ANALISIS PERSAINGAN USAHA PEDAGANG SEMBAKO TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG DI PASAR LASI KECAMATAN CANDUNG KABUPATEN AGAM

Syahrul Fadli[1], Gusril Basir[2]

[1,2]*Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi*
E-mail : syahrulfadli1167@gmail.com[1], gusrilbasril@gmail.com[2]

ABSTRACT

This study was motivated by the high level of business competition among grocery traders in Lasi Market, Candung District, which has contributed to income instability. The competition is predominantly characterized by price-based strategies due to the homogeneous nature of the products sold, leading traders to lower prices in order to attract customers. This study aims to describe the forms of business competition and analyze their impact on the income of grocery traders in Lasi Market, Candung District. The research employed a descriptive qualitative approach with field research as the research design. Data were collected through observation, interviews, and documentation from informants selected using purposive sampling. Data analysis was conducted using the Miles and Huberman model, including data reduction, data display, and conclusion drawing, while data validity was ensured through source, technique, and time triangulation. The findings indicate that business competition in Lasi Market is relatively intense and largely dominated by price competition, which affects traders' income levels. In addition, business capital, length of business operation, and the ability to attract customers significantly influence income. From the perspective of Islamic business ethics, competition generally remains fair, although indications of unhealthy practices such as price undercutting were identified.

Keywords : *Business Competition, Grocery Traders, Income, Traditional Market, Islamic Business Ethics.*

PENDAHULUAN

Pasar tradisional memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat sekaligus menjadi sumber penghidupan bagi pelaku usaha kecil. Salah satu usaha yang mendominasi aktivitas perdagangan di pasar tradisional adalah usaha sembako karena menjual kebutuhan pokok yang selalu dibutuhkan masyarakat. Namun, meningkatnya jumlah pedagang yang menjual produk serupa menyebabkan persaingan usaha semakin ketat, terutama dalam aspek harga.

Persaingan usaha merupakan kondisi ketika pelaku usaha berupaya menarik konsumen melalui berbagai strategi seperti harga, kualitas produk, dan pelayanan. Dalam pasar tradisional, produk sembako yang relatif homogen menyebabkan persaingan harga menjadi strategi yang paling sering digunakan. Kondisi tersebut dapat memberikan dampak positif berupa meningkatnya kualitas pelayanan, tetapi juga berpotensi menurunkan keuntungan apabila terjadi perang harga yang berlebihan.

Menurut Michael E. Porter (2008), persaingan usaha merupakan suatu kondisi yang mendorong perusahaan atau pelaku usaha untuk menciptakan keunggulan kompetitif melalui strategi biaya rendah, diferensiasi produk, maupun fokus pada segmen pasar tertentu. Dalam konteks pasar tradisional, bentuk persaingan yang paling umum terjadi adalah persaingan harga dan pelayanan karena produk yang diperjualbelikan relatif homogen. Persaingan yang sehat dapat meningkatkan efisiensi pasar dan memberikan manfaat bagi konsumen maupun pelaku usaha.

Dalam perspektif ekonomi Islam, persaingan usaha diperbolehkan selama dilakukan berdasarkan prinsip kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab. Islam mendorong umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan (fastabiqul khairat) termasuk dalam aktivitas ekonomi. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha harus menghindari praktik yang dapat merugikan pihak lain seperti penipuan, monopoli, penimbunan barang, maupun persaingan yang tidak sehat (Qardhawi)

Berdasarkan observasi awal di Pasar Lasi Kecamatan Candung, ditemukan adanya variasi harga pada beberapa komoditas sembako serta perbedaan tingkat pendapatan antar pedagang. Kondisi tersebut menunjukkan adanya dinamika persaingan usaha yang memengaruhi kemampuan pedagang dalam memperoleh keuntungan. Selain itu, perbedaan modal dan pengalaman usaha turut memengaruhi kemampuan pedagang dalam menghadapi persaingan yang terjadi.

Penelitian mengenai persaingan usaha pedagang sembako telah banyak dilakukan. Sulfiani Samur (2023) menemukan bahwa perilaku pedagang sembako di Pasar Sentral Batu Batu Marioriawa Soppeng belum sepenuhnya menerapkan prinsip etika bisnis Islam, terutama dalam aspek kejujuran dan pelayanan kepada konsumen. Sementara itu, Armita Anjasari (2023) menunjukkan bahwa strategi keunggulan bersaing pedagang sembako dilakukan melalui penetapan harga, kualitas produk, dan pelayanan yang sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.

Penelitian Hendik Agus Kurniawan (2021) menunjukkan bahwa persaingan usaha pedagang sembako masih ditemukan dalam bentuk praktik yang kurang sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam, terutama terkait kejujuran dalam transaksi. Selanjutnya, Ervin Triani (2022) menemukan bahwa persaingan usaha pedagang sembako terjadi melalui aspek harga, pelayanan, dan lokasi usaha. Namun, praktik banting harga yang dilakukan sebagian pedagang berpotensi menimbulkan persaingan yang kurang sehat. Hasil penelitian Lukluil Baidoih (2023) juga menunjukkan bahwa persaingan antar pedagang sembako masih didominasi oleh persaingan harga sehingga diperlukan penerapan prinsip keadilan dan kejujuran dalam menjalankan usaha.

Selain itu, Feni Slamet Riyanty (2022) menemukan bahwa strategi penetapan harga pada pedagang sembako dipengaruhi oleh harga pasar, modal usaha, dan tingkat keuntungan yang diharapkan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa harga merupakan salah satu instrumen utama yang digunakan pedagang dalam menghadapi persaingan usaha.

Meskipun berbagai penelitian terdahulu telah membahas persaingan usaha pedagang sembako dari perspektif etika bisnis Islam, strategi keunggulan bersaing, dan penetapan harga, penelitian yang secara khusus mengkaji hubungan antara persaingan usaha dan pendapatan pedagang sembako di Pasar Lasi Kecamatan Candung masih terbatas. Penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada aspek etika bisnis dan strategi persaingan, sedangkan pengaruh persaingan usaha terhadap pendapatan pedagang belum banyak dikaji secara mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bentuk persaingan usaha yang terjadi serta dampaknya terhadap pendapatan pedagang sembako di Pasar Lasi Kecamatan Candung.

Kajian Teori

Persaingan Usaha

Persaingan usaha merupakan kondisi ketika dua atau lebih pelaku usaha berusaha memperoleh konsumen dan keuntungan melalui berbagai strategi bisnis. Persaingan menjadi bagian penting dalam kegiatan ekonomi karena dapat mendorong pelaku usaha meningkatkan kualitas produk, pelayanan, dan efisiensi usaha.

Menurut Porter, keunggulan bersaing dapat dicapai melalui tiga strategi utama, yaitu strategi biaya rendah (cost leadership), diferensiasi (differentiation), dan fokus (focus strategy). Strategi biaya rendah dilakukan dengan menawarkan harga yang lebih kompetitif, sedangkan diferensiasi dilakukan dengan menciptakan keunikan produk atau layanan yang membedakan usaha dari pesaing. Adapun strategi fokus menekankan pelayanan pada segmen pasar tertentu.

Dalam pasar tradisional, persaingan usaha umumnya terjadi melalui penetapan harga, kualitas produk, kelengkapan barang dagangan, serta pelayanan kepada konsumen. Persaingan yang sehat dapat memberikan manfaat bagi pelaku usaha maupun konsumen karena mendorong terciptanya efisiensi dan peningkatan kualitas pelayanan. Sebaliknya, persaingan yang tidak sehat dapat menimbulkan kerugian bagi pelaku usaha lain dan mengganggu stabilitas pasar.

Dalam perspektif ekonomi Islam, persaingan usaha diperbolehkan selama dilakukan secara jujur, adil, dan tidak merugikan pihak lain. Persaingan yang sehat dapat mendorong peningkatan kualitas usaha serta memberikan manfaat bagi masyarakat melalui tersedianya barang dengan harga yang wajar dan pelayanan yang lebih baik.

Pendapatan Pedagang

Pendapatan merupakan hasil yang diperoleh seseorang atau pelaku usaha dari kegiatan ekonomi yang dilakukan dalam periode tertentu. Dalam usaha perdagangan, pendapatan diperoleh dari selisih antara hasil penjualan dengan biaya yang dikeluarkan selama menjalankan usaha. Tingkat pendapatan pedagang dapat digunakan sebagai indikator untuk melihat keberhasilan suatu usaha dalam menghasilkan keuntungan.

