

ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PERSAINGAN JUAL BELI CABAI PADA PEDAGANG DI PASAR BAWAH BANGKO KABUPATEN MERANGIN

Reno Safrizal Putra¹, Solichah², Dedek Kusnadi³

renoputra240602@gmail.com¹, solichah@uinjambi.ac.id², dedekkusnadi23@gmail.com³

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

ABSTRAK

Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan aktivitas bisnis berdasarkan nilai-nilai Islam, dan tidak perlu khawatir dalam menjalankan bisnis karena dianggap baik dan benar. Menyarankan pengusaha untuk tidak merugikan orang lain. Selain itu, Al-Quran juga mendukung konsep tidak bersaing memperebutkan kekayaan sebesar-besarnya tanpa didasari nilai-nilai Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui etika bisnis islam dalam jual beli cabai pada pedagang di Pasar Bawah Bangko. Teknik pengumpulan data yaitu wawancara kepada 10 orang penjual cabai di Pasar Bawah Bangko dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Cabai Pada Pedagang di Pasar Bawah Bangko Kabupaten Merangin, Pedagang menerapkan prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran. Pedagang cabai juga berusaha meningkatkan keterampilan berjualan agar bisa unggul dibandingkan pedagang buah lainnya. Unsur-unsur persaingan usaha yang dilakukan oleh pedagang cabai Pasar Bawah Bangko dalam persaingan usaha antara lain, meskipun pihak yang bersaing dalam penelitian ini adalah pedagang cabai, namun cara bersaing yang mereka gunakan adalah sedemikian rupa sehingga bersaing secara sehat dan mencakup penekanan pada untuk tidak saling melemahkan. Produsen cabai lain dan produk yang mereka gunakan bersaing dalam bentuk cabai. Pedagang cabai juga berusaha meningkatkan keterampilan berjualan agar bisa unggul dibandingkan pedagang buah lainnya. Dampak persaingan usaha yang terjadi pada pengecer cabai Pasar Bawah Bangko terhadap tingkat persaingan yaitu adanya dampak negatif dan positif. Dampak negatifnya antara lain berkurangnya konsumen dan berkurangnya pendapatan, serta sulitnya menarik konsumen ke pengecer baru. Dampak positifnya adalah: menetapkan harga yang wajar, meningkatkan kualitas layanan, dan meningkatkan kreativitas dan inovasi.

Kata Kunci: Etika, Bisnis, Islam, Jual, Beli, Cabai.

ABSTRACT

Islamic business ethics are morals in carrying out business activities based on Islamic values, and there is no need to worry about running a business because it is considered good and right. Advise entrepreneurs not to harm others. Apart from that, the Koran also supports the concept of not competing for maximum wealth without being based on Islamic values. This research aims to determine Islamic business ethics in buying and selling chilies from traders at Pasar Bawah Bangko. The data collection technique was interviews with 10 chili sellers at Bawah Bangko Market using descriptive qualitative methods. The results of this research are Islamic Business Ethics in Buying and Selling Chilies from Traders in Pasar Bawah Bangko, Merangin Regency. Traders apply the principles of monotheism, balance, free will, responsibility and truth. Chili traders also try to improve their selling skills so they can excel compared to other fruit traders. Elements of business competition carried out by the Pasar Bawah Bangko chili traders in business competition include, although the competing parties in this research are chili traders, the competitive methods they use are such that they compete in a healthy manner and include an emphasis on not competing with each other. weaken. Other chili producers and the products they use compete in the form of chili. Chili traders also try to improve their selling skills so they can excel compared to other fruit traders. The impact of business competition that occurs at Pasar Bawah Bangko chili retailers on the level of competition is that there are negative and positive impacts. Negative impacts include fewer

consumers and reduced income, as well as difficulty attracting consumers to new retailers. The positive impacts are: setting reasonable prices, improving service quality, and increasing creativity and innovation.

Keywords: *Ethics, Business, Islam, Selling, Buying, Chili.*

PENDAHULUAN

Pentingnya perdagangan adalah sebagai mekanisme distribusi manfaat pembangunan dan peningkatan pendapatan. Perdagangan merupakan suatu industri jasa yang menunjang kegiatan perekonomian dalam masyarakat dan antar negara. Banyak orang mencari nafkah dengan berdagang. Berdagang sudah menjadi cara mudah bagi para pebisnis untuk mendapatkan penghasilan. Mulailah dengan jumlah modal yang relatif kecil untuk mendapatkan pengalaman berdagang yang cukup guna memastikan hasil dagang mereka memenuhi kebutuhan. Dalam berbisnis masyarakat perlu tau tata cara, aturan, kaidah, dan alur cara yang benar dalam melakukannya. Ada istilah etika bisnis di kehidupan bisnis yang perlu kita tau dan ikuti tidak hanya mendirikan sebuah bisnis tanpa landasan dan dasar ilmu yang ada. Bisnis itu diatur dengan etika bisnis dimana di dalamnya mengatur semua seluk belum dalam berbisnis.

Etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun aturan yang tidak tertulis. Dan jika suatu bisnis melanggar aturan-aturan tersebut maka sanksi akan diterima. Dimana sanksi tersebut dapat berbentuk langsung maupun tidak langsung.

Jual beli (*al-bai'*) secara etimologi atau bahasa adalah pertukaran barang dengan barang (*barter*). Jual beli merupakan istilah yang dapat digunakan untuk menyebutkan dari dua sisi transaksi yang terjadi sekaligus, yaitu menjual dan membeli. Jual beli merupakan tukar menukar harta dengan harta, biasanya berupa barang dengan uang yang dilakukan suka sama suka dengan akad tertentu dengan tujuan untuk memiliki barang tersebut.

Di dalam Islam prinsip jual beli ialah hukumnya halal namun kembali lagi dengan bagaimana cara jual beli yang telah di dapat menjadikan hukum jual beli ini beralih hukum. Di dalam Islam juga menganjurkan kepada kita untuk melaksanakan jual beli ini sesuai dengan ajaran Islam. di dalam hukum Islam konsep jual beli sudah diatur agar melakukan sebuah transaksi ada aturan juga perlindungan untuk pihak penjual maupun pihak pembeli. Islam adalah agama yang menjunjung tinggi keadilan, menegakkan kebenaran dan menghilangkan kebatilan. Perlindungan yang dimaksud ialah perlakuan adil yang dilakukan oleh penjual saat sedang melakukan sebuah transaksi dimana saat penjual mengukur dagangannya sesuai ukuran dan tidak mengurangi ataupun menambahkan.

Dalam hal ini, transaksi jual beli dilakukan agar dapat menentukan barang serta uang yang harus dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan barang yang seharusnya diperlukan alat bantu seperti timbangan agar dapat memudahkan di dalam proses transaksi ini. Timbangan merupakan alat bantu yang sering digunakan oleh pedagang untuk mengetahui berat barang yang diperjual belikan. Sesuai dengan aturan Islam kejujuran dan keadilan dalam jual beli ditunjukkan dengan adanya nilai timbangan dan ukuran yang tepat serta berstandar dimana benar-benar harus diutamakan, agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan dalam proses transaksi ini.

Salah satu barang yang memerlukan timbangan ialah cabai yang dijual di pasar. Pasar merupakan tempat bertemunya penjual maupun pembeli secara langsung yang ditandai dengan adanya proses tawar menawar. Bangunannya biasanya terdiri atas kios atau gerai, dan dasaran terbuka yang di buka penjual. Di pasar Bawah Bangko ini sedikit berbeda dengan pasar pada umumnya, yaitu cara berjualan disini kebanyakan tidak menggunakan

alat bantu seperti timbangan melainkan menggunakan tangan mengambil dagangannya.

Pelaku bisnis wajib menerapkan etika bisnis Islam yang Rasulullah SAW ajarkan dalam menunaikan aktivitas bisnisnya lewat mengamalkan ciri-ciri karakteristik perdagangan yaitu shiddiq, fatanah, amanah dan tabligh. hal ini dijelaskan dalam firman Allah SWT yang berbunyi sebagai berikut:

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”. (QS An-Nahl: 90)

Oleh karena itu, sebagai pengusaha muslim, kita harus memahami bahwa menurut ajaran Islam, manusia bersaing untuk mendapatkan keuntungan dalam bisnis. Jelas bahwa konsep persaingan usaha berdasarkan Al-Quran mendorong perusahaan untuk bersaing dengan memberikan kontribusi yang baik tanpa merugikan pengusaha lain. Menyarankan pengusaha untuk tidak merugikan orang lain. Selain itu, Al-Quran juga mendukung konsep tidak bersaing memperebutkan kekayaan sebesar-besarnya tanpa didasari nilai-nilai Islam. Sebab jika lupa akan kewajibannya sebagai hamba Allah, maka ia menjadi lengah. Tentunya walaupun ada situasi persaingan, sangat penting bagi pengusaha muslim untuk memahami konsep persaingan yang dianjurkan agama agar tidak menimbulkan kerugian bagi orang lain atau terjerumus ke dalam situasi persaingan yang tidak sehat. Usahakan selalu ada orang yang bekerja untuk memenuhi semua kebutuhannya.

Seiring berjalannya waktu, ditandai dengan perkembangan perekonomian yang pesat, persaingan antar pedagang menjadi semakin ketat. Oleh karena itu, para pebisnis menggunakan cara yang berbeda-beda untuk mendapatkan keuntungan dan seringkali mengabaikan etika bisnis yang menunjukkan nilai benar dan salah serta benar dalam berbisnis berdasarkan prinsip etika yang berbeda. Etika bisnis Islam merupakan standar etika yang berdasarkan Al-Quran dan Hadits dan harus menjadi standar bagi setiap orang yang berbisnis.

Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah penjual cabai di Pasar Bawah Bangko Kecamatan Merangin, harga relatif rendah. Terkenalnya Pasar Bangko sebagai tempat berjualan dengan harga murah, dan menimbulkan beberapa pedagang tidak memahami etika bisnis Islam. Ditinjau dari etika bisnis Islam berdasarkan persaingan usaha di Pasar Bawah Bangko, para penjual cabai bersaing sangat ketat dengan cara yang sehat, namun masih sedikit penjual yang belum menerapkannya secara maksimal.

Perlu diwaspadai dalam kegiatan komersial ini adalah sikap dan etika berdagang, khususnya etika berdagang dalam Islam. Kenyataannya, seringkali para penjual melakukan aktivitas jual beli semata-mata untuk mencari keuntungan, tanpa memperhatikan nilai-nilai Islam yang mendasari dalam melakukan proses jual beli tersebut. Artinya banyak trader di Indonesia yang hanya fokus memaksimalkan keuntungan. Tujuan memperoleh keuntungan dalam berbisnis adalah untuk mencapai keuntungan sebesar-besarnya, dan ada kecenderungan keuntungan sepihak. Pedagang cabai khususnya di Pasar Bawah Bangko harus memiliki strategi yang diajarkan Rasulullah, karena etika bisnis Islam membuat jual beli yang efektif secara vertikal (manusia dengan Tuhan) dan horizontal (manusia dengan manusia) pada akhirnya akan terkoneksi. manfaat (keuntungan) nyata akan diperoleh. Dengan menerapkan prinsip etika bisnis Islam yaitu shiddiq, amanah, fathonah dan tabligh.

Sehubungan dengan permasalahan diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti judul penelitian “**Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Jual Beli Cabai Pada Pedagang di pasar Bawah Bangko Kabupaten Merangin**”.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif. Dimana peneliti ingin mengetahui suatu keadaan yang diteliti secara apa adanya dan menggunakan data yang diperoleh dari wawancara untuk memperoleh kesimpulan.

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian lapangan, dimana hasil penelitiannya akan diambil berdasarkan dari hasil penelitian dilapangan. Penelitian lapangan dapat diartikan sebagai metode untuk menemukan secara realistis yang terjadi ditengah masyarakat. Dalam penelitian ini dapat juga diuraikan bahwa jenis penelitian yang digunakan meruoakan penelitian lapangan dimana peneliti terjun langsung ke lapangan untuk meneliti secara terperinci untuk memaparkan pengetahuan yang penliti dapatkan untuk melihat fokus masalah yang telah di fokuskan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Jual Beli Cabai pada Pedagang di Pasar Bawah Bangko Kabupaten Merangin

a. Prinsip Tauhid

Pedagang cabai di Pasar Bawah Bangko mengatakan bahwa apapun yang dilakukan dengan ikhlas dan niat kepada Allah SWT tidak akan membawa rezeki kemana-mana dan Allah mengatur rezeki setiap hamba-Nya. Pedagang tidak peduli jika pedagang lain sedang sibuk. Mungkin mereka punya kekayaan sendiri. Mereka meyakini bahwa kekayaannya diatur oleh Allah SWT dan patut kita syukuri. Setelah dilakukan wawancara dan observasi, disimpulkan bahwa para pedagang cabai mewakafkan sebagian mata pencahariannya untuk amal dan beriman kepada Tuhan untuk menyalurkan mata pencahariannya. Hal ini menunjukkan bahwa produsen cabai berhasil menerapkan prinsip tauhid.

b. Prinsip Keseimbangan

Perilaku para pedagang cabai di Pasar Bawah Bangko dalam hal keseimbangan adalah tidak menawarkan harga yang berbeda kepada pembeli. Biasanya produk yang dijual beragam, masing-masing memiliki harga berbeda tergantung kualitas cabai dan harga pasar. Prinsip keseimbangan tampaknya menjadi prinsip adil yang benar-benar menjadi pedoman kebijakan. Dalam dunia bisnis, pembeli menginginkan keadilan. Kewajaran dapat berupa informasi yang jelas kepada pembeli dengan tujuan tidak membeda-bedakan pembeli berdasarkan harga atau penampilan.

c. Prinsip Kehendak Bebas

Pedagang cabai di Pasar Bawah Bangko menerapkan prinsip kehendak bebas sebagai umat Islam yang beriman kepada Allah dan selalu mengabaikan larangannya. Ini adalah bagian kolektif dari masyarakat yang mengakui bahwa Tuhan meliputi kehidupan individu dan sosial. Oleh karena itu, kehendak bebas erat kaitannya dengan kesatuan dan keseimbangan. Karena prinsip kehendak bebas pengecer cabai, mereka tidak memaksa konsumen untuk membeli produknya.

d. Prinsip Pertanggung Jawaban

Pedagang cabai menerapkan pertanggung jawaban dari sudut etika bisnis, Dalam dunia bisnis, orang memahami bahwa segala sesuatu yang diperjualbelikan pada hakikatnya adalah sebuah anugerah. Sebagai wirausaha, manusia dibatasi untuk bertindak sesuai aturan yang diberikan Tuhan. Dalam hal tanggung jawab terhadap masyarakat, mitralah yang hak dan kewajibannya harus dihormati. Tanggung jawab penting di sini karena Islam tidak pernah menoleransi pelanggaran hak dan kewajiban individu. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan persatuan, masyarakat harus mempertanggungjawabkan perbuatannya.

