

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.

BAB III

TINJAUAN TEORETIS

A. Persaingan Usaha dan Sumber Hukumnya

1. Pengertian Persaingan

Masalah persaingan bukanlah masalah baru dalam dunia usaha, ini dapat dilihat dalam perkembangannya dimana kemajuan suatu perusahaan selalu diiringi oleh perusahaan lain untuk menuju kearah yang lebih baik. Setiap perusahaan tidak dapat menghindari persaingan dari perusahaan lain.

Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu copetition yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan dan kompetisi. Persaingan bisnis adalah perseteruan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula.²⁹

Dalam Al-Qur'an juga dijelaskan tentang persaingan, terdapat pada surat Al-Baqarah ayat 148:

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيَهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿١٤٨﴾

Artinya: “Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Dimana saja kamu berada pasti Allah akan

²⁹Akhmad Mujahidin, *op.cit.*, h. 27.

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.

mengumpulkan kamu sekalian (padaharikiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”. (QS. Al-Baqarah: 148)

Dalam Hadits juga dijelaskan persaingan dalam berbisnis

عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ قَالَ : نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْعَرَزِ

Artinya: “*Dari Ibnu Abbas, ia berkata: Rasulullah SAW telah melarang untuk melakukan jual beli yang licik (menipu)*”.³⁰

Berdasarkan ayat dan hadits diatas dengan jelas bahwa sebagai pengusaha untuk bersegera dan bergegas dalam melakukan kebaikan mendorong manusia untuk saling bersaing dan berlomba-lomba dalam melakukan kebaikan. Sikap ini akan melahirkan persaingan dalam kebaikan. Persaingan ini sering disebut persaingan positif (fastabiqul khairat). Al-Qur’an menganjurkan para pengusaha memberi kebaikan disegala hal, sebagai pengusaha muslim dianjurkan untuk memberikan kontribusi yang baik dalam persaingannya dan berusaha menghadapi persaingan dengan tidak merugikan atau memudhratkan orang lain. Selain itu para pengusaha harus berprinsip bahwa persaingan bukanlah usaha untuk menjatuhkan pengusaha lainnya melainkan sebagai suatu usaha untuk memberikan yang terbaik dalam usahanya. Dengan berprinsip demikian para pesaing tidak menjadikan dirinya serakah, dengan berlomba-lomba untuk mendapatkan keuntungan duniawi sebanyak-banyaknya. Karena sikap demikian akan menjadikan manusia lalai dan lengah.

³⁰Muhammad Nashiruddin, *Shahih Sunan Ibnu Majah*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2008), Cet. Ke 1, h. 316

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

Persaingan juga merupakan kenyataan hidup dalam dunia bisnis, sifat, bentuk, dan intensita persaingan yang terjadi dan cara yang ditempuh oleh para pengambil keputusan stratejik untuk menghadapi para tingkat yang dominan mempengaruhi tingkat keuntungan suatu perusahaan.³¹

Dalam persaingan kita mengenal kata “pesaing” yaitu perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan. Pesaing suatu perusahaan dapat kita kategorikan pesaing yang kuat dan pesaing yang lemah atau ada pesaing yang dekat yang memiliki produk yang sama atau mirip.³²

2. Analisis Persaingan

a. Identifikasi Pesaing

Untuk mengetahui jumlah dan jenis pesaing serta kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki, perusahaan perlu membuat peta persaingan yang lengkap. Pembuatan peta persaingan yang digunakan untuk melakukan analisis persaingan memerlukan langkah-langkah yang tepat. Langkah pertama yang dilakukan adalah dengan mengidentifikasi seluruh pesaing yang ada. Tujuannya agar kita mengetahui secara utuh kondisi pesaing kita. Identifikasi pesaing meliputi sebagai berikut:

³¹Sondang P. Siagian, *Manajemen Stratejik*, (Jakarta: PT.Bumi Aksara,2008), h.83-84.

³²Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2012), Cetakan ke-7 h.279.

