

**ANALISIS PERSAINGAN PENJUALAN BERAS DI
KECAMATAN SUKOWONO KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI



Oleh:

WILDATUS SOLEHA
NIM. E20172032

IAIN JEMBER

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
MARET, 2021**

**ANALISIS PERSAINGAN PENJUALAN BERAS DI
KECAMATAN SUKOWONO KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

Wildatus Soleha
NIM. E20172032

Dosen Pembimbing:
Daru Anondo, S.E., M.Si
NIP. 198209222009012005

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
MARET 2021**

ANALISIS PERSAINGAN PENJUALAN BERAS DI KECAMATAN SUKOWONO KABUPATEN JEMBER

SKRIPSI

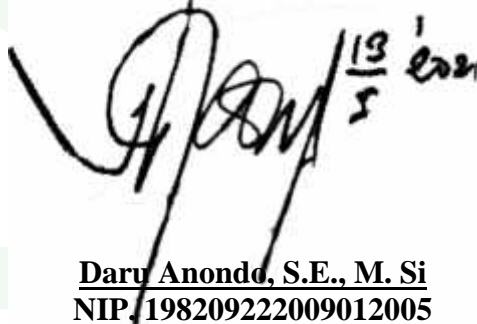
Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

Wildatus Soleha

NIM: E20172032

Disetujui Pembimbing



Handwritten signature of Daru Anondo, dated 13/5/2021.

Daru Anondo, S.E., M. Si
NIP.198209222009012005

IAIN JEMBER

ANALISIS PERSAINGAN PENJUALAN BERAS DI KECAMATAN SUKOWONO KABUPATEN JEMBER

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Rabu
Tanggal : 24 Maret 2021

Tim Penguji

Ketua



Toton Fanshurna, M.E.I
NIP. 198112242011011008

Sekretaris



Siti Masrohah, SE., M.M
NIP. 19780612 200912 2 001

Anggota:

1. Dr. Abdul Wadud Nafis, Lc., M.E.I
2. Daru Anondo, SE., M.Si



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Kholidan Rifa'i, S.E.M.Si
NIP. 196808072000031001

MOTTO

وَنَزْنُوهُمْ أَوْ كَالْوَهْمِ وَإِذَا يَسْتَوْفُونَ النَّاسَ عَلَى أَكْتَالٍ إِذَا الَّذِينَ لِلْمُطَفِّينَ وَيَلُّ

خُسْرٍ

Artinya : 1. Celakalah bagi orang-orang yang curang(dalam menakar dan menimbang). 2 (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan 3. Dan apabila mereka menakar atau menimbang(untuk orang lain), mereka mengurangi (Surat Almutaffin Ayat 1-3)¹

IAIN JEMBER

¹ Al Qur'an Surat Almutaffin Ayat 1-3

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah *wasyukurillah wa ala nikmatillah*, segala puji bagi Allah SWT, shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, saya persembahkan karya tulis ini kepada:

1. Kedua orangtuaku (Bapak Hamsin dan Ibu Rumamnah) yang senantiasa memberikan dukungan penuh, dukungan berupa doa dan motivasi maupun dukungan materil untuk terus melanjutkan pendidikan dan menggapai impian.
2. Sahabat-sahabatku yang telah menemani dan juga memberi semangat.
3. Keluarga besar tercinta yang selalu memberikan semangat, motivasi dan dukungan agar tidak pantang menyerah dalam segala hal.
4. Segenap guru dan dosen, semoga ilmu yang diberikan bermanfaat dan barokah, aamiin.
5. Seluruh teman-teman jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2017, terkhusus kelas ES1 yang telah sama-sama saling menguatkan untuk tetap berjuang menyelesaikan pendidikan ini.
6. Almamaterku, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, dan seluruh dosen IAIN Jember khususnya dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan ilmunya kepada penulis.
7. Teman-teman dan sahabat-ES1 serta angkatan 2017 Ekonomi Syariah yang menjadi teman seperjuangan dan saling berbagi ilmu.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji hanya milik Allah SWT, yang telah memberikan peneliti banyak kenikmatan, baik nikmat Iman, Islam dan kesehatan sehingga peneliti mampu menyelesaikan penulisan proposal dengan lancar tanpa hambatan suatu apapun. Sholawat beserta salam senantiasa tersanjungkan kepada beliau baginda Nabi Muhammad SAW, seorang Nabi yang patut diteladani baik perkataan maupun perbuatan beliau, dan mudah-mudahan kelak kita akan mendapatkan syafa'at beliau di yaumul akhir. Amin.

Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Didalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Ibu Nikmatul Masruroh, S.H.I.M.E.I selaku Kaprodi Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak Daru Anondo SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi

5. Ibu Dr Nurul Widyawati IR., M.Si selaku DPA (Dosen Penasehat Akademik) Saya
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya yang telah memberikan ilmu kepada penulis sehingga dapat mengetahui apa yang tidak diketahui sebelumnya.
7. Segenap informan yang telah berkenan memberikan informasi yang dibutuhkan, sehingga membantu proses penyelesaian penelitian.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa di dunia ini tidak ada yang sempurna begitu juga dalam penulisan skripsi ini, yang tidak lupa dari kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menambah wawasan bagi penulis dan pembaca sekalian.

Jember, 12 Januari 2021

Penulis

Wildatus Soleha
NIM. E20172032

ABSTRAK

Wildatus Soleha, Daru Anondo SE., M.Si. :*Analisis Persaingan Penjualan Beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember*

Persaingan perdagangan pada saat ini dilakukan dengan persaingan yang ketat karena relatif banyak barang yang sejenis yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Hal tersebut seperti yang telah dilakukan oleh pemilik toko beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember. Mereka selalu meningkatkan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai agar dapat menghadapi situasi persaingan yang ada seperti penetapan harga yang menarik dan membuatnya terjangkau oleh konsumen serta memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti memfokuskan penelitian dengan lingkup yaitu : 1. Bagaimana struktur pasar pada penjualan beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember?, 2. Bagaimana model persaingan penjualan beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember?, 3. Bagaimana implikasi model persaingan penjualan beras pada harga beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember?.

Sesuai fokus penelitian, ada beberapa tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini. Tujuan tersebut antara lain untuk mengetahui struktur pasar di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember, untuk mengetahui model persaingan penjualan beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember dan untuk mengetahui implikasi model persaingan penjualan beras pada harga beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember.

Peneliti ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dalam menentukan informan peneliti menggunakan teknik *purposive* yaitu pertimbangan memilih informan yang dianggap mengetahui informasi terkait permasalahan yang akan diteliti. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil peneliti ini adalah: 1. Peneliti ini termasuk penelitian monopolistik karena penjual hanya menjual beras saja dan mengelola sendiri toko yang dimiliki, 2. Mereka selalu mengutamakan harga sesuai dan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, 3. Dalam implikasi model persaingan harga merupakan salah satu dampak dari adanya persaingan yang dilakukan.

Kata Kunci: Persaingan, Penjualan, dan Beras

ABSTRACT

Wildatus Soleha, Daru Anondo SE., M.Si. : Analysis of rice sales competition in Sukowono District Jember Regency

Trade competition at this time is carried out with intense competition because relatively many similar goods are offered to meet the needs of the community. This has been done by the owner of rice shop in Sukowono District Jember Regency. They always improve the right and appropriate marketing strategies in order to face existing competitive situations such as setting attractive prices and making them affordable to consumers and providing good service to consumers.

Based on the above background, the researchers focused their research on the following scopes : 1. What is the market structure of rice sales in Sukowono District Jember Regency? 2. How is the rice sales competition model in Sukowono District Jember Regency? 3. What are the implications of the rice sales competition model on the price of rice in Sukowono District Jember Regency?

According to the focus of the research there are several objectives to be achieved from this research. These objectives among others are to determine the market structure in Sukowono District Jember Regency, to find out the competition model for rice sales in Sukowono District Jember Regency and to find out the implications of the rice sales competition model on rice prices in Sukowono District Jember Regency.

This study uses a qualitative research approach with descriptive research type. In determining informants the researcher uses purposive technique namely the consideration of selecting informant who are considered to know information related to the problem to be studied. While the data collection techniques used observation, interviews, and documentation.

The results of this study are: 1. This research is a monopolistic research because the seller only sells rice and processes his own shop, 2. They always prioritize appropriate prices and provide good service to consumers, 3. In implications the price competition model is wrong one impact from the competition carried out.

Keywords: competition, Sales, and Rice

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LatarBelakang.....	1
B. FokusPenelitian	6
C. TujuanPenelitian.....	7
D. ManfaatPenelitian.....	7
E. DefinisiIstilah	8
F. Sistematika Pembahasan	10
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	12
A. Penelitian Terdahulu.....	12
B. Kajian Teori.....	25

1. Persaingan.....	26
2. Penjualan.....	28
3. Beras	35
4. Pasar.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Pendekatan DanJenis Penelitian.....	49
B. LokasiPenelitian.....	49
C. SubyekPenelitian.....	50
D. Teknik Pengumpulan Data.....	51
E. TeknikAnalisis Data.....	53
F. KeabsahanData.....	55
G. Tahap-tahapPenelitian.....	56
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....	58
A. Gambaran Obyek Penelitian	58
B. Penyajian Data dan Analisis	62
C. Pembahasan Temuan	70
BAB V PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan	75

B. Saran76

DAFTAR PUSTAKA.....73



LAMPIRAN- LAMPIRAN

1. Pernyataan Keaslian Tulisan
2. Matrik Penelitian
3. Pedoman Wawancara
4. Surat Izin Penelitian
5. Surat Keterangan Selesai Penelitian
6. Jurnal Kegiatan Penelitian
7. Dokumentasi Penelitian
8. Biodata Penulis



DAFTAR TABEL

2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	23
4.1 Data Informan Pedagang Beras.....	59
4.2 Data Jumlah Karyawan dari Masing-masing Toko.....	61



DAFTAR GAMBAR

2.1 Keseimbangan Pasar	40
------------------------------	----



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan berasal dari bahasa Inggris, yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, atau kompetisi. Persaingan merupakan organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringatan survei atau sumber daya yang dilakukan.²

Persaingan perdagangan pada saat ini dilakukan dengan persaingan yang ketat karena relatif banyak barang yang sejenis yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Hal tersebut yang menjadikan produsen untuk dapat meningkatkan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai agar ia dapat menghadapi situasi persaingan tersebut. Selain promosi yang gencar, yang penting juga adalah penetapan harga yang menarik dan membuatnya terjangkau oleh konsumen.³

Harga merupakan sesuatu yang sangat penting dalam strategi pemasaran dan harus senantiasa dilihat dalam hubungannya dengan strategi pemasaran. Harga merupakan satu-satunya unsur yang dapat memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan ukuran termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak milik atas pelanggan suatu barang dan

² Saban Echdar dan Maryadi, *Etika Bisnis dan kewirausahaan*, (yogyakarta : Deepublish, 2019), 63.

³ Bilsom Sinomora, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), 38.

jasa.⁴ Zaman sekarang ini persaingan sangat ketat, sehingga produsen harus bisa mengatur harga agar barang yang dijual laris dan disukai oleh masyarakat sekitar, karena jika barang terlalu mahal terkadang masyarakat enggan untuk membelinya.

Penetapan harga produk merupakan penetapan perbedaan harga antara berbagai produk, produk berdasarkan pada perbedaan biaya antara produk penilaian pelanggan atas sifat-sifat yang berbeda dan harga pesaing.⁵ Hal ini dikarenakan agar penjual dan pembeli sama-sama mendapat keuntungan. Produsen bisa mendapatkan upah dari barang yang dijualnya, sedangkan pembeli juga mendapatkan keuntungan dari barang yang dibelinya dengan harga yang sesuai dengan uang yang ia keluarkan. Hubungan yang harmonis ini diharapkan konsumen dapat berbelanja lagi di toko tersebut. Namun permasalahannya adalah persaingan harga yang ditawarkan oleh masing-masing toko. Setiap toko saling berupaya untuk mendapatkan pelanggan agar mereka tetap membeli di toko tersebut. Salah satunya adalah penawaran harga yang berbeda dengan toko lainnya, walaupun barangnya sama.

Perdagangan merupakan proses tukar menukar barang yang didasarkan atas kehendak suka rela dari masing-masing pihak. Orang yang pekerjaannya memperjual belikan barang atas prakarsa dan resiko di namakan pedagang. Dalam perdagangan, masing-masing pihak harus mempunyai kebebasan untuk menentukan untung rugi dari proses pertukaran tersebut, dan

⁴ Dhian Tyas Untari, *Manajemen Pemasaran*, (Purwokerto:CV Persada Redaksi, 2019), 26.

⁵ Ibid, 26.

dari sudut kepentingan masing-masing, serta keinginan mereka ingin melakukan pertukaran atau tidak. Disini didasarkan atas sukarela, karena perdagangan hanya akan terjadi apabila ada satu pihak yang memperoleh keuntungan atau manfaat dan tidak ada pihak lain yang merasa di rugikan. Jadi, dengan adanya pertukaran dari kedua belah pihak, maka keduanya dapat menentukan keuntungan tambahan yang dapat diperoleh dari pertukaran tersebut. perdagangan terbagi menjadi dua, yaitu perdagangan barang perdagangan atas setiap benda, baik terwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, dan dapat diperdagangkan, dipakai, digunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha, dan perdagangan jasa perdagangan atas setiap layanan dan pekerjaan atau hasil kerja yang dicapai, yang diperdagangkan oleh satu pihak ke pihak lain dalam masyarakat untuk digunakan oleh konsumen atau pelaku usaha.⁶

Dalam perdagangan, seseorang harus mempunyai keahlian dalam kegiatan berdagang tersebut. Hal ini sangat dibutuhkan untuk kelangsungan proses perdagangan. Produsen harus pandai mengelola pengeluaran dan pendapatan, agar dia mendapatkan keuntungan dari barang yang dijualnya, namun konsumen tetap akan membeli kepadanya. Adanya orang-orang yang mempunyai bakat istimewa dalam berjualan atau berdagang dapat menjadikan ia lebih sukses. Kemudian muncul pendapat yang mengatakan bahwa seorang penjual yang berhasil, dikarenakan ia telah dikaruniai bakat

⁶ Andika Wijaya dan Wida Peace Ananta, *Hukum Bisnis Properti di Indonesia*, (Jakarta: PT Grasindo, 2017), 24.

istimewa sejak ssalahir yang menjadikan ia dapat menjadi pedagang yang sukses. Tetapi walaupun ada pendapat tersebut, perlu di ketahui bahwa keberhasilan seseorang tidak hanya di tentukan oleh bakat saja, tetapi juga oleh segala daya upayanya yang mendorong ke arah keberhasilan.

Penjualan merupakan salah satu kegiatan membeli sesuatu (barang atau jasa) dari suatu pihak kepada pihak lainnya dengan mendapatkan ganti uang dari pihak tersebut, penjualan juga merupakan suatu sumber pendapatan pedagang, semakin besar penjualan maka semakin besar pula pendapatan yang diperoleh pedagang.⁷ Dalam melakukan penjualan, penjualan dituntut untuk memiliki bakat seni serta keahlian untuk mempengaruhi orang lain. Bakat inilah yang sering tidak dimiliki oleh setiap orang. Tidaklah mudah untuk mengarahkan kemauan calon pembeli dengan cara mengemukakan berbagai alasan serta pendapatannya.⁸

Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak atau transaksi. Oleh karena itu, kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan pembelian, terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan, menemukan si pembeli, negosiasi harga, dan syarat-syarat pembayaran. Dalam hal ini penjualan ini,

⁷ Basu Swastha Dan Irawan, *Management Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 1997), 61.

