfaat pada setiap pelaku usaha yang berjualan ikan karena tidak tergantung musim dengan begitu setiap hari dapat bekerja mencari nafkah dengan usaha berjualan ikan. Ketiga. Dengan adanya gudang pendingin maka dapat menurunkan resiko kerugian yang dapat disebabkan karena perbedaan harga dan jumlah penjualan dimana jika harga dirasa terlalu rendah di bawah harga beli maka alternatifnya ikan yang dijual di tahan dulu dalam gudang pendingin dan menanti stabilnya harga agar tidak merugi.

2. Persaingan Harga

Harga merupakan salah satu sebagai dasar pertimbangan oleh para pedagang atau konsumen saat melakukan proses jual beli atau transaksi. Para pelaku usaha ikan konsumsi memberikan harga sesuai dengan penawaran dan permintaan yang terjadi di pasar. Pasar yang baik adalah pasar yang memberikan sebuah terciptanya harga yang sesuai dengan

permintaan dan penawaran. Pasar persaingan sempurna dapat memberikan harga yang adil bagi penjual dan pembeli.

Harga yang tercipta di pasar ikan Tanggunung selalu berubah-ubah hal yang dilakukan oleh para usaha ikan dalam menyikapinya yaitu dengan mengikuti harga karena jika harga terlalu tinggi maka dapat menurunkan penjualan. Persaingan harga yang terjadi di pasar ikan Tanggunung bukan bertujuan untuk menjatuhkan pelaku usaha lain melainkan terjadi karena kualitas barang sehingga harga tergantung pada kualitas. Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik dalam perdagangan, Rasul tidak pernah melakukan usaha yang membuat usaha pesaing hancur.

Pelaku usaha ikan konsumsi dalam penjualannya memberikan harga sesuai dengan keadaan pasar di mana harga tercipta karena adanya proses tawar menawar serta melihat kualitas ikan yang dijual jika ikan bagus maka harga juga bagus dan sebaliknya karena harga dan kualitas merupakan sebuah kesatuan dalam usaha perdagangan atau jual beli. Seperti contoh jika terjadi musim ikan yang menyebabkan ketersediaan ikan banyak sedangkan permintaan dari pelanggan tetap maka harga akan menurun dan sebaliknya jika tidak terjadi musim ikan yang menyebabkan ketersediaan ikan sedikit dan permintaan banyak maka harga yang tercipta akan tinggi dimana harga tercipta dengan adil atas dasar suka sama suka dan tidak ada yang dirugikan.

Hal tersebut sesuai dengan firman Allah SWT dalam Quran surat An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:⁴⁰

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا

Artinya: *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.*

Sehingga harga menjadi sebuah persaingan yang wajar yang terjadi karena harga yang tercipta memalui proses tawar menawar dari permintaan dan penawaran dimana yang menjadi faktor pembeda harga dari pesaing lainnya adalah kualitas barang yang dijual, jika ikan kualitas bagus maka harga yang ditawarkan tinggi dan sebaliknya jika kualitas buruk maka harga juga rendah.

3. Persaingan Pelayanan

Dalam memberikan pelayanan secara baik, dengan ramah dan tidak menyakiti pelanggan dengan kata-kata kasar melainkan dengan perkataan yang baik dan memberikan kebutuhan sesuai dengan keinginan pelanggan atau konsumen. Pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha ikan konsumsi diantara yaitu.

⁴⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya*. (Diponegoro, 2008)

Pertama. Pelayanan yang baik dan sopan santun dan bersahabat dengan para pelanggan. Seperti yang berbunyi dalam Firman Allah dalam Al-Quran Surat Al-Imran ayat 159 yang berbunyi:⁴¹

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya

Dari ayat diatas menjelaskan bahwa dengan bersikap lemah lembut dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan dengan hal ini maka dapat memberikan sebuah kelebihan tersendiri bagi pelaku usaha dalam persaingan bisnis dalam Islam diperbolehkan untuk berusaha menarik konsumen dengan cara yang baik sesuai dengan norma dan agama. Dari hasil observasi tidak ditemukan sebuah kecurangan dalam upaya menarik konsumen seperti menjelek-jelekan barang dagangan pesaing.