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) Jenis produk yang ditawarkan
- 2) Melihat besarnya pasar yang dikuasai (*market share*) pesaing
- 3) Identifikasi peluang dan ancaman
- 4) Identifikasi keunggulan dan kelemahan.

Lebih khusus kita dapat mengidentifikasi pesaing perusahaan dari pandangan industri dan pandangan pasar, sebagai berikut.³³

- 1) Konsep industri mengenai pasar

Industri didefinisikan sebagai sekelompok perusahaan yang menawarkan produk atau jenis-jenis produk yang masing-masing merupakan substitusi dekat. Pada dasarnya, analisis dimulai dengan memahami kondisi dasar yang mendasari permintaan dan penawaran. Kondisi ini selanjutnya mempengaruhi struktur industri. Struktur industri selanjutnya mempengaruhi perilaku industri dalam bidang-bidang seperti pengembangan produk, penetapan harga dan strategi periklanan. Perilaku dan industri kemudian membentuk kinerja industri, contohnya efisiensi industri, kemajuan teknologi dan penggunaan tenaga kerja.

- 2) Konsep pasar tentang persaingan

Selain mengamati perusahaan-perusahaan yang membuat produk yang sama (pendekatan industri), kita dapat memperhatikan perusahaan yang memenuhi kebutuhan pelanggan yang sama. Secara umum, konsep pasar mengenai persaingan membuka mata

³³Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT. RinekaCipta, 2011), cet. Ke-3, h.3

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.

perusahaan untuk melihat pesaing potensial dan aktual dengan lebih luas, dan merangsang perencanaan pemasaran strategis pada jangka waktu.³⁴

b. Menentukan Sasaran Pesaing

Setelah kita mengetahui pesaing dan *market share* yang telah dikuasai, 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.

c. Identifikasi Strategi Pesaing

Setiap pesaing sudah pasti memiliki strategi tersendiri untuk mematikan lawannya. Semakin ketat persaingan, maka semakin canggih strategi yang dijalankan. Berbagai strategi dapat dijalankan oleh pesaing. Secara umum strategi-strategi tersebut adalah:

- 1) Strategi menyerang pesaing yang lemah terlebih dahulu
- 2) Pesaing langsung menyerang pesaing yang kuat, penyerangan secara langsung terhadap kelemahan yang dimiliki oleh lawannya.
- 3) Strategi gerilya yang dilakukan dengan menunggu lawannya yang sedang lengah.
- 4) Bertahan terhadap setiap serangan yang dilakukan lawan atau mengimbangi serangan yang dilakukan lawan.

³⁴PO Abas Sunaryo, Sudaryono, Asep Saefullah. *Kewirausahaan*. (Yogyakarta: CV Andi Offset,2011), h.35

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.

d. Strategi Menghadapi Pesaing

Strategi menghadapi pesaing sering juga disebut strategi menghadapi lawan dengan memasang strategi yang kompetitif. Strategi kompetitif dilakukan dengan melihat posisi keberadaan kita, sebelum melakukan penyerangan. Posisi ini akan menentukan model serangan yang akan kita lakukan.

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

1) Strategi pemimpin pasar

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.

2) Strategi penantang pasar

Merupakan penantang pemimpin pasar. Bukan tidak mungkin posisi pasar yang dipegang oleh pimpinan pasar akan segera diambil alih oleh penantang pasar.

3) Strategi pengikut pasar

Pengikut pasar merupakan pesaing yang hanya mengikuti kegiatan pemimpin dan penantang pasar. Setiap gerakan yang dilakukan pemimpin dan penantang pasar selalu diikuti pengikut pasar. Seandainya akan melakukan penyerangan, yang diserang adalah relung pasar.

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.

