

BAB IV

PEMAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Profil Kabupaten Tulungagung

1. Keadaan Geografis

Sebagian wilayah Tulungagung berada di dataran rendah, dan sebagian lagi berada di dataran tinggi. Untuk wilayah yang datarannya tinggi pada umumnya terletak di Tulungagung bagian Barat dan bagian Selatan, misalnya di bagian Barat ada kecamatan Sendang, dan Pagerwojo. Di bagian Selatan ada Pucanglaban, Tanggunggunung, Campurdarat, dan Besuki. Dibagian Selatan inilah salah satu penghasil marmer dan batu onix termasyur di Indonesia berada, sehingga dijuluki sebagai Kota Marmer Tulungagung Bersinar, Kota Mandiri di Jawa Timur. Sedangkan untuk wilayah yang datarannya rendah umumnya terletak disekitar Pusat Kota dan kecamatan-kecamatan disekitarnya. Konon dahulu kala setiap saat wilayah sebagian ini selalu tergenang air dan banyak ikan, apalagi jika ada hujan. Makanya di wilayah Tulungagung ini dulu disebut “*Ngrowo*”, istilah Jawa berarti *rawa-rawa*.

Kabupaten Tulungagung terletak kurang lebih 154 Km ke arah Barat Daya dari kota Surabaya. Secara geografis wilayah Kabupaten Tulungagung terletak antara koordinat (111°43'- 112°07') Bujur Timur

(BT) dan ($7^{\circ}51'$ - $8^{\circ}18'$) Lintang Selatan (LS) dengan titik nol derajat dihitung dari Greenwich Inggris.

Secara administrasi Kabupaten Tulungagung dibagi menjadi 19 kecamatan, 257 desa serta 3 kelurahan. Luas wilayah kabupaten Tulungagung sebesar 113.167 ha sekitar 2,2 % dari luas Propinsi Jawa Timur. Berbentuk dataran yang subur pada bagian utara, tengah, dan timur, sebagian ada pegunungan dan samudra sepanjang batas selatan.

Sekitar 13,35% dari daerah Kabupaten Tulungagung adalah daerah yang mempunyai ketinggian 85 m dpl (meter diatas permukaan laut). Keadaan topografi dari wilayah ini menunjukkan ketinggian yang bervariasi sebagai berikut:

- a. Ketinggian 0-100 meter diatas permukaan laut \pm 39.508,00 ha atau 36,87% dari luas wilayah kabupaten, terdapat hampir di semua kecamatan.
- b. Ketinggian 100-500 meter diatas permukaan laut \pm 54.335,00 ha atau 51,94% dari luas wilayah kabupaten terdapat di Kecamatan Gondang, Pagerwojo, Kauman, Sendang, Karangrejo, Kalidawir, Tanggunggunung, Besuki, Pucanglaban, dan Boyolangu.
- c. Ketinggian 500-1000 meter diatas permukaan laut \pm 9.325,00 ha atau 8,24% dari luas wilayah kabupaten terdapat di Kecamatan Pagerwojo dan Kecamatan Sendang.

- d. Ketinggian lebih dari 1000 meter diatas permukaan laut \pm 3.009,14 ha atau 2,95% dari luas wilayah kabupaten terdapat di Kecamatan Pagerwojo dan Kecamatan Sendang.

Apabila memperhatikan derah fisiologi dapat digambarkan secara garis besar sebagai berikut:

- a. Bagian utara (barat laut) seluas kurang lebih 25% adalah daerah lereng gunung yang relatif subur yang merupakan bagian tenggara dari gunung Wilis.
- b. Bagian selatan seluas kurang lebih 40% adalah daerah perbukitan yang tandus, namun kaya akan potensi hutan da tambang yang merupakan bagian dari pegunungan Jawa Timur.
- c. Bagian tengah seluas kurang lebih 35% adalah dataran rendah yang subur, dimana dataran itu dilalui Sungai Brantas dan Sungai Ngrowo serta percabangannya.

Beberapa jenis tanah yang dapat dijumpai di wilayah Kabupaten Tulungagung yaitu:

- a. Tanah Aluvial Coklat Kekelabuan terdapat di Kecamatan Bandung dan Besuki;
- b. Tanah Aluvial Tua Kekelabuan terdapat di Kecamatan Besuki, Pakel, Campurdarat, Tulungagung, Boyolangu, Kalidawir, dan Pucanglaban;

- c. Tanah Asosiasi Aluvial Kelabu dan Aluvial Coklat Kekelabuan terdapat di Kecamatan Besuki, Bandung, Pakel, Campurdarat, Gondang, Boyolangu, Tulungagung, Kedungwaru, Ngantru, Sumbergempol, Kalidawir, dan Ngunut;
- d. Tanah Litosol terdapat di Kecamatan Bandung, Besuki, Tanggunggunung, Kalidawir, dan Boyolangu;
- e. Tanah Litosol Mediteran dan Resina terdapat di Kecamatan Besuki, Tanggunggunung, Sumbergempol, Kalidawir, Pucanglaban, dan Rejotangan;
- f. Tanah Regosol Coklat Kekelabuan terdapat di Kecamatan Ngunut, Pucanglaban, dan Rejotangan;
- g. Tanah Mediteran Coklat Kemerahan terdapat di Kecamatan Bandung, Kauman, Karangrejo, Pagerwojo, dan Sendang;
- h. Tanah Litosol Coklat Kemerahan terdapat di Kecamatan Pagerwojo dan Sendang;
- i. Tanah Andosol terdapat di Kecamatan Sendang dan Pagerwojo.

Dilihat dari jenis tanah yang ada serta hubungannya dengan penggunaan tanah, perlu diperhatikan sifat kimia dan fisika tanah setempat yang nantinya dapat dipergunakan untuk meningkatkan produksi tanah seoptimal mungkin. Tanah-tanah Litosol yang mendominasi wilayah bagian selatan Kabupaten Tulungagung meliputi Kecamatan Besuki, Tanggunggunung, Kalidawir, dan Pucanglaban. Mempunyai kedalaman efektif tanah dangkal, karena topografi yang

bergelombang serta kemiringan tanah lebih dari 40%, maka pada daerah ini diharapkan ditanami dengan tanaman keras yang mempunyai nilai ekonomi tinggi sekaligus berfungsi sebagai tanaman pelindung dan zona perakaran untuk tata air.

Tanah Litosol dengan bantuan induk kapur terdapat di Kecamatan Tanggunggunung, Kalidawir, dan Pucanglaban mempunyai kedalaman efektif yang dangkal dan kandungan unsur hara yang miskin serta mempunyai kepekaan besar terhadap erosi. Untuk itu pengembangan hutan jati dan palawija perlu ditingkatkan di daerah ini.

Luas wilayah Tulungagung 1.055,65 km^2 dengan perincian penggunaan tanahnya seperti terlihat dalam tabel 4 (empat). Area persawahan terdapat di bagian tengah wilayah Kabupaten Tulungagung. Adapun kecamatan-kecamatan yang mempunyai lahan dengan prosentase terhadap wilayahnya relatif besar adalah Kecamatan Bandung, Pakel, Karangrejo, dan Ngantru. Hal ini dikarenakan adanya faktor-faktor pendukung yakni kondisi fisik dimana topografi daerah relatif datar (0%-15%) dan terdapatnya aliran sungai dan sarana pengairan disamping kondisi geologi yakni keadaan tanah dengan jenis Aluvial yang banyak tersebar di sepanjang aliran sungai. Aluvial perkebunan dapat dijumpai pada Kecamatan Tanggunggunung, Kalidawir, Pucanglaban, Gondang, Karangrejo, Pagerwojo, dan Sendang. Sedangkan kawasan hutan terdapat hampir di seluruh

wilayah kecuali Kecamatan Pakel, Tulungagung, Kedungwaru, dan Kecamatan Ngantru dengan luas areal terbesar di Kecamatan Tanggunggunung dan Kecamatan Pagerwojo.