Kedua, pelaku usaha memberi pelayanan kepada para pelanggan dengan cara mempermudah dalam cara pembayaran, dengan memberikan pelayanan ini maka pelanggan tidak akan terkendala dengan modal sehingga tercipta rasa saling membantu dan saling membutuhkan, seperti yang

⁴¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya*. (Tanggunung: Diponegoro, 2008)

berbunyi dalam firman Allah dalam Al-Quran surat Al-Maidah ayat 2 yang berbunyi:⁴²

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا
الْقَلَائِدَ وَلَا ءَامِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ
فَأَصْطَادُوا وَلَا تُجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ
أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ
وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.*

Pelayanan dengan tidak mengharuskan membayar secara tunai tersebut dilakukan oleh pelaku usaha ikan konsumsi dengan tujuan menjaga royaltis pelanggan dan saling menolong dengan kaidah saling menguntungkan. Ketiga, pelaku usaha ikan konsumsi memberikan pelayanan berupa timbangan yang digunakan untuk menimbang saat transaksi baik di pasar maupun di gudang pendingin. Hal ini agar pelanggan tidak merasa tercurangi dengan adanya manipulasi berat takaran

⁴² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya*. (Diponegoro, 2008)

dalam timbangan. Dalam usaha perdagangan yang menggunakan sistem alat timbangan atau takaran, timbangan memainkan peranan penting sebagai alat yang bagi keberlangsungan suatu transaksi antara penjual barang dan pembeli.

Dalam Islam banyak firman Allah SWT yang menyebutkan bahwa memanipulasi takaran adalah hal yang dilarang. Allah SWT menyebutkan dengan berbagai bentuknya dan terulang sebanyak 40 kali yang menggambarkan tentang kesedihan, kecelakaan dan kenistaan.⁴³ Salah satu firman yang melarang adanya manipulasi takatan timbangan berbunyi dalam Al-Quran surat Al-Isro' ayat 35:⁴⁴

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كَلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ

تَأْوِيلًا

Artinya: *Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.*

PT. Fajar Samodra Abadi memberikan pelayanan dengan proses penimbangan baik di pasar maupun di gudang yang bertujuan agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan, sehingga tercipta sebuah penjualan dengan adanya kejujuran dan kepedulian kepada sesama. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami⁴⁵ yang menganalisis strategi pengusaha tahu untuk menghadapi persaingan antar pengusaha perspektif

⁴³ R. Lukma Fauroni, *Etika bisnis dalam Al-quran*. (Yogyakarta: LKIS Pelangi Aksara, 2006). hal 123

⁴⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya*. (Diponegoro, 2008)

⁴⁵ Septi Budi Utami, *Strategi Pengusaha Tahu untuk Menghadapi Persaingan Antar Pengusaha Perspektif Etika Bisnis Islam*. (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2016)

etika bisnis Islam. Dari penelitian diperoleh hasil bahwa pengusaha tahu dalam menghadapi persaingan antar pengusaha yang ada di Desa Limbangan sudah sesuai dengan nilai-nilai dalam Etika Bisnis Islam. Penelitian ini juga didukung oleh Firmansyah⁴⁶ yang menganalisis implementasi *marketing mix* pada manajemen pemasaran Supermarket Tip Top. Dari penelitian diperoleh hasil bahwa *marketing mix* yang diterapkan oleh supermarket Tip Top sudah sesuai dengan Etika Bisnis Islam. Hal ini dilihat dari tidak adanya penyimpangan yang melanggar prinsip etika bisnis Islam pada manajemen pemasaran supermarket Tip Top.

⁴⁶ Ajir Firmansyah, *Analisis Implementasi Strategi Marketing Mix Pada Manajemen Pemasaran Supermarket TIP TOP dari Perspektif Bisnis Islam*. (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2016)