

## **BAB IV**

### **PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum**

Langkah awal dalam menganalisis Strategi Persaingan Bisnis cafe baru di kota Pamekasan menurut perspektif Ekonomi Islam, yaitu memahami latar belakang dan mengetahui Strategi persaingan tersebut melalui Pengamatan dan wawancara dengan para Pemilik dan karyawan Café baru di kota pamekasan.

##### **1. Latar belakang Café Three five**

Café three five berdiri pada tahun 2018, sudah hampir 2 tahun café ini berjalan dengan baik hingga sekarang. Yang dikelola oleh pemiliknya yang bernama Bapak Yudis yang beralamat di Jl. Sumenep Buddagan Kec. Pademawu. Keberadaan cafe three five hingga saat ini menjadi *trend*. Selain dekat dengan hotel juga berada di jalan raya jalur provinsi,.

Bisnis cafe di Kota Pamekasan kini telah menjadi kebiasaan bagi masyarakat semua kalangan. Dalam banyak sebutan yang beragam namanya, mulai dari warung kopi, *coffe shop*, kedai kopi sampai café sekarang tumbuh menjamur di Kota Pamekasan.

##### **2. Latar belakang Café Singga Batu**

Café Singga Batu merupakan café baru yang dibuka tanggal 09 desember tahun 2019, sudah hampir satu tahun café ini berjalan dengan baik hingga sekarang. Café ini beralamat di Jl Jokotole No.129 Pamekasan, dan dikelola oleh pemiliknya yang bernama bapak Jamaluddin.

Awalnya sebelum membuka café singga batu ini pemilik membuka warung kopi sederhana yang tepatnya berada didepan café ini, berjalannya waktu sehingga membuka café singga batu ditempat ini karena factor lahan yang lebih luas

Istilah singga batu diawali dari sebuah perjalanan tepatnya didaerah malang ke sebuah padepokan yang tempatnya sangat luas dan banyak bebatuan disekitarnya. Sehingga pemilik terinspirasi dari padepokan tersebut dan memberi nama singga batu (duduk dibatu).

Berdasarkan hasil observasi yang oleh penulis, bahwa perkembangan bisnis cafe di Kota Pamekasan sangat berkembang cepat. Hal tersebut memberi peluang dan lapangan pekerjaan bagi masyarakat,sekitarnya selain itu juga banyak memunculkanpersaingan antara pebisnis cafe.

## **B. Paparan Data**

### **1. Strategi yang digunakan Pemilik Cafe baru di Kota Pamekasan**

Teori yang digunakan peneliti tentang strategi menurut Hunger dan Wheelen sebagai acuan. Bahwa manajemen strategi merupakankebijakan sanksi manajerial yang menentukan kinerja jangka panjang suatu perumusan strategi. Meliputi pengamatan, perumusan strategi (perencanaan strategi), pelaksanaan serta pengendalian evaluasi.<sup>1</sup>

Penerapan sebuah rencana strategi diiringi dengan mengimplementasi sebuah strategi. Akan tetapi, proses yang harus dilalui sebelum implementasi

---

<sup>1</sup>Irwan Chaeruddin dan Eka Musdalifah, "Strategi BisnisPT. Pos Indonesia", *Jurnal ManajemenBisnisTransportasidanLogistik*, vol.2 no.3(Mei2016), h.344.  
[http://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://library.stmt-trisakti.ac.id/index.php/JBMTL/article/download/63/pdf\\_41&ved=2ahUKEwjhlpGc68TZAhXBq18KHdeYA9QQFjACegQICRAB&usg=AOvVaw1-B8O9eDusVPOqTC0WQbFa](http://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://library.stmt-trisakti.ac.id/index.php/JBMTL/article/download/63/pdf_41&ved=2ahUKEwjhlpGc68TZAhXBq18KHdeYA9QQFjACegQICRAB&usg=AOvVaw1-B8O9eDusVPOqTC0WQbFa)(diakses 20 Februari 2018)

adalah menganalisa. Analisa strategi diawali dengan melakukan analisa lingkungan internal dan eksternal perusahaan.

Menurut Hunger dan Wheelen bahwa konsep dasar manajemen strategis meliputi empat elemen dasar yaitu:<sup>2</sup>

a. Pengamatan lingkungan

Pengamatan lingkungan merupakan faktor-faktor penting untuk masa depan organisasi, pengamatan lingkungan menggunakan metode SWOT dimana organisasi mengamati lingkungan internal dan eksternal dari segi *strengths* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (kesempatan), dan *threats* (tantangan). Analisis SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis.<sup>3</sup>

“Saya membuka cafe ini, awalnya melihat peluang baik dari segi tempat lokasi dan tingkat kebutuhan masyarakat disekitarnya, sehingga membuka tempat untuk usaha ini”.<sup>4</sup>

Berdasarkan wawancara penulis dengan Yudis pemilik café three five, penulis melihat bahwa alasan pembukaan cafe, lebih awal diperhatikan tempat nantinya digunakan dalam menjalankan usaha. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara penulis dengan pemilik cafe yang lainnya:

“Untuk membuka usaha ini kami awalnya melihat lingkungan sekitar tempat usaha, karena tempat ini strategis dekat dengan sekolah dan kantor serta tempat yang luas banyak pertokoan dan kontrakan sehingga saya membuka tempat usaha cafe ini”.<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup>Rahayu S Puji, *Esensi Manajemen strategis* (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), h.9.