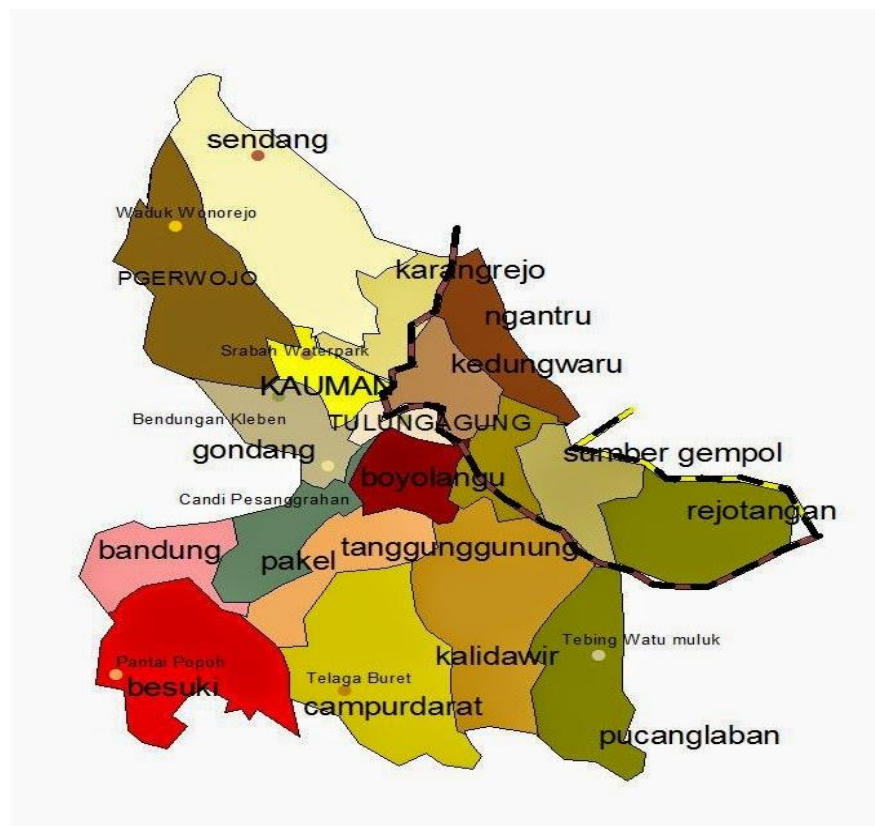
Pada akhir 2006 jumlah penduduk di Kabupaten Tulungagung tercatat sebanyak 1.002.807 jiwa yang terbagi atas laki-laki 498.533 (49,71%) jiwa dan perempuan 504.274 (50,29%). Kepadatan penduduk terkonsentrasi pada 3 kecamatan yaitu Kecamatan Tulungagung, Kecamatan Kedungwaru, dan Kecamatan Boyolangu.

Tulungagung terkenal sebagai salah satu penghasil marmer terbesar di Indonesia, yang bersumber di bagian selatan Tulungagung. Tulungagung juga termasuk salah satu pusat industri marmer di Indonesia, dan terpusat di selatan Tulungagung, terutama di Kecamatan Campurdarat, yang di dalamnya banyak terdapat perajin marmer, sayangnya saat ini marmer kualitas terbaik sudah habis. Aset marmer dari Tulungagung telah menembus pasar internasional. Di daerah yang sama, juga terdapat industri onyx yang mempunyai kualitas mirip marmer.

Selain industri marmer, di Tulungagung juga tumbuh dan berkembang berbagai industri kecil dan menengah antara lain memproduksi alat-alat/perkakas rumah tangga, batik, dan konfeksi termasuk bordir. Beberapa batik yang terkenal di Tulungagung diantaranya Batik Tulungagung (sangat minim), Batik Satriomanah,

dan sebagainya. Di Kecamatan Ngunut terdapat industri peralatan Tentara seperti tas ransel, sabuk, seragam, tenda dan makanan ringan seperti kacang atom. Di Kecamatan Ngunut juga terdapat industri batu bata dan genteng yang berkualitas. Di kelurahan sembung juga di kenal sebagai pusat industri krupuk rambak. Sedangkan di bagian pegunungan utara, yakni Kecamatan Sendang terdapat perusahaan air susu sapi perah dan teh. Industri perikanan, dan gula merah juga Tulungagung juga tidak kalah, ini telah dikenal secara nasional. salah satunya Pabrik Gula Modjopanggung di Kecamatan Kauman.

Denah Kabupaten Tulungagung adalah sebagai berikut.



Gambar 4.1 Denah Kabupaten Tulungagung

2. Perekonomian

Pembangunan sebuah wilayah atau kabupaten tidak terlepas dari pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut, potensi perekonomian suatu wilayah dapat diketahui dari tingkat pertumbuhan ekonomi. Berdasarkan RTRW Kabupaten Tulungagung dapat diketahui bahwa PDRB dilihat dari harga konstan yang tercatat untuk tahun 2008-2010 terjadi kenaikan sebesar 1,81%. Tahun 2008 sampai 2010 terjadi penurunan sebesar -3,29%. Tahun 2011-2012 terjadi kenaikan lagi sebesar 0,81% dan tahun 2013 terjadi lonjakan kenaikan lagi sebesar 7,11%. Secara terinci perkembangan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Tulungagung berdasarkan harga konstan diuraikan sebagai berikut:

- a. Sektor Pertanian rata-rata naik sebesar 4,48%
- b. Sektor Pertambangan dan Penggalian naik rata-rata sebesar 2,64%
- c. Sektor Industri pengolahan turun rata-rata sebesar 7,63%
- d. Sektor listrik, gas dan air minum naik rata-rata sebesar 9,78%
- e. Sektor konstruksi/bangunan turun rata-rata sebesar 7,92%
- f. Sektor perdagangan, hotel dan restoran naik rata-rata sebesar 4,13%
- g. Sektor pengangkutan dan komunikasi naik rata-rata sebesar 0,27%
- h. Sektor keuangan, persewaan dan jasa perusahaan naik rata-rata : 6,78%

i. Sektor Jasa-jasa naik rata-rata 1,96%

Kabupaten Tulungagung memiliki potensi sumber daya alam yang beragam, keberagaman potensi sumber daya alam merupakan tantangan bagi pemerintah Kabupaten Tulungagung untuk melakukan pengembangan wilayah Kabupaten Tulungagung. Pemerintah daerah Kabupaten Tulungagung memiliki peran penting dalam menentukan sektor unggulan dan daya saing daerah Kabupaten Tulungagung. Pengembangan wilayah Kabupaten Tulungagung tidak terlepas dari pengembangan sektor unggulan yang dimiliki oleh Kabupaten Tulungagung. Beberapa sektor tersebut adalah:¹⁰⁰

1) Sektor Pertanian

Sektor pertanian merupakan sektor utama dalam pembangunan ekonomi di Kabupaten Tulungagung hal ini didukung dengan wilayah Kabupaten Tulungagung merupakan daerah agraris sehingga sangat cocok untuk tetap mempertahankan sektor unggulan pertanian. Kemudian berdasarkan kontribusinya dalam Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), peranan sektor pertanian dalam pengembangan ekonomi sangat luas, yaitu sebagai sektor penyerap tenaga kerja terbesar, sebagai penghasil makanan atau kebutuhan pangan penduduk dan sebagai penentu stabilitas harga. Berdasarkan peran sektor pertanian yang memiliki pengaruh besar bagi perkembangan wilayah Kabupaten Tulungagung maka

¹⁰⁰<https://tulungagungkab.bps.go.id/> diakses 09 Januari 2018 pukul 13.00 WIB

sasaran Pembangunan pertanian Tanaman Pangan Kabupaten Tulungagung adalah tercapainya sasaran produksi pangan padi, jagung, dan kedelai guna mendukung ketahanan dan ketersediaan pangan nasional, mantapnya dan meningkatnya produksi pangan selain padi, jagung, dan kedelai untuk mantapnya keamanan pangan dan cukupnya gizi masyarakat, meningkatnya produksi yang berdaya guna tinggi untuk tercapainya pasar domestik dan ekspor, meluasnya lapangan kerja dengan produktivitas tinggi dan kesempatan berusaha produktif, meningkatnya kemandirian petani melalui pemberdayaan kelembagaan tanaman dan hortikultura, meningkatnya pendapatan masyarakat petani melalui peningkatan produksi, produktivitas, mutu dan hasil nilai tambah, tersedianya bahan baku tanaman pangan dan hortikultura untuk mendukung industri pengolahan, dan berkembangnya usaha-usaha ramah lingkungan.