⁸ Basu Swastha, *Managemen Penjualan Edisi 3*, (Yogyakarta: BPFE, 1989), 9.

seperti penjual harus menentukan kebijaksanaan dan prosedur yang akan diikuti memungkinkan dilaksanakannya rencana penjualan yang ditetapkan.⁹

Dalam kegiatan penjualan, Permintaan dan penawaran akan suatu barang atau produk tidak terlepas dari hubungan antara konsumen dan produsen. jika dalam suatu pasar harga penjualan meningkat maka produsen akan banyak menawarkan hasil produk atau jasanya, sebaliknya jika harga suatu barang menurun maka produsen akan mengurangi menawarkan hasil produknya. Berbeda dengan permintaan, jika harga naik maka permintaan akan suatu barang atau produk akan menurun sebaliknya jika harga turun maka permintaan akan barang atau produk akan meningkat.¹⁰

Berdasarkan hasil di awal penelitian, menurut pemilik toko Barokah harga beras sering naik turun. Kadang harga beras Rp 9000, lalu naik menjadi Rp 10.500 kemudian turun lagi menjadi Rp 9500. Apalagi saat ini banyak petani yang tidak menanam padi lagi. Mereka sudah banyak menanam tembakau, cabai dan jagung yang disebabkan karena pergantian cuaca yang semakin berkurang. Hal ini memungkinkan harga jual beras dapat naik kembali. Selain harga yang naik turun hasil yang saya dapatkan adalah harga yang berbeda antara toko satu dengan toko lainnya. Ada toko yang menjual beras seharga Rp 10.000, ada yang Rp 10.500 ada yang Rp 11.000 pada beras yang sama.

Hal yang menarik dari penelitian ini selain harga yang naik turun juga karena beras merupakan bahan makanan yang sangat di butuhkan oleh

⁹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 23.

¹⁰ Ida Nuraini, *Pengantar Ekonomi Mikro*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2016), 12.

masyarakat, sehingga kebutuhan masyarakat terhadap beras tetap stabil, jika ada penurunan mungkin hanya beberapa persen saja dan penjual beras di Sukowono letaknya saling berdekatan antara toko satu dengan toko yang lain dan toko tersebut hanya menjual beras saja. Hal itulah yang membuat peneliti menarik tertarik untuk meneliti tentang persaingan beras di Kecamatan Sukowono.¹¹

Ada beberapa alasan yang membuat saya mengambil judul ini. Faktor tersebut antara lain harga beras yang naik turun dan harga yang berbeda-beda antar toko beras tersebut. Selain itu juga karena untuk mengetahui bagaimana persaingan yang dilakukan antar pedagang. Alasan itulah yang membuat saya mengambil judul **“ANALISIS PERSAINGAN PENJUALAN BERAS DI KECAMATAN SUKOWONO KABUPATEN JEMBER”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka fokus penelitian yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana struktur pasar pada penjualan beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember?
2. Bagaimana model persaingan penjualan beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember?
3. Bagaimana implikasi model persaingan penjualan beras pada harga beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember?

¹¹ Saiful Hadi, Amin, wawancara, Jember , 29 Maret 2021

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dalam peneliti ini adalah:

1. Untuk mengetahui struktur pasar di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember.
2. Untuk mengetahui model persaingan penjualan beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember.
3. Untuk mengetahui implikasi model persaingan penjualan beras pada harga beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat bersifat teoritis praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. Kegunaan penelitian harus realitas.¹² Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi beberapa pihak, antara lain sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Peneliti ingin agar hasil dari penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan pihak yang membutuhkan dalam mengangkat permasalahan yang sama, serta menambah keilmuan dalam aspek ekonomi syariah, khususnya yang berkenaan dengan persaingan penjualan beras di Kecamatan Sukowono.

¹² Tim penyusun, *pedoman penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Prees, 2017), 45.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Peneliti

Merupakan sarana dalam menerapkan dan mengembangkan ilmu yang telah dipelajari di bangku perkuliahan, khususnya memberikan tambahan ilmu terkait tema yang diteliti oleh peneliti.

b. Bagi Pemilik Toko

Selain itu penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi pemilik yang berguna untuk mengevaluasi kebijakan-kebijakan yang telah diterapkan, khususnya pada persaingan penjualan beras di Kecamatan Sukowono.

c. Bagi IAIN Jember

Dapat menambah kepustakaan dalam khazanah keilmuan yang ada di perpustakaan IAIN Jember sebagai bahan rujukan bagi pihak yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut tentang strategi persaingan yang lebih sempurna.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi pokok pembahasan dalam penelitian ini. Tujuannya agar tidak terjadi kesalah pahaman terhadap makna istilah yang dimaksud oleh peneliti.¹³

¹³ Tim penyusun, *pedoman penulisan Karya Ilmiah*, 45.

1. Persaingan

Persaingan dalam ilmu ekonomi adalah dapat diukur dengan pertandingan harga jual produk yang sama antar perusahaan yang bersaing. Suatu perusahaan dapat mempunyai daya saing tinggi bila harganya lebih rendah dari harga produk saingan dan sebaliknya.¹⁴ Jadi persaingan itu merupakan usaha seseorang yang berbeda untuk dapat melancarkan usahanya.

2. Penjualan

Penjualan menurut Philip Kotler adalah suatu kegiatan yang ditunjukkan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Sementara itu Zimmerer menyatakan penjualan sebagai sumber utama aliran kas yang masuk ke dalam perusahaan.¹⁵

3. Beras

Beras merupakan makanan pokok masyarakat Indonesia yang memiliki sejarah budaya seperti banyak ungkapan berkaitan dengan beras atau nasi.¹⁶ Jadi beras itu bahan makanan pokok manusia terutama di pulau Jawa.

¹⁴ Sjafrizal, *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Niaga Swadaya, 2008), 25.

¹⁵ Johnson Alvonco, *practical communication skill*, (Jakarta : PT Elex Media Kompotindo, 2014), 235.

¹⁶ Khudori, *Walau Merugi Petani Enggan Tinggalkan Padi*, (Harian Pikiran Rakyat: Bandung, 2003), 34.

4. Pasar

Pasar merupakan tempat yang menghubungkan antara produsen dengan konsumen, dan merupakan pertemuan antara penjual dan pembeli, dan juga antara dunia usaha dengan masyarakat. Pasar mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian modern karena dalam masyarakat modern harga-harga terbentuk di pasar, dan dengan bantuan mekanisme harga-harga di pasar itu pokok masalah ekonomi "what, how, dan for whom" dapat dipecahkan.¹⁷ Jadi pasar itu tempat untuk bertemunya antara penjual dan pembeli.

Jadi analisis persaingan penjualan beras adalah peneliti memecahkan masalah dan solusi terkait usaha seseorang untuk melancarkan penjualannya di toko, dimana dalam hal ini peneliti meneliti terkait persaingan penjualan beras di kecamatan Sukowono Kabupaten Jember.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan proposal yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif, bukan seperti daftar isi.¹⁸ Untuk itu lebih mudahnya di bawah ini akan dikemukakan gambaran secara umum pembahasan proposal ini.

¹⁷ T. Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*, (yogyakarta: Kanisius, 2004),109.

¹⁸ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 48.

Bab I : Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, fokus peneliti, tujuan peneliti dan manfaat peneliti, definisi istilah, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II : Kajian kepustakaan, dalam bab ini terdiri dari penelitian terdahulu dan kajian teori.

Bab III: Metode penelitian, bab ini membahas tentang pendekatan dan jenis penelitian yang dilakukan, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian yang akan dilakukan.

Bab IV: Berupa penyajian dan analisis data, bab ini berisikan gambar objek penelitian, penyajian data dan pembahasan temuan (analisis data).

Bab V : Penutup yang berisi kesimpulan dan saran. Pada bab ini berfungsi untuk memperoleh gambaran dari hasil penelitian. Dan memberi gambaran tentang penelitian yang diteliti dan memberikan saran-saran kontruksi yang terkait dengan penelitian ini.

IAIN JEMBER

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertasi). Dengan melakukan langkah ini, maka penelitian yang hendak dilakukan akan tersusun dengan baik. Hal ini untuk menghindari terjadinya duplikasi terhadap penelitian ini, maka penulis melakukan pengkajian terhadap karya-karya yang telah ada. Penelitian yang berkaitan dengan persaingan penjualan beras memang bukan yang pertama kali.¹⁹

Sebelumnya sudah ada penelitian yang berkaitan dengan hal tersebut, diantara penelitian yang sudah pernah dilakukan adalah :

1. Peneliti dari Dwi Laras Adhiningsih, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta tahun 2018 yang berjudul “*Analisis Pembentukan Harga Beras Pada Saluran Distribusi Beras*”.²⁰

Pendekatan yang digunakan dalam peneliti ini adalah pendekatan kualitatif, jenis penelitian ini adalah deskriptif. Teknik pengumpulan data berupa wawancara. Metode pengambilan menggunakan metode analisis struktur (*structure*), perilaku (*conduct*) dan kinerja (*performance*). Hasil dari peneliti ini adalah beras

¹⁹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 45.

²⁰ Dwi Laras Adhiningsih, “*Analisis Pembentukan Harga Beras Pada Saluran Distribusi Beras*”, (Skripsi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018). xvii

merupakan komoditas yang cukup besar dalam perekonomian indonesia.

Penelitian ini mempunyai perbedaan dengan penelitian saya. Perbedaan pada peneliti ini terletak pada fokus penelitian, yang mana pada penelitian ini lebih fokus pada bagaimana menetapkan harga beras, sedangkan pada penelitian saya, lebih fokus pada persaingan penjualan beras.

Persamaanya yaitu sama-sama mengkaji tentang harga beras, dan keduanya menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, pengumpulan data berasal dari observasi, wawancara dan dokumentasi.

2. Peneliti dari Ridho Prayogo, Universitas Sriwijaya tahun 2018 yang berjudul “ *Analisis Persediaan Beras Tingkat Pedagang di Pasar Inpres Kota Lubuklinggu*”.²¹

Pendekatan yang digunakan dalam peneliti ini adalah penelitian kualitatif, jenis penelitian ini adalah deskriptif. Teknik pengumpulan data berupa wawancara. Metode pengambilan menggunakan *random sampling*.

Hasil dari peneliti ini adalah menunjukkan bahwa sumber pasokan beras lebih banyak berasal dari distributor di luar kota Lubuklinggau dengan rata-rata jumlah pasokan beras sebesar 446, 119 kg/bulan sedangkan pasokan beras dari luar daerah Lubuklinggau

²¹ Ridho Prayogo, “ *Analisis Persediaan Beras Tingkat Pedagang di Pasar Inpres Kota Lubuklinggu*”, (Skripsi, Universitas Sriwijaya, Sumatera Selatan, 2018). ii

mencapai 39,036 kg/bulan, jenis beras berkualitas yang paling banyak beredar selama tahun 2017 adalah beras kualitas premium dengan jumlah beras 1,357,955 kg dan kualitas sedang hingga 74,890 kg/bulan, persiapan rata-rata pasokan beras adalah sebesar 1,557,495 kg/bulan. Faktor yang berpengaruh signifikan terhadap banyaknya penjualan beras adalah kualitas beras. Faktor yang berpengaruh nyata terhadap pasokan beras adalah harga jual beras, dan rotasi atau penjualan beras dari distributor ke pedagang pasar kemudian dijual ke pengecer dan konsumen rata-rata tingkat keuntungan adalah sebesar Rp 18.006.285 perbulan.

Perbedaan pada peneliti ini terletak pada fokus penelitian, yang mana peneliti ini lebih fokus kepada tingkat keuntungan yang diperoleh oleh pedagang beras sedangkan pada penelitian ini, peneliti lebih fokus pada persaingan penjualan beras.

Persamaanya yaitu sama-sama mengkaji tentang beras, dan keduanya menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, pengumpulan data berasal dari observasi, wawancara dan dokumentasi.

3. Peneliti dari Rifqi Naila Baroroh, Universitas Jember tahun 2019 yang berjudul "*Pengendalian Kualitas Proses Produksi Beras Pada UD Sumber Rezeki Sejati Jember*".²²

²² Rifqi Naila Baroroh, "Pengendalian Kualitas Proses Produksi Beras Pada UD Sumber Rezeki Sejati Jember", (skripsi, Universitas Jember, 2019). ix

Pendekatan yang digunakan dalam peneliti ini adalah pendekatan kualitatif, jenis penelitian ini adalah deskriptif. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode pengambilan menggunakan data sekunder.

Hasil dari peneliti ini adalah menunjukkan bahwa kegiatan pengendalian yang dilakukan berdasarkan tranformasi produksi. Perusahaan sebelumnya sudah menetapkan standar produk yang dihasilkan dan pada faktor lain yang ada dalam produksi. Hal tersebut sangat berhubungan dengan kualitas hasil produksi yang nantinya mengarah pada peningkatan kualitas dan hasil produksi perusahaan itu sendiri. Pengendalian yang dilakukan oleh UD Sumber Rejeki sejatinya dimulai dari tahap input, tahap proses, dan tahap output serta tahap *feedback*. Perusahaan sudah bisa meminimalkan penyimpangan dalam proses produksi dan produksi beras yang dilakukan masih stabil dan terus menerus, meskipun standar operasional prosedur perusahaan bukan dalam bentuk tulisan dan tidak semua tenaga kerja mengetahui hal tersebut.

Perbedaan pada peneliti terletak pada pada fokus penelitian, yang mana peneliti ini lebih fokus kepada bagaimana pengendalian kualitas proses produksi beras dalam upaya menjaga kualitas pada UD Sumber Rejeki Sejati sedangkan pada penelitian yang akan peneliti lakukan lebih fokus kepada persaingan penjualan beras.

Persamaanya yaitu sama-sama mengkaji tentang beras, dan keduanya menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, pengumpulan data berasal dari observasi, wawancara dan dokumentasi.

4. Peneliti dari Rahmat Wahyu Dwicahyo, Universitas Bandar Lampung tahun 2019 yang berjudul "Analisis Supply Chain Management Produk Beras Analog di Provinsi Lampung."²³

Pendekatan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode pengambilan primer dan sekunder.

Hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut yaitu anggota rantai pasokan beras analog terdiri dari anggota primer (produsen dan pengecer) dan anggota sekunder (pemasok bahan baku). Aliran rantai pasok dimulai dari produsen, pedagang pengecer dan yang terakhir ke konsumen. Besaran margin yang didapat oleh pelaku di sepanjang rantai nilai beras analog relatif berimbang.

Perbedaan pada peneliti terletak pada fokus penelitian, yang mana peneliti ini lebih fokus kepada mengidentifikasi rantai pasok pada produk beras analog sedangkan pada peneliti yang akan peneliti lakukan lebih fokus dengan persaingan penjualan.

²³ Rahmat Wahyu Dwicahyo, "Analisis Supply Chain Management Produk Beras Analog di Provinsi Lampung", (Skripsi, Universitas Bandar Lampung, Lampung, 2019).iv

Persamaanya yaitu sama-sama mengkaji tentang beras, dan keduanya menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, pengumpulan data berasal dari observasi, wawancara dan dokumentasi.

5. Peneliti dari Khodijah Nur Hanifa, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta pada tahun 2019 yang berjudul “ *Strategi Pengembangan Usaha Bisnis Beras Murni organik*”.²⁴

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dan jenis penelitiannya adalah deskriptif. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, angket dan dokumentasi. Metode pengambilan *purposive sampling*.

