

STRATEGI PERSAINGAN DALAM PENGEMBANGAN USAHA MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Said Fahrulliansyah
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Email: said.fahrul1106@gmail.com

Rozi Andrini
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Email: rozi.andrini@uin-suska.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi persaingan dalam pengembangan usaha menurut perspektif ekonomi syariah. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan metode kualitatif. Informan penelitian ini adalah pemilik, *manager* dan karyawan yang berjumlah 14 orang. 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 pengimpelementasian Islam dalam pengelolaan usahanya. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi kepada masyarakat khususnya pelaku usaha dalam menentukan strategi yang baik dalam persaingan usaha.

Kata Kunci: Strategi Persaingan, Pengembangan Usaha, Ekonomi Syariah .

A. PENDAHULUAN

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*.¹ 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.² Dengan adanya bauran pemasaran yang dijadikan sebagai suatu kontrol dalam berbisnis maka terbentuk strategi-stretegi yang akan mendukung terciptanya usaha yang berkelanjutan.

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. Penamaan Kedai Borobudur 4.0 bukan tanpa alasan, 4.0 didasari oleh revolusi industri dan kemajuan perkembangan teknologi dalam mendukung usaha yang terjadi saat ini. Penamaan 4.0 diharapkan memberikan gambaran kepada masyarakat bahwa Kedai Borobudur termasuk usaha yang melek terhadap perkembangan teknologi yang digunakan dalam mengembangkan usahanya.

Selain keunggulan dalam penggunaan teknologi, Kedai Borobudur juga unggul dalam hal produk. Kedai borobudur memiliki produk unggulan

¹Muhammad 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.

²Chusnul 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.

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 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. 50.000.³

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

³Surya, Manager Kedai Borobudur, *Wawancara*, Pekanbaru 19 Januari 2020.

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.

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 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. METODE PENELITIAN

1. 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.⁴ 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.⁵

2. 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 menekankan makna dari pada

⁴Wina Sanjaya, *Penelitian Pendidikan: Jenis, metode dan prosedur*, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 45.

⁵Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2017), h. 4.

generalisasi.⁶ Analisis data yang dilakukan bersifat induktif/kualitatif yang dibuat berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan di lapangan dan kemudian dikonstruksikan menjadi hipotesis atau teori.

3. 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.

4. Subjek dan Objek

- a. Subjek dalam penelitian ini adalah pemilik, karyawan, dan pelanggan Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru jalan Borobudur Kecamatan Pekanbaru Kota.
- b. Objek penelitian ini adalah Strategi Bersaing Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru Dalam Pengembangan Usaha Menurut Perspektif Ekonomi Islam.

5. Informan Penelitian

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

⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 8-9.

ini adalah manager dan 5 orang karyawan untuk dijadikan sampel karena dianggap sudah mewakili yang lain

6. Sumber Data

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

1. Dalam hal ini data primer diperoleh dari wawancara yang diberikan kepada pimpinan seluruh karyawan Kedai Borobudur.
2. Data Sekunder, Merupakan data yang diperoleh dari bacaan literature yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

7. Teknik Pengumpulan Data

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

1. Observasi
2. Wawancara
3. Dokumentasi

8. 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.⁷

Data yang diperoleh dari lapangan, kemudian diklasifikasikan serta dianalisa menurut jenis dan sifat, kemudian diuraikan secara deskriptif yaitu menganalisa data yang bersifat penjelasan atau penguraian data dan informasi yang kemudian dikaitkan dengan teori dan konsep-konsep yang mendukung pembahasan yang relevan dimana

⁷Nana Sudjana, Ibrahim, *Penelitian dan Penelitian Pendidikan*, (Bandung: SinarBaru Bekerjasama dengan lembaga pendidikan IKIP Bandung, 2007), h. 64.

penjelasan ini menggunakan metode kualitatif kemudian diperoleh kesimpulan dari permasalahan ini.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Bersaing Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru dalam Pengembangan Usaha

Menurut Gede Adnya susila mengemukakan bahwa Strategi bersaing merupakan suatu pendekatan yang dilakukan perusahaan dalam rangka memperoleh keunggulan dari para pesaing. Strategi bisnis terdiri dari strategi kepemimpinan biaya, strategi differensiasi produk, dan strategi fokus.

Kedai Borobudur 4.0 adalah usaha *cafe* yang menyediakan makanan dan minuman yang bervariasi. Penamaan 4.0 bukan tanpa alasan, hal tersebut dikarenakan Kedai Borobudur melek akan perkembangan teknologi dalam mendukung usahanya. Industri 4.0 merupakan kata lain dari revolusi industri 4.0. Industri 4.0 disebut zaman cyber physical systems atau otomatisasi cerdas. Bahrin et al berpendapat bahwa sektor industri penting bagi perekonomian setiap negara dan tetap menjadi pendorong pertumbuhan dan lapangan kerja. Industri 4.0 adalah area baru di mana internet hal-hal bersama dengan cyber physical systems saling berhubungan dengan cara kombinasi perangkat lunak, sensor, prosesor dan teknologi komunikasi memainkan peran besar untuk membuat sesuatu yang memiliki potensi untuk memasukkan informasi ke dalamnya dan akhirnya menambah nilai pada proses manufaktur. Ini juga selaras dengan pendapat Rojko yang mengatakan bahwa industri 4.0 memiliki gagasan utama yakni memanfaatkan potensi teknologi dan konsep baru seperti: internet, integrasi proses teknis dan proses bisnis di perusahaan, pemetaan digital dan virtualisasi dunia

nyata, pabrik cerdas termasuk didalamnya sarana produksi pintar dan produk pintar.⁸

Menurut Bahrin teknologi yang terkait dengan industri 4.0 adalah sebagai berikut: The Internet of Things (IoT), berfungsi untuk menghubungkan semua perangkat komputasi menggunakan teknologi tertentu. Memungkinkan perangkat berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain dengan pengontrolan yang terpusat. Ini juga bermanfaat dalam menganalisa dan mengambil keputusan secara langsung. Cybersecurity, komunikasi yang andal, identitas canggih dan manajemen akses mesin dan pengguna adalah penting bagi industri 4.0 untuk mengatasi masalah ancaman keamanan siber yang meningkat secara signifikan dengan meningkatnya konektivitas dan penggunaan standar protokol komunikasi. The cloud, meningkatnya kinerja teknologi, data dan fungsionalitas maka disebarkan ke cloud/awan, supaya lebih banyak layanan berbasis data untuk sistem produksi. Lebih banyak usaha yang terkait dengan produksi di industri 4.0 akan membutuhkan peningkatan berbagi data di seluruh lokasi perusahaan. Big data analytics, memungkinkan pengumpulan dan evaluasi data yang komprehensif dari berbagai sumber dan pelanggan untuk mendukung pengambilan keputusan langsung, mengoptimalkan kualitas produksi, menghemat energi dan meningkatkan layanan peralatan. Horizontal and vertical system integration, integrasi sistem horisontal dan vertikal di antara perusahaan, departemen, fungsi dan kemampuan akan menjadi lebih kohesif, seiring lintasperusahaan, jaringan integrasi data universal berkembang dan memungkinkan rantai nilai yang benar-benar otomatis. Augmented reality, dapat mendukung berbagai layanan, seperti memilih suku cadang di gudang dan mengirim instruksi perbaikan melalui perangkat seluler. Additive manufacturing (3D printing), dapat menghasilkan sejumlah produk yang disesuaikan seperti desain yang

⁸ Bahrin, Mohd Aiman Kamarul et al. 2016. "Industry 4.0: A Review On Industrial Automation And Robotic", *Jurnal Teknologi (Sciences & Engineering) UTM* 78 (6-13)

kompleks dan ringan, berperforma tinggi dan mengurangi jarak pengangkutan dan persediaan. Simulation, memanfaatkan data realtime untuk mencerminkan kenyataan dalam model virtual, yang mencakup seperti mesin, produk dan manusia. Hal ini memungkinkan operator untuk menguji dan mengoptimalkan pengaturan alat untuk produksi berikutnya, sehingga dapat mengurangi waktu pengaturan alat dan meningkatkan kualitas produk. Robots, lebih mandiri, fleksibel dan kooperatif, mereka akan berinteraksi satu sama lain dan dapat bekerja dengan aman bersama manusia, kemudian belajar dari mereka. Robot lebih murah biayanya dan memiliki jangkauan kemampuan yang lebih besar.⁹

Berikut strategi bersaing yang dilakukan oleh kedai borobudur 4.0 Pekanbaru.

1. Strategi Differensiasi (*Differentiation Strategy*)

Perusahaan akan melakukan differensiasi terhadap para pesaingnya apabila perusahaan tersebut telah berhasil menampilkan keunikan yang dinilai penting oleh pelanggan, selain dengan penawaran harga yang rendah dimana telah banyak dilakukan oleh perusahaan atau pesaing. Padahal differensiasi dapat dilakukan dengan penawaran harga tinggi, sehingga perusahaan yang melakukan differensiasi harus merancang serangkaian perbedaan yang berarti untuk membedakan tawaran yang diberikan perusahaan dengan tawaran pesaing. Differensiasi merupakan cara merancang perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran pesaingnya.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan juga didapatkan dapat strategi bersaing yang diterapkan oleh manajemen Kedai Borobudu cukup bervariasi, yang mana didapatkan bahwa dalam memasarkan usaha dari Kedai Borobudur telah

⁹ Ibid

memanfaatkan sosial media dalam memasarkan produknya. Strategi bersaing dari Kedai Borobudur 4.0 ditinjau dari unsur dari bauran pemasaran atau *Marketing Mix* menawarkan produk dengan ciri khas yang berbeda dengan yang lainnya namun memiliki harga yang relatif mahal.

Lokasi Kedai Borobudur 4.0 juga terletak pada lokasi yang tergolong strategis, karena berada di pusat perkantoran, diantaranya yaitu Kantor Bappeda Provinsi Riau, Kantor Samsat Pekanbaru. Posisi dari lokasi Kedai Borobudur 4.0 sangat mendukung aktivitas dari kedai ini dalam menjalankan aktivitas usahanya dengan jam operasional dari Kedai Borobudur 4.0 yaitu buka dari jam 06.45 WIB sampai jam 22.00 dengan jenis menu makanan yang bervariasi sehingga mampu memenuhi permintaan dari pelanggan. Dalam meningkatkan penjualannya kedai tersebut telah berupaya secara intensif dalam melakukan promosi terhadap produknya yang dijualnya dengan melakukan distribusi produk seperti menggunakan Instagram, Facebook, termasuk menawarkan melalui gofood.

2. Startegi Fokus (*Focus Strategy*)

Strategi fokus adalah serangkaian tindakan terpadu yang dilakukan untuk menghasilkan barang atau jasa yang melayani kebutuhan segmen persaingan tertentu. Dengan demikian, perusahaan menggunakan strategi fokus saat mereka memanfaatkan kompetensi inti mereka untuk melayani kebutuhan segmen industri tertentu atau ceruk dengan mengesampingkan orang lain. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Manager Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru, diketahui bahwa Kedai Borobudur memfokuskan usahanya dibidang kuliner dan produknya bisa dinikmati untuk semua kalangan baik remaja hingga dewasa, ini dibuktikan dengan pengunjung yang datang ke Kedai Borobudur dimulai dari kalangan anak sekolah hingga dewasa yang sudah bekerja, cukup banyak

konsumen yang menjadi *loyal* yang tidak mementingkan harga tetapi kepuasan konsumen.

Strategi fokus paling efektif ketika konsumen mempunyai preferensi atau kebutuhan khusus dan ketika perusahaan pesaing tidak berusaha untuk menspesialisasi diri dari segmen target yang sama. Resiko menjalankan strategi fokus antara lain kemungkinan bahwa banyak pesaing akan menyadari strategi fokus yang berhasil dan menirunya atau bahwa preferensi konsumen berubah ke arah atribut-atribut produk yang diinginkan oleh pasar secara keseluruhan. Sebuah organisasi yang menggunakan strategi fokus mungkin berkonsentrasi pada kelompok konsumen, pasar geografis, atau segmen lini produk tertentu untuk dapat dengan lebih baik melayani pasar yang lebih sempit namun terdefinisikan secara jelas dari pada pesaing yang melayani pasar yang lebih luas.

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa Kedai Borobudur tidak menerapkan strategi fokus di mana strategi ini memfokuskan pada ceruk dalam sebuah bisnis, sedangkan Kedai Borobudur tidak memfokuskan atau membatasi konsumen, hal ini dibuktikan dari hasil wawancara yang mengatakan bahwa konsumen yang datang ke Kedai Borobudur 4.0 berasal dari kalangan anak sekolah hingga orang dewasa, dapat dilihat bahwa produk Kedai Borobudur 4.0 bisa di nikmati oleh semua kalangan.

3. Strategi Kepemimpinan Biaya (*Cost Leadership*)

Dalam persaingan, Kedai Borobudur 4.0 tidak menggunakan strategi kepemimpinan. Strategi kepemimpinan merupakan strategi perusahaan dengan cara meminimalkan biaya sehingga biaya yang dikeluarkan apabila menggunakan strategi ini akan lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan yang menggunakan strategi differensiasi maupun strategi fokus. Perusahaan yang mampu menciptakan biaya produksi yang rendah tentu saja mampu menjual produknya dengan harga yang rendah. Berdasarkan hasil wawancara

yang dilakukan dengan Manager Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru, diketahui bahwa kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru tidak menggunakan strategi *cost Leadership*, karena harga jual yang cukup mahal dan biaya yang dikeluarkan setiap bulannya lumayan besar. Hal ini tidak sejalan dengan konsep penggunaan strategi kepemimpinan biaya (*Cost Leadership*) yang mengedepankan biaya yang rendah.

Untuk menjalankan strategi kepemimpinan biaya secara berhasil, sebuah perusahaan harus memastikan bahwa total biaya di seluruh rantai nilai lebih rendah dari total biaya pesaing. Dampak dari penggunaan strategi kepemimpinan biaya bagi perusahaan harus berhati-hati untuk tidak menggunakan cara-cara seperti pemotongan harga yang agresif sehingga laba mereka menjadi terlalu rendah atau bahkan tidak ada sama sekali.

Dalam mengatasi strategi kepemimpinan biaya Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru melakukan manajemen secara baik yaitu, melakukan pengelolaan sumber daya manusia, sistem produksi yang tepat, dan sistem pemasaran yang terkini.

2. Kendala yang Dihadapi dalam Persaingan Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru dalam Pengembangan Usaha

Kendala dalam pengembangan usaha yang dilakukan oleh pemilik usaha cafe khususnya Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru, meliputi faktor harga bahan baku, sumber daya manusia, dan modal.

1. Meningkatnya harga bahan baku

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Manager Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru, diketahui bahwa meskipun tokonya termasuk semi resto dan cukup banyak diminati tetapi pasti ada masalah yang dihadapi dalam berwirausaha, seperti hubungannya dengan mitra kerjanya yakni pemasok bahan baku. Ada kalanya harga bahan baku naik, sehingga demi menjaga loyalitas konsumen maka harga yang dipatok tetap sama, meskipun harga bahan baku utamanya naik, karena tidak memungkinkan juga menaikkan harga menu-

menu yang ditawarkan untuk naik, mengingat menu makanan dan minuman yang harganya memang cukup tinggi, meskipun sebenarnya target pasarnya adalah orang-orang dengan ekonomi menengah ke atas.

2. Sumber Daya Manusia yang Terbatas

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Manager Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru, demi menunjang pelayanan terbaik, selalu mengedepankan karyawan yang kompeten dalam membantu jalan usaha Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru. Beberapa karyawan yang direkrut selama ini ditempatkan diberbagai kedudukan, jabatan dan pekerjaan yang tepat dan pada waktu yang tepat dalam rangka mencapai tujuan dan sasaran yang akan ditetapkan, namun pada awalnya sulitnya dalam mencari karyawan yang memiliki kompetensi dibidangnya khususnya untuk membuat berbagai menu makan dan minuman yang sesuai dengan selera konsumen.

3. Memiliki permasalahan dalam permodalan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Manager Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru, mengaku bahwa mereka menggunakan modal dari tabungan sendiri. Walaupun pada awalnya pengumpulan modal sangat kesulitan. Sejauh ini beberapa beliau mengaku masih menggunakan tabungan sendiri dalam mengembangkan usaha, meskipun beberapa kali ada pihak bank yang menawarkan pinjaman tetapi lebih memilih menggunakan tabungan sendiri karena tidak mau terbebani dengan cicilan bank.

4. Fasilitas Pendukung (Area Parkir) yang masih sempit

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Manager Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru, mengaku bahwa mereka mengalami kendala berkaitan dengan area parkir. Sejauh ini beliau mengaku luas lahan parkir yang tersedia tidak mencukupi untuk menampung jumlah kendaraan yang parkir. Pada saat keadaan ramai, khususnya

tempat parkir kami yang tidak luas, memaksa badan jalan dijadikan sebagai tempat parkir, kondisi ini sebenarnya menyebabkan ketidaknyaman, baik bagi para pelanggan, termasuk para pengguna jalan lainnya.

3. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Strategi Bersaing Dalam Pengembangan Usaha Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru

Strategi dalam sebuah organisasi pada dasarnya dimaksudkan sebagai suatu proses penentuan dan pencapaian tujuan organisasi melalui pelaksanaan empat fungsi dasar, yaitu perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan dan pengendalian dalam penggunaan sumber organisasi. Perencanaan merupakan sebagai penentuan terlebih dahulu apa yang harus dikerjakan, kapan dikerjakan dan siapa yang mengerjakannya. Tanpa rencana manajer tidak dapat mengetahui bagaimana mengorganisasikan orang dan sumber daya yang dimiliki organisasi secara efektif. Pengorganisasian merupakan untuk mengelompokkan kegiatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya yang dimiliki agar pelaksanaan dari suatu rencana dapat dicapai secara efektif dan ekonomis. Menggerakkan merupakan suatu proses untuk mempengaruhi aktivitas dari pada kelompok yang terorganisir dalam usaha mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam pencapaian tujuan, dalam kegiatan menggerakkan, faktor kepemimpinan menjadi sangat penting untuk mempengaruhi yang lain untuk bekerja menuju pencapaian tujuan yang direncanakan. mempengaruhi yang lain untuk bekerja menuju pencapaian tujuan tertentu. Pengendalian adalah memastikan bahwa hasil kegiatan sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

Berdasarkan fungsi manajemen tersebut maka dalam mengaplikasikan sangat diperlukan aplikasi manajemen organisasi. Oleh karena itu, maka aplikasi manajemen organisasi hakikatnya adalah juga amal perbuatan SDM organisasi yang bersangkutan. Berkenaan dengan

hal itu Islam telah menggariskan bahwa hakikat amal perbuatan haruslah berorientasi bagi pencapaian ridha Allah SWT. Hal ini seperti yang dikatakan Allah SWT dalam Qs. Al-Mulk ayat 2-3.

Implementasi nilai Islam berwujud pada difungsikannya Islam sebagai kaidah berfikir dan kaidah amal dalam seluruh kegiatan organisasi. Sebagai kaidah amal, syariah difungsikan sebagai tolak ukur kegiatan yang digunakan untuk membedakan aktifitas yang halal atau haram, hanya kegiatan yang halal saja yang dilakukan seorang muslim, sementara yang haram akan di tinggalkan semata-mata untuk menggapai ke ridha Allah SWT. Oleh karena itu dalam menyusun strategi berdasarkan perspektif Islam menekankan pada wilayah halal dan haram. Hal tersebut dapat dilihat pada prinsip-prinsip islam mengenai Halal dan Haram.

Impelementasi syariat Islam yang diterapkan Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru juga terlihat dari penggunaan modal usaha yang dipergunakan lebih mengutamakan modal sendiri tanpa menggunakan pinjaman dari dunia perbankan. Penggunaan dari modal sendiri tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan usaha Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru sesuai dengan prinsip syariat Islam.

Pengusaha memiliki banyak strategi dalam mendapatkan konsumen salah satunya pelayanan. Fasilitas pelayanan yang diberikan dari kedua Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru yaitu tempat yang nyaman dan luas, dan tersedianya mushola, dan berbagai pelayanan lainnya. Fasilitas tersebut sejalan dengan penetapan harga yang diberikan dengan tetap mampu bersaing denga pesaingnya. Persaingan yang terjadi di Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru tergolong sehat yang mana ditemukan bahwa harga produk di Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru sesuai dengan kualitas serta nilai tambah setiap produk. Islam melarang diskriminasi harga (apabila terjadi ketidakadilan terhadap pelanggan) dan penipuan dalam penentuan harga. Kitab suci Al- Qur'an dengan tegas telah melarang

semua transaksi bisnis yang mengandung unsur penipuan dalam segala bentuk terhadap orang lain, terdapat dalam surat Al-An'am ayat 152.

Ketatnya persaingan menuntut para pengusaha untuk berupaya keras dalam memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya. Para pengusaha berusaha untuk menang dalam persaingan, berbagai cara dilakukan diantaranya yaitu dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas produk serta meningkatkan pelayanan. Pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan kepada konsumen, para pengusaha harus mampu memberikan pelayanan semaksimal mungkin. Oleh karena itu pengusaha tersebut akan mampu memenangkan persaingan dengan menerapkan strategi manajemen yang tepat.

Strategi manajemen merupakan sebuah proses untuk menjalankan suatu usaha dan yang akan mengatur segala aktifitas usaha yang dijalankan. Dengan menerapkan strategi manajemen yang tepat, suatu usaha akan dapat mengetahui arah, gerak, langkah, dan tujuan dari usaha yang dikembangkan. Didalam islam juga sudah diatur sedemikian rupa, dalam perspektif Islam manajemen diistilahkan dengan kata *at-tadbir* (pengaturan). Sebagaimana dalam firman Allah SWT dalam surah As-Sajadah ayat 5.

Tanpa adanya perencanaan (*ahdaf*), maka sebuah perusahaan atau organisasi tersebut tidak akan terarah dan tidak mengetahui tujuannya apa. Tahapan perencanaan bertujuan untuk mengetahui arah, gerak, langkah, dan tujuan yang hendak dicapai. Ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surah Al-Hasyr ayat 18.

Strategi manajemen berikutnya yaitu pelaksanaan (*tatbiq*). Pelaksanaan suatu usaha akan berjalan efektif jika memiliki pemimpin yang mampu memajukan usahanya, misalnya dengan melatih karyawan dengan tentang manajemen strategi yang baik, supaya anggota perusahaan bisa mengimplementasikan manajemen strategi yang bisa

membuat perusahaan menjadi unggul. Ini sesuai dengan firman Allah swt dalam surah Shaad ayat 26.

Berdasarkan ayat tersebut dapat diketahui, bahwa seorang pemimpin haruslah menjadi seorang pemimpin yang sesuai dengan syariat Islam yang tidak hanya berorientasi dunia saja, melainkan berorientasi akhirat juga, termasuk dalam menjalankan aktifitas usaha kuliner.

Dalam strategi manajemennya, Kedai Borobudur 4.0 Pekanbaru menerapkan strategi manajemen yang sesuai dengan etika bisnis Islam diantara yaitu berprinsip kejujuran, dengan memuliakan pelanggan dengan menawarkan barang yang berkualitas dan halal. Halal dalam tinjauan ekonomi islam tidak hanya semata hal dari segi zatnya, namun juga halal dari cara mendapatkannya, termasuk proses pengolahannya, seperti yang termuat dalam Q.S Al-Baqarah Ayat 137.

Dengan adanya evaluasi, maka usaha yang sudah direncanakan dan dilaksanakan, apakah telah berjalan dengan baik, sesuai dengan target yang ingin dicapai dengan menghasilkan suatu profit yang sesuai dengan yang direncanakan. Perlunya pengevaluasian dalam suatu usaha telah diterangkan dalam firman Allah SWT dalam surah Al-Hasyr ayat 18.

Pengawasan memiliki tujuan untuk menyelidiki pengimplementasian strategi manajemen yang telah dijalankan apakah berjalan sesuai dengan prosedur atau tidaknya. Hasilnya akan menjadi saran perbaikan dan penyempurnaan perusahaan untuk pengimplementasian manajemen strategi berikutnya. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surah Al-Infithaar ayat 10-12.

Dari ayat ini kita dapat *diambil kesimpulan bahwa*, setiap apa yang kita kerjakan selalu ada yang mencatat, pekerjaan yang baik maupun itu tercela. Begitu juga halnya dalam menjalankan aktifitas usaha, sehingga pengawasan dalam perusahaan sangatlah berperan penting dalam mencapai target yang ingin dicapai karena dapat dipergunakan untuk

mengetahui apa yang belum maksimal dalam menjalankan usaha tersebut.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka penulis dapat mengambil beberapakesimpulan 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 menggunkan bahan-bahan untuk membuat produk yang diambil dari beberapa suplier yang sudah bekerja sama dengan Kedai Borobudur 4.0, nmun 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 pengimpelementasian Islam dalam pengelolaan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan, 2010, *Marketing Bank Syariah*, Cet. 1, Bogor: Ghalia Indonesia
- 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
- Bagong Suyanto dan Sutinah, 2008, *Metode Penelitian Sosial* Cet. Ke-4, edisi 1, Jakarta: Kencana
- Bahrin, Mohd Aiman Kamarul et al. 2016. "Industry 4.0: A Review On Industrial Automation And Robotic", *Jurnal Teknologi (Sciences & Engineering)* UTM 78 (6-13), 137-143. <https://doi.org/10.11113/jt.v78.9285>
- Burhan Bungin, 2011, *Penelitian Kualitatif*, Cet. Ke-5, edisi 2, Jakarta: Kencana
- 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
- 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 Sopiha, 2010, *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dalam kajian*, Yogyakarta: ANDI
- Fandy Tjiptono, dkk, 2008, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: CV, Andi Offset
- 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.
- 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
- 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
- Ma'ruf Abdullah, 2011, *Wirausaha Berbasis Syari'ah*, Banjarmasin : Antasari Press
- 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
- Morrison, 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 Supriyanto, Muhammad Taali, *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Pengambilan Keputusan Menginap di The Sun Hotel Madiun*, *Epicheirisi*, Vol. 2 No. 1 tahun 2018
- 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
- 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.
- 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 Tehknik Menyusun Proposal Penelitian*, Bandung: Alfabeta

Sofjan Assauri,2007, *Manajemen Pemasaran*,Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

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

Wina Sanjaya,2013, *Penelitian Pendidikan: Jenis, Metode dan Prosedur*,Jakarta: Kencana