

**ANALISIS STRATEGI BERSAING USAHA KULINER  
DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN  
(Studi Kasus Pada Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan  
Jatilawang Kabupaten Banyumas)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H.  
Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**Oleh:  
ANNISA IKFI HAYATI  
1717201093**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN PROF. K.H SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Ikfi Hayati  
NIM : 1717201093  
Jenjang : S.1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Strategi Bersaing Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Omset Penjualan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang Kabupaten Banyumas)

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan termasuk dalam penelitian saya dalam skripsi ini di beri tanda citasi pada bagian-bagian yang dirujuk dari sumbernya.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya yang tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan prosedur yang berlaku.

Purwokerto, 12 Juni 2022

Yang menyatakan



Annisa Ikfi Hayati  
1717201093



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id


LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRATEGI BERSAING USAHA KULINER DALAM  
MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN  
(Studi Kasus Pada Rumah Makan Pendopo Asri  
Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas)**

Yang disusun oleh Saudara **Annisa Ikfi Hayati NIM. 1717201093** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **22 Juni 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

  
Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I.  
NIP. 19731014 200312 1 002

Sekretaris Sidang/Penguji

  
Ubaidillah, S.E., M.E.I.  
NIP. 19880924 201903 1 008

Pembimbing/Penguji

  
H. Sochim, Lc., M.Si.  
NIP. 19691009 200312 1 001

Purwokerto, 24 Juni 2022



Dekan  
  
Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.  
NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Setelah saya melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan Skripsi dari saudara Annisa Ikfi Hayati 1717201093 yang berjudul:

**ANALISIS STRATEGI BERSAING USAHA KULINER  
DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN  
(Studi Kasus Pada Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang  
Kabupaten Banyumas)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E).

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Purwokerto 12 Juni 2022

Pembimbing



H. Sochim, Lc., M.Si.

NIP. 19691009 200312 1 001

**MOTTO**

*“Life has no remote. Get up and change it yourself”*

*-Mark A.Cooper-*



**ANALISIS STRATEGI BERSAING USAHA KULINER  
DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN  
(Studi Kasus Pada Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang  
Kabupaten Banyumas)**

**Annisa Ikfi Hayati**

**NIM 1717201093**

Email: [annisaikfi99@gmail.com](mailto:annisaikfi99@gmail.com)

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Rumah Makan Pendopo Asri merupakan usaha bisnis di bidang kuliner yang berdiri pada tahun 2014. Rumah Makan Pendopo Asri memiliki konsep bangunan yang tradisional dan juga modern secara bersamaan menjadikan Rumah Makan Pendopo Asri memiliki ciri khas tersendiri dalam menarik para pelanggannya. Dalam penelitian ini, masalah yang diangkat adalah bagaimana strategi bersaing yang dilakukan oleh Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas dalam meningkatkan omset penjualan.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan serta menggunakan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan strategi bersaing yang dilakukan yaitu menggunakan strategi differensiasi, yang meliputi strategi differensiasi produk, differensiasi pelayanan, differensiasi personil, dan differensiasi citra yang dapat menghasilkan dampak baik untuk peningkatan omset penjualan pada Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang. Sedangkan hasil dari analisis SWOT yang penulis teliti dari berbagai kendala maka penulis meminimalisir dari masalah yang ada menggunakan Strategi SO, Strategi ST, Strategi WO, dan Strategi WT. Dari strategi tersebut penulis berharap dapat membantu meningkatkan omset penjualan pada Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas dalam bersaing.

**Kata Kunci : Strategi Bersaing, Omset Penjualan, Analisis SWOT**

**ANALYSIS OF COMPETITIVE STRATEGY OF CULINARY BUSINESS  
IN INCREASING SALES TURNOVER  
(Case Study at Pendopo Asri Restaurant, Jatilawang District Banyumas  
Regency)**

**Annisa Ikfi Hayati**  
**NIM 1717201093**

Email: [annisaikfi99@gmail.com](mailto:annisaikfi99@gmail.com)

Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Bussines  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRACT**

Pendopo Asri Restaurant is a business venture in the culinary field that was established in 2014. Pendopo Asri Restaurant has a traditional and modern building concept at the same time, making Pendopo Asri Restaurant has it's own characteristics in attracting customers. In this study, the problem raised is how the competitive strategy is carried out by the Pendopo Asri Restaurant, Jatilawang District in increasing sales turnover.