Ketika peneliti menanyakan tentang sikap tanggung jawab pedagang cabai terhadap

kualitas barangnya jika ada keluhan dari pembeli, mereka sangat menghargainya dan menganggapnya sebagai masukan untuk menjadikan perdagangannya lebih baik. Prinsip ini jelas menunjukkan bahwa perilaku bertanggung jawab yang dilakukan oleh pedagang cabai sangatlah penting. Karena mengubah pembeli menjadi pelanggan dan menentukan masa depan bisnis. Tanggung jawab ini tidak hanya terletak pada sesama manusia tetapi juga pada Allah SWT.

e. Prinsip Kebenaran

Pedagang cabai di Pasar Bawah Bangko menerapkan prinsip kebenaran yang mencakup dua unsur penting: kebajikan dan kejujuran. Kejujuran menjadi salah satu kunci membangun kepercayaan antara konsumen dan produsen. Kejujuran dan integritas membuat konsumen mempercayai produk produsen. Integritas juga dapat diwujudkan dalam bentuk kejujuran dan ketepatan janji, seperti: Janji waktu dan pelayanan, pengakuan cacat, yang mencegah kebohongan dan penipuan. Rata-rata, pembeli akan lebih puas ketika Anda memberikan mereka informasi tentang produk Anda. Di pasar Bangko rata-rata penjual lada selalu memberikan informasi kondisi cabai sebelum bertransaksi dengan pembeli, meski melakukan kesalahan. Tidak ada pembeli yang merasa dirugikan. Namun jika ada kesepakatan antara penjual dan pembeli, transaksi tetap bisa dilakukan meski ada pembeli. Tidak ada yang salah dengan hal itu, dan bahkan dapat bermanfaat bagi bisnis Anda karena dapat memperoleh kepercayaan pembeli dan membuat mereka ingin membeli dari Anda lagi.

Pedagang Cabai Pasar Bawah Bangko menjaga hubungan baik dengan pedagang lain dan tidak terlibat perselisihan atau kegiatan yang berpotensi menimbulkan konflik. Selain itu, pedagang cabai mengikuti prinsip etika bisnis Islam yang baik dan berkontribusi dalam menjaga lingkungan pasar yang baik.

Unsur dalam usaha yang terjadi pada persaingan jual beli Cabai antar pedagang di Pasar Bawah Bangko Kabupaten Merangin

Persaingan antar penjual cabai bertujuan untuk memperoleh keuntungan, pangsa pasar, konsumen, dan volume penjualan. Persaingan bisnis merupakan suatu kegiatan persaingan dalam suatu perusahaan atau upaya untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan, seperti: Konsumen, pangsa pasar, peringkat penelitian, atau sumber daya yang dibutuhkan. Persaingan bisnis dalam ekonomi Islam mengacu pada persaingan kompetitif yang dapat diterima bila dilakukan dengan cara yang sehat menurut hukum Islam. Persaingan bisnis dilakukan oleh pengusaha dan pedagang untuk menarik konsumen. Para pelaku ekonomi saling bersaing untuk menawarkan produknya kepada calon konsumen, baik dari segi harga, kualitas maupun pelayanan. Persaingan bisnis mengacu pada kegiatan kompetitif dalam kegiatan ekonomi di mana penjual bersaing satu sama lain untuk mendapatkan keuntungan, volume penjualan, pangsa pasar, dan lain-lain. Tenaga penjualan biasanya mengungguli pesaing mereka dalam bisnis dengan membedakan harga, produk, distribusi, dan promosi. Pasar Bawah Bangko merupakan pasar yang ramai dengan banyak pedagang termasuk pedagang cabai. Orang-orang mengonsumsi cabai dalam jumlah besar karena merupakan suplemen kuliner. Oleh karena itu, di pasar di bawah Bangko banyak penjual cabai yang berlomba-lomba menjual cabainya. Islam sebagai aturan hidup tersendiri memiliki aturan yang rinci untuk menghindari permasalahan yang diakibatkan oleh perilaku persaingan yang tidak sehat.

