

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Bisnis cafe sekarang banyak mengalami perkembangan pesat ditengah-tengah masyarakat pada umumnya, dimana cafe sekarang sudah menjadi kebiasaan dari masyarakat umum juga menjadi bagian dari gaya hidup kelompok dan individu. Di kalangan bisnis misalnya, cafe berubah menjadi lokasi pertemuan rapat dan bisnis, dimana mereka memanfaatkan cafe sebagai tempat membicarakan banyak hal terkait bisnis mereka dalam suasana yang tidak formal.

Cafe bisa juga dimanfaatkan menjadi media sosialisasi dari berbagai acara umum lainnya, dimana dapat kita jumpai cafe yang banyak didatangi oleh kaula muda mudi yang sekedar rileks dan bersantai ria membicarakan kepentingan mereka. Banyak pengunjung lainnya juga yang berasal dari latar belakang yang berbeda, mulai dari wiraswasta atau pedagang, mahasiswa, tukang ojek, pengusaha lain-lainnya, tujuan mereka juga beragam tergantung dari kepentingan mereka masing-masing. Kalau dilihat café juga memiliki nilai lebih dari kenyamanan suasana café yang santai dan romantis sehingga dapat membuat pengunjung betah melakukan perbincangan.

Persaingan bisnis café sangat ketat seperti usaha kuliner contohnya *Cafe* tentunya memiliki konsep dan ide yang beragam. Seperti konsep nuansa *cafe* yang unik dan menarik tentunya mengundang konsumen untuk datang berkunjung yang bisa juga membandingkan dengan *cafe* lainnya antara yang bagus atau yang biasa. Proses perencanaan banyak yang harus diperhatikan mulai dari pemilihan

letak lokasi strategis, konsep *cafe*, membuat menu dan cita rasa hidangan yang berbeda sehingga dapat memberikan kepuasan konsumen, promosi, fasilitas pendukung seperti wifi, suasana yang diciptakan didalam *cafe* serta desain yang menarik di dalam *cafe* agar lebih menarik pengunjung *cafe*.¹

Strategi merupakan prasarana bersama untuk tujuan jangka panjang yang harus dicapai perusahaan.² Menurut Kolter, bahwa strategi adalah proses manjerial dalam mengembangkan, menjaga keserasian dengan tujuan perusahaan, bisa dari sumber daya perusahaan, dan peluang dari pasar yang terus berubah, untuk membentuk dan menyesuaikan perusahaan pada produk yang dihasilkan, sehingga mampu mencapai keuntungan yang pesat. Selain penebarapan strategi, penerapan etika juga menjadi hal penting menghindari persaingan yang tidak sehat antar pelaku usaha dan pebisnis.

Intensitas persaingan berakar pada jumlah perusahaan yang baru masuk, ancaman substitusi, daya tawar pembeli, daya tawar pemasok dan persaingan diantara pesaing saat ini. Perusahaan – perusahaan yang ada menetapkan penghalang untuk masuk menghadapi ancaman pendatang baru. Pendatang baru dapat mengandalkan model bisnis inovatif untuk terlibat dalam pasar bisnis.³

Tujuan esensial tentang penegakan etika bisnis adalah supaya seluruh perusahaan memahami dengan baik seperti apa berbisnis yang sebenarnya bukan hanya berorientasi pada nilai semata.⁴ Pebisnis tidak terpisahkan dari etika

¹Dwi Bagus Kurniawan, Jurnal Administrasi Niaga “*Pengaruh Store Atmosphere dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Cafe Bukit Delight Malang*” Vol 4, Nomor 2 (2016)

²Fred R. David, *Strategi Mangement (Managemen Strategi Konsep)* (Jakarta : Salemba Empat, 2006)

³Hery Pratono A, *Ekonomi Perilaku Usaha Kecil* (Yogyakarta : Graha Ilmu) hlm. 88.

⁴Irham Fahri, *Manajemen Strategi* (Bandung : Alfabeta, 2013) hlm 280

karenabisnis tidak bebas nilai dan merupakan bagian dari suatu sistem sosial.⁵ Islam mengkombinasikan nilai spiritual dan material dalam kesatuan yang utuh. Akan tetapi persoalan kemudian yang datang bahwa konsep materialis yang berkembang di era modern saat ini membawa manusia pada kondisi dimana nilai spiritual telah terpinggirkan.⁶

Permasalahan ekonomi itu, bahwa islam merupakan suatu agama yang diyakini oleh ummat muslim memberikan solusi yang terbaik. Karena prakteknya tidak akan terlepas antara ekonomi dan ahlak dalam agama islam. Oleh sebab itu pelaku bisnis itu haruslah menanamkan nilai-nilai agama dan akhlak.⁷

Dalam keseharian syariat islam sering dipahami sebagai ketentuan dan hukum dari Tuhan sehingga perlu diaktualisasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Syariat biasa dipahami sebagai fikih sebagai pemahaman atau ilmu hukum Islam. Syariat dan fiqh merupakan dua hal yang berbeda, tetapi memiliki kesamaan yang saling berkaitan⁸ yaitu fokusnya kepada persoalan ibadah dan mu'amalah. Ibadah mengatur hubungan manusia dengan Tuhan seperti ketentuan shalat, puasa, zakat, haji, zikir dan seterusnya. Sedangkan mu'amalah mengatur hubungan manusia sesama manusia dan alam sekitarnya. Oleh karena itu, tujuan syariat Islam yaitu melindungi agama (*hifd al-'din*), melindungi jiwa (*hifd al-'nafs*), melindungi akal (*hifd al-'aql*), melindungi kehormatan (*hifd al-'irdh*), melindungi harta (*hifd al-mal*)⁹ dan keseimbangan lingkungannya.¹⁰ Dengan

⁵Muhammad dan Lukman Faurori, *Visi Al-Quran tentang etika dan bisnis* (Jakarta : Salemba Diniyah, 2002) hlm 102

⁶Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta : Kencana, 2006) hlm 3-5.

⁷ Muhammad Djakfar, *Agama, Etika, dan Ekonomi (Wacana Menuju Pengembangan Ekonomi Rabbaniyah)* (Malang : UIN Malang Press, 2007), hlm 128-129.

⁸ Muhammad Djakfar *Ibid.* hlm. 35.

⁹ Ahmad al-Mursi Husain Jauhar, *Maqashid al-Syar'iyah fi al-Islam*, hlm. xiii.

begitu Islam dalam perspektif syari'at adalah *kaffah*, Syariat Islam yang *kaffah akan* menyentuh segala aspek kehidupan hajat kehidupan manusia di dunia dengan berpegang teguh kepada nilai-nilai ilahiyahbersumber dari al-Qur'an dan Sunnah Rasul dalam semua aspek kehidupan utamanya dalam sistem berbangsa dan bernegara.¹¹ Oleh karena itu selain dari beberapa pandangan tentang pandangan memasukkan nilai-nilai syari'at islam dalam sistem pemerintahan bernegara.

Berdasarkan dari hal tersebut, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian strategi yang digunakan oleh pemilik cafe baru di kota Pamekasan dengan memperhatikan perspektif ekonomi islam oleh pemilik usaha cafe. Selain itu untuk menelaah lebih mendalam tentang persaingan antara usaha cafe –cafe baru antara satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu penulis akan mengkaji dan mengangkat permasalahan tersebut dalam skripsi yang berjudul “*Strategi Persaingan Cafe Baru di Kota Pamekasan (Perspektif Ekonomi Islam)*”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Strategi yang digunakan dalam Persaingan Bisnis oleh pemilik cafe baru di kota Pamekasan?
2. Bagaimana Strategi yang digunakan dalam Persaingan Bisnis oleh pemilik cafe baru tersebut menurut perspektif ekonomi Islam?

¹⁰ Muhammad Ali, *Kedudukan dan Pelaksanaan Hukum Islam dalam Negara Republik Indonesia dalam Hukum Islam Dalam Tatanan Masyarakat Indonesia*, editor Cik Hasan Bisri, (Jakarta : Logos, 1998). hlm. 43.

¹¹ Alyasa Abubakar, *Bunga Rampai Pelaksanaan Syariat Islam (pendukung Qanun Pelaksanaan Syariat Islam)*, (Banda Aceh : Dinas Syariat Islam Aceh, 2009). hlm. 43.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Strategi yang digunakan dalam Persaingan Bisnis oleh pemilik cafe baru di kota Pamekasan?
2. Untuk mengetahui Strategi yang digunakan dalam Persaingan Bisnis oleh pemilik cafe baru tersebut menurut perspektif ekonomi Islam?

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain :

1. Secara Akademis

a. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan, pengalaman dan wawasan tentang strategi persaingan cafe baru di Kota Pamekasan menurut perspektif ekonomi islam.

b. Bagi IAIN Madura

Memberikan kontribusi dalam ilmu pengetahuan khususnya menjadi referensi dan rujukan tentang strategi persaingan bisnis dalam perspektif ekonomi islam.

2. Secara Praktis

a. Bagi pebisnis Cafe baru

Memberikan kontribusi dan bahan pertimbangan kepada cafe baru di kota Pamekasan dalam menerapkan strategi persaingan sesuai dengan perspektif islam.

b. Bagi Masyarakat Umum

Memberikan informasi bagi masyarakat umum agar dapat mengembangkan sumber daya manusia dalam strategi persaingan berbisnis menurut perspektif islam di kota Pamekasan.

E. Definisi Istilah

Peneliti menguraikan beberapa istilah penting. Istilah penting tersebut adalah sebagai berikut :

1. Strategi merupakan alat pencapaian tujuan. Kata strategi berasal dari kata kerja Yunani, yakni “stratego” yang berarti merencanakan persaingan dalam pemusnahan musuh lewat penggunaan sumber yang efektif.¹²
2. Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya kegiatan pertandingan dan berkompetisi. Persaingan adalah organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survey, atau sumber daya yang dibutuhkan.¹³
3. Ilmu ekonomi Islam adalah sebuah sistem ekonomi yang menjelaskan segala fenomena tentang perilaku pilihan dan pengambilan keputusan dalam setiap unit ekonomi dengan memasukkan tata aturan syariah sebagai keputusan ekonomi.¹⁴

Jadi yang dimaksud dalam judul penelitian adalah Strategi yang dipergunakan dalam Persaingan Bisnis oleh pemilik cafe baru di kota Pamekasan dan pandangannya menurut Perspektif ekonomi Islam.

¹² Azhar Arsyad, *Pokok manajemen: Pengetahuan Praktis Bagi Pimpinan dan Eksekutif* (Yogyakarta : Pustaka Belajar, 2002) h. 26.

¹³ Mudrajat Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (Jakarta : Erlangga, 2005). hlm. 86

¹⁴ Karim Adimarwan, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012). hlm. 5.