

## **BAB IV**

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

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Alif Printing**

Alif Printing merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang jasa pelayan untuk melayani konsumen mulai dari jasa prin, foto copy, sciner, laminating, penjilidan, dan lain-lain. Alif Printing di dirikan oleh bapak Abdullah.

Bapak Abdullah selaku pemilik Alif Printing, dia mendirikan Alif Printing pada bulan mei tahun 2015, bapak Adullah memulai usaha ini menghabiskan dana sebesar tiga puluh juta (30.000.000.00). modal ini oleh bapak Adullah digunakan untuk peralatan printing dan penyiwaan tempat/lahan dan pemasangan kilometer listrik dan keperluan lainnya. Pada awal usaha bapak Abdullah ini bermudalkan empat unit komputer dan printing, namun dengan berjalannya waktu kita patut sukuri perusahaan ini mengalami peningkatan yang begitu pesat sehingga banyak kalangan yang meminati.

Bapak Adullah mendirikan sebuah usaha berwal dari nol, dengan berharap untuk memperbaiki ekonomi keluarga, bapak Adullah memilih usaha ini karena beliau sudah memiliki kemampuan/skil dan besik pada computer sehinga kemampuan terarsebut di jadikan sebuah acuan dalam mendirikan sebuah usaha ini, dibidang jasa printing. Usaha ini awalnya di khuskan untuk kalangan mahasiswa dan masyarakat umum. Kenapa bapak Adullah memberikan nama Alif Printing, Alif Printing ini di ambil dari huruf hijakiyah

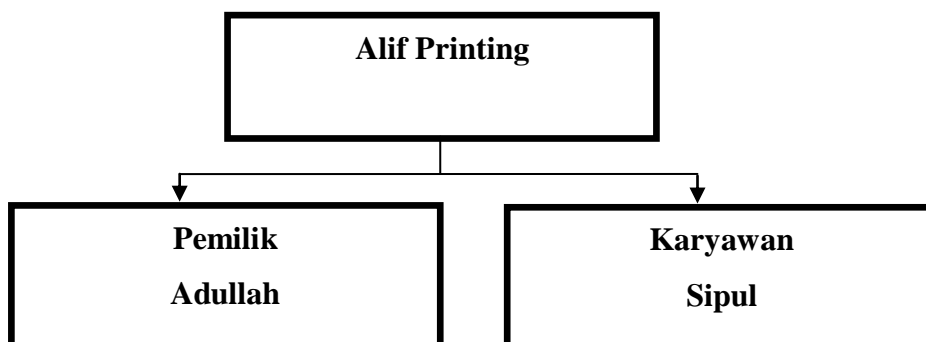
yang di artikan berdiri tegak, sehingga bapak Adullah mempunyai keinginan bahwa Alif Printing ini akan tegak dan tetap berdiri atas sendirinya.

Berawal dari nol bapak Adullah tidak percaya kpada orang lain sehingga bapak Adullah tidak memiliki karyawan bapak Adullah turun langsung ke lapangan untuk menjalankan bisnisnya, namun dengan berjalannya waktu konsumen semakin bertambah dari hari kehari, maka bapak Adullah punya keinginan untuk memasang karyawan, yang di rekrut oleh bapak Adullah satu karyawan, namamun semakin hari dan bulan konsumen sangat meningkat bapak Adullah menambah lagi karyawan yang bekarja shif-shifan, ada yang bekerja siang perkiraan jam tujuh sampai jam tiga siang dan dilanjud oleh karyawan satunya mulai dari jam tiga siang sampai jam sepuluh malam, sehinga bapak Adullah menambah alat computer yang awalnay empat unit sengga seakarng menjadi delapan unit computer yang di pakek oleh konsumen.

Alif Printing ini beralamtakan di jalan panglegur km, 04 pamekasan, tepatnya di samping kampus IAIN MADURA sekitar lima belas miter dari pintu keluar kampus, sehingga lokasi ini berada pada wilayah yang sangat strategis dalam menjalnankan sebuah usaha printing, lokasi ini yang berdekatan dengan jalan raya dan perkantoran maka sangatlah mudah di jumpai oleh kalangan masyarakat.

1)

#### **Struktur organisasi Alif Printing**



## **1. pemilik**

Pemilik merupakan roda perusahaan, yang sangat menguntungkan bagi perusahaan. Adapun tugas-tugas seorang pemilik diantaranya sebagai berikut:

- a) Memimpin seluruh kegiatan yang mencakup Alif Printing untuk mencapai sebuah tujuan yang ingin dicapai.
- b) Mengarahkan karyawan untuk kemajuan Alif Printing.
- c) Resiko merupakan yang harus dimiliki oleh pemilik Alif Printing.
- d) Untuk memajukan perusahaan maka pemilik harus membingbing karyawannya.
- e) Dalam jangka panjang pemilik harus menyusun perusahaan dengan baik.

## **2. Karyawan**

- a) Melayani konsumen dengan baik yang menggunakan Alif Printing.
- b) Mempromosikan produk Alif Printing kepada konsumen maupun masyarakat yang menggunakan jasa Alif Printing.
- c) Menjaga kebersihan karena kebersihan merupakan sebagian keimanan.

## **2) Visi misi Alif Printing**

### **a) Visi**

- a) Mencetak akhlak karimah yang baik kepada pelanggan.

b) Berprilaku baik sesuai syari'ah Islam dan adab sosial.

**b) misi**

a) memberikan pelayanan yang baik.

b) Memudahkan pelanggan yang kesulitan, memberikan arahan bagi mereka dari setiap keluhan pelanggan.

c) Ingin mencapai sebuah kesuksesan yang disegani para pelanggan.

3) **Produk Alif Printing**

**a) Printing**

Printing merupakan sebuah proses pencetakan sebuah karya tulis yang menggunakan printer sebagai alat cetak yang menggunakan tinta yang dituang ke kertas.

**b) Foto copy**

Foto copy alat yang meringankan salinan dokumen ke kertas dalam keadaan yang lumayan banyak, sehingga dapat membantu karyawan lebih gampang untuk membantu konsumen

**c) Penjilidan dan sampul**

Penjilidan adalah proses menyatukan semua berkas yang berbentuk kertas yang disusun sangat berurutan yang dibentuk buku. Sedangkan sampul adalah proses dimana memberikan bungkus kepada dokumen.

**d) Laminating**

Laminating merupakan bungkus dokumen yang berbentuk plastik, yang mana plastik tersebut sifatnya lengket pada dokumen.

e)

**Chinner**

Chinner adalah alat yang memindahkan imputan data pada computer yang berfungsi untuk menduplikasikan objek layaknya sebuah foto copy, namun berbentuk file.

## **2. Dua Saudara**

### **1) Profil dua saudar**

Jasa prin merupakan sebuah jasa pribadi yang di kelola oleh bapak shalehuddin yang berawal dari kehandalan atau udah pengalaman dalm memberikan pelayan yang bergerak di bidang jasa prin dan foto copy, dan termasuk juga cetak segala jenis keperluan mahasiswa dan masyarakat umum, jasa ini di dirikan oleh bapak mohammad shalehuddin yang berketempatan di jalan panglegur km 04 pamekasan pada awal bulan mei 2016 oleh bapak mohammad shalehuddin.

Berbekalan dari pengalam dalam bidang computer yang handal, jasa prin yang di tekuni oleh bapak mohammad shalehuddin kian semakin di terima di seluh kalangan masyarakat, mulai dari kalangan mahasiswa IAIN MADURA khususnya, dan bagi kalangan mahasiswa luar seperti UNIRA dan AKPER yang ada di wilayah pamekasan, dan begitupula di kalangan orang kantoran seperti imigrasi, dan madrasah, dua saudar merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang jasa prin yang sedang berada di masa jaya dikalangan konsumen.

Dua saudar memiliki tiga seong karyawan, yang mana setiap karyawan memiliki tugas masing-masing dari yang membantu konsumen yang kesulitan untuk mengecek data dan ada yang mengontrol dari pelayan, dan ada yang menghendel keuangan.

