

ANALISIS STRATEGI BERSAING PADA TOKO SEMBAKOABDI DI KECAMATAN CAMBAI KOTA PRABUMULIH DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

Ernawati¹

Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Al Furqon Prabumulih
Email: ernawatipbm1702@gmail.com

M. Robby Kaharudin²

Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Al Furqon Prabumulih
Email: muhrobbykaharudin@gmail.com

Zayudi³

Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Al Furqon Prabumulih
Email: zayudianwar@steialfurqon.ac.id

Yeni Gustiana⁴

Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Al Furqon Prabumulih
Email: yenigustiana83@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the application of competitive strategy at Abdi Grocery Store. And whether the competitive strategy applied to the Abdi Grocery Store is in accordance with the perspective of Islamic business ethics. This research is a field research that uses a qualitative descriptive approach. Sampling techniques in this study are purposive sampling and snowball sampling. Data collection techniques through interviews, observation and documentation. Primary data is obtained from Abdi Food Store Owners, Employees and Customers who are selected based on certain conditions.

The results of the Generic Strategy analysis show that Abdi's Sembako Store uses a Cost Advantage Strategy by providing low prices and providing discounts, a Differentiation Strategy by providing unique services and offering substitute products for certain circumstances and a Differentiation Focus Strategy by providing unique services to a particular segment. The competitive strategy at the Abdi Grocery Store shows a very good success, due to the increasing turnover and increasing number of customers. The owner of the Abdi Grocery Store also always instills honesty and courtesy to employees in providing services in a manner that is in accordance with the perspective of Islamic business ethics.

Keyword: *Competitive Strategy, Cost Advantage, Differentiation, Differentiation Focus, Islamic Business Ethics Perspective.*

Abstrak

. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi bersaing pada Toko Sembako Abdi. Dan apakah Strategi bersaing yang diterapkan pada Toko Sembako Abdi sudah sesuai dengan perspektif etika bisnis islam. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan pendekatan Deskriptif Kualitatif. Teknik Sampling dalam penelitian ini yaitu *Purposive Sampling* dan *Snowball Sampling*. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Data primer di dapatkan dari Pemilik Toko Sembako Abdi, Karyawan dan Para pelanggan yang dipilih berdasarkan syarat-syarat

tertentu.

Hasil analisis Strategi Generik menunjukkan bahwa Toko Sembako Abdi menggunakan Strategi Keunggulan Biaya dengan memberikan harga yang murah serta memberikan potongan harga, Strategi Differentiation dengan memberikan pelayanan yang unik serta menawarkan produk pengganti untuk keadaan tertentu dan Strategi Fokus Diferensiasi dengan memberikan keunikan pelayanan pada suatu segmen tertentu. Strategi bersaing pada Toko Sembako Abdi menunjukkan adanya keberhasilan yang begitu baik, dikarenakan omzet yang terus meningkat dan meningkatnya jumlah pelanggan. Pemilik Toko Sembako Abdi juga selalu menanamkan sifat kejujuran dan kesopanan kepada karyawan dalam memberikan pelayanan dengan cara yang sesuai dengan perspektif etika bisnis islam.

Kata Kunci: *Strategi Bersaing, Keunggulan Biaya, Differentiation, Fokus Diferensiasi, Perspektif Etika Bisnis Islam.*

A. PENDAHULUAN

Persaingan bisnis yang semakin meningkat seiring dengan berlakunya sistem pasar bebas pada era abad ke- 21. Hal ini akan mengakibatkan tiap-tiap perusahaan harus bersaing agar tetap mempertahankan bisnisnya. Dalam era globalisasi perusahaan dipaksa untuk siap meningkatkan daya saingnya. Strategi bersaing yang ditetapkan perusahaan berbeda-beda bentuk strateginya tergantung potensi dari perusahaan tersebut untuk menjalankan bisnisnya. Suatu persaingan bagi perusahaan dapat menjadi peluang untuk mengembangkan usaha perusahaan dan ancaman bagi perusahaan. Selain itu perusahaan juga dituntut untuk membuat suatu langkah Strategi Bersaing sebelum melakukan proses bisnisnya untuk mencapai keberhasilan dipasar. (Meidi Wibowo: 2004,7)

Dalam sebuah bisnis harus memiliki strategi untuk terus mengembangkan usaha, agar dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan keuntungan. Bisnis tidak terlepas dari aktivitas produksi, pembelian, penjualan, maupun pertukaran barang dan jasa. Pada umumnya aktivitas bisnis mempunyai tujuan menghasilkan laba untuk mengumpulkan cukup dana untuk kegiatan bisnis itu sendiri. Berbisnis tidak akan berjalan dengan baik jika tidak di dukung dengan strategi bersaing yang tepat. Bersaing penting untuk diketahui dalam perencanaan bisnis karena prinsip-prinsip ekonomi yaitu operasional bisnis dapat berjalan lancar dengan meminimalkan biaya yang ditimbulkan dan memaksimalkan keuntungan. (Fuad,dkk ; 2003,4)

Persaingan adalah inti dari keberhasilan. Persaingan antar perusahaan sejenis yang sangat tajam, persaingan baru dapat masuk ke industri dengan relatif lebih mudah, serta pemasok dan pelanggan dapat meningkatkan kekuatan tawar-menawar mereka. Agar dapat memenangkan setiap persaingan, setiap perusahaan harus memiliki strategi bersaing. Tujuan

akhir strategi bersaing adalah untuk menanggulangi kekuatan lingkungan demi kepentingan perusahaan. Strategi bersaing sering juga disebut dengan strategi bisnis, berfokus pada peningkatan posisi bersaing produk dan jasa perusahaan dalam industri atau segmen pasar tertentu. (Titis, Etty :2022,16)

Strategi bersaing merupakan upaya mencari posisi bersaing yang menguntungkan dalam suatu industri, arena fundamental dimana persaingan berlangsung. Strategi bersaing bertujuan membina posisi yang menguntungkan dan kuat dalam melawan kekuatan yang menentukan persaingan dalam industri. Oleh karena itu, strategi bersaing bukan hanya merupakan tanggapan terhadap lingkungan melainkan juga upaya membentuk lingkungan tersebut sesuai dengan keinginan.

Porter Five Forces menunjukkan bahwa terdapat beberapa strategi yang dapat dikembangkan oleh perusahaan seperti menambah diferensiasi produk, harga yang lebih murah dari pesaing, sistem pengiriman yang baik dan sistem pembayaran yang lebih mudah. Serta strategi alternatif yang dapat dikembangkan yaitu dengan penambahan modal untuk pengembangan usaha, menambah mesin alat produksi dan program pelatihan bagi karyawan. Menurut porter sifat daya saing dalam suatu industri dapat di lihat sebagai gabungan dari lima kekuatan yaitu, persaingan antar perusahaan, ancaman masuknya pesaing baru, ancaman dari produk pengganti, kekuatan tawar menawar pemasok, dan kekuatan tawar menawar konsumen. (Melisa:2018,6)

Usaha Toko Sembako Abdi di Kelurahan Cambai berdiri pada tahun 2014. Didirikan oleh bapak Taufik dan ibu Rani, yang merupakan pemilik dan pengelolanya. Modal awal Toko Sembako Abdi adalah sebesar Rp 5.000.000. Saat awal memulai usaha Toko Sembako, Toko Sembako Abdi hanya menjual kebutuhan pokok sembako yang tidak terlalu lengkap, stock barang-barang dagangannya pun tidak banyak. Pada tahun 2014-2018 Toko Sembako Abdi adalah Toko Sembako yang wilayah usahanya hanya pada masyarakat Kelurahan Cambai saja. Namun pada tahun 2019 Toko Sembako Abdi mulai memperluas wilayah usahanya, Toko Sembako Abdi Mendistribusikan sembako ke luar wilayah Kelurahan Cambai, sampai ke Daerah Tanah Abang, Pali Pendopo. (Wawancara Rani: 2022)

Toko Sembako Abdi terus berkembang, dapat dilihat dari segi omzet yang semakin meningkat, tenaga kerja yang semakin meningkat, mitra kerja yang mengalami peningkatan dan alat Transportasi untuk mendistribusikan barang juga bertambah. Berikut dapat dilihat dari omzet yang telah diperoleh sejak tahun 2014 sampai 2022.

Tabel 2. Hasil Omzet Toko Sembako Abdi Tahun 2014 sampai 2022

| No | Tahun | Omzet |
|----|-------|----------------------------|
| 1. | 2014 | Rp 500.000- 1.000.000/hari |
| 2. | 2015 | Rp 2.000.000/hari |
| 3. | 2016 | Rp 5.000.000/hari |
| 4. | 2017 | Rp 8.000.000/hari |
| 5. | 2018 | Rp 10.000.000/hari |
| 6. | 2019 | Rp 15.000.000/hari |
| 7. | 2020 | Rp 20.000.000/hari |
| 8. | 2021 | Rp 20.000.000/hari |
| 9. | 2022 | Rp 25.000.000/hari |

Sumber : Wawancara Tanggal 20 Juni 2022

Tabel di atas menunjukkan bahwa Toko Sembako Abdi omzet nya setiap tahun semakin berkembang. Begitu juga dengan tenaga kerja yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun yang awalnya tidak memiliki karyawan dan pada tahun 2022 Toko Sembako Abdi telah memiliki 6 karyawan. Selain omzet dan karyawan yang berkembang, pada tahun 2022 alat transportasi untuk mendistribusikan barang di Toko Sembako Abdi juga bertambah, yang saat ini sudah memiliki 2 mobil pick up dan 1 sepeda motor yang digunakan untuk alat transportasi dalam mendistribusikan barang. (Wawancara Rani: 2022)

Berdasarkan Latar Belakang diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang “**Analisis Strategi Bersaing pada Toko Sembako Abdi di Kecamatan Cambai Kota Prabumulih dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.**”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi lapangan (*Field research*). Penelitian lapangan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif yaitu menghasilkan data yang akan diartikan sebagai fakta atau informasi dari subjek penelitian, informasi, pelaku dan tempat menjadi subjek penelitiannya. Penelitian ini merupakan studi kasus yang berlokasi Toko Sembako Abdi, Jalan Kemuning gg. Sungai Rotan, Kelurahan Cambai, Kecamatan Cambai, Kota Prabumulih Sumatera Selatan.

PEMBAHASAN

Strategi bersaing adalah pencarian posisi bersaing yang menguntungkan

dalam suatu industri, arena fundamental tempat persaingan terjadi. Strategi bersaing bertujuan menegakkan posisi yang menguntungkan dan dapat dipertahankan terhadap kekuatan-kekuatan yang menentukan persaingan industri. Tujuan akhir strategi bersaing adalah untuk menanggulangi dan idealnya, mengubah aturan itu demi kepentingan perusahaan.

Toko Sembako Abdi melakukan Strategi Bersaing dengan tujuan untuk mengembangkan usaha dan mampu bertahan dalam menghadapipersaingan dari Toko Sembako lain. Adapun Strategi Bersaing yang diterapkan oleh Toko Sembako Abdi yaitu 3 Strategi Generik, yang meliputi:

1. Keunggulan Biaya

Keunggulan biaya barangkali merupakan yang paling jelas dari ketiga startegi generik. Di dalamnya, sebuah perusahaan bersiap menjadi produsen berbiaya rendah dalam industrinya. Perusahaan memiliki cakupan yang luas dan melayani banyak segmen industri, sumber keunggulan biaya bervariasi dan bergantung pada struktur industri. Sumber-sumber itu mungkin mencakup pengerjaan skala ekonomis, kepemilikan teknologi, akses istimewa ke bahan mentah,dan faktor-faktor lain.

Berdasarkan wawancara dengan taufik almasari bahwa:

“harga rendah atau harga murah merupakan salah satu strategi kami dalam menjalankan usaha. Dengan harga yang rendah tapitetap memperhatikan pendapatan toko sembako ini, kami dapat menarik minat pembeli untuk berlangganan di toko sembako kami ini.”
(wawancara Taufik:2022)

Hal serupa juga dikatakan oleh Nopi Selaku karyawan bahwa: *Iya, barang yang di jual di toko sembako abdi lebih murah.”* Dan diperkuat juga oleh ibu Edi selaku pelanggan toko Abdi bahwa: *“Saya mau berlangganan di toko sembako abdi karna harga nya jauh lebih murah di bandingkan toko-toko yang pernah saya coba belanja. Karna saya kan usahanya adalah toko sembako juga jadi kalau harga nya tidak lebih murah, saya akan susah menjual lagi barang itu di toko sembako saya”* (Wawancara Leni: 2022)

Dari hasil wawancara diatas memberikan gambaran bahwa hargadi Toko Sembako Abdi itu murah. Dan Toko Sembako Abdi menerapkan Strategi Bersaing Keunggulan Biaya sebagai Strategi dalam Menjalankan Usahanya.Bapak Taufik selaku pemilik Usaha Toko Sembako Abdi Menyatakan bahwa strategi keunggulan biaya lainnya yang di lakukan oleh Toko Sembako Abdi adalah dengan memberikan potongan harga untuk para pelanggan nya.

2. Differentiation

Cara melakukan diferensiasi berbeda untuk tiap industri. Diferensiasi dapat di dasarkan pada produk itu sendiri, sistem penyerahan produk yang digunakan untuk menjualnya, pendekatan pemasaran, dan jajaran luas faktor lain.¹⁷⁰ Logika dari strategi diferensiasi mengharuskan perusahaan memilih sifat-sifat istimewa untuk mendiferensiasikan diri yang berbeda dengan yang di punyai rivalnya. (Michael E. Porter : 29)

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Taufik bahwa:

“Harus ada keunggulan dan perbedaan, untuk bersaing kami harus memilikinya. Kami selalu update barang-barang yang kami jual, kami selalu mencari tau barang-barang terbaru yang dapat kami jual di toko sembako kami ini. Bisa jadi barang itu adalah barang pengganti untuk barang lain yang sedang langka atau naik harga nya. Misalnya minyak makan yang kemarin sempat sulit di cari dan harga nya naik. Kami berusaha untuk mencari minyak dengan merk lain yang mempunyai kualitas yang sama baik tapi ketersediaan nya ada dan harga nya masih relatif yang bisa menjadi solusi untuk harga minyak yang lagi naik. kami juga suka menawarkan barang-barang promo untuk pelanggan kami. Untuk sistem pembayaran sendiri kami mempermudah pelanggan kami, bisa lewat transfer atau cash. Bahkan kami juga memperbolehkan pelanggan kami kurang dalam pembayaran dengan catatan tenggang waktu hanya 2 sampai 3 hari dan melunasi nya saat waktu yang sudah di sepakati. Kekurangan maksimal 20% dari total belanja pelanggan.”

Hal serupa juga dikatakan oleh Nopi selaku karyawan pada toko Abdi bahwa:

“Suka ada barang-barang promo di toko sembako abdi, toko sembako abdi juga suka sediakan barang-barang terbaru dengan kualitas baik tapi harga lebih murah Misalnya, baru-baru ini ada beras baru yang di jual di toko sembako abdi yaitu beras cap jambu, kualitas tidak kalah bagus dengan beras-beras lain yang sudah ada di toko sembakoabdi tapi harga lebih murah.”(Wawancara Nopi: 2022)

Hal Serupa dengan yang di sampaikan Bapak Taufik Almasari dan Saudari Nopi juga di perkuat oleh Ibu Leni selaku pelanggan Toko Sembako Abdi, yang menyatakan bahwa:

“Kalau barang itu hampir sama saja dengan toko-toko lain tapi toko sembako abdi suka memberikan solusi untuk kami yang berdagang kembali, misalnya beras yang biasanya kami pakai sedang naik, biasanya toko sembako abdi akan menawarkan beras merk lain yang kualitas nya sama baik tapi harga lebih murah dari beras yang biasa kami pakai yang lagi naik tadi.”(wawancara Leni:2022)

Hal itu diperkuat oleh Bapak Arya selaku Pelanggan Toko Sembako Abdi bahwa:”
Saya suka di tawarin barang-barang yang lagi ada promo atau barang-barang yang setiap pembeliannya dapat hadiah. Cara membayar juga di permudah, bisa transfer atau saya kasih ke karyawan toko sembako abdi yang mengantarkan barang. Atau langsung saya berika ke kak taufik yang punya toko sembako abdi kalau memang lagi dia sendiri yang mengantarkan barangnya. (wawancara Arya: 2022)

Dari beberapa wawancara di atas dapat memberikan gambaran bahwa strategi differentiation yang di lakukan Toko Sembako Abdi salah satunya adalah dengan cara memberikan solusi untuk para pelanggan dalam menghadapi perubahan harga pada barang yang biasa di beli dengan meberikan produk dengan merk lain yang juga memiliki kualitas yang baik, menawarkan barang-barang promo kepada para pelanggan dan memberikan kemudahan kepada para pelanggan untuk sistem pembayaran dan pemesanan barang.

3. Fokus Diferensiasi

Strategi fokus memilih dua varian. Dalam fokus biaya perusahaan mengupayakan keunggulan biaya dalam segmen sasarannya, sementara dalam fokus diferensiasi perusahaan mengusahakan diferensiasi dalam segmen sasarannya. fokus diferensiasi menggali kebutuhan khusus pembeli dalam segmen tertentu. (Michael E. Porter: 30)

Berdasarkan wawancara bapak taufik selaku pemilik toko sembako Abdi menyatakan bahwa: “*untuk pelanggan yang berada di luar wilayah kecamatan cambai, yang membeli barang di toko sembako abdi untuk di jual kembali di usaha toko sembako miliknya, kami menawarkan bisa langsung menimbangkan bahan pokok seperti gula, minyak curah, gandum, sagu dan lain-lain. Yang memang biasa dalam toko sembako harus di timbang, ini memdahkan pelanggan kami yang tidak perlu bersusah payah lagi untuk menimbang bahan-bahan pokok tadi. Walaupun kamisedikit membedakan harga nya namun tetap harga yang kami berikan lebih rendah dan masih tetap menguntungkan jika pelanggan kami menjual bahan pokok tersebut di toko sembako miliknya.*”

Hal ini juga di perkuat oleh Saudari Nopi selaku Karyawan Toko Sembako Abdi, mengatakan bahwa:

“*Kami juga suka di minta untuk menimbangkan bahan pokok untuk pelanggan. Mislanya gandum, saat pengantaran tidak lagi dalam bentuk 1 karung gandum tapi sudah di timbangkan, misalnya yang berat ny 1 kg dan lain-lain.*”

Hal ini di benarkan oleh Bapak Riko Selaku Pelanggan Toko Sembako Abdi, yang mengatakan bahwa:

“Selain itu, saya juga bisa memesan barang kebutuhan pokok yang sudah di timbangkan oleh toko sembako abdi. Misalnya saja, gula pasir, toko sembako abdi biasa menimbangkan saya gula dalam berat yang berbeda-beda jadi saya tidak perlu repot-repot lagi menimbang gula yang saya beli. Bisa langsung saya pajang dan jual di tokosembako saya.”

Hal ini dapat memberikan gambaran bahwa strategi fokus yang di lakukan Toko Sembako Abdi adalah fokus Diferensiasi dengan cara meberikan pelayanan yang berbeda untuk suatu segmen pasar tertentu yaitu pelanggan yang berada di luar wilayah Kecamatan Cambai.

Analisis Strategi Bersaing dalam Prespektif Etika Bisnis Islam

Prinsip Kesatuan/Tauhid/Keesaan

Tauhid merupakan wacana teologis yang mendasari segala aktivitas manusia, termasuk kegiatan bisnis. Tauhid menyadarkan manusia sebagai makhluk *ilahiyyah*, sosok mahluk yang bertuhan. Dengan demikian, kegiatan bisnis manusia tidak terlepas dari pengawasan tuhan, dan dalam rangka melaksanakan titah tuhan. Konsep keesaan/ketauhidan menggabungkan kedalam sifat homogen semua aspek yang berbeda-beda dalam kehidupan seorang muslim.

Prinsip keadilan/keseimbangan

Penerapan konsep keseimbangan dalam etika bisnis, dimana prinsip keseimbangan atau kesetaraan berlaku baik secara harfiah maupun kias dalam dunia bisnis. Selain itu penerapan keseimbangan dalam etika bisnis yang lain adalah transaksi dalam bisnis harus seimbang, yaitu transaksi yang setara dan adil. Mengekang sikap serakah untuk memiliki barang- barang.

Prinsip Kebenaran

Dalam menjalankan profesinya Nabi tidak pernah sekalipun melakukan kebohongan atau berpihak kepada salah satu yang berpekara, namun sebaliknya mengajarkan agar melakukan profesinya dengan kebenaran dan kejujuran.

Prinsip Kehendak Bebas

Dari uraian diatas prinsip kebebasan dalam etika bisnis Islam mutlak untuk dikembangkan dan dijamin pelaksanaannya sehingga akan terjaminnya keutuhan dalam masyarakat yang pluaristik, dan harus sesuai dengan prinsip Islam yaitu melaksanakan yang benar dan menghapus atau menghindari yang salah.

Prinsip Tanggung Jawab

Pertanggung jawaban berarti, bahwa manusia sebagai pelaku bisnis, mempunyai

tanggung jawab moral kepada Tuhan atas perilaku bisnis. Harta sebagai komoditi bisnis dalam Islam, adalah amanah Tuhan yang harus dipertanggung jawabkan dihadapan Tuhan. Untuk memenuhi keadilan, kebenaran, dan kehendak bebas maka perlu adanya pertanggung jawaban dalam tindakannya. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yangdilakukannya.

Berdasarkan uraian di atas Strategi Bersaing yang di lakukan pada Toko Sembako Abdi menurut peneliti sudah berdasarkan prinsip strategi bersaing dalam perspektif etika bisnis islam.

Hal ini di perkuat dari wawancara yang peneliti lakukan dengan Bapak Taufik Almasari sebagai pemilik Toko Sembako Abdi.

“Pasti di berikan waktu untuk karyawan shalat dan istirahat, terutama pada saat jam istirahat makan siang. Tapi tetap bergantian karna tidak mungkin semua karyawan meninggalkan toko untuk makan, istirahat dan shalat. Untuk pengantaran barang sendiri kami tidak akan menerima pengantaran jika dalam jam istirahat makan siang. Kami akan melakukan pengantaran barang lagi setelah jam makan siang. Untuk upah (gaji) sudah pasti kami berikan setiap bulan nya karna itu sudah menjadi kewajiban kami kepada karyawan dan sudah menjadi hak karyawan untuk mendapatkan upah (gaji) karena sudah bekerja di toko sembako kami.

“Untuk bonus sendiri untuk keadaan-keadaan tertentu kami akan berikan bonus untuk karyawan-karyawan kami. kami sangat memperhatikan kualitas dari setiap barang yang kami jual. Walaupun kami menjual harga dengan harga yang lebih murah tapi kualitas harus tetap baik. Inovasi adalah salah satu cara untuk bersaing, kami pasti melakukannya agar kami mampu bertahan dalam persaingan usaha ini. Seperti yang sudah dijelaskan tadi kami berusaha memberikan pelayanan yang unik dan berbeda agar dalam strategi kami untuk bersaing. Tapi walaupun begitu kami pasti tetap melakukannya dengan cara-cara yang benar dan baik.”

Kami menyediakan tempat sampah cukup besar di depan toko sembako kami. Agar bisa cukup menampung sampah-sampah toko sembako kami. Dan setiap sebelum menutup toko kami pasti meminta karywan untuk melakukan pemberisihan sampah-sampah di sekitar toko, sampah di masukkan ke dalam karung dan di letakkan di tempat sampah. Nanti akan ada petugas sampah yang datang mengambil sampah yang sudah di kumpulkan di tempat sampah tadi. Jadi pada saat hujan sampah-sampah tidak akan menyumbat selokan yang ada di depan toko dan mengganggu kebersihan lingkungan sekitar (Wawancara Taufik: 2022)

Hal ini di benarkan oleh saudari Nopi selaku karyawan Toko Sembako Abdi, yang

mengatakan bahwa:

“Kami di berikan waktu bergantian untuk istirahat makan dan shalat. Setiap awal bulan kami mendapat kan gaji. Untuk bonus juga ada tapi jika keadaan-keadaan tertentu saja dapatnya. Kami selalu di minta dan di arahkan untuk mengecek terelebih dahulu setiap barang yang ada agar kualitas barang yang di berikan tetap baik. Misalnya, memperhatikan setiap masa exp yang ada di toko. Agar barang yang exp tidak terjual. pelayanan yang di berikan baik dan dengan cara yang benar. Kami selalau mengumpulkan sampah yangada. Setiap malam ketika sudah mau jam tutup toko karyawan di minta untuk mebersihkan lingkungan toko dan mengumpulkan sampah.

KESIMPULAN

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa Strategi bersaing yang diterapkan pada Toko Sembako Abdi ini begitu baik, dengan 3 strategi Generik seperti a) Keunggulan Biaya yang dilakukan oleh Toko Sembako Abdi selain dengan harga yang murah juga dengan memberikan potongan harga kepada para pelanggannya. b) Differentiation yang dilakukan oleh Toko Sembako Abdi dengan cara memberikan solusi kepada para pelanggan dalam menghadapi perubahan harga pada barang yang biasa di beli dengan meberikan produk yang samahnya saja dengan merk baru tetapi memiliki kualitas yang baik. Cara lainnya adalah dengan memberikan pelayanan yang berbeda dan unik. c) Fokus Diferensiasi dengan cara meberikan pelayanan yang berbeda untuk suatu segmen pasar tertentu yaitu pelanggan yang berada di luar wilayah Kecamatan Cambai.

Penerapan strategi bersaing dalam Perspektif Etika Bisnis Islam pada Toko Sembako Abdi sudah berdasarkan Prinsip Strategi Bersaing dalam perspektif etika bisnis islam, seperti : Prinsip Kesatuan/Tauhid/Keesaan, memberikan waktu untuk karyawan istirahat dan shalat, jujur dalam berbisnis. Prinsip keadilan/keseimbangan, memberikan gaji dan bonus kepada karyawan, memberikan kualitas yang baik untuk barang-barang yang dijual, Prinsip Kebenaran, berbisnis dengan cara yang baik dan benar, prinsip Kehendak Bebas, melakukan inovasi dalam berbisnis namun tetap baik dalam islam. Prinsip Tanggung Jawab, bertanggung jawab atas kenyamanan pelanggan dan lingkungan sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Mustaq. 2003. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar
- Azis Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.

- Christine M Fuad. H. (et. al), 2003. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: GramediaPustaka Utama
- Khoiruddin Madnasir dan. 2012. *Etika Bisnis Dalam Islam*. FakultasSayariah IAIN Raden Intan Bandar Lampung.
- Moleong Lexi J. 1993. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Unit Penerbit danPercetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Porter Michael E. *Competitive Advantage. Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Menciptakan dan mempertahankan Kinerja Unggul*. Jakarta: Karisma Publishing Group.
- Wibowo Meidi. *Efisiensi Perusahaan Melalui Penerapan ManajemenProses Bisnis*. Jakarta: PT Grasindo. 2004