This research is a field research, using a qualitative approach. Collecting data in this study through observation, interviews, and documentation. The data analysis technique uses data reduction, data presentation, and drawing conclusions and using SWOT analysis.

The results of the research show that the competitive strategy used is using a differentiation strategy, which includes a product differentiation strategy, service differentiation, personnel differentiation, and image differentiation that can have a good impact on increasing sales turnover at Pendopo Asri Restaurant Jatilawang. While the results of the SWOT analysis that the authors examined from various obstacles, the authors minimized the existing problems using the SO Strategy, ST Strategy, WO Strategy, and WT Strategy. From this strategy the author hopes to help increase sales turnover at the Pendopo Asri Restaurant, Jatilawang District Banyumas Regency in competing.

***Keywords: Competitive Strategy, Sales Turnover, SWOT Analysis***

## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### 1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	Ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥ	<u>H</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Šad	<u>S</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	<u>D</u>	de (dengan garis dibawah)
ط	Ṭa	Ṭ	te (dengan garis di bawah)
ظ	Ža	Ž	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka



ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
هـ	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

**2. Konsonan rangkap karen *asyaddah* ditulis rangkap**

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

**3. *Ta' marbutah* di akhir kata bila dimatikan ditulis h**

حكمة	Ditulis	<i>hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "*al* " serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	ditulis	<i>karamah al-auliya'</i>
----------------	---------	---------------------------

- b. Bila *ta' marbutah* hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t.

زكاة الفطر	ditulis	<i>zakat al-fiṭr</i>
------------	---------	----------------------

**4. Vokal pendek**

َ	<i>Fathah</i>	Ditulis	A
ِ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
ُ	<i>Dammah</i>	Ditulis	U

**5. Vokal panjang**

1.	<b>Fathah + alif</b>	Ditulis	<i>ā</i>
----	----------------------	---------	----------

	جاهلية	Ditulis	<i>fāhiliyyah</i>
<b>2.</b>	<b>Fathah + ya' mati</b>	Ditulis	ā
	تنس	Ditulis	<i>tansā</i>
<b>3.</b>	<b>Kasrah + ya' mati</b>	Ditulis	ī
	كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
<b>4.</b>	<b>Dammah + wawumati</b>	Ditulis	ū
	فروض	Ditulis	<i>furuḍ</i>

## 6. Vokal rangkap

<b>1.</b>	<b>Fathah + ya' mati</b>	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainakum
<b>2.</b>	<b>Fathah + wawumati</b>	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	Qaul

## 7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata yang dipisah apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لعن شكرتم	Ditulis	<i>la'insyakartum</i>

## 8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf *qomariyyah*

القياس	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>
القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>

b. Bila diikuti huruf *syamsiyah* diikuti dengan menggunakan huruf *syamsiyah* yang mengikutinya, serta menggunakan huruf *l (el)*-nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

## 9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوالفروض	Ditulis	<i>zawī al-furuḍ</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>



## PERSEMBAHAN

Dengan segenap cinta, ketulusan dan keikhlasan hati, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua saya yang sangat berharga. Yang saya cintai dan saya sayangi yaitu Bapak Sabarudin dan Ibu Kamsilah. Terima kasih selalu menjaga saya dalam doa-doa yang selalu bapak dan ibu panjatkan serta selalu memberikan yang terbaik untuk masa depan saya. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan umur yang panjang kepada bapak dan ibu, kesehatan dan kelancaran rezeki serta limpahan kebahagiaan yang terus menerus. Aamiin.
2. Adik saya Isti Naroh yang sekarang juga sedang berjuang untuk mencapai gelar sarjana, terima kasih atas support dan juga doanya.
3. Semua kakak-kakak dan keponakan tersayang tercinta yang selalu memberi support, serta doanya. Semoga Allah melancarkan apa yang menjadi keinginan baik kita semua, Aamiin.
4. Hormat tadzim kepada para dosen atas semua bekal yang telah diberikan kepada saya selama menuntut ilmu di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Almamater saya yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto terutama untuk teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah C Angkatan 2017, yang selalu membantu, memberikan motivasi, berbagi keceriaan, dan melewati setiap suka dan duka selama menuntut ilmu, terimakasih banyak sehingga terwujud skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

*Alhamdulillah* rabbil'alam, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Analisis Strategi Bersaing Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Omset Penjualan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas)”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang membawa dan menerangi hati nurani kita dari zaman kegelapan sampai zaman yang terang benderang ini. Insya Allah kita semua termasuk umat Nabi Muhammad SAW.

Penulis menyadari dengan pasti skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung atau pun tidak langsung. Penulis hanya dapat mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya atas bantuan, bimbingan, arahan, kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Dr. H. Moh. Roqib, M. Ag., Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag. Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. H. Ridwan, M.Ag, Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. H. Sulkhan Chakim, S.Ag, M.M. Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

7. Mahardika Cipta Raharja, S.E., M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag selaku Dosen Pembimbing, terima kasih karena telah meluangkan waktu, tenaga dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Segenap Staff Administrasi Perpustakaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Orang tua tercinta Bapak Sabarudin dan Ibu Kamsilah, kemudian untuk Kakak saya Asep Syarif Hidayat, Harisul Umam, Alm.Khoerul Fuadi dan juga Kakak ipar saya Rani Amita serta adik perempuan saya Isti Naroh, terima kasih atas motivasi, bimbingan, doa dan dukungannya serta terima kasih atas semua perhatiannya dan kasih sayang yang telah kalian berikan sampai saat ini.
12. Keluarga besar Bapak Ringun selaku pemilik Rumah Makan Pendopo Asri dan juga staf yang bekerja yang telah bersedia berpartisipasi dalam penyusunan skripsi ini.
13. Sahabat Terdekat Saya Erlina Prihesti, Dyah Ari Saraswati, Tarafiar Choerunnisa A.Md.Kep., Nida Ulfa, Nikmatul Rohmah, Syahfah Aisyah, Rozikoh Kurniati dan juga Nur Rochmah terima kasih sudah menemani saya sampai sejauh ini dan terimakasih sudah menjadi sahabat yang baik serta selalu memberikan support satu sama lain.
14. Keponakan-keponakan tersayang Raffa Hayyan Mufida dan Raffi Hanan Mafaza yang selalu jadi tempat menghilangkan penat mengerjakan skripsi, semoga kalian semua menjadi anak-anak yang sholeh.
15. Teman-teman seperjuangan SMA N 1 Rawalo alumni 2017 dan juga Ekonomi Syariah C angkatan 2017, yang selalu membantu dan memberikan motivasi serta berbagi keceriaan.
16. Dan kepada semua pihak yang telah membantu penulis dan tidak bisa disebutkan satu persatu.

Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis butuhkan dan penulis bersedia menerima masukkan tersebut dan melakukan perbaikan demi mendapatkan hasil penelitian yang sekiranya dapat memberikan manfaat terhadap pengembangan ilmu pengetahuan. Penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang ikut berpartisipasi. Semoga mendapatkan balasan baik dari Allah SWT. Aamiin.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*



## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iii
MOTTO.....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA.....	vii
PERSEMBAHAN.....	xi
KATA PENGANTAR .....	xii
DAFTAR ISI .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Definisi Operasional .....	7
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Manfaat Penelitian .....	9
F. Kajian Pustaka .....	10
G. Sistematika Penulisan .....	17
BAB II LANDASAN TEORI .....	19
A. Strategi Bersaing .....	19
B. Omset Penjualan .....	32
C. Analisis SWOT.....	33
D. Landasan Teologis .....	36
BAB III METODE PENELITIAN .....	41
A. Jenis Penelitian .....	41
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	41
C. Sumber Data .....	42



D. Teknik Pengumpulan Data .....	43
E. Teknik Analisis Data .....	45
F. Uji Keabsahan Data .....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
A. Gambaran Umum .....	49
1. Sejarah Singkat Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang .. ...	49
2. Visi dan Misi .....	49
3. Pengelola .....	50
4. Produk-Produk Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang .. ....	50
5. Fasilitas Yang Ada Di Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang .....	53
B. Analisis Strategi Bersaing Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Omset Penjualan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang) .....	58
1. Strategi Differensiasi .....	59
2. Peningkatan Omset Penjualan .....	65
C. Analisis SWOT Strategi Bersaing Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Omset Penjualan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang).....	68
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>74</b>
A. Kesimpulan .....	74
B. Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>79</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>98</b>

## DAFTAR TABEL

- Tabel 1.1 Jumlah Restoran/Rumah Makan di Kabupaten Banyumas
- Tabel 1.2 Daftar Rumah Makan di Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas
- Tabel 1.3 Jumlah Omset Penjualan Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas dari bulan Juli 2021 sampai dengan bulan September 2021
- Tabel 1.4 Penelitian Terdahulu
- Tabel 1.5 Diagram Matrik SWOT
- Tabel 1.6 Daftar Menu Makan Pendopo Asri Jatilawang
- Tabel 1.7 Omset Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang Tahun 2019-2021 (Per Januari)
- Tabel 1.8 Matrik SWOT



## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Meeting Room Vip  
Gambar 1.2 Meeting Room Biasa  
Gambar 1.3 Ruang Makan Indoor  
Gambar 1.4 Ruang Makan Outdoor  
Gambar 1.5 Wifi  
Gambar 1.6 Mushola  
Gambar 1.7 Toilet



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Hasil Wawancara
- Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 3 Surat Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi
- Lampiran 4 Surat Bimbingan Skripsi
- Lampiran 5 Surat Pernyataan Kesiediaan Menjadi Pembimbing Skripsi
- Lampiran 6 Surat Permohonan Persetujuan Judul Skripsi
- Lampiran 7 Surat Rekomendasi Seminar Proposal skripsi
- Lampiran 8 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal Skripsi
- Lampiran 9 Surat Keterangan Lulus Semua Mata Kuliah Kecuali Skripsi
- Lampiran 10 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
- Lampiran 11 Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 12 Berita Acara Seminar Proposal
- Lampiran 13 Sertifikat BTA PPI
- Lampiran 14 Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab
- Lampiran 15 Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris
- Lampiran 16 Daftar Riwayat Hidup



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam persaingan lingkungan bisnis pada saat ini mengharuskan perusahaan untuk jeli dalam menghasilkan produk yang akan mereka jual agar dapat bersaing dengan unggul. Produk yang dihasilkan harus memiliki karakteristik tersendiri dan berbeda dari produk pesaing agar para konsumen dapat menilainya dengan istimewa. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan informasi yang terjadi, maka semakin pesat pula persaingan yang terjadi di dalam lingkungan bisnis. Porter (2006) menyatakan strategi bersaing ialah mengembangkan rencana mengenai bagaimana bisnis akan bersaing, apa yang seharusnya menjadi tujuannya dan kebijakan apa yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut (Watrianthos, 2020: 127).

Dalam perkembangan dunia usaha pada saat ini menjadikan tingkat persaingan industri semakin ketat, hal ini juga dipengaruhi oleh pesatnya perkembangan teknologi yang semakin canggih. Hal ini juga menjadikan bertambahnya kompetisi diantara perusahaan-perusahaan. Sehingga para pemilik perusahaan berusaha untuk terus meningkatkan kemampuannya agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Para pelaku usaha yang mampu bertahan dalam persaingan adalah perusahaan yang dapat menyesuaikan diri pada perubahan-perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis. Berkembangnya teknologi juga harus disikapi perusahaan dengan cara memanfaatkan teknologi yang ada untuk menjalankan usahanya. Perusahaan dapat memanfaatkan teknologi yang ada untuk keperluan promosi dan juga komunikasi dengan konsumen. Hal tersebut merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan untuk menghadapi para pesaing bisnis lainnya (Pitoy, Altje dan Maria, 2016:303).

Pada awalnya konsep strategi didefinisikan sebagai cara untuk dapat mencapai tujuan (*ways to achieve ends*). Porter berpendapat bahwa tujuan utama dari pembuatan strategi oleh perusahaan yaitu supaya perusahaan

mampu dalam menghadapi perubahan lingkungan dalam jangka panjang. