

BAB V

PEMBAHASAN

A. Kondisi Persaingan Usaha antar Produsen Emping Melinjo

Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.¹ Persaingan muncul karena sama-sama menjual produk yang sama, selain itu faktor lokasi juga saling berdekatan. Situasi seperti itu membuat seseorang harus bersaing, tapi bagi pebisnis yang hebat persaingan bisnis haruslah sehat.

Dalam dunia bisnis, persaingan itu tidak selalu berkonotasi negatif. Bahkan didalam persaingan itu sebenarnya memiliki banyak aspek positif yang bisa dipelajari dan akan memberikan banyak manfaat dari persaingan tersebut. Manfaat dari persaingan tersebut antara lain memunculkan pemikiran yang inovatif, adanya peningkatan pelayanan, lebih mengenal pelanggan, dan terciptanya motivasi yang lebih tinggi. Dengan adanya manfaat-manfaat tersebut membuat persaingan itu sangat penting dilakukan. Seperti halnya yang diungkapkan Ibu Napik dan Ibu Imroatus bahwa persaingan yang jurusan baik itu penting untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Kalau persaingan itu nggak penting nanti kita nggak bisa maju dan nggak ada perubahan. Selain itu persaingan juga bisa untuk

¹ Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta : Erlangga, 2005), hlm. 86

meningkatkan harga jual karena setiap produsen akan berlomba-lomba untuk membuat produk yang bagus.²

Kondisi persaingan yang terjadi antar produsen emping melinjo ialah

1. Para produsen menganggap persaingan yang baik itu penting karena bisa menjadi motivasi bagi produsen

Persaingan merupakan kondisi real yang dihadapi setiap orang dimasa sekarang. Kompetisi dan persaingan tersebut bisa dihadapi secara positif atau negatif, bergantung kepada sikap dan mental persepsi kita dalam memaknai persaingan tersebut.

Dalam arti yang positif dan optimis, kompetisi bisa diarahkan kepada kesiapan dan kemampuan untuk mencapai kemajuan dan kesejahteraan kita sebagai umat manusia. Kompetisi seperti ini merupakan motivasi diri sekaligus faktor penggali dan pengembang potensi diri dalam menghadapi bentuk-bentuk kompetisi, sehingga kompetisi tidak semata-mata diarahkan untuk mendapatkan kemenangan dan mengalahkan lawan. Dengan memaknai kompetisi seperti ini, kita menganggap kompetitor lain sebagai partner (bukan lawan) yang memotivasi diri untuk meraih prestasi. Inilah bentuk kompetisi yang dilandasi sifat sehat dan tidak mengarah kepada timbulnya permusuhan atau konflik, sehingga tidak bersifat destruktif dan membahayakan kelangsungan dan keharmonisan kehidupan kita.

² Wawancara dengan Ibu Napik dan Ibu Imroatus produsen emping melinjo pada tanggal 3 Juli 2018

Produsen emping melinjo di Desa Pojok menganggap persaingan itu sangat penting dalam hal kebaikan seperti terdorongnya motivasi untuk membuat produk yang berkualitas sehingga dalam pelaksanaan persaingan, para produsen bersaing secara sehat sehingga kondisi persaingan dapat berjalan dengan lancar.

Kondisi persaingan di Desa Pojok berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Retno Putriani bahwa kondisi persaingan bisnis di Pasar Wage Nganjuk secara umum dapat berjalan dengan lancar namun demikian ada segelintir pedagang muslim yang melakukan persaingan tidak sehat dengan melakukan banting harga dan monopoli ikan pindang.³

2. Terciptanya hubungan yang baik antar produsen emping melinjo

Jika memahami etika bisnis dengan baik dan menerapkannya dalam mengelola usaha yang dimiliki akan membuat usaha semakin kuat. Dalam dunia bisnis kita tentunya bukanlah pemilik tunggal, ada banyak usaha lain diluar sana. Bahkan yang menekuni bidang sama, dan menjual produk yang sama pun ada banyak jumlahnya. Agar usaha yang dimiliki tetap bertahan sebaiknya tetap menjaga hubungan baik dengan pesaing. Bersikap positif pada kompetitor dengan menjadikan kompetitor sebagai rekan bisnis kita, maka akan terjalin hubungan yang baik yaitu saling mengisi dan membantu.

³ Retno Putriani, *Strategi Pedagang Muslim dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Pasar Wage Nganjuk*, (Tulungagung : Skripsi Diterbitkan,2017)

Dalam hal ini, produsen emping melinjo selalu menjaga hubungan yang baik antar produsen, karena menjaga hubungan yang baik akan melanggengkan bisnisnya. Para produsen emping melinjo selalu tolong menolong ketika ada yang meminta bantuan, selain itu juga saling menghormati dan tidak ada yang menjelek-jelekan produsen orang lain.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Saman bahwa industri PT Pancanata Cantralindo menerapkan etika dengan meningkatkan keakraban dengan karyawan, pelanggan atau pihak-pihak lain yang berkepentingan sehingga menciptakan suasana akrab yang berubah menjadi persahabatan dan menambah luasnya pergaulan. Jika karyawan, pelanggan, dan masyarakat menjadi akrab segala urusan akan menjadi lebih mudah dan lancar.⁴

3. Pembeli memiliki kebebasan untuk membeli produk dimanapun

Pembeli merupakan salah satu kunci sukses seorang pebisnis, karena dengan adanya pembeli maka usaha yang akan tetap berjalan. Oleh karena itu seorang pebisnis harus memperlakukan pembeli dengan sebaik mungkin agar pembeli tersebut merasa puas dan mau membeli lagi. Namun seorang pebisnis tidak boleh memaksa pembeli untuk membeli produknya, karena keinginan pembeli itu berbeda-beda. Kita tidak pernah tahu seperti apa kebutuhan yang diinginkan konsumen.

Dalam hal ini produsen emping melinjo memberikan kebebasan pembeli untuk menentukan dimana saja pembeli tersebut ingin membeli

⁴ Muhammad Saman, *Persaingan Industri PT. Pancanata Centralindo (Perspektif Etika Bisnis dalam Islam)*, (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2010).

emping melinjo sehingga tidak ada perebutan pembeli diantara produsen emping melinjo.

Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Retno Putriani bahwa kondisi persaingan yang terjadi di Pasar Wage Nganjuk yaitu pembeli di Pasar Wage Nganjuk memiliki kebebasan mutlak untuk membeli suatu produk. Di Pasar Wage Nganjuk tidak terjadi perebutan konsumen, mereka beranggapan setiap pedagang memiliki pelanggannya masing-masing dan rezeki tidak akan tertukar.⁵

B. Hal-hal yang Dijadikan Persaingan oleh Produsen Emping Melinjo

Dalam aktivitas perdagangan sehari-hari pasti tidak akan terlepas dari persaingan. Persaingan dalam bisnis adalah hal yang wajar, begitu pula dengan persaingan bisnis para produsen emping melinjo di Desa Pojok. Hal-hal yang ada dalam persaingan antar produsen emping melinjo tersebut ialah:

1. Persaingan harga

Harga biasanya merupakan salah satu yang sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli suatu barang. Pasar yang baik adalah pasar persaingan bebas, artinya harga yang ditentukan oleh permintaan dan penawaran. Pasar yang bersaing sempurna dapat menghasilkan harga yang adil bagi penjual dan pembeli. Karenanya, jika mekanisme pasar terganggu, harga yang tidak adil tidak akan tercapai. Demikian pula sebaliknya, harga yang adil akan mendorong para pelaku

⁵ Retno Putriani, *Strategi Pedagang Muslim dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Pasar Wage Nganjuk*, (Tulungagung : Skripsi Diterbitkan,2017)

pasar untuk bersaing dengan sempurna. Jika harga tidak adil maka para pelaku pasar akan enggan bertransaksi atau walaupun bertransaksi, mereka akan mengganggu kerugian.⁶

