

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.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Daya saing adalah konsep perbandingan kemampuan dan kinerja perusahaan, sub-sektor atau negara untuk menjual dan memasok barang dan atau jasa yang diberikan dalam pasar.¹

Menteri Pendidikan Nasional mendefinisikan daya saing adalah kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna. Kemampuan yang dimaksud adalah (1) kemampuan memperkokoh pangsa pasarnya, (2) kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya, (3) kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti, (4) kemampuan menegakkan posisi yang menguntungkan.²

Daya saing ditentukan oleh keunggulan bersaing suatu perusahaan dan sangat bergantung pada tingkat sumber daya relatif yang dimilikinya atau bisa kita sebut keunggulan kompetitif. Pentingnya daya saing karena tiga hal berikut:³

1. Mendorong produktivitas dan meningkatkan kemampuan mandiri.
2. Dapat meningkatkan kapasitas ekonomi, baik dalam konteks regional ekonomi maupun kuantitas pelaku ekonomi sehingga pertumbuhan ekonomi meningkat.
3. Kepercayaan bahwa mekanisme pasar lebih menciptakan efisiensi.

¹Mudrajad kuncoro, *Ekonomika Industri Indonesia Menuju Negara Industri Baru 2030*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2007), h. 82.

²Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 41 Tahun 2007 tentang standar proses, h. 22.

³Fread R David, *Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 11

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.

Dalam analisisnya tentang strategi bersaing suatu perusahaan, Michael

A. Porter membagi 3 jenis strategi generik yaitu, keunggulan biaya (*Cost Leadership*), pembedaan produk (*Differentiation*), dan fokus yakni:⁴

1. Strategi Biaya Rendah (*Cost Leadership*)

Strategi biaya rendah, menekankan pada upaya memproduksi produk standar (sama dalam segala aspek) dengan biaya per unit sangat rendah. Produk ini (barang maupun jasa) biasanya ditujukan kepada konsumen yang relatif mudah terpengaruh oleh pergeseran harga (*price sensitive*) atau menggunakan harga sebagai faktor penentu keputusan. Dari sisi pelaku pelanggan, strategi jenis ini amat sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang termasuk dalam kategori perilaku *low-involvement*, ketika konsumen tidak terlalu peduli terhadap perbedaan merek, relatif tidak membutuhkan perbedaan produk, atau jika terdapat sejumlah besar konsumen memiliki kekuatan tawar-menawar yang signifikan.

2. Strategi Pembedaan Produk (*Differentiation*)

Strategi pembedaan produk, mendorong perusahaan untuk sanggup menemukan keunikan tersendiri dalam pasar yang jadi sasarannya. Keunikan produk (barang atau jasa) yang dikedepankan ini memungkinkan suatu perusahaan untuk menarik minat sebesar-besarnya dari konsumen potensialnya. Cara pembedaan produk bervariasi dari pasar ke pasar, tetapi berkaitan dengan sifat dan atribut fisik suatu produk atau pengalaman kepuasan (secara nyata maupun psikologis) yang didapat oleh konsumen dari produk tersebut.

⁴Michael A. Porter. *Competitive Advantage. Edisi Bahasa Indonesia*. (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2001), h. 52-61.

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.

3. Strategi Fokus (*Focus*)

Strategi fokus digunakan untuk membangun keunggulan bersaing dalam suatu segmen pasar yang lebih sempit. Strategi jenis ini ditujukan untuk melayani kebutuhan konsumen yang jumlahnya relatif kecil dan dalam pengambilan keputusannya untuk membeli relatif tidak dipengaruhi oleh harga.

