



QS. AL-BAQARAH AYAT 148: PERSAINGAN SWALAYAN DAN TOKO KLONTONG

Muhammad Khallid Imansyah

Prodi Manajemen Bisnis Syariah, STEI Hamfara, Yogyakarta

muhkhalid@gmail.com

Riwayat Artikel		
Diterima: 3/4/2023	Disetujui: 5/4/2023	Dipublish: 10/4/2023

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persaingan antara mart pasar modern dengan toko klontong pasar rakyat. Metode yang digunakan dengan wawancara, pengamatan, dan observasi sehingga mendapatkan informasi valid oleh peneliti langsung terhadap obyek penelitian. Hasil pengamatan dianalisis sampai jenuh sehingga mendapatkan temuan bahwa kekuatan modal mart pasar modern tidak mampu mengalahkan toko klontong pasar rakyat. Rekomendasi penelitian hendaknya ada persaingan yang sehat dengan mengambil inspirasi dari QS. Al-Baqarah ayat 148 tentang berlomba-lomba dalam kebaikan dalam hal ini adalah kebaikan ekonomi.

Kata Kunci: Persaingan, toko klontong, swalayan

ABSTRACT: *This study aims to determine the influence of competition between modern market marts and people's market clone stores. The method used with interviews, observations, and observations so as to obtain valid information by the researcher directly on the object of study. The results of the observations were analyzed until they were saturated so as to find that the capital power of the modern market mart was not able to beat the clone shop of the people's market. Research recommendations should be healthy competition by taking inspiration from QS. Al-Baqarah ayat 148 about vying for good in this case is economic good.*

Keywords: *Competition, clone shop, self-service*

PENGANTAR

Munculnya isu modernitas merambah ke segala bidang kehidupan, termasuk sektor ekonomi dengan bertumbuhnya pasar-pasar modern, seperti: swalayan-swalayan, Indomart dan Alfamart, dan sebagainya (Adila & Jannati, 2018; Effendi, 2017; Fatimah et al., 2013; Huda, 2018; Rokan, 2015). Pasar modern di era digital ini bahkan juga memberikan layanan melalui online market, seperti: tokopedia, buka lapak, lazada, dan sebagainya (Billah, 2021; Hasna, 2023; Imron & Hidayat, 2013). Perkembangan pasar modern juga merambah pada sektor keuangan dengan menjadikan algoritma di sistem internet sebagai mata uang atau biasa disebut dengan cryptocurrency, seperti: bitcoin, polkadot, dan lain-lain (Cortez et al., 2021; Ozdurak et al., 2022). Modernitas meniscayakan penggunaan teknologi sebagai alat untuk menghadapi perkembangan zaman dan seakan meninggalkan kondisi tradisional masyarakat yang ada.

Pasar-pasar modern yang tumbuh menjamur di suatu daerah seakan-akan menggeser peran pasar-pasar tradisional masyarakat yang sudah sekian puluh tahun berdiri. Pergeseran budaya masyarakat, baik dalam perilaku sosial, maupun dalam perilaku ekonomi, menjadi kasat mata sebagai simbol pergeseran dari tradisional mindset menuju modern mindset. Namun kenyataan yang lain, masyarakat tetap setia kepada tradisi-tradisi yang sudah mendarah daging puluhan bahkan ratusan tahun lamanya. Adanya pasar rakyat yang tetap eksis sampai sekarang menjadi bukti bahwa persaingan antar pasar modern dengan pasar tradisional terjadi di wilayahnya masing-masing yang berbeda antara satu dengan yang lain. Beberapa pasar tradisional yang tetap eksis berdiri dari zaman kerajaan sampai sekarang, misalnya Pasar Beringharjo di Yogyakarta, Pasar Johar di Semarang, Pasar Klewer di Solo, dan lain-lain (Ariyani, 2019; Effendi, 2017). Setiap daerah di Nusantara memiliki pasar tradisional yang tidak jarang menjadi icon daerah tersebut.

Persaingan antara pasar modern dengan pasar tradisional yang dikelola oleh individu pengusaha di masyarakat tetap berlangsung (Fajriawati, 2018; Masitha, 2010; Wibisono, 2012). Pertumbuhan swalayan sebagai toko modern di wilayah pemukiman dengan jarak yang saling berdekatan dengan warung kelontong kecil pasti membawa pengaruh bagi perkembangan warung tersebut. Warung Mbah Waginem yang fenomenal di daerah Bangunjiwo masih tetap eksis sampai sekarang dalam memberikan pelayanan kepada konsumennya yang setia (Utomo, 2021). Salah satu kasus yang menjadi fokus penelitian ini adalah berdirinya Indomart tepat di depan warung kelontong Syifa. Warung kelontong Syifa yang telah berdiri kurang lebih selama 6 tahun lebih dahulu harus menerima kenyataan atas berdirinya sebuah minimarket modern pada tahun 2018 dengan posisi yang berhadapan langsung dengan warung. Kasus ini menarik minat peneliti untuk menganalisis pengaruh persaingan yang terjadi dan bagaimana pengaruhnya. Adanya kasus ini mendorong penulis tertarik untuk menganalisis seberapa besar pengaruh yang muncul dari keberadaan Indomart terhadap perkembangan salah satu warung kelontong, yaitu warung kelontong Syifa.

