

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

TINJAUAN TEORITIS

A. Pengertian Strategi Persaingan

1. Pengertian Strategi

Setiap perusahaan yang bersaing dalam suatu industri pasti mempunyai strategi bersaing. Dalam perubahan pola persaingan yang sangat ketat ini, strategi suatu perusahaan harus disesuaikan atau bahkan diubah untuk memperoleh peluang-peluang serta menghindari ancaman dari para pesaing.¹⁵

Strategi merupakan alat yang sangat penting bagi kemajuan suatu perusahaan. Hal ini dijelaskan menurut beberapa ahli sebagai berikut:

Menurut Porter, strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Begitu juga Hamel dan Prahalad strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan.¹⁶

Strategi adalah tindakan yang bersifat senantiasa meningkat (incremental) dan terus menerus serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan.¹⁷

¹⁵Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), cetak ke-7, h. 279

¹⁶Freddy Rangkuti, *ANALISIS SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), h. 4

¹⁷Umar, *Strategi Manajemen in Action*, (Yogyakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), cet ke-1, hal. 31

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sedangkan menurut Michael strategi merupakan sejumlah tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi yang diambil untuk mendayagunakan kompetensi inti serta memperoleh keunggulan bersaing.¹⁸

Dari beberapa defenisi diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi serta sebagai alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing yang dirumuskan sedemikian rupa sehingga jelas usaha apa yang sedang akan dilakukan untuk perusahaan.

Menurut Charlie In (2004:8), “Strategi yang dirumuskan bukan untuk mematikan atau membunuh pelanggan, tetapi tentang bagaimana memenangkan hati pelanggan yang terpilih”.¹⁹ Strategi tidak digunakan untuk mematikan atau membunuh para pesaing dalam suatu pasar, karena para pesaing akan tetap ada dan bukanlah pihak-pihak yang harus dihilangkan. Dapat dipahami jika suatu perusahaan akan menjadi lebih dinamis dan lebih termotivasi dengan adanya persaingan pasar yang semakin tinggi.

2. Pengertian Persaingan

Persaingan merupakan kenyataan hidup dalam dunia bisnis, sifat, bentuk, dan identitas persaingan yang terjadi dan cara yang ditempuh oleh para pengambil keputusan strategi untuk menghadapi pada tingkat yang dominan mempengaruhi tingkat keuntungan suatu perusahaan.

¹⁸Michael A Hitt, R Duane Irchland, Robert E Hoskisson, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Erlangga, 1996), h. 113

¹⁹Muhardi, *STRATEGI OPERASI: Untuk Keunggulan Bersaing*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), h. 25

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia persaingan adalah salah satu perjuangan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang tertentu, agar memperoleh kemenangan atau hasil secara kompetitif.

Dalam persaingan, kita mengenal istilah “pesaing” yaitu perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang dan jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan. Pesaing atau perusahaan dapat dikategorikan pesaing yang kuat dan pesaing yang lemah atau ada pesaing yang dekat yang memiliki produk yang sama atau memiliki produk yang mirip.²⁰

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa persaingan adalah organisasi yang berlomba untuk mencapai hasil atau tujuan yang diinginkan agar mampu memenuhi kebutuhan konsumen yang sama.

Persaingan memberikan informasi secara efektif dalam berbagai hal tentang sumber-sumber kekuatan usaha, kesetiaan dan lain-lain. Tetapi sikap persaingan dapat dipandang lebih bersifat dasar dan paling sedikit mengikuti 3 bentuk yang berbeda.

- a. *Generic competition*, persaingan untuk semua produk yang mampu memberikan kepuasan pasar yang sama.
- b. *Production for competition*, persaingan ini merupakan bagian dari produk atau *brand* yang mempunyai fungsi dan bentuk yang sama.
- c. *Enter competition*, persaingan yang terjadi antara perusahaan yang menawarkan produk sejenis.

²⁰Kasmir, *Op.Cit*, h. 279

Kelemahan dan kekuatan pesaing juga mempengaruhi kepuasan konsumen dan merupakan peluang untuk memperoleh keunggulan bersaing. Menganalisis konsumen dan pesaing merupakan hal yang sangat penting. Pesaing spesifik menimbulkan dampak positif atau negatif dalam rangka memenuhi keinginan kelompok konsumen yang spesifik.

Terdapat dua sisi yang ditimbulkan oleh persaingan, yaitu sisi kesuksesan karena mendorong perusahaan untuk lebih dinamis dan bersaing menghasilkan produk serta memberikan layanan terbaik bagi pasarnya, sehingga persaingan dianggapnya sebagai peluang yang memotivasi. Sedangkan sisi lainnya adalah kegagalan karena akan memperlemah perusahaan-perusahaan yang bersifat statis, takut akan persaingan, dan tidak mampu menghasilkan produk-produk yang berkualitas, sehingga persaingan merupakan ancaman bagi perusahaannya.²¹

. Salah satu strategi yang digunakan dalam lingkungan industri untuk melengkapi persaingan adalah strategi kompetitif Porter. Strategi ini adalah sebuah kerangka untuk analisis inustri dan pengembangan strategi bisnis yang dikembangkan oleh Michael E. Porter, dengan menggunakan lima kekuatan kompetitif di lingkungan industri atau perusahaan. Lima kekuatan tersebut adalah:

²¹Muhardi, Op.Cit, h. 36

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Ancaman pendatang baru

Pendatang baru bagi suatu industri membawa kapasitas baru, keinginan untuk ikut menikmati pangsa pasar dan meraih posisi, serta amat sering melakukan pendekatan baru untuk melayani kebutuhan pelanggan. Pemain baru berarti bahwa harga akan ditekan serendah mungkin dan keuntungan dibuat kecil, akibatnya profitabilitas industri menurun.

2. Ancaman produk pengganti

Ketersediaan produk pengganti memberi batas pada harga yang dapat ditentukan oleh pemimpin pasar dalam satu industri; harga yang tinggi dapat memicu pembeli beralih ke produk pengganti.

3. Kekuatan tawar-menawar pembeli

Pembeli bersaing dengan industri dengan cara memaksa harga turun, tawar-menawar untuk mutu yang lebih tinggi dan pelayanan yang lebih baik. Karena tujuan akhir dari pelanggan industri adalah membayar harga serendah mungkin untuk memperoleh produk atau jasa yang dipergunakannya sebagai masukan.

4. Kekuatan tawar-menawar pemasok atau *Supplier*

Biasanya sedikit jumlah pemasok, smakin pentung produk yang dipasok, dan semakin kuat posisi tawarnya. Bila pemasok mempunyai daya tawa yang cukup banyak atas perusahaan industri, mereka apat menaikkan harga cukup signifikan untuk mempengaruhi kemampuan organisasi pelanggan untuk menghasilkan laba.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Rivalitas antar pesaing

Rivalitas antar perusahaan memacu pada semua tindakan yang diambil oleh perusahaan dalam industri untuk memperbaiki posisi mereka masing-masing dan memperoleh keunggulan atas pesaingnya. Disini termasuk hal-hal seperti persaingan harga, pertempuran iklan, penetapan posisi produk, dan usaha melakukan diferensiasi.²²

B. Keunggulan Bersaing

Pesaing terdekat perusahaan adalah mereka yang mengejar pasar sasaran yang sama dengan strategi yang sama. Sekelompok sasaran yang sama dengan strategi yang sama atas pasar sasaran tertentu dinamakan kelompok strategi. Sebuah perusahaan harus mengidentifikasi kelompok strategi tempat ia bersaing.

Keunggulan bersaing atau keunggulan kompetitif yaitu keunggulan berdasarkan sifat hubungan persaingan sempurna, dengan mendasarkan pada bisnis komponen dan sumber daya yang sama diantara suatu organisasi dengan satu atau lebih organisasi lainnya. Adapun strategi dasar yang dapat digunakan untuk memenangkan persaingan yaitu:

1. Kepemimpinan biaya rendah. Disini perusahaan bekerja keras untuk mencapai biaya produksi dan distribusi terendah sehingga dapat menetapkan harga lebih rendah ketimbang pesaingnya dan berhasil merebut pangsa pasar lebih besar

²² Warren J. Keegan, *Manajemen Pemasaran Global Edisi keenam*, (Jakarta: PT Indeks, 2007), h. 6

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Diferensiasi. Disini perusahaan memusatkan perhatian untuk menciptakan lini produk dan program pemasaran berbeda sehingga akhirnya muncul sebagai pemimpin kelas dalam industri.
3. Fokus. Disini perusahaan memusatkan perhatian pada usaha melayani beberapa segmen pasar dengan baik dan bukannya dengan mengejar seluruh pasar.

Selain itu, sebuah perusahaan mesti berjuang untuk meraih keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dengan cara sbagai berikut:

1. Terus-menerus beradaptasi pada perubahan dalam trend serta kegiatan eksternal dan kemampuan, kompetisi serta sumber daya internal.
2. Efektif merumuskan, menetapkan dan menilai berbagai strategi yang semakin menguatkan faktor-faktor tersebut.

Perusahaan yang mengejar satu strategi yang jelas dari salah satu strategi diatas kemungkinan akan berkinerja baik. Tapi perusahaan yang tidak jelas mengikuti strategi apa akan memperburuk keadaan.

C. Analisis Persaingan

1. Identifikasi Persaingan

Perusahaan perlu membuat peta persaingan yang digunakan untuk melakukan analisis pesaing. Langkah yang pertama adalah identifikasi pesaing, tujuannya agar kita mengetahui secara utuh kondisi pesaing kita.

Identifikasi pesaing meliputi:

- a. Jenis produk yang ditawarkan
- b. Melihat besarnya pasar yang dikuasai (*market share*) pesaing

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Estimasi besarnya *market share*
- d. Identifikasi keunggulan

2. Menentukan Sasaran Pesaing

Setelah kita mengetahui pesaing dan *market share* yang telah dikuasai, maka kita perlu mengetahui sasaran dari pesaing dan siapa yang menjadi target mereka selanjutnya. Sasaran pesaing antara lain memaksimalkan laba, memperbesar *market share*, meningkatkan mutu produk atau mungkin juga mematikan atau menghambat pesaing lainnya.

3. Identifikasi Strategi Pesaing

Semakin ketat persaingan, maka semakin canggih strategi yang dijalankan. Bukan tidak mungkin setiap strategi yang dijalankan memiliki kemiripan. Oleh karena itu, perusahaan harus pandai memulai dan mengakhiri dengan arti kata perusahaan harus mampu menerima kemungkinan yang akan terjadi selama perusahaan berjalan, baik itu adanya kemiripan produk, perselisihan harga, maupun persaingan lainnya. Apabila perusahaan tidak mampu menghadapi kemungkinan buruk yang bisa saja terjadi di perusahaan maka perusahaan tersebut tidak akan bertahan lama. Dari sini dapat dilihat sanggup atau tidaknya perusahaan mampu bertahan ditengah-tengah persaingan.

Berbagai strategi dapat dijalankan oleh pesaing. Secara umum strategi-strategi tersebut adalah:

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Strategi menyerang pesaing yang lemah lebih dahulu
- b. Pesaing langsung menyerang lawan yang kuat, penyerangan secara langsung terhadap kelemahan yang dimiliki lawannya.
- c. Bertahan terhadap setiap serangan yang dilakukan lawan atau mengimbangi serangan yang dilakukan lawan.
- d. Strategi menghadapi pesaing.

Strategi dalam menghadapi pesaing sering disebut strategi menghadapi lawan dengan memasang strategi yang kompetitif. Posisi ini akan menentukan model serangan yang akan kita lakukan.

Strategi untuk menghadapi pesaing dapat dilakukan untuk posisi-posisi sebagai berikut:

- a. Strategi pemimpin pasar (*market leader*)

Pemimpin pasar meliputi berbagai hal seperti menciptakan produk baru, memberikan promosi, meningkatkan kualitas produk yang sudah ada, dan hal-hal lain sebelum dilakukan oleh pesaing. Kegiatan pemimpin pasar ini sering diikuti oleh pesaing terutama pesaing terdekat.