Ada tiga unsur dalam menghadapi persaingan:

a. Pihak yang bersaing

Pedagang cabai Dalam hal kerja bahwa Islam memerintahkan umatnya untuk berlombalomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini persaingan yang dilakukan hanya

untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya. Di pasar bawah Bangko terdapat banyak pedagang, seperti pedagang beras, pedagang telur, pedagang buah, dan lain sebagainya. Para pedagang cabai bersaing untuk mendapatkan konsumen.

Pedagang cabai bersaing secara sehat tanpa menjatuhkan sesama pedagang cabai lainnya. Mereka bersaing dengan cara mereka sendiri tanpa merugikan konsumen dan pedagang lainnya. Di pasar ini banyak sekali pedagang. Ada pedagang telur, pedagang beras, pedagang sayuran, pedagang buah, lain lagi kalau yang bagian dalamnya pasar, banyak sekali penjual. Itu pedagang yang lain pasti beda-beda juga cara bersaingnya. Kalau kami yang berdagang cabai disini, bersaing secara sehat, tidak menjatuhkan sesama pedagang.

Persaingan usaha terjadi antar pedagang cabai berlomba untuk mendapatkan konsumen dan pendapatan. Para pedagang cabai berusaha untuk menarik perhatian pembeli yang berkunjung ke pasar Bawah Bangko. Artinya bagaimana kita mendapat konsumen yang banyak. Bagaimana supaya pembeli tertarik membeli cabai disini sebagai penjual harus bisa menarik perhatiannya pembeli. Yang penting kita bersaing secara sehat. Tidak menjatuhkan sesama pedagang. Pedagang cabai di Pasar Bawah Bangko lebih memilih bersaing secara sehat dengan tidak saling menjatuhkan sesama pedagang.

b. Segi Cara Bersaing

Berbisnis tidak lepas dari hukum-hukum islam. Oleh karena itu, pedagang cabai di Pasar Bawah Bangko menerapkan persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip islami. Pedagang cabai di Pasar Bawah Bangko bersaing secara sehat tanpa menjatuhkan pedagang lainnya. Mereka sangat memperhatikan kebersihan tempat dan kualitas cabainya. Para pedagang bersikap ramah dan berperilaku jujur kepada pembelinya,

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pedagang cabai ditemukan bahwa setiap pedagang mempunyai cara tersendiri untuk melakukan persaingan. Pedagang cabai harus pandai menarik perhatian konsumen agar konsumen tertarik membeli cabainya. Pedagang harus mampu melihat kondisi sekitar, apa yang menjadi daya tarik bagi pembeli, sehingga pembeli senang berkunjung ke tempat penjual cabai. Persaingan usaha yang terjadi terhadap pedagang cabai di Pasar Bawah Bangko merupakan jenis persaingan usaha yang sehat. Para pedagang cabai berusaha meningkatkan kemampuannya dalam menjual tanpa menjatuhkan sesama pedagang cabai.

c. Objek (barang atau jasa) yang dipersaingkan

Produk yang di persaingkan berupa cabai yang dijual dengan harga yang sudah ditentukan sebelumnya oleh semua pedagang. Dapat dianalisis bahwa hampir seluruh informan menggunakan pelayanan yang sama kepada pembeli, seperti bersikap ramah kepada pembeli dan berperilaku jujur.

Berikut beberapa keunggulan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing persaingan usaha pedagang cabai di Pasar Bawah Bangko , yaitu:

1) Produk

Produk yang dipersaingkan pada penelitian ini adalah cabai. Pedagang cabai sangat menjaga kualitas cabai yang mereka jual merupakan hasil kebunnya sendiri, berasal dari pemasok, dan ada juga yang mereka beli langsung dari pemilik kebun. Pedagang cabai di Pasar Bawah Bangko mengenai produk yang mereka jual akan terus mempertahankan usahanya. Dapat kita lihat bahwa cabai memang sudah menjadi prioritas bagi mereka untuk di jual di pasar.

2) Harga

Harga jual cabai di Pasar Bawah Bangko dapat dikatakan harga yang wajar. Para

pedagang cabai sepakat dengan harga jual yang ditetapkan, tidak menjual dengan harga yang sangat tinggi maupun harga yang sangat rendah. Pedagang tidak dirugikan dengan harga yang ditetapkan begitu juga dengan pembeli, tidak memberatkan dengan harga yang mereka dapatkan. Pedagang cabai di Pasar Bawah Bangko dalam menentukan harga semua hampir sama, karena para pedagang mengikuti harga yang sudah ditentukan sebelumnya dan pedagang juga menentukan harga Cabainya sesuai dengan harga yang diberikan oleh pemasok.

3) Tempat

Para pedagang cabai di Pasar Bawah Bangko berdagang di depan dan samping. Pemilihan tempatnya memang harus bagus, apalagi kita harus memperhatikan banyak hal terutama kebersihan disekitar tempat jualan agar pembeli juga dapat merasa nyaman ketika datang untuk membeli. Sebagian memang pedagang lebih mengutamakan kebersihan tempat dagangannya terutama susunan cabai yang dijual. Hampir semua pedagang cabai mengutamakan tempat yang strategis untuk dijangkau oleh pembeli agar usahanya juga dapat berjalan lancar.

4) Pelayanan

Pelayanan yang diberikan pedagang cabai di Pasar Bawah Bangko kepada konsumen yakni dengan bersikap ramah dan berperilaku jujur kepada konsumen. Pedagang tidak membedakan sesama konsumen, memberikan pelayanan terbaik, dan selalu menjelaskan kepada pembeli mengenai kualitas cabainya. Harus bersikap ramah, karena intinya di awal itu penjual harus ramah sama pembeli. Kalau tidak ramah, bisa jadi pembeli tidak akan kembali penulis melihat bahwa pelayanan pada pembeli sangat diperlukan bagi penjual karena pembeli adalah raja yang harus dilayani dengan sebaik-baiknya.

Dampak Persaingan usaha yang terjadi pada pedagang cabai di Pasar Bawah Bangko Kabupaten Merangin

Persaingan usaha dalam berdagang memiliki dampak bagi para pedagang. Melihat banyaknya pedagang cabai di Pasar Bawah Bangko memberikan dampak pada tingkat pendapatan dan jumlah konsumen, pendapatan menurun dan konsumen berkurang. Dampak yang terjadi dari persaingan usaha di pasar Bawah Bangko memberikan pengaruh dari segi ekonomi dan lingkungannya. Melihat hasil wawancara dengan beberapa pedagang cabai di Pasar Bawah Bangkoda dua dampak yaitu dampak negatif dan dampak positif sebagai berikut:

a. Dampak Negatif:

1) Kurangnya konsumen dan menurunnya pendapatan

Pedagang cabai di Pasar Bawah Bangko dari segi ekonomi yaitu para pedagang mengalami penurunan pendapatan. Hal ini disebabkan karena banyaknya persaingan pedagang cabai, sehingga konsumennya terbagi. Persaingan merupakan kondisi real yang dihadapi setiap orang dimasa sekarang. Hampir tiada hal yang tanpa kompetisi/persaingan, seperti halnya kompetisi dalam berprestasi, dunia usaha bahkan dalam proses belajar.

Persaingan seperti upaya untuk menduduki posisi yang lebih tinggi di dalam dunia usaha. Bila jumlah pesaing cukup banyak dan seimbang, persaingan akan tinggi sekali karena masing-masing perusahaan memiliki sumber daya yang relatif sama. Bila pesaing sama tetapi terdapat perbedaan sumber daya, maka terlihat sekali mana yang akan menjadi market leader, dan perusahaan mana yang merupakan pengikut. Salah satu penyebab menurunnya pendapatan pedagang cabai yakni semakin bertambahnya pedagang cabai di Pasar Bawah Bangko.

2) Kesulitan mendapatkan konsumen bagi pedagang baru

Dampak persaingan usaha juga dirasakan oleh pedagang cabai yang masih baru. Banyaknya pesaing lama membuat pesaing baru kesulitan mendapatkan konsumen dan pendapatan. Pelayanan yang berkualitas juga merupakan suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan. Jika perusahaan melakukan upaya pelayanan yang unggul, maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih manfaat yang besar, terutama dalam kepuasan konsumen dan memberikan persepsi yang baik terhadap perusahaan.

b. Dampak Positif:

1) Penetapan harga wajar dan Kualitas pelayanan

Persaingan usaha dapat menguntungkan konsumen mendapatkan pelayanan yang lebih baik. Para pesaing tidak dapat mengalahkan pesaing lainnya hanya karena harga, karena pelayanan yang berkualitas berpengaruh dalam menarik minat konsumen. Banyaknya persaingan menjadikan konsumen sangat memperhatikan kualitas pelayanan. Konsumen akan mencari tempat yang lebih baik pelayanannya, bukan dari segi harga saja tetapi cara penjual melayani konsumen dengan baik.