4) Strategi relung pasar

Relung pasar merupakan pemain yang memiliki lingkungan tersendiri tanpa dipengaruhi oleh pesaing lainnya. Posisi ini memiliki cela tersendiri dalam pasar. Terkadang posisi ini tidak pernah dipedulikan oleh pemimpin pasar atau penantang pasar. Tujuan utama yang dijalankan oleh relung pasar adalah dapat hidup terus dengan pertumbuhan sedang.³⁵

Para pengusaha harusnya terus menerus membandingkan produk, harga, saluran distribusi dan promosi mereka dengan yang dilakukan oleh para pesaing dekatnya. Dengan cara ini, pengusaha dapat secara jelas melihat bidang-bidang keunggulan dan kelemahan pesaing yang potensial.

Henderson mengajukan tiga aturan untuk menghadapi pesaing:

- 1) Pastikanlah bahwa lawan anda benar-benar menyadari apa yang dapat diperolehnya jika ia mau bekerja sama dan apa akibatnya jika tidak
- 2) Hindarilah setiap tindakan yang akan membangkitkan emosi pesaing anda, karena sangatlah penting untuk membuatnya berperilaku secara logis dan wajar.
- 3) Yakinkanlah pesaing anda bahwa anda secara emosional berjuang demi posisi anda dan yakin sepenuhnya bahwa ini adalah wajar.³⁶

³⁵*Ibid*, h.290

³⁶Philip Kotler, *Marketing Management*, terj. Drs. Jaka Wasana (Jakarta: Erlangga, 2008), Ed. VI, J ilid I, h. 310.

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.

Posisi suatu usaha meliputi mereka yang berusaha memuaskan pelanggan dan kebutuhan pelanggan 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 industry maupun analisis 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.

Adapun kebaikan dari persaingan yaitu:

- 1) Memaksimalkan efisiensi
- 2) Kebebasan bertindak dan memilih

Beberapa kritik terhadap persaingan yaitu:

- 1) Tidak mendorong inovasi
- 2) Adakalanya menimbulkan biaya sosial
- 3) Membatasi pilihan konsumen
- 4) Biaya produksi lebih tinggi
- 5) Distribusi pendapatan tidak selalu merata³⁷

³⁷Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung, Alfabeta, 2008), cet, Ke-11, h.21

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.

3. Faktor Pendorong Persaingan

Persaingan sangat penting bagi keberhasilan dan kegagalan sebuah usaha atau perdagangan. Ada lima faktor persaingan bisnis yang dapat menentukan kemampuan bersaing, yaitu:

a. Kekuatan tawar pembeli

Mencakup faktor-faktor seperti pembeli, informasi pembeli. Daya tawar-menawar pembeli memengaruhi harga yang ditetapkan pedagang.

b. Kekuatan pemasok atau *Supplier*

Biasanya sedikit jumlah pemasok, semakin penting produk yang di pasok, dan semakin kuat posisi tawarnya. Demikian juga dengan kekuatan keempat yaitu kekuatan tawar pembeli, dimana kita bisa melihat bahwa semakin besar pembelian, semakin banyak pilihan yang tersedia bagi pembeli dan pada umumnya akan membuat posisi pembeli semakin kuat.

c. Ancaman produk pengganti

Mencakup faktor-faktor seperti biaya perpindahan dan loyalitas pembeli menentukan kadar sejauh mana pelanggan-pelanggan cenderung untuk membeli suatu produk pengganti.

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.

d. Ancaman pendatang baru

Ini merupakan seberapa mudah atau sulit bagi pendatang baru untuk memasuki pasar. Biasanya semakin tinggi hambatan masuk, semakin rendah ancaman yang masuk dari pendatang baru.³⁸

4. Hukum Persaingan Usaha

Persaingan sempurna merupakan struktur pasar yang paling ideal, karena dianggap sistem pasar ini adalah struktur pasar yang akan menjamin terwujudnya kegiatan memproduksi barang atau jasa yang tinggi (optimal) efisiensinya. Persaingan usaha juga dapat ditemui dalam UU No. 5 tahun 1999 tentang larangan praktek Monopoli dan persaingan tidak sehat. Pasar persaingan sempurna dapat didefinisikan sebagai struktur pasar atau industri di mana terdapat banyak penjual dan pembeli dan setiap penjual ataupun pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan di pasar.³⁹

Secara umum, persaingan sempurna mempunyai ciri, identik barang yang diperjualbelikan bersifat homogen dengan jumlah penjual dan pembeli yang sangat banyak sehingga tidak ada satupun penjual atau pembeli yang dapat mempengaruhi pasar secara sendiri. Karenanya, jika ada penjual yang menarik harga, maka ia akan kehilangan pembeli, sedangkan jika ia menurunkan harga maka ia akan merugi.

