

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam dunia bisnis, negara Indonesia merupakan negara yang memiliki perkembangan yang sangat pesat. Sehingga dalam perkembangan zaman persaingan dapat dikatakan semakin ketat. Dengan banyaknya persaingan usaha seseorang tentu membutuhkan strategi yang tepat supaya usaha yang dijalankan mampu bersaing dan bertahan.

Strategi adalah rumusan yang merencanakan bagaimana cara perusahaan dapat mencapai tujuannya dan mengimplementasikan misinya. Strategi akan memaksimalkan keunggulan bersaingnya dan meminimalkan keterbatasan bersaing.¹ Dalam keberhasilan suatu perusahaan akan ditentukan oleh pemimpinnya, bagaimana cara pemimpin tersebut menggunakan strategi untuk bersaing dan untuk menjalankan usahanya dengan memanfaatkan lingkungan yang tepat.²

Dengan melihat situasi lingkungan yang selalu berubah, maka hal yang terpenting bagi perusahaan lakukan adalah harus menyesuaikan strategi dengan perubahan lingkungan tersebut. Dan perusahaan harus mengerti dengan kondisi lingkungan yang ada juga dapat memanfaatkan perubahan lingkungan tersebut untuk mengalahkan pesaing. Dengan memanfaatkan

¹ David Hunger dan Thomas Wheleen, *Manajemen Stretegis* (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2003), 16.

² Listia Yuniarti, *Analisis Strategi Bersaing pada UKM Laundry*, Skirpsi, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2017), 1.

kondisi lingkungan perusahaan akan dapat menghasilkan keuntungan yang lebih banyak.

Pesaing adalah suatu perusahaan yang membuat atau memproduksi produk atau jasa yang sama atau mirip untuk ditawarkan.³ Dalam pesaing yang ketat perusahaan harus memiliki strategi yang dapat memenangkan persaingan, bertahan hidup dan merebut pasar.

Untuk memenangkan persaingan perusahaan akan berlomba-lomba supaya produk yang ditawarkan dapat terjual. Dengan demikian perusahaan membutuhkan strategi bersaing yang tepat serta membutuhkan suatu inovasi-inovasi baru yang dapat membantu sebuah usaha mampu bertahan hidup dalam persaingan yang ketat.

Dalam islam, berwirausaha merupakan kewajiban. Syawqi Ahmad Dunyu menyatakan bahwa bekerja dalam rangka membangun ekonomi merupakan kewajiban yang sakral (*fardh muqaddas*) yang bersifat keagamaan.⁴ Jadi, bekerja dalam membangun ekonomi menjadi kewajiban bagi seluruh umat Islam. Dan ajaran Islam juga menganjurkan para umatnya untuk melakukan perlombaan dalam segi kebaikan termasuk dalam dunia bisnis. Sebagaimana firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 148:

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَمَا
تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ
قَدِيرٌ

³ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Depok: Pt. Raja Grafindo Persada, 2013), 270.

⁴ Idris, *Hadis Ekonomi (Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi)*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), 293.

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

Dalam ayat di atas, Islam sudah menganjurkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam perbuatan kebaikan termasuk di dalam dunia persaingan. Jika ini dijadikan dasar bisnis maka praktek bisnis harus menjalankan aktivitas persaingan yang sehat.⁵ Selain itu persaingan bisnis tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik bagi para pelakunya. Dalam persaingan usaha hendaknya ada komitmen bersama diantara para pesaing terhadap konsep persaingan, yaitu persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing bisnis, namun dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya.⁶ Menganggap bahwa pesaing bisnis bukanlah musuh, namun dianggap sebagai *benchmark*.

Dalam menjalani persaingan, pedagang dituntut untuk menetapkan strategi bersaing dengan ajaran islam supaya suatu bisnis dapat bertahan dalam dunia persaingan tanpa menghancurkan pesaing lainnya. Strategi bersaing adalah strategi yang secara kuat dapat menempatkan perusahaan terhadap pesaing dan dapat memberikan perusahaan keunggulan bersaing

⁵ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Upp Amp Ykpn, 2004), 250.

⁶ Ismail Yusanto, M. Karebet Widjajakusuma, *Menggangas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002). 95.

yang sekuat mungkin.⁷ Dengan demikian dapat dipahami bahwa strategi bersaing merupakan bagaimana cara usaha perusahaan untuk dapat memenangkan sebuah pasar yang sudah menjadi sasaran perusahaan dengan cara memberikan keunggulan-keunggulan dalam bersaing. Keunggulan bersaing ini dapat memudahkan perusahaan untuk meraih keuntungan atau laba lebih besar dibandingkan pesaing dan dapat memberikan kesempatan hidup lebih lama dalam dunia persaingan.⁸

Keunggulan bersaing merupakan perumusan untuk meningkatkan daya saing sebuah perusahaan dimata konsumen atau calon konsumen. Strategi bersaing memberikan keunggulan sehingga konsumen dapat membedakan antara perusahaannya dengan perusahaan lain dan menimbulkan persaingan sehat dengan konsumen tersegmentasi.⁹ Dengan keunggulan bersaing konsumen akan mengetahui daya saing yang dimiliki disetiap perusahaan. Dan dengan adanya keunggulan bersaing dapat memudahkan perusahaan dalam hal menarik minat konsumen, baik konsumen baru maupun konsumen dari produk lain.

Untuk dapat mempertahankan konsumen dalam suatu perusahaan atau produk, maka penerapan strategi sangatlah diperlukan. Karena pada prinsipnya strategi dalam suatu perusahaan akan menentukan keberhasilannya atau kegagalannya. Dengan demikian perusahaan

⁷ Michael E Potret, *Strategi Bersaing Teknik Menganalisis Industri dan Persaingan*, (Jakarta: Erlangga, 2001), 35.

⁸ Listia Yuniarti, *Analisis Strategi Bersaing pada UKM Laundry*, 2-3.

⁹ Husein Umar, *Strategik Manajemen In Action*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustakama, 2003),

memerlukan strategi dengan menggunakan peningkatan analisis SWOT. Di mana analisis SWOT adalah menentukan berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan Strength (kekuatan) dan Opportunities (peluang), dan dapat meminimalkan Weaknesses (kelemahan) dan Threats (ancaman).¹⁰ Jadi, analisis SWOT dapat membandingkan antara faktor eksternal Opportunities (peluang) dan Threats (ancaman) dengan faktor internal Strength (kekuatan) dan Weaknesses (kelemahan).

Analisis SWOT merupakan kondisi internal maupun eksternal sebuah organisasi yang akan digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi dalam bersaing dan untuk membuat program kerja sebuah perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan akan memikirkan dengan logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman sebagai strategi untuk masalah-masalah yang akan dihadapi dimasa sekarang dan dimasa mendatang.

Dalam perjalanan suatu bisnis tentu harus dilengkapi dengan strategi yang tepat agar tujuan bisnis dapat tercapai dan dapat memenangkan persaingan. Salah satu usaha yang membutuhkan strategi yang tepat adalah usaha dibidang fashion. Di mana usaha penjualan fashion merupakan kebutuhan dalam hidup manusia yang tidak terlalu penting untuk dibeli setiap hari hanya saja zaman sekarang fashion menjadi tren yang sangat diminati konsumen dalam menentukan pilihannya belanja.

¹⁰ Freddy Rangkuti, *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka Umum, 2014), 18.

Dalam persaingan, banyak pelaku bisnis di bidang yang sejenis akan berdampak pada peningkatan kuantitas produk. Dengan meningkatnya kualitas produk dan pelaku bisnis, maka tingkat persaingan telah menjadi salah satu permasalahan dalam dunia bisnis. Untuk itu, tingkat persaingan akan semakin tajam dari masa ke masa yang akan mendatang. Berdasarkan pengalaman tersebut, maka toko Alfian Fashion yang beralamat di Jalan Arak-arak Bondowoso Desa Buduan Kecamatan Suboh Kabupaten Situbondo ini berusaha untuk selalu dapat menciptakan keunggulan bersaing dibandingkan para pesaingnya.

Toko Alfian Fashion merupakan usaha dibidang fashion yang beroperasi di Desa Buduan. Toko Alfian Fashion ini berusaha untuk selalu meningkatkan kepuasan konsumen dari waktu ke waktu melalui strategi-strategi yang mampu untuk menunjang usahanya.

Dalam melaksanakan strategi bersaing diperlukan langkah-langkah yang dinamis tetapi penuh dengan kewaspadaan. Toko Alfian Fashion harus tetap mempertahankan kedudukannya agar usaha tersebut dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

Melihat kondisi persaingan yang ketat toko Alfian Fashion dituntut untuk menerapkan strategi yang tepat tetapi tanpa menghilangkan ajaran islam. Di mana strategi menurut ajaran islam yaitu strategi yang tanpa menghancurkan usaha pesaing lainnya tapi usaha yang perlu dilakukan supaya memiliki daya saing ialah memberikan pelayanan yang terbaik. Dengan memberikan pelayanan tersebut perusahaan dapat merebut pasar dan

dapat mempertahankan konsumen. Jadi, Toko Alfian Fashion harus menciptakan strategi-strategi yang membuat konsumen merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan dan dengan melihat keadaan lingkungan sekitar agar Toko Alfian Fashion mampu mempertahankan konsumennya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul mengenai **“Tinjau Ekonomi Islam Terhadap *Competitive Strategy* Melalui Analisis Swot (Studi Kasus Toko Alfian Fashion Desa Buduan Kec. Suboh Kab.Situbondo)”**.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah penulis uraikan, maka beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Ketatnya kompetisi persaingan antar pedagang bisnis pembelanjaan saat ini semakin terus meningkat membuat para pemilik berusaha keras untuk memperlihatkan keunggulannya dalam hal pelayanan, kualitas, dan harga.
2. Sebuah perusahaan dituntut untuk mampu menjaga bahkan meningkatkan nilai kepercayaan dari konsumen ataupun masyarakat karena hal tersebut merupakan sebuah strategi bagi perusahaan khususnya bagi Toko Alfian Fashion.
3. Sebuah bisnis pembelanjaan di bidang fashion akan menjadi gagal apabila ancaman yang dihadapi tidak segera diatasi dan perusahaan akan mengalami kerugian dari hal tersebut.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kondisi usaha Toko Alfian Fashion saat ini berdasarkan faktor internal dan eksternal?
2. Bagaimana strategi bersaing berdasarkan tinjauan ekonomi islam?
3. Bagaimana strategi bersaing dengan menggunakan analisis SWOT bagi Toko Alfian Fashion?

D. Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui bagaimana kondisi usaha Toko Alfian Fashion saat ini berdasarkan faktor internal dan eksternal.
2. Untuk mengetahui strategi bersaing berdasarkan tinjauan ekonomi islam?
3. Untuk mengetahui bagaimana strategi bersaing dengan menggunakan analisis SWOT bagi Toko Alfian Fashion.

E. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Untuk menambah pengetahuan mengenai pelayanan yang baik terhadap konsumen.
 - b. Untuk menambah pengetahuan mengenai strategi bersaing dengan menggunakan analisis swot yang dapat digunakan untuk kajian dan penelitian selanjutnya.
2. Kegunaan Praktis
 - a. Untuk mengetahui langkah-langkah bersaing yang dilakukan oleh Toko Alfian Fashion.
 - b. Untuk meningkatkan jumlah konsumen dalam produk-produk di Toko Alfian Fashion.

F. Denifisi Konsep

Demi mencapai pemahaman dan persepsi yang tepat mengenai penelitian ini, terdapat beberapa istilah yang dirasa perlu untuk didefinisikan.

1. Strategi Bersaing: mengembangkan rencana mengenai bagaimana bisnis yang akan menghadapi persaingan seperti apa yang seharusnya menjadi tujuannya dan kebijakan apa yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.¹¹
2. Ekonomi Islam : Ilmu yang mempelajari perilaku muslim (orang yang beriman) dalam suatu masyarakat islam yang mengikuti Al-Qur'an, hadis, ijma' dan qiyas.¹²
3. Analisis SWOT: menentukan berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan Sthrength (kekuatan) dan Opportunities (peluang), dan meminimalkan Weaknesses (kelemahan) dan Threats (ancaman).¹³

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan perbandingan dan acuan. Selain itu untuk menghindari anggapan kesamaan dengan peneliti ini.

¹¹Michael E Porter, *Strategi Bersaing Teknik Menganalisis Industri Dan Pesaing*, 35.

¹² M. M. Metwally, *Teori Dan Model Ekonomi Islam*, Jakarta: Pt. Bangkit Daya Insani, 1995, 1.

¹³ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, 18.

Maka dalam kajian pustaka di atas peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu.

Berikut ini penelitian terdahulu yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian skripsi ini:

Pertama, skripsi yang ditulis Ulfa Hidayati, dengan judul “PENERAPAN ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DALAM PERSEPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi pada Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu)” Membahas mengenai pengembangan usaha pengrajin genteng di Desa Jatirenggo ini tujuan umumnya untuk mengembangkan dan mengimplementasikan peluang pertumbuhan. Tapi pada kenyataannya untuk mengembangkan usaha yang pada awalnya dimulai dari nol besar atau baru memulai usaha sangatlah sulit. Jadi, di usaha pengrajin genteng ini menggunakan analisis swot untuk membantu mengetahui apa saja peluang, kesempatan, ancaman dan kekuatan dalam usaha bisnis dan membantu dalam proses pengembangan usahanya. Tetapi strategi pengembangan bisnis menggunakan aturan-aturan islam.¹⁴

Kedua, Jurnal yang ditulis Putri Adella Rokhaenisza dan Putu Nina Madiawati, dengan judul “PENGUNAAN ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI BERSAING DALAM USAHA ANGKUTAN BARANG PADA CV PUTERA SARANA UTAMA”, membahas mengenai

¹⁴Ulfa Hidayati, “*Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu)*”, Skripsi, (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung: Ekonomi Syariah, 2018).

bisnis jasa pengiriman. Di mana bisnis jasa pengiriman tersebut mampu mengirim barang-barang konsumen ke seluruh wilayah Indonesia. Tahun ke tahun CV Putera Sarana Utama memiliki persaingan sangat pesat sehingga perusahaan CV Putera Sarana Utama lebih memilih analisis swot sebagai strategi bersaing upaya usaha yang dijalankan tetap berjalan dan bertahan.¹⁵ Dengan analisis swot CV Putera Sarana Utama akan melogikakan tentang kekuatan dan peluang yang dimiliki serta kelemahan dan ancaman yang akan dihadapi di masa yang akan datang.

Ketiga, Jurnal yang ditulis Dewi Tri Rahayu, dengan judul “PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM PERUMUSAN STRATEGI BERSAING PADA EDDY JAYA PHOTO”, Membahas mengenai bisnis jasa yakni bisnis foto digital. Di mana bisnis foto digital mampu mengambil atau mengabdikan momen-momen penting bagi konsumennya. Dan dalam menanggapi persaingan pada Eddy Jaya Photo menggunakan analisis swot yang dapat memenangkan strategi bersaing. Dan analisis swot juga digunakan sebagai dasar dalam perumusan strategi untuk menciptakan keunggulan bersaing pada Eddy Jaya Photo.¹⁶

Adapun persamaan penelitian di atas sama-sama fokus menggunakan analisis swot sebagai strategi dalam berbisnis. Adapun perbedaannya terletak pada kegunaannya.

¹⁵ Putri Adella Rokhaenisza dan Putu Nina Madiawati, *Penggunaan Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Bersaing Dalam Usaha Angkutan Barang Pada Cv Putera Sarana Utama*, skripsi, (Universitas Telkom: Administrasi Bisnis, 2018).

¹⁶ Dewi Tri Rahayu, *Penerapan Analisis Swot Dalam Perumusan Strategi Bersaing Pada Eddy Jaya Photo*, *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya, 2016).