- b. Strategi penantang pasar (*market challenger*)

Dalam melakukan strateginya, penantang pasar sering mendahului pemimpin pasar, misalnya dalam hal peluncuran produk baru, penurunan harga atau pemberian promosi besar-besaran. Tujuan utama yang dijalankan oleh penantang pasar adalah meningkatkan market share.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Strategi pengikut pasar

Pengikut pasar merupakan pesaing yang hanya mengikuti kegiatan pemimpin dan penantang pasar. Seandainya akan melakukan penyerangan, yang diserang adalah relung pasar.

d. Strategi relung pasar

Posisi suatu usaha meliputi mereka yang berusaha memuaskan pelanggan dan kebutuhan yang sama dan menyediakan penawaran yang serupa kepada pelanggan itu. Tetapi, pengusaha juga harus menaruh perhatian kepada pesaing lainnya yang mungkin menawarkan cara baru atau cara lain guna memuaskan kebutuhan yang sama. Pengusaha harus berusaha mengidentifikasi para pesaingnya dengan menggunakan baik analisis industri maupun pasar. Mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaing akan memungkinkan pengusaha untuk mempertajam strateginya sendiri guna memanfaatkan keterbatasan pesaing sambil menghindari kemungkinan benturan dimana pesaing dirasakan kuat.

D. Konsep Mempertahankan Pelanggan

Kunci untuk membangun hubungan dan salah satu langkah dalam mempertahankan pelanggan jangka panjang adalah penciptaan nilai dan kepuasan pelanggan yang unggul. Pelanggan yang puas lebih cenderung menjadi pelanggan yang setia, dan pelanggan yang setia lebih cenderung akan member perusahaan pangsa yang lebih besar dari bisnis mereka.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kepuasan pelanggan muncul jika kinerja perusahaan tertentu telah memenuhi harapan pembeli. Pelanggan tidak puas jika kinerja dibawah harapan, puas jika kinerja sama dengan harapan, dan merasa senang sekali jika kinerja melampaui harapan.²³

Selain itu, memahami kebutuhan dan keinginan konsumen adalah hal penting yang mempengaruhi kepuasan mereka. Dan pengaruh kepuasan memperlihatkan bagaimana sebaiknya perusahaan bersaing dipasar. Konsumen yang puas merupakan aset yang sangat berharga, mereka menciptakan keunggulan daya saing bagi perusahaan.²⁴

Pelanggan-pelanggan yang puas akan kurang sensitive terhadap harga, berbicara kepada orang lain tentang kebaikan perusahaan dan produk-produknya, dan tetap setia untuk periode yang lebih lama. Kesenangan (*delight*) pelanggan menciptakan kedekatan emosional pada produk atau layanan, bukan hanya menciptakan preferensi rasional, dan kedekatan emosional tersebut menciptakan kesetiaan pelanggan yang tinggi.²⁵

Perusahaan dapat memperoleh kepemimpinan posisi dengan memberikan nilai superior kepada pelanggan mereka. Perusahaan dapat mengikuti salah satu dari tiga strategi yang disebut disiplin nilai untuk memberikan nilai superior kepada pelanggan. Strategi itu adalah :²⁶

1. *Keunggulan operasional (operational excellence)*. Perusahaan memberikan nilai superior dengan memimpin industri dalam harga dan

²³Philip Kotler dan GeryAmstrong, *Dasar-dasarPemasaran Ed.9*, (Jakarta: PT.Indeks, 2004), h. 794-836

²⁴David W Craven, *Pemasaran Strategis*, (Jakarta: Erlangga, 1996), h.10-11

²⁵*Ibid*, h. 795

²⁶Op.Cit, h. 219

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kemudahan. Perusahaan melayani pelanggan yang menginginkan produk atau jasa yang dapat diandalkan dan bermutu baik, tetapi secara mudah dan murah.

2. *Keakraban dengan pelanggan (customer intimacy)*. Perusahaan memberikan nilai superior dengan membuat segmen pasar secara tepat dan kemudian menyesuaikan produk atau jasanya agar cocok dengan kebutuhan pelanggan sasaran dan memberikan pelayanan yang tinggi kepada pelanggan untuk membangun loyalitas jangka panjang pelanggan dan untuk memperoleh nilai seumur hidup pelanggan.
3. *Kepemimpinan produk (product leadership)*. Perusahaan memberikan nilai superior dengan terus-menerus menawarkan produk atau jasa unggul yang membuat produknya sendiri dan produk pesaing ketinggalan jaman.

E. Persaingan dalam Islam

Islam merupakan agama yang komperhensif dan universal. Pada dasarnya Islam tetap memiliki prinsip kebebasan individu tetapi dibatasi oleh nilai-nilai syariah Islam. Konsepsi kebebasan dalam islam lebih mengarah kepada kerja sama, bukan persaingan untuk mematikan usaha antara satu dengan yang lain. Kalaupun ada persaingan dalam usaha maka itu berarti persaingan dalam hal berbuat kebaikan, inilah yang disebut dalam Alqur'an dengan *fastabiq al-khirat* (berlomba-lomba dalam kebajikan).²⁷

Dalam bersaing dibutuhkan etika atau norma-norma yang berlaku dimasyarakat bisnis, sehingga persaingan yang terjadi sesuai dengan syari'at

²⁷Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), h. 164

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Islam. Dalam menjalankan perdagangan diperbolehkan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, dalam Islam bukan hanya mencari keuntungan tetapi juga keberkahan.

Umat Islam telah lama terlibat dalam dunia bisnis, karena Islam menganjurkan umatnya untuk melakukan kegiatan bisnis. Rasulullah SAW sendiri telah terlibat dalam kegiatan bisnis dari kecil. Pada usia 17-20 tahun, Rasul mengalami masa-masa tersulit untuk menjalankan bisnisnya. Beliau harus bersaing dengan pemain-pemain bisnis senior di tingkat regional. Disinilah ketangguhan dan keseriusan beliau diuji.²⁸

Kegiatan ekonomi dalam pandangan Islam merupakan tuntutan kehidupan, disamping itu pula anjuran yang mempunyai dimensi ibadah yang sesuai dengan firman Allah dalam surah Al-Mulk ayat 15 sebagai berikut:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ
النُّشُورُ

Artinya: “Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah kamu segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya dan hanya kepadanya kamu dikembalikan.”

Dari firman di atas kita sebagai umat Islam diperintahkan untuk melakukan aktivitas yang produktif bagi pemenuhan kebutuhan hidup manusia sehari-hari.

Islam sebagai sebuah aturan hidup yang khas, telah memberikan aturan-aturan yang rinci untuk menghindari munculnya permasalahan

²⁸ Malahayati. *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah*, Yogyakarta: Penerbit Jogja Great! Publisher, 2010

akibat praktik persaingan yang tidak sehat. 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 yang diberikan Allah SWT. Tugas manusia adalah berusaha sebaik-baiknya salah satunya dengan jalan bisnis. Tidak ada anggapan rizki yang diberikan Allah akan diambil oleh pesaing. Karena Allah telah mengatur hak masing-masing sesuai usahanya. Ini sesuai dengan QS. Al-Mulk: 15 yang telah dijelaskan pada penjelasan sebelumnya bahwa Allah telah menjadikan bumi itu mudah bagi kita semua, maka berjalanlah kamu segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya.

Keyakinan ini dijadikan landasan sikap tawakal setelah manusia berusaha sekuat tenaga. Dalam hal kerja, Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba daam kebaikan. Dengan landasan ini persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu melalui mutu, produk, harga yang bersaing dan pelayanan total.

2. Segi cara bersaing

Berbisnis adalah bagian dari muamalah, karenanya bisnis tidak lepas dari hukum-hukum yang mnegatur muamalah. Dalam berbisnis setiap orang akan berhubungan dengan pesaing. Rasulullah SAW

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang, Rasul tidak pernah melakukan usahantuk menghancurkan pesaingnya. Dalam berbisnis, harus selalu berupaya memberikan pelayanan terbaik, namun tidak menghalalkan segala cara.

3. Objek 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 barang yang dianggap sakti untuk menarik pengunjung.

d. Pelayanan

Pelayanan harus dilakukan dengan ramah, tapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e. Peayananurna jual

Ini merupakan servis yang akan melanggengkan. Akan tetapi ini diberikan dengan cuma-cuma atau sesuai akad.²⁹

Dalam ajaran Islam, setiap muslim yang ingin berbisnis atau melakukan perdagangan dianjurkan untuk selalu melakukan hal-hal berikut:

a. Menggunakan niat yang tulus

Niat yang tulus adalah seatu ibadah kepada Allah, sebagaimana dijelaskan dalam QS. Adz-Dzaariyaat: 56 sebagai berikut:

﴿ وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ﴾

Artinya: “Dan aku tidak menciptakan jin dan melahirkan manusia

b. Al-Qur’an dan Hadist sebagai pedoman

Al-Qur’an sebagai pedoman manusia, termasuk dalam melakukan kegiatan bisnis. Dijelaskan dalam QS. Al-jaatsiyah: 20 yang berbunyi:

﴿ هَذَا بَصِيرَتِ لِلنَّاسِ وَهُدًى وَرَحْمَةٌ لِّقَوْمٍ يُوقِنُونَ ﴾

Artinya: “Al-qur’an ini adalah pedoman bagi manusia petunjuk dan rahmat bagi kaum yang meyakini”

c. Berlaku jujur

Jujur termasuk sikap hati yang wujud dalam banyak kebaikan. Karena itu jujur adalah sebuah mata uang yang paling berharga di dalam bisnis kita. Dengan bersikap jujur bisnis menjadi berkembang,

²⁹Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani, 2002), h. 92-97

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

karena itu jujur menjadi daya dorong yang sangat kuat bagi pelaku bisnis untuk meraih kesuksesan dan keuntungan.³⁰

d. Amanah

Setiap pedagang harus bertanggung jawab atas usaha dan pekerjaan dan atau jabatan sebagai pedagang yang telah dipilihnya. Tanggung jawab yang dimaksud disini artinya, mau dan mampu menjaga amanah (kepercayaan) konsumen atau dalam lingkup yang lebih luas menjaga hubungan baik dengan para *stakeholder* perusahaan yang memang secara otomatis terbeban dipundaknya.³¹

e. Melaksanakan keadilan

Allah menganjurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis dan kegiatan lainnya. Dijelaskan dalam QS. Ar-Rahman: 9 yang berbunyi:

وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ

Artinya: “Dan tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu”

f. Menepati Janji

Seorang pedagang juga dituntut untuk selalu menepati janjinya, baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pedagang, terlebih lagi tentu saja harus dapat menepati janjinya kepada Allah swt.³²

³⁰Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 49

³¹Departemen Pengembangan Bisnis, Perdagangan, dan Kewirausahaan Syariah, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Gramata Publishing, 2011), h. 95

³²*Ibid*, h. 98

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pelaku bisnis yang menepati janji, pasti dipercaya dan berwibawa di hadapan mitra bisnisnya, dan sebaliknya kalau sering melanggar janji, maka hilanglah kepercayaan dan bisnis terancam kelangsungannya.³³

g. Menunaikan Hak

Berdasarkan kesadaran etis, manusia dituntut untuk tidak hanya menuntut hak dan melupakan kewajiban. Hak yang harus ditunaikan adalah zakat bila telah sampai nisab dan haulnya, serta diikuti shodaqah dan infak.

h. Memuliakan Karyawan dan Mitra Bisnis

Pelaku bisnis yang baik adalah mereka yang selalu ikhlas memberi semangat dan kehangatan terhadap mitra bisnis dan karyawan. Kehangatan mereka akan membawa interaksi positif dan akan mendorong setiap karyawan dan mitra bisnis sehingga terjalin kerja sama yang saling menguntungkan.³⁴

i. Saling menolong dalam bisnis

Allah menganjurkan untuk saling tolong-menolong dalam kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa serta pelanggaran. Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.

j. Menggunakan persetujuan kedua belah pihak

Seperti dalam jual beli dua orang boleh khiyar (memilih) selama keduanya belum terpisah, atau dalam tindakan dan ucapan keterangan, maka jual beli keduanya diberkati (Allah). Dan jika keduanya bersikap

³³*Ibid*, h. 53

³⁴Hasan Aedy, *Op.Cit*, h. 50

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menyembunyikan dan dusta, keberkatan jual beli keduanya dihapus (sirna). Dijelaskan dalam QS. An-Nisa : 29 yang berbunyi:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka diantara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu.*

k. Bekerja dengan Tulus

Amal yang diterima Sang Pencipta adalah amal yang dilakukan dengan tulus. Tulus bermakna tidak ria, dan tidak mengharapkan balasan dari mereka yang kita bantu. Karena itu tulus berarti ikhlas yang dimaknai dengan berbuat baik tanpa menuntut orang lain berbuat baik yang sama, atau yang lebih baik kepada kita. Maka seseorang yang tuus pasti hanya mengharapkan keridhaan dari Sang Pencipta.

Konsep persaingan bisnis secara syari'ah adalah 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 mudharatkan pebisnis lainnya. Untuk itu para pedagang harus berhati-hati dalam bersaing agar tidak termasuk kedalam persaingan yang dilarang

oleh Islam. Ada beberapa praktek perdagangan yang harus dihindari dalam bisnis yang dilarang dalam Islam, yaitu sebagai berikut:

a. Melakukan penipuan

Penipuan dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya yaitu penipuan harga dari sebuah produk dengan maksud mengelabui pembeli dari penyerahan barang yaitu tidak menepati janji.³⁵

b. Beraku curang dan merugikan

Kecurangan merupakan sebab timbulnya ketidakadilan dalam masyarakat, padahal keadilan diperlukan dalam setiap perbuatan agar tidak menimbulkan perselisihan.³⁶ Allah melarang berlaku curang dan merugikan orang lain sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Muthafifin: 1-3 yang berbunyi:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: “celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakarkan dan menimbang), (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dicukupkan, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi”

c. Pemberian harga dibawah harga pasar

Pemberian harga dibawah harga pasar akan menimbulkan distorsi bagi perekonomian. Namun hal ini akan menyebabkan banyaknya permintaan sebab konsumen membeli harga lebih murah dari yang

³⁵Muhammad Sulaiman dan Aizuddinnur Zakaria, *Jejak Bisnis Rasul*, (Jakarta: PT. Mizan Publika, 2010), h.362

³⁶Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h. 169

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

seharusnya. Untuk mendapatkan konsumen yang banyak maka pengusaha rela memberikan harga dibawah harga pasar. Hal ini dapat merugikan diri sendiri maupun pengusaha lainnya.

d. Ta'sir (penetapan harga)

Ta'sir yaitu penetapan harga standar pasar yang ditetapkan oleh pemerintah atau berwenang, untuk disosialisasikan secara paksa kepada masyarakat dalam jual beli. Ta'sir merupakan salah satu praktik yang tidak diperbolehkan oleh syari'at Islam, pemerintah atau yang memiliki otoritas ekonomi tidak memiliki hak dan wewenang untuk menentukan harga tetap sebuah komoditas. Pemerintah telah menyediakan pada-pada pedagang jumlah yang cukup untuk dijual dengan menggunakan harga yang ditentukan, atau melihat dan mendapatkan kezaliman-kezaliman didalam sebuah pasar yang mengakibatkan rusaknya mekanisme pasar yang sehat.³⁷

e. Mengobral sumpah

Allah melarang bersumpah untuk keburukan, dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah: 224-225 yang berbunyi:

وَلَا تَجْعَلُوا اللَّهَ عُرْضَةً لِأَيْمَانِكُمْ أَنْ تَبَرُّوا وَتَتَّقُوا وَتُصَلِّحُوا
 بَيْنَ النَّاسِ ۗ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿٢٢٤﴾ لَا يُؤَاخِذُكُمُ اللَّهُ بِاللَّغْوِ فِي
 أَيْمَانِكُمْ وَلَكِنْ يُؤَاخِذُكُمْ بِمَا كَسَبَتْ قُلُوبُكُمْ ۗ وَاللَّهُ غَفُورٌ حَلِيمٌ ﴿٢٢٥﴾

³⁷Mardani, *Fiqih Ekonomi Muamalah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), h.7

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya: *“Janganlah kamu jadikan (nama) Allah dalam sumpahmu sebagai penghalang untuk berbuat kebajikan, bertakwalah dan menciptakan kedamaian di antara manusia. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui. Allah tidak menghukum kamu disebabkan sumpahmu yang tidak dimaksud (untuk bersumpah), tetapi Allah menghukum kamu disebabkan (sumpahmu) yang disengaja (untuk bersumpah) oleh hatimu. Dan Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyantun.*

Dengan demikian konsep Al-Qur'an tentang bisnis dilihat dari seluruh aspek perjalanan hidup manusia. Suatu bisnis tidak dianggap berhasil jika hanya membawa keuntungan pada waktu tertentu saja, dan kemudian mengalami kebangkrutan atau kerugian yang diderita melampaui keuntungan yang di capai. Bisnis akan tercapai dan keuntungan, jika apa yang didapat seseorang pelaku bisnis melebihi ongkos yang dikeluarkan atau melampaui kerugian yang diderita serta mempunyai manfaat bagi masyarakat dan lingkungan. Namun, dalam bersaing kita umat Islam dituntut untuk jujur karena kita ketahui persaingan yang tidak sehat dilarang oleh Allah SWT .