REPOSITORI IAIN KUDUS

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Perusahaan

a. Nama : Minimarket Sumber Agung
b. Pemilik : Bapak Zuhri
c. Tahun berdiri : 2010
d. Alamat perusahaan :Jl. Kramat No.24, Karang, Jekulo, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah.
e. Bidang usaha : Ritel
f. Jumlah karyawan : 12 orang

2. Sejarah Berdirinya Minimarket Sumber Agung

Minimarket Sumber Agung terletak di Kecamatan Jekulo Kudus. UKM yang bergerak di bidang ritel ini berbasis skala menengah ke bawah yang bertujuan untuk mempermudah masyarakat sekitar untuk membeli kebutuhan sehari hari mereka.

Minimarket Sumber Agung bermula dari toko kelontong yang berdiri di pasar tradisional. Minimarket Sumber Agung terletak di Jl. Kramat No.24, Karang, Jekulo, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah. Akan tetapi pada tahun 2010, pemiliknya membangunnya menjadi lebih besar dengan mengusung konsep modern market dan menambah barang-barang yang dijualnya. Selain itu penempatan produk menggunakan rak bertingkat pada minimarket umumnya. [55]

Minimarket Sumber Agung adalah bisnis ritel yang menyediakan kebutuhan hidup manusia sehari hari. Produk yang dijual adalah kelengkapan rumah tangga seperti sembako, makanan ringan, minuman, kosmetik, perlengkapan mandi , sekolah serta mainan. Yang

[55]Hasil wawancara dengan pemilik minimarket Sumber Agung bapak Zuhri pada tanggal 14 September 2018

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

paling penting produk yang dijual minimarket ini adalah produk halal dan memiliki ijin pemerintah.

3. **Visi dan Misi Minimarket Sumber Agung Jekulo**

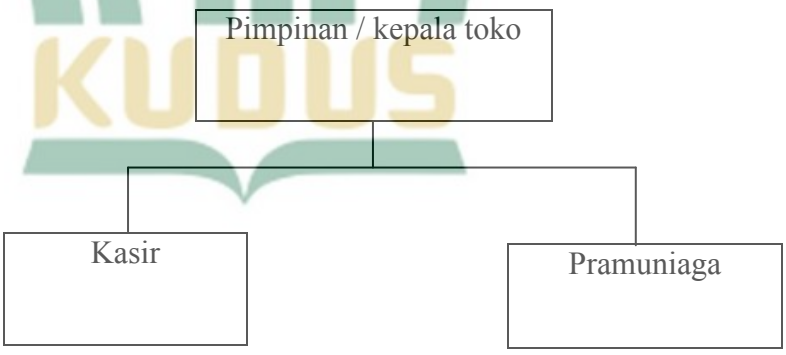
Visi adalah suatu pandangan jauh tentang perusahaan, tujuan-tujuan perusahaan dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut. Visi merupakan hal yang paling krusial perusahaan untuk menjamin kelestarian dan kesuksesan jangka panjang. Sedangkan misi adalah perntanyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh lembaga dalam usahanya dalam mewujudkan visi. Jadi misi merupakan sesuatu yang nyata untuk dituju serta dapat memberikan petunjuk garis besar cara pencapaian visi.

Adapun yang menjadi visi minimarket ini adalah menjadi minimarket yang berkualitas dan selalu di hati konsumen. Sedangkan misi minimarket ini adalah melayani lebih dekat dengan masyarakat luasdan memenuhi kebutuhan mereka

4. **Struktur Organisasi**

Struktur Organisasi Minimarket Sumber Agung

Gambar 4.1
Struk Struktur Organisasi Minimarket Sumber Agung



Keterangan:

Pemilik : Zuhri

Kasir :

1. Fitri
2. Ambar

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Pramuniaga :

1. Risna
2. Aisyah
3. Isti
4. Nurul
5. Istiqomah
6. Wiji
7. Eko[56]

Adapun rincian tugas dan setiap bagian dari organisasi minimarket Sumber Agung yaitu sebagai berikut:

a. Pimpinan / pemilik toko

Pimpinan atau kepala toko adalah bapak Zuhri. Pimpinan atau kepala toko mempunyai tugas sebagai berikut:

1) Mengkoordinir dan menjalankan semua kegiatan operasional
2) Mengkoordinir dan mengelola bawahan sesuai dengan budaya perusahaan
3) Melakukan evaluasi berkiatan dengan pelaksanaan tugas-tugas operasional sehari hari

b. Kasir

Minimarket Sumber Agung memiliki 2 orang. Tugas kasir yaitu sebagai berikut:

1) Melakukan proses transaksi penjualan barang
2) Memberikan pelayanan kepada pelanggan
3) Mencatat pemasukan dan pengeluaran

[56]Hasil wawancara dengan pemilik minimarket Sumber Agung bapak Zuhri pada tanggal 12 September 2018

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

c. Karyawan

Minimarket Sumber Agung memiliki 12 karyawan. Adapun tugasnya sebagai berikut:

1) Memberikan pelayanan kepada pelanggan
2) Menjelaskan tiap bagian atau tempat produk yang dicarioleh pembeli
3) Melaksanakan kebersihan
4) Melakukan pengawasan dan pencegahan barang hilang[57]

5. Waktu Operasional

Waktu operasional adalah waktu dimana kegiatan inti dari suatu bisnis atau organisasi untuk menghasilkan pendapatan serta untuk tetap terus menjalankan aktivitas bisnis. Waktu operasional minimarket Sumber Agung di bagi menjadi 2 sift. Sift pertama mulai pukul 07.00-16.00 sedangkan shift kedua mulai pukul 14.00-21.00.[58]

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Data Mengenai Penerapan Strategi Bersaing Generik Di Minimarket Sumber Agung Jekulo Kudus

Sebelum menerapkan strategi bersaing generik, terlebih dahulu membaca kekuatan kompetitif.

Wawancara dengan pemilik minimarket Sumber Agung Bapak Zuhri tentang strategi generik.

> "Untuk menciptakan loyalitas pada konsumen kami menggunakan strategi yg mengacu pada harga kompetitor dan pelayanan yang memuaskan dan beberapa fasilitas yang lengkap. Dengan memberikan harga yang murah serta barang yang lengkap, diharapkan pengunjung dapat puas belanja di minimarket kami"[59]

[57]Hasil wawanacara dengan Mbak Ambar selaku karyawan di Minimarket Sumber Agung Jekulo pada 14 September 2018

[58]Hasil observasi minimarket Sumber Agung pada tanggal 14 September 2018

[59]Hasil wawancara dengan pemilik minimarket Sumber Agung bapak Zuhri pada tanggal 14 September 2018

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Strategi ini sudah dijalankan sejak minimarket ini didirikan. Pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab pada minimarket Sumber Agung juga sangatlah sederhana. Pembagian dilakukan sesuai dengan keahlian masing-masing karyawan. Untuk pengaturan jam kerja karyawan adalah sesuai dengan jam operasional minimarket ini yaitu dari pukul 7 pagi sampai dengan pukul 9 malam dari hari Senin sampai dengan Minggu.

Penerapan strategi generik Porter dalam menciptakan loyalitas konsumen pada bisnis ritel sangat penting terutama pada minimarket Sumber Agung Jekulo Kudus ini. Metode generik *Porter* digunakan untuk memperoleh keunggulan bersaing agar dapat menciptakan loyalitas pelanggan di minimarket ini. Strategi generik yang ada di minimarket ini adalah:

a. Strategi kepemimpinan biaya

Strategi kepemimpinan biaya adalah strategi yang dgunakan organisasi apabila organisasi ingin menjadi pemimpin pasar berbasis biaya rendah dengan basis pelanggan yang luas. Biaya disini merupakan total biaya pembelian stok barang dari pemasok dan bukan pada harga jual.

Wawancara dengan Bapak Zuhri selaku pemilik mengenai strategi kepemimpinan biaya.

> "dalam menciptakan loyalitas konsumen yakni mmberikan harga yang kompetitif dengan menekankan biaya operasional serta menjual dengan harga yang lebih murah namun masih bisa mendapatkan keuntungan"[60]

Pada strategi ini minimarket sumber agung berfokus bagaimana perrusahaan mampu membeli stok barang dari pemasok dengan biaya yang rendah.

[60]Hasil wawancara dengan pemilik minimarket Sumber Agung bapak Zuhri pada tanggal 12 September 2018

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Seperti yang dituturkan oleh Bapak Zuhri.

> "kami memperbesar persediaan stok barang barang dari pemasok lebih banyak sehingga mendapatkan harga yang lebih murah dengan begitu kami dapat menjual barang lebih murah sehingga mendapatkan basis pelanggan yang luas"

Dengan demikian minimarket sumber agung dapat menjual barang kepada konsumen lebih murah dibanding pesaingnya, tetapi masih bisa menghasilkan keuntungan.

b. Strategi diferensiasi

Perusahaan akan menggunakan strategi diferensiasi apabila ingin bersaing dengan pesaingnya dalam hal keunikan produk yang ditawarkan. Keunikan tersebut dapat dilihat dari ciri produk yang mang menawarkan nilai nilai yang dicari konsumen sehingga menjadikan produk tersebut unik dan berbeda di mata konsumen. Konsumen akan rela membayar dengan harga premium bagi produk produkyang dipersepsikan sebgai produk yang unik dan berbeda olehnya. Diferensiasi dapat dilakukan dengan banyak bentuk, seperti diferensiasidalam gengsi, teknologi, inivasi, fitur, jasa pelayanan pelanggan dan jaringan dealer.

Diferensiasi (differentiation) atau pembeda adalah sebuah strategi yang bertujuan menghasilkan produk yang dianggap unik atau berbeda di industri dan diarahkan kepada konsumen yang relatif peka terhadap fitur atau kualitas dan harga. Hal ini akan membantu produsen bersaing dalam hal kualitas produk dengan menjamin kualitas produk, citra yang baik, dan fitur yang bagus dan unik yang membedakan dengan pesaingnya, yang ditujukan untuk membangun loyalitas pelanggan. Karena jika loyalitas pelanggan sudah terbangun, maka harga setinggi apapun tidak akan berpengruh pada konsumen.

Strategi ini dapat membantu produsen bersaing dalam segi kualitas produk, jika kualitas produk yang diproduksi baik dan

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

tinggi, maka pelanggan tidak akan beralih kepada produk yang menawarkan harga murah sekalipun banyak produk-produk yang harganya murah tapi jika dilihat kualitasnya masih kalah dengan produk lokal.

Wawancara dengan Bapak Zuhri selaku pemilik minimarket Sumber Agung tentang diferensiasi.

> "strategi pembeda yang diterapkan di sini diantanranya memberikan fasilitas yang berbeda dengan minimarket sekitar lainnya seperti menyediakan transaksi virtual BRI-link dan BNI serta undian hadiah yang dilaksankan 3 bulan sekali dan juga kelengkapan barang agar pembeli bisa langsung membeli semua kebutuhan di sini"[61]

c. Strategi fokus

Dengan menggunakan strategi fokus, organisasi berkonsentrasi pada pasar regional atau kelompok pembeli khusus. Kesuksesan denga strategi fokus terletak pada kemampuan perusahaan untuk menemukan segmen-segmen yang memiliki kebutuhan yang unik atau mengalokasikan segmen yang dilayaninya dengan buruk oleh para pesaing industri lainnya.

Perusahaan dapat menciptakan nilai bagi pelanggan dalam segmen pasar yang unik dan spesifik dengan menggunakan satu dari dua strategi fokus yang berbeda yakni kepemimpinan biaya fokus dan diferensiasi fokus

Wawancara dengan Bapak Zuhri selaku pemilik minimarket Sumber Agung mengenai strategi fokus.

> "dalam usaha khususnya di bidang ritel kita harus jeli akan kebutuhan konsumen karena semakin berkembangnya gaya hidup di era modern ini, maka untuk terciptanya loyalitas kami menfokuskan pada keinginan konsumen dan selalu berinovasi."

[61]Hasil wawancara dengan pemilik minimarket Sumber Agung bapak Zuhri pada tanggal 25 September 2018

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

2. Data Loyalitas Konsumen di Minimarket Sumber Agung Jekulo Kudus

Loyalitas konsumen adalah kesetiaan pelanggan dalam mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Loyalitas konsumen terbentuk karena adanya kepuasan dari suatu produk atau jasa yang diberikan. Dengan pelayanan yang baik akan membuatcitra yang baik bagi minimarket sehingga pelanggan tetap membeli dan menjadi pelanggan yang loyal.

Bapak Zuhri menjelaskan:

> "Ada rata-rata 300 transaksi per harinya yang ada di minimarket Sumber Agung Jekulo ini"[62]

Hasil wawancara dengan beberapa konsumen yang menjelaskan alasan-alasan mereka memilih menjadi pelanggan yang loyal di minimarket Sumber Agung Jekulo Kudus.

Wawancara dengan Bapak Nonok, pelanggan di minimarket Sumber Agung Jekulo Kudus, beliau menjelaskan bahwa:

> "Sudah sejak berdirinya minimarket ini, sebelum sebesar ini saya setiap harinya membeli rokok dan kebutuhan rumah tangga lainnya, mungkin bisa sampai dua kali sehari kesini, dimalam hari saya sering mengobrol dengan teman saya di sini sambil bersantai, pelayannya juga ramah-ramah. Saya sudah akrab dengan pelayan di sini dan sudah nyaman beli di minimarket ini"[63]

Wawancara dengan Ibu Ria, pelanggan di minimarket Sumber Agung Jekulo Kudus, beliau menjelaskan bahwa:

> "Sudah lama saya berlangganan di sini kira-kira 5 tahunan, setiap 2 minggu sekali saya belanja ke sini membeli kebutuhan rumah tangga seperti minyak, sabun, kebutuhan anak saya terkadang sehabis pulang kerja sekalian lewat saya membeli beberapa makanan dan minuman ringan dan juga kosmetik di sini"[64]

---

[62] Hasil wawancara dengan pemilik minimarket Sumber Agung bapak Zuhri pada tanggal 25 September 2018

[63] Hasil wawancara dengan pemilik minimarket Sumber Agung bapak Zuhri pada tanggal 25 September 2018

[64] Hasil wawancara dengan pemilik minimarket Sumber Agung bapak Zuhri pada tanggal 25 September 2018

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Wawancara dengan Ibu Yuli, pelanggan di minimarket Sumber Agung Jekulo Kudus, Ibu Yuli menjelaskan bahwa:

> "Saya senang belanja di sini karena harganya yang murah dan tempatnya nyaman, saya membeli kebutuhan keluarga sebulan sekali terkadang dua kali mengajak anak-anak saya kesini membeli alat tulis serta mainan. Kadang-kadang juga saya melakukan transfer di sini, pelayannya juga ramah "[65]

Wawancara dengan Bapak Joko, pelanggan di minimarket Sumber Agung Jekulo Kudus, beliau menjelaskan bahwa:

> "Sudah lama Mbak, 5 tahunan lebih saya berlangganan. Saya sering mengajak keluarga saya ke sini, apalagi dulu ada tempat bermain, anak-anak suka kesini sambil menunggu istri saya belanja kebutuhan sehari-hari. Saya juga terkadang melakukan penarikan uang di sini"[66]

Wawancara dengan Bapak Joko, pelanggan di minimarket Sumber Agung Jekulo Kudus, beliau menjelaskan bahwa:

> "Saya sering belanja kesini mbak, apalagi kalau habis gajian saya sering mengajak anak untuk membeli beberapa peralatan sekolah dan makanan ringan dan ibunya membeli perlengkapan rumah tangga"[67]

Wawancara dengan mbak Eni, pelanggan di minimarket Sumber Agung Jekulo Kudus, mbak Eni mengatakan bahwa:

> "saya belanja di sinii sudah sekitar 5 tahun mbak, dulu ada arena bermain anak, jadi saya sering kesini sama anak-anak tiap seminggu sekali, sejauh ini saya puas dengan pelayana dan fasilitas di sini"[68]

[65] Hasil wawancara dengan pemilik minimarket Sumber Agung bapak Zuhri pada tanggal 25 September 2018

[66] Hasil wawancara dengan pemilik minimarket Sumber Agung bapak Zuhri pada tanggal 25 September 2018

[67] Hasil wawancara dengan pemilik minimarket Sumber Agung bapak Zuhri pada tanggal 25 September 2018

[68] Hasil wawancara dengan pemilik minimarket Sumber Agung bapak Zuhri pada tanggal 25 September 2018

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Berikut beberapa masukan dari beberapa pelanggan di minimarket Sumber Agung Jekulo Kudus.

Bapak Nonok menjelaskan:

> "Diperbanyak lagi barangnya, dilengkapi agar bisa sekali membeli segala kebutuhan di sini"[69]

Mbak Eni menjeskan.

> "kalau bisa aneka bermainnya ada lagi seperti mandi bola dan lainnya agar anak lebih senang dan pasti banyak pengunjung yang membeli di sini."[70]

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa loyalitas konsumen di minimarket Sumber Agung ini cukup baik, melihat kesan positif dari para pembeli serta masukan yang diberikan untuk kemajuan minimarket Sumber Agung Jekulo Kudus.

3. Data Strategi Bersaing Generik dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Perspektif Islam di Minimarket Sumber Agung Jekulo Kudus

Dalam menerapkan strategi bersaing generik untuk menciptakan loyalitas konsumen. Pemilik minimarket Sumber Agung ini tidak melupakan norma agama dalam menjalankan bisnisnya seperti yang dituturkan oleh Bapak Zuhri:

> "Strategi bersaing yang dilakukan juga berbasis Islami. Kami sangat mengedapankan rahmat dan ridha Allah. Salahsatunya untuk produk yang kami jual haruslah halal dan thoyyib. Produk yang bernilai tambah tinggi dan memuaskan masyarakat. Dan juga kami selalu mengecek tanggal kadaluarsa agar tetap terjamin baik dikonsumsi untuk makanan dan minuman"[71]

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa dalam menjalankan usahanya, Bapak Zuhri tidak memikirkan dunia atau keuntungan saja melainkan juga akhirat. Dalam menerapkan strategi bersaing,

[69] Hasil wawancara dengan pemilik minimarket Sumber Agung bapak Zuhri pada tanggal 25 September 2018

[70] Hasil wawancara dengan pemilik minimarket Sumber Agung bapak Zuhri pada tanggal 25 September 2018

[71] Hasil wawancara dengan pemilik minimarket Sumber Agung bapakZuhri pada tanggal 12 September 2018

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

minimarket ini tidak meninggalkan aspek kejujuran dan tanggung jawab.

Berdasarkan observasi yang dilakukan, minimarket Sumber Agung ini juga tidak meninggalkan strategi pelayanan yang tidak meninggalkan syariat Islam. Pelayanan yang ramah tanpa meninggalkan syariat dilakukan para karyawan yakni memakai pakaian yang yang sopan berseragam serta menutup aurat.

C. Analisis Pembahasan

1. Analisis Strategi Bersaing Generik di Minimarket Sumber Agung Jekulo Kudus

Strategi bersaing generik adalah pendekatan yang dilakukan untuk mengungguli pesaing–pesaingnya dalam industri, dimana dalam struktur industri tertentu.[72]

Berdasarkan hasil data penelitian, dapat dianalisis bahwa strategi bersaing yang efektif dapat meningkatkan loyalitas konmsumen di minimarker Sumber Agung adalah strategi generik Porter. Dengan menerapkan strategi generik dapat memiliki keunggulan bersaing yang memicu loyalitas pada konsumen.

Porter mengemukakan terdapat dua faktor yang diperhitungkan dalam menciptakan strategi bersaing yang tepat. Faktor pertama didasarkan pada keunggulan kompetitif organisasi. Keunggulan kompetitif hanya akan diperoleh lewat salah satu dari dua sumber yaitu menciptakan biaya rendah cost leadership atau menjadi berbeda dengan pesaingnya differentiation. Faktor kedua adalah cakupan produk pasar dimana organisasi saling bersaing satu sama lain dari pasar yang luas dan sempit.[73]

---

[72]Bernad E Silaban, *Analisis Strategi PT. XYZ dengan Model Michael Porter*,JurnalESENSI, Vol. No. 1/2006, Februari 2015, Hlm. 22.

[73]Mudradjat kuncoro hlm 90

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Strategi bersaing yang diterapkan minimarket Sumber Agung ini yakni:

a. Strategi kepemimpinan biaya

Adalah strategi yang digunakan organisasi apabila ingin menjadi pemimpin pasar berbasis biaya rendah dengan basis pelanggan yang luas. Pada strategi ini organisasi berfokus pada bagaimana perusahaan mampu mmproduksi barang dan jasa dengan biaya yang rendah. Perusahaan yang mampu menciptakan biaya produksi yang rendah tentu saja mampu menjual produknya dengan harga yang lebih rendah dari pesaing, tetapi masih bisa mnghasilkan keuntungan bagi perusahaannya. Persusahaan macaam ini tidak takut terhadap ancaman pesaing yang menurunkan harga.

Untuk memperoleh keunggulan biaya yaitu:

1) Memaksimalkan skala ekonomis

Peningkatan volume dapat memberikan biaya yang lebih murah dibanding volume yang lebih kecil karena biaya penelitian dan pengembangan serta pemasaranya dapat dibagi dengan volume penjualan yang lebih besar.

2) Belajar dari pengalaman

Pengalman dalam mengefisienkan pekerjaan, studi banding ke perusahaan yang mempunyai aktivitas sama, melakukan wawancara dengan pemasok, konsultan maupun mantan karawan pesaing untuk mengetahui kebijakannya. Perhatian manajemen tidak hanya mendapatksn laba, tapi juga menggunakannya untuk memodifikasi produksi.

3) Melakukan integritas usaha yang memiliki keterkaitan bisnis ritel modern, baik menyangkut pengadan stok barang dagangan maupun dari segi mempermudah proses pelayanan penjualan barang dagangan. Jika diperhatikan di lapangan terlihat bahwa pengusaha yang melakukan

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

integrasi bisnis lebih didominasi oleh pengusaha yang relatif kuat modal, karena untuk melakukan integrasi usaha membutuhkan investasi relatif cukup besar.

Dari hasil pantauan wawancara di lapangan diperoleh informasi beberapa pengusaha menggunakan pendekatan integritas dengan cara menyediakan transportasi pengadaan barang dagangan pada saat melakukan pembelian barang dagangan, hal ini dilakukan agar biaya yang dikeluarkan untuk membawa barang dagangan relatif lebih rendah bila dibandingkan angkutan sewa atau jasa angkutan.

b. Strategi diferensiasi

Strategi diferensiasi digunakan peritel mdern dimaksudkan mencipatakan suatu produk barang dagangan yang berbeda dengan pesaing yang ada, atau memiliki keunikan yang unggul dibanding pesaing ritel modern yang lain. Dengan memberikan keunikan terhadap atribut produk barang dagangan, peritel mengharapkan tercipta loyalitas dari konsumen atau pelanggan. Secara teoritis, keberhasilan peritel mengimplementasikan strategi diferensiasi dengan baik akan memunculkan keunikan dibanding pesaing yang ada dan pada akhirnya dapat menjadi alat untuk mencapai marginlaba yang lebih tinggi.

c. Strategi fokus

Strategi fokus dari biaya rendah dan diferensiasi merupakan serangkaian tindakan yang berkaitan dan dirancang untuk memproduksi atau menyampaikan barang atau jasa untuk melayani kebutuhan segmen pasar tertentu.

Tujuan strategi fokus adalah memberikan pelayanan segmen pembeli yang lebih baik dalam target celah pasar dengan lebih efektif atau efisien dibanding pesaing. Perusahaan dapat memberikan nilai bagi pelangga dalam segmen pasar

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

yang unik dan spesifik dengn memilih satu dari dua strategi fkus yang berbeda diantaranya:

1) Strategi fokus biaya rendah

Fokus segmennya adalah perusahaan melakukan pengurangan biaya dan efisiensi operasional, sehingga dapat menciptakan harga yang murah dan tetap nenperhatikan produk yang ditawakan.

2) Strategi fokus diferensiasi

Strategi fokus diferensiasi yakni strategi yang tepat untuk menghasilkan laba diatas rata-rata dalam suatu industri karena strategi ini menciptakan posisi yang aman untuk mengatasi kekuatan persaingan, meskipun dengan cara yang berbeda dari strategi keunggulan biaya.

Dalam penerapan strategi fokus, minimarket Sumber Agung menggunakan strategi fokus diferensiasi dengan menekankan pada fitur dan harga yang kompetitif untuk menjadi pembeda dengan pesaing.

Strategi fokus menjadi sangat menarik, jika mengikuti kondisi berikut:

a) Target segmen celah pasar cukup besar dan dapat menguntungkan serta memberikan pertumbuhan yang potensial.
b) Pemimpin industri tidak melihat kesuksesan yang berada di celah pasar sehingga membuat keadaan persaingan berkurang dari pemain pesaing utama.
c) Pesaing susah untuk meletakkan kapabilitas di tempat untuk memenuhi kebutuhan spesialisasi dari target ceruk pasar dan kepuasan harapan konsumen.
d) Ketika industri punya banyak celah dan segmen yang berbeda, menjadikan kekuatan persaingan bervariasi dan menyilang antar segmen, sehingga memberikan

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

perusahaan memilih celah persaingan yang menarik dengan menyesuaikan kekuatan sumber daya dan kapabilitas.

e) Sedikit para pesaing yang berusaha spesialisasi target segmen yang sama dengan kondisi tyang mengurangi risiko berebut segmen pasar.

f) Penyedia fokus dapat bersaing secar efektif melawan penantang berdasarkan kapabilitas dan sumber daya yan memberikan target celah pasar dan goodwill pelanggan yang mungkin terbentuk,

Resiko strategi penyedia fokus meliputi:

a) Pesaing dapat melakukan fokus pada segmen kompetitif yang lebih sempit, dengan menemukan cara yang lebih efektif untuk melayani fokus perusahaan.

b) Segmen pasar yang dilayani oleh strategi fokus adalah atraktif dan berharga untuk disaingi, sehingga sangat potensial bagi pesaing untuk memenuhi kebutuhannya sehingga segmen pasar menjadi sangat menarik, persaingan secara intensif.

c) Kebutuhan konsumen pada segmen pasar yang sempit dapat serupa dengan pelanggan pada umumnya sehingga keunggulan strategi fokus dapat menjadi berkurang atau hilang sama sekali karena banyaknya pesaing yang menawarkan keunikan yang sama.

Tantangan strategi bersaing baik keunggulan biaya rendah, diferensiasi , biaya terbaik, fokus biaya rendah atau fokus diferensiasi adalah membuat keunggulan bersaing perusahaan. Keunggulan bersaing datang dari posisi perusahaan dalam persaingan. Untuk mencapai keunggulan biaya rendah, perusahaan harus mempunyai kemamupuan yang lebih dalam mengendalikan struktur pendorong biaya dan harus

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

menemukan cara yang novatif untuk menghemat biaya dalam rantai nilai.

Strategi diferensiasi dapat menghasilkan keunggulan bersaing dengan mengkombinasikan atributb dan fitur ke dalam produk atau jasa yang perusahaan tawarkan dibanding yang dimiliki pesaing. Agar keunggulan dapat berkelanjutan, diferensiasi harus berkaitan dengan keahlian yang unik, kompetetensi inti, kapabilitas dan sumber daya yang tidak mudah disamai pesaing.

Strategi penyedia biaya terbaik mengkombinsikan startegi yang menekankan biaya rendah denga strategi yang memberikan kualitas, layanan, fitur dan kinerja yang mendekati pesaing yang menekankan biaya dalm mengkombinasikannya.

2. Analisis Loyalitas Konsumen di Minimarket Sumber Agung Jekulo Kudus

Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatumerek atau toko berdasarkan sikap yang sangat positif dantercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Konsumen yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya. Konsumen yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

a. Melakukan pembelian secara teratur

Loyalitas pelanggan di minimarket Sumber Agung Jekulo Kudus semakin meningkat, hal itu terbukti karena adanya jumlah pengunjung yang melakukan transaksi yang meningkat dan adanya konsistennya para pelanggan untuk membeli setiap harinya. Terutama pada pembelian cemilan, kebutuhan keluarga dan kosmetik. Bahkan dalam sehari pelanggan melakukan pembelian lebih dari satu kali.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

b. Melakukan pembelian di semua lini produk atau jasa

Mayoritas pelanggan yang membeli lebih dari satu produk. Mengingat Sumber Agung ini menyediakan berbagai kebutuhan serta layanan jasa, para pembeli tentunya tidak hanya membeli satu produk saja. Dengan penataan rak, kelengkapan barang serta harga yang relatif murah, hal ini membuat pembeli ingin membeli sekaligus kebutuhannya di minimarket Sumber Agung Jekulo. Jasa yang ditawarkan seperti menyediakan jasa tarik tunai, transfer, bayar listrik, isi pulsa, dan bayar cicilan ini juga semakin membuat para konsumen puas.

c. Merekomendasikan produk lain

Pelanggan yang sudah bertahun-tahun berlangganan di minimarket Sumber Agung Jekulo Kudus sudah pasti mengenal betul bagaimanafasilitas dan pelayanannya, mereka yang puas dan loyal ini pastinyaakan memberikan kritik dan saran untuk kemajuan minimarket ini. Parapelanggan yang sudah terbiasa akrab dengan pemilik dan karyawanmemberikan saran-saran yang baik, seperti merekomendasikan untukmenambah produk. Sehingga pelangganbisa lebih puas dengan kelengkapan produk di minimarket Sumber Agung Jekulo Kudus.

d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing

Ada banyak pelanggan tetap sudah bertahun-tahun berlangganmembeli di minimarket Sumber Agung Jekulo Kudus ini, meskipun ada toko atau minimarket yang lebih dekat darilokasi tempat tinggal namun mereka lebih memilih membeli di minimarket Sumber Agung Jekulo Kudus. Para pelanggantersebut mempertahankan loyalitasnya karena sudah percaya dan puas terhadap pelayanan yangdiberikan oleh minimarket Sumber Agung Jekulo.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

3. Analisis Strategi Bersaing Generik dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Perspektif Islam di Minimarket Sumber Agung Jekulo Kudus

Dari hasil wawancara mengenai startegi bersaing generik, minimarket Sumber Agung ini menerapkan strategi bersaing konvensional. Bukan hanya konvensional, minimarket ini ternyata juga menerapkan startegi bersaing islami.

Strategi bersaing yang diterapkan minimarket Sumber Agung ini yakni

a. Strategi kepemimpinan biaya

Perusahaan yang mampu menciptakan biaya produksi yang rendah tentu saja mampu menjual produknya dengan harga yang lebih rendah dari pesaing, tetapi masih bisa mnghasilkan keuntungan bagi perusahaannya. Perusahaan tidak takut terhadap ancaman pesaing yang menurunkan harga.

Dalam hal ini, minimarket Sumber Aguung sudah memberikan harga yang murah namun tetap wajar sehingga tidak mematikan harga pasar. Ini menunjukkan strategi generik yang di gunakan oleh minimarket ini masih dalam aturan Islam. Dengan mencantumkan label harga pada raknya, konsumen akan tahu sendiri berapa harga produk yang akan dibeli maka transaksi dianggap sah, karna tidak ada unsur paksaan. Sesuai dengan sariat Islam rela sama rela.

Dari hasil pantauan wawancara di lapangan diperoleh informasi beberapa pengusaha menggunakan pendekatan integritas dengan cara menyediakan transportasi pengadaan barang dagangan pada saat melakukan pembelian barang dagangan, hal ini dilakukan agar biaya yang dikeluarkan untuk membawa barang dagangan relatif lebih rendah bila dibandingkan angkutan sewa atau jasa angkutan.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

b. Strategi diferensiasi

Strategi diferensiasi digunakan peritel mdern dimaksudkan mencipatakan suatu produk barang dagangan yang berbeda dengan pesaing yang ada, atau memiliki keunikan yang unggul dibanding pesaing ritel modern yang lain. Dengan memberikan keunikan terhadap atribut produk barang dagangan, peritel mengharapkan tercipta loyalitas dari konsumen atau pelanggan. Secara teoritis, keberhasilan peritel mengimplementasikan strategi diferensiasi dengan baik akan memunculkan keunikan dibanding pesaing yang ada dan pada akhirnya dapat menjadi alat untuk mencapai margin laba yang lebih tinggi.

Pembeda seperti menyediakan transaksi virtual BRI-link dan BNI serta undian hadiah yang dilaksankan 3 bulan sekali dan juga kelengkapan barang agar pembeli bisa langsung membeli semua kebutuhan di sini. Ini memberika kepusan tersendiri bagi pelanggan. Mereka juga disuguhkan televisi dan tempat duduk untuk bersantai sambil menikmati makanan dan minuman yang mereka beli. Selain itu pelayanan yang ramah dan pakaian sopan menutup aurat diterapakan di minimarket ini.

Minimarket Sumber Agung mengedepankan nilai-nilai moral dan etika. Karena nilai-nilai dan etika adalah nilai yang brsifat universal, yang diajarkan oleh semua agama. Hal ini juga diterapkan oleh Minimarket Sumber Agung untuk menjalankan roda usahanya, dengan adanya nilai religius yang dimiliki oleh sumber daya manusianya yang cukup kuat religinya, maka akan memiliki etika yang cukup baik, seperti cara bertutur kata yang baik kepada pelanggan, ramah tamah, sopan santun dalam melayani pelanggan maupun distributor.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

c. Strategi fokus

Strategi fokus dari biaya rendah dan diferensiasi merupakan serangkaian tindakan yang berkaitan dan dirancang untuk memproduksi atau menyampaikan barang atau jasa untuk melayani kebutuhan segmen pasar tertentu.

Tujuan strategi fokus adalah memberikan pelayanan segmen pembeli yang lebih baik dalam target celah pasar dengan lebih efektif atau efisien dibanding pesaing.

Islam sebagai sebuah aturan hidup yang khas, telah memberikan aturan-aturannya untuk menghindarkan munculnya permasalahan akibat persaingan yang tidak sehat. bisnis syariah adalah bisnis yang dijalankanberlandasan syariah menganut keyakinan dan bersikap yang simpatikkepada semua relasi, bahkan terhadap pesaing, berlaku lemah lembut,sopan, jika bermitra dengan lawan. Rasulullah pernah bersabda "*SemogaAllah memberikan rahmat-Nya kepada orang yang murah hati (sopan)pada saat dia menjual,membeli atau saat dia menuntut haknya*" (Al-Hadis).[74]

Berdasarkan dari data yang peneliti peroleh dapat difokuskanbahwa penerapan strategi pada minimarket ditinjau dariperspektif syariah bahwa bisa dilakukan dengan melihat strategipasar sesuai dengan kebutuhan konsumen, dimana pihak minimarket menerapkan prinsip-prinsip bisnis syar'i dalam menjalankan strategi.

Ada 3 unsur yang perlu dicermati dalam membahas persaingan bisnis menurut Islam yaitu: pihak-pihak yang bersaing, cara persaingan dan produk yang dipersaingkan.[75]

---

[74]Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah,* Alfabeta, Bandung, hlm. 263.

[75]Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), hlm. 92-93

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

a. Pihak pihak yang bersaing

Manusia merupakan pusat pengendali persaingan bisnis. Ia akan menjalankan bisnisnya terkait dengan pandangannya tentang bisns yang digelutinya termasuk persaingan yang terjadi di dalamnya.

Tugas manusia adalah melakukan usaha untuk mendapatkan rejeki dengan cara yang sebaik baiknya. Salah satunya dengan jalan berbisnis, ia tidak akan takut kekurangan rejeki atau kehilangan rezeki hanya karena rezeki itu diambil pesaing.

Keyakinan bahwa rezeki semata mata datang dari Allah SWT akan menjadi kekuatan ruhiyah bagi seorang pebisnis muslim. Keyakinan ini menjadi landasan sikap tawakal yang kokoh dalam berbisnis. Selama berbisnis, ia senantiasa sandarkan segala sesuatunya kepada Allah, manakala bisnisnya memenangkan persaingan, ia bersyukur. Sebalikny, ketika terpuruk dalam bersaing, ia bersabar. Intinya, segala keadaan ia hadapai dengan sikap positif tanpa meninggalkan hal hal prinsip yang telah Allah perintahkan kepadanya.

Seorang muslim akan memandang bahwa bisnis hanyalah sebagai pelaksanaan perntah Allah untuk mencarikarunianya yang tersebar di seluruh penjuru bumi. Karena itu, tidak terpikir olehnya untuk menghalalkan segala cara untuk sekedar memenangkan persaingan,bagi seorang muslim persaingan adalah berebut menjadi yang terbaik, terbaik dalam produk yang bermutu, harga bersaing ‘tidak membanting harga’, maupun merugikan konsumen dan dengan pelayanan total.

b. Cara bersaing

Berbisnis adalah bagian dari muamalah. Karenanya, bisnis tidak terlepas dari hukum-hukum yang mengatur

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

masalah muamalah. Karenanya persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah islam

Dalam berbisnis, Bapak Zuhri dengan rekan rekan lain berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada mitra bisnisnya. Hanya saja, tidak mngkin bagi pebisnis muslim bahwa pelayanan terbaik itu diartikan juga memberikan servis dengan hal yang dilarang syariah.

Pemberian suap untuk memuluskan negoisasi jelas dilarang syariat ditinggalkan oleh Bapak Zuhri selaku pemilik minimarket Sumber Agung Jekulo. Minimarket ini tidak memberikan umpan perempuan, sebagaimana telah menjadi hal yang lumrah dalam praktik bisnis sekarang. Dalam berhubungan dengan rekan bisnis, setiap pebisnis muslim harus memperhatikan hukum-hukum islam yang berkaitan dengan akad-akad bisnis; dalam berakad, haruslah sesuai dengan sampel produk dengan kualitas yang sangat baik, padahal yang dikirmkan itu memiliki kualitas jelek.

Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang, Rasul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaing dagangnya. Itu bukan berarti Rasulullah berdagang seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya. Yang beliau lakukan adalah dengan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan menyebut spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk jika ada cacat pada barang tersebut. Secara alami, hal seperti itu ternyata justru mampu meningkatkan kualitas penjualan dan menarik para pembeli tanpa menghancurkan pedagang lainnya.

Bapak Zuhri menerapkan bersaing yang baik sebgaimana contoh di atas dan juga selalu muhasabah diri

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

nenyadari kekurangan dan memperbaiki kekurangan tersebut agar unggul dalam bersaing.

c. Produk yang (barang atau jasa) dipersaingkan

Beberapa keunggulan produk yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah sebagai berikut:

1) Produk

Produk usaha bisnis yang dipersaingkan baik barang maupun jasa minimarket ini halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitas terjamin dan berdaya saing.

2) Harga

Harga kompetitif. Dalam hal ini tidak dmembanting harga dengan tujuan menjauhkan pesaing.

3) Tempat

Tempat baik, bersih, sehat dan nyaman

4) Pelayanan

Pelayanan yang diberikan minimarket ini selalu ramah dan tidak mendekati maksiat.

5) Layanan purna jual

Layanan purna jual ini merupakan servis yang diberikan minimarket ini kepada konsumen untuk sesuai akad yang telah disepakati

Dengan demikian, dapat dipahami strategi bersaing generik pada minimarket Sumber Agung ditinjau dari perspektif bisnissyariah yaitu sudah baik, hal ini dapat dilihat dari sisi strategi hargaterbebas dari unsur riba, tidakmenjelek-jelekan pesaing, dan dilihat dari saluran distribusi bahwa pihak minimarket dalam memilih distributor benar-benar dapat dipercaya dan memiliki keagamaan yang kuat agar tidak ditipu, selain itumenyediakan tempat yang bersih dan rapi, seperti halnya hadist nabikebersihan sebagian dari iman(*Annadho fatu minal iman).*Bagi seorang

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

muslim, bisnis yang dia lakukan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan kepemilikan harta. Harta yang diperoleh tersebut merupakan karunia yang telah ditetapkan Allah. Rezeki tidak akan lari ke mana-mana. Bila bukan rejekinya, sekuat apa pun orang mengusahakannya, ia tidak akan mendapatkannya. Begitupun sebaliknya, seorang manusia tidak akan menemui ajalnya kecuali ia telah dicukupkan atas rejekinya. Tugas manusia adalah melakukan usaha untuk mendapatkan rejeki dengan cara yang sebiak-baiknya. Salah satunya dengan jalan berbisnis. Ia tidaak takut sedikitpun akan kekuraangan rejeki atau kehilangan rejeki hanya karen anggapan rejeki itu diambil pesaingnya.

Keyakinan bahwa semata-mata rejeki datangnya dari Allah SWT akan menjadi kekuatan ruhiyah bagi seorang pebisnis muslim. Keyakinan ini menjadi landasan sikap tawakal yang kokoh dalam berbisnis. Selama berbisnis, ia senantiasa sandarkan segala sesuatunya kepada allah. Manakala bisnisnya memnangkan persainga, ia bersyukur. Sebaliknya, ketika terpuruk dalam bersaing, ia bersabar. Intinya, segala keadaan ia hadapi dengan sikap positif tanpa meninggalkan hal-hal prinsip yang Allah perintahkan kepadanya. Insha Allah perasaan stres atau tertekan semestinya tidak menimpa pebisnis muslim.

Karenanya, seorang muslim akan memandang berbisnis sebagai pelaksanaan perintah Allah untuk bertebaran di muka bumi. Dalam mencari karunia-Nya. Karena itu tidak terpikir olehnya untuk menghalalkan segala cara untuk sekedar memenangkan persaingan. Baginya, yang disebut pesaingan adalah berebut yang terbaik. Terbaik di hadapan Allah yang dicapai dengan cara sekuat tenaga untuk tetap setia menanti setiap aturanNya dalam bbrbisnis, sedangan terbaik di hadapan manusia dengan menjalankan bisnis dengan produk yang bermutu, harga bersaing, dan dengan pelayanan total.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Dalam hal kerja, islam memerintahkan setiap muslim untu memiliki etos kerja yang tinggi, sebagaimana telah memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini, persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk meberikan sesuatauyang terbaik dari usaha bisnisnya.

Pemberian suap untuk memuluskan negisasi, misalnya, jelas dilarang syariat. Atau, dengan cara memeberi umpan perempuan, sebagaiman telah menjadi hal lumrah dalam praktik bisnis sekarang, juga dilarang.

Rasulullah saw memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang, rasul tidal pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaing dagangnya. Walaupun ini tidak berarti rasulullah berdagang seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya. Yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan menyebutkan spesifikasi barang yang dijual denga jujur termasuk jika ada cacat pada barang tersebut. Secara alami, al-hal seperti ini ternyata justru mampu meningkatkan kualitas penjualan dan menarik para pembeli tanpa menghancurkan pedagang lainnya.

REPOSITORI IAIN KUDUS