

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dunia bisnis adalah sebuah dunia yang dinamis, dengan segala dinamika persoalan dan tantangan yang harus dihadapi oleh pelakunya. Dunia bisnis juga merupakan salah satu sisi kehidupan manusia yang juga membutuhkan sebuah bukti empiris di lapangan dengan segala dinamikanya. Hal ini menjadi sebuah tantangan bagi pembisnis muslim bahwa dengan sistem syariah yang diyakini kebenarannya akan mampu bersaing dan memiliki strategi yang tepat untuk mengembangkan roda bisnis yang dijalaninya dalam persaingan dunia bisnis yang cenderung membolehkan segala cara untuk meraih keuntungan materi.¹ Selain melakukan bisnis dalam Islam harus menghindari beberapa hal yang diharamkan agar terhindar dari unsur riba. Berikut adalah ayat al-Quran yang menjelaskan bahwa riba termasuk dalam hal yang diharamkan dalam Islam, yaitu dalam surat al-Baqarah (2) ayat 275:²

ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ

الرِّبَا

¹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 167.

² Departemen Agama RI, *al-Quran dan Terjemahan QS. Al-Baqarah ayat 275* (Bandung: PTa. Sygma Examedia Arkanleema, 2009), 47.

Artinya : “Keadaan mereka yang demikian ini, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”

Dalam melakukan bisnis kecepatan inovasi harus dilakukan oleh setiap pengusaha. Karena konsumen saat ini dengan cepat mengalami perubahan selera terhadap produk dan cepat mengalami perkembangan. Sehingga pemilik usaha harus melakukan strategi-strategi dalam pengembangan produk.³ Pengembangan produk merupakan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan guna untuk memperpanjang siklus hidup produk yang ada. Tujuan adanya pengembangan produk adalah untuk memenuhi kebutuhan pasar dan mengatasi adanya persaingan usaha serta meningkatkan omset penjualan.⁴

Persaingan akan selalu terjadi dalam dunia bisnis. Persaingan merupakan proses antara individu atau kelompok yang berlomba-lomba untuk mencapai kemenangan dengan tujuan tertentu. Persaingan terjadi apabila beberapa pihak menginginkan sesuatu yang menjadi perhatian umum. Persaingan harus dilakukan dengan wajar dan mematuhi aturan main sehingga persaingan tersebut menjadi persaingan yang sehat dan memberikan dampak yang positif bagi semua pihak dengan memotivasi menjadi lebih baik kedepannya.⁵

Persaingan menurut etika bisnis Islam adalah persaingan yang dilakukan dengan syarat atau cara islami, dan dapat dibenarkan menurut

³ Winardi, *Entrepreneur dan Entrepreneurship* (Jakarta: Kencana, 2003), 106.

⁴ Buchari Alma, *Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2005), 186.

⁵ *Ibid.*, 72.

syara' yakni memenuhi syarat dan rukun muamalah yang tidak menimbulkan kerugian, *gharar*, *najasy*, dan *maisir*.⁶ Dalam Islam setiap muslim yang ingin berbisnis dianjurkan untuk melakukan persaingan yang sehat, jujur, terbuka dan adil.⁷

Mayang *Collection* Pandaan merupakan salah satu usaha yang menjual beberapa produk baju muslim yang diproduksi sendiri maupun yang bekerja sama dengan usaha lain. Keberadaan toko baju muslim saat ini banyak dijumpai pada setiap wilayah. Perkembangan toko baju muslim di wilayah Pandaan setiap tahunnya mengalami peningkatan dengan munculnya beberapa toko baju muslim baru yang menawarkan berbagai macam produk baju yang dibutuhkan remaja hingga dewasa. Mayang *Collection* Pandaan salah satu toko baju muslim yang beralamat di Jalan Pahlawan Sunaryo, Pesantren, Pandaan. Dalam memenangkan persaingan pasar Mayang *Collection* Pandaan memerlukan strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan di pasar.

Tabel 1.1

Daftar pesaing Mayang *Collection* Pandaan

No.	Nama Toko	Alamat
1.	Mayang Collection Pandan	Jl. Pahlawan Sunaryo, Pandaan
2.	Aba Collection	Jl. Urip Sumoharjo No. 7, Pandaan
3.	Istana Kerudung	Jl. Urip Sumoharjo No. 12, Pandaan
4.	Istana Jilbab	Jl. A. Yani No. 202/45 A, Pandaan

⁶ Faisal Badrun, Dkk, *Etika Bisnis Islam* (Jakarta: Kencana Press, 1996), 76.

⁷ <http://abidinsuccsesmen.blogspot.co.id/s011/02/persaingan-bisnis-dalam-islam.html?m=1>

Sumber : Hasil Pengamatan, 2019

Dapat dilihat dari tabel 1.1, semakin banyak usaha toko baju muslim yang berada di Kecamatan Pandaan yang menandakan persaingan semakin ketat. Akibatnya persaingan yang terjadi antara usaha sejenis juga semakin tajam. Menurut Mbak Mila sebagai kepala toko, persaingan yang semakin ketat ini membuat Mayang *Collection* Pandaan perlu memikirkan strategi-strategi yang tepat untuk mengatasi persaingan yang terjadi agar dapat bertahan dan mampu membuat produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dan memiliki keunggulan yang berbeda dari produk lain yang sejenis sehingga produk yang dihasilkan dapat disukai oleh konsumen.⁸

Strategi merupakan sarana perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjang yang akan dicapai.⁹ Layaknya perusahaan Mayang *Collection* Pandaan harus mampu menganalisis secara internal maupun eksternal. Penilaian secara internal yaitu dengan penilaian pada kelemahan dan kekuatan yang mencakup penilaian operasional, pemasaran, sumber daya dan keuangan.

Dalam pemasarannya *Mayang Collection* Pandaan memiliki konsumen yang relatif banyak, hal tersebut dapat dibuktikan dengan banyaknya konsumen yang memiliki kartu member sebagai bentuk mempertahankan para pelanggannya. Penetapan harga yang stabil untuk

⁸ Wawancara. Mila, Kepala toko Mayang *Collection* Pandaan, 2 Juli 2020.

⁹ Fred R David, *Strategic Manajemen (Manajemen Strategi Konsep)* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 37.

kalangan masyarakat Pandaan dan peluang yang menjadikan Mayang *Collection* Pandaan sebagai salah satu toko baju muslim yang diminati.

Tabel 1.2
Target Dan Realisasi Penjualan Mayang *Collection* Pandaan
Tahun 2015 – 2018

No.	Tahun	Target	Realisasi	Persentase
1.	2015	120.000.000	102.636.000	85%
2.	2016	120.000.000	104.763.000	87%
3.	2017	120.000.000	111.457.000	93%
4.	2018	120.000.000	118.000.000	98%

Sumber : Mayang *Collection* Pandaan

Tabel 1.3 dapat diketahui bahwa untuk pencapaian realisasi penjualan selama 4 tahun terakhir mengalami kenaikan, tetapi untuk pencapaian target belum tercapai 100%.

Dengan adanya strategi yang matang maka pelanggan Mayang *Collection* Pandaan semakin banyak. Pelanggan Mayang *Collection* Pandaan tidak hanya di daerah Pandaan saja tetapi hingga luar daerah Pandaan. sehingga dapat dikatakan bahwa Mayang *Collection* Pandaan mampu bersaing dengan pengusaha toko baju muslim lain yang ada. Persaingan usaha bagi Mayang *Collection* Pandaan dijadikan sebuah motivasi dan juga tantangan untuk lebih maju dalam kedepannya. Produk baju muslim yang dijual oleh Mayang *Collection* Pandaan sangat mengikuti *trend* pada saat itu. Mayang *Collection* Pandaan juga sering melakukan pengembangan produk dengan tujuan agar para konsumen tidak merasa bosan dengan produk yang

ditawarkan. Dengan adanya pengembangan produk ini diharapkan bisa menambah konsumen baru pada Mayang *Collection* Pandaan.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang strategi pengembangan produk dalam mengatasi persaingan di Mayang *Collection* Pandaan dalam sebuah judul penelitian “**Strategi Pengembangan Produk Dalam Mengatasi Persaingan Usaha Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Mayang *Collection* Pandaan Kabupaten Pasuruan)**”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh Mayang *Collection* Pandaan Kabupaten Pasuruan dalam mengatasi persaingan usaha?
2. Apakah strategi pengembangan produk dalam mengatasi pesaingan usaha yang dilakukan oleh Mayang *Collection* Pandaan Kabupaten Pasuruan sudah sesuai dengan perspektif Etika Bisnis Islam ?
3. Apa saja faktor penghambat dan faktor pendukung strategi pengembangan produk dalam mengatasi persaingan usaha di Mayang *Collection* Pandaan ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan produk dalam mengatasi persaingan usaha pada Mayang *Collection* Pandaan.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan produk dalam mengatasi persaingan usaha yang dilakukan oleh Mayang *Collection* Pandaan Kabupaten Pasuruan sudah sesuai dengan perspektif Etika Bisnis Islam.
3. Untuk mengetahui faktor penghambat dan faktor pendukung strategi pengembangan produk dalam mengatasi persaingan usaha di Mayang *Collection* Pandaan.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memerikan kegunaan secara teoritis ataupun kegunaan secara praktis yang dipaparkan sebagai berikut :

1. Kegunaan secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan ilmu pengetahuan mengenai strategi pengembangan produk dalam mengatasi persaingan usaha prespekif etika bisnis Islam dan sebagai referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan strategi pengembangan produk.

2. Kegunaan secara praktis

- a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan menjadi bekal ketika memasuki dunia kerja khususnya mengenai pengembangan produk dalam menghadapi persaingan usaha dengan menerapkan prinsip etika bisnis Islam yang tidak bertentangan dengan ajaran agama Islam.

b. Bagi Mayang *Collection* Pandaan

penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi Mayang *Collection* Pandaan sebagai pengetahuan dalam strategi pengembangan produk dalam mengatasi persaingan usaha dan penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai evaluasi agar lebih berkembang lebih baik dan maksimal.

a. Bagi Pembaca/Masyarakat Umum

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi para pembaca/masyarakat umum tanpa terkecuali yang ingin terjun dalam bidang usaha dengan menerapkan suatu etika bisnis islam khususnya terhadap strategi pengembangan produk dalam mengatasi persaingan usaha, sehingga dalam melakukan suatu usahanya berdasarkan etika bisnis yang baik dan benar akan memperoleh hasil yang optimal.

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka mempunyai tujuan untuk menjelaskan judul dan isi singkat kajian-kajian yang pernah dilakukan, buku-buku atau tulisan-tulisan yang ada terkait dengan topik atau masalah yang akan diteliti.¹⁰ Dalam telaah pustaka ini penulis menjelaskan dan menelaah terhadap penelitian-penelitian, dan beberapa studi yang terkait dengan penelitian yang akan penulis kaji diantaranya :

¹⁰ Tim Penyusun Buku Pedoman Penulis Karya Ilmiah STAIN Kediri, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Kediri : STAIN Kediri, 2012), 62.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Weny Kristiyowati dengan judul “*Strategi Pengembangan Usaha Ditinjau Dari Bisnis Islam: Studi Kasus Di Pabrik Kulit Kodran Kecamatan Semen Kabupaten Kediri*” ditulis pada tahun 2012.¹¹ Penelitian ini fokus pada pengelolaan strategi yang ada pada usaha tersebut guna untuk mewujudkan apa yang telah menjadi tujuan dari berdirinya usaha yang kemudian ditinjau dari pandangan bisnis islam, dengan hasil bahwa penerapan strategi pada usaha tersebut sudah sesuai dengan bisnis islam. Akan tetapi ada satu strategi yang menyimpang dari bisnis Islam yaitu strategi meningkatkan kinerja karyawan. Upaya yang dilakukan oleh manajer sudah maksimal. Tetapi karyawan masih mengabaikan slogan yang ada di pabrik tersebut tentang kedisiplinan dan kejujuran. Sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan adalah tentang bagaimana upaya dalam mengembangkan produk yang dilakukan pada Mayang *Collection* Pandaan untuk dapat mempertahankan, mengembangkan serta memajukan usahanya.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Andarwiyah Titi Lestari pada tahun 2017, mahasiswa STAIN Kediri dengan judul “*Analisis Strategi Pengembangan Produk dan Pasar ditinjau dari Bisnis Islam (Studi Kasus Modern Bakery Jombang)*” tahun 2017.¹² Penelitian ini fokus pada pengembangan produk di Modern bakery serta melakukan

¹¹ Weny Kristiyowati, “Strategi Pengembangan Usaha Ditinjau Dari Bisnis Islam: Studi Kasus Di Pabrik Kulit Kodran Kecamatan Semen Kabupaten Kediri” (Skripsi, STAIN Kediri, Kediri, 2012)

¹² Andarwiyah Titi Lestari, “Analisis Strategi Pengembangan Produk dan Pasar ditinjau dari Bisnis Islam (Studi Kasus Modern Bakery Jombang)” (Skripsi, STAIN Kediri, Kediri, 2017). 90-91.

pengembangan produk dengan peninjauan terhadap *trend* masyarakat dan juga tingkat kebutuhan konsumen. Pengembangan produk di Modern Bakery jika ditinjau dari Bisnis Islam telah sesuai yaitu tidak menutamakan profit melainkan juga memberikan manfaat lain berupa kepedulian. Persamaan peneliti terdahulu dengan penelitian yang sekarang adalah terletak pada teori yang digunakan yaitu strategi pengembangan produk. Sedangkan perbedaannya terdapat pada objek penelitian yang digunakan dimana pada penelitian terdahulu objek penelitian yang diteliti terletak di Modern bakery Jombang dan objek yang akan diteliti terletak di Mayang *Collection* Pandaan.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Miftahur Rahmah pada tahun 2017, mahasiswa IAIN Raden Intan Lampung dengan judul “*Pengembangan Produk Kopi Bubuk Cap Semut Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau dari Prespektif Ekonomi Islam (studi pada kelompok wanita tani melati desa tribudisyukur kecamatan kebun tebu kabupaten lampung barat)*”.¹³ Penelitian ini mengulas tentang pengembangan produk kopi bubuk cap semut dengan dibuktikan bahwa produknya yang halal, bermutu dan berkualitas, bermanfaat bagi masyarakat dan tidak adanya unsur *gharar*. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah terletak pada metode penelitian yaitu metode penelitian deskriptif kualitatif. Perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah pertama terletak pada objek

¹³ Miftahur Rahmah, “Pengembangan Produk Kopi Bubuk Cap Semut dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau dari Prespektif Ekonomi Islam” (Skripsi, IAIN Raden Intan Lampung, 2017). 94.

penelitian, penelitian terdahulu objeknya adalah kelompok tani kopi bubuk cap semut sedangkan penelitian sekarang objeknya adalah Mayang Collection Pandaan, kemudian perbedaan kedua adalah penelitian terdahulu lebih fokus pada pengembangan produk kopi bubuk untuk meningkatkan penjualan pada tiap periode sedangkan penelitian sekarang berfokus pada strategi pengembangan produk yang dilakukan Mayang *Collection* Pandaan dengan mempertimbangkan harga, kualitas, dan pelayanan terhadap konsumen dalam mengatasi persaingan usaha yang terjadi selain itu pada penelitian sekarang ditinjau dalam etika bisnis Islam.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Wirawan Surya Wijaya dan Rony H. Mustamu pada tahun 2013 dengan judul “*Analisis Pengembangan Produk pada Perusahaan Tepung Terigu di Surabaya*”.¹⁴ Hasil dari penelitian ini adalah pengembangan produk yang dilakukan oleh perusahaan tepung terigu dengan cara melakukan inovasi serta menerapkan tujuh tahap pengembangan produk. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah pertama metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif dan persamaan yang kedua adalah teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Perbedaan dengan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang adalah penelitian terdahulu berfokus pada pengembangan produk dengan

¹⁴ Wirawan Surya Wijaya dan Ronny H. Mustamun, “Analisis Pengembangan Produk Pada Perusahaan Tepung Terigu Di Surabaya”, *Jurnal Agora*, Vol. 1, No. 1, Desember 2013, 53-56.

menerapkan tujuh tahapan dalam melakukan pengembangan produk sedangkan penelitian sekarang berfokus pada strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh Mayang *Collection* Pandaan dengan mempertimbangkan harga, kualitas, dan pelayanan terhadap konsumen dalam mengatasi persaingan usaha yang terjadi dan pada penelitian sekarang ditinjau dalam etika bisnis Islam.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Kasmiruddin pada tahun 2014 dengan judul “*Analisis Pengembangan Produk Industri Kecil sebagai Strategi Menghadapi persaingan Bisnis (Studi kasus Industri Kerajinan, Rumbai, Pekanbaru)*”.¹⁵ Hasil dari penelitian ini adalah strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh industri kerajinan rotan masih belum berjalan dengan efektif karena dalam menghasilkan kerajinan rotan industri ini masih menghasilkan produk dengan jumlah yang terbatas dan memberikan kerajinan dengan model tertentu untuk kelompok konsumen yang tertentu pula. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif kualitatif. Perbedaan dengan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang adalah penelitian terdahulu berfokus pada pengembangan produk terhadap kerajinan rotan sedangkan penelitian sekarang berfokus pada strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh Mayang *Collection* Pandaan dengan mempertimbangkan harga, kualitas, dan pelayanan

¹⁵ Kasmiruddin, “Analisis Pengembangan Produk Industri Kecil sebagai Strategi Menghadapi Persaingan Bisnis (Kasus Industri Kerajinan Rotan, Rumbai, Pekanbaru)” *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol. 4, No. 2 April 2014, 70-77.

terhadap konsumen dalam mengatasi persaingan usaha yang terjadi dan pada penelitian sekarang ditinjau dalam etika bisnis Islam.