Produsen emping melinjo di Desa Pojok mematok harga secara berbeda-beda, dan hal ini membuat terjadinya persaingan harga. Namun demikian dalam menentukan harga para produsen tetap mengikuti harga pasaran dalam arti harga yang berlaku pada umumnya. Penentuan harga yang berbeda-beda yang dipatok oleh produsen emping melinjo karena patokan harga yang dipakai setiap produsen berbeda beda seperti yang dikemukakan Ibu Salamah bahwa beliau mematok harga jual produknya disamakan dengan pasar bukan pasaran rumah karena beliau menjual produknya ke pasar. Selain itu produsen emping melinjo mematok harga yang berbeda-beda dilihat dari kualitas barangnya. Kalau barangnya bagus maka harganya mahal begitu pula sebaliknya kalau barang biasa harga juga standar.

Terkadang ada produsen emping melinjo yang membanting harga ketika permintaan produk sedang sepi karena produsen tersebut ingin produknya cepat laku. Padahal hal tersebut tidak dibenarkan dalam Islam karena dapat merugikan orang lain seperti bisa merusak harga pasaran produk.

Penentuan harga pada penelitian ini mengarah pada Pasar Persaingan Sempurna karena produsen hanya sebagai *price taker* atau

⁶ Novita Sa'adatul Hidayah, *Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*, (Semarang : Skripsi Diterbitkan, 2012)

produsen menjual barang sesuai harga yang berlaku di pasar. Sedangkan harga itu sendiri diserahkan pada mekanisme pasar yaitu sesuai dengan permintaan dan penawaran barang.

Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan hasil penelitian Novita Sa'adatul Hidayah bahwa persaingan harga yang terjadi antar pedagang di Pasar Ganefo yaitu para pedagang berlomba-lomba memberikan harga yang paling murah agar menarik para pelanggan, namun tidak jarang ada pedagang yang membanting harga untuk menarik pembeli.⁷

Sehingga dapat disimpulkan bahwa para pelaku bisnis dalam melakukan persaingan harga masih belum menerapkan etika bisnis Islam karena pelaku bisnis tersebut hanya mementingkan dirinya sendiri tanpa memikirkan jika perbuatan yang dilakukan tersebut bisa menjadi kezhaliman karena merugikan orang lain.

Penentuan harga amat penting bagi perusahaan diantaranya harga merupakan penentu pasar, harga mempengaruhi posisi perusahaan di pasar, harga mempengaruhi pendapatan dan laba perusahaan dan harga juga mempengaruhi program pemasaran. Selain itu jika dihubungkan dengan kualitas produk penetapan harga juga penting karena harga merupakan indikator kualitas suatu produk. Mengingat konsumen

⁷ Novita Sa'adatul Hidayah, *Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*, (Semarang : Skripsi Diterbitkan, 2012)

beranggapan bahwa produk yang mahal pasti kualitasnya tinggi dan sebaliknya.⁸

2. Persaingan produk

Produk usaha bisnis yang dapat dipersaingkan baik barang ataupun jasa harus halal. Spesifikasi harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan. Kualitasnya terjamin dan bersaing.⁹

Produk yang dihasilkan oleh produsen emping melinjo di Desa Pojok semua sama, yaitu emping mentah dengan berbagai ukuran mulai dari kecil, sedang hingga besar. Oleh sebab itu persaingan dalam hal produk menjadi sangat ketat. Namun demikian walaupun produk yang dihasilkan sama tetapi kualitas yang dimiliki setiap produsen emping melinjo berbeda-beda.

Produsen emping melinjo di Desa Pojok berlomba-lomba untuk membuat produk yang memiliki kualitas bagus agar banyak diminati pembeli. Namun terkadang masih ada produsen yang mencampur barang berkualitas bagus dengan barang yang berkualitas kurang bagus, padahal hal tersebut tidak dibenarkan dalam Islam karena perbuatan tersebut sama halnya dengan melakukan penipuan.

Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Khurriyatizzahroh bahwa para pedagang berlomba-lomba dalam menyediakan barang-barang yang dicari pembeli. Para

⁸ M Tohar, *Membuka Usaha Kecil*, (Yogyakarta : Kanisius, 2007), hlm. 51

⁹ M. Ismail Yusanto dan M. Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta : Gema Insani Press, 2002), hlm. 96

pedagang di Pasar Juwana Baru saling memberikan kualitas yang baik terhadap barang dagangannya dengan tujuan para pembeli yang datang tidak kecewa kepada mereka dan tidak lari ke pedagang lain. Namun ada sebagian pedagang yang mengaku bahwa barangnya berkualitas bagus tapi pada kenyataannya barang tersebut adalah barang tiruan.¹⁰

3. Persaingan pemasaran

Pemasaran adalah garis depan suatu bisnis, mereka adalah orang-orang yang bertemu langsung dengan konsumen sehingga setiap tindakan dan ucapannya berarti menunjukkan citra dari barang dan perusahaan. Namun sayangnya pandangan masyarakat saat ini menganggap pemasar diidentikkan dengan penjual yang dekat dengan kecurangan, penipuan, paksaan, dan lainnya yang telah memperburuk citra seorang pemasar. Tidak terelakkan lagi banyak promosi usaha-usaha yang kita lihat sehari-hari tidak menjelaskan secara detail tentang produknya, yang mereka harapkan adalah konsumen membeli produk mereka dan banyak dari konsumen merasa tertipu atau dibohongi ketika mencoba produk yang dijual pemasar tersebut.

Pemasaran sangatlah penting dilakukan agar konsumen mengetahui produk yang dihasilkan oleh seseorang. Dan dengan melakukan pemasaran yang baik bisa membuat konsumen tertarik, terlebih lagi jika produk tersebut memiliki kualitas dan nilai inovatif, serta keunikan. Sehingga hal tersebut bisa menambah nilai jual suatu produk.

¹⁰ Sri Khurriyatizzahroh, *Analisis Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Pasar Juwana Baru Pasca Kebakaran)*, (Kudus : Skripsi Diterbitkan, 2016)

Kegiatan promosi paling umum yang dilakukan oleh produsen emping melinjo di Desa Pojok ialah melalui penjualan perorangan (*personal selling*). Penjualan perorangan atau jual beli tatap muka adalah sebuah kepastian yang dilakukan produsen emping melinjo. *Personal selling* adalah presentasi oleh pedagang dengan tujuan menjual dan membina hubungan dengan pelanggan. Penjualan perorangan melibatkan pembicaraan langsung antara penjual dan pelanggan potensial. Penjualan tatap muka ini menyediakan umpan balik segera membantu wiraniaga untuk menyesuaikan diri. Ada tiga jenis pokok tugas penjualan, yaitu mencari pesanan, penerimaan pesanan, dan mendukung.¹¹

Menurut wawancara dengan produsen emping melinjo di Desa Pojok, bentuk promosi yang dilakukan yaitu dengan mengikuti kegiatan pameran seperti pameran di kecamatan atau di kabupaten. Selain itu, produsen juga telaten untuk menawarkan produknya kepada pelanggannya.¹² Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam persaingan pemasaran produsen emping melinjo bersaing dengan sehat karena tidak ada produsen yang melakukan monopoli. Para produsen emping melinjo sudah memiliki tempat pemasaran dan pelanggan masing-masing.

4. Persaingan pelayanan

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang

¹¹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 272

¹² Wawancara dengan Ibu Giyem produsen emping melinjo pada tanggal 3 Juli 2018

berkualitas kepada orang lain. Pedagang yang memberikan pelayanan prima, sesuai dengan syari'at Islam tanpa menimbulkan maksiat akan menarik pembeli, yaitu dengan memberikan pelayanan yang ramah, tidak menyakiti pembeli dengan kata-kata kasar, melayani pembeli dengan perkataan yang baik, dan tidak menutup kemungkinan memberikan bonus pada pembeli sebagai ucapan rasa terimakasih. Sebaliknya pedagang yang memberikan pelayanan secara cuma-cuma artinya tidak menempatkan pembeli sebagai raja, dan menganggap sebaliknya yaitu pembeli yang membutuhkan pedagang, maka pedagang yang seperti ini akan sepi pembeli.¹³

