

## **Persaingan Usaha Pedagang Sayur Keliling Desa Sungai Beras Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam**

**Samsudin<sup>1</sup>, M. Arif musthofa<sup>2</sup>, Daud<sup>3</sup>**

STIE Syariah Al Mujaddid

[samsudin@gmail.com](mailto:samsudin@gmail.com)

**Corresponding Author: Author<sup>1</sup>**

### **Abstrak indonesia**

Seorang pedagang harus mampu bertanggung jawab terhadap apa yang diputuskan dalam menjual barang dagangannya. Sering pedagang mengabaikan apakah strategi tersebut menggunakan cara yang halal atau haram. Hal ini dimaksudkan agar seorang pedagang dalam menjalankan usahanya berada dalam batas-batas yang ditentukan oleh syariah, sehingga strategi yang digunakan tidak merugikan pihak lain. Berdasarkan masalah tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang persaingan usaha dalam perspektif etika bisnis islam. Penelitian dilakukan secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan menggambarkan interaksi lingkungan secara tepat sifat-sifat suatu individu, kelompok, unit sosial, lembaga dan masyarakat. Peneliti ke lapangan untuk meneliti secara intensif, terperinci untuk memaparkan pengetahuan yang peneliti dapatkan untuk melihat fokus masalah yang ditentukan yaitu di dalam suatu masyarakat khususnya kepada Pedagang Sayur Keliling di Desa Sungai Beras Kecamatan Mendahara Ulu Kabupaten Tanjung Jabung Timur yaitu Pedagang Sayur Keliling mengenai persaingan usaha dalam perspektif etika bisnis Islam. peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling di Desa Sungai Beras Kecamatan Mendahara Ulu Kabupaten Tanjung Jabung Timur) belum sesuai dengan etika bisnis Islam.

**Kata Kunci:** *Etika bisnis, Sungai Beras, Pedagang sayur*

### **Abstract English**

A trader must be able to be responsible for what he decides to sell his merchandise. Traders often ignore whether the strategy uses halal or haram methods. This is intended so that a trader in carrying out his business is within the limits determined by sharia, so that the strategy used does not harm other parties. Based on this problem, researchers are interested in conducting research on business competition from the perspective of Islamic business ethics. Research is carried out intensively on the background of the current situation and describes environmental interactions precisely with the characteristics of an individual, group, social unit, institution and society. Researchers go to the field to research intensively, in detail to explain the knowledge that researchers have gained to see the focus of the problem determined, namely within a community, especially to Mobile Vegetable Traders in Sungai Beras Village, Mendahara Ulu District, East Tanjung Jabung Regency, namely Mobile Vegetable Traders regarding business competition in perspective of Islamic business ethics. Researchers can conclude that Business Competition in the Perspective of Islamic Business Ethics (Case Study of Mobile Vegetable Traders in Sungai Beras Village, Mendahara Ulu District, East Tanjung Jabung Regency) is not in accordance with Islamic business ethics.

**Keywords:** *Business ethics, Sungai Beras, Vegetable traders*

---

---

## PENDAHULUAN

Seorang pedagang harus mampu bertanggung jawab terhadap apa yang diputuskan dalam menjual barang dagangannya(Syahputra, 2019). Sering pedagang mengabaikan apakah strategi tersebut menggunakan cara yang halal atau haram. Hal ini dimaksudkan agar seorang pedagang dalam menjalankan usahanya berada dalam batas-batas yang ditentukan oleh syariah, sehingga strategi yang digunakan tidak merugikan pihak lain.

Keragaman para pedagang dan berbagai faktor yang mendasari baik interen maupun eksteren menjadikan perilaku dan strategi berdagang para pedagang yang berbeda-beda, mulai dari mempromosikan barang, memberikan harga diskon, ataupun menjual barang-barang dengan harga yang lebih murah dibanding dengan pedagang lainnya. Mereka saling beradu strategi untuk menarik perhatian para pembeli(Hasbi, 2021). Islam memandang bahwa transaksi dalam bisnis bukan hanya tentang mencari keuntungan, namun keberkahan.

Perhatian bisnis terhadap konsumen dewasa ini tampak makin besar, keberhasilan akan digapai oleh pelaku bisnis yang paling mampu menyesuaikan diri dengan persyaratan lingkungan saat ini, yaitu mereka yang sanggup memberikan apa yang siap dibeli oleh masyarakat(Hazira, 2017). Karena persaingan dalam bisnis makin ketat dan dengan adanya anggapan bahwa konsumen merupakan “raja” maka dengan memperhatikan konsumen diharapkan kelangsungan bisnis dapat dipertahankan. Pebisnis yang baik dan berhasil akan selalu memerhatikan perilaku konsumen dan berusaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut.

Sedemikian eratnya kaitan bisnis dengan pedagang, sehingga untuk memahami pengetahuan bisnis yang diperlukan pemahaman dan ilmu ekonomi serta konsep-konsep pokoknya agar bisnis dapat dikelola sesuai dengan tujuan dan sasaran yang diinginkan. Ditambah dengan dapat menghasilkan perencanaan bisnis yang mengarahkan pelaku bisnis untuk mewujudkan visi dan misi bisnis serta memperoleh keunggulan bersaing.

Keputusan adalah sebagai suatu pemilihan tindakan dari dua atau pilihan alternatif. Dengan kata lain orang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang ada. Bila seseorang dihadapkan pada dua pilihan, yaitu membeli dan tidak membeli, dan kemudian dia memilih membeli, maka dia ada dalam posisi membuat suatu keputusan.

Berdasarkan definisi tersebut dipahami bahwa keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli sebuah produk(Astuti & Hakim, 2021). Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata(Astuti & Hakim, 2021).

Salah satu pekerjaan yang begitu marak yaitu pedagang sayur keliling yang lokasi penjualan pedagang sayur keliling menyebar di Desa Sungai Beras. Keberadaan mereka secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan kemudahan masyarakat khususnya para ibu-ibu, untuk berbelanja ditempat atau pangkalan pedagang sayur

keliling. Dengan demikian para pedagang sayur keliling berusaha dapat mempertahankan dan mengembangkan usahanya agar mereka mampu bersaing dengan pedagang lainnya.

Para pedagang sayur keliling ini banyak yang masih muda, tapi ada juga yang sudah berusia tua dan tidak sedikit para ibu-ibu yang memilih pekerjaan ini. Tentu alasannya adalah karena profesi penghasilannya sangat lumayan. Dengan maraknya pedagang sayur keliling ini tentunya memberikan kemudahan bagi para ibu rumah tangga yang merasa diuntungkan. Kalau biasanya mereka pergi kepasar atau ke warung sayur untuk membeli sayuran guna menyiapkan makan keluarga, dengan adanya pedagang sayur keliling mereka tidak perlu harus kepasar atau pun ke warung sayur.

Seperti yang telah diuraikan di atas bahwa bisnis merupakan kegiatan yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, manusia, maupun organisasi. Maka seorang pengusaha haruslah selalu teliti untuk melihat adanya perubahan-perubahan atau pergeseran-pergeseran terhadap kebutuhan masyarakat. Timbulnya kebutuhan baru atau adanya perubahan terhadap kebutuhan yang telah ada, adalah merupakan kesempatan bisnis yang dapat dieksploitasikannya secara baik dan menguntungkan. Oleh karena itu kesempatan bisnis akan muncul dari kebutuhan masyarakat.

Seiring dengan adanya perebutan di antara para pengusaha dalam memperebutkan pengaruhnya kepada konsumen maka akan timbulah persaingan. Semakin banyak pengusaha yang terjun dan bersaing dalam suatu produk atau bisnis tertentu akan semakin mempertinggi atau mempertajam tingkat persaingan yang terjadi. Sebaliknya semakin sedikit jumlah pengusaha yang bersaing tentu saja akan memperingan taraf persaingannya.

Persaingan yang semakin tajam akan cenderung untuk lebih banyak penggunaan harga sebagai alat persaingan mereka artinya pesaing akan cenderung untuk saling menurunkan harga jual produknya guna merebut hati para konsumennya (Services & Zakiyyah, 2023) (Puspitasari et al., 2022). Hal ini akan peneliti uraikan terkait dengan bisnis antara pedagang sayur keliling. Terbukti sektor perdagangan secara keliling di Desa Sungai Beras tersebut relatif berkembang karena secara tidak langsung wilayah Desa Sungai Beras yang memiliki warga yang lebih memilih untuk berbelanja atau membeli kebutuhan-kebutuhan pokok seperti sayur dan semacamnya pada pedagang keliling.