Pendapatan pedagang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti faktor internal dan eksternal, Faktor internal meliputi modal usaha, pengalaman berdagang, kemampuan mengelola usaha, serta kualitas pelayanan kepada pelanggan. Pedagang yang memiliki modal lebih besar umumnya mampu menyediakan stok barang yang lebih lengkap sehingga memiliki peluang memperoleh pendapatan yang lebih tinggi.

Sementara itu, faktor eksternal meliputi tingkat persaingan usaha, perubahan harga barang dari distributor, kondisi daya beli masyarakat, serta lokasi usaha. Dalam pasar tradisional, faktor persaingan harga menjadi salah satu faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang sembako.

Persaingan Usaha dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Islam memperbolehkan persaingan dalam kegiatan usaha selama dilakukan secara jujur, adil, dan tidak merugikan pihak lain. Persaingan dipandang sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas usaha dan memberikan manfaat bagi masyarakat. Dalam etika bisnis Islam, setiap pelaku usaha dituntut untuk menerapkan nilai-nilai kejujuran (shiddiq), amanah, keadilan (al-'adl), dan tanggung jawab dalam menjalankan aktivitas perdagangan.

Islam juga melarang berbagai bentuk persaingan usaha yang tidak sehat, seperti monopoli, penimbunan barang (ihtikar), penipuan, dan praktik yang bertujuan merugikan pelaku usaha lain. Oleh karena itu, persaingan usaha tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan, tetapi juga harus memperhatikan aspek moral dan kemaslahatan bersama. Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, pelaku usaha dapat menciptakan persaingan yang sehat serta memperoleh keuntungan yang berkah dan berkelanjutan.

Persaingan Usaha dalam Perspektif Manajemen Bisnis Syariah

Dalam Manajemen Bisnis Syariah, persaingan usaha dipandang sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas usaha dan memberikan manfaat yang lebih besar kepada masyarakat. Islam mendorong umatnya untuk bekerja keras dan berkompetisi dalam kebaikan (fastabiqul khairat), termasuk dalam aktivitas ekonomi.

Persaingan usaha yang sesuai dengan prinsip syariah harus dilandasi oleh kejujuran, keterbukaan, keadilan, dan tanggung jawab. Pedagang tidak diperbolehkan melakukan praktik yang merugikan pihak lain seperti penipuan, pengurangan timbangan, monopoli, maupun penimbunan barang. Dengan menerapkan prinsip-prinsip tersebut, persaingan usaha dapat menciptakan keberkahan dan kesejahteraan bagi seluruh pihak yang terlibat.

Hubungan Persaingan Usaha dengan Pendapatan Pedagang

Persaingan usaha dan pendapatan memiliki hubungan yang erat dalam aktivitas perdagangan. Semakin tinggi tingkat persaingan, maka semakin besar tantangan yang dihadapi pedagang dalam mempertahankan pelanggan dan keuntungan usaha. Namun demikian, persaingan tidak selalu berdampak negatif terhadap pendapatan.

Dalam kondisi tertentu, persaingan justru mendorong pedagang untuk meningkatkan kualitas pelayanan, memperbaiki pengelolaan usaha, dan menciptakan strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan demikian, tingkat pendapatan yang diperoleh pedagang tidak hanya ditentukan oleh tingkat persaingan, tetapi juga oleh kemampuan pedagang dalam merespons persaingan tersebut.

Keterkaitan Hasil Penelitian dengan Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persaingan harga merupakan bentuk persaingan yang paling dominan di antara pedagang sembako di Pasar Lasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa harga menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di pasar tradisional.

Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa modal usaha dan pengalaman berdagang turut mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang. Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian

sebelumnya yang menyatakan bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh tingkat persaingan, tetapi juga oleh kemampuan pedagang dalam mengelola sumber daya usaha yang dimiliki.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan memahami fenomena persaingan usaha yang terjadi di kalangan pedagang sembako secara mendalam berdasarkan kondisi yang terjadi di lapangan.