Hasil dari penelitiannya yaitu menyediakan beras organik dengan strategi kepemimpinan biaya, memenuhi persyaratan administrasi, melakukan ekspansi pasar, membangun fasilitas setelah panen dan menambah peralatan yang menunjang proses produksi, menambah modal, meningkatkan kerjasama dengan gabungan kelompok tani pemasok beras, memperbaiki sistem informasi akuntansi, menambah jumlah karyawan dan melakukan pengembangan produk. Sembilan alternatif strategi tersebut dituangkan pada rancangan kanvas arsitektur strategi dalam bentuk program kegiatan yang akan dilakukan dari tahun 2019-2027.

Perbedaan pada peneliti ini terletak pada fokus penelitian, yang mana peneliti ini lebih fokus kepada strategi pengembangan usaha pada

²⁴ Kodijah Nur Halifa “ Strategi Pengembangan Usaha Bisnis Beras Murni Organik”, (Skripsi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2019).xix

bisnis tersebut beras bagi murni organik sedangkan pada penelitian ini, peneliti lebih fokus pada persaingan penjualan beras.

Persamaanya yaitu sama-sama mengkaji tentang beras, dan keduanya menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, pengumpulan data berasal dari observasi, wawancara dan dokumentasi

6. Penelitian dari Ainun Sopya, Universitas Islam Negeri Mataram pada tahun 2018 yang berjudul ”*Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Produk Beras Kita Perspektif Ekonomi Islam.*”²⁵

Pendekatan pada peneliti ini adalah pendekatan kualitatif, dan jenis penelitian ini adalah deskriptif. Teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitiannya ditinjau dari analisis perspektif ekonomi Islam, bulog sudah menerapkan strategi bauran pemasaran sesuai dengan prespektif ekonomi Islam dari ketujuh unsur bauran pemasaran. Kecuali pada salah satu unsur yakni *people* yang masih melakukan tindakan keteledoran dalam kemasan produk pemasaran. Sehingga ketika ditinjau dari perspektif ekonomi Islam belum atau tidak sesuai dengan prinsip-prinsip pemasaran syariah.

Perbedaan pada penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang mana peneliti ini lebih fokus kepada bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran produk beras dengan perspektif ekonomi Islam

²⁵ Ainun Sopiya, “ Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Produk Beras Kita Perspektif Ekonomi Islam”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri, Mataram, 2018).xii

sedangkan pada peneliti ini lebih fokus pada persaingan penjualan beras.

Persamaanya yaitu sama-sama mengkaji tentang beras, dan keduanya menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, pengumpulan data berasal dari observasi, wawancara dan dokumentasi.

7. Peneliti dari Babul Zannah, Universitas Jember pada tahun 2019 yang berjudul “ *Analisis Pendapatan Produk Sampingan Beras Organik (Studi Kasus di PT Sirtanio Organik Indonesia Kabupaten Banyuwangi)*.”²⁶

Pendekatan yang digunakan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, jenis penelitian ini adalah deskriptif. Teknik pengumpulan data antara lain dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode pengambilan *purposive sampling*

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah pendapatan produk sampingan sereal beras merah organik tahun 2017 pada PT Sirtanio Organik Indonesia sebesar Rp 13.264.400. hal ini menunjukkan bahwa penerimaan (TR) lebih besar dari pada total biaya (TC) sehingga produk sereal beras merah organik menguntungkan, produk sampingan sereal beras merah organik PT Sirtanio Organik Indonesia memiliki nilai efisiensi sebesar 2,35 dan strategi pengembangan produk sampingan sereal beras merah organik PT Sirtanio Organik Indonesia menggunakan strategi S-O (*strength dan opportunity*)

²⁶ Babul Zannah, “ Analisis Pendapatan Produk Sampingan Beras Organik” , (Skripsi, Universitas Jember, Jember, 2019). vii

Perbedaan pada penelitian ini terletak pada fokus penelitian, yang mana pada penelitian ini lebih fokus kepada pendapatan produk sampingan beras organik sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti lebih fokus pada persaingan penjualan beras.

Persamaanya yaitu sama-sama mengkaji tentang beras, dan keduanya menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, pengumpulan data berasal dari observasi, wawancara dan dokumentasi.

8. Peneliti dari Lukman, Universitas Muhammadiyah Makassar pada tahun 2020 yang berjudul “ *Pelaksanaan Al-Bay Beras di Desa Lembang Lohe Kecamatan Tellulimpoe Kabupaten Sinjai Menurut Hukum Islam.*²⁷

Pendekatan yang digunakan peneliti ini adalah kualitatif, jenis peneliti ini adalah deskriptif. Teknik pengumpulan data adalah wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian yang telah dilakukan adalah pelaksanaan Al-Bay Beras di Desa Lembang Lohe dalam bisnis pertanian telah menerapkan konsep etika bisnis Islam yang berdasarkan sifat Nabi Muhammad SAW yaitu Shiddiq, Amanah, Fathanah dan Tabligh.

Perbedaan pada peneliti ini terletak pada fokus penelitian yang mana peneliti ini lebih fokus kepada bagaimana pelaksanaan Al-Bay

²⁷ Lukman, "Pelaksanaan Al-Bay Beras di Desa Lembang Lohe Kecamatan Tellulimpoe Kabupaten Sinjai Menurut Hukum Islam, (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar, 2020). xi

beras sedangkan pada penelitian yang akan peneliti lakukan lebih fokus pada persaingan penjualan beras.

Persamaanya yaitu sama-sama mengkaji tentang beras, dan keduanya menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, pengumpulan data berasal dari observasi, wawancara dan dokumentasi.

9. Peneliti dari Rismalia Ritonga, Insitut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan pada tahun 2019 yang berjudul “*Harga Jual Beli Beras Bersubsidi di Desa Aek Goti Kecamatan Silangkiting Kabupaten Batu Selatan Ditinjau Dari Hukum Islam*.”²⁸

Pendekatan yang digunakan kualitatif, jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode pengambilan primer dan sekunder.

Penelitian ini menciptakan hasil yaitu harga beras bersubsidi bagi masyarakat miskin di desa Aek Goti berbeda dengan pedoman umum raskin, tujuan, sasaran dan manfaat beras bersubsidi yang mana harga beras bersubsidi di desa ini lebih tinggi harga yang sudah ditetapkan oleh pemerintah. Oleh karena itu dengan sistem harga dan timbangan yang sudah tidak lagi seperti peraturan pemerintah maka hak yang didapatkan oleh masyarakat miskin pun berkurang hal semacam ini sangat dilarang atau jual beli seperti ini tidak lah sah menurut Islam.

²⁸ Rismalia Ritonga, “*Harga Jual Beli Beras Bersubsidi di Desa Aek Goti Kecamatan Silangkintang Kabupaten Labuhan Batu Selatan Ditinjau Dari Hukum Islam*” , (Skripsi Insitut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, Batu Selatan, 2019). xvi

Perbedaan pada peneliti ini terletak pada fokus penelitian, yang mana peneliti ini lebih fokus kepada bagaimana proses harga jual beli beras bersubsidi dibagi masyarakat berpendapatan rendah sedangkan pada penelitian yang akan peneliti lakukan lebih fokus pada persaingan penjualan beras.

Persamaanya yaitu sama-sama mengkaji tentang beras, dan keduanya menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, pengumpulan data berasal dari observasi, wawancara dan dokumentasi.

10. Peneliti dari, Yoga Pratama, Universitas Lampung pada tahun 2019 yang berjudul “*Analisis Kebijakan Impor Beras Terhadap Kondisi Panen Petani Di Kabupaten Lampung Tengah.*”²⁹

Pendekatan yang digunakan kualitatif, jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa kebijakan impor beras dilakukan oleh kementerian perdagangan Republik Indonesia. Penyebab terjadinya impor beras dikarenakan stok beras tidak mencukupi sampai bulan Juli 2018 dan pemerintah pusat ingin menstabilkan harga beras yang ada di dalam negeri. Upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah saat ini dalam melindungi petani seperti membuat regulasi terhadap gabah yang dibuat dalam peraturan

²⁹ Yoga Pratama, “Analisis Kebijakan Impor Beras Terhadap Kondisi Panen Petani Di Kabupaten Lampung Tengah, (Skripsi Universitas Lampung, 2019). ii

daerah nomer 7 tahun 2017 pasal 5 nomor 2 menyatakan bahwa hasil pertanian berupa gabah dilarang untuk didistribusikan ke luar daerah.

Perbedaan pada peneliti ini terletak pada fokus penelitian, yang mana peneliti ini fokus kepada kebijakan impor beras pada saat petani memasuki masa panen sedangkan pada penelitian yang akan peneliti lakukan lebih fokus pada persaingan penjualan beras.

Persamaanya yaitu sama-sama mengkaji tentang beras, dan keduanya menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, pengumpulan data berasal dari observasi, wawancara dan dokumentasi.

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Lukman (2020)	<i>Pelaksanaan Al-Bay Beras di Desa Lembang Lohe Kecamatan Tellulimpoe Kabupaten Sinjai Menurut Hukum Islam</i>	Sama-sama mengkaji tentang beras	Tahun Penelitian, Lokasi Penelitian, Fokus Penelitian, objek Penelitian, metode keabsahan data, dan hasil penelitian
2	Rifqi Naila Baroroh (2019)	<i>Pengendalian Kualitas Proses Produksi Beras pada UD Sumber Rezeki Sejati Jember</i>	Sama-sama mengkaji tentang beras	Tahun Penelitian, Lokasi Penelitian, Fokus Penelitian, objek Penelitian, metode keabsahan data, dan hasil penelitian
3	Rahmat Wahyu Dwicahyono (2019)	<i>Analisis Supply Chain Manajement Produk Beras Analog di Provinsi Lampung.</i>	Sama-sama mengkaji tentang beras	Tahun Penelitian, Lokasi Penelitian, Fokus Penelitian, objek Penelitian, metode keabsahan data, dan hasil

				penelitian
4	khodijah Nur Hanifa (2019)	<i>Strategi Pengembangan Usaha Bisnis Beras Murni organik</i>	Sama-sama mengkaji tentang beras	Tahun Penelitian, Lokasi Penelitian, Fokus Penelitian, objek Penelitian, metode keabsahan data, dan hasil penelitian
5	Rismalia Ritonga (2019)	<i>Harga Jual Beli Beras Bersubsidi di Desa Aek Goti Kecamatan Silangkiting Kabupaten Batu Selatan Ditinjau dari Hukum Islam</i>	Sama-sama mengkaji tentang beras	Tahun Penelitian, Lokasi Penelitian, Fokus Penelitian, objek Penelitian, metode keabsahan data, dan hasil penelitian
6	Babul Zannah (2019)	<i>Analisis Pendapatan Produk Sampingan Beras Organik (Studi Kasus di PT Sirtanio Organik Kabupaten Banyuwangi).</i>	Sama-sama mengkaji tentang beras	Tahun Penelitian, Lokasi Penelitian, Fokus Penelitian, objek Penelitian, metode keabsahan data, dan hasil penelitian
7	Yoga Pratama (2019)	<i>Analisis Kebijakan Impor Beras Terhadap Kondisi Panen Petani Di Kabupaten Lampung Tengah</i>	Sama-sama mengkaji tentang beras	Tahun Penelitian, Lokasi Penelitian, Fokus Penelitian, objek Penelitian, metode keabsahan data, dan hasil penelitian
8	Dwi Laras Adhining sih (2018)	<i>Analisis Pembentukan Harga Beras Pada Saluran Distribusi Beras</i>	Sama-sama mengkaji tentang beras	Tahun Penelitian, Lokasi Penelitian, Fokus Penelitian, objek Penelitian, metode keabsahan data, dan hasil penelitian
9	Ridho Prayogo (2018)	<i>Analisis Persediaan Beras Tingkat Pedagang di Pasar Inpres</i>	Sama-sama mengkaji tentang beras	Tahun Penelitian, Lokasi Penelitian, Fokus Penelitian, objek

		<i>Kota Lubuklinggu</i>		Penelitian, metode keabsahan data, dan hasil penelitian
10	Ainun Sopya (2018)	<i>Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Produk Beras Kita Perspektif Ekonomi Islam</i>	Sama-sama mengkaji tentang beras	Tahun Penelitian, Lokasi Penelitian, Fokus Penelitian, objek Penelitian, metode keabsahan data, dan hasil penelitian
11	Wildatus Soleha (2021)	<i>Analisis Persaingan Penjualan Beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember</i>	Sama-sama mengkaji tentang beras	Hasil penelitian yaitu persaingan penjualan beras di toko Kecamatan Sukowono sudah mampu bersaing dengan baik.

Sumber: Penelitian Terdahulu

Originalitas penelitian diatas, menunjukkan bahwa adanya keunikan yang berbeda antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti saat ini. Dari adanya keunikan inilah yang membuktikan bahwa tidak ada sesuatu yang menjiplak atau plagiat.

Dari semua pemaparan di atas, maka keunikan pokok penelitian ini dengan penelitian lainnya adalah objeknya yang berbeda dan di tempat yang berbeda Itulah keunikan pokok dari penelitian ini dengan penelitian lainnya.

B. Kajian Teori

Kajian teori adalah, teori-teori yang relevan yang dapat digunakan untuk menjelaskan tentang variabel yang akan diteliti. Teori-teori yang digunakan bukan sekedar pendapat dari pengarang, pendapat penguasa, tetapi

teori yang betul-betul telah teruji kebenarannya.³⁰ Adapun teori yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Persaingan

a. Pengertian persaingan

Persaingan dalam ilmu ekonomi adalah dapat diukur dengan pertandingan harga jual produk yang sama antar perusahaan yang bersaing. Suatu perusahaan dapat mempunyai daya saing tinggi bila harganya lebih rendah dari harga produk saingan dan sebaliknya.³¹

Konsep persaingan bisnis berbasis Al-Qur'an adalah sebuah konsep persaingan yang menganjurkan para pebisnis untuk bersaing secara positif dengan memberikan kontribusi yang baik dari bisnisnya bukan untuk menjatuhkan pebisnis lainnya dan menganjurkan pebisnis untuk tidak merugikan dan memudharatkan pebisnis lainnya.³² Selain itu, Al-Qur'an juga memberikan konsep untuk tidak melakukan persaingan dalam hal mendapatkan kekayaan sebanyak-banyaknya tanpa menghiraukan nilai-nilai Islami.³³ Berdasarkan ayat suci Al-Quran surat Al-baqarah ayat 148 yang menjelaskan terkait persaingan yaitu:

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيَهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ

اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿١٤٨﴾

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: ALFABETA, 2002), 305.

³¹ Sjafrizal, *Ekonomi Ragional Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Niaga Swadaya, 2008), 25.

³² Putri Wita Staefhani, *Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam* (Skripsi Iain Metro, 2019), 1.

³³ Ibid.1

Artinya :

“Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh, Allah Mahakuasa atas segala sesuatu.”³⁴

Dalam ayat ini menjelaskan bahwa kita harus berlomba-lomba dalam kebaikan. Kaitannya dengan teori yaitu bahwa dalam persaingan harus dilakukan secara positif dengan memberikan kontribusi yang baik dari bisnisnya bukan untuk menjatuhkan pebisnis lainnya.

b. Faktor pendorong dan penghambat persaingan

Dalam persaingan penjualan tentunya memiliki faktor pendorong dan penghambat dalam mencapai tujuan penjualan. Berikut faktor pendorong persaingan sebagai berikut:

- 1) Anggapan atau perasaan bahwa seseorang akan lebih beruntung jika dia tidak bekerja sama dengan orang lain.
- 2) Anggapan atau perasaan bahwa orang lain dapat memperkecil hasil suatu pekerjaan.
- 3) Adanya berbagai motivasi pribadi, seperti untuk mendapatkan status sosial yang lebih tinggi, untuk dihargai oleh orang lain, untuk mendapatkan kekuasaan dan untuk mendapatkan nama baik.

³⁴ Al Quran, Surat Al Baqarah, Ayat 148.

Adapun faktor penghambat persaingan:

- 1) Skala ekonomi yang akan memaksa usaha baru untuk menyesuaikan skala produksinya dengan perusahaan yang sudah ada.
- 2) Diferensiasi produksi yang akan memaksa pendatang baru untuk mengeluarkan biaya dan usaha yang besar untuk merebut para pelanggan yang loyal pada produk pemain utama
- 3) Kecukupan modal, Biaya peralihan atau biaya yang harus dikeluarkan pembeli bila berpindah pada produk pemasok yang lain yang membuat pesaing baru dituntut untuk dapat memberikan penawaran yang jauh lebih menarik terutama dalam soal harga.
- 4) Akses ke saluran distribusi dimana pendatang baru biasanya harus mengeluarkan biaya besar untuk membangun saluran distribusi sendiri
- 5) Ketidakunggulan biaya, dimana pendatang baru sulit meniru dan mengungguli secara cepat keunggulan biaya yang dimiliki perusahaan.³⁵

c. Dampak Persaingan

Persaingan terdiri dari persaingan sehat (*healthycompetition*) dan persaingan tidak sehat. Persaingan sehat yaitu persaingan antara perusahaan-perusahaan atau pelaku bisnis yang diyakini tidak akan menuruti atau melakukan tindakan yang tidak layak. Atau dengan

³⁵ Ismail Yusanto. *Manajemen Strategis Perspektif Syariah*. Jakarta: Khairul Bayaan. 2003. 22

kata lain persaingan jujur (*fair*), tidak akan merugikan pihak manapun. Persaingan ini merupakan pendorong untuk memajukan usaha bisnis. Sedangkan persaingan ini merupakan bentuk persaingan yang tidak sehat atau *fair* dimana terjadi perebutan pasar diantara beberapa pihak dengan melakukan usaha yang mengarah pada praktek menghalalkan segala cara (*machiavelistik*) untuk menjatuhkan lawan bisnis sehingga salah satu diantaranya tersingkir dari pasar. Berikut penjelasannya:

- 1) Apabila persaingan dilakukan secara jujur, seseorang dapat mengembangkan rasa sosial dalam dirinya. Tidak mungkin seseorang bersaing jika dia tidak mengenal lawannya dengan baik. Selain itu, persaingan juga dapat memperluas pandangan, pengertian serta pengetahuan dan juga perasaan tertarik seseorang.
- 2) Persaingan akan mendorong orang untuk bekerja keras supaya dapat memberikan keadilan bagi pembangunan masyarakat. Dengan ini individu akan mengalami kemajuan.
- 3) Selama persaingan dilakukan secara jujur, solidaritas kelompok tidak akan berantakan. Kelompok ini tidak ada perasaan iri terhadap orang yang memenangkan persaingan. Baik pihak yang menang maupun yang kalah dalam adanya persaingan ini tetap saling menghargai.

4) Persaingan juga dapat menyebabkan orang-orang yang kalah dalam persaingan dikesampingkan di dalam masyarakat, baik oleh dirinya sendiri maupun oleh masyarakat. Dampak seperti inilah harus dihindari.³⁶

2. Penjualan

a. Pengertian penjualan

Penjualan menurut Philip Kotler adalah suatu kegiatan yang ditunjukkan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Sementara itu Zimmerer menyatakan penjualan sebagai sumber utama aliran kas yang masuk ke dalam perusahaan.³⁷

b. Tujuan penjualan

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian. Adapun tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu :

- 1) Tujuan yang dirancang untuk meningkatkan volume penjualan total atau meningkatkan penjualan produk-produk yang lebih menguntungkan.³⁸

³⁶ Windasirumapea, "Persaingan Bisnis Sesuai Syariah", Artikel, 10 Oktober 2016.

³⁷ Johnson Alvonco, *practical communication skill*, 235.

³⁸ Fandy Tjiptono dkk, *Pemasaran startegi*, (Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta, 2008), 604.

- 2) Tujuan yang dirancang untuk mempertahankan posisi penjualan yang efektif melalui kunjungan penjualan reguler dalam rangka menyediakan informasi mengenai produk baru.
- 3) Menunjang pertumbuhan perusahaan tujuan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya. Penjualan tidak selalu berjalan mulus, keuntungan dan kerugian yang diperoleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh lingkungan pemasaran. Lingkungan ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan.

c. Jenis- jenis penjualan

- 1) *Trade selling* (jual beli) adalah jenis kegiatan penjualan yang dilaksanakan oleh pedagang kepada pembeli grosiran atau pedagang lain yang akan menjual kembali produk tersebut.
- 2) *Technical selling* (penjualan teknis) adalah jenis penjualan ini mencoba untuk melakukan pendekatan persuasif kepada konsumennya. Pedagang berusaha memberikan penjelasan atau tips-tips kepada pelanggan atau konsumen terkait dengan produk yang dijualnya. Pedagang memiliki pekerjaan dalam menganalisa kendala-kendala yang dihadapi konsumen kemudian menjelaskan tentang produk yang dijual akan mampu menjadi penyelesaian masalah dari kendala tersebut.

- 3) *Missionary selling* (penjualan missionaris) adalah usaha penjualan yang dilakukan oleh penjual untuk meningkatkan volume penjualannya. Pengertian volume penjualan adalah jumlah produk yang berhasil dijual oleh pedagang kepada pembeli. Cara meningkatkan volume penjualan pada *missionary selling* adalah dengan pedagang mempunyai saluran pemasaran tersendiri yang akan mendistribusikan produk miliknya kepada konsumen.
- 4) *New business* (bisnis baru) adalah aktivitas dalam menciptakan berbagai transaksi baru melalui merubah calon konsumen menjadi pelanggan setia.³⁹

Jadi penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang menentukan dalam usaha mencapai tujuan perusahaan.

d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan

Dalam praktek, kegiatan penjualan itu dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut:

1) Kondisi dan Kemampuan Penjual

Transaksi jual-beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat menyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang

³⁹ Aditya Halim Perdana Kusuma Putra, dkk, Manajemen Pemasaran, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), 104.

diharapkan. untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni:

2) Jenis dan karakteristik barang yang di tawarkan.

a) Harga produk.

Syarat penjualan seperti: pembayaran, pengantaran, pelayanan sesudah penjualan, garansi dan sebagainya.

b) Kondisi Pasar

Pasar, sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadisasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

- (1) Jenis pasarnya.
- (2) Kelompok pembeli atau segmen pasarnya.
- (3) Daya belinya.
- (4) Frekuensi pembelian.
- (5) Keinginan dan kebutuhan.
- (6) Modal

Akan lebih sulit bagi penjualan barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal penjual harus memperkenalkan dulu membawa barangnya ketempat pembeli.

Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti: alat transport, tempat peragaan baik didalam perusahaan maupun di luar perusahaan, usaha

promosi, dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjualan memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu. Seperti usaha promosi membutuhkan duta penjualan dimana duta penjualan bertugas untuk menjalin hubungan dengan pelanggan serta menimbulkan perasaan senang dalam diri pelanggan, karena dengan itu peluang untuk mencapai keberhasilan dalam menjual akan semakin meningkat.⁴⁰

a) Kondisi Organisasi Perusahaan.

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu/ahli di bidang penjualan.

b) Faktor lain

Faktor-faktor lain, seperti: periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relatif kecil, kegiatan ini lebih jarang dilakukan. Ada pengusaha yang berpegangan pada suatu prinsip bahwa “paling penting membuat barang yang baik”. Bilamana prinsip tersebut dilaksanakan, maka diharapkan pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama. Namun, sebelum pembelian dilakukan sering pembeli harus dirangsang daya tariknya, misalnya dengan memberikan

⁴⁰ Robin Lent dan Genevieve Tour, *Strategi Penjualan Eksklusif*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), 5.

bungkus yang menarik atau dengan cara promosi lainnya. Melaksanakannya, diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat.

3. Beras

a. Pengertian Beras

Beras merupakan makanan pokok masyarakat Indonesia yang memiliki sejarah budaya seperti banyak ungkapan berkaitan dengan beras atau nasi.⁴¹

b. Jenis-Jenis Beras

- 1) Beras putih adalah makanan yang paling umum dikonsumsi di negara-negara Asia, termasuk Indonesia. Selain itu, beras jenis ini lebih mudah untuk diolah, dan sehat untuk tubuh.
- 2) Beras merah adalah memiliki tekstur lebih keras jika dibandingkan dengan beras putih. Karena banyak yang tidak menyukai jenis beras merah ini, tetapi kalau dibuat diet beras ini lebih bagus karena mengandung kandungan serat yang cukup tinggi dan mudah bisa merasa lebih cepat kenyang.
- 3) Beras cokelat adalah beras yang memiliki bentuk dan warna yang hampir sama dengan beras merah. Serat yang terkandung dalam beras ini juga bisa membuat kenyang lebih lama. Dan selain itu beras cokelat juga rendah pati dan kalori, dan sangat tinggi akan

⁴¹ Khudori, Walau Merugi Petani Enggan Tinggalkan Padi, (Harian Pikiran Rakyat: Bandung, 2003), 34

serat larut. Dan kandungan minyak yang sehat dalam beras ini mampu mengurangi kolestrol jahat dalam tubuh kamu.

- 4) Beras hitam adalah beras yang berwarna hitam dan sangat sulit ditemukan, karena harganya yang cukup mahal. Beras hitam ini memiliki banyak sekali manfaatnya yaitu kandungan antioksidan yang tinggi mampu mencegah penyakit jantung dan melindungi tubuh dari beragam penyakit. Selain itu beras hitam juga mengandung banyak vitamin dan mineral. Beras ini sangat baik untuk detoksifikasi tubuh.⁴²

4. Pasar

a. Pengertian Pasar

Pasar adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli disebagai daerah, tempat, wilayah, area yang mengandung kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertentangan dan membentuk harga.⁴³

b. Fungsi Pasar

1) Fungsi Distribusi

Pasar berperan sebagai penghubung yang memberikan barang dan jasa dari produsen ke konsumen melalui transaksi jual beli. Pihak produsen menyalurkan hasil produksinya melalui seseorang atau para pedagang di pasar.

⁴² Anggota IKAPI, *Tip dan Trik Memilih Makanan Agar Jantung Sehat*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010), 41.

⁴³ M. Fuad, Dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), 120.

2) Fungsi Pembentukan Harga

Penjual yang melakukan penawaran barang dan pembeli yang melakukan permintaan dari barang yang dibutuhkannya, yang melakukan pertemuan melalui transaksi jual beli dengan kesepakatan harga terlebih dahulu, biasanya harga yang dikehendaki penjual lebih tinggi daripada yang diinginkan oleh pembeli, tetapi akhirnya harus ada harga yang disepakati bersama agar transaksi terjadi.

3) Fungsi Promosi

Pasar juga dapat digunakan untuk memperkenalkan produk baru dari produsen kepada calon konsumennya. Dengan berbagai media, pasar melakukan promosi agar calon konsumen tertarik dengan barang yang ditawarkannya.⁴⁴

c. Jenis-Jenis Pasar

1) Menurut Fisiknya

a) Pasar Konkret (pasar nyata) adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli melakukan transaksi secara langsung.

Barang yang diperjualbelikan juga tersedia di pasar. Contohnya seperti pasar sayuran, pasar buah-buahan dan pasar tradisional.

b) Pasar abstrak (pasar tidak nyata yaitu terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli hanya melalui telepon, internet,

⁴⁴ Mila Saraswati dan Ida Widianingsih, *Be Smart Ilmu Pengetahuan Sosial*, (Bandung: Grafindo Media Pratama, 2008), 87.

berdasarkan contoh barang). Contohnya seperti pemasaran via telepon(telemarket) dan pasar modal.

2) Menurut Waktunya

- a) Pasar harian adalah pasar yang melakukan aktifitasnya berlangsung setiap hari dan sebagian yang diperjualbelikan adalah barang kebutuhan sehari-hari.
- b) Pasar mingguan adalah pasar yang aktivitasnya berlangsung seminggu sekali. Biasanya terdapat di daerah yang belum padat penduduknya dan lokasi pemukiman masyarakat sekitar masih berjauhan.
- c) Pasar bulanan adalah pasar yang aktifitasnya berlangsung sebulan sekali. Biasanya barang yang ditawarkan adalah barang yang masih akan dijual kembali seperti agen atau grosir.
- d) Pasar tahunan adalah pasar yang aktivitasnya berlangsung setahun sekali misalnya Pasar Raya Jakarta, pasar raya jakarta ini pameran tahunan terbesar di Indonesia.

3) Menurut barang yang diperjualbelikan

- a) Pasar barang konsumsi adalah pasar yang memperjualbelikan barang-barang konsumsi saja yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam sehari-hari.

b) Pasar Sumber daya produksi adalah pasar yang memperjualbelikan faktor-faktor produksi, seperti tenaga kerja, tenaga ahli, mesin-mesin dan tanah.⁴⁵

d. Mekanisme pasar

Ibnu Taimiyah memiliki sebuah pemahaman yang jelas tentang bagaimana, dalam suatu pasar bebas, harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran. Beliau mengemukakan. Naik dan turunnya harga tidak selalu diakibatkan oleh perbuatan orang-orang tertentu. Terkadang hal tersebut disebabkan oleh kekurangan produksi atau penurunan impor barang-barang yang diminta. Oleh karena itu, apabila permintaan naik dan penawaran turun, harga-harga naik. Di sisi lain, apabila persediaan barang meningkat dan permintaan terhadapnya menurun, harga pun juga ikut turun. Kelangkaan atau kelimpahan ini bukan disebabkan oleh tindakan orang-orang tertentu. Hal ini dapat disebabkan oleh sesuatu yang tidak mengandung kezaliman. Itulah kemahakuasaan Allah yang telah menciptakan keinginan di hati manusia.⁴⁶

Mekanisme pasar menurut Suhrawardi K. Lubis adalah dalam perekonomian, pasar berperan penting khususnya dalam sistem ekonomi bebas atau liberal. Pasarlah yang berperan untuk mempertemukan antara produsen (yang memproduksi dan menawarkan barang) dengan konsumen (yang menentukan jumlah dan

⁴⁵ Mila Saraswati dan Ida Widianingsih, *Be Smart Ilmu Pengetahuan Sosial*, 88.

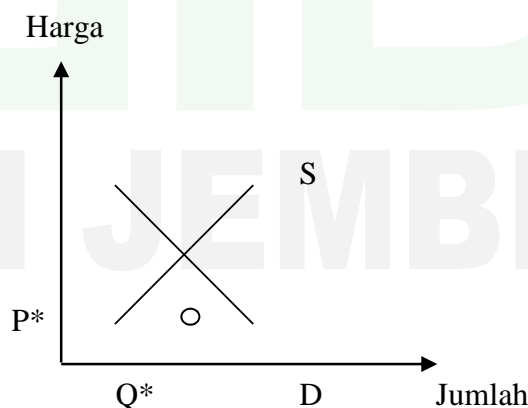
⁴⁶ Adiwarmarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2014), 364.

jenis barang atau komoditas yang dikehendakinya). Konsumen sangat menentukan kedudukan pasar, sebab konsumenlah yang berperan untuk menentukan lalu lintas barang dan jasa.⁴⁷

Mekanisme pasar dalam Islam adalah sesuai konsep ekonomi Islam penentuan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Dalam konsep Islam, pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah terjadi secara rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada harga yang disepakati.