Jasa prin yang di tekuni oleh bapak mohammad shalehuddin secara bertahap terus semakin berkembang dari segi informasi melalui mulut kemulut sehingga mengakibatkan terus bertambahnya konsumen/pelanggan Dua Saudara, mulai dari kalangan anak sekolah dasar, sekolah menengah pertama, sampai sekolah menengah atas,

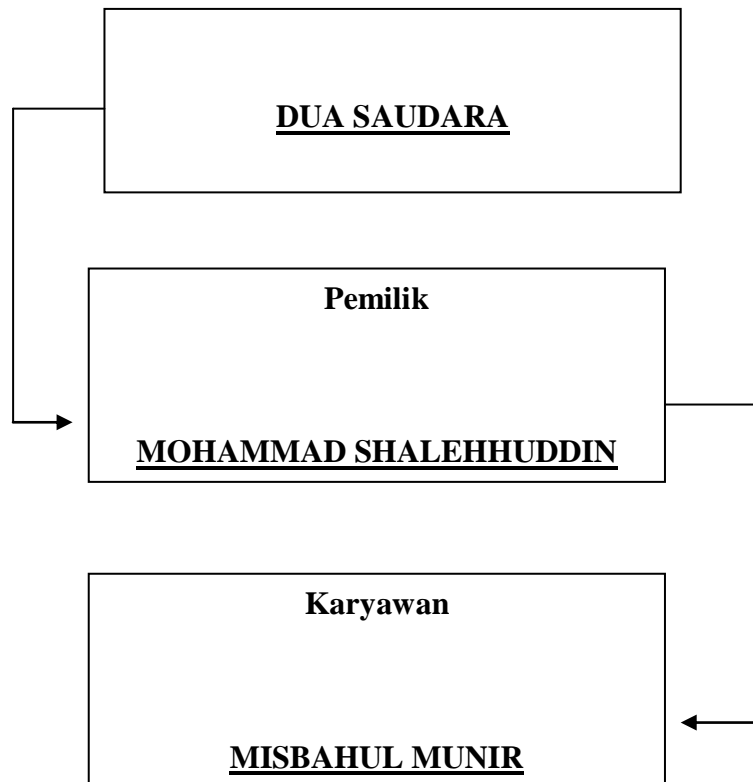
maupun di kalangan mahasiswa dan kalangan karyawan kantor, yang menggunakan jasa dari Dua Saudara tersebut

Dua Saudara merupakan sebuah jasa prin yang ber alamatkan di jalan raya pangleguru km 04 pamekasan yang berketepatan di jalan raya depan kantor imiggrasi samping kampus IAIN MADURA, pemilihan lokasi yang sangat terjangkau maka sangat mudah konsumen menggunakan jasa dari Dua Saudara tersebut.

Dalam usaha ini sangatlah penting bagi perusahaan untuk menggunakan sebuah struktur ke organisasian yang mana struktur ini sangatlah sangat penting untuk mengarahkan wewenang atas segala tugas dari setiap fungsi yang diberikan sepenuhnya kepada setiap orang yang bertanggung jawab di perusahaan.

## **2) Struktur Dua Saudara**

Organisasi merupakan perkumpulan dari segelintir orang atau sekumpulan banyak orang yang bekerja untuk mencari kebenaran untuk mencapai suatu tujuan. Sehingga perusahaan dapat menjadikan keorganisasian ini sangatlah di perlukan untuk perusahaan, struktur ini bisa mendorong kinerja bagi setiap karyawan yang terlibat dalam pencapaian sebuah tujuan perusahaan.



*Struktur Usaha Print Foto Copy Dua Saudara*

**1. pemilik**

pemilik merupakan orang yang memiliki suatu usaha yang ditekuni dan mengatur perusahaan tersebut laku dikalng konsumen, dan mengharap keuntungan bagi pelaku usaha tersebut, adapun tugas-tugas dari seorang pemilik sebagai berikut: Memimpin seluh kegiatan yang berhubungan dengan jasa Alif Printing untuk mencapai sebuat tujuan yang pengen dicapai

- a) memimimpin seluruh kegiatan dan kebutuhan yang berhubungan dengan jasa Dua Saudara.



- b) memberikan arahan dan kebijakan ke pada bawahannya untuk mencapai kebaikan dan kemajuan pada jasa Dua Saudara.
- c) Seluruh karyawan di berikan bimbingan konseling untuk mencapai kemajuan usaha yang ada pada dua.
- d) Mengambil resiko sangatlah penting dalam usaha yang di tekuni.

## **2. karyawan**

karyawan adalah panggilan seorang buruh pekerjaan di suatu perusahaan yang mempunyai sebutann lebih tinggi yang di berikan untuk buruh yang tidak mengandalkan otod mereka dalam bekerja namun mengandalkan otak sebagai kinerja dalam melakukan suatu pekerjaan bagi mereka.

- a) Memberikan kritik dan saran akan membangun dua saudar lebih baik.
- b) Menawarkan sluruh prodak yang ada di Dua Saudara ke pada pelanggan atau masyarakat untuk umenggunakan jasa Dua Saudara.
- c) Kebersihan merupakan yang sangat penting karena kepuasan konsumen betah jika tempat bersih.
- d) Ber akhalak baik dan ramah bagi konsumen yang menggunakan jasa Dua Saudara.

Dalam setiap usaha pasti mempunyai keinginan dan tujuan untuk mencapai kemajuan bagi perusahaan tersebut baik untuk kebeikan diri sendiri dan kebaikan ke hak layak umum yang mana dalam setiap usaha memiliki vis dan mis yang tidak sama tapi tujuannya itu sama.

### 3) **Visi dan misi Dua Saudara**

setiap usah pasti memiliki visi dan misi untuk mencapai tujuan awal untuk mengembangkan usaha tersebut. Berikut ini visi dan misi yang peneliti kemukakan dalam menjalankan usaha pada jasa prin Dua Saudara, yang berketepatan di jalan panglegur km. 04 pamekasan.

#### **a. Visi**

1. Visi mencetak akhlak karimah yangbaik kepada pelanggan.
2. Berprilaku baik sesuai syari'ah islam dan adab kesesamaan

#### **b. Misi**

1. Memberikan pelayanan terbaik.
2. Memudahkan pelanggan kesulitan, memberikan arahan dari setiap keluhansetiap pelanggan.
3. Ingin mencapai kesuksesan disegani para pelanggan.

### 4) **Produk Dua Saudara**

Ada beberapa prodak yang di tawarkan oleh Dua Saudara pepada konsumen, diantaranya sebagai berikut

#### **a) Printing**

Printing adalah sebuah proses percetakan menciptakn sebuah tulisan yang menggunakn printer sebagai alat cetak yang menggunakan tinta

#### **b) Foto copy**

Foto copy adalah sebuah alat yang meringankan salinan dokumen ke atas kertas dalam keadaan yang lumayan banyak, sehingga dapat membantu karyawan lebih gampang untuk membantu konsumen.

**c) Penjilidan dan sampul**

Penjilidan adalah proses dimana sekumpulan berkas yang sudah berbentuk kertas yang disusun rapi dalam bentuk buku, sedangkan sampul adalah proses pembungkusan dokumen yang berbentuk buku.

**d) Laminating**

Laminating adalah proses dimana bahan plastic sebagai bahan pembungkus kertas, sehingga plastik tersebut melengket pada dokumen tersebut.

**B. Paparan Data**

Berdasarkan wawancara, observasi, dan dokumentasi, maka menghasilkan. Adapun data yang dikumpulkan dilapangan tidak lepas dari fokus penelitian dan tujuan penelitian itu sendiri. Sesuai dengan judul skripsi yang berjudul. “komprasi strategi bersaing antara percetakan Alif Printing dan Dua Saudara”. Maka laporan ini peneliti memaparkan data sesuai dengan fokus penelitian sebagai berikut:

Dari setiap usaha ataupun perusahaan pasti tidak akan lepas dari yang namanya strategi bersaing. Sehingga setiap pengusaha berlomba-lomba untuk mempertahankan

kepercayaan konsumen. Begitupula yang akan terjadi pada Alif Printing dan Dua Saudara yang menjadikan sebuah ketertarikan untuk di teliti oleh peneliti.