Selanjutnya, dalam persaingan sempurna harus tercipta pasar yang bebas hambatan bagi setiap penjual untuk masuk atau keluar dari pasar,

³⁸Michael E.Porter, *Strategi Bersaing*, (Karisma, 2008), h. 27.

³⁹Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2009), h. 231.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

serta terjadinya pasar yang “bebas informasi”, yakni setiap penjual dan pembeli dapat mengakses informasi pasar seluruhnya tanpa ada yang menghalang-halangi.⁴⁰

Dalam hukum persaingan usaha, penetapan harga di bawah harga pasar dengan pelaku usaha lain disebut juga penetapan harga di bawah biaya marginal. Penetapan harga dibawah harga pasar dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat.

Memainkan harga dengan menjual barang dengan harga lebih rendah sangat efektif untuk menghambat masuknya pesaing ke dalam pasar yang biasa disebut dengan banting harga. Dari segi ekonomi, penetapan harga di bawah harga pasar adalah menetapkan harga yang tidak wajar, yaitu lebih rendah daripada biaya variabel rata-rata.

B. Strategi dalam Persaingan

Strategi bersaing merupakan pendekatan dimana perusahaan secara intensif memenangkan setiap bisnisnya. Definisi strategi bersaing menurut Michael Porter adalah suatu pendekatan strategi perusahaan dalam rangka mengungguli pesaing dalam industri sejenis.

Ada tiga pendekatan strategi bersaing yang secara potensial akan berhasil untuk mengungguli perusahaan lain dalam suatu industri:⁴¹

1. Keunggulan biaya menyeluruh
2. Diferensiasi

⁴⁰Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), h. 11.

⁴¹Michael E. Porter dan Agus Maulana, *Strategi Bersaing*, (Jakarta: Erlangga, 2009) h. 31

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

3. Fokus

Strategi *pertama* ialah keunggulan biaya menyeluruh atau juga dikenal dengan strategi biaya rendah (*cost leadership*) adalah mencapai keunggulan biaya menyeluruh dalam industri melalui seperangkat kebijakan fungsional yang ditujukan kepada sasaran pokok ini. Keunggulan biaya memerlukan konstruksi agresif dari fasilitas skala yang efisien, usaha yang giat untuk mencapai penurunan biaya karena pengalaman, pengendalian biaya dan overhead yang ketat, penghindaran pelanggaran marjinal, serta meminimalkan biaya dalam bidang-bidang seperti Litbang, pelayanan, armada penjualan, periklanan, dan lain-lain. Perhatian menejerial yang besar terhadap pengendalian biaya diperlukan untuk mencapai tujuan ini. Biaya yang rendah relatif terhadap pesaing menjadi tema yang menjiwai keseluruhan strategi, meskipun mutu, pelayanan, dan bidang-bidang lainnya tidak dapat diabaikan.⁴²

Strategi biaya rendah menekankan pada upaya memproduksi produk dengan biaya yang sangat rendah. Produk ini biasanya ditujukan kepada konsumen yang relatif mudah terpengaruh oleh pergeseran harga atau menggunakan harga sebagai faktor penentu keputusan. Strategi ini membuat perusahaan mampu bertahan terhadap persaingan harga bahkan menjadi pemimpin pasar.

⁴²*Ibid*

Strategi yang *kedua* ialah diferensiasi. Strategi ini mendefinisikan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan, yaitu menciptakan sesuatu yang baru yang dirasakan oleh keseluruhan industri sebagai hal yang unik.