Keadaan rela sama rela merupakan kebalikan dari keadaan aniaya, yaitu keadaan yang mana salah satu pihak merasa senang di atas kesediaan pihak yang lain. Dalam hal harga, para ahli fiqih merumuskannya implikasi penting dalam ilmu ekonomi, yaitu keadaan pasar yang kompetitif.⁴⁸

Gambar 2.1
Keseimbangan Pasar



⁴⁷ Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), 21.

Penjelasan pada kurva diatas adalah keseimbangan pasar terjadi pada saat perpotongan antara kurva *supply* dan *demand* dalam keadaan rela sama rela. Bila ada yang mengganggu keseimbangan ini, maka pemerintah harus melakukan investasi ke pasar.

e. Struktur pasar

Struktur pasar adalah salah satu karakteristik organisasi pasar yang memengaruhi sifat kompetisi dan harga di pasar.⁴⁹

1) Pasar persaingan sempurna adalah salah pasar yang ditandai oleh adanya persaingan yang bersifat pribadi *rivalry* diantaranya perusahaan-perusahaan individu yang ada didalamnya. Syarat-syarat pasar persaingan sempurna:

a) Terdiri dari banyak penjual

Jumlah produsen atau penjual barang tersebut sudah banyak sehingga tidak ada produsen secara individual dapat mempengaruhi harga pasar.

b) Terdiri banyak pembeli

Jumlah pembeli barang tersebut sedemikian banyak, sehingga tidak ada seorang pembeli secara individual yang dapat mempengaruhi harga pasar. Sifat ini menyebabkan perilaku penjual atau pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan pasar. Karena perusahaan tersebut merupakan sebagian kecil dari keseluruhan yang ada dipasar. Seorang

⁴⁹ Siti Nur Fathoni, Juhaya, *pengantar Ilmu Ekonomi*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), 134.

penjual atau seorang pembeli disebut sebagai pengikut harga (*price taker*) sehingga harga dipasar bersifat datum. Berapapun jumlah barang yang dijual di pasar harganya tetap. Harga pasar ditentukan oleh mekanisme pasar yaitu oleh interaksi antara seluruh penjual dan pembeli yang ada di pasar.

c) Kebebasan untuk membuka dan menutup perusahaan (*free entry dan free exit*) artinya tidak ada hambatan secara legal ataupun bentuk lain secara keuangan atau secara kemampuan teknologi yang menghalangi suatu perusahaan untuk memulai usaha baru menguntungkan, bila dianggap menguntungkan dan menutup usahanya bila dianggap merugikan.

d) Barang yang diperjual belikan bersifat homogen (sama).

Dalam hal ini dipengaruhi oleh harga, apabila memilih antara dua barang. Homogen dalam arti bahwa sama dalam segi sehingga menggantikan satu sama lain. Untuk menentukan sama atau tidak maupun homogen atau tidak adalah konsumen. Bukan dilihat spesifikasi teknis saja.⁵⁰

e) Penjual dan pembeli mempunyai pengetahuan, yang baik tentang keadaan pasar. Penjual dan pembeli mempunyai pengetahuan yang sempurna keadaan pasar, yaitu mengetahui tingkat harga yang berlaku di pasar dan perubahan-perubahan

⁵⁰ Sonny Sumarsono, *Ekonomi Mikro teori dan Soal Latihan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), 198.

atas harga tersebut akibat dari kemajuan ilmu dan teknologi ataupun kenaikan pendapatan masyarakat.

- f) Mobilitas sumber-sumber ekonomi yang cukup sempurnamaksudnya bahwa faktor-faktor produksi dapat dipindahkan ke lain tempat tanpa adanya hambatan apapun. Pada pasar tenaga kerja terdapat tingkat upah yang dihadapi saingannya lebih rendah maka tenaga kerja tersebut dapat ditransfer ke perusahaannya.⁵¹

Ciri-ciri pasar persaingan sempurna yakni sebagai berikut :

- (1) Perusahaan adalah pengambil harga. Pengambilan harga atau *price taker* berarti suatu perusahaan yang ada di dalam pasar tidak dapat menentukan bahkan mengubah harga pasar.

Apa pun tindakan perusahaan dalam pasar, ia tidak akan menimbulkan perubahan harga pasar yang berlaku. Harga barang di pasar ditentukan oleh interaksi antara keseluruhan produsen dengan keseluruhan pembeli. Seorang produsen adalah peranannya terlalu kecil di dalam pasar sehingga tidak dapat mempengaruhi penentuan harga atau tingkat produksi di pasar. Peranannya yang sangat kecil tersebut disebabkan oleh jumlah produksi yang diciptakan seorang produsen merupakan sebagian kecil saja dari keseluruhan jumlah barang yang dihasilkan dan diperjualbelikan.

⁵¹ Sonny Sumarsono, *Ekonomi Mikro teori dan Soal Latihan*, 199.

(2) Setiap perusahaan mudah ke luar masuk sekiranya perusahaan mengalami kerugian, dan ingin meninggalkan industri tersebut. Langkah ini dapat dengan mudah untuk dilakukan. Sebaliknya apabila ada produsen yang ingin melakukan kegiatan yang diinginkannya. Produsen tersebut dapat dengan mudah melakukan kegiatan yang diinginkannya.

(3) Menghasilkan barang serupa yang dihasilkan berbagai perusahaan tidak mudah untuk dibeda-bedakan. Barang yang dihasilkan sangat sama atau serupa. Tidak terdapat perbedaan yang nyata di antara barang yang dihasilkan perusahaan dengan produksi perusahaan lainnya.

(4) Terdapat banyak perusahaan, sifat inilah yang menyebabkan perusahaan tidak mempunyai kekuasaan untuk mengubah harga. Sifat ini meliputi dua aspek yaitu, jumlah perusahaan sangat banyak dan masing-masing perusahaan tersebut relatif kecil apabila dibandingkan dengan keseluruhan jumlah perusahaan di dalam pasar. Sebagai akibatnya produksi setiap perusahaan adalah sangat sedikit kalau dibandingkan dengan jumlah produksi dalam industri tersebut. Sifat ini menyebabkan apapun yang dilakukan perusahaan, seperti menaikkan atau menurunkan harga dan menaikkan atau menurunkan produksi. Hal ini tidak mempengaruhi harga yang berlaku dalam pasar atau industri tersebut.

(5) Pembeli mempunyai pengetahuan sempurna Mengenai Pasar.

Dalam persaingan sempurna, pembeli sangat banyak. Namun demikian masing-masing pembeli tersebut mempunyai pengetahuan yang sempurna mengenai keadaan di pasar, yaitu mereka mengetahui tingkat harga yang berlaku dan perubahan-perubahan yang terjadi pada harga tersebut. Akibat para produsen tidak dapat menjual barangnya dengan harga yang lebih tinggi dari yang berlaku di pasar.⁵²

2) Pasar persaingan Monopoli adalah suatu bentuk pasar di mana hanya terdapat satu perusahaan saja. Perusahaan ini menghasilkan barang yang tidak mempunyai barang pengganti yang sangat dekat.⁵³

Ciri-Ciri Pasar Persaingan Monopoli

- (a) Pasar monopoli adalah Industri Satu Perusahaan. Maksudnya yaitu hanya ada satu saja perusahaan dalam industri tersebut.
- (b) Dan tidak mempunyai barang pengganti yang Mirip. Maksudnya barang yang dihasilkan perusahaan tidak monopoli tidak dapat digantikan oleh barang lain yang ada di dalam pasar.
- (c) Tidak terdapat kemungkinan untuk masuk ke dalam Industri. Maksudnya sifat ini merupakan sebab utama yang

⁵² Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2016), 232.

⁵³ Ibid. 266.

menimbulkan perusahaan yang mempunyai kekuasaan monopoli.

(d) Bisa mempengaruhi penentuan harga. Karena hal itu perusahaan monopoli merupakan satu - satunya penjual di dalam pasar, maka penentuan harga dapat dikuasainya. Oleh sebab itu, perusahaan monopoli dipandang sebagai penentu harga atau *price setter*.

(e) Promosi iklan kurang diperlukan. Hal tersebut karena perusahaan monopoli adalah satu-satunya perusahaan di dalam industri, ia tidak perlu mempromosikan barangnya dengan menggunakan iklan.⁵⁴

3) Pasar persaingan oligopoli adalah keadaan pasar yang hanya ada beberapa produsen (misalnya antara 2-10) perusahaan yang menguasai pasar baik secara sendiri-sendiri maupun secara diam-diam.⁵⁵

Ciri-Ciri Pasar Persaingan Oligopoli adalah:

- 1) Menghasilkan barang standar ataupun barang berbeda corak.
- 2) Kekuasaan menentukan harga adakalanya lemah dan adakalanya sangat tangguh.
- 3) Pada umumnya perusahaan oligopoli perlu melakukan upaya promosi secara iklan.⁵⁶

⁵⁴ Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, 267.

⁵⁵ Boediono, *Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: Anggota IKAPI, 2015), 137.

⁵⁶ Sadono, OP. Cit., 315.

4) Pasar persaingan monopolistik adalah suatu bentuk interaksi antara permintaan dengan penawaran ketika terdapat seberapa penjual yang menawarkan barang yang serupa tapi tidak sama, karena masing-masing memiliki ciri khas tersendiri.⁵⁷

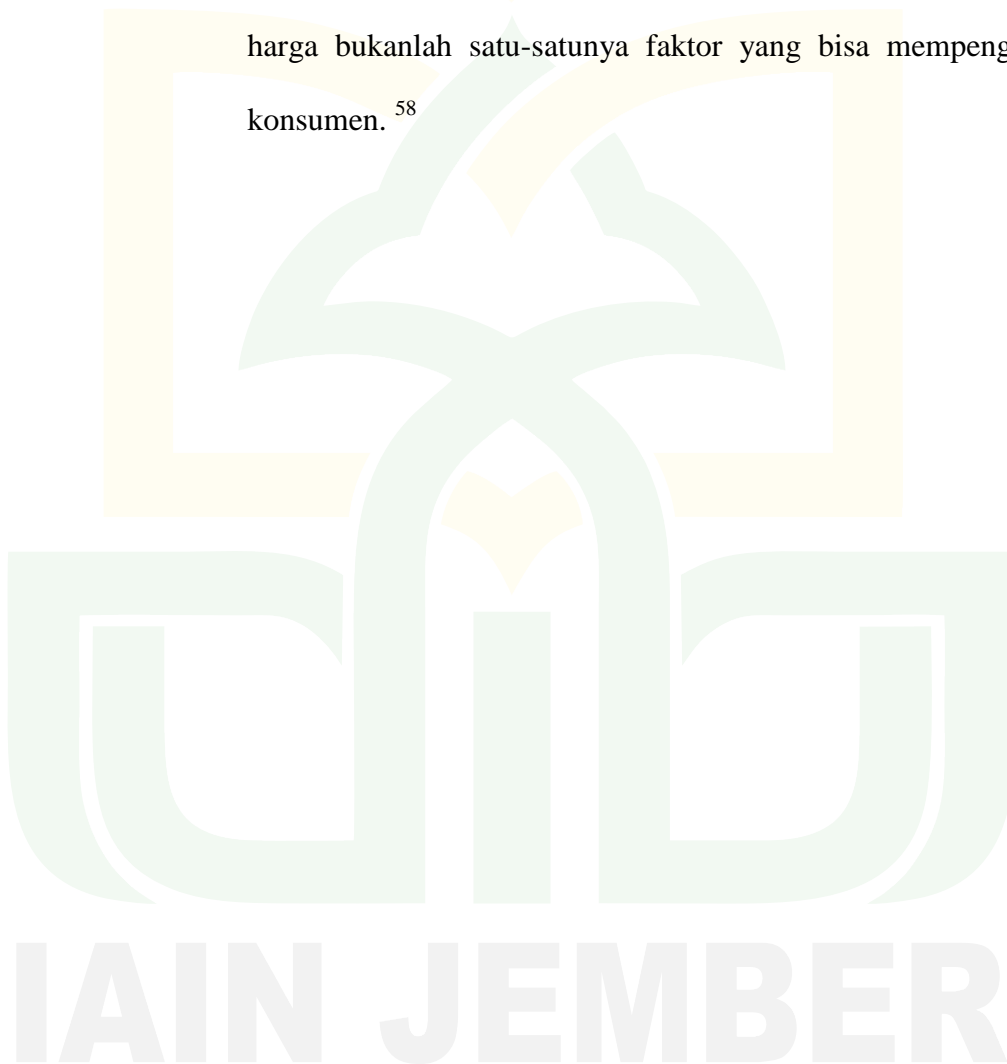
Ciri-ciri pasar persaingan monopolistik adalah:

- 1) Terdapat banyak penjual, walaupun tidak sebanyak pada persaingan sempurna, maksudnya pasar persaingan monopolistik ini tidak ada satu produsenpun yang memiliki skala produksi yang lebih besar dari produsen lainnya.
- 2) Barang yang diperjualbelikan terdiferensiasi (memiliki perbedaan corak), maksudnya hal ini yang membedakan pasar persaingan monopolistik dengan pasar persaingan sempurna, ketika barang yang dihasilkan oleh satu produsen dapat dibedakan dengan produsen lainnya. Meskipun jenis barang yang dihasilkan sama, biasanya tetap dapat bedakan dari kemasan atau kualitasnya.
- 3) Adanya kemampuan penjual untuk memengaruhi harga, maksudnya pada pasar persaingan monopolistik ini produsen memiliki kemampuan memengaruhi harga walaupun tidak sekuat pada pasar monopoli.
- 4) Penjual mudah keluar masuk pasar, maksudnya perusahaan yang lain mudah keluar masuk pasar dengan syarat memiliki

⁵⁷ Imamul Arifin, *Membuka Cakrawala Ekonomi*, (Jakarta: CD Image dan Tempo, 2009), 58.

kemampuan untuk menciptakan produk dengan corak yang berbeda dan lebih menarik dari pada produk sebelumnya.

- 5) Terdapat kegiatan promosi, maksudnya dapat mempengaruhi citra masyarakat terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan, karena pada pasar persaingan monopolistik ini harga bukanlah satu-satunya faktor yang bisa mempengaruhi konsumen.⁵⁸



⁵⁸ Imamul Arifin, *Membuka Cakrawala Ekonomi*, 59.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan.⁵⁹

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian lapangan (*Field Research*) dapat juga disebut sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif.⁶⁰ Karena penelitian ini lebih menitik beratkan kepada hasil pengumpulan data dari informan yang telah ditentukan.⁶¹ Dalam hal ini peneliti meneliti langsung kelapangan untuk mengamati dan menggali informasi dari berbagai sumber terkait.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian tersebut akan dilakukan. Wilayah penelitian biasanya berisi tentang lokasi (desa, organisasi, peristiwa, teks) dan unit analisis.⁶²

Penelitian ini akan dilakukan di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember. Adapun alasan peneliti memilih lokasi penelitian tersebut di karenakan toko beras di Kecamatan Sukowono saling berdekatan antara toko

⁵⁹ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2016), 6.

⁶⁰ *Ibid.*, 135.

⁶¹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 46.

⁶² *Ibid.*, 46.

satu dengan toko lainnya dan toko tersebut telah ada beberapa tahun yang lalu. Maka dari itu fenomena ini menjadi menarik untuk diteliti sehingga dapat menjadi percontohan terkait persaingan penjualan beras.

C. Subyek Penelitian

Untuk mendukung data yang peneliti perlukan, maka dalam penelitian ini pencarian dan pengumpulan data diperoleh dari informan dengan menggunakan teknik *purposive* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.⁶³ Maksudnya adalah peneliti hanya memilih informan dengan kriteria tertentu dari orang yang paling tahu terhadap fenomena disertai alasan mengambil informan tersebut.