2) Meningkatkan kreatif dan inovatif

Inovasi adalah penerapan secara praktis ide kreatif. Inovasi dapat diwujudkan dengan adanya kreativitas yang cukup tinggi. Kreativitas adalah kemampuan untuk menerapkan sesuatu yang baru ke dalam kehidupan kita. Banyak perusahaan yang maju dan berkembang sampai detik ini karena melakukan kreativitas dan inovasi. Banyaknya persaingan di Pasar Bawah Bangko menciptakan inovasi dan kreatifitas pedagang cabai dalam memasarkan cabainya. Salah satu bentuk kreatifitas pedagang cabai di pasar Bawah Bangko yaitu dengan menjual cabai melalui media sosial atau bisa langsung telfon dan ada juga cabai yang sudah di giling agar konsumen tinggal memasak saja.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan yang disampaikan oleh para peneliti diatas dengan topik “Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Cabai Pada Pedagang Di Pasar Bawah Bangko Kabupaten Merangin”, maka kami mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Jual Beli Cabai Pada Pedagang di Pasar Bawah Bangko Kabupaten Merangin memuat lima prinsip berikut ini dalam melakukan jual beli cabai di pasar Bawah Bangko. Pertama, prinsip tauhid (persatuan). Dalam hal ini para pedagang cabai meyakini bahwa penghidupan mereka berasal dari Allah. SWT juga memastikan mata pencaharian mereka tidak pernah hilang dan menjaga hubungan baik antar pedagang lainnya. Kedua, prinsip keseimbangan. Sehubungan dengan hal tersebut, Pedagang Cabai Pasar Bawah Bangko berupaya bersikap adil dalam kualitas, model produk, harga dan penampilan dalam menawarkan produk. Ketiga, kehendak bebas juga tercermin dalam kebebasan pembeli untuk memilih barang tanpa dipaksa oleh penjual, dan pembeli mempunyai hak untuk memilih barang yang ingin dibelinya sesuai dengan kesukaannya. Keempat, prinsip tanggung jawab, Penjual cabai di Pasar Bawah Bangko akan selalu bertanggung jawab jika ada keluhan dari pembeli, dan jika ada cacat kualitas atau kuantitas produk, mereka dengan senang hati akan menggantinya dengan produk yang lebih baik, bertanggung jawab menyediakan produk berkualitas tinggi. Mengenai prinsip etika bisnis Islam yang terakhir, kebenaran (amal), prinsip kebenaran tercermin dari penjual cabai Pasar Bawah Bangko, yang memberikan informasi responsif terhadap realitas tentang produknya kepada pembeli.
2. Unsur-unsur persaingan usaha yang dilakukan oleh pedagang cabai Pasar Bawah

Bangko dalam persaingan usaha antara lain, meskipun pihak yang bersaing dalam penelitian ini adalah pedagang cabai, namun cara bersaing yang mereka gunakan adalah sedemikian rupa sehingga bersaing secara sehat dan mencakup penekanan pada untuk tidak saling melemahkan. Produsen cabai lain dan produk yang mereka gunakan bersaing dalam bentuk cabai. Pedagang cabai juga berusaha meningkatkan keterampilan berjualan agar bisa unggul dibandingkan pedagang buah lainnya.

3. Dampak persaingan usaha yang terjadi pada pengecer cabai Pasar Bawah Bangko terhadap tingkat persaingan yaitu adanya dampak negatif dan positif. Dampak negatifnya antara lain berkurangnya konsumen dan berkurangnya pendapatan, serta sulitnya menarik konsumen ke pengecer baru. Dampak positifnya adalah: menetapkan harga yang wajar, meningkatkan kualitas layanan, dan meningkatkan kreativitas dan inovasi.

Saran

Berdasarkan temuan di atas, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

Pedagang cabai di Pasar Bawah Bangko yang bertindak sesuai dengan hukum Islam atau etika bisnis Islam hendaknya menjamin persaingan yang sehat sesuai dengan prinsip bisnis Islam. Bisnis harus dilakukan di dalam. Etika seperti tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran. Sebab, bisnis tidak hanya mendatangkan keuntungan materi, namun juga keberkahan dan penghidupan yang hanya bisa diterima dari Allah SWT. Saran yang ingin penulis sampaikan adalah agar para pedagang dapat mengeksplorasi lebih jauh, menemukan lebih banyak dan sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip yang sesuai dengan etika bisnis Islam dalam perdagangannya. Pedagang kemudian terus meningkatkan pelayanan dan kualitas cabainya, menjadi lebih kreatif dan inovatif dalam berdagang dengan tetap berpegang pada syariat Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alma Buchari, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2005)
- Aselina Endang Trihastuti, *Etika Bisnis Islam*, (Deepublish, 2021)
- Brian Indrajaya, *Persaingan Usaha Antar Pedagang Sembako Di Pasar Kliwon Karang Lewas, Banyumas Perspektif Etika Bisnis Islam*, (Skripsi: IAIN Purwokerto, 2019).
- Buchari dan Donni Juni Priansa Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009)
- Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2007)
- Didi Sukardi, "Analisis Hukum Islam Terhadap Persaingan Usaha Home Industry Tape Ketan Cibereum," *Al-Mustafa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, Vol.3, No. (2018)
- Djuanaidi Ghoni dan Fauzan Almashur, *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: ArRuzz Media, 2012)
- Edi Kusnadi, *Metodologi Penelitian, (Aplikasi Praktis)*, (Jakarta Timur: Ramayana Pers, 2008)
- Faisal Badroen, et al, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2015)
- H. Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar PLUS, 2012)
- Hadis Idri, *Hadits Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadis Nabi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010)

- Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010)
- Hasan Aedi, *Teori Dan Aplikasi Etika Bisnis Islam, Cet. I*, (Bandung: Alfabeta, 2011)
- Husain Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial, (Cet. VI: Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006)*
- Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2015)
- Ika Yunia Fauzi, “*Etika Bisnis dalam Islam*”, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2018)
- Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik*,(Jakarta: Bumi Aksara, 2015)
- Lexi J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2009)
- Lexy J. Moelong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2008)
- M. Ma’ruf Abdullah, *Bisnis Syariah Manajemen*, (Aswaja Pressindo, 2014)
- Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2005)
- Muhamad Kamal Zubair, et al., eds., *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare Tahun 2020*, (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020)
- Muhammad Djakfar, *Agama, Etika, Dan Ekonomi: Wacana Menuju Pengembangan Ekonomi Rabbaniyah*, (UIN Malik Press, 2014)
- Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012)
- Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 2002)
- Muhammad Ismail Yusanto and Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Mengagas Bisnis Islami, Cet. II*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002)
- Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Al-Kausar, 2001)
- Panji Ardiansyah, *Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Quandrant, 2017)
- R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis Islam dalam Al-Quran*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren 2008)
- Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian, Cet. IV*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001)
- Sri Widyastuti, *Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Dunis Bisnis* (Malang: CV IRDH, 2019)
- Sugianto, *Metodologi Penelitian Kualitatif. Dan R&D. (Cet. XIII; Bandung: Alfabeta, 2011)*
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2010)
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Cet. 13*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006)
- Zamzam Fakhry & Aravik Havis, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2020).
- Jurnal**
- Ahmad Syafiq, “Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Akhmad Nur Zaroni, "Bisnis Dalam Perpektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan Dalam Kehidupan Ekonomi)", MAZAHIB: Jurnal Pemikiran Hukum Islam 4, no. 2 (2007)
- Fathimatuz Zahroh and Muhammad Nafik HR, “Nilai Fathonah Dalam Pengelolaan Bisnis Di Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo,” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 2, no. 9 (2015)
- Ira Puspitasari, “Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Leuwiliang),” *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 3, no. 1 (2019)

- Iwan Aprianto, dkk, *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*, (Deepublish, 2020)
- Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo Press, 2009)
- Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam, Cet 1*, (Semarang: Walisongo Press, 2009)
- K Bertens, *Pengertian Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 2013)
- Lalu Muh Shabiran and Titiek Herwanti, “Etika Bisnis Pedagang Pada Jual Beli Telepon Genggam Bekas Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam,” *Maqdis kajian ekonomi Islam* 2, no. 1 (2017)
- Lukman Fauroni, “Rekontruksi Etika Bisnis Perspektif Al-Quran”, *Journal of Islamic Economics* 4, no. 1 (2003)
- Mutmainnah, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh”, (Skripsi: UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019)
- Pandangan Islam,” *El-Faqih : Jurnal Pemikiran dan Hukum Islam* 5, no. 1 (2019): 96–113.
- Panggabean, Sriayu Aritha, and K. Kaharuddin “Etika Bisnis Dalam Perspektif Hukum Islam,” *Citra Justicia: Majalah Hukum dan Dinamika Masyarakat*, Vol. 22, No. 2 (2021)
- Saifudin Yusuf, “Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Ngunut),” *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, Vol. 6, No. 2 (2021)
- Sundari, “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Pedagang Di Pasar Tradisional Somoroto Desa Somoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo”, (IAIN Ponorogo, 2020).
- Supianto, “Pendekatan Per Se Illegal Dan Rule of Reason Dalam Hukum Persaingan Usaha di Indonesia,” *Jurnal Rechtsens*, Vol. 2 No. 1 (2013)
- Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011)
- Titik Pramitasi, “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Pada Home Industry Tenun Tikar Nies Collection)”, (UIN Sunan Ampel, 2019).
- Usman dan Purnomo Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Cet. VI: Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006)
- Veithzal Rivai, *Islamic Business And Economic Ethics: Mengacu Pada Al Qur’an Dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW Dalam Bisnis, Keuangan, Dan Ekonomi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012)
- Veithzal Rivai dkk, *Islamic Business And Economic Ethics: Mengacu Pada Al-Qur’an Dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW Dalam Bisnis, Keuangan, Dan Ekonomi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012)
- Yogiswara Karishma W and Tika Widiastuti, “Etika Bisnis Islam Dalam Pengelolaan Bisnis Di Pesantren Mukmin Mandiri,” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 4, no. 6 (2017)
- Zaid & Muhammad Fikri Aufa, “Peran Undang-Undang Persaingan Usaha dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi”, *Jurnal Pamator* Vol. 15, No. 1 (2022)

Sumber Online

- Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur’an dan Terjemahannya QS. Al Hashir: 18, Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur’an dan Terjemahannya QS. At-Taubah (9): 111
- Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur’an dan Terjemahannya QS. An-Nisa (4): 29
- Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur’an dan Terjemahannya QS. Al-Baqarah:254

Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya (QS An-Nahl: 90)
Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya QS. Al-Baqarah: 148