METODE

Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan cara observasi dan wawancara. Informasi dikumpulkan dari narasumber langsung kemudian dikumpulkan menjadi satu dan disesuaikan dengan kategori masing-masing. Pengelompokan informasi didasarkan menurut topik penelitian. Analisis dikuatkan dengan inspirasi dari al-Qur'an surah al-Baqarah ayat 148 tentang persaingan dalam kebaikan.

HASIL DAN DISKUSI

Hasil dari penelitian yang dilakukan dengan wawancara yaitu informasi bahwa keberadaan Indomaret yang berhadapan langsung dengan warung Kelontong Syifa di Jl. Raya Cangkudu-Cisoka ternyata tidak membawa pengaruh yang cukup besar bagi perkembangan warung kelontong tersebut karena hingga saat ini warung kelontong tersebut masih tetap bertahan, sang pemilik toko (Pak Iwan) mengatakan bahwa keberadaan Indomaret yang berhadapan persis dengan warungnya tidak begitu berpengaruh terhadap perkembangan warung miliknya. Dilihat dari segi omset atau pendapatan sebelum munculnya Indomaret dan sesudah munculnya Indomaret ternyata netral, tidak ada penurunan yang terjadi secara drastis. Dugaan bahwa persaingan akan dimenangkan oleh Indomaret karena memiliki modal yang besar ternyata di lapangan tidak terbukti. Pak Iwan terinspirasi oleh QS Al-Baqarah ayat 148:

فاستبقوا الخيرات

Berlomba-lomba dalam kebaikan

Pak Iwan memberikan makna sebagai persaingan yang sehat, meskipun level usaha yang ada antara Indomaret dengan warung kelontong miliknya berbeda.

Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan. Secara umum, persaingan bisnis adalah perseteruan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan. Persaingan dapat disebabkan karena adanya kesalahan yang dapat dijadikan peluang bagi pelaku bisnis lain dengan menciptakan produk atau jasa yang lebih unggul. Tentunya hal ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk para pelaku bisnis. Pasar persaingan sempurna adalah pasar yang di dalamnya terdapat banyak penjual dan pembeli. Namun demikian, kedua pihak tidak dapat memengaruhi harga, karena harga telah ditentukan oleh pasar itu sendiri (keseluruhan permintaan dan penawaran) (Gallagher et al., 2019).

Setelah diobservasi mengapa hal ini dapat terjadi adalah karena warung kelontong Syifa mempunyai keunggulan dalam sistem pemasaran. Di warung Syifa semua barang yang diperjualbelikan adalah barang dengan kemasan kecil dan dijual dengan harga yang terjangkau untuk kalangan masyarakat rendah dan menengah, yang tidak akan bisa ditemui di Indomart.

Karena di Indomart kebanyakan barang yang diperjualbelikan adalah barang dengan kemasan besar yang dengan harga yang tidak bersahabat bagi masyarakat kalangan rendah dan menengah. Seperti contohnya adalah sabun cuci piring, kecap manis, shampo, rokok, dan barang-barang lainnya (Dakhoir, 2018). Selain itu di warung kelontok Syifa tidak hanya menjual kebutuhan hidup sehari-hari. Melainkan juga di warung tersebut menjual bahan bakar kendaraan bermotor (bensin) secara eceran. Strategi penjualan dengan menjual bahan bakar kendaraan bermotor (bensin) adalah ide yang sangat bagus, karena dengan posisi warung yang berada di pinggir jalan raya yang dilalui banyak kendaraan bermotor, pasti banyak para pengendara motor yang membeli bahan bakar di warung tersebut. Dan yang terakhir Pak Iwan selaku pemilik toko mempunyai keyakinan bahwa Rezeki sepenuhnya telah di atur oleh Allah SWT dan tidak akan tertukar. Itulah alasan mengapa Pak Iwan tetap bertahan dan tidak merasakan sebuah pengaruh yang besar terhadap perkembangan warung miliknya atas dibangunnya Indomaret yang berhadapan dengan warungnya.

PENUTUP

Dalam sebuah persaingan dagang, satu-satunya cara agar tetap menang dan bertahan adalah mencari ide yang inovatis dalam penjualan disertai dengan keyakinan bahwa rezeki tidak akan tertukar. Inspirasi dari keyakinan terhadap kebenaran QS al-Baqarah ayat 148 juga penting sehingga warung kelontong mampu bertahan menghadapi gempuran pasar modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Adila, N. A., & Jannati, J. N. (2018). *Relevansi Distorsi Pasar dan Kebijakan Perdagangan Internasional Modern Dengan Pemikiran Ekonomi Yahya Bin Umar*.
- Ariyani, N. (2019). Penataan Pasar-Pasar Tradisional Di Indonesia Berdasarkan Teori "Von Stufenaufbau De Rechtsordnung." *Jurnal Ilmiah Galuh Justisi*, 7(2), 23.
- Billah, A. M. (2021). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Pameran Online untuk Meningkatkan Penjualan Ekspor Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada CV. Palem Crafterd Jogja). In *Nuevos sistemas de comunicación e información*.
- Cortez, K., Rodríguez-García, M. D. P., & Mongrut, S. (2021). Exchange market liquidity prediction with the k-nearest neighbor approach: Crypto vs. fiat currencies. *Mathematics*, 9(1), 1–15. <https://doi.org/10.3390/math9010056>
- Dakhoir, A. (2018). Eksistensi Usaha Kecil Menengah dan Pasar Tradisional dalam Kebijakan Pengembangan Pasar Modern. *Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat*, 14(1), 31. <https://doi.org/10.23971/jsam.v14i1.783>
- Effendi, N.-. (2017). Studi Budaya Pasar Tradisional Dan Perubahan Gaya Hidup Masyarakat Pedesaan: Kasus Pasa Nagari Dan Masyarakat Nagari Di Propinsi Sumatera Barat. *Jurnal*

- Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, 18(2), 105. <https://doi.org/10.25077/jantro.v18i2.61>
- Fajriawati, F. (2018). Analisis Pengaruh Persaingan Usaha Pasar Tradisional Terhadap Pasar Modern Peraturan Daerah Kota Medan. *Varia Justicia*, 13(2), 103–111. <https://doi.org/10.31603/variajusticia.v13i2.1884>
- Fatimah, M., Rijal, M., Noer, S., Arianto, K., Fitriana, N., Usaha, P., Perdesaan, A., Sugianingsih, S., & Fatimah, M. (2013). Modal Sosial Pedagang Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar Tradisional. *JKAP (Jurnal Kebijakan Dan Administrasi Publik)*, 17(2), 4–19. <https://doi.org/10.22146/jkap.6851>
- Gallagher, S., Mastrogiorgio, A., & Petracca, E. (2019). Economic reasoning and interaction in socially extended market institutions. *Frontiers in Psychology*, 10(AUG), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01856>
- Hasna, A. N. (2023). Implementasi Etika Konsumen Shopee. *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, 1(1), 29–34.
- Huda, N. T. (2018). Etnomatematika Pada Bentuk Jajanan Pasar di Daerah Istimewa Yogyakarta. *JNPM (Jurnal Nasional Pendidikan Matematika)*, 2(2), 217. <https://doi.org/10.33603/jnpm.v2i2.870>
- Imron, A., & Hidayat, A. (2013). Kekuatan Agama Dan Kearifan Lokal Dalam Proses Kebangkitan Masyarakat Yogyakarta Pascagempa. *ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin*, 14(1), 103–130. <https://doi.org/10.14421/esensia.v14i1.752>
- Masitha, A. I. (2010). Dampak sosial ekonomi revitalisasi pasar tradisional terhadap pedagang. *Jurnal Sosek Pekerjaan Umum*, 2(1), 41–55.
- Ozdurak, C., Umut, A., & Ozay, T. (2022). The Interaction of Major Crypto-assets, Clean Energy, and Technology Indices in Diversified Portfolios. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 12(2), 480–490. <https://doi.org/10.32479/ijeep.12888>
- Rokan, M. K. (2015). MARKET FAIRNESS IN ISLAMIC ECONOMICS LAW AND ETHICS: A Study on Modern and Traditional Market Regulations in Indonesia. *MIQOT: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 39(1), 128–147. <https://doi.org/10.30821/miqot.v39i1.43>
- Utomo, Y. T. (2021). Perilaku Ekonomi Mbah Waginem. *Youth Islamic Economic Journal*, 02(02), 1–9. <http://jurnalhamfara.ac.id/index.php/yie/article/view/120>
- Wibisono, E. M. A. (2012). Bantul mart, sebuah upaya untuk meningkatkan kemampuan toko tradisional di kabupaten bantul dalam memenangkan persaingan pasar. *Jurnal Riset Daerah*, XI(2), 1723–1733.