2) Sektor Pariwisata

Letak Kabupaten Tulungagung yang berbatasan langsung dengan Samudera Hindia sehingga secara otomatis Kabupaten Tulungagung memiliki banyak kekayaan laut atau memiliki wilayah pantai yang luas di sebelah selatan Kabupaten Tulungagung, Pantai yang ada di Kabupaten Tulungagung yang terkenal adalah Pantai Popoh, Pantai Sidem, Pantai, Coro, Pantai Sine, Pantai Brumbun, pantai Sanggar, Pantai Patuk Gebak serta

pantai-pantai baru yang banyak ditemukan. Pantai di Kabupaten Tulungagung sebagian besar adalah pantai yang baru ditemukan serta belum memiliki akses yang baik karena belum banyak terjadi pembangunan di wilayah pantai tersebut. potensi pantai yang dimiliki oleh Kabupaten Tulungagung seharusnya dapat dijadikan obyek pembangunan pemerintah Kabupaten Tulungagung, pembangunan yang dilakukan dapat berupa pembangunan jalan atau akses menuju tempat wisata tersebut, misalnya dengan memberikan petunjuk jalan menuju pantai tersebut. serta melakukan pembangunan pada lokasi pantainya sehingga masyarakat luar akan lebih tertarik untuk datang ke lokasi wisata tersebut. akan tetapi pembangunan di lokasi pantainya tidak menghilangkan kesan alami pada pantai tersebut, karena pembangunan yang tidak bertanggung jawab adalah pembangunan yang tidak memperhatikan pengelolaan pantai setelah pembangunan selesai. Misalnya setelah pantai memiliki pengunjung yang banyak, pantai menjadi tidak terawat karena pengelolaan yang kurang yaitu tidak adanya larangan atau peraturan bagi pengunjung yang harus menjaga kebersihan atau kealamian pantai, dengan adanya keseimbangan antara pembangunan dan pengelolaan pantai maka akan memberikan pemasukan bagi ekonomi daerah Kabupaten Tulungagung.

3) Sektor Perikanan

Pembangunan sektor yang ketiga adalah sektor perikanan, Tulungagung adalah sebuah wilayah yang cocok untuk sektor perikanan. Hal ini dapat dilihat dari sebagian besar wilayah Kabupaten Tulungagung yang berhasil memproduksi berbagai macam jenis ikan. Produksi ikan terbesar adalah ikan lele, ikan gurami, ikan patin, dan ikan hias. Pembangunan pada sektor perikanan sudah menunjukkan hasil yang baik hal ini dapat dilihat dari adanya upaya dari Dinas Kelautan dan Perikanan (DKP) Kabupaten Tulungagung yang berminat menjadikan desa Gondosuli sebagai desa monopolitan untuk mendukung terlaksananya model pembangunan. Selain itu pembangunan sektor perikanan juga mendapatkan dukungan yang baik dari Dinas Perikanan dan kelautan Provinsi Jawa Timur juga menjanjikan pelatihan pakan alternatif dan bantuan mesin pembuat pakan ikan untuk mengatasi kendala biaya pakan pabrikan. Sehingga dapat dilihat bahwa pembangunan sektor perikanan sudah memiliki pembangunan yang baik dari masyarakat dan pemerintah.

4) Sektor Peternakan

Pembangunan pada sektor peternakan berada di wilayah pegunungan yaitu Kecamatan Sendang, Kecamatan Pagerwojo, dan Kecamatan Rejotangan. Kecamatan ini cocok sebagai daerah pengembangan sektor peternakan karena memiliki kondisi tanah

dan agroklimat yang sangat mendukung pertumbuhan berbagai jenis rumput, sehingga cocok untuk pemeliharaan sapi potong, sapi perah, dan kambing atau domba. Pembangunan pada sektor peternakan di Kabupaten Tulungagung sudah dapat terlihat dari adanya upaya teknologi pakan alternatif yang sekarang berkembang yakni dengan *complete feed* atau pakan dengan kandungan gizi lengkap yang berfungsi agar para peternak tidak tergantung pada pakan hijauan.

5) Sektor Perdagangan

Pembangunan sektor perdagangan di Kabupaten Tulungagung belum memiliki upaya yang baik, terutama pada bidang ekspor barang, dalam upaya pengembangan ekspor di Kabupaten Tulungagung masih memiliki kendala yang dihadapi yaitu masih lemahnya daya saing produk ekspor karena belum sesuai dengan mutu internasional. Berdasarkan data nilai ekspor Kabupaten Tulungagung mengalami penurunan yang cukup signifikan yaitu sebesar 50,14 persen, yaitu dari Rp. 6.451.107.000 menjadi Rp. 3.216.319.000.

6) Sektor Industri

Sektor industri di Kabupaten Tulungagung yang memiliki pembangunan yang baik adalah industri batu marmer. Kabupaten Tulungagung terkenal sebagai salah satu penghasil marmer yang terbesar di Indonesia sehingga memiliki pembangunan yang baik.

Hal ini ditunjukkan dengan aset industri marmer telah menembus pasar Internasional. Sehingga industri batu marmer dapat menjadi potensi yang baik untuk perekonomian Kabupaten Tulungagung karena industri marmer merupakan salah satu komoditi ekspor antar negara dengan omset per tahun mencapai 850 juta rupiah.

Pembangunan di Kabupaten Tulungagung sebagian besar bersifat teori ketergantungan yaitu adanya pusat pembangunan yang mendorong daerah pinggirannya untuk lebih mandiri, yaitu pembangunan di pusat Kabupaten Tulungagung mendukung pembangunan di kecamatan lain, misalnya adanya industri marmer di Kecamatan Campurdarat menyebabkan adanya sumber usaha baru bagi masyarakat Kabupaten Tulungagung, serta adanya industri-industri pengolahan marmer di Kecamatan lain yang jaraknya berdekatan dengan Kecamatan campurdarat, seperti Kecamatan Besuki, Kecamatan Pakel dan Kecamatan Bandung.

Pembangunan setiap sektor yang dimiliki oleh Kabupaten Tulungagung seharusnya berkembang secara seimbang untuk setiap sektor unggulan, terutama untuk sektor pertanian yang menjadi sektor unggulan bagi masyarakat Kabupaten Tulungagung serta pemerintah harus memiliki inovasi-inovasi baru untuk mengembangkan sektor pertanian Kabupaten Tulungagung. Berhasil atau tidaknya suatu pembangunan di Kabupaten Tulungagung tidak bisa terlepas dari lancarnya aktivitas masyarakat di segala bidang, hal ini dapat dilihat

dari pembangunan prasarana meliputi prasarana jalan, angkutan dan telekomunikasi.

Kabupaten Tulungagung memiliki prasarana jalan yang terdiri dari jalan kabupaten dan jalan negara, kondisi jalan berdasarkan data dari Dinas PU/PPW Kabupaten Tulungagung terdiri dari tiga kondisi yaitu kondisi baik 1,45 persen, kondisi sedang 6,62 persen, dan kondisi rusak ringan 9,93 persen. Namun, pembangunan prasarana jalan yang tidak merata ini mengganggu sebagian besar kegiatan ekonomi masyarakat di Kabupaten Tulungagung, terutama masyarakat di Kabupaten Tulungagung bagian selatan, karena jalan yang rusak sebagian besar di bagian selatan yang jumlah penduduknya sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani dan nelayan sehingga menghambat mereka dalam memasarkan hasil pertanian dan hasil perikanan mereka. Hal ini secara tidak langsung akan menghambat perekonomian Kabupaten Tulungagung.

Pada akhirnya pelaksanaan pembangunan daerah seharusnya melibatkan secara aktif seluruh rakyat dan Pemerintah Daerah yang secara bersama-sama melakukan perubahan di segala bidang guna untuk mengatasi dan merespon berbagai permasalahan kehidupan dan pembangunan. Sesuai dengan visi Kabupaten Tulungagung yaitu Terwujudnya kesejahteraan Masyarakat melalui Pembangunan Ingandaya (Industri, Pangan, dan Budaya) yang dapat dijadikan dasar

pembangunan yang mengutamakan kesadaran terhadap potensi yang dimiliki oleh Kabupaten Tulungagung.

B. Paparan Data

1. Praktik Persaingan Usaha Toko Pakaian di Tulungagung

Persaingan usaha (*bisnis*) adalah istilah yang sering muncul dalam berbagai literatur yang menuliskan perihal aspek hukum persaingan bisnis..

Strategi bersaing yang diterapkan pengusaha toko pakaian Jalan Diponegoro Tulungagung adalah strategi produk, strategi harga (*price*), strategi lokasi (*place*), strategi promosi (*promotion*), dan strategi pelayanan.