Dalam penelitian ini yang menjadi informan utama adalah pemilik toko beras itu sendiri. Pertimbangan peneliti menjadikan sebagai informan utama karena beliau peneliti anggap paling mengetahui secara mendetail mengenai seluk beluk harga beras.

Selain itu, data dalam penelitian ini juga diperoleh dari beberapa informan pendukung lainnya, yang peneliti anggap memiliki kapasitas untuk memberikan informasi terkait dengan penelitian ini. Adapun Informan yang ada di dalam penelitian antara lain :

1. Pemilik Toko Beras Barokah yaitu Bapak Amin
2. Pemilik Toko Beras Anugrah yaitu Bapak Syaiful Hadi
3. Karyawan Toko Beras Barokah yaitu Bapak Ridwan, Ibu Ana dan Ibu Sinta

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, 2008), 219.

4. Karyawan Toko Anugrah yaitu Bapak Deni, Ibu Dwi dan Ibu Rina.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik yang paling strategi dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Pada bagian ini diuraikan teknik pengumpulan data yang akan digunakan, misalnya observasi partisipatif, wawancara terstruktur, dan dokumentasi.⁶⁴ Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Ada beberapa metode dalam proses pengumpulan data yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Observasi

Dalam pengertian yang sederhana, observasi meliputi kegiatan pencatatan pola perilaku orang, objek dan kejadian-kejadian dalam suatu cara sistematis untuk mendapatkan informasi tentang fenomena-fenomena yang diminati. Teknik yang digunakan dalam observasi ini adalah observasi partisipatif yakni peneliti datang ke tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.⁶⁵

Dengan menggunakan teknik observasi ini, peneliti mendapatkan data tentang :

- a) Tempat informan penjual beras
- b) Macam-macam beras yang dijual
- c) Situasi dan Kondisi Toko Beras Kecamatan Sukowono

⁶⁴ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 47.

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 227.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan orang yang diwawancarai memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁶⁶

Teknik wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur adalah wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpulan data diperoleh dengan menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan. Dengan wawancara teknik ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama, dan pengumpulan data mencatatnya. Serta pengumpulan data dapat menggunakan beberapa pewawancara sebagai pengumpul data. Supaya pewawancara mempunyai keterampilan yang sama, maka diperlukan training kepada calon pewawancara.⁶⁷ Dengan menggunakan teknik wawancara ini, peneliti mendapatkan data tentang :

- 1) Bagaimana struktur pasar pada penjualan beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember
- 2) Bagaimana model persaingan penjualan beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember

⁶⁶ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 186.

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 130.

- 3) Bagaimana implikasi model persaingan penjualan beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember

c. Dokumentasi

Tidak kalah penting dari metode-metode lain adalah metode dokumentasi, yaitu mencari data-data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda, dan sebagainya tentang hal-hal yang berkaitan dengan persaingan penjualan beras. Teknik

Dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian :

- 1) Gambaran obyek penelitian
- 2) Sejarah toko beras di Kecamatan Sukowono
- 3) Struktur organisasi toko beras di Kecamatan Sukowono
- 4) Dokumen-dokumen yang terkait dalam penelitian

Teknik dokumentasi ini digunakan oleh peneliti untuk melengkapi data yang diperoleh dari observasi dan wawancara, dengan cara mempelajari dan menganalisa berbagai dokumen agar data yang diperoleh valid dan dapat dipertanggung jawabkan.

E. Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini ialah analisis deskriptif kualitatif. Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga datanya sudah lengkap.

Aktifitas dalam analisis data yaitu: reduksi data, penyajian data, dan

kesimpulan atau verifikasi.⁶⁸ Adapun langkah-langkah peneliti dalam menganalisis data adalah sebagai berikut :

1) Reduksi data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, serta memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.⁶⁹

2) Penyajian data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dengan teks yang bersifat naratif, dengan mendisplay data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3) Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan reduksi dan penyajian data, maka langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dari data-data yang sudah disajikan. Jadi demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal.

Peneliti juga berusaha untuk menggambarkan bagaimana struktur pasar pada penjualan beras dan model persaingan penjualan beras serta implikasi tentang model persaingan penjualan beras. Maka dari itu, data

⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, 246.

⁶⁹ Ibid, 247.

yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi akan digambarkan dalam bentuk kata-kata dan kalimat, bukan dalam bentuk angka-angka statistik atau prosentase seperti penelitian kuantitatif.

F. Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data sangat penting dilakukan agar data yang dihasilkan dapat dipercaya dan dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Keabsahan data pada penelitian yang peneliti lakukan adalah triangulasi. Triangulasi adalah teknik data pengumpulan data yang bersifat menggabungkan data dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Adapun teknik triangulasi yang digunakan yaitu teknik triangulasi dengan sumber. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.⁷⁰ Hal ini dapat di capai dengan jalan diantaranya:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi
3. Membandingkan yang telah dikatakan dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu
4. Membandingkan keadaan dan presepektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain.

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, 274.

5. Peneliti membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.⁷¹

G. Tahapan-tahapan Penelitian

Tahap-tahap penelitian yang dimaksud yaitu berkaitan dengan proses pelaksanaan penelitian. Tahap-tahap penelitian yang peneliti lakukan dari terdiri dari tahap pra lapangan, tahap pelaksanaan penelitian, dan tahap penyelesaian. Berikut penjelasannya :

1. Tahap pra-lapangan

- a) Menyusun rencana penelitian
- b) Memilih objek penelitian
- c) Melakukan peninjauan observasi terdahulu terkait objek penelitian yang telah ditentukan.
- d) Mengajukan judul kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penelitian mengajukan judul dengan telah dilengkapi dengan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.
- e) Meninjau kajian pustaka. Peneliti mencari referensi penelitian terdahulu serta kajian teori yang terkait dengan judul penelitian.
- f) Konsultasi proposal kepada dosen pembimbing.
- g) Mengurus perizinan penelitian.
- h) Mempersiapkan penelitian lapangan.

⁷¹ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 331.

2. Tahap Pelaksanaan Penelitian

Setelah mendapatkan izin penelitian, peneliti akan memasuki objek penelitian dan langsung melakukan pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan persaingan penjualan beras.

3. Tahap penyelesaian

Tahap penyelesaian merupakan tahapan yang paling akhir, yaitu penulisan laporan atau hasil penelitian. Setelah data-data yang dibutuhkan terkumpul setelah melalui beberapa tahapan.



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Gambaran Umum di Toko Beras

Pada gambaran umum di toko beras ini peneliti akan menjelaskan tentang kondisi toko, barang yang di jual dan pegawai yang bekerja di toko tersebut.⁷²

a) Kondisi toko

Kondisi dari masing-masing toko ada persamaan dan ada perbedaannya juga. Persamaannya adalah toko tersebut sudah layak digunakan, yaitu temboknya masih kokoh dan atap yang masih kuat, serta pemilik toko selalu menjaga kebersihannya. Selain hal itu toko-toko tersebut sudah ada sejak beberapa tahun yang lalu. Perbedaannya adalah luas dari setiap toko tersebut dan jumlah karyawan. Toko Barokah ukurannya luasnya 6 m x 6 m sedangkan toko Anugrah luasnya 5 m x 6 m. Karyawan di toko Barokah berjumlah 3 orang dan di toko Anugrah ada 2 orang.

b) Produk yang dijual

Produk yang dijual di setiap toko tersebut hanyalah beras, sehingga pemilik toko berkonsentrasi pada penjualan beras saja.

Beras yang dijual bermacam-ma merk dan jenis yaitu ada jenis beras

⁷² Saiful Hadi dan Amin, Wawancara, 17 November 2020.

putih dan beras merah. Hal itu yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti di toko tersebut.

c) Status tanah

Toko tersebut ada yang milik sendiri dan ada yang masih ngontrak. Luas tanah toko Anugerah 7 meter sedangkan toko Barokah 5 meter.s

d) Pegawai yang bekerja

Pegawai yang bekerja di toko tersebut terdiri dari pemilik toko,(suami dan istrinya) dan beberapa orang karyawannya.

Tabel 4.1
Data informan pedagang beras di Kecamatan Sukowono

No	Nama pemilik Toko	Produk yang dijual	Nama Toko	Lama usaha
1.	Syaiful Hadi	Beras	Anugrah	4 tahun
2.	Amin	Beras	Barokah	3 tahun

Sumber: Hasil Wawancara

(1) Struktur organisasi toko Anugerah

Pemilik toko beras : Bapak Syaiful Hadi

Bendahara : Ibu Sumiyati

Karyawan : Ibu Rina, Ibu Dwi dan Bapak Deni

(2) Strukur organisasi toko Barokah

Pemilik toko beras : Bapak Amin

Bendahara : Ibu Lestari

Karyawan : Ibu Ana,Bapak Ridwan dan Ibu Sinta

e) Omzet penjualan

Toko Anugerah dalam per harinya bisa mendapatkan omzet mencapai 2-3 juta jadi dalam satu kantongnya bisa mendapatkan keuntungan senilai Rp. 200.000. Sedangkan toko Barokah dalam per harinya rata-rata menjual 40-50 kantong beras. Dalam satu kantong berasnya mendapatkan keuntungan Rp. 1.500 - Rp. 2.000.

2. Sejarah Toko Beras

a. Toko Anugrah

Toko ini berdiri sejak tahun 2016. Awalnya toko ini masih merupakan toko kecil yang sederhana dan berlangsung Selama 3 tahun. Setelah itu pemilik toko ini mempunyai modal untuk memperbesar usahanya karena pelanggannya sudah banyak sehingga pemilik toko sudah banyak mendapatkan keuntungan dari hasil penjualannya tersebut. Maka dari itu pada tahun 2019 pemilik toko memperbesar usahanya dengan memperbesar bangunan toko tersebut dan menambah jumlah beras yang dijual. Pada saat baru membuka tokonya pemilik toko membeli beras sendiri di pabrik sedangkan saat ini pemilik toko sudah tidak repot lagi membeli beras di pabrik-pabrik karena sudah di didatangi oleh agen-agen penjual beras dari beberapa pabrik.⁷³

⁷³ Saiful Hadi wawancara 17 November 2020

b. Toko Barokah

Toko ini berdiri sejak tahun 2017. Awalnya toko ini masih merupakan toko kecil yang dikelola istri di rumah. Setelah 2 tahun pemilik toko ini mendapatkan rezeki untuk menyewa kontrakan di toko yang lebih besar dan alhamdulillah saat ini pelanggannya sudah bertambah banyak bahkan ada pelanggan yang dari luar Kecamatan Sukowono. Pada saat baru membuka tokonya pemilik toko membeli langsung ke beberapa pabrik sedangkan sekarang pemilik toko sudah didatangi oleh agen penjual beras dan hanya beberapa yang membeli sendiri ke pabrik sebab di anggap harganya lebih murah jika membeli langsung ke pabrik.⁷⁴

3. Data Jumlah Karyawan dari masing-masing Toko Beras di Kecamatan Sukowono

Tabel 4.2
Data Jumlah Karyawan dari masing-masing Toko Beras di Kecamatan Sukowono

NO	NAMA	NAMA TOKO	JABATAN
1	Syaiful Hadi	Toko Anugrah	Pemilik Toko
2	Rina	Toko Anugrah	Karyawan Toko
3	Dwi	Toko Anugrah	Karyawan Toko
4	Deni	Toko Anugrah	Karyawan Toko
5	Amin	Toko Barokah	Pemilik Toko
6	Ana	Toko Barokah	Karyawan Toko
7	Ridwan	Toko Barokah	Karyawan Toko
8	Sinta	Toko Barokah	Karyawan Toko

Sumber: Data Diolah

⁷⁴ Amin, Wawancara, 18 November 2020.

B. Penyajian Data dan Analisis

Setiap penelitian haruslah disertai dengan penyajian data sebagai penguat, sebab inilah yang telah dianalisa data yang telah digunakan, sehingga dari data yang dianalisa tersebut dihasilkan suatu kesimpulan. Adapun dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode observasi, wawancara, dokumentasi, dan data lapangan sebagai alat untuk meraih tujuan serta mendapatkan data sebanyak mungkin, akan tetapi lebih memberikan porsi yang lebih intensif pada metode observasi dan wawancara guna mendapatkan data yang kualitatif dan autentik yang berimbang, dan dilakukan dengan menggunakan metode dokumentasi.

Peneliti berusaha memaparkan gambaran tentang analisis persaingan penjualan beras di Kecamatan Sukowono Jember, dengan fenomena dan data yang diperoleh dilapangan dan setelah mengalami proses berbagai metode yang digunakan akhirnya sampai pada pembuktian data, karena data yang diperoleh sudah dianggap representatif untuk dijadikan sebuah laporan. Berikut adalah hasil penelitian dari Analisis Persaingan Penjualan Beras Di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember.

Menurut bapak Moh. Husen Pranoto, selaku Kepala Camat Sukowono mengatakan bahwa jumlah toko beras yang ada di Sukowono hanya ada 2 saja. Toko tersebut hanya menjual beras saja. Selain itu toko tersebut sama-sama berada di area pasar Sukowono yang letaknya hanya kurang lebih satu kilo meter saja. Hal inilah yang merupakan salah satu alasan

peneliti untuk meneliti tentang persaingan penjualan beras yang ada di Kecamatan Sukowono.

1. Struktur Pasar Pada Penjualan Beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember

Pasar persaingan monopolistik adalah suatu bentuk interaksi antara permintaan dengan penawaran ketika terdapat seberapa penjual yang menawarkan barang yang serupa tapi tidak sama, karena masing-masing memiliki ciri khas tersendiri.⁷⁵

Jadi Pada penelitian ini peneliti menggunakan struktur pasar monopolistik. Dari dua informan yang peneliti temui, semuanya termasuk monopolistik. Berikut ini pemaparan dari masing – masing informan.

Menurut Bapak Syaiful Hadi, selaku pemilik toko beras

Anugrah mengatakan bahwa:

“Di toko ini hanya menjual beras saja, dan saya mengelola sendiri sejak tahun 2016 yang lalu. Sejak saat itu saya mengelola sendiri usaha saya ini sambil dibantu ibunya anak-anak. Tapi sekarang alhamdulillah toko ini sudah lebih maju dari pada yang dulunya”.⁷⁶ Permintaan pembeli akan beras kadang naik turun sesuai dengan harga beras. Hal ini disebabkan karena harga beras sering naik turun. Kadang harga beras Rp 9000, lalu naik menjadi Rp 10.500 kemudian turun lagi menjadi Rp 9500. Apalagi saat ini banyak petani yang tidak menanam padi lagi. Mereka sudah banyak menanam tembakau, cabai dan jagung yang disebabkan karena pergantian cuaca yang semakin berkurang. Hal ini memungkinkan harga jual beras dapat naik kembali. Selain harga yang naik turun hasil yang saya dapatkan adalah harga yang berbeda antara toko satu dengan toko lainnya. Ada toko yang menjual beras seharga Rp 10.000, ada yang Rp 10.500 ada yang Rp 11.000 pada beras yang

⁷⁵ Imamul Arifin, *Msembuka Cakrawala Ekonomi*, (Jakarta: CD Image dan Tempo, 2009), 58.

⁷⁶ Syaiful Hadi, *wawancara*, Jember, 17 November 2020.

sama. Jadi kalau sudah harga beras naik, kebanyakan orang mencampur beras dengan beras jagung dan kadang dengan bekatul.

