

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.

STRATEGI BERSAING KEDAI BOROBUDUR 4.0 PEKANBARU DALAM PENGEMBANGAN USAHA MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE).



UIN SUSKA RIAU

DISUSUN OLEH:

**SAID FAHRULLIANSYAH
NIM: 11625104110**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
1443 H/2021 M**



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.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul **Strategi Bersaing kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru Dalam Pengembangan Usaha Menurut Perspektif Ekonomi Islam**, yang ditulis oleh:

Nama : Said Fahrulliansyah

Nim : 11625104110

Program Studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diajukan dalam sidang munaqhasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 13 Agustus 2021

Pembimbing Skripsi

Rozi Andrini, ME
NIP. 199405022018012002



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.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “*STRATEGI BERSAING KEDAI BOROBUDUR 4.0 PEKANBARU DALAM PENGEMBANGAN USAHA MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*” yang ditulis oleh :

Nama : Said Fahrulliansyah
 NIM : 11625104110
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasahkan pada :

Hari / Tanggal : Selasa, 21 September 2021
 Waktu : 13.00 WIB
 Tempat : Ruang Sidang Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sutan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 06 Oktober 2021 M

TIM PENGUJI MUNAQASAH

Ketua
Dr. H. Mawardi, S. Ag, M.Si

Sekretaris
Dr. Jenita ,S.E.,M.M

Penguji I
Darnilawati, S.E, M.Si

Penguji II
Bambang Hermanto, M.Ag

Mengetahui:
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum


Dr. H. Zulkipli, M.Ag
 NIP. 19741006 200501 1 005



Lampiran Surat :
 Nomor : Nomor 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : SAIO FAHRULLIANSTAH
 NIM : 11625104110
 Tempat/Tgl. Lahir : KHAIRIAH MANDAH, 06 NOVEMBER 1997
 Fakultas/Pascasarjana : SYARIAH DAN HUKUM
 Prodi : EKONOMI SYARIAH
 Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:
STRATEGI BERSAING KEDAI BOROBUDUR 4.0 PEKANBARU DALAM
PENGEMBANGAN USAHA MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM.

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 16 September 2021

buat pernyataan



SAIO FAHRULLIANSTAH
 NIM : 11625104110.

* pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

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.

ABSTRAK

Said Fahrulliansyah (2021): Strategi Bersaing Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru dalam Pengembangan Usaha Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh terjadinya peningkatan dan penurunan dari segi omset penjualan di Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru. Penjualan di Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru tergantung dari jumlah pengunjung yang datang, dan biasanya omset akan mengalami kenaikan pada saat hari *weekend*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bersaing yang dilakukan Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru dalam pengembangan usaha, kendala yang dihadapi dan tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi bersaing Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru dalam pengembangan usaha.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan metode kualitatif. Subjek penelitian ini adalah pemilik, karyawan, dan pelanggan Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik, manager dan karyawan yang berjumlah 14 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bersaing Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru dalam pengembangan usaha lebih menekankan strategi differensiasi (*differentiation strategy*), strategi fokus, strategi manajemen, strategi pengembangan sumber daya, namun Kedai Borobudur 4.0 tidak menggunakan strategi kepemimpinan harga. Kendala yang dihadapi yaitu meningkatnya harga bahan baku, sumber daya manusia yang terbatas, dan permasalahan dalam permodalan. Strategi bersaing dalam pengembangan Usaha Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru secara umum telah sesuai dengan tinjauan ekonomi Islam, terlihat dari strategi differensiasi produk, produk yang ditawarkan baik dan halal, harga bersaing, manajemen yang sesuai dengan yang dibenarkan dalam Islam dengan menekankan pada wilayah halal dan haram, termasuk menyediakan fasilitas mendukung seperti adanya fasilitas musholla yang disediakan sebagai salah satu perwujudan dari pengimplementasian Islam dalam pengelolaan usahanya.

Kata Kunci: Strategi Bersaing, Pengembangan Usaha, Strategi Differensiasi.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alikum warahmatullahi wabara katuh

Pujiyukur Alhamdulillah, penulisucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tulisan yang berjudul “**Strategi Bersaing Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru dalam Pengembangan Usaha Menurut Perspektif Ekonomi Islam**” . Shalawat beserta salam penulis kirimkan kepada junjungan alam Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari alam jahiliah menuju alam yang penuh cahaya keimanan dan ilmu pengetahuan.

Skripsi ini merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan dan kelebihan, apabila terdapat kekurangan dalam penulisan Skripsi ini, penulis berharap kritik dan saran yang membawa perkembangan suatu saat nanti. Penulisingin menyampaikan rasa terimakasih yang tidak terhingga kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam kelancaran penulisan skripsi ini yang berupa dorongan moril dan materil. Penulis menyadari dalam menyelesaikan skripsi ini banyak bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan motivasi dan do'a kepada penulis. Selain itu pada kesempatan ini penulis juga ingin

- 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.

menyatakan dengan penuh hormat ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Said Hajaki dan Ibu Syarifah Yusfizar yang merupakan kedua orang tua serta Kakak Syarifah Nurlia Hafizah, Abang Said Yandri Alfiza dan Syarifah Zilfadillah yang merupakan adik kandung penulis tercinta yang telah mendoakan, memotivasi, yang mengharapkan keberhasilan, kesuksesan, dan kebahagiaan. Sekaligus dukungan moril maupun materi serta memberi semangat dan dorongan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Hairunnas, M,Ag., selaku Rektor UIN SUSKA Riau beserta seluruh stafnya.
3. Bapak Dr. H. Zulkifli, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan hukum.
4. Bapak Dr. H. Herman M.Ag., selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. H. Mawardi, S.Ag, M.Si selaku Wakil Dekan II, dan Ibu Dr. Sofia Hardani, M.Ag selaku Wakil Dekan III.
5. Bapak Dr. Syahpawi, S.Ag., dan Bapak Syamsurizal, SE., M.Sc, Ak, CA., selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam.
6. Ibu Rozi Andrini, M.E., selaku pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam penyelesaian Skripsi ini.
7. Ibu Dra. Yusliati , M.A., selaku Dosen Penasehat Akademik (PA) penulis yang sudah memberikan nasehat, masukan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.



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.

8. Bapak Rudi Fajar selaku *Owner*, Manager, dan Karyawan Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru sekaligus orang-orang yang banyak dalam membantu penulis hingga penulisan skripsi ini selesai.
9. Terimakasih kepada Hikmatul Wardani, S.Pd., selaku sahabat tersayang penulis yang telah membantu selama penulis mengecam pendidikan di UIN SUSKA Riau, hingga terselesaikannya skripsi ini.
10. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan penulis selama bangku perkuliahan di jurusan Ekonomi Syariah “D” (2016).
11. Serta seluruh pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang selalu mengingatkan penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Pekanbaru, Oktober 2021

Said Fahrulliansyah
NIM. 11625104110



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.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	i
DAFTAR ISI	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	9
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Strategi Bersaing	12
B. Strategi Bersaing Dalam Islam.....	24
C. Pengembangan Usaha	29
D. Penelitian Terdahulu	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Metode penelitian.....	37
C. Lokasi penelitian	38
D. Subjek dan Objek	38
E. Informan Penelitian	39
F. Sumber Data.....	39
G. Teknik Pengumpulan Data.....	40
H. Teknik Analisa Data.....	41
I. Teknik Penulisan.....	42

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 IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
	A. Strategi Bersaing Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru dalam Pengembangan Usaha	43
	B. Kendala yang Dihadapi dalam Persaingan Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru dalam Pengembangan Usaha ..	55
	C. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Strategi Bersaing Dalam Pengembangan Usaha Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru.....	58
BAB V	PENUTUP	67
	A. Kesimpulan	67
	B. Saran.....	68
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN	

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 I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sehari-hari kita sering menyaksikan berbagai aktivitas transaksi jual beli yang dilakukan oleh masyarakat. Transaksi jual beli yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang yang didalamnya mengharapkan dan menghasilkan profit (laba) bisa disebut sebagai sebuah bisnis.

Menurut Darni dalam bukunya mengatakan bahwa kegiatan bisnis (perusahaan) yaitu organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud mendapatkan laba.¹ Menurut Ariyadi bisnis adalah kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Barang dan jasa akan didistribusikan pada masyarakat yang membutuhkan, dari kegiatan distribusi tersebut, pelaku bisnis akan mendapatkan keuntungan atau *profit*.² Melalui laba yang diciptakan oleh aktivitas bisnis, maka pelaku bisnis dapat mengembangkan skala usahanya menjadi lebih besar.

Menurut Ariyadi bisnis berbasis syariah adalah kegiatan bisnis yang dilakukan oleh seseorang dengan berlandaskan syariat agama Islam, dimana setiap cara memperoleh dan menggunakan harta yang mereka dapatkan harus

¹Darni, *Pengantar Bisnis*, (Pekanbaru: Benteng Media, 2014), h.1.

²Ariyadi, *Bisnis dalam Islam, Jurnal Hadratul Madaniyah*, Volume 5 Issue 1, June 2018, Page 13 – 26 p-ISSN: 2355-3529. h.13.



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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sulthan Saifur Kasim Riau

sesuai dengan aturan agama Islam (halal dan haram).³ Dalam perspektif ekonomi Islam, praktek bisnis adalah tidak hanya tentang biaya dan manfaat ekonomi, faktor penentu keberhasilan bisnis terletak pada hal-hal non materi, prinsip-prinsip dan strategi bisnis, manajemen yang baik, SDM yang profesional serta sikap dan perilaku etik perusahaan.⁴ Menurut Erni R Ernawan dalam bukunya etika bisnis secara etimologi b. Implementasi etika islam dalam bisnis adalah menjadikan bisnis sebagai ibadah kepada Allah SWT, menjadikan Allah SWT sebagai pengawas yang utama, menjalankan bisnis sesuai dengan ketentuan-Nya.⁵

Pelaku usaha sering disebut dengan istilah wirausaha (*entrepreneur*). Menurut *Steinhoff* dan *John F. Burgess* menyatakan bahwa wirausaha adalah orang yang mengorganisir, mengelola dan berani menanggung resiko untuk menciptakan usaha baru dan peluang berusaha.⁶

Keterlibatan muslim dalam bisnis bukan merupakan sesuatu hal yang baru. Namun telah berlangsung sejak empat belas abad yang lalu. Hal tersebut tidaklah mengejutkan karena Islam menganjurkan umatnya untuk melakukan bisnis, dan hal tersebut juga diatur dalam Al-Qur'an. Konsep Al-Qur'an sangat komprehensif, sehingga parameternya tidak hanya menyangkut dunia, tetapi juga menyangkut akhirat. Maka dari itu dalam berbisnis wirausahawan muslim hendaknya memiliki perilaku yang baik, seperti bertindak ramah kepada konsumen. Berperilaku baik dengan menerapkan perilaku yang sopan

³*Ibid.*h. 16.

⁴Antony, *Etika Bisnis Perspektif Ekonomi Islam*,*Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan*, Vol. 2, No. 1, 2018.P:1-18, E-ISSN: 2597-9434, ISSN: 26854309.h.3.

⁵*Ibid.*h. 14.

⁶Kusnadi, Yulia Novitas, *Kewirausahaan*,(Pekanbaru: Cahaya Firdaus,2017),h. 4.



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.

dan santun akan membuat konsumen nyaman dan senang, Amanah juga perilaku yang harus ada di miliki oleh wirausaha muslim dalam berbisnis, Rasulullah Saw. adalah contoh pebisnis yang jujur karena sifat amanahnya. Seorang manusia yang unggul adalah manusia yang taqwa kepada Allah akan menjalankan bisnis dengan membawa keseimbangan dalam hidupnya, imbang dalam hal dunia dan akhirat. Islam melalui Rasulullah, mengajarkan bagaimana bisnis seharusnya dilakukan. Mulai dari etika berbisnis sampai penggunaan harta yang diperoleh. Kegiatan bisnis yang dijalankan oleh Rasulullah SAW didasari oleh akhlak mulia dengan kejujuran dan tutur kat a yang baik. Allah SWT menyuruh hamba-hambaNya bahkan mewajibkan untuk mencari harta-kekayaan.⁷ Seperti yang dijelaskan dalam surat al-Mulk ayat 15 :

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾

Artinya: *Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan. (QS. Al-Mulk : 15)*⁸

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah menyuruh hamba hambanya untuk mencari rizki yang telah Allah siapkan di bumi dengan menggunakan cara yang halal. Dalam mencari rizki, seorang muslim harus tetap mengingat Allah. Saat rizki tersebut sudah diperolehnya maka dia harus mempergunakan harta miliknya dengan benar dan baik.⁹

⁷ Ariyadi, *Op.Cit*, h. 14.

⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Solo: PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2013), h. 563.

⁹ Ariyadi, *Op.Cit*.h.14.



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.

Setiap usaha yang dijalankan tentunya pengusaha menginginkan pengembangan terhadap usahanya, pengembangan ini tentunya memerlukan strategi pemasaran yang tepat, maka diperlukannya bauran pemasaran (*Marketing mix*) dalam merencanakan sebuah usaha. Menurut Zeithaml, Bitner dan Gremler, bauran pemasaran didefinisikan sebagai elemen suatu kontrol organisasi yang dapat digunakan untuk memenuhi atau untuk berkomunikasi dengan konsumen. Bauran pemasaran terdiri dari 4P yaitu, *Product, Place, Promotion, dan Price*.¹⁰ Menurut Syariat Islam Pemasaran harus menjauhi hal-hal yang kotor dan merugikan konsumen dalam arti lain bahwa produsen harus transparan dan mengedepankan kejujuran dalam menjalankan usahanya.¹¹ Dengan adanya bauran pemasaran yang dijadikan sebagai suatu kontrol dalam berbisnis maka terbentuk strategi-stretegi yang akan mendukung terciptanya usaha yang berkelanjutan.

Dalam pengertian umum, strategi adalah cara untuk mendapatkan kemenangan atau mencapai tujuan. Strategi pada dasarnya merupakan seni dan ilmu yang menggunakan dan mengembangkan kekuatan (ideologi, politik, ekonomi, sosial-budaya) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, menggerakkan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis.¹²

¹⁰Muhammad Supriyanto, Muhammad Taali, *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Pengambilan Keputusan Menginap di The Sun Hotel Madiun*, Epicheirisi, Vol. 2 no.1 tahun 2018,h. 14.

¹¹Chusnul Muali, Khoirun Nisa, *Pemasaran Syariah Berbantuan Media Sosial: Kontestasi Strategis Peningkatan Daya Jual*,An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 05, No. 02, April, 2019,h. 174.

¹²Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Cet. 1, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), h. 29



Strategi bersaing menurut Michael Porter yaitu *Cost leadership*, *differensiasi*, dan *focus*. *Cost leadership* yaitu perusahaan yang unggul dalam produksi berbiaya rendah mampu menggunakan keunggulan biayanya untuk menawarkan harga yang lebih rendah atau untuk menikmati margin yang lebih tinggi. *Differensiasi* yaitu untuk mendifferensiasikan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan dengan menciptakan suatu produk atau jasa yang dirasakan oleh seluruh industry sebagai sesuatu yang unik. Pendekatan ini bukan hanya untuk meningkatkan mutu fisik dari produk atau jasa saja, tetapi juga dapat menciptakan nilai tertentu bagi pembeli. *Focus* yaitu memusatkan pada kelompok pembeli, segmen lini produk, atau pasar geografis tertentu. Jika strategi biaya rendah dan differensiasi ditujukan untuk mencapai sasaran mereka di keseluruhan industri, maka strategi fokus dibangun untuk melayani target tertentu secara baik.¹³ Dengan adanya strategi bersaing dari sebuah perusahaan makanya kerap terjadi kompetisi.

Kompetisi mempunyai pengertian adanya persaingan antara perusahaan untuk mencapai pangsa pasar yang lebih besar. Dalam pengertian sempit kompetisi adalah perusahaan-perusahaan yang berusaha sekuat tenaga untuk membuat pelanggan membeli produk mereka bukan produk pesaing.¹⁴

Kotler dan Porter menyatakan bahwa persaingan dalam konteks pemasaran adalah keadaan dimana perusahaan pada pasar produk atau jasa tertentu akan memperlihatkan keunggulannya masing-masing, dengan atau tanpa terikat peraturan tertentu dalam rangka meraih pelanggannya. Menurut

¹³Peace II, John A, Richard B, Robinson Jr, *Manajemen Strategi: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, Buku 1, Edisi 12, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), h. 205.

¹⁴Jonathan Sarwono, *Marketing Intelligence*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 125-126.

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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Porter, persaingan persaingan akan terjadi pada beberapa kelompok pesaing yang tidak hanya pada produk atau jasa sejenis, dapat pada produk atau jasa substitusi maupun persaingan pada hulu dan hilir.¹⁵

Pada saat ini banyak usaha *cafe* yang menyediakan makanan dan minuman yang bervariasi serta tempat yang unik dan menarik. Salah satu usaha *cafe* yang banyak diminati oleh masyarakat kota Pekanbaru adalah Kedai Borobudur. Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru beralamat di jalan Borobudur, Kecamatan Pekanbaru Kota, Pekanbaru.

Untuk produk unggulan seperti minuman, kopi merupakan produk unggulan disini, salah satunya kopi rudi, yang merupakan gabungan dari tiga jenis biji kopi, dan nama kopi rudi ini terinspirasi dari nama ownernya sendiri yaitu Rudi Fajar dengan harga Rp. 27.000. Selain kopi rudi, ada juga kopi lain seperti espresso booster merupakan kopi yang menggabungkan tiga lapisan rasa yaitu pahit dari kopi itu sendiri, rasa asam dari lemon dan manis dari gula yang digabung menjadi satu, untuk kopi espresso booster dihargai Rp. 33.000, selanjutnya ada premium mocca merupakan minuman yang menggunakan beberapa gram kopi yang ditambahkan dengan mocca atau coklat hazelnut yang membuat rasanya berbeda dengan kopi lain dan harganya juga lebih tinggi yaitu Rp. 37.000.

Untuk menu makanan sendiri *best sellernya* ialah sup buntut, dengan ciri khas bumbu Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru sendiri, dan ini merupakan menu makanan unggulan di kedai Borobudur. Selain itu juga ada cemilan

¹⁵Muchammad Fauzi, *Manajemen Strategik*, (Semarang: CV. Karya Abadi Jaya, 2015), h. 71.

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.

seperti luti gendang yang jarang di temukan di *cafe* lain, disini juga menyediakan menu western seperti spageti, burger dan beberapa menu oriental lainnya, dengan kisaran harga terendah Rp. 15.000 hingga yang tertinggi Rp. 50.000.¹⁶

Untuk biaya operasional yang dikeluarkan Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru keseluruhannya bisa mencapai Rp 60.000.000/ bulan dan ini sudah termasuk biaya pembelian bahan makanan, minuman, gaji karyawan, listrik dan WiFi. Biaya ini masih bisa di bawah Rp. 60.000.000, tetapi tidak di setiap bulannya sehingga untuk harga menu tidak bisa mengalami penurunan, karena Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru juga memiliki standard servis dan rasa. Untuk pelayanan yang di berikan Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru ini semi resto, seperti menyambut tamu dengan ramah, mengantarkan tamu pada meja yang telah di pesan atau meja yang dipilih, setelah itu memberikan buku menu dan menawarkan beberapa menu yang recommended, dan setelah orderan selesai pesanan segera diproses. Setelah tamu selesai makan atau minum, pelayan melakukan cek up ke meja pelanggan untuk menanyakan keperluan lain atau menu yang akan di pesan lagi. Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru ini juga memiliki tempat yang nyaman dan luas, dan tersedianya mushola bagi pengunjung muslim dan karyawan untuk melaksanakan sholat, serta tersedia tempat parkir yang memadai bagi pengunjung Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru.

¹⁶Surya, Manager Kedai Borobudur, *Wawancara*, Pekanbaru 19 Januari 2020.



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.

Untuk target pasar Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru ini sama seperti *cafe* pada umumnya, menerima orang-orang umum. Akan tetapi target pasarnya lebih fokus ke orang-orang dengan ekonomi menengah keatas seperti orang-orang dengan profesi tertentu seperti camat, kapolda, perwira atau yang lain, sesuai dengan pelayanan yang diberikan seperti, menu, fasilitas seperti WiFi, AC, sound sistem supaya pelanggan merasa nyaman berada di kedai Borobudur. Menu makanan dan minuman dominan dengan menu daerah dan menu *western* yang harganya cukup tinggi, dan harga disini menyesuaikan dengan target pasarnya sendiri yaitu orang-orang dengan ekonomi menengah keatas.

Sejak berdirinya Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru hingga sekarang, Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru mengalami peningkatan dan penurunan dari segi omset, tergantung dari fluktuasi banyaknya pengunjung di Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru ini, dan biasanya omset akan mengalami kenaikan pada saat hari *weekend*. Sedangkan dari segi asset Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru memiliki banyak asset jangka panjang dan melakukan pergantian pada asset yang perlu segera diganti seperti kursi dan meja. Untuk karyawan sudah banyak pergantian karena sebagian besar karyawannya adalah mahasiswa, akan tetapi juga ada karyawan yang tetap bertahan dari awal berdirinya Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru hingga sekarang.

Berdasarkan observasi yang penulis lakukan, jumlah pengunjung yang datang ke Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru sangat bervariasi, yaitu pada pagi hari jam 07.00 hingga jam 10.00 WIB pengunjung yang datang tidak terlalu



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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ramai, dan pada saat siang hari jam 12.30 hingga jam 14.00 WIB jumlah pengunjung meningkat karena banyak pengunjung yang datang untuk makan siang dan untuk pesaingnya seperti Rumah Gege pada saat itu belum buka. Pada malam hari jam 19.00 hingga jam 00.00 WIB, pengunjung yang datang semakin meningkat, namun cukup bersaing dengan pesaingnya.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “*Strategi Bersaing Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru Dalam Pengembangan Usaha Menurut Perspektif Ekonomi Islam*”.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan maka perlu adanya pembatasan masalah yang diteliti, maka pembahasan dalam penelitian ini difokuskan pada Strategi Bersaing Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru dalam Pengembangan Usaha Menurut Perspektif Ekonomi Islam periode 2019.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi bersaing yang di lakukan Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru dalam pengembangan usaha ?
2. Apa saja kendala yang di hadapi dalam persaingan Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru dalam pengembangan usaha?



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. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi bersaing dalam pengembangan usaha Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian
 - a. Untuk mengetahui strategi bersaing yang dilakukan Kedai Borobudur dalam pengembangan usaha.
 - b. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam persaingan usaha pada Kedai Borobudur dalam pengembangan usaha.
 - c. Untuk mengetahui tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi bersaing Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru dalam pengembangan usaha.
2. Manfaat penelitian
 - a. Sebagai syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S1/Strata Satu) pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Sekaligus sebagai wadah bagi penulis dalam mengaplikasikan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah.
 - b. Sebagai referensi bagi pemilik usaha Kedai Borobudurmengenai bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi bersaing Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru dalam pengembangan Usaha.
 - c. Bagi Akademik, penelitian ini diharapkan dapat menambah daftar bacaan dan referensi untuk suatu karya ilmiah, serta bermanfaat bagi para penulis selanjutnya yang akan melakukan penelitian tentang kajian yang sama.

E. Sistematika Penulisan

Agar penulisan hasil penelitian ini lebih sistematis dan terarah, maka disusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang strategi bersaing, strategi bersaing dalam Islam, pengertian pengembangan usaha, dan penelitian terdahulu.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas tentang jenis penelitian, metode penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek, informan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisa data dan teknik penulisan.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang meliputi Strategi Bersaing Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru Dalam Pengembangan Usahadan tinjauan Ekonomi Islam.

BAB V : PENUTUP

Bab ini adalah bab terakhir yang berisikan tentang kesimpulan mengenai hasil penelitian dan saran.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Bersaing

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu kata *Stratus* yang berarti militer dan yang artinya memimpin. Penggabungan dari dua kata tersebut adalah panglima perang. *Strategi* dapat pula diartikan sebagai suatu keterampilan mengatur suatu kejadian atau peristiwa. Secara umum strategi merupakan teknik yang digunakan untuk mencapai tujuan. Konsep strategi dalam militer seringkali diterapkan kedalam dunia bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya suatu organisasi. Semakin meningkatnya perkembangan strategi agar memenangkan pasar bisnis, maka cara-cara akan semakin berkembang untuk memasarkan produk yang diproduksi oleh setiap produsen.¹⁷

Pengertian lain menurut Griffin strategi merupakan suatu rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. Namun tidak hanya sekedar mencapai, akan tetapi strategi juga dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi dilingkungan organisasi tersebut menjalankan aktivitasnya. Menurut organisasi dalam dunia bisnis, strategi dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis

¹⁷Fandy Tjiptono,dkk, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV, Andi Offset, 2008), 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 dibandingkan para pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan konsumen.¹⁸

Berdasarkan berbagai pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan keterampilan mengatur dan menggambarkan arah bisnis agar tercapainya tujuan, serta dijadikan sebagai pedoman untuk mencapai keunggulan bersaing yang telah direncanakan sedemikian rupa sehingga jelas seperti apa usaha yang akan dilakukan untuk tetap mempertahankan keberlangsungan organisasi di lingkungan bisnis perusahaan, dibandingkan para pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Proses pembuatan strategi perusahaan dilakukan melalui aktivitas manajemen strategi dengan tujuan menyelaraskan misi ada tujuan perusahaan dengan berbagai perkembangan yang terjadi di lingkungan perusahaan baik internal maupun eksternal, sehingga perusahaan dapat menyesuaikan tujuan strategi yang dibuat dengan perubahan lingkungan yang terjadi agar perusahaan memperoleh keunggulan bersaing.¹⁹ Secara teoritis terdapat banyak cara untuk mencapai kemenangan dengan para pesaing dan mempertahankan eksistensi, salah satu diantaranya adalah strategi bersaing.

2. Pengertian Bersaing

Setiap perusahaan, baik yang bergerak dibidang jasa dan non jasa dalam melakukan kegiatan bisnis memerlukan strategi yang mampu

¹⁸Erni Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Kencana, 2010), Cet. Ke-5, h. 132.

¹⁹Ismail Solihin, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Erlangga), h. 76.



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.

menempatkan perusahaan pada posisi yang terbaik, mampu bersaing serta terus berkembang dengan mengoptimalkan semua potensi sumber daya yang dimiliki. Menurut kamus besar bahasa Indonesia persaingan adalah suatu perjuangan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang tertentu, agar memperoleh kemenangan atau hasil secara kompetitif.²⁰ Persaingan adalah keadaan ketika organisasi berperang atau berlomba untuk mencapai hasil atau tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survey, atau sumber daya yang dibutuhkan.²¹

Pada prinsipnya bersaing adalah pemahaman terhadap siapa pesaingnya, bagaimana posisi produk/pasar pesaing tersebut, apa strategi mereka, kekuatan dan kelemahan, struktur biaya pesaing dan kapasitas produksi para pesaing.²² Dari pengertian diatas dapat disimpulkan persaingan adalah organisasi yang berlomba untuk mencapai hasil atau tujuan yang diinginkan agar mampu memenuhi kebutuhan konsumen yang sama.

Persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Persaingan menentukan kegiatan yang perlu bagi perusahaan untuk berprestasi dan berinovasi. Dengan bersaing suatu perusahaan dapat mencapai sasaran dan memenangkan persaingan. Persaingan adalah hal yang sangat penting bagi perencanaan pemasaran yang efektif. Suatu perusahaan harus membandingkan secara teratur produk, harga, saluran

²⁰Fandy Tjiptono, *Op.Cit.*,h. 7.

²¹Mudrajat Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga),h. 86.

²²Fandy Tjiptono, *Loc.Cit.*,h. 7.



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.

dan promosi mereka dengan yang dimiliki pesaing. Dengan cara ini, mereka dapat mengidentifikasi area keunggulan dan kelemahan kompetitif. Perusahaan dapat melancarkan serangan yang tepat atas pesaingannya serta mempersiapkan pertahanan yang lebih kuat terhadap serangan.

Semakin tinggi tingkat persaingan antar perusahaan mengindikasikan semakin tinggi pula profitabilitas industri, namun profitabilitas perusahaan mungkin menurun. Intensitas persaingan ini tergantung pada beberapa faktor berikut ini :

- a. Pertumbuhan industri (*Industry growth*)
- b. Biaya tetap dan biaya penyimpanan (*Fixed and Storage Cost*)
- c. Diferensiasi produk (*Product Differences*)
- d. Identitas merek (*Brand identity*)
- e. Biaya pengalihan ke barang lain (*Switching cost*)
- f. Konsentrasi dan keseimbangan (*Concentrate and balance*)
- g. Informasi yang kompleks (*Informational complexity*)
- h. Keberagaman pesaing (*Diversity of competitors*)
- i. Halangan keluar (*Exit barriers*)²³

3. Pengertian Strategi Bersaing

Pada pendekatan yang dikemukakan Porter terdapat dua faktor yang diperhitungkan dalam menciptakan strategi bersaing yang tepat. Pertama didasarkan pada keunggulan kompetitif organisasi. Menurut Porter, keunggulan kompetitif hanya akan diperoleh lewat salah satu dari dua

²³Mudrajad Kuncorsso, *Op.Cit.*, h. 26.

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.

sumber: bisa dari keunggulan menciptakan biaya yang rendah (*Cost Leadership*), atau dari kemampuan organisasi untuk menjadi berbeda (*Differentiation*) dibandingkan para pesaingnya. Faktor kedua dalam pendekatan ini adalah cakupan produk pasar (*Competitive Scope*) di mana organisasi saling bersaing satu sama lain dalam pasar yang luas dan sempit.²⁴

Dari pendapat di atas strategi bersaing merupakan upaya mencari posisi bersaing yang menguntungkan dalam satu industri, arena fundamental dimana pesaing berlangsung. Strategi bersaing bertujuan membina posisi yang menguntungkan dan kuat dalam kekuatan yang menentukan pesaing dalam industry. Maka seorang manajer harus memilih strategi bersaing yang yang tepat. Berikut strategi bersaing yang dilakukan dalam pengembangan usaha:

a. Strategi Kepemimpinan Biaya (*Cost Leadership*)

Strategi kepemimpinan biaya (*cost leadership*) adalah strategi yang digunakan organisasi apabila organisasi ingin menjadi pemimpin pasar berbasis biaya rendah dengan basis pelanggan yang luas. Biaya di sini merupakan total biaya produksi, dan bukan pada harga. Pada strategi ini organisasi berfokus kepada bagaimana perusahaan mampu memproduksi barang dan jasa dengan biaya yang rendah. Perusahaan yang mampu menciptakan biaya produksi yang rendah tentu saja mampu menjual produknya dengan harga yang lebih rendah dari

²⁴*Ibid.*,h.90.



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.

pesaing, tetapi masih bisa menghasilkan keuntungan bagi perusahaannya.

Keuntungan bagi perusahaan dalam menerapkan strategi kepemimpinan biaya adalah:

- 1) Perusahaan yang berbasis biaya rendah dapat memperoleh pendapatan di atas rata-rata meskipun persaingan di pasar sangat kuat.
- 2) Strategi kepemimpinan biaya juga melindungi perusahaan dari pembeli yang kuat. Dengan biaya yang rendah, pembeli tidak dapat lagi memaksa perusahaan untuk mengurangi biaya.
- 3) Posisi sebagai pemimpin pasar berbasis biaya rendah juga memberikan fleksibilitas kepada perusahaan untuk bekerja sama dengan pemasoknya.
- 4) Strategi ini juga memberikan halangan masuk yang tinggi bagi para pesaing perusahaan terutama dalam hal keunggulan biaya dan penciptaan produk yang berskala ekonomi.²⁵

Dalam pelaksanaannya strategi keunggulan harga/biaya mempunyai risiko, yang menyebabkan strategi tidak berhasil dan tidak dapat digunakan secara terus menerus yaitu:

- 1) Bahaya utama dari strategi ini adalah kemungkinan bahwa pesaing menemukan suatu cara sehingga dapat menurunkan biaya produksinya jauh lebih rendah dari perusahaan pemimpin pasar.

²⁵*Ibid.*,h. 90.



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.

- 2) Kekurangan lainnya adalah kemungkinan pesaing meniru cara yang digunakan pemimpin pasar dalam efisiensi biaya dan mengambil keunggulan biaya tersebut.
- 3) Kemungkinan perusahaan yang telah menjadi pemimpin pasar tersebut ditinggalkan oleh konsumennya karena terdapat perubahan rasa keinginan dan kebutuhan konsumen. Apabila ini terjadi maka semurah apapun produk yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen, produk tersebut tidak akan laku terjual di pasar.²⁶
- 4) Adanya perubahan teknologi, yang menyebabkan investasi atau pengalaman masa lalu menjadi tidak bermanfaat atau hilang. Strategi Bersaing.
- 5) Pendetang baru atau pesaing meniru/menjiplak pengalaman biaya rendah.
- 6) Produk tidak terlalu berkembang, karena perhatian terlalu tertuju kepada biaya, sehingga (cenderung) kurang mampu/menyadari perlunya perubahan produk.
- 7) Inflasi, sehingga kurang bersaing dengan perusahaan lain yang menerapkan strategi diferensiasi.
- 8) Minat pembeli berubah ke hal-hal pembeda (diferensiasi).²⁷

Perusahaan akan memperoleh manfaat yang sangat besar dengan adanya keunggulan biaya. Dengan hal tersebut, perusahaan dapat secara efektif mempertahankan diri dalam perang harga, menyerang pesaing

²⁶*Ibid.*, h. 91.

²⁷Utari Evy Cahyani, *Strategi Bersaing Dalam Berbisnis Secara Islami*, Volume 2, No. 1, Januari-Juni 2016.



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.

dengan harga rendah untuk merebut pangsa pasar, namun selain manfaat dan kelebihan terdapat juga kelemahan yang menjadi resiko bagi perusahaan yang menerapkan strategi kepemimpinan biaya (*Cost Leadership*).

b. Strategi Diferensiasi (*Strategy Differentiation*)

Perusahaan akan menggunakan strategi diferensiasi bila ingin bersaing dengan pesaingnya dalam hal keunikan produk dan jasa yang ditawarkan. Keunikan tersebut dalam dilihat dari ciri produk yang menawarkan nilai-nilai yang dicari konsumen sehingga menjadikan produk tersebut unik dan berbeda dimata konsumen. Konsumen akan rela membayar dengan harha premium bagi produk-produk yang dipersepsikan sebagai produk yang unik dan berbeda olehnya.²⁸ Perusahaan juga dapat melakukan strategi diferensiasi dengan menciptakan persepsi terhadap nilai tertentu pada konsumennya misalnya; persepsi terhadap keunggulan kinerja produk, inovasi produk, dan pelayanan yang lebih baik.²⁹

Diferensiasi dapat dilakukan dengan banyak bentuk seperti diferensiasi dalam:

- 1) Gengsi (*Prestige*) dan Brand Image
- 2) Teknologi
- 3) Inovasi
- 4) Fitur

²⁸Mudrajad Kuncoro, *Op. Cit.*, h. 93.

²⁹Utari Evy Cahyani, *Op. Cit.*, h. 61.



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.

- 5) Jasa pelayanan pelanggan
- 6) Jaringan *dealer*.³⁰

Diferensiasi yang dilakukan oleh perusahaan dapat berasal dari produk itu sendiri, sistem pengantaran pesanan, pendekatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan, dan lain-lain. Dari manapun sumber diferensiasi yang dilakukan perusahaan, apabila pelanggan menganggap diferensiasi yang dilakukan perusahaan merupakan sesuatu yang berharga maka pelanggan akan bersedia membayar produk perusahaan dengan harga yang lebih tinggi dibanding produk pesaing.³¹ Perusahaan mampu menciptakan keunggulan diferensiasi dan memperoleh kinerja di atas rata-rata ketika harga premium yang mereka tetapkan untuk produknya melebihi biaya ekstra yang mereka keluarkan untuk menjadikan produk mereka unik.³²

Dalam mengadopsi strategi diferensiasi, semua strategi dan kebijakan perusahaan haruslah dibuat berbeda dari pesaingnya. Perusahaan yang mengadopsi strategi ini biasanya memiliki banyak lini produk - membuat produk dengan banyak model, fitur, harga dan lain-lain yang beragam. Karena pembuatan lini produk ini bukanlah hal yang murah bagi perusahaan, maka perusahaan harus bisa mengontrol biaya yang dikeluarkan perusahaan dengan syarat tidak menghilangkan apa yang menjadi ciri diferensiasinya.

³⁰Mudrajad Kuncoro, *Loc. Cit.*

³¹Utari Evy Cahyani, *Op. Cit.*, h. 61.

³²Mudrajad Kuncoro, *Loc. Cit.*



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.

Para perusahaan berbasis diferensiasi bekerja keras untuk bisa menciptakan loyalitas merek pada konsumennya, yaitu suatu keadaan di mana konsumen secara konsisten mencari, membeli dan menggunakan produk tersebut. Karena dalam strategi ini, loyalitas terhadap merek (*brand loyalty*) merupakan senjata ampuh bagi perusahaan berbasis diferensiasi. Kelemahan ataupun kekurangan dari strategi diferensiasi ini adalah:

- 1) Strategi ini sangat tergantung dengan kemampuan pesaing dalam mengimitasi dan meniru kesuksesan differensiasi strategi produk.
- 2) Kekurangan yang lain adalah apabila konsumen menjadi lebih sensitif terhadap harga (harga produk dianggap terlalu mahal), sehingga keunikan bukanlah sesuatu yang penting lagi dalam produk.
- 3) Diferensiasi menjadi tidak relevan ketika nilai diferensiasi yang diangkat perusahaan dianggap tidak cukup unik bagi konsumen, atau nilai diferensiasi perusahaan dianggap tidak penting oleh konsumen.
- 4) Perusahaan bisa terjebak dengan memberikan diferensiasi yang terlalu banyak bagi produknya. Akibatnya konsumen tidak membutuhkan produk tersebut dan beralih ke produk yang memberikan diferensiasi yang mereka butuhkan dan tentu saja dengan harga yang lebih murah.



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.

- 5) Dengan memberikan diferensiasi yang salah, perusahaan bisa merusak citra perusahaan itu sendiri.
- 6) Persepsi diferensiasi bisa jadi beragam antara pembeli dan penjual. Bisa saja nilai diferensiasi yang diangkat perusahaan, oleh perusahaan dianggap sebagai suatu hal yang unik yang bisa mendatangkan margin keuntungan yang tinggi, tetapi oleh konsumen hanya dianggap sebagai komoditas.³³

c. Strategi Fokus

Perusahaan dengan strategi fokus melayani kebutuhan spesifik ceruk pasar (*market niche*). Ia bisa memilih strategi fokus berbasis biaya atau diferensiasi. Perbedaannya terletak pada segmentasinya yang lebih kecil. Hal yang perlu diperhatikan dalam strategi fokus adalah perusahaan dengan strategi ini dapat berlandaskan keunggulan biaya atau diferensiasi. Perusahaan yang menerapkan strategi fokus yang berbasis pada biaya, bersaing dengan pesaing lain dalam industri untuk menjadi pemimpin pasar pada celah pasar yang sempit dan spesifik.

Dipihak lain, perusahaan yang menggunakan strategi fokus berbasis diferensiasi bisa menggunakan bentuk apapun yang digunakan oleh perusahaan yang berbasis diferensiasi – fitur produk, inovasi produk, kualitas produk, dan lainnya. Yang menjadi perbedaan

³³*Ibid.*,h. 96.

adalah strategi fokus berbasis diferensiasi berspesialisasi pada satu atau beberapa segmen pasar saja. Keunggulan dari strategi fokus adalah:

- 1) Perusahaan dengan strategi fokus paham dengan ceruk pasarnya dan mengenalnya dengan baik. Para perusahaan dengan strategi fokus bisa terus dekat dengan para konsumennya sehingga akan bisa memberikan repsons lebih cepat pada perubahan kebutuhan konsumen, lebih cepat dari perusahaan yang mempunyai segmen lebih luas. Dengan kecepatannya merespon perubahan kebutuhan konsumen, perusahaan dengan strategi ini cenderung mudah menciptakan loyalitas konsumen pada merek.
- 2) Perusahaan bisa mendapat sedikit pesaing dan penjual yang mempunyai kekuatan tawar yang lemah apabila perusahaan menargetkan produknya pada segmen pasar yang kurang sensitif terhadap harga.

Selain keunggulan, strategi fokus juga mempunyai kelemahan ataupun kekurangan sebagai berikut :

- 1) Kenyataan bahwa perusahaan pengadopsi strategi fokus masih beroperasi pada skala kecil menyulitkan perusahaan untuk menurunkan biaya produksi secara signifikan.
- 2) Kekurangan lainnya adalah kemungkinan perubahan rasa atau kebutuhan dari konsumen pada celah pasar.

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.

- 3) Adanya ancaman dari para perusahaan berbasis diferensiasi yang mungkin akan mengambil celah pasar dari perusahaan dengan strategi fokus.
- 4) Erosi keunggulan biaya pada segmen yang sempit. Selalu terdapat kemungkinan bahwa pesaing lain meniru strategi yang digunakan perusahaan.
- 5) Walaupun pada awalnya perusahaan mengambil keuntungan dari sedikitnya pesaing pada celah pasar yang dipilihnya, untuk jangka panjang bukannya tidak mungkin para pesaingnya mengambil pasar perusahaan.
- 6) Perusahaan bisa terjebak dengan memilih celah pasar yang ternyata terlalu sempit.³⁴

B. Strategi Bersaing Dalam Islam

Islam sebagai agama yang lengkap dan universal³⁵serta memberikan solusi dari berbagai permasalahan yang ada, terutama permasalahan yang menuntut adanya persaingan dalam bisnis. Strategi bisnis yang sesuai dengan syari'ah adalah berupaya dengan sungguh-sungguh di jalan Allah dengan mengelola sumber daya secara optimal untuk mencapai tujuan yang terbaik disisi Allah, baik di dunia maupun diakhirat. Sedangkan tujuan strategi bisnis yang sesuai syari'ah adalah mendapatkan keuntungan yang besar baik di dunia

³⁴*Ibid.*,h.97-99.

³⁵Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktek*,(Jakarta: Gema Insani),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.

maupun di akhirat. Minimal ada tiga unsur yang perlu dicermati dalam membahas persaingan bisnis menurut Islam yaitu:

1. Pihak-Pihak yang Bersaing

Manusia merupakan pusat pengendali persaingan bisnis. Ia akan menjalankan bisnisnya terkait dengan pandangannya tentang bisnis yang digelutinya termasuk persaingan yang terjadi di dalamnya. Bagi seorang muslim, bisnis yang dilakukan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan kepemilikan harta. Harta yang diperoleh adalah rezeki yang merupakan karunia yang telah ditetapkan Allah.

Tugas manusia adalah melakukan usaha untuk mendapatkan rezeki dengan cara yang sebaik-baiknya. Salah satunya dengan jalan berbisnis, ia tidak akan takut akan kekurangan rezeki atau kehilangan rezeki hanya karena anggapan rezeki itu di ambil pesaing.³⁶ Hal ini dijelaskan dalam ayat Al-Qur'an Al-Mulk ayat 15.

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

Artinya : “Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu mudah dijelajahi, Maka jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki- Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan” (QS. Al-Mulk : 15)³⁷

Keyakinan bahwa rezeki semata-mata datang dari Allah SWT akan menjadi kekuatan ruhiyah bagi seorang pembisnis muslim. Keyakinan ini menjadi landasan sikap tawakal yang kokoh dalam berbisnis. Selama

³⁶Utari Evy Cahyani, *Op. Cit.*, h. 65.

³⁷Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, QS. Al-Mulk ayat 15 (Solo: Tiga Serangkai), h. 563.

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.

berbisnis, ia senantiasa sandarkan segala sesuatunya kepada Allah. Manakala bisnisnya memenangkan persaingan, ia bersyukur. Sebaliknya, ketika terpuruk dalam bersaing, ia bersabar. Intinya, segala keadaan ia hadapi dengan sikap positif tanpa meninggalkan hal-hal prinsip yang telah Allah perintahkan kepadanya.

Seorang muslim akan memandang bahwa bisnis hanyalah sebagai pelaksanaan perintah Allah untuk mencari karunianya yang tersebar di seluruh penjuru bumi. Karena itu, tidak terpikir olehnya untuk menghalalkan segala cara untuk sekedar memenangkan “persaingan”. Bagi seorang muslim persaingan adalah berebut menjadi yang terbaik, terbaik dalam produk yang bermutu, harga bersaing “tidak membanting harga, maupun merugikan konsumen,” dan dengan pelayanan total.³⁸

وَجَعَلْنَا اللَّيْلَ لِبَاسًا

وَجَعَلْنَا النَّهَارَ مَعَاشًا

Artinya : “Dan Kami jadikan malam sebagai pakaian. Dan Kami jadikan siang untuk mencari penghidupan.” (QS. An-Naba’: 10-11)³⁹

Dalam Al-Qur’an Surat an-Naba’ 10-11 dijelaskan bahwa dalam hal kerja, Islam memerintahkan setiap muslim untuk memiliki etos kerja yang tinggi, sebagaimana Allah telah memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini, persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya.⁴⁰

³⁸Utari Evy Cahyani, *Loc. Cit.*, h. 65.

³⁹Kementerian Agama RI. QS. An-Naba’ ayat 10-11, *Op. Cit.* h. 582.

⁴⁰Utari Evy Cahyani, *Loc. Cit.*, 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.

2. Cara Bersaing

Berbisnis adalah bagian dari muamalah. Karenanya, bisnis juga tidak terlepas dari hukum-hukum yang mengatur masalah muamalah. Karenanya persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah Islam.⁴¹

Dalam berbisnis, setiap orang akan berhubungan dengan pihak-pihak lain seperti rekan bisnis dan pesaing bisnis. Sebagai hubungan interpersonal, seorang pebisnis muslim tetap harus berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada mitra bisnisnya. Hanya saja, tidak mungkin bagi pebisnis muslim bahwa pelayanan terbaik itu diartikan juga memberikan “servis” dengan hal yang dilarang syariah. Pemberian suap untuk memuluskan negosiasi, misalnya, jelas dilarang syariat. Atau dengan cara memberikan umpan perempuan, sebagaimana telah menjadi hal lumrah dalam praktik bisnis sekarang. Dalam berhubungan dengan rekan bisnis, setiap pebisnis muslim harus memperhatikan hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan akad-akad bisnis. Dalam berakad, haruslah sesuai dengan kenyataan tanpa manipulasi. Misalnya, memberikan sampel produk dengan kualitas yang sangat baik, padahal yang dikirimkan itu memiliki kualitas jelek.⁴²

Rasulullah SAW. memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang, Rasul tidak pernah melakukan usaha untuk

⁴¹*Ibid.*,hal. 65.

⁴²*Ibid.*,h.66.



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.

menghancurkan pesaing dagangnya. Itu bukan berarti Rasulullah berdagang seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya. Yang beliau lakukan adalah dengan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan menyebut spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk jika ada cacat pada barang tersebut. Secara alami, hal seperti itu ternyata justru mampu meningkatkan kualitas penjualan dan menarik para pembeli tanpa menghancurkan pedagang lainnya. Sementara itu, Negara harus mampu menjamin terciptanya sistem yang kondusif dalam persaingan. Pemerintah tidak diperkenankan fasilitas khusus pada seorang atau sekelompok pebisnis tentang teknologi, informasi pasar, pasokan bahan baku, hak monopoli, atau penghapusan pajak.⁴³

3. Produk (Barang dan Jasa) yang Dipersaingkan

Beberapa keunggulan produk yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah sebagai berikut:

- a. Produk. Produk usaha bisnis yang dipersaingkan baik barang maupun jasa harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitas terjamin dan berdaya saing.
- b. Harga. Bila ingin memenangkan persaingan, maka harga harus kompetitif. Dalam hal ini tidak diperkenankan membanting harga dengan tujuan menjatuhkan pesaing.

⁴³*Ibid.*,h.66.



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. Tempat. Tempat harus baik, bersih, sehat dan nyaman agar dapat menarik pelanggan.
- d. Pelayanan. Pelayanan harus diberikan dengan ramah, tapi tidak boleh dengan mendekati maksiat.
- e. Layanan purna jual. Layanan purna jual ini merupakan servis yang diberikan kepada konsumen untuk sesuai akad yang telah disepakati.

Banyak faktor yang dapat memengaruhi apakah suatu perusahaan menjadi pesaing kita atau tidak. Pesaing dapat dilihat dari sisi industri, harga, bahkan segmen pasar. Penentuan pesaing sangatlah penting karena hal tersebut sangat berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan.

Persaingan itu jangan kita lihat sebagai ancaman, dimana kita harus memenangkan bahkan mematikan pesaing, justru sebaliknya dengan adanya persaingan, maka perusahaan kita selalu mempunyai “rasa bersaing” yang membawa kita pada perbaikan perusahaan, baik proses di dalam, manajemen, kualitas produk yang bisa memberikan nilai tambah serta kepuasan kepada seluruh pihak yang berkepentingan, terutama pihak pelanggan, pemilik dan karyawan.⁴⁴

C. Pengembangan Usaha

1. Pengertian Usaha

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud. Pekerjaan, perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya untuk

⁴⁴*Ibid.*,h. 67.



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.

mencapai suatu maksud.⁴⁵ Dalam Undang-undang No. 3 Tahun 1982 tentang wajib daftar perusahaan, usaha adalah setiap tindakan, perbuatan, atau kegiatan apapun dalam bidang perekonomian yang dilakukan oleh setiap pengusaha atau individu untuk tujuan memperoleh keuntungan atau laba.⁴⁶ Maka dapat disimpulkan bahwa usaha adalah suatu kegiatan yang di dalamnya mencakup kegiatan produksi dan distribusi dengan menggunakan tenaga, pikiran dan badan untuk mencapai suatu tujuan.

Islam memposisikan bekerja atau berusaha sebagai kewajiban setelah sholat, apabila dilakukan dengan ikhlas bekerja atau berusaha akan bernilai ibadah dan akan mendapatkan pahala. Dengan berusaha kita tidak hanya menghidupi diri kita sendiri, tetapi juga menghidupi orang-orang yang ada dalam tanggung jawab kita, dan bahkan bila kita sudah berkecukupan kita bisa memberikan sebagian dari hasil usaha kita guna menolong orang lain yang memerlukan.⁴⁷

Pendirian suatu usaha akan memberikan berbagai manfaat atau keuntungan terutama bagi pemilik usaha. Disamping itu, keuntungan dan manfaat lain dapat pula dipetik oleh berbagai pihak dengan kehadiran suatu usaha. Misalnya bagi masyarakat luas, baik yang terlibat langsung dalam usaha tersebut maupun yang tinggal disekitar usaha, termasuk bagi pemerintah.⁴⁸

⁴⁵Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), Edisi ke-3, h. 1254.

⁴⁶Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis, Pengenalan Peraktis Dan Studi Kasus*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 27.

⁴⁷Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah*, (Banjarmasin : Antasari Press, 2011), h. 29.

⁴⁸Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta : Kencana, 2003), h. 10.



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.

2. Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembangan dalam pengertian umum berarti pertumbuhan, perubahan secara perlahan, dan perubahan secara bertahap.⁴⁹ Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreatifitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap pengusaha maka besarlah harapan untuk menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.⁵⁰

Pengertian lainnya, pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah-pemerintah daerah, masyarakat dan *stakeholder* lainnya untuk memberdayakan suatu usaha melalui pemberian fasilitas, bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing sebuah usaha.

Berdasarkan pengertian di atas, pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan berbagai pihak yang terkait dalam usaha tersebut, baik pemerintah daerah, masyarakat dan terutama pengusaha itu sendiri untuk mengembangkan usahanya menjadi usaha yang lebih besar dengan daya saing tinggi melalui pemberian fasilitas dan bimbingan pendampingan yang disertai dengan motivasi dan kreatifitas, maka dari itu pemilik usaha dalam mengembangkan usahanya harus mampu melihat suatu peluang

⁴⁹Punaji Setyosari, *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*, (Jakarta : Kencana, 2012), h. 218-219.

⁵⁰Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis : Pengelolaan Bisnis Dalam Era-Globalisasi*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2011), h. 66.



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.

dimana orang lain tidak mampu melihatnya, menangkap peluang dan memulai usaha (bisnis), dan menjalankan bisnis dengan berhasil.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha

Menurut Bappeda Kota Malang, ada 6 aspek yang mempengaruhi perkembangan usaha kecil yaitu: sumber daya manusia, produksi/operasional, finansial, pemasaran, kemitraan, infrasutruktur dan regulasi.

Menurut Shanmugam dan Badhuri, perkembangan usaha kecil dapat dilihat melalui pertumbuhan produksi, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pendapatan dan pertumbuhan laba. Sedangkan menurut Kristiningsih dan Trimarjono, menyatakan bahwa perkembangan usaha dapat diukur melalui keberhasilan usaha tersebut yang dicerminkan oleh kinerja usaha. Adapun kinerja yang dimaksudkan adalah tingkat pencapaian hasil atau tingkat pencapaian tujuan organisasi.⁵¹ Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha dalam sebuah bisnis (kecil) :

a. Kualitas Sumber Daya Manusia

Menurut Joesron, kualitas sumber daya manusia adalah potensi, kekuatan, atau kemampuan yang ada dalam diri manusia yang menentukan sikap dan kualitas manusia untuk dapat berprestasi dan menjadikan organisasinya tetap hidup dan berjalan. Sedangkan menurut sokidjo, kualitas sumber daya manusia meliputi aspek fisik dan non fisik yang menyangkut kemampuan bekerja, berfikir, dan

⁵¹Mega Mirasaputri Cahyanti dan Widia Dewi Anjaningrum, *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Kecil Sektor Industri Pengolahan di Kota Malang*, *Jibeka* Volume 11 Nomor 2 Februari 2017, h. 74.



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.

keterampilan. Sedangkan menurut Kasanudin, mengukur kualitas sumber daya manusia berdasarkan produktivitas sikap dan perilaku, komunikasi, dan *relationship*.

b. Sistem Produksi

Sistem produksi merupakan kumpulan dari sub sistem yang saling berinteraksi dengan tujuan mentransformasi input produksi menjadi output produksi. Input produksi ini dapat berupa bahan baku, mesin, tenaga kerja, modal dan informasi. Sedangkan output produksi merupakan produk yang dihasilkan berikut sampingannya seperti limbah, informasi, dan sebagainya.

c. Sistem Pengelolaan Keuangan

Pengertian sistem pengelolaan keuangan menurut Baridwan adalah suatu kerangka dari prosedur-prosedur yang saling berhubungan yang disusun sesuai dengan suatu skema yang menyeluruh, untuk melaksanakan kegiatan yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, penatausahaan, laporan, pertanggung jawaban, dan pengawasan keuangan.⁵²

d. Strategi Pemasaran

Menurut Tull dan Kahle strategi pemasaran penting untuk membantu daya saing perusahaan dalam menghadapi era globalisasi. Startegi pemasaran merupakan alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan

⁵²*Ibid.*,h. 75.



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.

keunggulan bersaing yang berkesinambungan sehingga strategi pemasaran yang digunakan dapat memandu para manajer ataupun pemilik perusahaan dalam melakukan taktik dan kegiatan lainnya untuk meningkatkan tujuan perusahaan.

e. Sistem Kemitraan

Kemitraan usaha adalah jalinan kerjasama usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha kecil dengan pengusaha menengah / besar (perusahaan mitra) disertai dengan pembinaan dan pengembangan oleh perusahaan besar, sehingga saling memerlukan, menguntungkan dan memperkuat. Sedangkan menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 44 tahun 1977, kemitraan adalah kerjasama usaha antara usaha kecil dengan usaha menengah dan atau dengan usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah dan atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.

f. Kualitas Infrastruktur dan Regulasi

Usaha kecil membutuhkan pelindung berupa kebijakan pemerintah seperti undang-undang dan peraturan pemerintah. Regulasi merupakan seperangkat aturan yang dimaksudkan untuk memberikan perlindungan dan manfaat untuk masyarakat pada umumnya atau pada sekelompok masyarakat. Selain Regulasi, Pemerintah dapat mendukung perkembangan usaha kecil melalui perbaikan infrastruktur. Identifikasi terhadap program pembangunan infrastruktur di beberapa

negara menyimpulkan bahwa pada umumnya program ditargetkan dalam jangka menengah dengan fokus pada peningkatan kebutuhan dasar dan konektivitas manusia, mulai dari air, listrik, energi, hingga transportasi.⁵³

D. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Dewi Tri Rahayu (2016)	Penerapan Analisis Swot Dalam Perumusan Strategi Bersaing Pada Eddy Jaya Photo	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan dapat menggunakan strategi SO dan strategi diferensiasi sebagai strategi bersaing. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dengan melakukan analisis SWOT pada proses perumusan strategi dapat menciptakan strategi keunggulan bersaing bagi perusahaan.
2	Ibnu Hajar (2012)	Pengaruh Kemampuan Manajerial Dan Lingkungan Industri Terhadap Kemampuan Organisasi, Strategi Bersaing, Dan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri Kecil Meubel Kayu Di Sulawesi Tenggara)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan organisasi, strategi bersaing, dan kinerja perusahaan. Lingkungan industri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kemampuan organisasi dan kinerja perusahaan. Sedangkan lingkungan industri berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap strategi bersaing. Hasil

⁵³Ibid., h.75.



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.

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			<p>penelitian ini juga menunjukkan bahwa kemampuan organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap strategi bersaing dan kinerja perusahaan. Strategi bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.</p>
3	Kasmiruddin (2012)	Analisis Strategi Bersaing Bisnis Eceran Besar/Modern (Kasus Persaingan Bisnis Ritel di Pekanbaru)	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menguraikan kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk mengefektifkan penerapan strategi keunggulan bisnis. Dengan menggunakan metode kualitatif diantaranya metode pengumpulan data dan wawancara bebas dengan nara sumber serta menggunakan teknik observasi lapangan. Hasil penelitian menggambarkan strategi bisnis yang diterapkan peritel guna menciptakan keunggulan bersaing. Masing-masing strategi bersaing dilakukan dengan berbagai macam kegiatan pendukung</p>

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

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan atau menjelaskan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu. Dengan kata lain, pada penelitian deskriptif peneliti hendak menggambarkan suatu gejala (fenomena), atau sifat asli tertentu; tidak untuk mencari atau menerangkan keterkaitan antar variabel. Penelitian deskriptif hanya melukiskan atau menggambarkan apa adanya.⁵⁴ Bogdan dan Taylor dalam Moleong mendefinisikan metode kualitatif sebagai proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.⁵⁵

B. Metode Penelitian

Metode atau pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek ilmiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih

⁵⁴Wina Sanjaya, *Penelitian Pendidikan: Jenis, metode dan prosedur*, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 45.

⁵⁵Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2017), h. 4.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

menekankan makna dari pada generalisasi.⁵⁶ Analisis data yang dilakukan bersifat induktif/kualitatif yang dibuat berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan di lapangan dan kemudian dikonstruksikan menjadi hipotesis atau teori.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan pada Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru yang beralamat di jalan Borobudur Kecamatan Pekanbaru Kota Pekanbaru, Riau. Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru merupakan salah satu gerai yang bergerak di bidang kuliner yang dirintis oleh Bapak Rudi Fajar selaku owner. Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru berdiri sejak 1 Januari 2019 dan telah diresmikan pada tanggal 15 Februari 2019. Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru buka setiap hari mulai pukul 07.00 WIB hingga pukul 23.00 WIB dan pada *weekend* Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru buka hingga pukul 00.00 WIB

Adapun alasan penulis memilih lokasi penelitian disini karena penulis ingin meninjau lebih mendalam tentang strategi bersaing yang digunakan oleh Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru dalam pengembangan usaha.

D. Subjek dan Objek

1. Subjek Penelitian adalah pihak-pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian.⁵⁷ Subjek dalam penelitian ini adalah pemilik,

⁵⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 8-9.

⁵⁷Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.70.

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.

karyawan, dan pelanggan Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru jalan Borobudur Kecamatan Pekanbaru Kota.

2. Objek Penelitian adalah suatu atribut atau sifat, nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁵⁸ Objek penelitian ini adalah Strategi Bersaing Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru Dalam Pengembangan Usaha Menurut Perspektif Ekonomi Islam.

E. Informan Penelitian

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang akan diharapkan, sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek/ situasi yang diteliti.⁵⁹ Informan dalam penelitian ini ada dua yaitu informan kunci dan informan tambahan. Informan kunci pada penelitian ini yaitu pemilik Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru jalan Borobudur Kecamatan Pekanbaru Kota yang berjumlah 1 orang. Untuk informan tambahan pada penelitian ini adalah manager dan 5 orang karyawan untuk dijadikan sampel karena dianggap sudah mewakili yang lain

F. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi dalam dua bagian, yaitu primer dan sekunder.

⁵⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&I*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 38.

⁵⁹Djam'ah satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jilid 7, Bandung: Alfabeta, 2017, hal. 47-48



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 milik UIN Suska Riau

1. Data Primer yaitu data yang diperoleh melalui sumber data secara langsung dari orang-orang yang melakukan penelitian atau kepada subjek penelitian yang bersangkutan.⁶⁰ Dalam hal ini data primer diperoleh dari wawancara yang diberikan kepada pimpinan seluruh karyawan Kedai Borobudur.
2. Data Sekunder, yaitu data pendukung dan pelengkap untuk memperkuat data pokok, data ini biasaya diperoleh dari perpustakaan berupa buku, skripsi, jurnal dan dokumen yang berkaitan dengan masalah ini.⁶¹ Merupakan data yang diperoleh dari bacaan literature yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

G. Teknik Pengumpulan Data

Untuk melengkapi data yang diperlukan dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang di gunakan adalah :

1. Observasi adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit.⁶² Penulis melakukan pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian guna mendapatkan langsung fakta secara dekat, yang digunakan sebagai data penjelas terhadap informasi mengenai hal-hal yang berhubungan dengan penelitian.

⁶⁰Etta Mamang Sangaji dan Sopiah, *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis Dalam Kajian*, (Yogyakarta: Andi, 2010), ed 1, h. 190.

⁶¹*Ibid.*, h. 110.

⁶² Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana, 2011), Cet. Ke-5, Edisi 2, h. 118.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

2. Wawancara adalah sebagai cara yang dipergunakan untuk mendapatkan informasi (data) dari responden dengan cara bertanya langsung secara bertatap muka (*face to face*)⁶³ yaitu mengadakan Tanya jawab langsung kepada pemiik, dan karyawan Kedai Borobudur terkait strategi bersaing yang digunakan oleh Kedai Borobudur 4.0.
3. Dokumentasi, yaitu cara mengumpulkan data dengan mempelajari dan mencatat bagian-bagian yang dianggap penting dari berbagai risalah resmi yang terdapat baik dari lokasi penelitian maupun di instansi lain yang ada pengaruhnya dengan lokasi penelitian.⁶⁴Metode ini biasanya melalui foto, hasil rekaman, serta website resmi lainnya.

H. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *deskriptif kualitatif* adalah metode yang menghubungkan secara menyeluruh dan teliti dari suatu keadaan. Dalam hal ini data aktual dikumpulkan, disusun, diklarifikasikan dan dianalisis untuk kemudian diinterpretasikan yang memungkinkan dilakukan pemecahan masalah yang diselidiki sehingga memberikan gambaran dan informasi mengenai masalah tersebut.⁶⁵

Data yang diperoleh dari lapangan, kemudian diklasifikasikan serta dianalisa menurut jenis dan sifat, kemudian diuraikan secara deskriptif yaitu

⁶³ Bagong Suyanto dan Sutinah, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta: Kencana, 2008), Cet. Ke-4, edisi 1, h. 69.

⁶⁴ Riduwan, *Op.Cit.*, h. 72.

⁶⁵ Nana Sudjana, Ibrahim, *Penelitian dan Penelitian Pendidikan*, (Bandung: SinarBaru Bekerjasama dengan lembaga pendidikan IKIP Bandung, 2007), h. 64.

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.



menganalisa data yang bersifat penjelasan atau penguraian data dan informasi yang kemudian dikaitkan dengan teori dan konsep-konsep yang mendukung pembahasan yang relevan dimana penjelasan ini menggunakan metode kualitatif kemudian diperoleh kesimpulan dari permasalahan ini.

I. Teknik Penulisan

Setelah penulis memperoleh data, maka data tersebut dibahas dengan menggunakan metode sebagai berikut:

1. Deduktif, yaitu menggambarkan kaedah umum yang ada kaitannya dengan tulisan ini, dianalisa dan diambil kesimpulan secara khusus.
2. Deskriptif, yaitu dengan menggambarkan secara tepat masalah yang diteliti sesuai dengan realitas yang diperoleh, kemudian dianalisis sesuai dengan masalah tersebut.

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.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan yaitu:

1. Strategi bersaing Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru dalam pengembangan usaha lebih menekankan strategi differensiasi (*differentiation strategy*), strategi fokus dengan sistem produksi yang dilakukan berdasarkan permintaan konsumen yang mana menggunakan bahan-bahan untuk membuat produk yang diambil dari beberapa supplier yang sudah bekerja sama dengan Kedai Borobudur 4.0, namun kurang menerapkan penggunaan strategi kepemimpinan harga.
2. Kendala yang dihadapi dalam persaingan Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru dalam pengembangan usaha yaitu dikarenakan oleh meningkatnya harga bahan baku, sumber daya manusia yang terbatas, dan permasalahan dalam permodalan.
3. Strategi bersaing dalam pengembangan Usaha Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru secara umum telah sesuai dengan tinjauan ekonomi Islam, terlihat dari strategi strategi differensiasi produk, produk yang ditawarkan baik dan halal, harga bersaing, manajemen yang sesuai dengan yang dibenarkan dalam Islam dengan menekankan pada wilayah halal dan haram. Penggunaan modal usaha yang dipergunakan lebih mengutamakan modal sendiri tanpa menggunakan pinjaman dari dunia perbankan dan



berupaya untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk serta meningkatkan pelayanan dengan melakukan persaingan secara sehat termasuk menyediakan fasilitas mendukung seperti adanya fasilitas musholla yang disediakan sebagai salah satu perwujudan dari pengimplementasian Islam dalam pengelolaan usahanya.

B. Saran

1. Karena sangat ketatnya persaingan pada pengusaha kuliner di Kota Pekanbaru, diharapkan kepada pengusaha untuk menciptakan persaingan yang sehat, tidak saling merugikan satu sama lainnya dan menciptakan sifat saling tolong menolong dalam berbisnis.
2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat membahas strategi bersaing yang lebih mendalam serta bisa membandingkan persaingan antar cafe, karena penelitian ini hanya membahas strategi bersaing berdasarkan tiga faktor persaingan menurut Porter serta informan yang masih sangat terbatas.

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.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ali Hasan, 2010, *Marketing Bank Syariah*, Cet. 1, Bogor: Ghalia Indonesia
- Bagong Suyanto dan Sutinah, 2008, *Metode Penelitian Sosial* Cet. Ke-4, edisi 1, Jakarta: Kencana
- Burhan Bungin, 2011, *Penelitian Kualitatif*, Cet. Ke-5, edisi 2, Jakarta: Kencana
- Darni, 2014, *Pengantar Bisnis*, Pekanbaru: Benteng Media
- Departemen Agama RI, 2013, *Al-Qur'an dan Terjemahannya QS. Al-Mulk ayat 15*, Solo: PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri
- Departemen Pendidikan Nasional, 2005, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi ke-3, Jakarta: Balai Pustaka
- Djam'ah satori dan Aan Komariah, 2017, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jilid 7, Bandung: Alfabeta
- Donni Juni Priansa, dan Agus Garnida, *Manajemen Perkantoran*, (Bandung: Alfabeta, 2013),
- Erni Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, 2010, *Pengantar Manajemen* Cet. Ke-5, Jakarta: Kencana
- Etta Mamang Sangaji dan Sopiah, 2010, *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dalam kajian*, Yogyakarta: ANDI
- Fandy Tjiptono, dkk, 2008, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: CV, Andi Offset
- Ismail Solihin, 2006, *Pengantar Bisnis, Pengenalan Peraktis dan Studi Kasus*, Jakarta: Kencana
- Ismail Solihin, 2009, *Pengantar Manajemen*, Jakarta: Erlangga
- Jonathan Sarwono, 2011, *Marketing Intelligence*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Kasmir dan Jakfar, 2003, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta : Kencana
- Kusnadi, Yulia Novitas, 2017, *Kewirausahaan*, Pekanbaru: Cahaya Firdaus
- Lexy J. Moleong, 2017, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

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

- Ma'ruf Abdullah, 2011, *Wirausaha Berbasis Syariah*, Banjarmasin : Antasari Press
- Morrisan, 2012, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta : Kencana
- Muchammad Fauzi, 2015, *Manajemen Strategik*, Semarang: CV. Karya Abadi Jaya
- Mudrajat Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Jakarta: Erlangga
- Muhammad Syafi'i Antonio, 2015, *Bank Syariah Dari Teori kePraktek*, Jakarta:Gema Insani
- Nana Sudjana, Ibrahim, 2007, *Penelitian dan Penelitian Pendidikan*, Bandung: SinarBaru Bekerjasama dengan Lembaga Pendidikan IKIP Bandung
- Pandji Anoraga, 2011, *Pengantar Bisnis, Pengelolaan Bisnis Dalam Era-Globalisasi*, Jakarta : Rineka Cipta
- Peace II, John A, Richard B, Robinson Jr, 2014, *Manajemen Strategi: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, Buku 1, Edisi 12, Jakarta: Salemba Empat
- Punaji Setyosari, 2012, *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*, Jakarta:Kencana
- Riduwan, 2013, *Metode dan Tehnik Menyusun Proposal Penelitian*, Bandung: Alfabeta
- Sofjan Assauri, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- _____, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif Kguna manualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta
- _____, 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- _____, 2009 *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Wina Sanjaya, 2013, *Penelitian Pendidikan: Jenis, Metode dan Prosedur*, Jakarta: Kencana

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.



Jurnal/Skripsi

- Antony, *Etika Bisnis Perspektif Ekonomi Islam, Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan*, Vol. 2, No. 1. 2018.P:1-18, E-ISSN: 2597-9434, ISSN: 26854309.
- Ariyadi, *Bisnis dalam Islam, Jurnal Hadratul Madaniyah*, Volume 5 Issue 1, June 2018, Page 13 – 26 p-ISSN: 2355-3529.h.13
- Chusnul Muali, Khoirun Nisa, *Pemasaran Syariah Berbantuan Media Sosial: Kontestasi Strategis Peningkatan Daya Jual*, An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah, Volume 05, Nomor 02, April 2019
- Gede adnya Susila, Gede Suparna, *Peran Strategi Kepemimpinan Biaya Memediasi Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah*, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 5, 2018: 2481-2507.
- Linda Mariani, Harmon Chaniago, *Peran Strategi Bisnis dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri Fashion*, Jurnal riset bisnis dan investasi Vol 5 No. 1 April 2019 P-ISSN 2460-8211 E-ISSN 2684-706X
- Mega Mirasaputri Cahyanti dan Widia Dewi Anjaningrum, *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Kecil Sektor Industri Pengolahan di Kota Malang*, Jibeka Vol. 11 No. 2 Februari 2017
- Muhammad Supriyanto, Muhammad Taali, *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Pengambilan Keputusan Menginap di The Sun Hotel Madiun*, Epicheirisi, Vol. 2 No. 1 tahun 2018
- Nicky Hanndry Ronaldo Tampi, *Analisis Strategi Differensiasi Produk, Differensiasi Pelayanan, dan Differensiasi Citra Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran*, Jurnal JEMBA, Vol. 3 No. 4 Desember 2015 ISSN 2303-1174.
- Sulistiani dan Ahmad Munawar, *Analisis Fasilitas Parkir dan Aksesibilitas Objek Wisata Goa Gong, Pacitan*, Jurnal Riset Rekayasa Sipil, Universitas Sebelas Maret, Volume 1, No 2, 10 Maret 2018

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

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PEDOMAN WAWANCARA

STRATEGI BERSAING KEDAI BOROBUDUR 4.0 PEKANBARU DALAM PENGEMBANGAN USAHA MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

1. Bagaimana awal terbentuknya brand kedai borobudur 4.0 ini, dan kapan usaha Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru dimulai ?
2. Apakah ada penambahan atau pengurangan karyawan selama Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru berdiri ?
3. Bagaimana pengembangan SDM di kedai borobudur ?
4. Bagaimana strategi bersaing kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru dalam menghadapi persaingan ?
5. Apa yang membedakan Kedai Borobudur 4.0 dengan para pesaingnya ?
6. Bagaimana penerapan strategi fokus di Kedai Borobudur 4.0 Pekanba
7. Bagaimana penerapan strategi biaya di Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru ?
8. Bagaimana cara yang dilakuakn Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru dalam memasarkan produk ?
9. Bagaimana pelayanan yang diberikan kedai borobudur kepada konsumen ?
10. Teknologi seperti apa yang di gunakan di kedai borobudur ?
11. Bagaimana metode pembayaran yang di gunakan di kedai borobudr ?
(cash/debit)
12. Bagaimana sistem produksi yang dilakukan di kedai borobudur ?
13. Apa saja pengembangan usaha yang telah dilakukan ?
14. Apakah kedai borobudur sudah ada melakukan kerja sama dengan pihak lain ?

Pekanbaru,
Peneliti

()

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

LAMPIRAN

DOKUMENTASI PENELITIAN DI KEDAI BOROBUDUR 4.0 PEKANBARU

© Hak cipta dilindungi undang-undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber atau menyebutkan nama penulis.
- 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.



TAMPILAN KEDAI
BOROBUDUR 4.0



WAWANCARA BERSAMA
PENGAWAS KEDAI
BOROBUDUR 4.0



WAWANCARA BERSAMA
MANAGER KEDAI
BOROBUDUR 4.0



WAWANCARA BERSAMA
KARYAWAN KEDAI
BOROBUDUR 4.0



DOKUMENTASI PENELITIAN DI KEDAI BOROBUDUR 4.0 PEKANBARU

Dokumentasi Pengunjung

1. Dilarang memotret atau mengambil gambar atau video di seluruh karya ilmiah ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumbernya.
 - 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.

LEMBAR PERBAIKAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul “*STRATEGI BERSAING KEDAI BOROBUDUR 4.0 PEKANBARU DALAM PENGEMBANGAN USAHA MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*” yang ditulis oleh:

Nama : Said Fahrulliansyah
 Nim : 116251044
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari /Tanggal : Selasa, 21 September 2021
 Waktu : 13.00 WIB
 Tempat : Ruang Munaqasyah

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru, 06 Oktober 2021 M

TIM PENGUJI MUNAQASYAH,

Ketua

Dr. H. Mawardi, S. Ag, M.S

Sekretaris

Dr. Jenita ,S.E.,M.M

Penguji I Metodologi

Darnilawati, S.E, M.Si

Penguji II Materi

Bambang Hermanto, M.Ag

Mengetahui,
 Kepala Sub Bagian Akademik
 Fakultas Syariah dan Hukum

Jalinus, S.Ag

NIP. 19750801200701123



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كآية الشريعة و القانون
 FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
 Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Pekanbaru, 03 Desember 2020

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/6930/2020
 Sifat : Biasa
 Lampir : 1 (Satu) Proposal
 Hal : **Mohon Izin Riset**

Kepada
 Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Provinsi Riau

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama	: Said Fahrulliansyah
NIM	: 11625104110
Jurusan	: Ekonomi Syariah S1
Semester	: IX (Sembilan)
Lokasi	: KEDAI BOROBUDUR 4.0 PEKANBARU Jl. Borobudur

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul : STRATEGI BERSAING KEDAI BOROBUDUR 4.0 PEKANBARU DALAM PENGEMBANGAN USAHA MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan memberikan izin guna terlaksana riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor
 Dekan



Dr. Drs. H. Hajar., M.Ag
 NIP. 19580712 198603 1 005

Tembusan
 Rektor UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

Hal yang perlu diperhatikan dalam penulisan karya tulis ini adalah sebagai berikut: a. Penulisan karya tulis ini harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar. b. Penulisan karya tulis ini harus menggunakan bahasa yang lugas, jelas, dan padat. c. Penulisan karya tulis ini harus menggunakan bahasa yang ilmiah dan objektif. d. Penulisan karya tulis ini harus menggunakan bahasa yang lugas, jelas, dan padat. e. Penulisan karya tulis ini harus menggunakan bahasa yang lugas, jelas, dan padat.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**
 Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/37108
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/6930/2020 Tanggal 3 Desember 2020**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

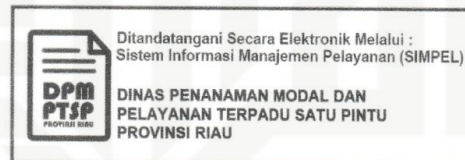
- | | |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Nama | : SAID FAHRULLIANSYAH |
| 2. NIM / KTP | : 11625104110 |
| 3. Program Studi | : EKONOMI SYARIAH |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : STRATEGI BERSAING KEDAI BOROBUDUR 4.0 PEKANBARU DALAM PENGEMBANGAN USAHA MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM |
| 7. Lokasi Penelitian | : KEDAI BOROBUDUR 4.0 PEKANBARU |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 10 Desember 2020

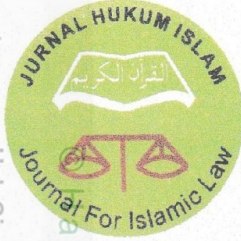


Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang bersangkutan

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.



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www.jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

HP. 081275158167 – 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

NAMA : SAID FAHRULLIANSYAH
NIM : 11625104110
JURUSAN : EKONOMI SYARIAH
JUDUL : STRATEGI BERSAING KEDAI BOROBUDUR 4.0 PEKANBARU
 DALAM PENGEMBANGAN USAHA MENURUT PERSPEKTIF
 EKONOMI ISLAM

Pembimbing: Rozi Andrini, M.E.

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 12 November 2021

Pimpinan Redaksi



Dr. M. ALPI SYAHRIN, SH., MH., CPL.

NIP. 19880430 201903 1 010

- 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.

BIOGRAFI PENULIS



SAID FAHRULLIANSYAH lahir di Kelurahan Khairiah Mandah, Kecamatan Mandah, Kabupaten Indragiri Hilir pada tanggal 06 November 1997. Ia merupakan anak ke-tiga dari Bapak Said Hajaki dan Ibu Syarifah Yusfizar dan memiliki 3 saudara. Kedua orang tuanya berdomisili di Kelurahan Khairiah Mandah, Kecamatan Mandah, Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau. Tahun 2003 dia memulai pendidikan di SDN 001 Khairiah Mandah. Setelah lulus dari sekolah dasar, ia melanjutkan pendidikannya ke MTsN Mandah, dan melanjutkan sekolah ke MAN Mandah, kemudian pada tahun 2016 ia melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, ia tercatat sebagai Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum.

Pada tahun 2020 tepatnya pada awal bulan Desember sampai dengan bulan Februari 2021 Penulis melakukan penelitian di Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru dengan judul penelitian : **“Strategi Bersaing Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru dalam Pengembangan Usaha Menurut Perspektif Ekonomi Islam”**, dibawah bimbingan Ibu **Rozi Andriani, M.M.**

Pada bulan September 2021, Penulis berhasil memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada sidang Sarjana Fakultas Syariah Dan Hukum, Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim 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.