Lokasi penelitian dilakukan di Pasar Lasi Kecamatan Candung Kabupaten Agam. Informan penelitian terdiri dari pedagang sembako yang aktif melakukan kegiatan perdagangan di pasar tersebut. Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling dengan mempertimbangkan pengalaman usaha, kesediaan memberikan informasi, dan keterlibatan dalam aktivitas perdagangan sembako.

Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam dengan pedagang sembako. Data sekunder diperoleh dari dokumen, buku, jurnal ilmiah, dan data pendukung lainnya yang relevan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang terdiri atas reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjaga validitas data dilakukan triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Pedagang sembako di Pasar Lasi

Tabel 1. Data Lama Usaha Pedang Sembako di Pasar Lasi Kecamatan Candung, Desember 2025

Kode Pedagang	Lama Usaha
Pedagang A	25 Tahun
Pedagang B	3 Tahun
Pedagang C	7 Tahun
Pedagang D	8 Tahun

Sumber : Wawancara dengan pedagang sembako pasar lasi, desember 2025

Berdasarkan tabel 1, pedagang sembako di Pasar Lasi memiliki karakteristik yang beragam, Lama usaha pedagang berkisar antara 3 tahun hingga lebih dari 25 tahun. Perbedaan lama usaha tersebut menunjukkan adanya variasi pengalaman dalam menghadapi dinamika perdagangan dan persaingan pasar. Pedagang yang telah lama menjalankan usaha umumnya memiliki pelanggan tetap dan lebih memahami kebutuhan serta pola konsumsi masyarakat dibandingkan pedagang yang baru memulai usaha.

Selain lama usaha modal usaha juga menjadi salah satu faktor yang membedakan kondisi pedagang sembako di Pasar Lasi. Berdasarkan hasil wawancara, terdapat perbedaan jumlah modal yang cukup signifikan antara satu pedagang dengan pedagang lainnya. Pedagang yang memiliki modal lebih besar cenderung mampu menyediakan stok barang yang lebih lengkap dan beragam

sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik. Kondisi tersebut memberikan keuntungan tersendiri dalam menghadapi persaingan usaha yang terjadi di pasar.

Usaha sembako di Pasar Lasi merupakan salah satu jenis usaha yang memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat. Produk yang diperdagangkan meliputi beras, gula pasir, minyak goreng, telur ayam ras, tepung, serta berbagai kebutuhan rumah tangga lainnya. Tingginya kebutuhan masyarakat terhadap produk sembako menjadikan usaha ini sebagai salah satu sektor perdagangan yang cukup aktif dan memiliki tingkat persaingan yang tinggi.

Keberhasilan pedagang dalam menjalankan usaha tidak hanya ditentukan oleh besarnya modal yang dimiliki, tetapi juga dipengaruhi oleh pengalaman usaha serta kemampuan dalam membangun hubungan dengan pelanggan. Pedagang yang telah lama berjualan umumnya memiliki strategi yang lebih baik dalam mengelola usaha, menjaga ketersediaan stok barang, serta mempertahankan loyalitas pelanggan. Sementara itu, pedagang yang memiliki keterbatasan modal sering mengalami kesulitan dalam menyediakan variasi produk yang lengkap sehingga daya saingnya relatif lebih rendah.

Peran Pasar Lasi terhadap Perekonomian Masyarakat

Pasar Lasi memiliki peran penting sebagai pusat kegiatan ekonomi masyarakat Kecamatan Candung dan sekitarnya. Keberadaan pasar ini tidak hanya menjadi tempat transaksi jual beli kebutuhan pokok, tetapi juga menjadi sumber mata pencaharian bagi banyak pelaku usaha kecil.

Melalui aktivitas perdagangan yang berlangsung secara rutin, Pasar Lasi turut berkontribusi terhadap perputaran ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, keberlangsungan usaha para pedagang sembako memiliki arti penting dalam menjaga stabilitas ekonomi lokal.

Persaingan Harga Pedagang Sembako

Tabel 2. **Variasi Harga Beberapa Sembako Di Pasar Lasi Kecamatan Candung, Desember 2025**

Kode pedagang	Beras Kuriak Kusuik (Rp/Kg)	Gula Pasir (Rp/Kg)	Minyak Curah (Rp/Kg)	Telur Ayam Ras (Rp/Tray)		
				Ukuran		
				Kecil	Sedang	Besar
A	19.000	18.000	20.000	50.000	54.000	63.000
B	18.500	18.000	20.000	50.000	55.000	64.000
C	18.000	18.000	19.000	-	-	62.000
D	20.000	18.000	19.000	52.000	56.000	63.000
Total	**75.500**	**72.000**	**78.000**	**152.000**	**165.000**	**252.000**
Rata-rata	**18.875**	**18.000**	**19.500**	**50.666**	**55.000**	**63.000**

Sumber : Wawancara dengan pedagang sembako pasar lasi, desember 2025

Berdasarkan Tabel 2, terdapat variasi harga pada beberapa komoditas sembako yang dijual oleh pedagang. Perbedaan harga tersebut menunjukkan adanya persaingan harga sebagai strategi untuk menarik konsumen. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian pedagang menyesuaikan harga dengan kondisi pasar agar tetap mampu mempertahankan pelanggan.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa persaingan harga menjadi strategi utama yang digunakan pedagang sembako di Pasar Lasi untuk mempertahankan dan menarik konsumen. Kondisi ini terjadi karena sebagian besar pedagang menjual produk yang relatif sama sehingga harga menjadi faktor yang paling mudah dibandingkan oleh konsumen. Semakin kompetitif harga

yang ditawarkan, semakin besar peluang pedagang untuk memperoleh pelanggan dan meningkatkan volume penjualan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Porter yang menyatakan bahwa strategi biaya rendah (cost leadership) dapat digunakan sebagai salah satu bentuk keunggulan bersaing dalam menghadapi kompetitor. Namun demikian, persaingan harga yang terlalu ketat berpotensi menurunkan margin keuntungan pedagang. Oleh karena itu, pedagang tidak hanya perlu bersaing melalui harga, tetapi juga melalui peningkatan kualitas pelayanan dan kelengkapan produk agar mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya.

Selain persaingan harga, pedagang juga melakukan persaingan melalui pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan yang ramah, kemudahan transaksi, serta hubungan baik dengan pelanggan menjadi strategi yang digunakan untuk mempertahankan loyalitas konsumen. Beberapa pedagang memberikan kemudahan pembayaran kepada pelanggan tetap sehingga menciptakan hubungan jangka panjang antara pedagang dan pembeli.

Persaingan juga terjadi dalam aspek kelengkapan barang dagangan. Pedagang yang memiliki modal lebih besar mampu menyediakan jenis barang yang lebih lengkap sehingga konsumen dapat memenuhi berbagai kebutuhan dalam satu tempat. Kondisi ini memberikan keunggulan kompetitif dibandingkan pedagang yang memiliki keterbatasan modal.

Bentuk Persaingan Usaha Pedagang Sembako

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk persaingan yang paling dominan terjadi di Pasar Lasi adalah persaingan harga. Hampir seluruh pedagang menjual produk yang sama sehingga harga menjadi faktor utama yang diperhatikan konsumen. Perbedaan harga antar pedagang memang tidak terlalu besar, namun cukup mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat.

Selain persaingan harga, persaingan juga terjadi dalam bentuk pelayanan kepada pelanggan. Beberapa pedagang berusaha mempertahankan pelanggan melalui sikap ramah, pelayanan yang cepat, dan hubungan sosial yang baik dengan konsumen. Strategi tersebut dilakukan sebagai upaya untuk menciptakan loyalitas pelanggan di tengah tingginya tingkat persaingan.

Persaingan juga terlihat dari upaya pedagang dalam menjaga kualitas barang dagangan. Konsumen cenderung memilih pedagang yang mampu menyediakan barang berkualitas baik dengan harga yang sesuai. Oleh karena itu, kualitas produk menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan daya saing pedagang di pasar tradisional.

Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang

Tabel 3. Data Pendapatan Pedagang Sembako di Pasar Lasi kecamatan candung, Desember 2025

Kode Pedagang	Pendapatan Harian (Rp)	Pendapatan Mingguan (Rp)
Pedagang A	Rp 750.000	Rp 5.000.000
Pedagang B	Rp 850.000	Rp 6.000.000
Pedagang C	Rp 650.000	Rp 4.500.000
Pedagang D	Rp 500.000	Rp 3.500.000
Total	**Rp 2.750.000**	**Rp 19.000.000**
Rata-rata	**Rp 687.500**	**Rp 4.750.000**

Sumber : Wawancara dengan pedagang sembako pasar lasi, desember 2025

Berdasarkan Tabel 3, pendapatan pedagang sembako di Pasar Lasi menunjukkan adanya perbedaan antar pedagang. Pendapatan harian berkisar antara Rp500.000 hingga Rp850.000, sedangkan pendapatan mingguan berkisar antara Rp3.500.000 hingga Rp6.000.000. Pedagang B memperoleh pendapatan tertinggi, sementara Pedagang D memperoleh pendapatan terendah. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa kemampuan pedagang dalam memperoleh pendapatan tidak sama meskipun menjual jenis barang yang relatif serupa.

Perbedaan tingkat pendapatan dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti besarnya modal usaha, kelengkapan stok barang, pengalaman berdagang, serta kemampuan pedagang dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Pedagang yang memiliki modal lebih besar dan variasi barang yang lebih lengkap cenderung memperoleh pendapatan yang lebih tinggi karena mampu memenuhi kebutuhan konsumen secara lebih optimal.

Selain itu, persaingan harga yang terjadi di Pasar Lasi turut mempengaruhi pendapatan pedagang. Pedagang yang mampu menetapkan harga secara kompetitif tanpa mengurangi kualitas barang dan pelayanan memiliki peluang lebih besar untuk mempertahankan jumlah pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa persaingan usaha memiliki pengaruh terhadap tingkat pendapatan pedagang sembako, meskipun faktor internal seperti modal dan pengalaman usaha juga berperan dalam menentukan besarnya pendapatan yang diperoleh.

Dampak Persaingan Usaha terhadap Pendapatan Pedagang

Tabel 4. Data Modal Pedagang Sembako di Pasar Lasi Kecamatan Candung, Desember 2025

Kode Pedagang	Modal Mingguan (Rp)
Pedagang A	Rp 20. 000.000
Pedagang B	Rp 22.000.000
Pedagang C	Rp 10.000.000
Pedagang D	Rp 6.000.000
Total	**Rp 58.000.000**
Rata-rata	**Rp 14.500.000**

Sumber : Wawancara dengan pedagang sembako pasar lasi, desember 2025

Berdasarkan Tabel 4, modal usaha pedagang sembako di Pasar Lasi menunjukkan perbedaan yang cukup signifikan. Pedagang B memiliki modal usaha terbesar, yaitu Rp22.000.000 per minggu, sedangkan Pedagang D memiliki modal paling rendah, yaitu sekitar Rp6.000.000 per minggu. Perbedaan modal tersebut menunjukkan adanya variasi kemampuan pedagang dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya.

Modal usaha menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi kemampuan pedagang dalam menghadapi persaingan. Pedagang yang memiliki modal lebih besar cenderung mampu menyediakan stok barang yang lebih lengkap dan dalam jumlah yang lebih banyak dibandingkan pedagang yang memiliki modal terbatas. Ketersediaan barang yang lengkap memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhannya pada satu tempat, sehingga dapat meningkatkan peluang terjadinya pembelian.

Selain itu, modal yang lebih besar memungkinkan pedagang untuk menambah variasi produk serta menjaga ketersediaan barang ketika terjadi peningkatan permintaan pasar. Sebaliknya, pedagang dengan modal yang terbatas sering menghadapi kendala dalam menambah persediaan barang sehingga daya saingnya relatif lebih rendah. Kondisi ini menunjukkan bahwa

modal usaha tidak hanya berfungsi sebagai sumber pembiayaan kegiatan perdagangan, tetapi juga menjadi faktor pendukung dalam mempertahankan keberlangsungan usaha dan meningkatkan kemampuan bersaing di tengah persaingan antar pedagang sembako di Pasar Lasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal usaha memiliki keterkaitan dengan kemampuan pedagang dalam menarik konsumen dan mempertahankan pendapatan. Semakin besar modal yang dimiliki, semakin besar pula peluang pedagang untuk meningkatkan skala usaha dan menghadapi persaingan secara lebih kompetitif. Dengan demikian, modal usaha merupakan salah satu faktor yang mendukung keberhasilan pedagang sembako dalam menjalankan usahanya di Pasar Lasi Kecamatan Candung.