Syarat bagi penerapan strategi ini adalah adanya besaran pasar yang cukup (*market size*), terdapat potensi pertumbuhan yang baik, dan tidak terlalu diperhatikan oleh pesaing dalam rangka mencapai keberhasilannya.⁵

Islam mengajarkan bagi pelaku usaha untuk memperhatikan kualitas dan keberadaan produk. Islam melarang jual beli produk yang belum jelas (*gharar*) bagi pembelinya. Pasalnya disini berpotensi terjadinya penipuan dan ketidakadilan terhadap salah satu pihak. Selain keberadaan suatu produk, Islam juga memerintahkan untuk memperhatikan kualitas produk, barang yang di jual juga harus terang dan jelas kualitasnya, sehingga pembeli dapat dengan mudah memberi penilaian.⁶

Islam menghendaki perdagangan yang berlangsung dengan bebas dan bebas dari distorsi. Hal ini bertujuan untuk memelihara unsur keadilan semua pihak dan Islam mengatur agar persaingan di pasar dilakukan

⁵Tulus Tambunan, *Perekonomian Indonesia Teori dan Temuan Empiris*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001), h. 55.

⁶Muhammad Firdaus, *Dasar dan Strategi Pemasaran Syariah*, (Jakarta: Renaisan, 2005), h. 23.

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.

secara adil. Persaingan dan globalisasi adalah sesuatu yang mesti dihadapi. Untuk menghadapinya diperlukan kekuatan-kekuatan atau daya saing (terutama dalam bidang produksi termasuk perniagaan), antara lain sebagai berikut:⁷

- a. Daya saing harga, tidak memungkinkan memenangkan persaingan jika produk-produk yang kita miliki dan ditawarkan harganya sangat mahal, tidak mungkin akan memasarkan produk dengan harga tinggi sekalipun dengan kualitas yang baik.
- b. Daya saing kualitas, produk-produk yang akan dipasarkan harus memiliki karakteristik dan keunggulan yang berbeda dari produk lainnya.
- c. Daya saing *marketing*, hal terpenting dari segi *marketing* ialah bagaimana bisa menarik minat konsumen untuk membeli produk yang bisa kita miliki dan merasa puas dengan apa yang kita pasarkan, dalam hal ini kemampuan untuk mengemas produk menjadi menarik merupakan bagian terpenting.
- d. Daya saing jaringan kerja (*networking*), suatu bisnis tidak akan memiliki daya saing akan kalah jika bermain sendiri dalam hal ini bermakna tidak melakukan kerjasama, koordinasi, dan sinergi dengan pihak bisnis maupun di berbagai bidang.

Berkaitan dengan daya saing, Islam juga menganjurkan untuk berlomba-lomba dalam hal kebaikan yaitu dalam surat Al Baqoroh ayat 148: ⁷

⁷Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), h. 231-234.

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ اِنَّ مَا تَكُوْنُوْنَ يَآتِ بِكُمْ اَللّٰهُ جَمِيعًا ۚ اِنَّ اَللّٰهَ عَلٰى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيْرٌ ﴿١٤٨﴾

Artinya: *Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu (dalam berbuat) kebaikan. Dimana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.*⁸

Dalam konteks persaingan usaha dikembangkan prinsip bersaing yang sehat dan benar. Prinsip persaingan yang sehat dan benar menurut islam antara lain, memberikan yang terbaik kepada konsumen, tidak berlaku curang dan kerjasama positif. Prinsip memberikan yang terbaik kepada konsumen dapat berupa memberikan kualitas produk terbaik, memberikan harga yang kompetitif dibandingkan dengan yang lain dan memberika pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Dalam konsep ini, segala aktivitas bisnis mulai dari kegiatan produksi sampai kegiatan barang tiba di pasar, ditujukan untuk merebut hati atau membangun *image* konsumen dengan memberikan yang terbaik.⁹

Pasar Seni Kelurahan Kampung Dalam yang di bangun oleh pemerintah Kabupaten Siak pada tahun 2013 yang berjumlah 44 kios, berada di lokasi yang sangat strategis dan mempunyai fasilitas umum yang lengkap seperti adanya musholla, toilet, parkir, dan cafe. Akan tetapi hingga kini tidak berjalan seperti yang diharapkan. Ini terjadi akibat tidak mampu dikelola oleh yang menempati kios tersebut. Berdirinya Pasar Seni Kelurahan

⁸Departemen Agama RI, *Mushaf Al Qur'an*, (Jakarta: CV. Pustaka Al Kautsar, 2010), h. 17.

⁹Muclish. *Etika Bisnis Islami landasan Filosofi, Normatif, dan Subtansi Implementatif*. (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), h. 108.

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.

Kampung Dalam ini bertujuan untuk memajukan serta untuk memasarkan produk-produk dan kerajinan masyarakat Siak. Akan tetapi banyak pedagang kios yang berdagang di Pasar Seni Kelurahan Kampung Dalam tersebut memilih tutup dari pada buka, hal ini disebabkan sepinya pengunjung yang datang membeli.

Pada awal diresmikannya Pasar Seni Kelurahan Kampung Dalam ini terlihat banyak para pengunjung dari berbagai daerah datang untuk mencari cendera mata untuk dibawa pulang sebagai oleh-oleh.

Padahal pasar tersebut didirikan untuk menunjang pengunjung yang datang ke Istana Siak untuk mencari berbagai buah tangan. Dulu ramai pengunjung yang berbelanja di Pasar Seni Kelurahan Kampung Dalam, namun saat ini seperti sejejeran ruko mati. Setidaknya berjejer 44 kios yang sebagian besar tutup hampir setiap harinya, kios yang di isi oleh pedagang pada saat ini adalah 33 kios. Dari 33 kios pedagang saat ini, hanya 8 kios yang aktif berjualan sejak diresmikannya Pasar Seni Kelurahan Kampung Dalam.¹⁰

Berikut adalah data pendapatan penjualan dari 8 kios aktif :

Tabel I. 1
Pendapatan Pedagang Aktif dari tahun 2015-2017

Nama Kios	Pendapatan Pertahun		
	2015	2016	2017
Anugerah	11.455.000	21.346.000	7.243.000
Sarep. Dol	10.987.000	19.956.000	7.020.000
DESKASNADA Kab. Siak	11.765.000	21.005.000	6.978.000
Kaos Siak	12.123.000	22.345.000	8.110.000
Gerai Maharatu	9.865.000	18.812.000	6.456.000
Dayang Suri Craft	10.908.000	20.235.000	8.500.000
Gerai Mahkota	13.097.000	22.550.000	9.468.000
Atan Food	14.810.000	23.976.000	10.350.00

Sumber: Pedagang Pasar Seni Siak

¹⁰ Wan Ibrahim Surji, Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan, *Wawancara*, (Siak: 7 Februari 2018).

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui pada tahun 2016 terjadi kenaikan pendapatan dari para pedagang, dikarenakan adanya acara besar di Siak yakni MTQ Provinsi Riau yang diadakan di Kota Siak. Akan tetapi pada tahun 2017 terjadi penurunan pendapatan yang sangat drastis.

Dalam wawancara penulis dengan seorang pedagang bernama pak Imran, beliau mengatakan bahwa para pedagang yang menutup kiosnya di hari-hari biasa dikarenakan pendapatan yang mereka peroleh sangat sedikit, sehingga tidak dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari keluarga mereka. Untuk mensiasati hal tersebut para pedagang yang menutup kiosnya mencari pekerjaan lain dan mereka baru membuka kiosnya apabila ada event-event besar.¹¹

Melihat berbagai fenomena diatas penulis tertarik untuk meneliti tentang pedagang Pasar Seni dalam bentuk karya ilmiah yang disusun dengan judul “**Analisis Daya Saing Pedagang Seni di Pasar Seni Sentral Objek Wisata Siak Dalam Prespektif Ekonomi Syariah**”.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipermasalahkan, maka penulis membatasi permasalahan penelitian ini pada daya saing pedagang seni dan faktor yang mempengaruhi daya saing di pasar seni sentral objek wisata Siak.

¹¹Imran, Pedagang Pasar Seni, *Wawancara*, (Pasar Seni Siak: 28 Juli 2017).

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.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana daya saing pedagang seni di Pasar Seni sentral objek wisata Siak?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi Syariah terhadap daya saing pedagang seni di Pasar Seni objek wisata Siak?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui analisis daya saing pedagang seni di Pasar Seni sentral objek wisata Siak.
 - b. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Syariah terhadap analisis daya saing pedagang seni di Pasar Seni sentral objek wisata Siak.
2. Kegunaan Penelitian
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan masukan bagi pengelola Pasar Seni tentang faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing dan merumuskan kebijakan-kebijakan pengelolaan Pasar Seni Siak.
 - b. Sebagai referensi untuk penelitian-penelitian sejenis tentang daya saing.
 - c. Penelitian ini sebagai syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.

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. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat *Field Research* (penelitian lapangan) yang dilakukan di Pasar Seni sentral objek wisata Siak.

2. Subjek dan Objek

- a. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pedagang Pasar Seni di sentral objek wisata Siak.
- b. Objek penelitian ini adalah analisis daya saing Pasar Seni di sentral objek wisata Siak dalam perspektif ekonomi Syariah.

3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah para pedagang di Pasar Seni yang berjumlah 33 pedagang seni, dengan menggunakan metode *total sampling* maka populasi di dalam penelitian ini langsung di jadikan sebagai sampel penelitian.

4. Sumber Data

- a. Data Primer, sumber data primer ini adalah observasi secara langsung dan wawancara dengan pedagang-pedagang seni di Pasar Seni di sentral objek wisata Siak.
- b. Data Sekunder, sumber data sekunder adalah data yang di peroleh dari literatur-literatur, dokumen-dokumen, dan buku-buku yang berhubungan dengan penelitian.

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. Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara, merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan tanya jawab oleh penulis dengan subjek penelitian.
- b. Observasi, mengadakan pengamatan dan penyelidikan terhadap kejadian yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.
- c. Angket adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis pula oleh responden.
- d. Studi pustaka, yaitu penulisan dan menelaah buku-buku yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

6. Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Defenisi	Indikator
Daya Saing	Daya saing adalah kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna. Kemampuan yang dimaksud adalah kemampuan memperkokoh pangsa pasarnya, kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya, meningkatkan kinerja tanpa henti dan kemampuan menegakkan posisi yang menguntungkan. ¹²	Indikator daya saing terdiri dari: ¹³ 1. Modal Kerja. 2. Kemasan Produk. 3. Network/Relasi 4. Pengembangan Usaha 5. Sumber Daya Manusia.

7. Teknik Analisa Data

Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif yaitu proses analisis yang mendasarkan pada adanya hubungan sistematis antar variabel yang diteliti, agar peneliti mendapatkan makna hubungan variabel-variabel sehingga dapat digunakan untuk menjawab

¹²Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 41 Tahun 2007 Tentang Standar Proses.

¹³ Rulyanti Susi Wardhani dan Yulia Agustina, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing Pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalanpinang*, (Jurnal Ilmiah: Vol 8., No 3., 2009), h.74-76.

masalah yang dirumuskan dalam penelitian. Prinsip pokok teknik analisis data kualitatif ialah mengolah dan menganalisis data-data yang terkumpul menjadi data yang sistematis, teratur, terstruktur dan mempunyai makna.¹⁴

8. Metode Penulisan

Induktif, yaitu mengawalinya dengan menjelaskan fakta-fakta atau hal-hal yang khusus dianalisis kemudian diambil kesimpulan secara umum.

F. Penelitian Terdahulu

Dias Satria (2011) dengan judul “Strategi Pengembangan Industri Kreatif untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku Ekonomi Lokal”. Analisis yang digunakan adalah Analisis data kualitatif dengan teknik Analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permasalahan industri kreatif distro di kota Malang yaitu produksi dan supply bahan baku berada di Bandung, tidak adanya dukungan dari pemerintah, kurangnya promosi keluar daerah, rendahnya daya beli masyarakat dan adanya produk-produk bajakan. Alternatif kebijakan yang dilakukan ialah pemberian insentif, pembinaan pekerja kreatif, pengklasifikasian industri kreatif pada pos-pos pendapatan kota Malang dan peningkatan kemitraan sesama industri.¹⁵

Defri Antoni (2010) dengan judul “Analisis Daya Saing Hotel Angkasa Dalam Menghadapi Persaingan Hotel Bintang 1 (Satu) Di Pekanbaru”. Teknik analisis yang digunakan adalah dengan metode deskriptif dan asosiatif. Hasil

¹⁴Ariesto Hadi Sutopo dan Adrianus Arief, *Terampil Mengolah Data Kualitatif dengan NVIVO*, (Jakarta:Prenada Media Grup, 2008), h. 41.

¹⁵Dias Satria, *Strategi Pengembangan Industri Kreatif untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku Ekonomi Lokal*, (Yogyakarta: UIN SUKA, 2011), h. 97-98.

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.

penelitian menunjukkan strategi yang digunakan dan upaya yang dilakukan Hotel Angkasa dalam menghadapi persaingan dan meningkatkan daya saing hotel bintang 1 (satu) di Pekanbaru adalah dengan meningkatkan volume penjualan, meningkatkan kualitas pelayanan, citra (*image*) hotel dan strategi biaya.¹⁶

Rulyanti Susi Wardhani dan Yulia Agustina (2009) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing Pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalan Pinang”. Analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada dua faktor yang mempengaruhi daya saing pada sentra industri makanan khas Bangka di Kota Pangkalan Pinang yakni pertama faktor keuangan yang memiliki variabel-variabel diantaranya modal kerja dan pengembangan usaha. Faktor kedua adalah pemasaran yang memiliki variabel kemasan produk dan *network*. Variabel-variabel yang terdapat pada faktor pertama dan faktor kedua merupakan variabel-variabel yang saling berhubungan. Hubungan tersebut ditunjukkan dari hasil analisis faktor dimana besarnya korelasi kedua faktor tersebut yang cukup tinggi. Dimana faktor yang paling dominan adalah faktor pertama yaitu faktor keuangan.¹⁷

G. Sistematika Penulisan

Untuk lebih jelas dan mudah dipahami pembahasan dalam penelitian ini, penulis akan memaparkan dalam sistematika sebagai berikut:

¹⁶Defri Antoni, *Analisis Daya Saing Hotel Angkasa dalam Menghadapi Persaingan Hotel Bintang 1(Satu)*, (Pekanbaru: Skripsi UIN SUSKA, 2010), h. 73.

¹⁷Rulyanti Susi Wardhani dan Yulia Agustina, *Op. Cit*, h. 93-93.

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 I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis akan membahas dan menguraikan tujuh sub bab yaitu tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Dalam bab ini penulis akan memaparkan tentang letak geografis dan demografis Kelurahan Kampung Dalam, visi dan misi Kelurahan Kampung Dalam, sosial ekonomi masyarakat, sekilas Pasar Seni Kelurahan Kampung Dalam dan kontribusinya, dan struktur pengelola Pasar Seni Kelurahan Kampung Dalam sebagai objek wisata.

BAB III : LANDASAN TEORETIS

Dalam bab ini akan diuraikan landasan teoretis yang terdiri dari pengertian pasar dan sumber-sumber hukumnya, macam-macam pasar dan pengelolaannya, dan sistem persaingan pasar dalam islam.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan membahas dan menguraikan hasil penelitian mengenai Daya Saing Pasar Seni Kelurahan Kampung Dalam di sentral objek wisata Siak dan tinjauan Ekonomi Syariah terhadap Daya Saing Pasar Seni Kelurahan Kampung Dalam di sentral objek wisata Siak.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini merupakan bab terakhir yang berisikan kesimpulan dari permasalahan yang telah dikemukakan dan saran-saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

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.