Berdasarkan hasil pada saat wawancara kepada Pak Karmen selaku pedagang sayur keliling, “strategi dagang yang beliau terapkan yaitu bisa memberikan pinjaman (bon), bonus THR (pemberian secara Cuma-Cuma tunjangan hari raya), memberikan fasilitas datang langsung ke rumah-rumah warga, serta dapat membeli bahan bumbu dapur yang bisa diperjual belikan yang sudah beliau bagi menjadi beberapa bagian sehingga mendapat keuntungan yang lebih banyak serta menjualnya dengan strategi yang bisa menarik konsumen untuk membeli barang dagangannya. Dengan bermodal kurang lebih Rp3.000.000,00 beliau bisa mendapatkan keuntungan kurang lebih Rp700.000,00 per hari.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Jmati selaku pemilik warung sayur, “strategi dagang yang beliau terapkan adalah seperti memberikan harga dibawah harga

pedagang keliling pada beberapa jenis barang dagangannya, dan memberikan bonus THR (pemberian secara Cuma- Cuma tunjangan hari raya) dengan begitu strategi ini dapat menarik minat konsumen untuk membeli barang dagangannya. Dengan bermodal kurang lebih Rp1.400.000,00 beliau bisa mendapatkan keuntungan kurang lebih Rp300.000,00 per hari.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Evi “strategi dagang yang beliau terapkan dalam persaingan yaitu memberikan layanan dengan baik terhadap konsumen, produk yang dijual harus produk segar, serta memberikan harga bersaing”

Berdasarkan hasil wawancara pada pedagang sayur keliling dan warung sayur di Desa Sungai Beras, mereka bersaing dapat diartikan sebagai suatu kegiatan bersama atau bertanding diantaranya pengusaha atau pebisnis yang satu dengan pengusaha atau pebisnis yang lain di dalam memenangkan pangsa pasar dan mencari keuntungan, dalam upaya melakukan, menawarkan produk barang dan jasa kepada konsumen dengan berbagai strategi pemasaran yang diterapkan.

Berdasarkan latar belakang masalah maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul “Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling di Desa Sungai Beras Kecamatan Mendahara Ulu)”

## **LANDASAN TEORI**

Istilah etika dan moral sering kali dipergunakan secara bergantian untuk maksud yang sama (Marina et al., 2021). Istilah Etika, secara teoritis dapat dibedakan dalam dua hal pengertian. Pertama, etika berasal dari kata Yunani *ethos* yang artinya kebiasaan atau karakter. Dalam pengertian ini, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat yang diwariskan dari satu orang ke orang lain. Kedua, secara terminologis etika merupakan studi sistematis tentang tingkah laku konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan untuk mengaplikasikan atas apa saja (Silviyah & Lestari, 2022). Etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan di saat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.

Keputusan adalah suatu reaksi terhadap beberapa solusi alternatif yang dilakukan secara sadar dengan menganalisa kemungkinan- kemungkinan dari alternatif tersebut bersama dengan konsekuensinya. Setiap keputusan akan membuat pilihan terakhir, dapat berupa tindakan atau opini. Itu semua bermula ketika kita perlu untuk melakukan sesuatu, tetapi tidak tahu apa yang harus dilakukan. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan (Imron & Nurdian, 2021).

Keputusan konsumen merupakan sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk. Dengan kata lain orang mengambil keputusan untuk membeli atau tidak terhadap produk tersebut. Keputusan konsumen didasari oleh

kebutuhan eksternal, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat.

## **METODOLOGI**

Jenis penelitian ini adalah termasuk penelitian kualitatif dengan pendekatan lapangan (field research). Penelitian yang secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan menggambarkan interaksi lingkungan secara tepat sifat-sifat suatu individu, kelompok, unit sosial, lembaga dan masyarakat. Sesuai dengan definisi yang telah diuraikan dapat dipahami bahwa penelitian ini adalah penelitian lapangan dimana peneliti ke lapangan untuk meneliti secara intensif, terperinci untuk memaparkan pengetahuan yang peneliti dapatkan untuk melihat fokus masalah yang ditentukan yaitu di dalam suatu masyarakat khususnya kepada Pedagang Sayur Keliling di Desa Sungai Beras Kecamatan Mendahara Ulu Kabupaten Tanjung Jabung Timur yaitu sebanyak 3 Pedagang Sayur Keliling mengenai persaingan usaha dalam perspektif etika bisnis Islam.

## **PEMBAHASAN**

Pedagang sayur merupakan suatu jenis pekerjaan mulia yang banyak berkembang dimasyarakat dewasa ini, khususnya di Desa Sungai Beras Kecamatan Mendahara Ulu Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Hal ini terjadi karena tuntutan ekonomi dan kebutuhan masyarakat yang semakin besar. Masyarakat Desa Sungai Beras merupakan mayoritas yang pekerjaan utamanya bergantung dari hasil pertanian, namun yang diperoleh dari hasil pertanian tersebut tidak bisa menutupi kebutuhan masyarakat maka dari itu masyarakat mengambil alternatif lain sebagai pedagang sayur keliling untuk memenuhi kebutuhan keluarga sehari-hari.

Seperti umumnya para pedagang yang lain, pedagang sayur Keliling memiliki strategi dalam bersaing untuk melakukan pemasaran produk. Hal ini penting, karena jumlah peminat pedagang sayur Keliling yang bertambah dan persaingan dalam mencari pelanggan, sehingga hasil yang akan diperoleh para pedagang bisa maksimal. Berbagai macam strategi persaingan, strategi yang bisa diterapkan oleh para pedagang baik itu strategi persaingan yang tidak sesuai dengan Etika Bisnis Islam maupun strategi persaingan yang sesuai dengan Etika Bisnis Islam. Persaingan usaha yang baik adalah persaingan yang bisa bersahabat dengan produsen dan konsumen, artinya kedua belah pihak harus diuntungkan inilah inti dari ajaran Islam yang mewajibkan untuk menyelaraskan hubungan kepada Allah dan kepada sesama manusia.

Setiap kegiatan umat Islam dalam kehidupan baik secara vertikal maupun horizontal, telah diatur dengan ketentuan-ketentuan agar sesuai dengan yang diperintahkan oleh Allah. Hal yang mendasari setiap perbuatan itu dilandaskan pada sumber-sumber hukum yang bersumber dari Al-Quran dan Hadits. Dalam beraktivitas ekonomi, umat Islam dilarang melakukan tindakan bathil. Namun harus melakukan kegiatan persaingan usaha yang dilakukan saling ridho.

sebagaimana firman Allah SWT, dalam (QS. An-Nisaa: 29):

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ  
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa: 29). Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti peroleh di Desa Sungai Beras Kecamatan Menadahara Ulu Kabupaten Tanjung Jabung Timur dengan 3 pedagang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Karmen sebagai pedagang warung sayur diperoleh keterangan bahwa, Pak Karmen telah berdagang kurang lebih selama 5 tahun di Desa Sungai Beras jenis sayuran yang diperdagangkan seperti timun, toge, tempe, bayam, kacang panjang, sayur asem, kentang, dan lain lain. Pelanggan yang dimiliki Pak Karmen sudah banyak. Strategi dagang yang beliau gunakan dalam menarik minat pelanggan yaitumemberikan bonus THR (tunjangan hari raya) seperti sembako kepada pembeli yang loyalitas dan strategi dalam mencari pelanggan beliau memberikan pelayanan yang baik untuk pelanggan barunya. Ibu Siti Maimunah sedikit memahami persaingan usaha dalam etika bisnis Islam. Menurut beliau dalam berbisnis boleh saja mencari keuntungan sebanyak-banyaknya asal jangan sampai merugikan konsumen ataupun pedagang lain. Sementara apabila terjadi kerusakan pada barang atau jenis sayur yang dijual, Pak Karmen menurunkan harga jualnya. Untuk itu keuntungan yang diambil pada setiap jenis barang bermacam-macam. Dengan bermodal kurang lebih Rp1.400.000,00 per harinya beliau bisa mendapatkan keuntungan kurang lebih Rp300.000,00 per hari. Jika ada barang yang kembali (tidak habis terjual) Pak Karmen dapat menjualnya kembali di hari esok dengan menurunkan harga jual yang sayurannya mengalami kerusakan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Amat sebagai pedagang warung sayur diperoleh keterangan bahwa, Pak Amat telah berdagang kurang lebih selama 3 tahun di Desa Sungai Beras jenis sayuran yang diperdagangkan seperti labu siam, kentang, tomat, timun, tempe, kacang panjang, sayur asem, sop-sopan dan lain lain. Pelanggan yang dimiliki Ibu Lis tidak begitu banyak. Strategi dagang yang beliau gunakan dalam menarik minat pelanggan dan strategi dalam mencari pelanggan yaitu memberikan pelayanan yang baik. Pak Amat kurang memahami persaingan usaha dalam etika bisnis Islam. Menurut beliau dalam berbisnis hanya berfikir bagaimana mendapatkan keuntungan yang besar setiap hari demi mencukupi kebutuhan keluarga setiap harinya. Sementara apabila terjadi kerusakan pada barang atau jenis sayur yang dijual, Ibu Lis tetap menjual barang tersebut dengan harga normal. Dengan begitu keuntungan yang diambil pada setiap jenis barang bermacam-macam. Dengan bermodal kurang lebih Rp600.000,00 per harinya beliau bisa mendapatkan keuntungan kurang lebih Rp160.000,00 per hari. Jika

ada barang yang kembali (tidak habis terjual) Ibu Lis dapat menjualnya kembali di hari esok dengan harga yang sama seperti sayuran segar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Kana sebagai pedagang warung sayur diperoleh keterangan bahwa, Pak Kana telah berdagang kurang lebih selama 3 tahun di Desa Sungai Beras sayuran yang diperdagangkan bermacam-macam jenisnya seperti sop-sopan, timun, tempe, kentang, tomat, pare, daun singkong, sayur asem, dan lain lain. Pelanggan yang dimiliki Pak Kana tidak begitu banyak. Strategi dagang yang beliau gunakan dalam menarik minat pelanggan dan strategi dalam mencari pelanggan yaitu memberikan kualitas barang yang masih segar dan memberikan pelayanan yang baik. Pak Kana belum begitu memahami persaingan usaha dalam etika bisnis Islam. Menurut beliau yang terpenting hanya mendapatkan keuntungan dari barang dagangannya tersebut. Sementara itu apabila terjadi kerusakan pada barang atau jenis sayur yang dijual beliau tetap menjual sayuran tersebut di ke esokan harinya walaupun mengalami sedikit kerusakan namun untuk sayuran yang sudah busuk beliau tidak menjualnya kembali. Dengan begitu keuntungan yang diambil pada setiap jenis barang bermacam-macam. Dengan bermodal kurang lebih Rp1.000.000,00 per harinya beliau bisa mendapatkan keuntungan kurang lebih Rp200.000,00 per hari. Jika ada barang yang kembali (tidak habis terjual) beliau dapat menjualnya kembali di hari esok.

Seiring dengan adanya pernyataan yang dikemukakan oleh pedagang tersebut, maka dapat diketahui bahwa para pedagang sayur keliling mengenai persaingan usaha dalam perspektif etika bisnis Islam itu sendiri masih sangat kurang. Tingginya kecenderungan para pedagang mengabaikan etika dan rasa keadilan yang sering diwarnai praktek-praktek tidak terpuji, harus segera diantisipasi guna menyelaraskan kegiatan persaingan usaha agar sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam dalam kegiatan bermuamalah. Pemahaman para pedagang terhadap etika lebih cenderung pada sisi emosional saja dan terkadang mengesampingkan konteks bisnis itu sendiri. Padahal dalam ajaran Islam tidak hanya ajaran ibadah, melainkan juga masalah muamalah. Oleh karena itu sangat penting untuk menerapkan etika bisnis Islam terhadap para pedagang.