### **1. Strategi Bersaing Yang Diterapkan Oleh Alif Printing**

Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai strategi bersaing yang di terapkan oleh Alif Printing dan Dua Saudara yang beralamatkan yang sama yaitu di Jl. panglegur km 04 pamekasan. Maka peneliti secara langsung menanyakan kepada pemilik perusahaan, seperti yang akan diparkan oleh pemilik perusahaan Alif Printing yang dijabarkan oleh bapak Mohammad Shalehuddin:

“Pertama Tetap ramah pada setiap konsumen, artinya ramah kepada konsumen disini kita tidak pernah mebeda-bedakan semua konsumen yang datang dan menggunakan jasa ditempat kami, dan kemudian strategi bersaing yang digunakan pada usaha saya adalah strategi pemasaran, pemasaran disini saya menggunakan dua cara yaitu online dan offline, kalau online kami menggunakan aplikasi facebook dan whatsapp dan yang offline kami menggunakan brosur-brosur yang kemudian dibagi bagi ke masyarakat.

Menurut bapak adullah selaku pemilik usaha strategi bersaing yang digunakan adalah mengedepankan ahlak atau ititud kepada konsumen sehingga konsumen merasa nyaman dan merasa tidak kaku dalam menjalankan tugas

Dari pernyataan bapak adullah selaku pemilik Alif Printing diatas, dapat di simpulkan bahawa strategi yang diterapkan Alif Printing menggunakan tiga cara tiga

cara yaitu ahlak, harga dan pelayanan. Untuk untuk ahlak disana mementingkan tatak rama dalam membeikan pelayanan sehingga sehingga konsumen marasa puas, sedangkan harga disana lebih murah sehinga konsumen tertarik, sedangkan pelayan akan memberikan kepuasan sendiri bagi konsumen. Dan diperkuat dengan pernyataan karyawan Alif Printing saudara sipul:

“mengenai strategi bersaing pada Alif Printing ini manejer saya menyuruh saya dan kakaryawan lain untuk bertatak rama baik kepada konsumen dan memberikan pelayanan yang sebaik mungkin kepada konsumen tanpa membeda bedakan para konsumen,”<sup>1</sup>

Hal yang sama juga dipaparkan oleh karyawan selanjutnya yaitu saudara muddin,

“Mengenai strategi disini yang kami ketahui yaitu menjaga komunikasi yang baik kesemua konsumen yang datang kesini, supaya konsumen merasa nyaman menggunakan jasa kami, kemudian juga disini mengutamakan kebersihan tempat, kami selalu menjaga kebersihan tempat kami, dengan selalu membersihkan tempat kami setiap pagi sebelum buka.”<sup>2</sup>

Dari kedua karyawan diatas dapat peneliti simpulkan bahwasanya Alif Printing mengutamakan kenyamanan setiap pelanggan yang menggunakan jasanya. Kedua karyawan Alif Printing semaksimal mungkin memberikan pelayanan kesemua konsumen yang datang menggunakan jasa Alif Printing.

---

<sup>1</sup> Mohammad sipul, karyawan Alif Printing, wawancara langsung, (28 sebtember 2021)

<sup>2</sup>Muddin, karyawan Alif Printing, wawancara langsung (28 sebtember 2021)

Diperkuat dengan hasil observasi yang dilakukan bahwasanya karyawan Alif Printing selalu datang sebelum jam 07.00 wib dan langsung membersihkan atau menyapu diarea tempat printing, kemudian karyawan Alif Printing memang memberikan pelayanan yang sangat baik ke semua pelanggan yang menggunakan jasa Alif Printing.

Selain dari strategi bersaing, peneliti juga menanyakan mengenai masalah hargadan pelayanan ke beberapa pihak diantaranya pemilik, karyawan dan konsumen Alif Printing.

Mengenai masalah harga pada Alif Printing, peneliti menanyakan kebeberapa pihak, seperti yang dipaparkan oleh pemilik Alif Printing yaitu bapak Adullah

“mengenai strategi harga, disini untuk harga kami memasang harga sangatlah murah yaitu 50 rupiah kalau memakai kertas sendiri dan 175 rupiah kalau memakai kertas rental disini.”<sup>3</sup>

Bapak Adullah selaku pemilik dari jasa printing memberikan harga sangatlah murah, bapak Adullah memasang dua harga, jika membawa kertas sendiri harganya 50 rupiah perlembar dan jika konsumen memakai kertas rental 175 rupiah perlembar.

Hal yang sama disampaikan oleh karyawan yaitu saudara sipul

---

<sup>3</sup> Abdullah, pemilik Alif Printing, wawancara langsung,(28 september 2021)

“Untuk masalah harga disini yang saya ketahui yaitu sebesar 50 rupiah kalau menggunakan kertas sendiri, dan 175 rupiah kalau menggunakan kertas disini, menurut saya ini sangat murah dibandingkan tempat lainnya.”<sup>4</sup>

Hal yang sama juga disampaikan oleh karyawan berikutnya, yaitu saudara muddin:

“Harga disini sangat murah apabila kita dibandingkan dengan harga ditempat lainnya. Harga disini hanya 50 rupiah pakai kertas sendiri, 175 rupiah pakai kertas dari sini.”<sup>5</sup>

pemasang harga di Alif printing sangat murah yaitu 50 rupiah dan 175 rupiah. Hal tersebut dilakukan untuk membuat para pelanggan tertarik untuk menggunakan jasa dari Alif Printing.

Dari hasil observasi yang peneliti lakukan, harga disana sangat terjangkau sekali, disana harga 50 rupiah perlembar jika memakai kertas sendiri dan jika memakai kertas rental harganya 175 rupiah perlembar

Selanjut disampaikan oleh konsumen dari Alif Printing, seperti yang disampaikan oleh saudara zulfah:

“kualitas harga, kualitas harga yang diberikan Alif Printing sangatlah murah/terjangkau dibandingkan printing lain, perselisihan harganya 100 rupiah

---

<sup>4</sup> muhammad sipul, karyawan Alif Printing, wawancara langsung (28 september 2021)

<sup>5</sup> Muddin, karyawan Alif Printing, wawancara langsung (28 september 2021)

dari printing lain. Itulah mengapa banyak dari kalangan mahasiswa yang banyak menggunakan jasa Alif Printing sebagai suatu alternatif bagi mahasiswa untuk mencetak makalah dan tugas-tugas lainnya. Yang ketiga dari kualitas meskipun fasilitas jasa Alif Printing sangatlah murah akan tetapi kualitas hasil cetakan masih bagus, karena tinta yang digunakan selalu dicek, sehingga tinta stabil saat proses pencetak”<sup>6</sup>

Dilanjut oleh pemaparan saudara Lailur Rahman yang menyatakan kemiringan harga percetakan Alif Printing, sehingga menghasilkan ketertarikan para konsumen untuk menjadi pelanggan tetap.

“Percetakan di Alif Printing ini yang membuat menarik konsumen adalah memasang harga yang miring, sehingga ini menjadi kekuatan penarik konsumen untuk tetap menyetak segala jenis kebutuhannya di percetakan ini.”

Dari pemaparan konsumen diatas bahwasanya Alif Printing memasang harga yang sangat murah yakni perselisihan harga dari printing lain 10-75 rupiah. Sehingga harga tersebut sangatlah cocok untuk kalangan mahasiswa.

Diperkuat dari hasil observasi yang peneliti lakukan, mengenai masalah harga yang ditetapkan oleh Alif Printing memang begitu murah yang mana sudah terpasang pada brosur yang dibuat oleh pihak Alif Printing.

---

<sup>6</sup> Zulfatun , pelanggan Alif Printing, wawancara langsung (29 september 2021)



Selanjutnya peneliti menanyakan tentang pelayanan yang diberikan Alif Printing pada konsumen, seperti yang disampaikan oleh pemilik, oleh bapak Abdullah:

“untuk mengenai masalah pelayanan disini saya selalu menyuruh atau mengingatkan ke semua karyawan kami agar selalu memberikan pelayanan semaksimal mungkin kesemua pelanggan atau konsumen yang menggunakan jasa kami tanpa membeda bedakannya.”<sup>7</sup>

Dapat disimpulkan bahwa pelayanan disana pihak pemilik menekan bawahannya untuk selalu semaksimal mungkin untuk melayani konsumen tanpa membeda bedakan konsumen tersebut.