Dalam strategi diferensiasi, perusahaan berusaha menjadi unik dalam industrinya pada berbagai dimensi yang secara umum dihargai oleh pembeli. Logika dari strategi diferensiasi mengharuskan perusahaan memilih atribut untuk mendiferensiasikan diri secara berbeda dengan atribut pesaingnya.

Strategi diferensiasi yang berhasil memungkinkan perusahaan menetapkan harga yang lebih tinggi untuk produknya yang memperoleh loyalitas pelanggan karena konsumen bisa begitu terikat dengan fitur-fitur diferensiasi. Fitur-fitur yang membedakan produk suatu perusahaan bisa mencakup pelayanan yang sangat unggul dan juga ketersediaan produk.

Kemudian yang *ketiga* adalah fokus. Strategi ini berbeda dengan strategi lain karena menekankan pilihan akan cakupan bersaing yang sempit dalam suatu industri. Dengan mengoptimalkan strategi untuk segmen pasar, penganut strategi fokus berusaha untuk mencapai keunggulan bersaing di dalam segmen sasaran walaupun tidak memiliki keunggulan bersaing secara keseluruhan.

Strategi fokus memiliki dua varian, dalam fokus biaya perusahaan mengusahakan keunggulan biaya dalam segmen sarannya. Sedangkan dalam fokus diferensiasi, perusahaan mengusahakan diferensiasi dalam segmen sarannya. Apabila perusahaan dapat mencapai keunggulan biaya yang dipertahankan (fokus biaya) atau diferensiasi (fokus diferensiasi) dalam

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.

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.

segmennya dan segmen tersebut menari secara structural, maka penganut strategi fokus akan menjadi perusahaan yang berkinerja tinggi di dalam industrinya.⁴³

C. Persaingan Usaha dalam Islam

Dalam buku Etika dan Ilmu Ekonomi, Syed Nawar Haider Naqhi (1981) mengungkapkan bahwa Islam tidak pernah bertentangan dengan esensi manusia sebagai makhluk yang memiliki kebebasan. Manusia diberi kebebasan untuk melakukan kegiatan guna mendapatkan kebutuhannya secara optimal. Dalam kebebasannya untuk memenuhi kebutuhan, manusia berhadapan dengan manusia lain yang juga memiliki derajat yang sama. Jika manusia melanggar batas kebebasan kebutuhan sesamanya maka akan terjadi konflik. Konflik akan merugikan manusia itu sendiri. Jika hal tersebut terjadi maka manusia akan kehilangan peluang untuk mendapatkan kebutuhan yang diharapkannya. Oleh karenanya manusia berusaha menjauhi konflik melalui cara-cara tertentu sebagai usaha untuk menghindari kerugian seminimal mungkin dan mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin.⁴⁴

Dalam kegiatan muamalah, Islam menganut prinsip kebebasan terikat di mana kebebasan tersebut berdasarkan atas keadilan, undang-undang agama, dan keadilan. Di dalam peraturan sirkulasi atau perdagangan (persaingan) Islam memiliki norma, etika agama dan prikemanusiaan yang menjadi

⁴³Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h.2

⁴⁴Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012) h. 115

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.

landasan pokok bagi pelaku pasar Islam dalam persaingan bersih antara lain:⁴⁵

1. Menegakkan larangan terhadap barang-barang yang diharamkan

Islam adalah agama yang universal yang dapat pula dimengerti sebagai pandangan hidup, agama dan Negara. Islam mengandung kaidah-kaidah hukum dan aturan tentang ritual beribadah dan bermuamalah untuk membimbing manusia agar menjadi teratur, patuh pada Allah, dan bahagia dengan ridha Allah swt.

2. Jujur

Bencana terbesar dalam pasar saat ini adalah meluasnya tindakan dusta dan bathil. Misalnya berbohong dalam mempromosikan barang dan menetapkan harga tidak pada tempatnya. Oleh sebab itu, salah satu karakter pedagang terpenting yang diridhai Allah ialah berlaku jujur. Dalam melakukan persaingan seseorang harus berlaku jujur, dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan.

3. Kasih Sayang

Sebagaimana yang telah digariskan dalam Al-qur'an surat Al-Anbiya' ayat 107:

لِّلْعٰلَمِيْنَ رَحْمَةً اِلَّا اَرْسَلْنَاكَ وَمَا

Artinya: “dan tiadalah kami mengurus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam”. (QS Al-Anbiya: 107)

⁴⁵Zulkarnain, *Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Adicita, 2009), h.9

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.

Ayat diatas menegaskan bahwa manusia itu dituntut untuk selalu saling menyayangi sesamanya, serta tidak membedakan-bedakan, agama, suku dan lain-lain.

4. Mengingat Allah

Salah satu moral yang juga tidak boleh dilupakan dalam persaingan adalah mengingat Allah sekalipun telah meraih keuntungan berlipat-lipat.

Allah telah berfirman dalam surah Al-Jumuah ayat 9 yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اِذَا نُودِيَ لِلصَّلٰوةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا اِلَىٰ ذِكْرِ
 اَللّٰهِ وَذَرُوْا الْبَيْعَ ۗ ذٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ اِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ ﴿٩﴾

Artinya: *“Hai orang-orang beriman, apabila diseru untuk menunaikan shalat Jum'at, Maka bersegeralah kamu kepada mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli[1475]. yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui”*.(QS. Al-Jumuah:9)

Ayat ini jelas menerangkan bahwa kita harus selalu mengingat Allah SWT dimanapun kita berada, terutama dalam bertransaksi jika datang seruan azan maka bersegeralah untuk menunaikan shalat.

Dalam Islam untuk menarik konsumen tidak terlepas dari unsur-unsur etika dan prinsip-prinsip dalam ekonomi Syariah. Adapun prinsip-prinsip tersebut diantaranya:⁴⁶

- a. Prinsip Otonomi, yaitu sikap dan kemampuan manusia untuk bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan.

⁴⁶Idri dan Titik Triwulan Tutik, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta: Indonesia, 2008) Cet Ke-1. H. 65

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.

- b. Prinsip Kejujuran, yaitu usaha untuk menjadi orang kuat secara moral adalah kejujuran. Tidak jujur berarti tidak sanggup mengambil sikap yang lurus. Tanpa kejujuran, keutamaan-keutamaan moral lainnya akan hilang.

Allah sangat melarang orang yang melakukan kecurangan termasuk dalam hal muamalah. Sebagaimana dijelaskan dalam surat Al-Muthaffifin ayat 1-3:

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

Artinya: “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain mereka mengurangi.” (QS Al-Mutaffifin: 1-3)

Tidak hanya dalam pekerjaan atau kewajiban tugas manusia berlaku jujur, tetapi juga dalam kehidupan sehari-hari dan tidak merugikan orang lain. Berdasarkan ruang lingkup ekonomi maka Islam adalah agama yang mengatur segala aspek kehidupan, tentu saja mempunyai cara dalam perekonomian untuk menarik konsumen yang baik sesuai dengan aturan-aturan agama Islam. Ditinjau dari aspek aksiologinya, tinjauan ekonomi syariah adalah bahwa setiap kegiatan manusia didasarkan pada pengabdian kepada Allah swt, dalam rangka melaksanakan tugas dari Allah untuk memakmurkan bumi, maka dalam perekonomian umat Islam harus mengutamakan keharmonisan dan pelestarian alam. Kebahagiaan yang dikejar dalam Islam bukan semata-mata kebahagiaan duniawi saja, tetapi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

juga kebahagiaan di akhirat. Dengan demikian, ilmu ekonomi syariah harus mempunyai sistem ekonomi yang dapat memakmurkan bumi, maupun membahagiakan manusia baik selama hidup di dunia maupun di akhirat kelak.⁴⁷

Konsep dagang yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW ialah apa yang disebut *value driven*, yang artinya menjaga, mempertahankan, dan menarik nilai-nilai dari pelanggan. *Value driven* juga erat hubungannya dengan apa yang disebut *relationship marketing*, yaitu berusaha menjalin hubungan erat antara pedagang, produsen, dengan para pelanggan. Pada permulaan barang dipasarkan, maka semua anggota masyarakat adalah calon potensial untuk membeli. Diantara sekian banyak calon pembeli maka ternyata ada orang yang membeli dan ada yang tidak jadi membeli. Orang yang membeli ini merupakan pembeli pertama. Kemudian dia akan tertarik dan akan melakukan pembelian ulang, seterusnya ada yang menjadi pelanggan tetap. Diantara langganan tetap ini ada yang betul-betul tertarik dengan produk yang dijual atau dengan tokonya sehingga langganan ini akan membantu mempromosikan dan menarik konsumen lain untuk mengkonsumsi atau menjadi langganan tetap. Ini dikenal dengan *relation marketing*.⁴⁸

Dalam melaksanakan bisnis, antara pesaing bisnis haruslah memperhatikan etika bisnis agar tidak terjadi benturan sesama pengusaha. Apalagi pengusaha tersebut menjalankan bisnis yang serupa.

⁴⁷Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), Ed. Ke-1. H.12

⁴⁸Buchari Alma, *Dasar-dasar Etika Bisnis Islami*, (Bandung: Alfabeta, 2013) h.21

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.

Di dalam ekonomi syariah terdapat nilai-nilai etika Islam yang dapat mendorong bertumbuhnya dan suksesnya bisnis, yaitu:⁴⁹

1. Konsep Ihsan

Ihsan adalah suatu usaha individu untuk sungguh-sungguh dalam bekerja, tanpa kenal menyerah dengan dedikasi penuh menuju pada optimalisasi sehingga memperoleh hasil maksimal. Namun hal ini tidak sama dengan perfeksionisme, melainkan optimalisasi. Perfeksionisme tidak dianjurkan karena ini tidak mungkin dicapai oleh manusia. Kesempurnaan itu adalah sifat Allah, kita hanya mungkin bisa mendekatinya, tidak mungkin sampai sempurna.

2. Itqan

Itqan artinya membuat sesuatu dengan teliti dan teratur. Jadi harus bisa menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Allah telah menjanjikan bahwa siapa saja yang bersungguh-sungguh maka dia akan menunjukkan jalan kepadanya dalam mencapai nilai yang setinggi-tingginya.

3. Hemat

Rasulullah SAW menyampaikan kepada kita untuk harus hemat, jangan boros, pekerjaan memboros-boroskan harta adalah pekerjaan syaitan. Kita harus hemat dengan harta, tetapi tidak kikir dan tidak menggunakannya kecuali untuk sesuatu yang benar-benar bermanfaat.

⁴⁹Didin Hafidhuddin, *Manajemen Syariah*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2011) h. 65

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.

4. Kejujuran dan Keadilan

Merupakan konsep yang membuat ketenangan hati bagi orang yang melaksanakannya. Kejujuran yang ada pada diri seseorang membuat orang lain senang berteman dan berhubungan dengan anda. Di dalam bisnis pemupukan relasi sangat mutlak diperlukan, sebab relasi ini akan sangat membantu kemajuan bisnis dalam jangka panjang. Sedangkan keadilan perlu diterapkan misalnya terhadap para karyawan ada aturan yang jelas dalam pemberian upah, dengan prinsip keadilan itu tidak membeda-bedakan manusia yang satu dengan yang lainnya.

5. Kerja Keras

Rasulullah sangat terkenal dengan konsep ini. Kita mengetahui bahwa Rasulullah pada masa kecilnya telah memulai kerja menggembalakan domba-domba orang Makkah dan beliau mendapat upah dari menggembala itu. Setelah berumur 12 tahun beliau mulai berdagang bersama kafilahnya dari satu kota ke kota lainnya. Sangat dianjurkan kerja keras itu dilakukan sejak pagi hari. Setelah shalat subuh janganlah kalian tidur tapi carilah rizki dari Rabbmu.