Islam memberikan aturan hukum dan standar etika yang berhubungan dengan konsep bisnis. Seperti dalam hal keadilan, harga, dan persaingan serta hubungan antara pedagang dan pembeli. Namun pada kenyataannya peneliti melihat banyaknya terjadi penyimpangan ataupun pelanggaran lebih disebabkan karena kurangnya pemahaman mengenai etika bisnis Islam dalam melakukan persaingan usaha, sehingga dalam melakukan perdagangan, pedagang sayur keliling dan warung sayur di Desa Sungai Beras ada beberapa yang sering mengabaikan etika bisnis Islam.

Untuk memperoleh keberkahan dalam jual beli, Islam mengajarkan etika persaingan(Silviah & Lestari, 2022) sebagai berikut:

- a. Melakukan persaingan yang sehat
- b. Kejujuran
- c. Keterbukaan
- d. Keadilan

Melalui penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa keterbukaan dalam etika persaingan merupakan salah satu aspek mendasar bagi terwujudnya tujuan pelaku bisnis tersebut. Sesuai dengan pernyataan pedagang tersebut mengindikasikan bahwa ternyata pemahaman pedagang sayur keliling dan warung sayur di Desa Sungai Beras terhadap perspektif etika bisnis Islam khususnya dalam persaingan usaha dalam perspektif etika bisnis Islam sangatlah kurang. Sekalipun ada beberapa diantara pedagang paham tentang etika, namun kemudian tidak serta merta komit dan mengaplikasikannya di dunia bisnis secara real. Karena terkadang pedagang dihadapkan pada kondisi yang mengharuskan untuk sedikit berbuat curang.

Kualitas pelayanan adalah perbandingan antara pelayanan yang diharapkan konsumen dengan pelayanan yang diterimanya secara langsung (Along, 2020). Dengan maksud lain apabila pelayanan yang diterima maupun yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan oleh pengguna maka kualitas pelayanan tersebut dapat dipersepsikan baik dan memuaskan pengguna. Apabila jasa maupun pelayanan yang diterima dapat melampaui harapan pengguna maka kualitas pelayanan dapat dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Kualitas pelayanan juga diberikan kepada konsumen termasuk pembeli di Desa Sungai Beras yang membeli produk di pedagang sayur keliling.

Hasil penelusuran peneliti juga melakukan wawancara terhadap pembeli diantaranya ada: Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Jumati sebagai pembeli di pedagang sayur keliling diperoleh keterangan bahwa, Ibu Jumati tetap berbelanja kepada pedagang sayur keliling karena sayurannya beraneka ragam. Untuk kualitas pelayanan, Ibu Jumati belum begitu merasakan kualitas pelayanan yang sangat baik. Dalam hal ini Ibu Jumati sering mendapati sayuran yang tidak segar dicampur dengan sayuran yang segar. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Timah sebagai pembeli di pedagang sayur keliling diperoleh keterangan bahwa, Ibu Timah berbelanja kepada pedagang sayur keliling karena sayurannya segar. Untuk kualitas pelayanan, Ibu Timah belum merasakan kualitas pelayanan yang baik. Dalam hal ini Ibu Timah sering mendapati harga sayuran yang tidak wajar dengan harga pasaran lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Evi sebagai pembeli di warung sayur diperoleh keterangan bahwa, Ibu Evi tetap berbelanja kepada warung sayur karena harga sayurannya murah. Untuk kualitas pelayanan, Ibu Evi merasakan kualitas pelayanan yang didapat baik. Dalam hal ini Ibu Evi sebagai pembeli di warung sayur merasa puas. Sesuai rangkuman wawancara dengan pembeli sikap pedagang yang semacam ini sudah jelas sangat bertentangan dengan apa yang telah diperintahkan Allah SWT. Karena adanya kebohongan dalam melakukan strategi pemasarannya dengan menyembunyikan kekurangan dari jenis barang yang di jual.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Desa Sungai Beras dapat dianalisis bahwa pedagang sayur keliling sayur di Desa Sungai Beras sebagian besar belum menerapkan persaingan usaha dalam perspektif etika bisnis Islam. Sebagian pedagang sayur keliling masih sering melakukan kecurangan-kecurangan kepada pembeli. Tingkat kecenderungan para pedagang sayur keliling di Desa Sungai Beras dalam melakukan kecurangan disebabkan karena tidak ingin mengalami kerugian dalam bertransaksi



sehingga dalam hal tersebut justru merugikan orang lain dan perbuatan tersebut bertentangan dengan Prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

Ada beberapa bentuk kecurangan disetiap transaksi yang sering terjadi seperti mencampur sayuran yang masih segar dengan yang tidak segar, keuntungan yang diambil dari setiap produknya mencapai Rp3000 – Rp6000, tidak jujur dalam kualitas produk yang dijual dan sebagai peneliti pernah mengalami hal tersebut.