Selanjutnya mengenai pelayanan dipaparkan oleh karyawan dari Alif Printing, yakni saudara sipul:

“untuk mengenai pelayanan di Alif Printing ini, pemilik selalu mengingatkan untuk selalu memberikan semaksimal mungkin pelayanan kepada konsumen, seperti menyapa duluan kepada konsumen yang baru datang dan menanyakan apa keperluannya.”<sup>8</sup>

Selanjutnya dipaparkan oleh karyawan berikutnya oleh saudara muddin:

---

<sup>7</sup> Abdullah, pemilik Alif Printing, wawancara langsung (28 september 2021)

<sup>8</sup> Muhammad Sipul, karyawan Alif Printing, wawancara langsung (28 september 2021)

“saya disini selaku sebagai karyawan pastinya atau tentunya memberikan pelayanan yang baik untuk konsumen, sehingga para konsumen merasa nyaman dan dihargai ketika menggunakan jasa disini.”<sup>9</sup>

Mengennai pelayanan yang di berikan oleh Alih printing maka hal yang sama di paparkan oleh konsumen yaitu saudari zulfatun.

“pelayana yang diberikan oleh Alif Printing lumayan bagus dan ramah, saya selakukonsumen yang memakai jasa disana saya sebenarnya tidak enak, kenapa memang pelayanan disana bagus namun saya cewek dan disana karyawannya cowok. Saya selaku konsumen merasa canggung.”<sup>10</sup>

Hal ini juga diafirmasi oleh saudara Lailur Rahman dalam penjelasannya;

“pelayanan dan fasilitas yang memadai juga mendukung Alif Printing dalam memberikan pelayanan terbaik terhadap konsumen. Sehingga sudah menjadi barang tentu jika Alif Printing menjadi bagian salah satu printing yang dapat menarik konsumen. Tak ayal juga para konsuimen biasanya menjadi pelanggan tetap di tempat ini”.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Muddin, karyawan Alif Printing, wawancara langsung ( 28 sebtember 2021)

<sup>10</sup>Zulfatun, konsumen Alif Printing, wawancara langsung, (29 sebtember 2021)

<sup>11</sup> Lailur Rahman, Pelanggan Alif Printing. Wawancara langsung pada tanggal (29 September 2021)

Dapat disimpulkan bahwa terkait dengan pelayanan disana, karyawan disana ingin selalu memberikan pelayanan yang semaksimal mungkin pada konsumennya. Disana masih mengalami kendala dari segi karyawan cewek sehingga konsumen yang cewek merasa kaku jika semua karyawannya itu cowok.

Diperkuat oleh observasi yang Peneliti lakukan bahwa Pelayanan disana sudah lumayan bagus, karena semua karyawan karyawannya sudah berpengalaman, sehingga mereka bisa memberikan suatu pelayanan yang baik, karyawan disana juga ramah-ramah sehingga konsumen merasa nyaman dan merasa dihargai. Namun disana masih mempunyai kendala bagi konsumen cewek, di Alif Printing masih karyawannya cowok semua sehingga konsumen yang cewek merasa gugup.

## **2. Strategi bersaing yang diterapkan oleh Dua Saudara**

Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai strategi bersaing yang diterapkan oleh pihak Dua Saudara, maka peneliti menanyakan secara langsung kepada beberapa pihak terkait, diantaranya, pemilik dan karyawan.

Pertama yang dipaparkan oleh pemilik Dua Saudara, Muhammad Shalihuddin

“Kalau berbicara strategi untuk bersaing, ditempat usaha kami pastinya bersaing secara sehat, ditempat usaha kami ini untuk bersaing itu mengandalkan atau lebih mengutamakan dari segi kualitas barang atau produk dan dari hasil

cetakan, produk-produk dan juga pelayanan yang kami berikan kepada para konsumen”<sup>12</sup>

Dari pernyataan pemilik Dua Saudara dapat Peneliti simpulkan bahwa sanya, strategi bersaing di Dua Saudara sangat mengandalkan kualitas barang yang akan di berikan ke konsumen dan juga dari segi pelayanan, Dua Saudara sangat menjaga sikap terhadap para konsumen yang menggunakan jasa dari Dua Saudara tersebut.

Untuk mengetahui lebih mendalam dari strategi bersaing yang digunakan dua saudara peneliti juga menanyakan ke karyawan dua sudara, saudara misbah:

“kalau untuk strategi bersaing yang diterapkan disini kami pribadi kurang mengetahui apa saja straetegi yang dimiliki atau yang diterapkan ditempat, bukan kami gak mau ngasih tau ya, tapi kalau berbicara strategi bersaing pasti bersing secara sehat karena yang kami ketahui antara tempat usaha disini dengan usaha sebelah itu masih ada hubungan family”<sup>13</sup>

Dari pernyataan karyawa Dua Saudara diatas dapat disimpulkan bahwa sanya karyawan dari Dua Saudara masih belum mengetahui strategi yang digunakan atau yang diterapkan oleh pemilk Dua Saudara, akan tetapi karyawan dari Dua Saudara sangat yakin bahwa Dua Saudara bersaing secara sehat.

---

<sup>12</sup> Mohammad shalehuddin, pemilik Dua Saudara, wawancara langsung (04 oktober 2021)

<sup>13</sup> Misbah, karyawan Dua Saudara, wawancara langsung ( 04 oktober 2021)

Kemudian Mengenai kualitas dari pelayanan yang diberikan oleh Dua Saudara, maka hal yang sama juga di sampaikan oleh pemilik dari Dua Saudara yaitu bapak mohammad shalehuddin:

“yang kami utamakan adalah sikap, maksudnya kita harus bersikap harmonis terhadap konsumen agar konsumen merasakan nyaman dalam hal pelayan di Dua saudara ini kami disini sangat mewanti-wati karyawan kami untuk bersikap yang sangat ramah ke konsumen karena konsumen akan puas jika di layani semak simal mungkin, dan tidak akan diragukan lagi di jasa kami mengenai pelayana karena kami udah mengatur karyawan kami bagi konsumen cowok maka yang mengarahkan adalah karyawan cowok begitu sebaliknya jika konsumen cewek maka yang mengarahkan adalah cewek, kami disini menjaga aturan”<sup>14</sup>

Dapat disimpulkan dari pernyataan pemilik bahwasanya konsumen akan merasakan kenyamanan jika seorang konsumen bersikap harmonis terhadap konsumen. Dan jika pelayananya di bedakan antara cewek dan cowok akan menjadikan poin penting bagi kami

Dan dilanjutkan wawancara ke karyawan di Dua saudara mengenai pelayan dipaparkan oleh saudara misbah:

“saya selaku karyawan disini, saya memberikan pelayanan selayaknya saya sebagai karyawan, namun bos kami menekan saya untuk memberikan pelayanan yang sangat ramah dan tidak membanding-bandingkan konsumen.

---

<sup>14</sup> Muhammad shalehuddin, pemilik Dua Saudara, wawancara langsung (04 oktober 2021)

Dan bos saya menyuruh kami jika konsumen itu cowok maka kami sebagai karyawan harus membedakan pelayan”<sup>15</sup>

Menurut karyawan bekerja proposional selaku karyawan dalam segi pelayan dan selaku pemilik mengarahkan karyawan member berlaku seadil-adilnya kepada konsumen.

Mengennai pelayan Peneliti menanyakan langsung kepada konsumen untuk menemukan titik kebenaran dari segi pelayanan disana, pelayanan yang di berikan Dua Saudara yang dipaparkan oleh saudara rohim:

“Pelayanan yang diberikan oleh Dua Saudara itu sangat baik karena fasilitas tempat dan fasilitas komputernya sangat memandai dan baik untuk digunakan.”<sup>16</sup>

Dilanjutkan oleh Peneliti untuk wawancara ke konsumen saudara Andi laili.

“menurut saya sih kualitas pelayanannya itu sudah lumayan baik iya karenana di sana itu diberikan pelayanan yang intinya lumayan baik, karena proses pengep prinan itu kita itu tidak mengeprin sendiri tapi mereka yang ngeprin yakni si karyawannya yang ngeprin sehingga membuat kita itu lebih merasa terbantu sehingga kita tidak pusIng, soalnya adakan di antara mahasiswa-mahasiswa yang sudah mahasiswa tapi tidak tau ngeprin kadang dan ada yang mau ngeprin dari halaman ini sampek halaman tapi tidak tau, nah menurut saya

---

<sup>15</sup> misbah, karyawan dua saudara, wawancara langsung ( 05 oktober 2021)

<sup>16</sup> Rohim, konsumen Dua Saudara, wawancara langsung ( 05 oktober 2021)

kualitas yang diberikan oleh Dua Saudara sudah cukup baik karena sudah dibantu di print dan juga yang saya tau di Dua Saudara ini dalam proses pengep Prinannya gak hanya harus datang di tempat gak, tapi untuk ngeprin itu bisa juga lewat online jadi bisa kirim filenya karena disa pelayanannya itu sudah menyediakan nomer wa yang bisa dihubungi itu enak juga. Sehingga bagi kalangan mahasiswa tinggal mintak hasil prinannya sehingga tidak terlalu lama menunggu.”<sup>17</sup>

Dilanjutkan oleh Peneliti untuk wawancara ke konsumen saudari rahmawati:

“pelayanan yang diberikan disana cukup memuaskan karena ada faktor mendukung salah satunya tempat sangat terjangkau untuk kalangan santri dan tak lain dari kalangan siswa ataupun mahasiswa. Tapi ada salah satu printing yang pelayanannya kurang memuaskan karena sikap yang tidak saya suka, pelayanannya tersebut tipe orang-orang yang memilih-milih dan tidak mengikuti kebiasaan yang sudah ada di setiap santri yaitu pelayanan pengunjung sesuai antrian. Dalam menggunakan jasa Dua Saudara dikarenakan keterbatasan kita yang tidak memiliki fasilitas tersebut dan tempat terjangkau.”<sup>18</sup>

Dari paparan konsumen diatas dapat disimpulkan bahwa setiap konsumen menyimpulkan bahwa pelayanan disana sangat memuaskan sehingga konsumen merasa

---

<sup>17</sup> Andi laili, konsumen Dua Saudara, wawancara langsung (05 oktober 2021)

<sup>18</sup> Rahmawati, konsumen Dua Saudara, wawancara langsung, ( 05 oktober 2021)

puas dari segi pelayanan yang sangat ramah dari setiap pelayanan dari seorang pemilik sampai karyawannya.

dari hasil yang Peneliti temui disana dari Dua Saudara, Peneliti temui disana dari Segi pelayanan disana bagus kenapa pelayan di sana udah ada yang ngontrol dan juga karyawannya udah di bagi-bagi tugas seperti ada yang menjaga konsumen yang kesulitan dari segi pelayan komputer dan ada juga yang menjaga dari penjilidan dan dan bos sebagai pemantau dan penerima uangnya.

Mengennai masalah harga pada Dua saudar, maka peneliti menanyakan langsung pada beberapa pihak, pemilik, karyawan dan konsumen. Seperti yang akan dipaparkan oleh seorang pemilik yaitu bapak mohammad sholehuddin:

“lek mengenai harga kami disini mengikuti aturan dan perkiraan lek, sehingga kami tidak rugi, kenapa lek kami tidak akan tergiur dari patokan harga di printing lain kenapa karena kami masih punya keinginan yang sangat tinggi atas printing ini, jika kami mengikuti pesaing maka kami akan merusak permainan harga pasar dia akan rusak, kami mementingkan kualitas yang udah kami berikan kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas. Namun masalah harga kami memasang harga 60 rupiah jika memakai kertas sendiri dan 200 rupiah jika memakai kertas disini lek, Disini perselisihan harga dengan printing sebelah cuman 10 rupiah lek”<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Mohammad sholehuddin, pemilik Dua Saudara, wawancara langsung (04 oktober 2021)



Dapat disimpulkan bahwa pemilik Dua Saudara lebih mementingkan kualitas sehingga konsumen merasa puas, dan beliau lebih mementingkan bangsa pasar kedepannya jika harga di mainkan sangat rendah maka bangsa pasar akan rusak.

Dari hasil peneliti temui disana harga berada pada rata-rata, harga disana lebih mahal 10 rupiah dari printing sebelah, akan tetapi disana lebih mengedepankan hasil yang sangat maksimal sehingga konsumen merasa puas, patokan harga disana kalau memakai kertas sendiri harganya 60 rupiah namun jika memakai kertas dari printing 200 rupia, yang mana udah terpangpang di dinding printing disana.

Mengenai harga karyawan memberikan ulasan mengenai harga disana yang dipaparkan oleh saudara misbah:

“harga disini sangat murah perselisihannya itu 10 rupiah dibandingkan dengan printing sebelah, namun bos bilang jangan mementingkan harga namun pelayanan yang bagus yang harus di tekankan”<sup>20</sup>

Sedangkan mengenai masalah harga peneliti juga menanyakan langsung ke pada konsumen dua saudara, saudara rohim:

“saya memilih Dua Saudara karena harga yang begitu murah dibandingkan dengan dengan ditempat lain dan juga pelayanannya sangat baik menurut saya”<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Misbah, karyawan dua saudara, wawancara langsung, (04 oktober 2021)

<sup>21</sup> rohim, konsumen Dua Saudara, wawancara langsung, ( 05 oktober 2021)

Dilanjutkan oleh Peneliti untuk wawancara ke konsumen Dua Saudara yaitu saudari rahmawati.

“Dan yang membuat saya tertarik bukan karena dari segi harga karena kalau saya liat harganya di sana juga sama dengan printing-printing lainnya, dan yang membedakan itu dari kualitas pelayanannya, yang pertama itu dari segi prinannya itu di layani dan di prinakan, terus yang kedua bisa juga lewat online prinnya, yang ketiga sesame wanita, kan saya wanita kan banyak tuh wanita kalok bicara dengan tukang prin cowok itu gimana, karena itu wanita disana maka disana enak gitu buat gepprin. Ada tigahal itu yang bisa membuat saya tertarik, di prinakan, ada jalur online dan yang terahir sama-sama wanita.”<sup>22</sup>

Dilanjutkan mengenai harga peneliti menanyakan ke pada konsumen saudara andi laili

“Mengenai harga di printing ini sangatlah setabil baigi kalanagan mahasiwa mengapa saya bilang begitu karena saya udah lumayan mengenal printing ini mulai sebelum ada corona”<sup>23</sup>

Jadi dapat disimpulkan dari beberapa pernyataan diatas bahwa Dua Saudara memasang atau mematok harga yang begitu murah sehingga konsumen merasa tertarik.

---

<sup>22</sup> rahmawati, konsumen Dua saudar, wawancara langsung, ( 05 Oktober 2021)

<sup>23</sup> Andi laili, konsumen dua saudara, wawancara langsung, (05 oktober 2021)

Akan tetapi jika dilihat dari keadaan dan teori jika bersaing dari harga sampai menurunkan harga sangat murah akan mengakibatkan kerusakan bangsa pasar.

Diperkuat dengan adanya observasi yang peneliti lakukan, bahwa konsumen dari Dua Saudara merasa puas dan menjadikan harga itu murah ataupun mahal tetapi yang diutamakan adalah sebuah kepuasan dari segi pelayanan yang ramah dan baik.

### **3. Keunggulan yang diterapkan oleh Alif Printing dan Dua Saudara**

Dalam menerapkan keunggulan dalam usaha, perlu mempertimbangkan beberapa hal yang menjadi persyaratan tersebut yang harus dipertimbangkan dengan baik agar hasilnya benar-benar optimal. Untuk menjadikan suatu perusahaan unggul diperlukan strategi bersaing yang baik. Strategi tersebut harus memenuhi kriteria persyaratan yang telah ditentukan sebelumnya.

Mengenai keunggulan yang bersaing pada alif printing dan dua saudara maka peneliti menanyakan langsung kepada konsumen yang menggunakan dari dua usaha tersebut sehingga menemukan tingkat keunggulan dari masing-masing perusahaan tersebut, dalam hal ini peneliti menanyakan langsung ke konsumen saudara imam bukhari:

“Mengenai Alif Printing dan Dua Saudara itu kak, itu tergantung yang memakai jasa tersebut, mengapa saya bilang begitu karena saya udah lumayan memakai jasa ini dari kedua-duanya jasa tersebut sehingga kita tau apa yang kita butuhkan, contoh ea kak dari Alif Printing itu memang sangatlah murah

sehingga saya dapat menghemat isi dompet dan dari pelayanan disana juga lumayan bagus, dan untuk yang dua saudara harganya juga bisa saya katakan murah karena perselisihan harganya itu 10 rupiah dan gak menguras isi dompet jugakan akan tetapi berbicara hemat maka lebih hemat yang Alif Printing kak cuman dari segi pelayanan disana sangat top kak dan dapat memrefresingkan otak kak, mengapa disana bisa langsung diprinkan oleh karyawannya bagi yang kesulitan ataupun yang malas untuk prin sendiri, dan disana kak ada karyawan ceweknya.”<sup>24</sup>

Hal yang sama akan dipaparkan oleh konsumen dari dua jasa tersebut yaitu saudara nurus syamsih:

“mas mengenai pemakaian dari dua usaha disana, saya mulai mengenal usaha disana pada semester 2 dan sampai adakendala seperti corona, sampai Alhamdulillah perkuliahan bertatap muka lagi disana tetep mas, dari pelayanan bisa online dan offline, cuman ada perselisihan harga meski berdampingan, namun disana tak semahal dari printing lain, disana perselisihan harga palinglah 15 rupiah tapi jika bukan dari dua usaha tersebut harga menguras isi kantong mas, disana ada lagi yang saya sukai dari segi pelayanan mas, yang alif itu pelayanan baik tapi bikin boring. Tapi kalau yang dua itu sangatlah bagus bisa diprinkan, kita serasa sebagai raja, disana karyawan

---

<sup>24</sup> Imam bukhari, konsumen Alif printing dan Dua saudara, wawancara langsung (01 november 2021)

ceweknya lagi mas tapi melayani bagian cewek, yang dua saudara lumayan ada tempat parkirnya dan ruangnya lebih besar dari yang Alif Printing mas.”<sup>25</sup>

Mengenai keunggulan tersebut juga dipaparkan oleh ifan selaku konsumen dari Alif printing dan dua saudara

“memang dalam dalam sebuah usaha pasti memiliki strategi tersendiri untuk mempertahankan usaha tersebut terutama bagi Alif Printing dan Dua Saudara dalam menghadapi persaingan disana pasti disana menerapkan keunggulan prodak maupun dari segi pelayanan, seperti pada Alif Printing disana hanya lebih murah sedangkan di Dua Saudara dari segi pelayanan dan kualitas prodak yang dihasilkan, pelayanan yang memanjakan konsumen dan serata disana fokus pada bangsa pasar kedepannya.”<sup>26</sup>

Dari penuturan diatas dapat dipahami bahwa Alif printing dan Dua saudara selain menggunakan strategi keunggulan biaya dan keunikan produk juga harus didukung dengan adanya pelayanan yang dapat membuat konsumen nyaman sehingga konsumen memiliki loyalitas untuk menjadi konsumen dalam usaha dari dua jasa tersebut.

Selain keunggulan biaya dan keunikan produk pelayanan, kemudahan pelayanan dalam proses transaksi perlu juga diperhatikan, apalagi

---

<sup>25</sup> Nurus syamsih, konsumen Alif printing dan Dua saudara, wawancara langsung, (01 november 2021)

<sup>26</sup> Ifan, konsumen Alif Printing dan Dua saudara, wawancara langsung, (01 november 2021)

industri digital technology yang merupakan fasilitator untuk mempermudah dan mempercepat layanan yang dimiliki Alif Printing dan Dua saudara.

. Namun pada usaha Alif Printing dan Dua saudara yang di hadapi seperti adanya corona, maka disana menggunakan pelayan online, yang dilengkapi dengan aplikasi yang dapat memanjakan konsumen mulai dari proses pengiriman file sampai proses diprint dapat di akses dalam aplikasi tersebut tinggal memnjemput tugas yang sudah di prin. Produk tersebut selain sangat menarik dan unik juga sesuai dengan keadaan masyarakat saat ini yang ingin melakukan segala sesuatu dengan mudah dan cepat tanpa bergerak keras, istilah gaunnya adalah kaum millennial atau kaum rebahan.

### **C. Temuan Penelitian**

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung ke lapangan dengan cara mengumpulkan data dan kemudian mendeskripsikan hasil yang diperoleh dilapangan sesuai yang diapat di tempat penelitian. Sehingga peneliti menemukan beberapa hal sebagai bentuk temuan penelitian. Ada beberapa hasil penelitian temuan yang bisa peneliti laporkan dalam bentuk tulisan, sebagaimana yang di paparkan sebagai berikut:

1. Strategi bersaing Alif Printing diantaranya yaitu:
  - a. Pemasaran, (offline dan online)
  - b. Harga (50 rupiah menggunakan kertas sendiri dan 175 menggunakan kertas rental)
2. Strategi bersaing Dua Saudara diantaranya yaitu:
  - a. Pemasaran (offline dan online)

- b. Harga (60 rupiah menggunakan kertas sendiri dan 200 rupiah menggunakan kertas rental)
  - c. pelayana disana bagus kenapa pelayan di sana udah ada yang ngontrol dan juga karyawannya udah di bagi-bagi tugas seperti ada yang menjaga konsumen yang kesulitan dari segi pelayan komputer dan ada juga yang menjaga dari penjilidan dan dan bos sebagai pemantau dan penerima uangnya.
3. Keunggulan dari alif printing dan dua saudara
- a. Sama sama memiliki tempat yang sangat strategis, Alif Printing dan Dua Saudara memiliki lokasi yang begitu sangat strategis dimana keduanya sangat mudah dijangkau oleh semua konsumennya,
  - b. Harga  
Yang di unggulkan dari Alif printing itu masalah harga lebih murah. Sedangkan di Dua saudar unggulkan dari segi pelayana.
  - c. Alif Printing dan Dua saudara yang di hadapi seperti adanya corona, maka disana menggunakan pelayan online, yang dilengkapi dengan aplikasi yang dapat memanjakan konsumen mulai dari proses pengiriman file sampai proses diprintkan dapat di akses dalam aplikasi tersebut tinggal memnjemput tugas yang sudah di prin. Produk tersebut selain sangat menarik dan unik juga sesuai dengan keadaan masyarakat saat ini yang ingin melakukan segala sesuatu dengan mudah dan cepat tanpa bergerak keras, istilah gaulnya adalah kaum millennial atau kaum rebahan.

## **D. Pembahasan**

Strategi bersaing merupakan menghubungkan perusahaan dengan lingkungannya, walaupun lingkungan yang relevan luas meliputi kekuatan-kekuatan sosial sebagaimana juga kekuatan ekonomi. Aspek utama dari lingkungan perusahaan adalah industri dalam perusahaan bersaing.

Terdapat dua hal utama yang mendasari pilihan strategi bersaing. Yang pertama adalah daya tarik industri untuk keuntungan jangka panjang dan faktor-faktor yang menentukan itu. Tidak semua industri menawarkan kesempatan yang sama bagi keuntungan yang berkelanjutan, dan sumber daya yang melekat pada suatu industri adalah salah satu unsur utama dalam menentukan keuntungan perusahaan.

### **1. Strategi komparasi bersaing yang di terapkan Alif Printing**

Strategi merupakan cara dan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir, strategi harus mampu membuat semua bagian dari satu organisasi yang sangat luas menjadi satu terpadu untuk mencapai tujuan akhir. Strategi membantu seseorang pengusaha mencapai tujuan yang lebih efektif yang didasarkan atas kajian-kajian dan pemikiran yang matang untuk mencapai tujuan. Langkah awal yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan adalah perencanaan strategi terhadap kebutuhan apa saja yang dibutuhkan dalam memproduksi suatu barang titik.<sup>27</sup>

Menurut Fendy Tjipto, pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali terhadap

---

<sup>27</sup> Littini, *Strategi Pemasaran Usaha Produksi Kripik Singkong Merk Muris Di Sarongki Sumenep Dalam Perspektif Islam.*, 9



lingkungan eksternal, pemasaran bertujuan untuk menarik perhatian pembeli dalam mengkonsumsi produk yang ditawarkan, oleh karena itu, pemasaran memainkan peran penting dalam pengembangan strategi.<sup>28</sup>

Menurut kertanjaya, pemasaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis pemasaran syariah yang mengacu pada aspek yang berorientasi pada pandangan kemaslahatan dunia dengan senantiasa mengacu pada rujukan ilahiyah yaitu Al-qur'an dan sunnah yang diperkuat oleh ijma' dan qiyas untuk meraih kebahagiaan yang hakiki (falah).<sup>29</sup>

Rencana pemasaran merupakan bentuk manajemen yang mengarah pada sebuah strategi pemasaran dimana tujuan utamanya yaitu untuk mencapai tujuan pemasaran sehingga marketing plan dapat dilakukan pada serangkaian proses yang sistematis dan melalui koordinasi untuk mendapatkan keputusan rencana pemasaran. Menurut kurowski dan ssusman, “ rencana pemasaran adalah serangkaian dokumen yang terdiri dari analisis situasi atau keadaan pemasaran saat ini, analisis yang dilakukan yaitu peluang dan ancaman, sasaran pemasaran, strategi pemasaran, program tindakan, dan pendapatan yang di proyeksikan atau performa ( dan keuntungan lainnya)”.

- a. Ketahui Target Pasar Anda Sebelum Mulai Menerapkan Strategi Pemasaran Produk Anda.
- b. Optimalkan Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan *Social Media*.
- c. Menawarkan Produk Secara Gratis Adalah Salah Satu Contoh Strategi Pemasaran Yang Efektif.

---

<sup>28</sup> Muhamma yusuf, *kontek dan strategi pemasaran*, (makasar: CV SAH MEDIA, 2019), hlm,1.

<sup>29</sup> Idris prakkasi, *pemasaran syariah era digital*, (bogor: linden bestari, 2020), hlm 8

- d. Memilih Tempat Strategis Adalah Salah Satu Cara Memasarkan Produk Yang Tepat.
- e. Menjalin Hubungan Baik dengan Konsumen.
- f. Manfaatkan Teknik Pemasaran Mulut ke Mulut.

Dalam menentukan haraga pasti ada taktik strategi penetapan harga.

Penetapan harga line adalah menentukan sejumlah harga terentu untuk kategori prodak tertentu. Contoh untuk jasa printing untuk mahasiswa, titik harga dapat menjadi 300 rupiah perlembar, 500rupian perlembar, dan 750 rupiah perlembar. Seluruh pemakayan yang ada di jasa printing tersebut akan diebrikan harga pada salah satu titik dari tiga titik tersebut.

Penetapan harga psikologi, yaitu taktik dari tiga taktik tersebut yang akan diambil mamfaat dari fakta bahwa konsumen tidak selalu bersikap rsional dalam menghadapi harga yang tercantum misalnya 1000 rupiah perlembar, dan 2000 rupiah perlembar dan sebagainya.

Pemberian diskon/potongan harga,Memberikan diskon/ rabat yang berbeda-beda sesuai dengan jumlah pemakaian.Misalnya: 50 lembar diskon 5%. 100 lembar diskon 10%. 150 lembar diskon 15%.

Strategi berdasarkan biaya (*cost oriented pricing*), Harga produk perkesatuan yang ditetapkan, berdasarkan pertimbangan biaya total yang dikeluarkan ( $fc+vc$ ) ditambah laba yang diinginkan atau disebut *cost oriented pricing*.

Penetapan harga berdasarkan permintaan (*demand oriented pricing*). Penetapan harga yang mempertimbangkan keadaan permintaan, keadaan pasar, dan keinginan

konsumen. Penetapan harga berdasarkan pesaing (*competitive oriented pricing*). Penetapan harga yang beorientasi pada pesaing.

Penetapan harga diskriminasi (*discrimination pricing*). Terjadi apabila perusahaan menjual barang atau jasa berbeda-beda, meskipun perbedaan biaya produksi tersebut tidak proposional dengan perkembangan harga.

berdasarkan konsumen, contoh: anak-anak dan dewasa membayar harga berbeda jika masuk kolam berenang .

Dalam hal ini Alif Printing menggunakan strategi pemasaran, pemasarannya di sana menggunakan dua cara yaitu secara online dan offline, adapun alat yang digunakan yaitu media ( pamflet dan brosur), yang akan dibagikan ke mahasiswa dan masyarakat umum, dan yang online di sana menggunakan aplikasi WA yang mana no wa sudah terpampang di dinding printing tersebut. Pelayanan merupakan daya tarik konsumen dan memasang harga yang sangat murah sehingga menyebabkan komprasi strategi bersaing dari kualitas harga Alif printing memasang harga yang lebih murah dibandingkan dengan tempat printing lainnya, disana memasang harga sebesar 50 rupiah menggunakan kertas sendiri, dan 175 rupiah menggunakan kertas rental, hal tersebut dilakukan supaya pelanggan merasa lebih tertarik untuk menggunakan jasa dari alif printing.

Setelah peneliti melakukan observasi langsung ke objek penelitian bahwa sanya harga pada alif printing merupakan salah satu hal yang terpenting bagi alif printing untuk meningkatkan minat atau daya tarik dari para pelanggan. Memasang harga yang begitu murah pada alif printing pastinya sudah di akumulasi di awal perencanaan menjalankan usaha printing tersebut. Dalam pengambilan atau menentukan

harga tersebut pastinya ada resiko yang diambil oleh pemilik usaha tersebut, misalnya laba yang diperoleh setiap bulannya akan lebih sedikit.

## **2. Strategi komparasi bersaing yang di terapkan Dua Saudara.**

Menurut Husein Umar, strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi disertai penyusunan suatu cara atau bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.<sup>30</sup>

Menurut Kasmir pesaing adalah perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan<sup>31</sup>

Menurut Sofjan Assauri pesaing suatu usaha meliputi mereka yang berusaha memuaskan pelanggan dan kebutuhan pelanggan yang sama dan menyediakan penawaran yang serupa kepada pelanggan itu.<sup>32</sup>

Suwarsono Muhammad menyatakan bahwa perusahaan berusaha memproduksi dan memasarkan barang dan jasa dengan strategi bersaing yang menjadikan keunggulan dari perusahaan lain<sup>33</sup>

Islam sebagai sebuah aturan hidup yang khas, telah memberikan aturan-aturannya yang rinci untuk menghindarkan munculnya permasalahan akibat praktik

---

<sup>30</sup> Husein Umar, *Strategik Manajemen In Action* (Jakarta: PT. Gramedia Pustakama, 2003), 31

<sup>31</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm.258

<sup>32</sup> Sofjan Assauri, *Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996), 2.

<sup>33</sup> Suwarsono Muhammad, *Manajemen Strategik; Konsep dan Kasus* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), 258.

persaingan yang tidak sehat. Al-Qur'an juga memperingatkan kepada para pesaing untuk tidak menjadikan dirinya serakah, dengan berlomba-lomba untuk mendapatkan keuntungan duniawi sebanyak-banyaknya. Karena sikap demikian akan menjadikan manusia lalai dan lengah. Hal ini Allah nyatakan dalam surat At-Takasur ayat 1-5.<sup>34</sup>

Terdapat beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dapat digunakan sebagai strategi dan analisis sebagai berikut:

- a. Bukti fisik, merupakan suatu *service* yang bisa dilihat, bisa dicium dan bisa diraba, maka aspek *tangible* menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan. Bukti fisik suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang meliputi fasilitas fisik perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. *Tangible* yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan.
- b. Keandalan (*Reliability*), merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur dimensi *reliability* ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.

---

<sup>34</sup> Al-Quran Surat At-Takasur, 601

- c. Ketanggapan (*Responsiveness*), merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera.
- d. Jaminan (*Assurance*), merupakan pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan.<sup>35</sup> Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen.
- e. Empati (*Empathy*), merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan atau kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (*access*) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

---

<sup>35</sup>Dwi Aliyyah Apriyani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffe Shop Sidoarjo)" *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 51 No. 2 (Oktober, 2017) hlm., 3.

Berbisnis adalah bagian dari muamalah. Karenanya, bisnis juga tidak terlepas dari hukum-hukum yang mengatur masalah muamalah. Karenanya persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah Islam. Dalam berbisnis, setiap orang akan berhubungan dengan pihak-pihak lain seperti rekan bisnis dan pesaing bisnis. Sebagai hubungan interpersonal, seorang pembisnis muslim tetap harus berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada mitra bisnisnya. Hanya saja, tidak mungkin bagi pebisnis muslim bahwa pelayanan terbaik itu diartikan juga memberikan “servis” dengan hal yang dilarang syariah. Pemberian suap untuk memuluskan negosiasi, misalnya, jelas dilarang syariat. Atau dengan cara memberikan umpan perempuan, sebagaimana telah menjadi hal lumrah dalam praktik bisnis sekarang.<sup>36</sup>

Beberapa keunggulan produk yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah sebagai berikut:<sup>37</sup>

- 1) Produk Produk usaha bisnis yang dipersaingan baik barang maupun jasa harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitas terjamin dan berdaya saing.
- 2) Harga Bila ingin memenangkan persaingan, maka harga harus

---

<sup>36</sup> Muhamad Ismail Yusanto dan Muhamad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, 94.