Pendapat tersebut juga disampaikan oleh Ibu Rina selaku karyawan toko Anugrah yang menyampaikan bahwa:

”Disini saya adalah karyawan yang paling lama bekerja di toko ini semenjak saya bekerja disini, toko ini hanya menjual beras saja sampai sekarang ini dan saya bersyukur pak Sofyan sangat baik kepada saya dan juga teman-teman saya”.⁷⁷

Menurut Bapak Amin, selaku pemilik toko beras Barokah mengatakan bahwa:

”Toko ini ada sejak tahun 2017, tapi dulu masih kecil-kecilan di rumah saya sendiri ya saya pas punya rezeki toko ini semakin maju, jadi saya pas ngontrak disini dan alhamdulillah pelanggan saya semakin banyak. Kalau yang saya jual ya hanya beras soalnya saya dulu punya hubungan dengan pemilik pabrik beras. Untungnya sekarang sudah ada beberapa pabrik yang memasokkan beberapa berasnya kesini. Jadi menurut saya kalau orang berdagang itu harus sabar karna pasti suatu saat akan berkembang juga”.⁷⁸ Masalahnya apabila harga beras sudah naik, sebab banyak orang yang mencampur beras dengan beras jagung, sehingga pada kondisi seperti itu saya juga menjual beras jagung untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut saya harga beras bisa naik turun disebabkan oleh banyaknya pemasukan beras dari petani. Biasanya apabila sudah musim kemarau, harga beras naik, disebabkan karena petani sudah jarang menanam padi. Sebaliknya pada musim penghujan, petani sudah banyak yang menanam padi lagi, sehingga harga beras dapat turun lagi.

Menurut Ridwan selaku salah satu karyawan di toko Barokah, dia juga menjelaskan bahwa:

“Saya disini hanya sebagai karyawan terutama kalau sudah angkat beras, ya kan disini hanya jual beras saja jadi saya sebagai satu-satu karyawan laki-laki bertugas sebagai tukang angkut yang lain kan perempuan. Tapi dari pada yang lain, saya

⁷⁷ Rina, wawancara, Jember, 17 November 2020.

⁷⁸ Amin, wawancara, Jember, 18 November 2020.

termasuk karyawan yang lebih dulu disini soalnya dulu pak Amin membutuhkan orang untuk jadi tukang angkut”.⁷⁹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap toko tersebut hanya menjual beras saja dan dikelola oleh pemilik toko itu sendiri.

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan, dalam penyediaan beras, pemilik toko membeli sendiri sebagai pesediaan di toko, namun untuk saat ini, sudah didatangi oleh petugas pabrik beras. Berikut petikan hasil wawancara dengan Bapak Saiful Hadi selaku pemilik toko beras Anugrah:

“Untuk persediaan beras yang ada di toko ini, awalnya saya membeli sendiri, namun sekarang ada petugas yang mengantarkan dari pabrik beras, sehingga saya bisa lebih santai dalam memantau persediaan beras”⁸⁰

Menurut Bapak Amin selaku pemilik toko Barokah mengatakan bahwa:

“Toko Barokah menyediakan beras, awalnya saya membeli sendiri, akan tetapi alhamdulillah punya kenalan dengan petugas pabrik beras sehingga saya tidak perlu ke pabrik sendiri melainkan didatangi ke toko”⁸¹

Jadi dengan alasan tersebut, peneliti mengelompokkan pada perdagangan monopolistik. Dimana perdagangan monopolistik adalah menjual barang yang serupa tapi tidak sama harganya.

⁷⁹ Ridwan, *wawancara*, Jember, 18 November 2020.

⁸⁰ Saiful Hadi, *wawancara*, 17 November 2020.

⁸¹ Amin, *wawancara*, 18 November 2020.

2. Model persaingan penjualan beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember

Persaingan dalam ilmu ekonomi adalah dapat diukur dengan pertandingan harga jual produk yang sama antar perusahaan yang bersaing. Suatu perusahaan dapat mempunyai daya saing tinggi bila harganya lebih rendah dari harga produk saingan dan sebaliknya.⁸² Hal Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti di beberapa toko beras tentang model persaingan penjualan beras mendapatkan hasil ssebagai berikut:

Menurut Bapak Syaiful Hadi selaku pemilik toko Anugrah ia menjelaskan bahwa:

“Kita disini berpatokan kalau masalah harga soalnya toko ini kan milik saya sendiri, saya tidak nyewa. Jadi ya bisa dibilang tidak ngontrak lah beda dengan toko sebelah dan saya sendiri yang mengelola toko ini. jadi kalau urusan harga bisa dibandingkan dengan toko yang lain. Dan kalau masalah produk beras yang saya jual saya sengaja membeda-bedakan kualitas dari beras tersebut, dari yang paling bagus hingga yang paling biasa sesuai dengan permintaan pembeli. Tujuannya saya dapat memenuhi permintaan pelanggan sesuai dengan beras yang diinginkannya. Saya mempromosikan toko saya ini kepada orang-orang. Ya hanya menggunakan bener ini saja tapi saya membuat yang menarik agar orang-orang berminat untuk membeli disini dan tak lupa saya menjaga kebersihan ditoko ini soalnya kalau tempatnya kotor orang-orang tidak mau membeli di toko saya”.⁸³

Menurut Ibu Rina, dia adalah salah satu karyawan di toko anugrah, iya mengatakan bahwa:

⁸² Sjafrizal, *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Niaga Swadaya, 2008), 25.

⁸³ Syaiful Hadi, *wawancara*, Jember, 17 November 2020.

“Kalau masalah persaingan yang lebih tau ya pak Syaiful Hadi ya saya hanya bertugas melayani pembeli dengan baik ya paling tidak, saya menyapa pada pembeli yang datang, dan memberi tahu beras-beras yang sesuai dengan keinginan pembeli. Karena kata pak Syaiful Hadi kenyamanan pembeli juga tergantung pada yang melayani”.⁸⁴

Selain itu menurut pak Amin selaku pemilik toko Barokah iya memberi penjelasan yaitu:

“Kami berusaha semampu kami melakukan yang terbaik bagi pembeli karena kepuasan pelanggan menjadi prioritas pertama kami. Terutama masalah harga dan kualitas beras yang saya jual agar dapat menarik pembeli dan pembeli bisa belanja beras di sini lagi. Saya hanya mengambil upah sedikit ya bisa di bilang sedikit-sedikit tapi lancar, dan beras yang saya jual disini masih baru-baru semua kalau ada yang sudah lama harganya saya diskon. Untuk mempromosikan toko saya ini selain menggunakan benner juga menggunakan brosur yang saya taruh di toko sebelah ini. Selain itu saya juga menjaga kebersihan dan kenyamanan pembeli saat ada di toko saya, seperti menyediakan tempat duduk, keranjang belanja yang digunakan bagi pembeli yang hanya membeli sedikit”.⁸⁵

Ridwan yang merupakan salah satu karyawan di toko Barokah juga menjelaskan bahwa:

“Ya saya sebagai karyawan disini saya hanya bisa melayani pembeli dengan baik terutama saat mengangkat beras ke kendaraan milik pembeli, kalau yang melayani pembeli saat pembeli baru datang kebanyakan dilakukan oleh karyawan yang perempuan. Boleh di bilang tugas saya bagian angkut-angkut saja yang penting ada kerjasama yang baik antara pemilik toko dengan karyawan sehingga dapat memuaskan pelanggan”.⁸⁶

Berdasarkan keterangan dari pemilik toko dan karyawannya, maka dapat disimpulkan bahwa setiap penjual memiliki cara tersendiri untuk dapat bersaing dengan toko yang lain, dengan harga yang sesuai

⁸⁴ Rina, wawancara, Jember, 17 N0vember 2020.

⁸⁵ Amin, wawancara, Jember, 18 November 2020.

⁸⁶ Ridwan, wawancara, Jember, 18 November 2020.

dan kualitas yang bagus, serta memberikan pelayanan yang baik agar pembeli merasa puas saat berbelanja di toko tersebut.

Model persaingan penjualan beras yang dilakukan oleh toko Anugrah adalah dengan mempromosikan toko agar menarik pembeli. Caranya dengan menggunakan benner dan memperhatikan kebersihan toko, yang tujuannya agar pelanggan puas dan nyaman membeli di toko beras Anugrah di Kecamatan Sukowono. Berikut hasil petikan wawancara dengan bapak Saiful Hadi sebagai berikut:

“Kalau disini, sangat menjaga kebersihan. Karena toko yang bersih, pelanggan yang membeli beras disini akan nyaman dan terlayani dengan baik. Selain itu saya juga menggunakan benner untuk memperkenalkan keberadaan toko beras Anugrah di Kecamatan Sukowono”⁸⁷

Sedangkan berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Amin selaku pemilik toko Barokah mengatakan bahwa :

“Cara saya mempromosikan toko ini dengan menggunakan benner dan baleho. Tujuannya memudahkan masyarakat sekitar mengetahui keberadaan toko beras Barokah di Kecamatan Sukowono”.⁸⁸

Dalam hal ini bisa disimpulkan bahwa model persaingan penjualan beras di Kecamatan sukowono dengan cara mempromosikan toko melalui benner dan baleho serta menjaga kebersihan toko tersebut.

⁸⁷ Saiful Hadi, wawancara, 17 November 2020.

⁸⁸ Amin, wawancara, 18 November 2020.

3. Implikasi model persaingan penjualan beras pada harga beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember

Perlu diketahui bersama bahwa terdapat implikasi atau (keterlibatan, dampak langsung, keterkaitan) persaingan penjualan beras yang dilakukan oleh masing-masing toko mempunyai dampak yang positif terhadap banyaknya jumlah pembeli yang membeli di toko tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat kedua pemilik toko tersebut.

Menurut bapak saiful hadi yang menjabat sebagai pemilik toko Anugerah mengutarakan bahwa:

“Kalau menurut saya masalah persaingan disini itu kan ngadu rezeki saya kira sah-sah saja kalau kita merasa tersaingi tapi kepercayaannya orang pasti tetap paling dampaknya hanya beberapa hari saja. Istilahnya itu awal-awalnya orang itu nyoba di toko baru kalau masalah harga ya mungkin sama atau bisa ada ples minusnya yang kedua masalah pelayanan kalau masalah dampak lain-lainnya wong saya ini gak ngontrak punya saya sendiri jadi tidak beban dalam arti gini kalau orang mau banding-bandingkan ya silahkan. Sehingga omset saya sampai saat ini bisa naik terus.⁸⁹

Selain itu menurut bapak Amin yang menjabat sebagai pemilik toko Barokah mengatakan bahwa:

“Kalau masalah persaingan antara kompetitor itu sudah biasa, cuma kita harus lebih bagus pelayanannya sama stok yang lengkap, jadi user gak bakalan kecewa atau balik ke toko lainnya. Terus kita harus pinter-pinter survey harga dikompetitor lainnya, pelayanan menang tapi harga kita lebih mahal yang otomatis user bakalan balik ke toko yang semula.⁹⁰

Dengan demikian harga merupakan salah satu dampak dari adanya persaingan. Sesuai dengan penelitian yang peneliti lakukan

⁸⁹ Saiful hadi, wawancara, Jember, 29 Maret 2021.

⁹⁰ Amin, wawancara, Jember, 29 Maret 2021ss

diperoleh hasil yaitu dengan adanya persaingan, setiap penjual berusaha memberikan harga yang sesuai yaitu yang sama dengan harga pasar, sebab harga adalah alasan utama konsumen berbelanja di toko tersebut. Terutama pada masyarakat dengan perekonomian menengah ke bawah. Mereka lebih senang memilih harga yang lebih murah dengan kualitas yang baik. Jadi setiap toko berlomba-lomba menjual produknya dengan harga yang lebih murah dari toko yang lainnya.

C. Pembahasan Temuan

Pada bagian ini akan dibahas temuan-temuan penelitian tentang Analisis Persaingan Penjualan Beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember. Jadi untuk mengetahui data tentang analisis persaingan penjualan beras dalam meningkatkan laba bagi pemilik toko beras dan menjadi persaingan yang sehat dengan penjual beras lainnya, maka peneliti memperoleh data tersebut dari wawancara, pengamatan dan dokumentasi.

Data tersebut diperoleh bukan dalam bentuk angka melainkan dalam bentuk argumentasi dan dokumentasi. Dalam bentuk argumentasi yaitu informasi yang diperoleh dari pemilik toko Anugrah dan karyawannya, serta pemilik toko Barokah dan karyawannya juga, serta data yang diperoleh dari pengamatan yang telah dilakukan saat penelitian. Sedangkan untuk dokumentasi, peneliti memperoleh data analisis persaingan penjualan beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember melalui foto - foto yang di dokumentasikan.

1. Struktur Pasar Pada Penjualan Beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember

Berdasarkan hasil penelitian tentang struktur pasar pada penjualan beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember pada sub bab sebelumnya adalah:

Kedua pemilik toko beras tersebut hanya menjual beras saja dan mereka mengelola sendiri toko tersebut. Mereka menjual beras tersebut sudah lebih dari satu tahun. Kedua pemilik toko tersebut sama-sama berkeyakinan bahwa jika seseorang tekun dan sabar dalam menjalankan suatu usaha pasti ada kemudahan dikemudian hari, sebab pada awal menjual beras toko mereka masih kecil namun mereka tetap berusaha agar toko mereka bisa berkembang lebih maju lagi. Sekarang alhamdulillah apa yang mereka impikan.

Jika dikaitkan dengan ilmu ekonomi penelitian ini termasuk struktur persaingan monopolistik. Pasar persaingan monopolistik adalah suatu bentuk interaksi antara permintaan dengan penawaran ketika terdapat seberapa penjual yang menawarkan barang yang serupa tapi tidak sama, karena masing-masing memiliki ciri khas tersendiri.⁹¹

2. Model persaingan penjualan beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember

Sesuai hasil penelitian yang telah peneliti lakukan mendapatkan hasil bahwa setiap pemilik toko selalu mengutamakan harga beras yang

⁹¹ Imamul Arifin, *Membuka Cakrawala Ekonomi*, (Jakarta: CD Image dan Tempo, 2009), 58.

sesuai dengan harga beras yang di anjurkan. Hal ini disebabkan karena mereka takut apabila toko lain menjual beras yang lebih murah dari toko miliknya, sehingga mereka selalu mencari tau tentang harga beras di toko lainnya. Selain mengutamakan harga, mereka juga mengutamakan pelayanan yang baik kepada konsumen, seperti menyapa pembeli, melayani pembeli pada saat pembeli bertanya- tanya tentang beras, dan mengangkut beras yang di beli oleh konsumen ke kendaraan miliknya serta selalu menjaga kebersihan tokonya dan menjaga kualitas beras yang di jual dengan memisahkan beras yang sudah lama dengan yang baru. Mereka selalu berupaya agar pelanggan tetap membeli di tokonya serta agar tokonya dikenal oleh khalayak ramai.

Persaingan dalam ilmu ekonomi adalah dapat diukur dengan pertandingan harga jual produk yang sama antar perusahaan yang bersaing. Suatu perusahaan dapat mempunyai daya saing tinggi bila harganya lebih rendah dari harga produk saingan dan sebaliknya.⁹² Jika dilihat dari bentuk-bentuk persaingan, penelitian ini termasuk dalam persaingan yang bersifat pribadi (*rivalry*) maksudnya adalah persaingan yang dilakukan sendiri- sendiri untuk menyaingi usah orang lain.

Persaingan yang dilakukan oleh setiap orang selalu memperoleh dampak dari persaingan yang dilakukan. Persaingan terdiri dari persaingan sehat (*healthycompetition*) dan persaingan tidak sehat. Persaingan sehat yaitu persaingan antara perusahaan-perusahaan atau

⁹² Sjafrizal, *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Niaga Swadaya, 2008), 25.

pelaku bisnis yang diyakini tidak akan menuruti atau melakukan tindakan yang tidak layak. Atau dengan kata lain persaingan jujur (*fair*), tidak akan merugikan pihak manapun. Persaingan ini merupakan pendorong untuk memajukan usaha bisnis.