Produsen emping melinjo di Desa Pojok termasuk yang memberikan pelayanan dengan baik. Terbukti dengan produsen emping melinjo melayani konsumen dengan tutur kata yang baik, ramah dan sopan. Meskipun ada konsumen yang tidak jadi membeli barangnya, produsen tetap ramah dan menghormati konsumen tersebut. Selain itu produsen emping melinjo juga selalu menuruti permintaan konsumen ketika konsumen meminta dibuatkan produk dengan ukuran tertentu. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Ibu Parmi selaku pelanggan para produsen emping melinjo di Desa Pojok bahwa untuk selama ini pelayanan yang diberikan produsen sangat bagus dan produsen bisa melayani dengan baik ketika beliau meminta dibuatkan produk dengan ukuran tertentu.

¹³Novita Sa'adatul Hidayah, *Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*, (Semarang : Skripsi Diterbitkan, 2012)

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Yesi Ockita Sari yaitu beberapa pedagang sudah memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan selalu tersenyum setiap ada pembeli yang datang, sopan dan ramah dalam menanyakan kebutuhan pembeli, serta jujur dalam menyampaikan keadaan barang yang yang dijual. Tetapi masih terdapat pedagang yang ketus dan judes terhadap pembeli.¹⁴

Dapat disimpulkan bahwa produsen emping melinjo di Desa Pojok bersaing secara ketat, semua produsen emping melinjo memberikan pelayanan yang terbaik untuk menarik konsumen selain itu agar pelanggannya tidak pindah kepada produsen yang lain.

C. Etika Bisnis Islam Para Produsen Emping Melinjo dalam Bersaing

Hubungan bisnis dalam Islam adalah manifestasi dari ibadah kepada Allah SWT. Sudah menjadi ketentuan umum dimasyarakat jika tidak bisa menipu atau bermain kotor akan tersingkir dari dunia bisnis. Dengan kata lain, seorang pebisnis tidak bisa lepas dari perilaku kotor, tipu muslihat dan semacamnya, jika jujur maka akan terbujur.

Paradigma seperti ini tampaknya sudah menjadi kesepakatan masyarakat kita. Memang harus diakui karena bisnis berkaitan dengan uang maka peluang dan godaan untuk melakukan penipuan dan kebohongan sangat terbuka lebar. Sehingga telah terjadi pemilahan orientasi seorang pedagang dengan membedakan antara kehidupan dunia harus dikejar dengan

¹⁴ Yesi Ockita Sari, *Analisis Persaingan Pedagang Klontongan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*, (Jember : Skrpsi Diterbitkan, 2016)

cara-cara keduniaan, sedangkan kehidupan akhirat diperoleh dengan aktivitas ibadah dalam arti sempit (shalat, puasa, zakat dan haji).

Dalam hal ini, persaingan yang dilakukan oleh produsen emping melinjo ditinjau dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam sebagai berikut :

1. Jujur dalam takaran

Dalam Islam sudah dijelaskan bahwa kecurangan merupakan suatu bentuk pencurian terhadap milik orang lain dan tidak mau bersikap adil dengan sesama. Dengan demikian bila mengambil milik orang lain melalui takaran dan timbangan yang curang walaupun sedikit saja berakibat ancaman doa kecelakaan. Dan tentu ancaman akan lebih besar bagi siapa saja yang merampas harta dan kekayaan orang lain dalam jumlah yang lebih banyak.

Oleh sebab itu, manusia dituntut untuk selalu melakukan kejujuran dalam hal apapun termasuk didalamnya jujur dalam takaran dan timbangan. Dan Rasulullah SAW juga sudah memberikan contoh dalam melakukan perdagangan yaitu dengan menerapkan sifat *siddiq* atau jujur dengan selalu menyampaikan secara jujur kelemahan atau cacat dalam produknya kepada calon pembeli.