<sup>37</sup> Muhamad Ismail Yusanto dan Muhamad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, 96.

kompetitif. Dalam hal ini tidak diperkenankan membanting harga dengan tujuan menjatuhkan pesaing.

- 3) Tempat Tempat harus baik, bersih, sehat dan nyaman agar dapat menarik pelanggan
- 4) Pelayanan Pelayanan harus diberikan dengan ramah, tapi tidak boleh dengan mendekati maksiat.
- 5) Layanan purna jual Layanan purna jual ini merupakan servis yang diberikan kepada konsumen sesuai akad yang telah disepakati. Layanan purna jual biasanya berupa jaminan mutu untuk produk yang ditawarkan.

Dalam hal ini Dua Saudara, menggunakan strategi pemasaran, pemasarannya di sana menggunakan dua cara yaitu secara online dan offline, adapun alat yang digunakan iyatu media ( pamflet dan brosur), yang akan dibagikan ke mahasiswa dan masyarakat umum, dan yang online di sana menggunakan aplikasi WA yang mana no wa udah terpampang di dinding printing tersebut. Pelayanan merupakan daya tarik konsumen dan memasang harga yang sangat murah sehingga menyebabkan komprasi strategi bersaing dari kualiatas harga dan pelayanan.

harga berada pada rata-rata, harga disana lebih mahal 10 rupiah dari printing sebelah, akan tetapi disana lebih mengedepankan hasil yang sangat maksimal sehingga konsumen merasa puas, patokan harga disana kalau memakai kertas sendiri harganya 60 rupiah namun jika memakai kertas dari printing 200 rupia, yang mana udah terpampang di dinding printing disana meski perserlisihan harga 25 rupiah itu sangat



penting bagi konsumen, akan tetapi jika sering memainkan harga sangat rendah dalam bersaing maka akan menyebabkan kerusakan dalam pangsa pasar.

pelayanan begitu ramah ke semua pelanggan dan tidak membeda-bedakan para konsumen, dengan begitu konsumen merasa nyaman, Pelayanan merupakan daya tarik konsumen.

Pelayanan pada dua saudara merupakan hal yang wajib diutamakan ke semua pelanggan oleh setiap karyawan dua saudara, dalam sebuah usaha yang dijalankan memang sangat penting, dalam sebuah pelayanan yang diberikan oleh karyawan dua saudara. Pelayanan sangat berdampak sekali pada minat dan kenyamanan para pelanggan

### **3. Keunggulan yang diterapkan Alif Printing dan Dua saudara**

Pada dasarnya setiap perusahaan yang bersaing dalam satu lingkungan pasti mempunyai keinginan untuk dapat lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Umumnya perusahaan menerapkan strategi bersaing ini secara eksplisit melalui kegiatan-kegiatan dari berbagai departemen-departemen fungsional perusahaan yang ada.

Hansen dan Mowen (2000) mengemukakan bahwa keunggulan bersaing adalah menciptakan nilai pelanggan yang lebih baik dengan biaya yang sama atau lebih rendah dibandingkan pesaing atau menciptakan nilai yang setara dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan pesaing. Suatu perusahaan akan mempunyai keunggulan bersaing bila mana memiliki sesuatu yang lebih atas pesaingnya dalam menarik konsumen dan mempertahankan dari atas kekuatan persaingan yang mencoba menekan perusahaan.

Sumber keunggulan bersaing adalah dapat berupa: produk terbaik dipasar. Memberikan jasa pelayanan yang paling hebat. Memberikan harga jual yang paling murah. Punya lokasi yang strategis, teknologi yang tepat guna, atribut barang yang sesuai dengan kehendak konsumen, memasarkan suatu produk yang baru yang paling cepat, merek dan reputasi yang sudah teruji, dan memberikan nilai barang yang lebih besar dari pada uang yang dikeluarkan oleh konsumen.<sup>38</sup>

Bharadwaj et al menjelaskan bahwa keunggulan bersaing merupakan hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki perusahaan. Keahlian dan aset yang unik dipandang sebagai sumber dari keunggulan bersaing. Pendapat yang serupa juga di kemukakan oleh porter yang menjelaskan bahwa keunggulan bersaing merupakan jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan. Keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerja sama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya. Strategi ini didesain untuk mewujudkan keunggulan bersaing terus menerus sehingga perusahaan dapat mendominasi baik dipasar lama maupun pasar baru.<sup>39</sup>

Strategi Keunggulan Biaya Dengan konsep ini perusahaan bersiap menjadi produsen berbiaya rendah di dalam industrinya. Sumber keunggulan biaya bervariasi dan bergantung pada struktur industri. Produsen berbiaya rendah harus menemukan dan mengeksploitasi semua sumber biaya. Keunggulan/kepemimpinan biaya (cost leadership) menekankan pemroduksian produk-produk yang distandardisasi dengan biaya yang sangat rendah untuk para konsumen yang peka terhadap harga.

---

<sup>38</sup> Dewi tri rahayu, "penerapan analisis SWOT dalam perumusan strategi bersaing pada Eddy jaya photo , jurnal ilmu dan riset ekonomi Vol. 5 no.2, (februari, 2016), hlm.,3.

<sup>39</sup> Sensi tribuana dewi, *Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Prodak Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran*, ( skripsi: universitas dipnogoro semarang, 2006),hlm 11

Ketika menjalankan strategi kepemimpinan biaya, sebuah 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. Selalu mencari terobosan atau cara yang mampu memuaskan pelanggan dengan nilai yang mampu diberikan oleh perusahaan.

Strategi kepemimpinan biaya yang berhasil biasanya mempengaruhi seluruh perusahaan, sebagaimana terlihat dari efisiensi yang tinggi, pemberian pelayanan yang dikaitkan dengan kemampuan untuk menghemat biaya, dan partisipasi karyawan yang luas dalam upaya pengendalian biaya.

Untuk mendapatkan keunggulan biaya diperlukan efisiensi serta usaha yang giat untuk mencapai keunggulan biaya yang disebabkan oleh pengalaman pengendalian biaya dan overhead yang ketat serta meminimalkan biaya. Biaya dalam bidang litbang, pelayanan, armada penjualan, periklanan. Biaya yang relatif lebih rendah dari pesaingnya akan menjadi faktor utama yang menjiwai keseluruhan strategi pemasaran, meskipun mutu pelayanan dan bidang-bidang jasa yang lainnya tidak dapat diabaikan.

Porter berpendapat bahwa dengan memiliki biaya rendah akan membantu perusahaan mendapatkan laba diatas rata-rata dan memberikan perusahaan tersebut ketahanan terhadap sivalitas dari para pesaing karena biaya yang lebih rendah memungkinkan perusahaan untuk tetap mendapatkan laba setelah para pesaingnya mengorbankan laba mereka dari persaingan. Posisi biaya yang lebih rendah biasanya menempatkan perusahaan pada posisi yang menguntungkan dalam menghadapi produk atau jasa pengganti, sehingga posisi biaya rendah dapat melindungi perusahaan dari lima kekuatan persaingan karena kekuatan tawar-menawar hanya akan terus mengikis

laba sampai para pesaing mengalah. Investasi seperti ini merupakan prasyarat untuk mempertahankan posisi biaya rendah.

Pelayanan merupakan bagian yang sangat penting sehingga pelayanan harus diberikan dengan sangat ramah sehingga tidak dapat mendekati maksiat, kelakuan jujur merupakan kelakuan yang tidak berlaku curang dalam menghadapi pelayanan yang baik dan ramah akan membuat konsumen sangat merasa puas dan merasa nyaman sehingga konsumen merasa tidak terganggu dalam memilih prodak dalam memilih tempat

Setelah peneliti meneliti dan mengamati secara seksama, peneliti menemukan keunggulan dari masing-masing objek yang Peneliti teliti baik itu dari Alif Printing maupun dari Dua Saudara. Ada beberapa keunggulan yang peneliti temukan diantaranya, Pertama, Alif Printing memiliki keunggulan dari segi harga, dimana pada Alif Printing memberikan harga begitu murah apabila dibandingkan dengan printing ditempat lain, kemudian yang Kedua, yaitu dua saudara, yang mana Dua Saudara ini memiliki keunggulan dari segi pelayanannya, Dua Saudara sangat memaksimalkan pelayanan agar para pelanggan merasa nyaman berada di tempat saudara, dan dua saudara ini ketika melayani para pelanggan tidak pernah membedakan semua pelanggan.