Sedangkan persaingan ini merupakan bentuk persaingan yang tidak sehat atau *fair* dimana terjadi perebutan pasar diantara beberapa pihak dengan melakukan usaha yang mengarah pada praktek menghalalkan segala cara (*machiavelistik*) untuk menjatuhkan lawan bisnis sehingga salah satu diantaranya tersingkir dari pasar. Berikut penjelasannya:

- 1) Persaingan akan mendorong orang untuk bekerja keras supaya dapat memberikan keadilan bagi pembangunan masyarakat.

Dengan ini individu akan mengalami kemajuan.

- 2) Apabila persaingan dilakukan secara jujur, seseorang dapat mengembangkan rasa sosial dalam dirinya. Tidak mungkin seseorang bersaing jika dia tidak mengenal lawannya dengan baik. Selain itu, persaingan juga dapat memperluas pandangan, pengertian serta pengetahuan dan juga perasaan tertarik seseorang
- 3) Selama persaingan dilakukan secara jujur, solidaritas kelompok tidak akan berantakan. Kelompok ini tidak ada perasaan iri terhadap orang yang memenangkan persaingan. Baik pihak yang menang maupun yang kalah dalam adanya persaingan ini tetap saling menghargai.

4) Persaingan juga dapat menyebabkan orang-orang yang kalah dalam persaingan dikesampingkan di dalam masyarakat, baik oleh dirinya sendiri maupun oleh masyarakat. Dampak seperti inilah harus dihindari.⁹³

3. Implikasi model persaingan penjualan beras pada harga beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember

Penelitian yang peneliti lakukan mendapatkan hasil bahwa harga sangat berdampak pada model persaingan. Dengan adanya persaingan, setiap penjual berusaha memberikan harga yang sesuai yaitu yang sama dengan harga pasar, sebab harga adalah alasan utama konsumen berbelanja di toko tersebut. Terutama pada masyarakat dengan perekonomian menengah ke bawah. Mereka lebih senang memilih harga yang lebih murah dengan kualitas yang baik. Jadi setiap toko berlomba – lomba menjual produknya dengan harga yang lebih murah dari toko yang lainnya.

⁹³ Windasirumapea, “*Persaingan Bisnis Sesuai Syariah*”, Artikel, 10 Oktober 2016.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari data – data yang telah dijelaskan diatas, maka untuk memberi pemahaman yang lebih singkat tepat dan terarah, peneliti memaparkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Struktur pasar pada penjualan beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember. Dalam struktur pasar pada penjualan beras, penelitian ini termasuk pada struktur pasar monopolistik. Hal ini disebabkan setiap toko hanya menjual beras saja dan pemilik toko mengelola sendiri toko tersebut tanpa campur tangan orang lain. Selain itu harga beras dapat naik turun dikarenakan karena banyak sedikitnya pemasukan beras dari petani.
2. Model persaingan penjualan beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember. Pada model persaingan mereka selalu mengutamakan harga beras yang ditawarkan kepada pembeli agar dapat bersaing dengan toko yang lain. Selain itu yang penting lagi, mereka selalu memberikan pelayanan yang baik supaya tokonya lebih maju lagi dan dapat dikenal oleh khalayak ramai.

3. Implikasi model persaingan penjualan beras pada harga beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember. Pada implikasi model persaingan beras ini, harga merupakan salah satu dampak dari adanya persaingan yang dilakukan oleh pemilik toko tersebut. Hal tersebut dikarenakan harga menjadi tolak ukur bagi konsumen untuk membeli di toko tersebut.

B. Saran

1. Bagi pemilik toko harus dapat berusaha dengan baik untuk dapat memajukan tokonya sehingga dapat bersaing dengan toko lainnya. Selain hal itu pemilik toko juga harus bisa memberikan harga yang sesuai dengan harga pasar dan memberi pelayanan yang baik kepada konsumen serta dapat bekerja sama dengan karyawan toko yang bekerja kepadanya.
2. Menurut peneliti, hendaknya pemilik toko memperhatikan dalam melakukan persaingan dengan toko lain harus sesuai dengan ajaran agama Islam.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya mencoba menganalisis semua struktur pasar, jangan hanya menggunakan struktur pasar monopolistik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiningsih, Dwi Laras. 2018. "Analisis Pembentukan Harga Beras Pada Saluran Distribusi Beras". Skripsi : Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Anggota IKAPI. 2010. *Tip dan Trik Memilih Makanan Agar Jantung Sehat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Alvanco, Johnson. 2014. *Practical communication skill*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Al Quran. Surat Al Baqarah. Ayat 148
- Al Quran. Surat Al Mutaffifin. Ayat 1-3.
- Arifin, Imamul. 2009. *Membuka Cakrawala Ekonomi*. Jakarta: CD Image dan Tempo.
- Assauri, Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama. Jakarta: Rajawali Pers.
- Azwar, Karim, Adiwarmanto. 2014. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Baroroh Rifqi Naila. 2019. "Pengendalian Kualitas Proses Produksi Beras Pada UD Sumber Rezeki Sejati Jember". Skripsi: Universitas Jember.
- Boediono. 2015. *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta : Anggota IKAPI, 2015.
- Dwicahyo Rahmat Wahyu. 2019. "Analisis Supply Chain Management Produk Beras Analog di Provinsi Lampung ". Skripsi: Universitas Bandar Lampung.
- Echdar, Saban dan Maryadi. 2019. *Etika Bisnis dan kewirausahaan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fuad, M Dkk. 2006. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gilarso, T. 2004. *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*. Yogyakarta: Kanisius.
- Halifa Kodijah Nur. 2019. "Strategi Pengembangan Usaha Bisnis Beras Murni Organik". Skripsi: Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- J Moleong, Lexy. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- K. Lubis, Suhrawardi. 2000 *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Khudori. 2003. *Walau Merugi Petani Enggan Tinggalkan Padi*. Harian Pikiran Rakyat: Bandung.
- Lukman. 2020. “Pelaksanaan Al-Bay Beras di Desa Lembang Lohe Kecamatan Tellulimpoe Kabupaten Sinjai Menurut Hukum Islam”. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Nur, Fathoni Siti. 2014. *Juhaya, pengantar Ilmu Ekonomi*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Nuraini, Ida. 2016. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Putra, Aditya Halim Perdana Kusuma, dkk. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Pratama, Yoga. 2019. “Analisis Kebijakan Impor Beras Terhadap Kondisi Panen Petani Di Kabupaten Lampung Tengah”. Skripsi: Universitas Lampung.
- Prayogo Ridho. 2018. “Analisis Persediaan Beras Tingkat Pedagang di Pasar Inpres Kota Lubuklinggu”. Skripsi: Universitas Sriwijaya.
- Rismalia, Ritonga. 2019. “Harga Jual Beli Beras Bersubsidi di Desa Aek Goti Kecamatan Silangkintang Kabupaten Labuhan Batu Selatan Ditinjau Dari Hukum Islam”. Skripsi: Insitut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, Batu Selatan.
- Saraswati, Mila dan Widianingsih, Ida. 2008. *Be Smart Ilmu Pengetahuan Sosial*, Bandung: Grafindo Media Pratama.
- Sinomora, Bilsom. 2003. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sjafrizal. 2008. *Ekonomi Ragional Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta : Niaga Swadaya.
- Stefhani Wita Putri. 2019. “Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”. Skripsi: Iain Metro.
- Sopiya Ainun. 2018. “Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Produk Beras Kita Perspektif Ekonomi Islam”. Skripsi: Universitas Islam Negeri, Mataram.
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA.

- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: ALFABETA.
- Sukirno, Sadono. 2016. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Sumarsono, Sonny. 2007. *Ekonomi Mikro teori dan Soal Latihan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Swastha, Basu Dan Irawan. 1997. *Management Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha Basu. 1989. *Managemen Penjualan Edisi 3*. Yogyakarta: BPFE.
- Tim penyusun. 2017. *Pedoman penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Prees.
- Untari, Dhian Tyas. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Purwokerto: CV Persada Redaksi.
- Wijaya, Andika dan Peace Ananta, Wida. 2017. *Hukum Bisnis Propeti di Indonesia*. Jakarta: PT Grasindo.
- Windasirumapea. *Persaingan Bisnis Sesuai Syariah*. Artikel, 10 Oktober 2016.
- Yusanto, Ismail. 2003. *Manajemen Strategis Perspektif Syariah*. Jakarta: Khairul Bayaan.
- Zannah Babul. 2019. "Analisis Pendapatan Produk Sampingan Beras Organik". Skripsi: Universitas Jember.

IAIN JEMBER

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Wildatus Soleha
NIM : E20172032
Prodi/Jurusan : Ekonomi Syariah/Ekonomi Islam
Alamat : Dusun Krajan, Desa Sumberwringin RT/RW
003/008 Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Analisis Persaingan Penjualan Beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember**” adalah benar-benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 11 Januari 2021



Wildatus Soleha
NIM. E20172032

MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS KAJIAN
Analisis Persaingan Penjualan Beras Di Pasar Sukowono Kabupaten Jember	1. Persaingan	a. Persaingan	a. Pengertian Persaingan b. Faktor Pendorong dan Penghambat Persaingan c. Dampak Persaingan	Informan: a. Pemilik toko beras b. Karyawan toko beras c. Pembeli langganan	1. Pendekatan penelitian: a. Kualitatif deskriptif 2. Jenis penelitian: a. <i>Field Research</i> 3. Teknik pengambilan sampel: <i>purposive sampling</i> 4. Metode pengumpulan data: a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 5. Teknik analisis data: a. Reduksi data b. Penyajian data c. Penyimpulan dan verifikasi 6. Keabsahan data: Triangulasi sumber	1. Bagaimana struktur pasar pada penjualan beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember? 2. Bagaimana model persaingan penjualan beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember? 3. Bagaimana implikasi model persaingan penjualan beras pada harga beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember?
	2. Penjualan	b. Penjualan	a. Pengertian Penjualan b. Tujuan Penjualan c. Jenis-jenis Penjualan	Kepustakaan: a. Buku-buku b. Jurnal c. Artikel d. DLL		
	3. Beras	c. Beras	a. Pengertian Beras b. Jenis-jenis Beras			
	4. Pasar	d. Pasar	a. Pengertian Pasar b. Mekanisme Pasar c. Struktur Pasar			

PEDOMAN WAWANCARA

1. Fokus: Bagaimana struktur pasar pada penjualan beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember?

- a. Sejak kapan toko ini berdiri?
- b. Berapa jumlah karyawan?
- c. Dari mana modal yang anda peroleh untuk mendirikan toko ini?
- d. Bagaimana cara ibu membeli beras apa jalan sendiri apa didatangi?
- e. Apakah ibu disini hanya menjual beras saja?
- f. Apakah anda mengelola sendiri toko ini?

2. Fokus: Bagaimana model persaingan penjualan beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember?

- a. Bagaimana perasaan ibu karena disebelah juga menjual beras?
- b. Seandainya toko sebelah lebih laris dari toko ibu apa yang ibu lakukan?
- c. Apakah dari persaingan tersebut berdampak pada harga beras?
- d. Bagaimana cara ibu menetapkan harga beras untuk dapat bersaing dengan toko lain?
- e. Apa yang ibu lakukan agar pelanggan merasa puas membeli di toko Anda?
- f. Bagaimana Anda mempromosikan toko Anda agar dapat menarik pembeli?

3. Fokus: Bagaimana implikasi model persaingan penjualan beras pada harga beras di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember

- a. Apa saja dampak dari pesaing yang telah di lakukan?

- b. Apakah dari persaingan tersebut mendapatkan keuntungan pada bisnis anda?





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.iain-jember.ac.id – e-mail : info@iain-jember.ac.id

Nomor : B-643 /In.20/7.a/PP.00.9/ 11 /2020 13 November 2020
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Yth. Camat Sukowono Kabupaten Jember
di-

TEMPAT

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut :

Nama Mahasiswa : Wildatus Sholeha
NIM : E20172032
Semester : VII
Program Studi : Ekonomi Syariah
No Telpn : 081332292969
Dosen Pembimbing : Daru Anondo SE., M.Si
NIP : 197503032009011009
Judul Penelitian : Analisis Persaingan Penjualan Beras Di Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

B.n. Dekan,
Kepala Bagian TU

Moh. Zainuri

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Moh. Husen Pranoto, SP, M.Si
Jabatan : Kepala Kecamatan Sukowono

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Wildatus Soleha
NIM : E20172032
Semester : VII
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah
Instansi : Institut Agama Islam Negeri Jember

Telah selesai melakukan penelitian di Pasar Kecamatan Sukowono terhitung mulai 16 November 2020 sampai dengan 18 November 2020 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **“ANALISIS PERSAINGAN PENJUALAN BERAS DI KECAMATAN SUKOWONO KABUPATEN JEMBER”**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Mengetahui, 11 Januari 2021

KEPALA



Moh. Husen Pranoto, SP, M.Si
NIP. 19630507 198709 1 001

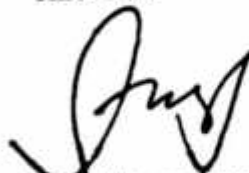
JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

**Judul : Analisis Persaingan Penjualan Beras di Kecamatan Sukowono
Kabupaten Jember**

No	Hari/Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan
1.	Senin, 16 November 2020	Menyerahkan surat izin penelitian ke Kecamatan Sukowono	
2.	Senin, 16 November 2020	Wawancara dengan bapak husen selaku Camat Sukowono	
3.	Selasa, 17 November 2020	Wawancara dengan Bapak Saiful Hadi (Pemilik Toko Anugrah)	
4.	Selasa, 17 November 2020	Wawancara dengan Ibu Rina Selaku Karyawan di Toko Anugrah	
5.	Rabu, 18 November 2020	Wawancara dengan Bapak Amin (Pemilik Toko Barokah)	
6.	Rabu, 18 November 2020	Wawancara dengan Ridwan selaku Karyawan di Toko Barokah	

Jember, 20 November 2020

KEPALA



Moh. Husen Pranoto, SP, M.Si
NIP. 19630507 198709 1 001

DOKUMENTASI

Sumber: Menyerahkan Surat Ijin Penelitian kepada Bapak Husein Camat Sukowono



Sumber: Wawancara dengan Bapak Saiful Hadi Selaku Pemilik Toko Beras Anugrah di Kecamatan Sukowono



Sumber : Wawancara dengan Ibu Rina Selaku Karyawan Toko Beras Anugrah di Kecamatan Sukowono



Sumber: Wawancara dengan Bapak Amin Selaku Pemilik Toko BAROKAH di Kecamatan Sukowono



Sumber : Wawancara dengan Bapak Ridwan Pemilik Karyawan Toko Beras Barokah di Kecamatan Sukowono



Sumber : Wawancara Dengan Bapak Saiful Hadi Pemilik Toko Beras Anugrah Dikecamatan Sukowono



Sumber : Wawancara Dengan ibu lestarisekertaris Toko Beras Barokah
Dikecamatan Sukowono

IAIN JEMBER

BIODATA PENULIS

Nama : Wildatus Soleha
 Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 02 November 1998
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Alamat : Dusun Krajan Desa Sumberwringin RT/RW
 003/008, Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember
 Agama : Islam
 No Hp : 081332292969
 Alamat E-mail : sholehawildatus@gmail.com

Riwayat Pendidikan

MI/SD : SD Muhammadiyah Sidayu (2005-2011)
 SMP/MTs : MTs YKUI Maskumambang (2011-2014)
 SMA/SMK : MA Ashri Jember (2014-2017)
 Perguruan Tinggi : IAIN Jember (2017-2021)