Strategi produk yang diterapkan di toko pakaian di Tulungagung tepatnya di Jalan Diponegoro adalah dengan mendatangkan produk dari Jakarta, seperti keterangan dari pemilik toko Duta Mode:

Produk dari toko saya berasal dari salah satu pasar di Jakarta yang pakaian nya berasal dari impor sehingga kualitas benar-benar bagus.¹⁰¹

Hal senada tetapi tidak sama disampaikan oleh kasir sekaligus manager toko lainnya yaitu toko Serba 35 ribu:

Di toko ini produk memang menyesuaikan harganya karena disini harga hanya berkisar Rp. 35.000,- sampai Rp.40.000,- jadi kualitas produk juga menyesuaikan. Produk di toko ini kami datangkan dari Jakarta.¹⁰²

¹⁰¹Wawancara dengan ibu Yolanda, pemilik toko pakaian Duta Mode, pada tanggal 21 Oktober 2017

¹⁰²Wawancara dengan mbak Tanti, kasir toko pakaian Serba 35 Ribu, pada tanggal 21 Oktober 2017

Selain itu variasi produk yang ada di toko pakaian Tulungagung yaitu dengan produk pakaian kekinian yang menjadi tren masa kini.¹⁰³ Seperti yang di sampaikan ibu Yolanda:

Jenis pakaian yang ada di toko saya selalu saya upgrade sesuai fashion masa kini. Semua jenis yang ada di toko ini merupakan keluaran terbaru. Di toko ini tersedia berbagai jenis pakaian semua umur.¹⁰⁴

Mbak Tanti juga menyampaikan perihal variasi produk, yang menyatakan:

Di toko ini memang kami menyediakan produk yang terkini, tidak bisa saya pungkiri jika ada produk lama yang masih di pajang hanya untuk pilihan saja agar pembeli bisa bertambah pilihanya dalam berbelanja di toko ini.¹⁰⁵

Peneliti juga berkesempatan mewawancarai salah satu pengunjung toko pakaian yang ada di Jalan Diponegoro. Mas Guntur menyatakan:

Walaupun toko pakaian di area jalan Diponegoro tidak terlalu berskala besar tetapi produknya juga tidak kalah kualitasnya. Akan tetapi kualitas kain yang ada di toko yang menerapkan sistm diskon dan obral seperti di toko Serba 35 Ribu jenis kain tergolong biasa. Ya mungkin memang karena harganya juga murah. Tetapi variasi produk tergolong kekinian.¹⁰⁶

Strategi harga yang dilakukan oleh toko-toko pakaian Jalan Diponegoro Tulungagung ada dua jenis yaitu tanpa menggunakan

¹⁰³ Hasil observasi di toko Duta Mode pada tanggal 21 Oktober 2017

¹⁰⁴Wawancara dengan ibu Yolanda, pemilik toko pakaian Duta Mode, pada tanggal 21 Oktober 2017

¹⁰⁵Wawancara dengan mbak Tanti, kasir toko pakaian Serba 35 Ribu, pada tanggal 21 Oktober 2017

¹⁰⁶Wawancara dengan mas Guntur, salah satu konsumen toko pakaian , pada tanggal 21 Oktober 2017

sistem obral diskon dan paketan serta ada yang menggunakan sistem obral diskon dan paketan.¹⁰⁷ seperti pemaparan dari ibu Yolanda pemilik toko Duta Mode:

Dalam toko saya memang tidak ada obral dan juga diskon. Karena memang di toko ini pakaian yang dijual adalah pakaian impor. Dalam penentuan harga ngikut dari Jakarta sana, dikarenakan barang ini berasal dari Jakarta.¹⁰⁸

Ibu Yolanda menambahkan, bahwa:

Harga disini memang cukup mahal tetapi sesuai dengan kualitas barang. Minimal harga disini yaitu Rp.100.000,- sedangkan harga tertinggi yaitu kisaran Rp.400.000,- sampai Rp.500.000,-¹⁰⁹

Ada yang menentukan harga dengan sistem paketan, obral dan diskon. Seperti yang di sampaikan oleh mbak Tanti yaitu:

Di toko ini harga saya patok sistem paketan yaitu serba Rp. 35.000,- jadi segala jenis produk yang kami jual ya seharga itu. Kecuali untuk pakaian busana wanita panjang (gamis) yang dijual Rp. 40.000,-. Akan tetapi tetap dalam promo saya tulis Rp.35.000,- karena mayoritas produk seharga itu.¹¹⁰

Berikut ini adalah respon dari beberapa pembeli di toko pakaian kawasan Jalan Diponegoro Tulungagung yang peneliti temui salah satunya adalah mas Anang:

Menurut saya harga di toko Serba 35 Ribu selaras dengan kualitas bajunya. Hanya saja untuk pilihan tidak begitu banyak karena ukuranya kebanyakan kecil. Dan didominasi oleh pakaian wanita. Beda dengan toko yang normal yang tidak ada

¹⁰⁷Hasil Observasi Toko-toko Pakaian Jalan Diponegoro Tulungagung tanggal 21 Oktober 2017

¹⁰⁸Wawancara dengan ibu Yolanda, pemilik toko pakaian Duta Mode, pada tanggal 22 Oktober 2017

¹⁰⁹*Ibid.*, pada tanggal 23 Oktober 2017

¹¹⁰Wawancara dengan mbak Tanti..., pada tanggal 22 Oktober 2017

paketan atau obral. Walaupun harga lebih mahal tetapi dari segi pilihannya banyak berbagaimacam ukuran tersedia.¹¹¹

Hal selaras disampaikan pembeli lainnya yaitu ibu Yanah yang mengatakan:

Saya lebih tertarik kepada toko yang menerapkan diskon dan juga paketan. Misalnya seperti toko Serba 35 Ribu ini, dimana harga sangat terjangkau untuk ukuran masyarakat menengah kebawah. Kainnya juga lumayan bagus. Tidak jelek-jelek banget sesuai dengan harganya.¹¹²

Dari harga tersebut diatas peneliti bandingkan jika pada toko Serba 35 Ribu dan juga toko Duta Mode sangat jauh selisih harganya. Padahal asal barang sama-sama dari Jakarta. Hanya saja menurut keterangan pemilik toko Duta Mode barang miliknya adalah barang impor sehingga wajar jika harganya mahal. Menurut respon pembeli juga bervariasi ada yang lebih suka dengan sistem paketan dan ada juga yang tidak suka dengan alasan kualitas pakaian.

Lokasi Jalan Diponegoro merupakan jalan ramai dimana letaknya strategis di dekat Taman Alon-Alon Tulungagung.¹¹³ Sebagaimana hasil wawancara dari salah satu pemilik toko pakaian di kawasan Jalan Diponegoro Tulungagung yaitu Ibu Yolanda menyatakan bahwa:

Lokasi usaha yang saya dirikan ini saya pandang sangat strategis. Karena merupakan pusat kota dan juga sangat ramai dilalui orang yang secara tidak langsung berdampak baik bagi

¹¹¹Wawancara dengan mas Anang, salah satu pembeli di toko pakaian, pada tanggal 23 Oktober 2017

¹¹²Wawancara dengan ibu Yanah, salah satu pembeli di toko pakaian, pada tanggal 23 Oktober 2017

¹¹³Hasil Observasi Toko-toko Pakaian Jalan Diponegoro Tulungagung tanggal 21 Oktober 2017

usaha saya ini. Terbukti toko kami selalu kelihatan ramai terutama pada hari libur.¹¹⁴

Hal tersebut senada dengan apa yang diungkapkan oleh mbak Tanti yang juga sebagai kasir toko pakaian di kawasan jalan Diponegoro Tulungagung:

Lokasi ini strategis karena jalan ini merupakan pusat perbelanjaan di area Tulungagung. Jadi memanfaatkan peluang itu untuk mendirikan toko pakaian.¹¹⁵

Dalam melaksanakan wawancara peneliti juga mnyempatkan bertanya kepada salah satu karyawan toko. Apakah benar lokasi toko merupakan lokasi yang strategis. Mbak Dina mengungkapkan bahwa:

Memang lokasi tempat saya bekerja ini merupakan lokasi strategis untuk usaha toko pakaian. Saya sebagai karyawan toko kewalahan melayani pembeli yang ramai terutama pada hari libur. Tetapi ada kendala lain karena banyaknya toko pakaian di daerah ini.¹¹⁶

Peneliti juga mewawancarai mas Fahmi salah satu konsumen yang kebetulan juga sedang membeli barang di salah satu toko pakaian di kawasan jalan Diponegoro Tulungagung. Mas Fahmi menyatakan:

Disini memang lokasi yang strategis. Saya sebagai konsumen juga merasa tertarik dengan adanya toko pakaian di kawasan

¹¹⁴Wawancara dengan ibu Yolanda, pemilik toko pakaian Duta Mode, pada tanggal 21 Oktober 2017

¹¹⁵Wawancara dengan mbak Tanti, kasir toko pakaian serba 35 ribu, pada tanggal 21 Oktober 2017

¹¹⁶Wawancara dengan mbak Dina, salah satu karyawan toko pakaian , pada tanggal 21 Oktober 2017

ini. Karena jenis baju dan juga tata letak yang menarik. Membuat saya penasaran dan mampir di toko ini.¹¹⁷

Peneliti menanyakan kepada pemilik toko pakaian. Mengapa memilih mendirikan usaha toko pakaian dari pada usaha yang lainya. Menurut teori ekonomi menyatakan usaha tersebut akan berhasil jika usaha yang dijalankan memperhatikan permintaan pasar dan juga pemilihan lokasi usaha. Dari pertanyaan peneliti ibu Yolanda selaku salah satu pemilik toko menyatakan:

Saya mendirikan usaha toko pakaian karena disamping mudah dalam pengadaannya juga karena saya menjalankan usaha yang sudah digeluti keluarga saya. Jadi usaha ini turun temurun dan saya hanya melanjutkan.¹¹⁸

Pernyataan berbeda disampaikan oleh kasir di salah satu toko pakaian lainya:

Menurut Saya usaha toko pakaian karena pakaian banyak diminati oleh masyarakat dan sekarang persaingan fashion bagi remaja sangat digemari dan berkembang pesat. Sudah menjadi tren bagi kalangan muda-mudi.¹¹⁹

Banyaknya toko pakaian yang berdiri sehingga mengakibatkan terjadinya persaingan usaha. Sebab apa yang dijual dalam toko pakaian mayoritas sama jenisnya.¹²⁰ Ibu Yolanda mengungkapkan:

¹¹⁷Wawancara dengan mas Fahmi, salah satu konsumen toko pakaian , pada tanggal 21 Oktober 2017

¹¹⁸Wawancara dengan ibu Yolanda, pemilik toko pakaian Duta Mode, pada tanggal 22 Oktober 2017

¹¹⁹Wawancara dengan mbak Tanti, kasir toko pakaian Serba 35 Ribu, pada tanggal 22 Oktober 2017

¹²⁰ Hasil Observasi Toko-toko pakaian Jalan Diponegoro Tulungagung, pada tanggal 22 Oktober 2017

Memang dalam usaha itu pasti ada persaingan. Saya menangkap persaingan sebagai upaya dalam meningkatkan mutu toko saya. Saya bersaing dengan fair dengan sehat. Pasti konsumen juga bisa menilai kualitas selaras dengan harga. Jadi persaingan dalam usaha itu pasti terjadi. Saya menerapkan konsep toko yang unik, karena barang yang unik yang menarik minat pembeli.¹²¹

Memang walaupun dalam satu lokasi tersebut banyak usaha yang mendirikan toko pakaian. Tetapi persaingan antar toko sangat sehat tidak ada hal curang yang menodai persaingan. Hal ini selaras dengan apa yang di ungkapkan mbak Tanti kasir toko Serba 35 Ribu:

Semua jenis usaha pasti ada persaingan. tetapi persaingan yang dilakukan harus benar jangan saling menjatuhkan. Saya pribadi menghadapi persaingan dengan cara menjaga kualitas harga serta barang, juga kebersihan dan keindahan toko sehingga menarik Konsumen untuk membeli.¹²²

Persaingan yang sangat terlihat yaitu mengenai tata dekorasi toko yang kelihatan glamor serta nyaman menarik pembeli untuk membeli produk yang terdapat di toko pakaian tersebut.¹²³ Mbak Tanti menyatakan bahwa:

Dalam toko ini untuk memenangkan persaingan saya memperhatikan kualitas pakaian yang saya jual serta penataan pakaia yang menarik dan rapi. Dengan memasang promo-promo karena toko saya menganut harga serba Rp. 35.000,-.¹²⁴

Selanjutnya adalah strategi promosi (promotion). Tugas perusahaan adalah bagaimana menyampaikan produk mereka dengan

¹²¹Wawancara dengan ibu Yolanda..., pada tanggal 22 Oktober 2017

¹²²Wawancara dengan mbak Tanti, kasir toko pakaian Serba 35 Ribu, pada tanggal 22 Oktober 2017

¹²³ HasilObservasi Toko-toko Pakaian Jalan Diponegoro Tulungagung tanggal 22 Oktober 2017

¹²⁴Wawancara dengan mbak Tanti, kasir toko pakaian serba 35 ribu, pada tanggal 22 Oktober 2017

PR (Public Relation) terbaik yang mereka miliki dan menyerahkan tugas selanjutnya kepada media dan masyarakat untuk menilai kelayakan produk.

Strategi promosi juga merupakan komponen penting dalam persaingan usaha. Zaman sekarang ini merupakan zaman serba berbasis teknologi. Oleh sebab itu dalam suatu usaha juga melibatkan teknologi guna mendongkrak omset usahanya. Seperti pernyataan ibu Yolanda:

Selain juga lewat pemasaran konvensional, kami juga memasarkan produk lewat iklan baik itu di radio maupun di televisi lokal. Kami juga melayani via online juga, ya ikut perkembangan zaman saja agar tidak ketinggalan dengan pesaing lainnya.¹²⁵

Ibu Yolanda memaparkan:

Untuk memangkas biaya operasional toko saya mempekerjakan karyawan secukupnya. Ada 5 karyawan yang saya pekerjakan. Selain itu karena barang yang saya ambil dari Jakarta jadi untuk menghemat biaya, saya belanja jika stok barang benar-benar telah habis. Jadi tidak dikit-dikit mendatangkan barang.¹²⁶

Sedangkan promosi yang dilakukan oleh toko Serba 35 Ribu adalah dengan cara memasang banner bertuliskan serba 35 ribu serta juga menggunakan sistem obral dengan harga Rp.35.000,-.¹²⁷ Berikut ini keterangan dari kasir toko Serba 35 Ribu:

¹²⁵Wawancara dengan ibu Yolanda, pemilik toko pakaian Duta Mode, pada tanggal 22 Oktober 2017

¹²⁶Ibid., pada tanggal 22 Oktober 2017

¹²⁷Hasil Observasi Toko Pakaian Serba 35 Ribu Jalan Diponegoro Tulungagung tanggal 22 Oktober 2017

Promosi di toko ini dengan cara memasang benner yang menunjukkan harga yang terjangkau. Dan juga obral dengan harga tidak lebih dari Rp.35.000,-.¹²⁸

Yang terakhir adalah strategi pelayanan terhadap konsumen. Pelayanan Prima adalah sebuah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan yang terbaik untuk memfasilitasi kemudahan dalam pemenuhan kebutuhan untuk mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu royal. Produsen berharap agar konsumen tidak berpindah ketempat lain dan tetap loyal pada pilihannya. Loyalitas ini sangat diperlukan oleh perusahaan karena konsumen yang loyal merupakan salah satu keuntungan bagi perusahaan, sebab biaya untuk mempertahankan pelanggan lebih murah empat sampai enam kali biaya untuk mencari pelanggan baru. Loyalitas konsumen bagi produsen tentu bukan hal yang mudah untuk diciptakan. Dengan pelayanan yang sangat baik tentunya konsumen akan merasa senang dan nyaman ketika berbelanja, dengan demikian konsumen tidak hanya terpenuhi kebutuhan fisik yang berupa berbelanja, akan tetapi kebutuhan psikis yang berupa kebahagiaan dan kenyamananpun terpenuhi. Pelayanan konsumen merupakan titik terpenting selain promosi. Hal ini dikarenakan konsumen merupakan target dari berhasil atau tidaknya suatu usaha. Pelayanan konsumen yang diterapkan di toko Serba 35 Ribu maupun toko Duta Mode

¹²⁸Wawancara dengan mbak Tanti, kasir toko pakaian serba 35 ribu, pada tanggal 22 Oktober 2017

sama-sama menggunakan prinsip “pembeli adalah raja”. Hal ini selaras dengan pernyataan pemilik-pemilik toko:

Saya menekankan kepada karyawan saya agar memperlakukan pembeli dengan ramah dan sopan. Intinya sabar menuruti permintaan pembeli.¹²⁹

Hal serupa di sampaikan oleh karyawan toko. Yang menyatakan bahwa:

Saya sebagai karyawan di tuntutan untuk bersikap sopan dan baik melayani pembeli. Tidak hanya itu saya juga harus menjaga kebersihan toko agar pembeli tetap nyaman dalam berbelanja.¹³⁰

Sama seperti yang disampaikan oleh ibu Yolanda. Mbak Tanti selaku kasir dari toko Serba 35 ibu mengatakan:

Kami selalu membuat konsumen nyaman berbelanja di toko ini. Tentu saja kami menerapkan pelayanan yang prima. Ramah, cepat dan efektif dalam melayani konsumen.¹³¹

Peneliti juga menanyakan ke beberapa pengunjung toko. Mereka sepakat menjawab puas dengan pelayanan yang ada di toko pakaian di Tulungagung khususnya di Jalan Diponegoro ini. Bahkan para pengunjung merasa nyaman karena suasana yang bersih dan tertata membuat betah dalam berbelanja di toko tersebut.

Persaingan dalam dunia usaha adalah cara yang efektif untuk mencapai pendayagunaan sumber daya secara optimal. Dengan

¹²⁹Wawancara dengan ibu Yolanda, pemilik toko pakaian Duta Mode, pada tanggal 23 Oktober 2017

¹³⁰Wawancara dengan mbak Rita, salah satu karyawan toko pakaian, pada tanggal 23 Oktober 2017

¹³¹Wawancara dengan mbak Tanti, kasir toko pakaian serba 35 ribu, pada tanggal 23 Oktober 2017

adanya rivalitas akan cenderung menekan ongkos-ongkos produksi sehingga harga menjadi lebih rendah serta kualitasnya semakin meningkat. Bahkan lebih dari itu persaingan dapat menjadi landasan fundamental bagi kinerja diatas rata-rata untuk jangka panjang dan dinamakannya keunggulan bersaing yang lestari (*sustainable competitive advantage*) yang dapat diperoleh melalui tiga strategi generik, yakni keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus biaya.. Hal ini seperti apa yang diutarakan oleh ibu Yolanda yang menyatakan:

Menurut saya dengan adanya persaingan maka akan memunculkan variasi dan inovasi baru. Saya menganggap adanya persaingan bukan sebagai hambatan tetapi sebagai acuan sejauh mana toko kita bisa bersaing dan memenangkan persaingan. tentu saja dengan cara persaingan yang sehat.¹³²

Peneliti juga menanyakan bagaimana manfaat persaingan bagi konsumen kepada salah satu pengunjung toko yaitu Mbak Maya:

Dengan adanya persaingan saya sebagai konsumen merasa akan banyak pilihan karena otomatis toko-toko akan menampilkan inovasi baik kualitas maupun pelayanan yang baik terhadap konsumen. Jadi sangat senang sekali saya sebagai konsumen jika persaingan itu timbul secara sehat.¹³³

Hal yang berbeda disampaikan kasir toko Serba 35 Ribu. Mbak Tanti menyampaikan:

Adanya persaingan sebenarnya ada hal yang mengambat usaha. Karena makin banyak pesaing maka peluang makin sedikit. Tetapi disisilain juga ada manfaatnya walau tidak berdampak langsung kepada toko.¹³⁴

¹³²Wawancara dengan ibu Yolanda, pemilik toko pakaian Duta Mode, pada tanggal 23 Oktober 2017

¹³³Wawancara dengan mbak Maya, pengunjung toko pakaian Duta Mode, pada tanggal 23 Oktober 2017

¹³⁴Wawancara dengan mbak Tanti, kasir toko pakaian serba 35 ribu, pada tanggal 23 Oktober 2017

Dari pernyataan tersebut menjelaskan bahwa persaingan usaha merupakan hal yang lazim terjadi dalam suatu kegiatan ekonomi. Adanya rivalitas menjadikan seseorang mempunyai inovasi-inovasi guna memenangkan persaingan dengan rivalnya tersebut. Tentu saja semua harus dilakukan dengan cara yang benar sesuai aturan yang berlaku.

C. Temuan Penelitian

Berdasarkan metode pengumpulan data yaitu dengan Observasi, Wawancara dan Dokumentasi, praktik persaingan usaha toko pakaian di jalan Diponegoro tulungagung menggunakan cara-cara sebagai berikut:

1. Dalam pengadaan produk Toko Serba 35 Ribu memilih untuk mengambil barang lokal dari Jakarta sedangkan toko Duta Mode mengedepankan kualitas kain sehingga mengambil barang impor dari Luar Negeri.
2. Dalam strategi harga Toko serba 35 Ribu memilih untuk menyamakan harga sebesar Rp.35.000,- rupiah padahal mengenai harga produknya tidak semuanya seharga itu. Akan tetapi untuk memenangkan hati konsumen maka hal itu dilakukan. Sedangkan Toko Duta Mode mengenai penetapan harga mengambil keuntungan sebesar 20% dari harga beli serta tidak ada tawar-menawar atau bisa dikatakan toko ini menerapkan harga pas.

3. Strategi pelayanan dari kedua toko ini sama-sama mengedepankan pelayanan prima terhadap konsumen.
4. Toko-toko di kawasan jalan Diponegoro Tulungagung menggunakan atribut benner dalam memenagkan persaingan, desain benner/reklame menonjolkan sisi keunggulan dari toko tersebut. Tak kala terdapat perbandingan-perbandingan terhadap toko lain.
5. Strategi promosi Toko Serba 35 Ribu lebih menggunakan media Online sedangkan Toko Duta Mode lebih suka promosi melalui radio dan Televisi.

D. Pembahasan Temuan Penelitian

Persaingan usaha dalam hukum positif termuat dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat. Dalam persaingan usaha toko pakaian di Tulungagung dalam hukum positif termasuk ke dalam bagaimana cara bersaing demi mendapatkan keuntungan.

Dalam aturan persaingan usaha pengusaha dilarang melakukan perjanjian dan kegiatan yang dilarang dalam berusaha. Perjanjian yang dilarang diatur dalam Bab III Pasal 4-16 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.¹³⁵ Meliputi perjanjian oligopoli, perjanjian penetapan harga, perjanjian pembagian wilayah pemasaran, perjanjian pemboikotan, perjanjian, perjanjian kartel, perjanjian trust, perjanjian oligopsoni, perjanjian integrasi vertikal, perjanjian dengan pihak luar negeri

¹³⁵Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha Teori dan Praktiknya di Indonesia*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada)hal. 85

sedangkan kegiatan yang dilarang dalam berusaha diatur dalam pasal 17- pasal 24 yang meliputi kegiatan monopoli, kegiatan monopsoni, penguasaan pangsa pasar, jual rugi, dan persekongkolan atau konspirasi usaha. Berdasarkan hasil wawancara dari pemilik toko Jalan Diponegoro Tulungagung menyatakan bahwa perjanjian dan kegiatan persaingan usaha dilakukan secara sehat tidak saling menjatuhkan.

Penetapan harga diskon dan paket yang dilakukan oleh toko Serba 35 Ribu sudah sesuai dengan Undang-Undang No 5 Tahun 1999 karena masih dalam ambang batas harga pasar. Selain itu sistem Promosi yang dilakukan toko-toko pakaian Jalan Diponegoro Tulungagung dengan menggunakan banner, pamflet dan melalui media elektronik tergolong persaingan yang sehat karena tidak mengandung unsur menjatuhkan pesaing bisnisnya.

Islam sebagai suatu aturan hidup yang khas telah memberikan aturan-aturannya yang rinci untuk mengindarkan munculnya permasalahan akibat praktik persaingan yang tidak sehat.¹³⁶Berikut adalah etika bisnis Islam dalam menghadapi persaingan:

1. Tidak boleh mempraktikan kebohongan dan penipuan mengenai barang-barang yang dijual.
2. Harus jujur dalam timbangan dan takaran. Sebagaimana firman Allah SWT:¹³⁷

¹³⁶Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta:UPP-AMP YKPN Yogyakarta) hal. 250

¹³⁷A.Kadir, *Hukum Bisnis Syariah Dalam Al-Quran*,(Jakarta: AMZAH, 2013) hal. 4 •

وَالسَّمَاءَ رَفَعَهَا وَوَضَعَ الْمِيزَانَ . أَلَّا تَطْغَوْا فِي الْمِيزَانِ .
الْوِزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ وَاقِيمُوا

Artinya : “Dan Allah telah meninggikan langit dan Dia meletakkan neraca (keadilan). Supaya kamu jangan melampaui batas tentang neraca itu. Dan tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu.” (QS. Ar-Rahman (55):7-9)

3. Rendah hati dan bertutur kata sopan. Rendah hati sangat dianjurkan dalam Islam. Islam sangat mengutuk perilaku sombong dan takabur.
4. Adil terhadap semua pelanggan. Sebagai agama *rahmatul lil alamin*, Islam menjunjung tinggi nilai-nilai keadilan. Sebagaimana firman Allah SWT:¹³⁸

وَأْمُرْتُ لِأَعْدِلَ بَيْنَكُمُ اللَّهُ رَبُّنَا وَرَبُّكُمْ لَنْ أَعْمَلُنَا وَلَكُمْ أَعْمَلُكُمْ لَا حِجَّةَ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمُ

Artinya : “Dan aku diperintahkan supaya berperilaku adil diantara kamu. Allah-lah Tuhan kami dan Tuhan kamu. Bagi kami amal-amal kami dan bagi kamu amal-amal kamu. Tidak ada pertengkaran antara kami dan kamu.” (QS. Asy-Syura (42):15).

Dari macam-macam etika bisnis yang bertujuan untuk mengikis persaingan tidak sehat dalam praktiknya sudah diterapkan dalam Toko pakaian di Tulungagung. Seperti hasil wawancara dari karyawan toko yang menjelaskan bahwa karyawan toko dituntut untuk melayani pembeli dengan sabar dan ramah. Membantu apa yang diperlukan oleh pembeli.

Persaingan yang diterapkan toko-toko pakaian yang ada di kawasan Jalan Diponegoro Tulungagung adalah dengan menerapkan bentuk-bentuk strategi :

¹³⁸*Ibid.*, hal. 78

1. Strategi Lokasi

Lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran eceran, pemilihan lokasi yang tepat dan strategis pada sebuah gerai atau toko akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis.¹³⁹

Menurut Fandy Tjiptono (2007) pemilihan tempat atau lokasi usahamemerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor berikut:¹⁴⁰

- a. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi. Pemilihan tempat usaha toko pakaian di jalan Diponegoro Tulungagung sudah tepat karena lokasinya dekat dengan pusat kota Taman Alon-Alon. Dijalan tersebut juga merupakan akses utama menuju pusat kota sehingga merupakan jalur strategis dalam mendirikan usaha.
- b. Visibilitas, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan. Pertokoan di kawasan jalan Diponegoro Tulungagung sangat memperhatikan strategi lokasi. Toko Serba 35 Ribu dan toko Duta Mode tepat berada di tepi barat jalan Diponegoro. Selain itu Desain toko yang menarik memudahkan terlihat bagi konsumen jika melewati jalan Diponegoro

¹³⁹Hendra Fure, "Lokasi, Keberagaman Produk Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calala". EMBA. Vol.1 No.3 September 2013, Hal.274

¹⁴⁰Relon T, Hidayat, *Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Volume Penjualan*, diakses 26 Oktober 2017 pukul 10.00 Wibmelalui <http://repository.unri.ac.id>

- c. Lalulintas (*traffic*), dimana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu :
- 1) Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan besar terjadinya impulse buying. Menurut dengan hasil wawancara dengan pemilik toko duta mode dan juga toko Serba 35 Ribu, lalu lintas di jalan Diponegoro memang sangat membantu dalam usahanya hal ini dikarenakan di jalan Diponegoro merupakan lalulintas sentral kota dan menjadi kawasan pusat belanja masyarakat.
 - 2) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan, misalnya pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran, dan ambulans. Lokasi pertokoan pakaian di jalan Diponegoro dekat dengan kantor Bupati otomatis disana juga terdapat pospengamanan Polisi. Masalah kemacetan tidak selalu terjadi setiap hari, hanya hari-hari weekend saja atau pada waktu peralihan arus jalan. Sehingga hal ini tidak berdampak negatif bagi toko-toko di kawasan tersebut.
- d. Tempat parkir yang luas dan aman. Di toko-toko pakaian jalan Diponegoro yaitu toko Serba 35 Ribu dan toko Duta Mode lahan parkir tidak terlalu luas. Untuk parkir hanya diparkir di depan toko dengan cangkupan kendaraan hanya berkisar 10 sepeda motor dan tidak menyediakan parkir mobil. Disinilah yang menjadi kelemahan sehingga konsumen harus menyesuaikan kendaraannya

jika ingin berbelanja di toko-toko tersebut. Tentang keamanan sangat aman karena baik toko Serba 35 Ribu dan toko Duta Mode terdapat petugas parkir akan tetapi yang disayangkan adalah konsumen harus membayar parkir pribadi sebesar seribu rupiah.

- e. Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas untuk perluasan bisnis dikemudian hari. Karena memang kawasan jalan Diponegoro sangat padat bangunan maka, tidak memungkinkan untuk perluasan usaha disana. Hal ini dibenarkan oleh pemilik toko bahwasanya pemilik toko jika ingin memperluas usaha harus berada di lokasi lain karena memang sudah padat bangunan.
- f. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung bisnis yang ditawarkan. Misalnya bisnis restoran kelas kecil yang berdekatan dengan daerah kampus, sekolah, dan perkantoran. Di pertokoan pakaian jalan Diponegoro Tulungagung diuntungkan dengan adanya perkantoran seperti kantor pusat Bank Rakyat Indonesia, PEMDA, dan juga Taman Alon-Alon kota Tulungagung.
- g. Persaingan, yaitu lokasi pesaing. Misalnya dalam menentukan lokasi restoran kelas kecil, perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah yang sama banyak pula terdapat restoran kelas kecil lainnya. Persaingan usaha toko-toko pakaian memang tidak bisa dihindarkan karena sepanjang jalan Diponegoro merupakan pusat belanja yang berdiri berbagai macam toko pakaian, sepatu, tas, dan berdiri pusat belanja terbesar di Tulungagung yaitu Apollo Mall.

Dari hasil penelitian pemilihan lokasi toko pakaian di Tulungagung berada di tengah kota yaitu berada di selatan Alon-Alon Tulungagung yang merupakan pusat pertokoan di Tulungagung sehingga pemilik toko mendirikan usahanya disana. Menurut keterangan dari pemilik toko Serba 35 Ribu dan Toko Duta Mode selain karena berada dipusat kota, lokasi ini merupakan peninggalan dari keluarganya sehingga pemilik hanya meneruskan usaha dari pendahulunya.

2. Strategi Produk

Strategi produk dalam hal ini adalah menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang, melalui peningkatan penjualan dan peningkatan *share pasar*.

Keputusan tentang penempatan produk berkaitan dengan ketersediaan produk/keragaman produk dengan jumlah yang sesuai dan di lokasi yang sangat tepat. Jumlah dan jenis produk yang dijual di suatu tempat semakin beragam, maka konsumen pun akan merasa puas jika ia melakukan pembelian di tempat tersebut dan ia tidak perlu melakukan pembelian di tempat yang lain.

Kualitas produk atau barang yang di jual di toko pakaian Tulungagung di Jalan Diponegoro bervariasi dan beragam, dalam

menghadapi persaingan pasar fashion. Pedagang pakaian, harus pandai mencari produk atau barang yang sedang trend dan sedang gencar - gencarnya di kalangan muda-mudi atau yang di minati. Para pedagang pakaian di Jalan Diponegoro Tulungagung mengambil produk atau barang tidak kalah bagus kualitasnya dengan kualitas produk toko berskala besar seperti toko pakaian yang ada di Mall, bahan yang hampir mirip tetapi dengan harga yang terjangkau atau miring. Kualitas tersebut bisa dikatakan kualitas menengah kebawah dengan harga yang terjangkau dan memenuhi kapasitas pada konsumen menengah kebawah.

3. Strategi harga

Menurut Philip Kotler: Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan; ciri-ciri produk, saluran, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan tersebut kepada pasar tentang produk dan mereknya. Apabila harga suatu produk di pasaran adalah cukup tinggi, hal ini menandakan bahwa kualitas produk tersebut adalah cukup baik dan merek produk di benak konsumen adalah cukup bagus dan meyakinkan.

Jadi harga bisa menjadi tolak ukur bagi konsumen mengenai kualitas dan merek dari suatu produk, asumsi yang dipakai di sini

adalah bahwa suatu usaha atau badan usaha baik usaha dagang, usaha manufaktur, usaha agraris, usaha jasa dan usaha lainnya menetapkan harga produk dengan memasukkan dan mempertimbangkan unsur modal yang dikeluarkan untuk produk tersebut. Penetapan harga mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan dan kemampuan perusahaan mempengaruhi konsumen.¹⁴¹ Strategi harga yang diterapkan toko-toko pakaian di Jalan Diponegoro Tulungagung adalah ada 2 cara yaitu dengan sistem pukul rata (obral) dan ada yang menggunakan harga pas. Yang menggunakan sistem pukul rata (obral) adalah toko Serba 35 Ribu, mekanismenya adalah semua produk pakaian segala jenis baik dari pakaian anak-anak, remaja, hingga orang tua semuanya seharga Rp.35.000,-. Sebenarnya tidak semuanya berharga Rp.35.000,- ada produk yang berharga kurang dari Rp.35.000,- dan ada yang lebih dari Rp.35.000,- akan tetapi semuanya kami jual seharga Rp.35.000,- guna untuk menarik konsumen yang banyak. Dalam fenomena ini dalam Islam mengatakan seperti Hadis Nabi SAW, sebagai berikut:

“Barang siapa yang melakukan ihtikar untuk merusak harga pasar sehingga harga pasar naik secara tajam, maka ia berdosa” (Riwayat Ibnu Majah dan Ahmad).¹⁴²

Dari hadis tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa sejauh tidak merusak harga pasar maka penetapan harga diperbolehkan. Jadi

¹⁴¹Kotler. *Manajemen Pemasaran* (edisi ke sebelas) jilid 2, (Jakarta : Gramedia, 2005), hal.139

¹⁴²Efendi, *Pandangan Islam Mengenai Pasar Monopoli*, diakses 25 Oktober 2017 pukul 11.00 Wib melalui www.bloggratis.blogspot.co.id

apa yang dilakukan oleh toko pakaian Serba 35 Ribu merupakan inovasi yang berguna untuk menarik daya beli konsumen. Apa yang dilakukan oleh toko Serba 35 Ribu merupakan promo produk tertentu dan dalam etika bisnis Islam merupakan boleh dan sah asalkan tidak ada unsur penipuan dan barang rusak serta barang atau produk beracun yang membahayakan pembeli atau pelanggan.

Sedangkan di toko Duta Mode menetapkan harga dengan prosentasi 20-25% per produk. Hal ini tidak termasuk penetapan harga di bawah pasar karena rasio keuntungan dari produk tidak banyak dan wajar dalam menetapkan harga. Perjanjian penetapan harga yang dilarang menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yaitu jika disebabkan penetapan harga bersama-sama akan menyebabkan tidak dapat berlakunya hukum pasar tentang harga yang terbentuk dari adanya tawaran dan permintaan.¹⁴³

Dengan tegas Al Qur'an berpesan, agar pengambilan keuntungan dilakukan secara fair, saling ridha dan menguntungkan yang tergambar dalam Firman Allah QS.An-Nisa': 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai 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

¹⁴³Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha Teori dan Praktiknya di Indonesia...*, hal. 97

dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” (QS An-Nisâ’ [4]: 29).

4. Strategi Promosi

Kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan merupakan penggunaan kombinasi yang terdapat dari unsur-unsur atau peralatan promosi, yang mencerminkan pelaksanaan kebijakan promosi dari perusahaan tersebut.¹⁴⁴ Konsep promosi yang dilakukan oleh Nabi Muhammad yaitu Nabi tidak pernah melebih-lebihkan produk dengan maksud untuk memikat pembeli. Nabi Muhammad bersabda,

الْحَلْفُ مُنْفِقَةٌ لِلسَّلْعَةِ مُمَحِقَةٌ لِلْبَرْكََةِ

Artinya: “*Sumpah yang diucapkan untuk melariskan perniagaan, dapat merusak keuntungan.*” (HR Muslim dari Abu Hurairah R.a).¹⁴⁵

Dalam hadis tersebut mengartikan dalam melakukan promosi dilarang menyembunyikan kecacatan produk, harus bersifat jujur apa adanya, tidak berlebihan dan melebih-lebihkan. Sehingga pada akhirnya tidak menimbulkan kekecewaan konsumen.

Strategi promosi yang dilakukan oleh toko-toko di Jalan Diponegoro Tulungagung adalah:

- a. Papan reklame atau baleho yang terpampang di setiap depan toko pakaian di Jalan Diponegoro Tulungagung untuk menarik perhatian konsumen yang melewati toko tersebut.

¹⁴⁴Tarmudji Tarsis, *Prinsip-Prinsip Wirausaha*, (Semarang : Liberty Yogyakarta, 1996), hal. 4-5

¹⁴⁵Thorik Gunara dan Utus H.Sudibyoy, *Marketing Muhammad Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad Saw*, (Bandung: PT Karya Kita, 2007) hal.57-58

- b. Melalui media elektronik, seperti iklan lewat radio dan juga internet. Hal ini dilakukan karena menjadi tuntutan zaman yang serba online sehingga agar tetap bisa bersaing maka harus menggunakan teknologi dalam promosi/iklan.

Al-Qur'an tidak melarang adanya periklanan dan memang periklanan dapat digunakan untuk mempromosikan kebenaran Islam. Namun, periklanan yang berisi tentang pernyataan-pernyataan yang dilebih-lebihkan termasuk kedalam bentuk penipuan, tidak peduli apakah deskripsi pernyataan tersebut sebagai metafor atau sebagai kiasan tentu sudah pasti dilarang. Hal ini tersirat dalam hadits berikut:¹⁴⁶

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

Artinya: *Abu Said meriwayatkan bahwa Rasulullah Saw, bersabda: "Pedagang yang jujur dan dapat dipercaya beserta para Nabi dan orang yang jujur dan para syuhada" . (HR. Tirmidzi).*

Pedagang yang tulus dan jujur bekerja untuk kemaslahatan kemanusiaan, karenanya menemukan tempat bersama para hamba- hamba Allah yang tulus yang kehidupannya diabdikan untuk kemaslahatan umat manusia. Islam mengharamkan seluruh macam penipuan, baik dalam masalah jual beli, maupun dalam seluruh macam muamalah. Seorang muslim dituntut untuk berlaku jujur dalam seluruh urusannya.

¹⁴⁶<https://nasihatonline.wordpress.com/2013/03/13/pedagang-yang-jujur-dan-terpercaya/>
diakses 11 Januari 2018 pukul 11.10 WIB

5. Strategi Pelayanan

Pelayanan menurut Kotler yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.¹⁴⁷

Pelayanan merupakan bagian dari suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dalam pandangan islam, pelayanan mempunyai nilai-nilai islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal yaitu :

a. Profesional (*Fathanaah*)

Profesional adalah bekerja dengan maksimal dan penuh komitmen dan kesungguhan.¹⁴⁸ Sifat profesionalisme digambarkan dalam surat Al-Isra ayat 84:¹⁴⁹

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا

Artinya: “Tiap- tiap orang berbuat menurut keadaannya masing -masing. Maka Allah SWT lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya. Termasuk dalam pengertian keadaan disini ialah tabiat dan pengaruh alam sekitarnya”.

¹⁴⁷Mega Putri, *Analisis Kualitas Pelayanan Pada Bisnis Apotek Di Pekanbaru*, diakses 26 Oktober 2017 pukul 10.20 Wibmelalui <https://media.neliti.com/media/publications/31461-ID-analisis-kualitas-pelayanan-pada-bisnis-apotek-di-pekanbaru.pdf>

¹⁴⁸Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Inpress, 2003), hal. 63

¹⁴⁹<http://indonesian.irib.ir/iran/item/104854-tafsir-surat-al-isra-ayat-81-84> diakses 11 Januari pukul 11.30 WIB

Baik pemilik toko maupun karyawan toko Serba 35 Ribu dan toko Duta Mode sangat menekankan kepada profesionalitas dalam melayani konsumen. Hal ini dapat dilihat dari desain toko yang menarik dengan tata letak baju yang rapi, mudah dijangkau serta bervariasi, kebersihan toko serta cara menghadapi konsumen dengan mengutamakan keramahan.

b. Kesopanan dan Keramahan (*Tabligh*)

Tabligh artinya komunikatif dan argumentatif. Orang memiliki sifat tabligh akan menyampaikan dengan benar dan tutur kata yang tepat.¹⁵⁰

Kesopanan dan keramahan merupakan inti dalam memberikan pelayanan kepada orang lain. Hal ini ditegaskan dalam Al-Qur'an surat Thaha ayat 44:¹⁵¹

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى

Artinya: “Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut. Mudah-mudahan ia ingat atau takut”.

Karyawan di toko Serba 35 Ribu dan toko Duta Mode bersikap aktif menjawab apa yang diperlukan konsumen. Dalam pelayanannya pemilik toko selalu menekankan harus ramah dan selalu mengucapkan terimakasih ketika konsumen selesai berbelanja.

¹⁵⁰Hermawan Kartajaya dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan,2006), hal. 132

¹⁵¹<http://www.mymasjid.net.my/al-quran/surah/20/Taha/44/> diakses 11 Januari 2018 pukul 12.05 WIB

c. Jujur (Sidik)

Jujur yaitu tidak pernah berdusta dalam melakukan segala kegiatan transaksi. Jujur juga merupakan kesesuaian antar berita yang disampaikan dan fakta, antara fenomena dan yang diberitakan, serta bentuk dan substansi.¹⁵²

Dalam agama Islam menganjurkan segala sesuatu harus didasari dengan kejujuran. Toko-toko di Jalan Diponegoro terutama toko Serba 35 Ribu kurang bersifat jujur dikarenakan harga pakaian aa yang melebihi 35 Ribu hal ini tidak sesuai dari nama toko yang menghargai barang serba Rp. 35.000,-. Sedangkan toko lainya yaitu Duta Mode sudah menerapkan aspek kejujuran dengan menjelaskan bahwa barang yang dijual adalah harga pas atau tidak di diskon.

d. Amanah

Amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban. Allah SWT berfirman dalam surat An-Nisa ayat 58:¹⁵³

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ . إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ . إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

¹⁵²Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik...*, hal. 98

¹⁵³<https://khultur.wordpress.com/2011/09/11/an-nisa-ayat58/> diakses 11 Januari 2018 pukul 13.00 WIB

Artinya: *“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.”*

Amanah dalam menjalankan usaha sangatlah penting. Hubungan antara pemilik toko dan juga karyawan haruslah baik untuk sama-sama bisa menciptakan keramahan dalam pelayanan. Di toko-toko jalan Diponegoro Tulungagung karyawan sangat menjalankan amanah dari pemilik toko. Dengan bukti dalam pelayanan dan kinerja karyawan sesuai dengan perintah pemilik toko untuk upaya pelayanan yang baik dan ramah terhadap konsumen.