Produsen emping melinjo di Desa Pojok selalu melakukan kejujuran dalam takaran dan timbangan karena disamping untuk mencari ridho Allah juga takut jika mengecewakan pembeli. Timbangan yang diberikan oleh produsen emping melinjo selalu pas dan sempurna sehingga tidak pernah ada yang komplek dengan timbangan yang

diberikan oleh produsen tersebut. Hal ini juga disampaikan oleh Ibu Parmi selaku pelanggan bahwa timbangan yang diberikan produsen selalu pas dan ketika ditimbang menggunakan timbangan barang juga tidak pernah mati atau kurang.¹⁵

Teori Qardhowi menjelaskan bahwa kejujuran para pedagang merupakan nilai transaksi yang terpenting karena kejujuran merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang-orang beriman.¹⁶ Keharusan dan bersikap jujur dalam berdagang juga sudah dijelaskan Allah SWT melalui firman-Nya :

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ

Artinya :

“Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil.”(Q.S Al An’aaam : 152)

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persaingan yang dilakukan oleh produsen emping melinjo dalam hal memberikan kejujuran dalam memberikan takaran sudah sesuai dengan syariat Islam yaitu dengan memberikan takaran yang sempurna.

2. Menjual barang yang baik mutunya

Dalam kegiatan berdagang tidak diperkenankan menyembunyikan mutu dari barang dagangannya. Perbuatan tersebut termasuk dalam penindasan kepada pembeli karena menyembunyikan mutu berarti kita sudah bersikap tidak adil dan melakukan kebohongan. Dan hal ini bisa

¹⁵ Wawancara dengan Ibu Parmi pelanggan pada tanggal 4 Juli 2018

¹⁶ Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, (Jakarta : Robbani Press, 2001), hlm. 294

bisa menghilangkan sumber keberkahan karena merugikan orang lain atau menipu orang lain yang di dalamnya terjadi eksploitasi hak-hak yang tidak dibenarkan dalam ajaran Islam.

Produsen emping melinjo di Desa Pojok selalu berusaha membuat produk sebaik mungkin untuk memuaskan konsumen. Dan dalam hal berdagang produsen tidak pernah menyembunyikan mutu maupun kecacatan yang terdapat pada produknya. Mereka selalu memperlihatkan produknya pada saat ada konsumen yang mau membeli sehingga konsumen tau betul bagaimana keadaan produk tersebut. Para produsen mematok harga sesuai dengan kualitas yang ditawarkan agar konsumen tidak merasa kecewa sehingga tidak ada unsur penipuan dalam hal ini.

Namun penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Yesi Ockita Sari bahwa hasil penelitiannya menunjukkan kualitas barang yang diperjualbelikan oleh pedagang klontongan di Pasar Benculuk sangat bervariasi, dari kualitas yang baik hingga kualitas yang jelek. Namun pembeli harus pintar memilih saat berbelanja karena banyak dari pedagang yang mencampurkan barang kualitas baik yang mereka jual dengan barang kualitas jelek.¹⁷

3. Tidak menggunakan sumpah

Setiap manusia dianjurkan untuk bekerja di muka bumi ini. Hal itu dilakukan semata-mata hanya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri. Dimana dengan bekerja, ia akan mendapatkan rezeki yang belum

¹⁷ Yesi Ockita Sari, *Analisis Persaingan Pedagang Klontongan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*, (Jember : Skrpsi Diterbitkan, 2016)

diturunkan untuknya. Namun, rezeki itu tidak akan memberikan keberkahan jika kita tidak mengindahkan norma-norma yang ada dalam Islam.

Sebagai contoh dalam kegiatan bisnis, kita tidak boleh dengan mudah menggunakan sumpah karena hal tersebut sangat dilarang. Kita sepatutnya menjelaskan apa adanya kelebihan dan kekurangan dari produk yang kita miliki seperti yang dilakukan oleh produsen emping melinjo. Mereka tidak pernah menggunakan sumpah atas nama Allah untuk melariskan dagangannya. Para produsen hanya memperlihatkan produknya apa adanya tanpa menutupi kalau produk tersebut memiliki kecacatan.

Menggunakan sumpah palsu dalam berdagang merupakan sebab dihapusnya keberkahan walaupun mungkin keuntungan akan bertambah tapi itu hanyalah sementara. Hal ini sama seperti teori yang dikemukakan Anton Ramdan bahwa para konsumen itu tidak membutuhkan janji-janji apalagi sumpah. Jika konsumen mengetahui barang yang dibelinya tidak sesuai dengan sumpah yang menyertainya, maka akan mengakibatkan kehilangan kepercayaan. Dan satu kali saja konsumen dibohongi, mereka tidak akan mau membeli barang dagangan lagi karena tentu saja mereka merasa telah ditipu.¹⁸

Dapat ditarik kesimpulan bahwa produsen emping melinjo di Desa Pojok dalam melakukan persaingan bisnis tidak pernah menggunakan

¹⁸ Anton Ramdan, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta : Bee Media Indonesia, 2013), hlm. 26

sumpah untuk melariskan dagangannya. Mereka hanya memperlihatkan produk yang dimilikinya dengan apa adanya tanpa menutupi ketika terdapat kecacatan sehingga hal ini sesuai dengan etika Bisnis yang dibenarkan dalam Islam

4. Longgar dan bermurah hati

Dalam transaksi terjadi kontak antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini seorang penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Dengan sikap ini seorang penjual akan mendapat berkah dalam penjualan dan akan diminati oleh pembeli.

Sikap longgar dan bermurah hati ditunjukkan oleh produsen emping melinjo di Desa Pojok dengan memperbolehkan sesama produsen maupun pelanggannya jika ada yang berhutang. Karena hal itu bagian dari tolong menolong dan dalam Islam juga dianjurkan tolong menolong dalam hal kebaikan. Para produsen emping sudah biasa melakukan hutang piutang karena sudah terjalin kepercayaan diantara mereka. Selain itu produsen juga memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sopan, menanyakan keinginan konsumen dengan ramah karena kepuasan pelanggan itu tidak hanya berdasarkan kualitas produk yang diberikan melainkan bagaimana cara kita memperlakukan konsumen.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Khurriyatizzahroh bahwa para pedagang di Pasar Juwana Baru memberikan pelayanan prima, sesuai dengan syari'at Islam dan tanpa

menimbulkan maksiat yaitu dengan memberikan pelayanan yang ramah, tidak menyakiti pembeli dengan kata-kata kasar, dan melayani pembeli dengan perkataan yang baik.¹⁹

5. Membangun hubungan baik antar kolega

Sangat penting untuk membangun hubungan baik kepada sesama pelaku bisnis maupun kepada konsumen. Manfaat yang diperoleh dari membangun hubungan baik dengan sesama pelaku bisnis yaitu terciptanya silaturahmi dengan baik sehingga mendorong kegiatan saling tolong menolong ketika ada yang membutuhkan. Sedangkan manfaat yang diperoleh dari membangun hubungan baik dengan konsumen yaitu untuk menjaga kesetiaan konsumen sehingga konsumen tersebut bisa menjadi pelanggan tetap kita.

Dalam membangun hubungan baik antar produsen di Desa Pojok mereka saling bahu membahu ketika ada diantara mereka yang mempunyai masalah, dengan begitu hubungan antara mereka bisa terjalin dengan erat. Dengan begitu usaha bisnis juga akan berkembang dan memiliki umur panjang.

Seperti teori yang dikemukakan oleh Muhammad Djakfar bahwa kalau kita menjaga silaturahmi maka akan diraih hikmah yang dijanjikan yakni akan diluaskan rezeki dan dipanjangkan umurnya. Dalam hal ini memiliki pengertian bahwa bagi pelaku bisnis yang sering melakukan silaturahmi akan berkembang usaha bisnis yang dilakukan. karena bisa

¹⁹ Sri Khurriyatizzahroh, *Analisis Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Pasar Juwana Baru Pasca Kebakaran)*, (Kudus : Skripsi Diterbitkan, 2016)

jadi dengan silaturahmi yang dilakukan itu akan kian luas jaringan yang bisa dibangun dan semakin banyak informasi yang diserap, serta dukungan yang diperoleh dari berbagai kalangan. Dengan demikian umur bisnis akan semakin panjang, dalam arti akan terus bertahan dan berkembang sesuai dengan yang diharapkan oleh semua orang.²⁰

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa produsen emping melinjo sudah membangun hubungan yang baik antar kolega dan hal tersebut sesuai dengan etika bisnis Islam.

6. Tertib administrasi

Dalam dunia perdagangan diperlukan adanya pencatatan setiap transaksi agar manusia terhindar dari kesalahan yang mungkin terjadi sedangkan manusia itu tempatnya kesalahan. Dan tidak semua orang itu memiliki ingatan yang kuat, selain itu pencatatan transaksi juga dilakukan agar manusia terhindar dari penipuan karena biasanya ada saja oknum yang memanfaatkan keadaan tersebut dengan melakukan penipuan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap produsen emping melinjo di Desa Pojok, terdapat sikap yang berbeda-beda yang ditunjukkan oleh produsen emping melinjo dalam melakukan pencatatan transaksi. Ada sebagian produsen yang sudah melakukan pencatatan seperti mencatat setelah membeli melinjo dan mencatat hasil emping melinjo yang sudah jadi selain itu ketika ada yang berhutang juga

²⁰ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis : Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta : Penebar Plus, 2012), hlm. 39

dicatat, dan sebagian produsen lain tidak pernah melakukan pencatatan transaksi seperti yang dilakukan oleh Ibu Giyem.

Berdasarkan etika bisnis Islam dalam aspek tertib administrasi yang dilakukan oleh produsen emping melinjo di Desa Pojok belum sesuai dengan etika bisnis Islam. Karena beberapa produsen tidak pernah melakukan pencatatan disetiap transaksinya, namun sebagian produsen sudah menerapkan etika bisnis Islam dengan melakukan pencatatan transaksi.

7. Menetapkan harga dengan transparan

Dalam Islam, konsep penentuan harga berdasarkan pembentukan harga alami antara permintaan dan penawaran. Menentukan harga akan menimbulkan ketidakseimbangan pada pasar yang berarti akan menimbulkan kerugian bagi pembeli atau penjual sehingga hal tersebut termasuk dalam bentuk kezhaliman.

Islam menganjurkan bahwa dalam menetapkan harga harus dengan transparan agar tidak mengandung penipuan seperti halnya yang dilakukan produsen emping melinjo di Desa Pojok yang menetapkan harga sesuai dengan harga yang ada dipasaran. Namun begitu harga pasaran yang dipakai tiap produsen emping melinjo berbeda-beda, ada yang menetapkan berdasarkan harga di pasar karena produsen tersebut menjual produknya di pasar sehingga ketika ada konsumen yang membeli dirumah juga diberlakukan harga yang sama dengan dipasar. Dan sebagian produsen yang hanya menjual produknya dirumah

menetapkan harga sesuai dengan pasaran yang ada dirumah. Selain itu produsen juga mematok harga yang berbeda-beda berdasarkan kualitas produknya, seperti kalau produk tersebut bagus maka harganya mahal dan kalau produk tersebut jelek maka harganya juga murah.

Namun demikian, menurut pengakuan Ibu Napik masih terdapat produsen yang melakukan kecurangan dengan tidak terbuka masalah harga. Menurutnya ada produsen lain yang ingin membeli produknya dan bilang kalau ditempat lain harganya segini tetapi pada kenyataannya produsen tersebut berbohong karena harga yang sebenarnya bukan segitu.

Padahal dalam teorinya Muhammad Djakfar telah dijelaskan bahwa harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Untuk itu menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam islam agar tidak terjerumus dalam riba. Kendati dalam dunia bisnis kita tetap memperoleh prestasi (keuntungan), namun hak pembeli harus tetap dihormati.²¹

Jadi dapat disimpulkan bahwa produsen emping melinjo di Desa Pojok sudah menetapkan harga dengan transparan dan hal tersebut sesuai dengan etika bisnis Islam, namun masih ada produsen yang tidak jujur dalam mengatakan harga.

²¹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis...*, hlm. 40