Terlihat sangat jelas bahwa kecurangan dalam berbagai bentuk ini sangat merugikan pihak konsumen. Faktor terbesar seringnya terjadi kecurangan dalam transaksi dipengaruhi oleh motivasi utama para pedagang sayur keliling dan warung sayur yang ingin memperoleh keuntungan sebanyak mungkin dan cenderung mengabaikan motivasi utama dalam berdagang, yaitu memenuhi kebutuhan masyarakat dalam hal ini pembeli. Sehingga pembeli dianggap sebagai ladang penghasil uang bukan sebagai mitra bisnis.

## KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dalam penelitian ini, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling di Desa Sungai Beras Kecamatan Mendahara Ulu Kabupaten Tanjung Jabung Timur) belum sesuai dengan etika bisnis Islam, dikarenakan keterbatasan pengetahuan yang mereka miliki, sehingga mereka mengetahui tentang persaingan usaha yaitu hanya menerapkan strategi yang dapat menguntungkan sebanyak-banyaknya tanpa mengikuti ketentuan yang ditetapkan dalam hukum Islam. Jadi, Persaingan Usaha dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Sungai Beras Kecamatan Mendahara Ulu Kabupaten Tanjung Jabung Timur) belum sesuai dengan etika bisnis Islam. Karena, keterbatasan pengetahuan para pedagang mengenai etika bisnis Islam atau tata cara untuk melaksanakannya.

## REFERENSI:

- Along, A. (2020). Kualitas Layanan Administrasi Akademik di Politeknik Negeri Pontianak. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 006(01), 94–99. <https://doi.org/10.21776/ub.jiap.2020.006.01.11>
- Astuti, R., & Hakim, M. A. (2021). Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 1–10. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/6719>
- Hasbi, M. (2021). Strategi Penjualan Pedagang Pakaian di Plaxa Kebun Sayur Balikpapan (tinjauan Etika Bisnis Islam). *Borneo Islamic Finance and Economics*, 1(2), 141–149.
- Hazira, B. R. (2017). Tinjauan Hukum Bisnis Islam Terhadap Praktik Promosi Penjualan Obat Tradisional. *Mu'amalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 9(2), 117–129. <https://doi.org/10.20414/mu.v9i2.2014>
- Imron, M. S., & Nurdian, Y. (2021). Digitalisasi pemasaran keripik tempe dalam menghadapi persaingan dagang selama pandemi Covid-19. *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 17(1), 65–76. <https://doi.org/10.20414/transformasi.v17i1.3129>

- Marina, A., Wahjono, S. I., & Kurnoawati, T. (2021). Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Syariah untuk Mematuhi Etika Bisnis Rumah Sakit Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis Vol . X No . X Tahun XXXX. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 6(1), 109–117. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v6i1.15747>
- Puspitasari, W., Setiawan, I. N., Widiastuti, T., Fitriani, L. N., & Buiqis, T. (2022). Pelatihan Pengembangan Produk Kemasan Umkm Produk Jamu Homemade Dalam Menghadapi Persaingan Dagang Di Era Globalisasi Dan Pandemi. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 1(5), 773–778.
- Services, C., & Zakiyyah, N. F. (2023). Digitalisasi pemasaran tempe krezz dalam menghadapi persaingan dagang selama pandemi COVID-19. *Najah: Journal of Research and Community Services*, 4(1), 63–76.
- Silviyah, N. M., & Lestari, N. D. (2022). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), 96–112. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v10i1.295>
- Syahputra, A. (2019). Etika Berbisnis Dalam Pandangan Islam. *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1(1), 21–34. <https://doi.org/10.52490/at-tijarah.v1i1>.