<sup>3</sup>Thomas L, Wheelen dan J. David Hunger, *Manajemen strategis* (Yogyakarta: ANDI, 2003), h.9.

<sup>4</sup>Wawancara, observasi dengan Yudis, Pemilik Café Three five, pada tanggal 02 Agustus 2020

<sup>5</sup> Wawancara dan observasi dengan Jamaluddin, Pemilik usaha bisnis café Singga Batu, pada tanggal 10 Agustus 2020

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh penulis, dalam hal pengamatan lingkungan, pemilik cafe tersebut lebih memposisikan diri sebagai konsumen. Hal ini dimaksudkan agar dapat lebih memahami keinginan konsumen dan termasuk salah satu strategi dalam pengamatan lingkungan.

Hal yang perlu diamati oleh penulis terhadap usaha bisnis cafe mengenai tujuan dan sasaran yang mereka terkait usaha cafe berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik cafe

“Kalau saya, orientasinya adalah menarik konsumen atau pelanggan dari semua kalangan baik karyawan mahasiswa maupun pemuda pemudi dan lain-lain yang membutuhkan tempat untuk diskusi, sekedar nongkrong, pekerjaan dll.”<sup>6</sup>

“Fokus kami awalnya adalah kaum milenial seperti mahasiswa itu yang memang menjadi target utama juga sales-sales dan orang kantoran karena memang sangat membutuhkan akses internet untuk kenyamanan mereka semua sehingga mereka bisa merasa nyaman dan aman berada disini.”<sup>7</sup>

Hasil dokumentasi yang terkait wawancara mengenai sasaran dan tujuan utama dibukanya café sangat sesuai dengan hasil foto dan dukumentasi lainnya.

#### **Gambar 4.1**

#### **Café TreeFive<sup>8</sup>**



---

<sup>6</sup> Wawancara dengan Yudis, Pemilik usaha bisnis Café Three five, pada tanggal 02 Agustus 2020.

<sup>7</sup> Wawancara dengan Jamaluddin, Pemilik usaha bisnis café Singga Batu, pada tanggal 10 Agustus 2020

<sup>8</sup> Dokumentasi dekorasi three five, pada tanggal 10 Agustus 2020

b. Perumusan strategi

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh penjelasan sebagai berikut :

“Strategi saya dalam menghadapi persaingan adalah melihat peluang yang ada terutama kebutuhan pelanggan yang harus dipenuhi. Selain itu juga perlu mengkoreksi kekurangan dan kelemahan yang ada pada cafe saya ini, sebagai upaya untuk evaluasi kedepannya. Kalau masalah kelebihan dari Cafe saya itu merupakan bentuk pengembangan yang memang harus tetap dikembangkan secara berkala terus menerus untuk menarik pelanggan agar tetap ramai dan terhindar dari kebangkrutan atau berujung penutupan cafe”.<sup>9</sup>

“Kami mencoba selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan agar merasa betah berada dicafe kami, memberikan nuansa romantis dekorasi bangunan yang bervariasi, juga dihidangkan dengan menu-menu kami yang disesuaikan dengan keadaan dan kantong kaum milenial seperti mahasiswa pada umumnya tapi rasanya menu pejabat”.<sup>10</sup>

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara tersebut, penulis melihat bahwa pembukaan cafe baru adalah mencari peluang bisnis dan kesempatan sedangkan untuk tujuan jangka panjang dengan melakukan pembenahan intern cafe secara berkala disesuaikan dengan kebutuhan pelanggannya.

Formula strategi terdiri atas pernyataan visi misi, tujuan, strategi, dan kebijakan kemudian organisasi mengimplementasi kebijakan. berdasarkan hal tersebut, sehingga penulis melihat hasil wawancara yang dilakukan terhadap pemilik cafe baru di Kota Pamekasan, berbeda masing- masing implementasi strategi yang dimiliki.

“Kalau saya strateginya lebih fokus ke menu masakan baik harga dan rasa juga fokus pada kenyamanan pengunjung yang bisa secara individu maupun berkelompok”.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan Yudis, Pemilik usaha bisnis Café Three five, pada tanggal 02 Agustus 2020.

<sup>10</sup> Wawancara dengan Jamaluddin, Pemilik usaha bisnis café Singga Batu, pada tanggal 10 Agustus 2020

<sup>11</sup> Wawancara dengan Yudis, Pemilik usaha bisnis Café Three five, pada tanggal 02 Agustus 2020.

Berdasarkan wawancara penulis dengan Yudis seorang pemilik cafe, penulis melihat bahwa dalam hal strategi yang digunakan lebih berfokus pada rasa, harga dan juga ketersediaan menu yang ada. Hal ini berbeda dengan hasil wawancara penulis dengan pemilik cafe yang lainnya:

“Kami banyak punya relasi seperti kantoran banyak yang sudah tau tempat ini, café ini juga sering mengadakan promosi kurang lebih 14 kali ketempat tempat. Strategi lainnya terkait menu kami memanjakan pengunjung, menu standart mahasiswa”.<sup>12</sup>

Berdasarkan wawancara dengan pemilik cafe, penulis melihat bahwa implementasi strategi berdasarkan pada perencanaan strategi di awal. Setiap cafe, berbeda-beda ada yang lebih fokus pada tempat dan fasilitas, ada pula yang berfokus pada harga dan rasa.

## 2. Evaluasi dan Pengendalian

Evaluasi dan pengendalian strategi dilakukan untuk menilai sejauh mana hasil yang diperoleh dan umpan balik yang didapatkan organisasi.

“Pada tempat parkir, Kami merasa masih kurang pembenahan karena belum adanya lahan khusus untuk tempat parkir jadi sementara masih menggunakan tempat perkiran milik ruku sebelah yang masih belum ditempati atau dikontrak orang. Tempat parkirnya juga masih belum punya atap atau naungan maka itu dijadikan evaluasi atau perbaikan bagi kami yang nantinya pengunjung bisa lebihnyaman lagi.”<sup>13</sup>

### Gambar 4.2

#### Tempat Parkir Café TreeFive dan Café Singgabatu



<sup>12</sup>Wawancara dengan Jamaluddin, Pemilik usaha bisnis café Singga Batu, pada tanggal 10 Agustus 2020

<sup>13</sup> Wawancara dengan Yudis, Pemilik usaha bisnis Café Three five, pada tanggal 02 Agustus 2020.

Berdasarkan hasil pengamatan, wawancara dan dokumentasi tersebut penulis melihat bahwa pemilik cafe three five menyadari perlunya evaluasi dan perbaikan pada parkir. Dimaksudkan agar pengunjung merasa lebih nyaman dan sering berkunjung ke cafe tersebut.

“Biasanya dari menu, kerena ada yang bilang menunya itu-itu saja, jadi kami berusaha memperbaiki menu agar bisa bervariasi sesuai kebutuhan pengunjung. Kalau menu enak ditambah pelayanan juga baik pasti pengunjung kembali lagi.<sup>14</sup>

Berdasarkan wawancara tersebut, penulis melihat bahwa yang menjadi bagian evaluasi dan perbaikan bagi café singga batu adalah pada bagian menu pelayanan. Pemilik cafe melihat bahwa dengan adanya tambahan pelayan dapat menjadi acuan dalam memperbaiki pelayanan terhadap pengunjung.

### **3. Bentuk Persaingan Bisnis yang dilakukan Pemilik Cafe di Kota Pamekasan**

Secara umum, bahwa persaingan bisnis merupakan persetujuan antara pelaku bisnis yang berusaha mendapatkan konsumen atau pelanggan dengan menawarkan harga terbaik dengan kualitas barang dan jasa yang juga baik dan selalu dilakukan perbaikan.<sup>15</sup> Beberapa keunggulan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya persaingan adalah <sup>16</sup>

#### **a. Produk**

Keyakinan rejeki semata-mata datangnya dari Allah swt., akan menjadi kekuatan besar bagi seorang pedagang muslim, karena sikap tawakkal yang kokoh dalam melakukan usaha. Jadi selama melakukan

---

<sup>14</sup> Wawancara dengan Jamaluddin, Pemilik usaha bisnis café Singga Batu, pada tanggal 10 Agustus 2020

<sup>15</sup> Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), h.27.

<sup>16</sup> Ismail Yusanto, M. Karebat Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, h.93-97

kegiatan senantiasa menyandarkan segala seuatuhnya kepada Allah swt., semata. Apabila usahanya mengalami kesuksesan dalam persaingan, maka akan mampu mensyukurinya. Dan sebaliknya apabila mengalami kegagalan dalam bersaing, maka akan bersabar. Yang pada intinya segala sesuatunya dihadapi dengan sikap yang positif lapang dada tanpa meninggalkan prinsip yang telah Allah perintahkan kepadanya.

“Kalau produk kami terkait menu bervariasi, semisal kopi, kami menyediakan kopi terbaik baim yang harga standart maupun yang harga lebih mahal yang mahal tersebut adalah kopi andalan kami, terus juga menu jus yang juga bervariasi dari harga dan rasa yang sangat memanjakan pengunjung. Kami juga menyediakan menu makanan ringan sampai makanan hidangan siap saji. Masalah harga yah masih standar kantong mahasiswa dan orang sekitarnya.”<sup>17</sup>

“Produknya disinikan ada makanan dan minuman, selain kami menawarkan dalam bentuk daftar menu lengkap juga kami menawarka lewat media social.”<sup>18</sup>

Berdasarkan hal-hal tersebut, penulis melakukan wawancara dan observasi serta dokumentasi kepada pemilik cafe di Kota Pamekasan tentang produk yang mereka jual.

### Gambar 4.3

#### Menu dan Harga Café TreeFive dan Café Singgabatu



<sup>17</sup> Wawancara dengan Yudis, Pemilik usaha bisnis Café Three five, pada tanggal 02 Agustus 2020.

<sup>18</sup> Wawancara dengan Jamaluddin, Pemilik usaha bisnis café Singga Batu, pada tanggal 10 Agustus 2020



Produk yang dipersaingan baik barang harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitasnya terjamin dan bersaing.

#### b. Harga

Umumnya, jika ingin memenangkan suatu persaingan maka harga produk harus kompetitif. Setiap penentuan harga akan menjadi faktor penentu. Dasarnya harga murah menjadi daya tarik pembeli. Harga merupakan salah satu yang dipertimbangkan oleh pembeli saat akan membeli suatu barang. Persaingan harga yang terjadi pada usaha cafe di Kota Pamekasan adalah sangatlah wajar karena faktor biaya produksi yang ada dan juga faktor strategi yang dimiliki masing-masing cafe. Sebagaimana hasil wawancara penulis terhadap pemilik usaha cafe di Kota Pamekasan.

“Harga yang ditawarkan juga sesuai mulai dengan harga yang sudah lazim ditengah tengah masyarakat umum.”<sup>19</sup>

“Masalah harga yah disesuaikan dengan menu yang ada banyak yang bilang kalau masalah harga sudah sangat terjangkau.”<sup>20</sup>

Berdasarkan wawancara penulis didapatkan bahwa dalam bertransaksi, dengan pemilik cafe memiliki pemahaman yang baik mengenai persaingan dari harga yang digunakan berdasarkan pengeluaran dengan perbandingan modalnya serta seperti apa sasaran pasar.

#### c. Tempat

Tempat yang baik harus sehat, bersih, nyaman, dan terhindar dari hal-hal yang diharamkan seperti barang yang mengandung unsur penipuan untuk menarik pengunjung. Tempat melakukan kegiatan menjadi hal yang penting

---

<sup>19</sup> Wawancara dengan Yudis, Pemilik usaha bisnis Café Three five, pada tanggal 02 Agustus 2020.

<sup>20</sup> Wawancara dengan Jamaluddin, Pemilik usaha bisnis café Singga Batu, pada tanggal 10 Agustus 2020

bagi pemilik cafe di Kota Pamekasan. Para pemilik usaha cafe di Kota Pamekasan mencari tempatstrategisyang dapat dijangkau oleh pembeli.

“Tempat memang harus bagus, apalagi tempat yang juga strategis dapat menentukan kesuksesan. Jadi bukan hanya lokasi tempat yang diperlukan, tetapi tempat parkir juga harus diperhatikan agar lebih maksimal dalam memilih tempat yang nyaman.”<sup>21</sup>

“Dalam memilih lokasi memang harus yang strategis dan menarik minat pengunjung. Contohnya disini, karena lokasi yang strategis, jadi banyak yang membuat cafe, tetapi walaupun banyak yang berada di tempat yang sama, kita harus percaya kalau rejeki sudah ada yang atur”<sup>22</sup>

Berdasarkan wawancara tersebut, para pemilik cafe mengatakan bahwa lokasi yang strategis merupakan modal awal dalam berbisnis café dan merupakan asset atau ladang keberhasilan dalam usaha. Sehingga penulis menyimpulkan bahwa tempat sangat berpengaruh dalam strategi persaingan bisnis café.

#### d. Pelayanan

Pelayanan haruslah maksimal, dengan ramah tamah dan sopan tapi tidak boleh dengan mendekati maksiat. Konsep islam mengajarkan bahwa memberikan pelayanan baik yang berupa barang dan jasa jangan memberikan yang tidak sesuai atau buruk dan tidak berkualitas, tetapi bisa diberikan kepada orang lain. Pedagang yang memberikan pelayanan prima, sesuai dengan syariat islam menimbulkan maksiat dalam menarik pembeli, yaitu dengan memberikan pelayanan ramah, tidak menyakiti pembeli dengan kata-kata kasar, melayani pembeli dengan perkataan baik dan tidak menutup kemungkinan memberikan bonus pada pembeli sebagai ucapan

---

<sup>21</sup> Wawancara dengan Yudis, Pemilik usaha bisnis Café Three five, pada tanggal 02 Agustus 2020.

<sup>22</sup> Wawancara dengan Jamaluddin, Pemilik usaha bisnis café Singga Batu, pada tanggal 10 Agustus 2020

rasa terima kasih. Sebaliknya pedagang yang memberikan pelayanan kepada pembeli tidak menempatkan pembeli seperti raja, maka menganggap sebaliknya, yaitu pembeli yang membutuhkan pedagang, maka pedagang yang seperti ini akan sepi pembeli.

“Kami selaku karyawan atau pelayan di cafe ini memang harus melayani dengan baik karena sudah menjadi visi dan misi dari cafe ini dan sudah menjadi kebijakan dari atasan kami, kalau pembeli atau pengunjung itu adalah raja dan harus dilayani sebaik-baiknya.”<sup>23</sup>

Penyataan tersebut sesuai dengan hasil wawancara dengan pelayan café singga batu sebagai berikut :

“Kami mengutamakan pelayanan terbaik, pastinya harus sopan, ramah dengan penuh senyuman dan sapa itu adalah resep terbaik menurut saya selaku pelayan mbak. Selain dari menu yang juga terbaik sesuai kebutuhan pengunjung.”<sup>24</sup>

Berdasarkan wawancara tersebut, penulis dapat melihat bahwa pebisnis cafe baru di Kota Pamekasan, pelayanan kepada pembeli mayoritas sudah baik, terbukti dengan pelayanan yang diberikan ke pembeli. Dari hasil pengamatan pelayanan yang diberikan berbeda, akan tetapi mereka berusaha memberikan yang terbaik. Ketika memberikan pelayanan yang terbaik maka pembeli akan banyak yang dilayani dengan baik dan ikhlas maka pembeli akan puas. Sebaliknya, bila ada penjual yang melayani pembelinya dengan tidak baik. Maka pembeli tidak akan kembali lagi dan menjadi sepi.

#### **4. Strategi Persaingan Menurut Perspektif Ekonomi Islam**

Persaingan dikonotasikan negatif oleh banyak kalangan karena dianggap mementingkan kepentingan pribadi. Walaupun pada kenyataannya manusia jika kapasitasnya sebagai individual maupun kelompok organisasi,

---

<sup>23</sup> Wawancara dengan Ridwan, Pelayan di Café Three five, pada tanggal 19 Agustus 2020.

<sup>24</sup> Wawancara dengan Agus, Pelayan di Café Singga Batu, pada tanggal 06 September 2020.

secara ekonomi akan tetap berusaha mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.

”Persaingan bisnis kami tidak pernah melakukan kecurangan sedikitpun, kami mencoba melakukan strategi yang wajar dalam berbisnis seperti bisnis yang lain juga apalagi sampai melakukan hal yang curang seperti merekayasa pembelian, memanfaatkan keuntungan dari pengunjung baru tidak seperti itu kami sudah menyediakan bentuk brosur harga-harga dari menu kami.”<sup>25</sup>

Hal ini juga disampaikan Pemilik café singga batu bapak Jamaluddin.

”Strategi kami tidak pernah ada kecurangan sama sekali, semua sesuai dengan brosur yang tertera dan tidak ada unsur yang menipu. Karena kami selalu berusaha bersaing secara sehat dengan cafe cafe yang lama maupun baru, kami hanya memanfaatkan kesempatan yang ada saja baik dari segi kenyamanan tempat, pelayanan yang baik dan menu terbaik pula.”<sup>26</sup>

Dari semua paparan di atas dapat di simpulkan bahwa strategi dalam persaingan bisnis café baru berjalan secara sehat dan wajar karena café-café baru menggunakan strategi bersaing untuk menarik pengunjung dengan cara membenahi sistem intern yang ada didalam café.

## **C. Temuan Penelitian**

### **1. Strategi Pemilik Café Baru di Kota Pamekasan Menurut Pespektif Ekonomi Islam**

Berdasarkan hasil dari pengamatan, wawancara dan dokumentasi dilingkungan penelitian ditemukan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Strategi pengembangan untuk menarik pelanggan dengan melakukan perbaikan intern dari dalam café seperti dekorasi tatanan ruang yang baik dan unik.

---

<sup>25</sup> Wawancara dengan Yudis, Pemilik usaha bisnis Café Three five, pada tanggal 02 Agustus 2020.

<sup>26</sup> Wawancara dengan Jamaluddin, Pemilik usaha bisnis café Singga Batu, pada tanggal 10 Agustus 2020

- b. Letak yang strategis berada di area pinggir jalan dan dekat dengan perkampungan serta hotel disekitarnya
- c. Memamfaatkan peluang dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dengan memberikan pelayanan dan kenyamanan pelanggan
- d. Menyuguhkan menu-menu special yang menarik dengan harga yang terjangkau

Berdasarkan hasil temuan bahwa strategi persaingan menurut pespektif ekonomi islam masih sesuai dengan teori distorsi pasar yang diantaranya tidak mengandung rekayasa bisnis, tadelis (kecurangan) dan tagrir.

## **2. Evaluasi dan Pengendalian**

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa masih ada kekurangan yang harus dibenahi sebagai berikut :

- a. Tempat parkir yang masih kurang memadai belum ada atap parkir.
- b. Perlu adanya pembenahan dari segi pelayanan karena pelanggan masih menunggu lama dalam memesan menu.

## **D. Pembahasan**

### **1. Bentuk Strategi Persaingan Bisnis Café baru di Kota Pamekasan**

Bentuk strategi terkait persaingan produk dari café three five dan café singga batu sama-sama menyuguhkan menu terbaiknya dari hasil olahan sendiri disesuaikan dengan kebutuhan dari pengunjung demi kepuasan mereka yang datang. Olahan tersebut sangat bervariasi meliputi olahan makanan dan minuman yang tentunya terjamin kualitas dan kuantitasnya serta kehalalannya sehingga sesuai dengan kebutuhan para pengunjung.

a. Produk

Produk dalam persaingan yang ketat adalah harga sangatlah penting, mengingat banyaknya ragam produk yang ditawarkan saat ini. Produk dan harga yang bertujuan memanjakan konsumen dan membuat konsumen loyal terhadap produk merupakan hal yang harus diperhatikan dalam kedepan. Produk dapat berupa kemasan, rasa juga kualitas dari produk tersebut.

Dalam ajaran Islam semua aspek kehidupan manusia diatur dengan sempurna termasuk dibidang ekonomi yang diantaranya adalah produk. Produk merupakan keseluruhan objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat pada konsumen. Dalam dunia persaingan bahwa barang dagangan adalah sangat wajar. Produk usaha bisnis yang dipersaingkan harus memenuhi standar ke halalan dan harus sesuai dengan yang diharapkan pembeli atau konsumen.

Berdasarkan hasil paparan data yang diperoleh dari bisnis café dipamekasan dari segi harga masih bersifat sesuai dengan perspektif ilmu ekonomi keislaman seperti terjamin kehalalannya produk produk yang dihidangkan dimeja café, dengan harga yang masih relative standart masyarakat sekitar, tidak mengandung unsur riba dan kecurangan. Hal tersebut masih sesuai firman Allah swt., Q. S Al Baqarah/02: 275

واحل الله البيع وحرم الربوا

Terjemahnya:<sup>27</sup>

*Padahal Allah telah menghalalkan untukmu jual beli dan mengharamkan yang riba.*

---

<sup>27</sup> Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 69.

Keyakinan rejeki semata-mata dari Allah swt. Maka menjadi kekuatan besar bagi seorang pedagang muslim. Menjadikan landasan sikap tawakkal yang kokoh dalam melakukan usaha. Selama melakukan kegiatan senantiasa menyandarkan segala sesuatu kepada Allah swt. Apabila usahanya mengalami kesuksesan dalam persaingan, maka akan bersyukur. Dan sebaliknya jika sedang mengalami kegagalan dalam bersaing, maka bersabar. Pada intinya segala sesuatunya dihadapi dengan sikap yang baik tanpa meninggalkan hal-hal prinsip yang telah Allah perintahkan pada manusia.

b. Harga

Harga sebenarnya merupakan salah satu faktor yang harus dikendalikan secara serasi dan selaras dengan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Segala keputusan yang bersangkutan dengan harga akan mempengaruhi beberapa aspek kegiatan suatu usaha, baik yang bersangkutan dengan kegiatan penjualan, ataupun aspek keuntungan yang ingin dicapai oleh suatu usaha. Ini berarti harga menggambarkan nilai uang sebuah barang dan jasa. Bila ingin memenangkan persaingan, harga produk harus kompetitif. Dalam hal ini, tidak diperkenankan membanting harga untuk menjatuhkan pesaing.

Peneliti sebelumnya menjelaskan bahwa faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam menghadapi persaingan di bisnis restoran di Cafe antara lain produk dan harga.<sup>28</sup>Kalau dilihat dari Harga kedua café baru bahwa harga disesuaikan dengan harga standart masyarakat umum, standart mahasiswa, standart karyawan dan standart kelas atas. Sehingga tidak menutup kemungkinan dari semua kalangan bisa berkunjung ke cafe tersebut untuk

---

<sup>28</sup>ShabastianMariza & Samuel Hatane , Pengaruh Harga dan Strategi Produk Terhadap Brand Loyalty di Tator Cafe Surabaya Town Square *Jurnal Manajemen Pemasaran, (Universitas Kristen Petra, 2013) Vol 1 No 1 -9*

menikmati suguhan dengan kenyamanan baik dari menu dan tempat yang nyaman. Standart harga masih sesuai dengan tingkat kesesuaian harga pasaran yang berada dikota pamekasan dan masih bisa dikategorikan layak dan sesuai kebutuhan ekonomi masyarakat pamekasan.

Dalam realitasnya, harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Harga memberikan pengaruh besar terhadap persepsi konsumen atas kualitas dan kepuasan konsumen. Itulah sebabnya, pemasaran hendaknya realistis (pantas) dalam menetapkan harga jual produk berikut layanannya. Kesalahan menetapkan harga jual akan berdampak pada persepsi konsumen yang kurang baik terhadap produk, layanan, dan nama perusahaan. Penetapan harga yang rendah dapat mencerminkan kualitas yang kurang baik, sebaliknya penetapan harga yang terlalu tinggi akan tidak memungkinkan konsumen untuk membelinya, sehingga konsumen akan beralih kepada produk pesaing atau produk substitusi.

Dari wawancara yang dilakukan oleh penulis dapat dilihat bahwa persaingan yang mereka lakukan adalah jenis persaingan yang sehat termasuk dalam hal penentuan harga. Mereka memahami bahwa dalam persaingan bisnis, tidak diperkenankan membanting harga untuk menjatuhkan pesaing. Hal ini sesuai dengan firman Allah swt., dalam Q.S AnNisa/04:29

يا ايها الذين ءامنوا لا تأكلوا اموالكم بينكم باء لبطل ان تكون نخرة عن تراض

منكم ولا تقتلوا انفسكم ان الله كان بكم رحيمًا

*Artinya : hai orang<sup>2</sup> yg beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesam mu dengan jalan batil, kecuali dengan perniagaan yg berlaku*



*dengan suka sama-suka diantara kamu. dan janganlah membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu.*<sup>29</sup>

Berdasarkan ayat tersebut, serta bagaimana implementasinya terhadap para pemilik usaha cafe di Kota Pamekasan penulis dapat menjelaskan bahwa para pengusaha menjalankan persaingan bisnis yang sehat dari segi harga.

Ajaran Islam memberi perhatian yang sangat besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar. Pasar yang bersaing sempurna dapat menghasilkan harga yang adil bagi penjual maupun pembeli. Karenanya, jika mekanisme pasar terganggu, harga yang adil tidak akan tercapai. Demikian pula sebaliknya, harga yang adil akan mendorong para pelaku pasar untuk bersaing dengan sempurna. Jika harga tidak adil maka pelaku pasar akan enggan bertransaksi atau walaupun bertransaksi, mereka akan menanggung kerugian. Karena itu, Islam sangat memperhatikan konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna.<sup>30</sup>

Penetapan harga dalam perspektif syariah, tidaklah terlalu rumit, dasar penetapan harga tertumpu pada besaran nilai atau harga suatu produk yang tidak boleh ditetapkan dengan berlipat-lipat besarnya, setelah dikurangi dengan biaya produksi. Berknaan dengan hal tersebut Allah swt., dalam Q.S Ali Imran/03:130

يا ايها الذين آمنوا لا تأكلوا الربوا اضعيفا مضعفة ۗ واتقوا الله لعلكم تفلحون

---

<sup>29</sup> Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*, h. 107

<sup>30</sup> Veithzal Rivai, *Islamic Marketing (Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah)* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012.

Terjemahnya:

*Hai orang yang beriman, janganlahkamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah supaya mendapat keberuntungan.*<sup>31</sup>

Ayat diatas jelas menunjukkan bahwa di dalam melakukan transaksi ekonomi tidak dibenarkan untuk mematok harga yang berlipat ganda sebagai wujud keuntungan pribadi atau perusahaan. Pendapat tersebut, menunjukkan bahwa konsep mengenai harga dalam perspektif syariah bukan berlandaskan pada faktor keuntungan semata tapi juga didasarkan pada aspek daya beli masyarakat dan kemaslahatan umat, sehingga konsep keuntungan yang berlipat-lipat dari penetapan harga yang mahal tidakdibenar

c. Tempat

Tempat adalah faktor yang sangat penting. Pada tempat yang tepat, sebuah usaha akan lebih sukses dibandingkan tempat lainnya yang berlokasi kurang strategis meskipun keduanya menjual produk yang sama. Tempat yang digunakan harus baik, sehat, bersih dan nyaman, dan harus dihindarkan dari hal-hal yang diharamkan seperti barang yang dianggap sakti untuk menarik pengunjung.

Terkait tempat dengan kedua café didapatkan hasil temuan yaitu bahwa terkait tempat dikedua cafe tersebut memanfaatkan tempat yang strategis dalam pembukaan café dan memaksimalkan tempat seindah dan semenarik mungkin dengan nuansa romantic. Tempat didekorasi secantik mungkin menarik pengunjung untuk datang dan merasa betah berada didalamnya.

---

<sup>31</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*, h. 123

Bentuk strategi persaingan terkait tempat pada para pemilik usaha cafe tidak terlalu dipermasahkan, karena pada dasarnya mereka mengatakan bahwa rejeki sudah ada yang mengatur. Sebagai seorang muslim, kita harus menyadari bahwa bisnis yang dilakukan adalah sebagai upaya dalam rangka memperoleh dan mengembangkan kepemilikan harta. Harta yang kita peroleh merupakan karunia yang telah ditetapkan oleh Allah. Setiap jiwa sudah ditentukan rejekinya masing-masing.. Hal ini sebagai mana firman Allah swt., dalam Q.S Al-Mulk/67:15:

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

*Artinya : Dialah yang menjadikan bumi untukmu yang mudah dijelajahi, maka jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezekiNya. Dan hanya kepadaNya lah kamu dibangkitkan. (Q.S. al-Mulk [67]: 15).”<sup>32</sup>*

Persaingan tempat pemilik cafe tidak terjadi, karena pada mereka mengatakan bahwa rejeki sudah ada yang mengatur. Sebagai seorang muslim, harus menyadari bahwa usaha yang dilakukan merupakan upaya memperoleh dan mengembangkan kepemilikan harta. Harta yang kita peroleh merupakan anugerah yang telah ditetapkan oleh Allah SWT.

#### d. Pelayanan

Pelayanan yang diberikan oleh kedua café didapatkan bahwa sudah sangat melayani dengan baik dengan sepenuh hati mengibaratkan penunjang adalah seorang raja sesuai dengan visi misi dari café mereka Cuma mungkin

---

<sup>32</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*, h. 823

pelayanan kadang oleh pengunjung masih tetap dinilai kurang apabila harus menunggu agak lama dikawatirkan pengunjung tidak sabar menunggu.

Pelayanan haruslah maksimal, dengan ramah tamah dan sopan tapi tidak boleh dengan mendekati maksiat. Konsep islam mengajarkan bahwa memberikan pelayanan baik yang berupa barang dan jasa jangan memberikan yang tidak sesuai atau buruk dan tidak berkualitas, tetapi bisa diberikan kepada orang lain. Pedagang yang memberikan pelayanan prima, sesuai dengan syariat islam menimbulkan maksiat dalam menarik pembeli, yaitu dengan memberikan pelayanan ramah, tidak menyakiti pembeli dengan kata-kata kasar, melayani pembeli dengan perkataan baik dan tidak menutup kemungkinan memberikan bonus pada pembeli sebagai ucapan rasa terima kasih. Bahwa untuk mengetahui tingkat persaingan Cafe maka perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.<sup>33</sup>

Pedagang yang memberikan pelayanan prima, sesuai dengan syariat Islam tanpa menimbulkan maksiat akan menarik pembeli, yaitu dengan memberikan pelayanan yang ramah, tidak menyakiti pembeli dengan kata-kata kasar, melayani pembeli dengan perkataan yang baik dan tidak menutup kemungkinan memberikan bonus kepada pembeli. Hal ini karena transaksi pembelian adalah penjual dapat menarik pembeli, sehingga memberi pelayanan terbaik pada pembeli untuk membeli. Hal tersebut sesuai firman Allah swt., dalam Q.S. Ali Imran/03:159

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ  
وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

---

<sup>33</sup>Anggraeni. Ria, Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Vanilla Cafe Tulungagung, *Artikel Skripsi ( Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2017)* hlm 161 *Simki-Economic Vol. 01 No. 03*

*Artinya :Maka berkat rahmat Allah kamu (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka segera bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang bertawakal.*<sup>34</sup>

Ayat diatas diketahui bahwa jika seorang mukmin bersikap keras, tidak peduli terhadap sesama maka mereka akan menjauh dari target tidak tercapai. Hal tersebut perlu perhatian terhadap sesama merupakan suatu yang anjuran wajib bagi mukmin.<sup>35</sup> Para pemilik usaha café di Kota Pamekasan melakukan pelayanan yang baik sesuai dengan ajaran Islam yaitu dengan memberikan pelayanan dengan menggunakan cara semestinya.

e. Bentuk Strategi Persaingan Bisnis Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Persaingan bisnis café di kota pamekasan dikaitkan dengan pandangan ekonomi islam yang dikaji sesuai dengan teori distorsi pasar yang diantaranya meliputi rekayasa bisnis, tadlis (kecurangan) dan tagrir didapatkan sebagai berikut :

Bahwa Café baru seperti Café three five dan Café singga batu bahwa berdasarkan produk, harga, tempat serta pelayanan masih sesuai dengan perspektif ekonomi islam tidak mengandung unsur rekayasa bisnis/pasar, tidak mengandung unsur tadlis dan tidak ada unsur kerancuan. Ingin menipu orang lain yang benar-benar ingin membeli. Akibatnya terjadi permintaan palsu (false

---

<sup>34</sup>Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*, h. 90

<sup>35</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Pemikiran Islam* (Yogyakarta: EKONOSIA, 2004)

demand).<sup>36</sup>

Rekayasa pasar yang diterapkan oleh pemilik café baru dikota pamekasan tidak mengandung unsur Bai' najasy dimana pemilik café merekayasa harga dengan setinggi tingginya dengan tujuan menipu. Juga tidak mengandung unsur Ihtikar dengan menjual barang yang sedikit dengan harga yang tinggi serta tidak memanfaatkan pengunjung baru yang bukan pengunjung sekitar.

Sedangkan unsur tadlis pada café baru tidak ditemukan pula karena pihak café baru tidak menjual makanan dan minuman yang kualitas murahan dijual dengan harga yang tinggi akan tetapi memanfaatkan olahan yang dikombinasikan hingga menjadi menu yang terbaik. Hanya ingin menipu orang lain yang benar-benar ingin membeli.

Tadlis adalah salah satu bentuk penipuan yang terjadi dalam jual beli. Salah satu Tadlis dalam kuantitas seperti kegiatan menjual barang kuantitas sedikit dengan kuantitas yang banyak. Misalnya menjual baju sebanyak satu kontainer. Tadlis dalam kualitas termasuk juga menyembunyikan barang yang cacat atau buruk tidak sesuai dengan kesepakatan penjual dan pembeli.<sup>37</sup>

Unsur taghbir juga tidak terdapat pada strategi di café baru yang mengandung unsur kerancuan pada pembayaran karena sifat pembayaran secara cast dengan membayar lunas ditempat. Taghbir berarti melakukan sesuatu secara membabi buta tanpa pengetahuan yang mencukupi.<sup>38</sup>

Dalam islam dibolehkan dengan cara untuk menarik pembeli dengan cara tersebut tidak bertentangan dengannorma agama. Kegiatan bisnis maupun penjualan dapat dijadikan sebagai kegiatan yang bernilai ibadah, apabila dalam

---

<sup>36</sup>Karim ,Adimarwan A, *Ibid.* hlm. 221.

<sup>37</sup>Karim ,Adimarwan A, *Ibid.* hlm. 230.

<sup>38</sup> Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, ( Yogyakarta : Dana Bakti Wakaf, 1996) hlm 161

kegiatannya diniatkan sebagai bentuk mencari ridha dari Allah swt., serta menjunjung tinggi nilai-nilai religius.

Masalah yang ada dilapangan hanya ditemukan beberapa bentuk harga yang relative mahal seperti harga kopi dan coklat dikarenakan memang untuk kalangan penikmat kopi dan coklat yang mahal karena bahan bahan yang sangat langka dan susah didapatkan namun masih harga tersebut masih bisa dijangkau oleh masyarakat menengah keatas.

Faktanya memang barang-barang yang relative dengan harga yang cukup mahal tersebut hanya dibeli oleh kalangan penikmat saja yang rata-rata ditanyakan oleh orang-orang kaya atau pebisnis saja.

Setiap transaksi penjualan yang dilakukan pemilik usaha café di Kota Pamekasan semata-mata karena Allah swt. Firman Allah swt dalam Q.S AtTaubah/09: 105:

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ ۖ وَرَسُولُهُ ۖ وَالْمُؤْمِنُونَ ۖ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ

عِلْمِ الْغَيْبِ ۖ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ۚ

*Dan katakanlah, "Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga RasulNya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan."<sup>39</sup>*

---

<sup>39</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*, h.274