Analisis Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Dan Bisnis

Berdasarkan hasil penelitian, persaingan usaha yang terjadi di Pasar Lasi pada umumnya masih berada dalam koridor persaingan yang sehat. Pedagang bersaing melalui harga dan pelayanan tanpa melakukan praktik monopoli maupun penimbunan barang.

Namun demikian, terdapat kecenderungan sebagian pedagang menurunkan harga secara berlebihan untuk menarik konsumen. Dalam perspektif etika bisnis Islam, praktik tersebut perlu dihindari apabila bertujuan merugikan pedagang lain. Islam mengajarkan bahwa kegiatan usaha harus dilakukan berdasarkan prinsip kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sehingga tercipta kemaslahatan bagi seluruh pihak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa persaingan usaha pedagang sembako di Pasar Lasi Kecamatan Candung Kabupaten Agam didominasi oleh persaingan harga, pelayanan kepada pelanggan, dan kelengkapan barang dagangan. Persaingan harga menjadi bentuk persaingan yang paling dominan karena produk yang dijual relatif homogen sehingga harga menjadi pertimbangan utama konsumen dalam melakukan pembelian.

Pendapatan pedagang dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain modal usaha, lama usaha, kemampuan mempertahankan pelanggan, kelengkapan barang dagangan, serta perubahan harga barang dari distributor. Pedagang yang memiliki modal lebih besar dan pengalaman usaha yang lebih lama cenderung memperoleh pendapatan yang lebih stabil dibandingkan pedagang yang memiliki keterbatasan modal dan pengalaman.

Persaingan usaha yang terjadi di Pasar Lasi pada umumnya masih sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam karena dilakukan melalui peningkatan pelayanan dan kualitas usaha. Namun demikian, praktik penurunan harga secara berlebihan yang bertujuan untuk melemahkan pesaing perlu dihindari karena bertentangan dengan prinsip keadilan dalam Islam. Oleh karena itu, pedagang diharapkan mampu menerapkan strategi usaha yang sehat, profesional, dan berlandaskan nilai-nilai etika bisnis Islam guna menciptakan keberlangsungan usaha yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. (2011). Manajemen Bisnis Syariah. Bandung: Alfabeta.

Anjasari, A. (2023). Strategi Keunggulan Bersaing Pedagang Sembako dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik Perdagangan dan UMKM Indonesia. Jakarta: BPS.
Baidoih, L. (2023). Persaingan Usaha Pedagang Sembako dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Skripsi.
Hidayat, M. (2021). Persaingan Usaha Ritel Tradisional. Yogyakarta: Deepublish.
Indriantoro, N., & Supomo, B. (2018). Metodologi Penelitian Bisnis. Yogyakarta: BPFE.
Kurniawan, H. A. (2021). Analisis Persaingan Usaha Pedagang Sembako dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Skripsi.
Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd ed.). California: Sage Publications.
Porter, M. E. (2008). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York: Free Press.
Qardhawi, Y. (1997). Norma dan Etika Ekonomi Islam. Jakarta: Gema Insani Press.
Riyanty, F. S. (2022). Strategi Penetapan Harga Pedagang Sembako dalam Menghadapi Persaingan Usaha. Skripsi.
Rofii, & Rahim, A. (2024). Perkembangan UMKM Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 dan Fiqih Siyasah. Jurnal MBI, 18(10).
Samur, S. (2023). Perilaku Pedagang Sembako dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Pasar Sentral Batu Batu Marioriawa Soppeng. Skripsi.
Sembiring, R. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas, dan Lokasi Terhadap Preferensi Konsumen di Pasar Tradisional. Agrica Jurnal, 9(2).
Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
Suryadi, R. F. (2023). Peran UMKM dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal. Central Publisher Journal, 1(9).
Triani, E. (2022). Analisis Persaingan Usaha Pedagang Sembako di Pasar Tradisional. Skripsi.
Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja