

## **ANALISA PERSAINGAN PASAR TERHADAP PENJUALAN TAPAI DI KAMPUNG TAPAI GAMBUT**

**Nurbaiti & Sery Fitry**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia Banjarmasin

Jl. A Yani Km. 5,5 Banjarmasin, Kalimantan Selatan

*e-mail:* [seryfitry09@gmail.com](mailto:seryfitry09@gmail.com)

**Abstract:** The purpose of this study is to find out business competition in the Village of Tapai Gambut and to find out the business competition of traders in Tapai Gambut Village. The research method used in this study is a qualitative method by conducting direct studies in the field. The object of this research is the traders in the Tapai Gambut Village kilometer four. Data sources used are primary and secondary data collection techniques in the form of observation, interviews and documentation. The result showed that business competition in the Village of Tapai Gambut included three aspects namely product, price and place. Of the ten respondents, two of them have obtained business licenses registered at the Ministry of Health, two of them with their own market price and eight others with the same market price. Six out of ten respondents, do not apply the principle of honesty that can harm the buyer by mixing artificial sweeteners, so that they do not get good quality. However, most traders in the Village Tapai Gambut, providing the best service to buyers.

**Keywords :** *Business Competition, Business Ethics*

**Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persaingan usaha di Kampung Tapai Gambut dan untuk mengetahui tinjauan etika bisnis terhadap persaingan usaha para pedagang di Kampung Tapai Gambut. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan melakukan studi langsung ke lapangan. Objek penelitian ini adalah para pedagang yang terdapat di Kampung Tapai Gambut Km.4. Sumber data yang digunakan adalah primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persaingan usaha di Kampung Tapai Gambut meliputi 3 aspek yaitu produk, harga dan tempat. Dari 10 responden, dua diantaranya sudah mendapatkan izin usaha terdaftar di Departemen Kesehatan, 2 diantaranya dengan harga pasaran sendiri dan 8 orang lainnya dengan harga pasaran yang sama. 6 diantara 10 responden tidak menjalankan prinsip kejujuran yang dapat merugikan pembeli dengan mencampurkan pemanis buatan sehingga tidak memperoleh kualitas yang baik. Namun sebagian besar pedagang di Kampung Tapai Gambut memberikan pelayanan terbaik kepada pembeli.

**Kata Kunci :** *Persaingan Usaha, Etika Bisnis*

### **Latar Belakang**

Bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomis dan mempunyai peranan sangat vital dalam memenuhi kebutuhan manusia. Kegiatan bisnis mempengaruhi semua tingkat kehidupan manusia baik individu, sosial,

regional, nasional maupun internasional. Tiap hari jutaan manusia melakukan kegiatan bisnis sebagai produsen, perantara maupun sebagai konsumen. Bisnis adalah kegiatan ekonomis. Hal yang terjadi dalam hal ini adalah tukar menukar, jual beli,

memproduksi, bekerja memperkerjakan, serta interaksi manusiawi lainnya dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan.

Salah satu tempat berlangsungnya kegiatan bisnis adalah pasar. Pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli atau lebih jelasnya, daerah, tempat, wilayah, arca yang mengandung kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu dan berbentuk harga. Artinya berlangsungnya kegiatan-kegiatan jual beli di pasar merupakan sebuah kegiatan bisnis melalui penawaran harga antar penjual dan pembeli. Terdapat keseimbangan dalam transaksi sampai terjadinya kesepakatan harga yang memberikan keuntungan bagi penjual dan tidak merugikan pembeli.

Seiring perkembangan zaman yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis yang semakin tinggi. Adanya persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapatkan keuntungan, bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Etika bisnis sebagai seperangkat nilai yang tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas..

Dari hasil pra *riset*, di Kampung Tapai Gambut terdapat persaingan usaha (bisnis) yang cukup ketat, seperti persaingan dari segi harta, kualitas produk dan pelayanan. Ada sebagian pedagang memberikan harta terhadap produknya lebih rendah dari pada harga pesaing dengan tujuan mematikan pesaingnya. Hal ini menimbulkan berbagai reaksi dari sebagian pedagang. Pedagang yang mempunyai modal yang besar merendahkan harga barang dagangannya untuk menjatuhkan pesaingnya yang mempunyai modal sedikit atau pas-pasan, dan ada pula pedagang yang meninggikan harga barang dagangannya, sehingga merugikan konsumen yang membeli barang dagangannya.

Dari latar belakang masalah tersebut diatas, maka peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisa Persaingan Pasar Terhadap Penjualan Tapai di Kampung Tapai Gambut .

Dari latar belakang tersebut, maka disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persaingan usaha di Kampung Tapai Gambut?
2. Bagaimana tinjauan etika bisnis terhadap persaingan usaha para pedagang di Kampung Tapai Gambut?

Usaha dalam kehidupan sehari-hari merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang untuk mencukupi kebutuhan hidupnya. Usaha didefinisikan sebagai sebuah kegiatan atau aktivitas yang mengalokasikan sumber-sumber daya yang dimiliki kedalam suatu kegiatan produksi yang menghasilkan barang dan jasa yang bisa dipasarkan kepada konsumen agar dapat memperoleh keuntungan atau pengembalian hasil.

Seseorang dalam menjalankan usahanya tentu saja mengalami berbagai macam persaingan dari para pesaingnya. Menurut Porter, persaingan adalah inti dari keberhasilan. Agar dapat memenangkan setiap persaingan, setiap perusahaan harus memiliki strategi bersaing. Salah satunya dalam membangun kepercayaan dalam suatu hubungan jangka panjang antara pedagang dan pelanggannya. Dengan demikian, persaingan usaha merupakan rivalitas yang terjadi diantara para pelaku usaha untuk dapat memperoleh konsumen dengan menawarkan barang yang berkualitas baik dan dengan harga yang baik pula.

Pada prinsipnya keberadaan hukum persaingan usaha yang sehat yang dapat mendorong pelaku usaha untuk melakukan efisiensi agar mampu bersaing secara wajar dengan para pesaingnya. Hal ini tercantum dalam UU No.5 Tahun 1999 Pasal 3 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat adalah untuk:

- a. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat.
- b. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah dan pelaku usaha kecil.

- c. Mencegah praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha.
- d. Terciptanya efektifitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

Macam-macam persaingan usaha:

- a. Persaingan usaha sempurna
- b. Persaingan usaha tidak sehat
- c. Penguasaan pasar
- d. Persengkongkolan
- e. Oligopoli
- f. Penetapan harga
- g. Pembagian pasar
- h. Pemboikotan
- i. Trust
- j. Oligopsoli
- k. Intergrasi horizontal
- l. Perjanjian tertutup

Tiga unsur yang harus dicermati dalam persaingan bisnis adalah:

1. Pihak-pihak yang bersaing  
Manusia merupakan perilaku dan pusat pengendalian bisnis. Bagi seorang muslim, bisnis yang dilakukan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan harta yang dimilikinya. Harta yang diperolehnya adalah rizki dan tugas manusia adalah berusaha sebaik-baiknya, salah satunya dengan jalan bisnis. Pesaing tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya.
2. Segi cara bersaing  
Berbisnis adalah bagian dari muamalah, karenanya bisnis tidak lepas dari hukum-hukum yang mengatur muamalah. Karenanya persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah. Dalam berbisnis setiap orang akan berhubungan dengan pihak-pihak lain seperti rekanan bisnis dan pesaing bisnis.
3. Objek (barang atau jasa) yang dipersaingkan

Beberapa keunggulan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah:

- a. Produk  
Produk yang dipersaingkan baik barang dan jasa harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitasnya terjamin dan bersaing.
- b. Harga  
Bila ingin memenangkan persaingan, harga produk harus kompetitif. Dalam hal ini, tidak diperkenankan membanting harga untuk menjatuhkan pesaing.
- c. Tempat  
Tempat yang digunakan harus baik, sehat, bersih dan nyaman, dan harus dihindarkan dari hal-hal yang diharamkan seperti gambar porno, minuman keras dan sebagainya untuk sekedar menarik pembeli..
- d. Pelayanan  
Pelayanan harus diberikan dengan ramah, tapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat.
- e. Layanan purna jual  
Ini merupakan service yang akan melanggengkan. Akan tetapi ini diberikan dengan cuma-cuma atau sesuai akad.

Bisnis berasal dari bahasa *business*, mengembangkan kata dasar busy yang berarti “sibuk” dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Serta luas pengertian bisnis adalah sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia (individu, komunitas, maupun masyarakat) untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi, baik barang maupun jasa, secara efektif dan efisien.

Tujuan bisnis merupakan hasil akhir yang ingin dicapai oleh pra pelaku bisnis yang mereka lakukan, dan merupakan cerminan dari berbagai hasil yang diharapkan bisa dilakukan oleh bagian-bagian dari

perusahaan (produksi, pemasaran, personalia, dll) yang akan menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Sumber daya ekonomi yang dikelola secara efektif dan efisien dengan berbagai aktivitas bisnis bertujuan, yaitu:

1. Menciptakan dan pengadaan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh manusia, baik individu, komunitas, maupun masyarakat.
2. Mendapatkan pendapatan yang diinginkan lebih besar dari pada biaya atau ongkos yang telah dikeluarkan pengelola bisnis.
3. Menciptakan nilai tambah bagi pengelola bisnis dan masyarakat.
4. Menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat.
5. Meningkatkan kesejahteraan bagi seluruh pihak-pihak yang terlibat (pemilik, pekerja, dll).
- 6.

Etika bisnis dalam konteks konvensional diartikan sebagai pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas berarti aspek baik dan buruk, terpuji atau tercela, dan karenanya perilaku manusia tersebut diperbolehkan atau tidak, moralitas selalu berkaitan dengan apa yang dilakukan manusia, dan kegiatan ekonomis merupakan suatu bidang perilaku manusia yang penting. Menurut Bertens, ada 3 tujuan bisnis yang ingin dicapai dalam etika bisnis, yaitu:

1. Menanamkan atau meningkatkan kesadaran akan adanya dimensi etis dalam bisnis. Menanamkan jika sebelumnya kesadaran itu tidak ada, meningkatkan bila kesadaran itu sudah ada, tapi masih lemah dan ragu. Orang yang mendalami etika bisnis diharapkan memperoleh keyakinan bahwa etika merupakan aspek nyata dari kegiatan ekonomis yang perlu diberikan perhatian serius.
2. Memperkenalkan argumentasi moral khususnya bidang ekonomi dan bisnis, serta membantu pebisnis atau calon pebisnis dalam menyusun pembuktian moral yang tepat. Dalam hal etika sebagai ilmu, adanya norma-norma moral bukan sekedar dikuatkan, akan tetapi tidak kalah penting adalah alasan bagi berlakunya norma-norma itu. Melalui studi etika diharapkan pelaku bisnis akan sanggup

menemukan fundamental rasional untuk aspek moral yang menyangkut ekonomi dan bisnis.

3. Membantu pebisnis atau calon pebisnis untuk menentukan sikap moral yang tepat didalam profesinya kelak. Hal ketiga ini memunculkan pertanyaan, apakah studi etika ini menjamin seseorang akan menjadi etis juga?. Jawabnya, sekurang-kurangnya meliputi dari sisi berikut, pengajaran tentang etika bisnis boleh diharapkan juga mempunyai dampak atas tingkah laku pebisnis. Bila studi etika telah membuka mata, maka konsekuensi logisnya adalah pebisnis bertingkah laku menurut yang diakui sebagai hal yang benar.

Praktik bisnis yang dilarang adalah:

1. Kecurangan Dalam Takaran  
Kecurangan dalam menakar dan menimbang sangat dilarang dalam bisnis islami. Hal ini mendapat perhatian khusus dalam Al Qur'an karena praktik seperti ini telah merampas hak dan merugikan orang lain. Selain itu praktik seperti ini juga menimbulkan dampak yang sangat vital dalam dunia bisnis yaitu timbulnya ketidakpercayaan pembeli terhadap para pedagang yang curang. Kecurangan merupakan sebab timbulnya ketidakadilan dalam masyarakat padahal keadilan diperlukan dalam setiap perbuatan agar tidak menimbulkan perselisihan. Pedagang yang mencampur beras berkualitas bagus dengan beras berkualitas rendah, penipuan dalam perdagangan merupakan perbuatan yang dilarang.
2. Rekayasa Harga  
Rekayasa harga dapat terjadi ketika ada seseorang yang menjadi penghubung antara pedagang dari pedesaan, kemudian ia membeli dagangan itu sebelum masuk pasar sehingga para pedagang desa belum tahu harga di pasar yang sebenarnya. Kemudian pedagang penghubung tadi menjual ke kota dengan mengambil keuntungan besar yang diperoleh dari pembelian mereka terhadap pedagang pedesaan.
3. Praktik Riba

Dalam praktik riba seseorang berusaha memenuhi kebutuhan orang yang ingin meminjam harta, tetapi disaat yang sama ia mengharuskan kepada orang yang meminjam itu untuk memberi tambahan yang nanti akan diambilnya, tanpa ada imbalan darinya berupa kerja dan tidak pula saling memikirkan. Sehingga disini yang kaya semakin kaya, yang miskin semakin miskin. Praktik riba bagaikan segumpal darah yang menyerap darah orang-orang yang bekerja keras, sedangkan ia tidak bekerja apa-apa tetapi tetap memperoleh keuntungan yang melimpah ruah. Oleh karena itu islam sangat keras dalam mengharamkan riba dan memasukkannya di antara dosa besar yang merusak serta mengancam orang yang berbuat demikian dengan ancaman yang sangat berat.

#### 4. Penimbunan Komoditas

Islam mengajak kepada para pemilik harta untuk mengembangkan harta mereka dan menginvestasikannya, sebaliknya melarang mereka untuk membekukan dan tidak memfungsikannya. Tidak boleh bagi pemilik uang untuk menimbun dan menahannya untuk memfungsikan uang itu untuk proyek-proyek yang bermanfaat dan dapat membawa dampak berupa terbukanya lapangan kerja bagi para pengangguran dan menggairahkan aktivitas perekonomian.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan secara kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian yang dilakukan dengan mendeskripsikan apa yang ada didalam lapangan dengan instrumen utama peneliti itu sendiri. Dalam penelitian ini penulis melakukan studi langsung ke lapangan untuk memperoleh data yang konkrit mengenai persaingan di Kampung Tapai ditinjau dari etika bisnis dengan menggunakan unsur pokok yang harus ditemui sesuai dengan masalah yang ada, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian yang menghasilkan karya ilmiah. Maka dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif.

Yang menjadi subjek dalam penelitian ini yaitu para pedagang yang berada di Kampung Tapai Gambut, sedangkan objek penelitiannya yaitu bagaimana persaingan pasar di Kampung Tapai Gambut yang ditinjau dari etika bisnis. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau pengambilan data langsung pada sumber objek sebagai sumber informasi yang dicari. Data ini diperoleh dengan cara wawancara dengan pihak terkait sebanyak 10 orang pemilik usaha. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain, tidak langsung diperoleh peneliti dari subjek penelitian. Diperoleh dengan melalui studi kepustakaan yang dilakukan dengan cara meneliti teori yang relevan dengan masalah penelitian, seperti jurnal, dokumen-dokumen, buku-buku bacaan, literatur-literatur, dan lain-lain.

Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang yang menjalankan usahanya di Kampung Tapai Gambut sejumlah kurang lebih 50 orang populasi yaitu seluruh pedagang yang terdapat di Kampung Tapai Gambut dari Km.1 Pematang sampai Km.6 Pematang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 10 sampel yang lokasinya di Km.4 Pematang. Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan yang dilakukan dengan terjun langsung ke lokasi penelitian untuk memperoleh data yang akurat, adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi.

### **Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

Gambut adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Banjar, Provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia. Gambut merupakan daerah penyangga untuk kota Banjarmasin dan kota Banjarbaru. Gambut terkenal dengan kuliner khasnya, yakni Nasi Itik dan Tapai Gambut. Di Gambut terdapat desa yang bernama Desa Pematang Panjang yang luasnya 10 kilometer, yang tembus kearah Sungai Tabuk. Di Desa Pematang Panjang sudah diresmikan menjadi Kampung Tapai sejak tahun 2017 oleh lurah dan camat

Gambut. Tapi ramainya penjual atau pedagang Tapai dipinggir jalan didepan rumah-rumah baru ramai pada tahun 2019, yang mana dulu hanya dijual diluar Gambut tapi sekarang disepanjang jalan Pematang sudah ramai berjualan Tapai.

Proses pemasaran Tapai ini sudah berkembang dengan cara mempromosikannya melalui internet, media sosial yang ada, media elektronik maupun media cetak, yang paling terkenal adalah Tapai ibu Hamimah dan bisa ditelusuri dalam pencarian di Google.

Faktor yang mempengaruhi peluang pasar adalah persaingan yang cukup ketat karena home industry Tapai sudah banyak dibuka dan banyaknya promosi yang dilakukan tiap-tiap home industry Tapai dimana-mana. Strategi pemasarannya pun lebih memaksimalkan kualitas Tapai, menggunakan bahan baku asli Ragi dari pada menggunakan pemanis buatan, memberikan pelayanan terbaik pada customer dan melakukan promosi-promosi yang dapat menarik konsumen.

Berikut ini adalah wawancara peneliti dengan subjek penelitian, yakni para pedagang sebanyak 3 orang dari 10 orang yang diwawancara:

#### **1. Ibu Hamimah**

Beliau adalah pemilik Home Industri Tapai di Desa Pematang Panjang Km.4 RT/RW 02/01 yang namanya paling terkenal di Kampung Tapai. Ibu Hamimah memulai usaha ini pada tahun 1993, pertama kali berjualan di Pasar Teluk Dalam dan di Pasar Sederhana jalan Sutoyo S Banjarmasin. Dari tahun 1993 – 1995 ibu Hamimah masih menggunakan sepeda untuk membawa tapai tersebut ke pasar, tahun 1995 baru menggunakan motor dan terakhir 2016 menggunakan mobil untuk membawa semua tapai-tapai pesanan para pelanggannya.

Pertama kali pemasaran dilakukan di pasar-pasar, pada tahun 1995 sudah masuk Mall di Mitra Plaza Banjarmasin, tahun 2004 sudah menggunakan telepon untuk pemesanan dan tahun 2010

pemasaran dilakukan lewat internet, karena sudah berkembang luas jadi biasanya yang memesan Tapai kepada ibu Hamimah adalah orang Dinas Koperasi, Dinas Perindustrian Perdagangan dan Sekolah-sekolah.

Ibu Hamimah sudah melakukan pelatihan di beberapa tempat yaitu Sanggar Budaya, Dinas Koperasi, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Bapelkes, di Hotel seperti Swissbell, HBI, Amaris dan Rhodita, setiap pelatihan mendapatkan sertifikat. Surat kabar yang menulis kegiatan home industri tapai ibu Hamimah adalah surat kabar Banjarmasin Post dan Radar Banjar, juga sudah diliput oleh Duta TV dan Kompas TV Banjarmasin.

Beberapa kampus yang sudah melakukan penelitian Tapai sekaligus praktik di rumah ibu Hamimah adalah kampus Unlam, Akbid, Stikip, Uniska dan Stiepan. Juga ada sekolahan seperti SMP & SMA Gambut. Ibu Hamimah sudah beberapa kali ikut dalam pameran diantaranya di Lapangan TVRI Banjarmasin, kantor Gubernur lama, Waterboom Banjarmasin, Barabai, Batulicin, Surabaya, Makasar, dan lain-lain.

Proses pembuatan Tapai dirumah ibu Hamimah dilakukan setiap hari, rata-rata pembuatan setiap hari adalah 50 liter beras ketan, yang dikerjakan 4 orang sampai 6 orang karyawan ibu-ibu rumah tangga, dengan waktu proses penggilingan sampai 4 jam. Ketika mendekati hari lebaran maka pesanan pun meningkat, dalam satu hari mencapai 250 liter sampai 400 liter beras ketan, yang dikerjakan sebanyak 10 sampai 15 orang karyawan. Penjualannya pun sudah diluar daerah Kalimantan Selatan. Harga semula per 50 biji adalah 25 ribu, kini harganya menjadi 30 ribu. Usaha Tapai beliau sudah terdaftar di Departemen Kesehatan, dijamin asli menggunakan Ragi dan tidak menggunakan pemanis buatan.

Beliau juga bercerita, ada beberapa pelanggan beliau yang berpindah memesan Tapai kepada penjual yang lebih murah, tapi masih banyak yang bertahan sampai sekarang, beliau tidak terpengaruh dengan harga ada yang lebih murah yaitu 25 ribu per 50 biji, beliau tetap dengan harga 30 ribu per 50 biji.

## 2. Ibu Hj. Hamdanah

Beliau lebih dulu menjual Tapai Gambut di pasar Teluk Dalam Banjarmasin sebelum ibu Hamimah berjualan didaerah sana. Mereka bersaudara, jadi cerita mereka pun hampir sama, bedanya pemasaran ibu Hamimah lebih dulu terkenal dan lebih luas. Usaha Tapai mereka sama-sama sudah terdaftar di Departemen Kesehatan, di Kampung Tapai hanya mereka berdua yang sudah memiliki izin usaha, sisanya belum.

Ibu Hj. Hamdanah bersaing secara sehat dengan ibu Hamimah, Tapai ibu Hamimah berharga 30 ribu per 50 biji sedangkan Tapai ibu Hj. Hamdanah berharga 40 ribu per 50 biji, perbedaannya terletak pada kemasan dan besar kecilnya Tapai. Tapai mereka berdua pun terjual di Warung Nasi Itik Tenda Biru Gambut. Ibu Hj. Hamdanah mengatakan rezeki sudah ada masing-masing jadi tidak perlu menurunkan harga dengan harga pasaran. Jadi Tapai Gambut yang terkenal paling mahal di Kampung Tapai adalah usaha Tapai milik ibu Hj. Hamdanah.

Sama dengan ibu Hamimah, mendekati lebaran maka pesanan pun meningkat, tapi tidak sebanyak ibu Hamimah. Biasanya beliau dari 200 liter sampai 250 liter beras ketan, yang dikerjakan sebanyak 8 sampai 10 orang karyawan. Juga bedanya dihari biasa beliau cuma mengolah Tapai 25 liter beras ketan yang dikerjakan sebanyak 4 orang, itu pun tidak tiap hari melainkan 2 sampai 3x setiap minggunya.

Beliau juga bercerita ada beberapa pelanggan yang berpindah

memilih memesan di penjual lain karena alasan lebih murah, tapi masih banyak juga yang bertahan sampai sekarang. Beliau tidak terpengaruh dengan harga ada yang lebih murah yaitu 25 ribu per 50 biji dan 30 ribu per 50 biji, beliau tetap dengan harga pasaran beliau yaitu 40 ribu per 50 biji.

## 3. Siti Elliyana/Tapai Ratu

Sebelum membuka usaha Tapai, Elly sebelumnya ikut menjadi karyawan pembuatan Tapai di rumah ibu Hamimah, kemudian memutuskan untuk membuka usaha sendiri dirumahnya. Dimulai dengan usaha kecil-kecilan yang menjualnya di warung-warung kira-kira 8 tahun yang lalu, kemudian sekarang sudah mampu menjadi pesaing ibu Hamimah yang pemesanannya meningkat kira-kira sudah 3 tahunan.

Walaupun sekarang sudah menjadi pesaing ibu Hamimah tapi Tapai nya belum terdaftar di Departemen Kesehatan, karena disepanjang Kampung Tapai Gambut hanya diketahui 2 orang nama yang Tapai nya sudah terdaftar yaitu ibu Hamimah dan ibu Hj. Hamdanah. Tapai Elly berharga 25 ribu per 50 biji, lebih murah dari Tapai ibu Hamimah dan ibu Hj. Hamdanah, karena itulah banyak pelanggan pindah ke Tapai Elly dan pesanan ke Tapai Elly pun terus meningkat.

Bukan hanya Tapai Elly, penjual Tapai-Tapai yang lainnya pun juga banyak sekali memasarkan Tapai nya dengan harga 25 ribu per 50 biji bahkan ada yang berani lebih murah lagi, jadi pemasaran Tapai di Kampung Tapai saling menjatuhkan harga supaya cepat laku, tapi untuk kualitasnya seperti pemanis buatan dan yang lainnya tidak bisa terjamin benar-benar asli. Tapi untuk orang-orang yang begitu mengenal rasa pada suatu makanan pasti akan bisa langsung menebak kualitas dari rasa makanan itu apakah memakai pemanis buatan atau tidak. Tapi

sekarang kebanyakan orang tidak mementingkan kualitas rasanya, tapi lebih banyak mencari yang lebih murah.

### **Kesimpulan**

Setelah penulis melakukan penelitian dan analisis tentang pembahasan diatas, maka penulis dapat menyimpulkan:

1. Persaingan usaha yang terjadi di Kampung Tapai Gambut ditandai dengan terdapatnya beberapa pedagang yang bebas membanting harga harga. Selain itu ditemukan adanya pemanis buatan yang menyebabkan rasa dari Tapai itu sendiri tidak 100% asli manis dari Ragi.
2. Dari 10 responden di Kampung Tapai Gambut Km.4, dua diantaranya sudah mendapatkan izin usaha terdaftar di Departemen Kesehatan dan menjalankan persaingan sehat dengan harga pasaran mereka sendiri. Sedangkan 8 responden lainnya menggunakan harga pasaran yang sama yang lebih murah, bahkan ada yang berani sampai mematikan pasaran yang lainnya. Namun demikian, sebagian besar penjual di Kampung Tapai Gambut memberikan pelayanan terbaik kepada pembeli.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan dan kesimpulan yang telah dijelaskan diatas, penulis menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Pedagang yang terdapat di Kampung Tapai Gambut sebaiknya menjalankan bisnis dengan persaingan yang sehat dan sesuai

prinsip etika bisnis, tidak saling menjatuhkan atau menjelekkan.

2. Penulis mengharapkan pedagang jujur terhadap pembeli mengenai barang yang ia jual dan memberikan kualitas barang yang baik.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Dwi Wijayanti Winda. 2010. *Strategi Persaingan Usaha Dagang yang Dilakukan oleh Toko Tradisional Menghadapi Keberadaan Minimarket*. Universitas Jember.
- Fatimah Siti, dkk. 2016. *Penyuluhan Strategi Pemasaran Home Industry Tapai di Desa Pematang Panjang Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia Banjarmasin.
- Mardiah Ema, Asep Suryanto, 2010. *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah di Pasar Singaparna Kab.Tradisional Tasikmalaya*. Universitas Tasikmalaya.
- Marista Dina. 2018. *Analisis Persaingan Usaha Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Riski Muhidin. 2016. *Strategi Pemasaran Terhadap Persaingan Usaha dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Kerajinan Songket Fikri Palembang)*. Universitas Islam Negeri Fatah Palembang.
- Rohmanudin. 2017. *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada Industri Mebel di Kecamatan Wayhalim Kota Bandar Lampung)*. Universitas Lampung.
- Sa'adatul Novita. 2015. *Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.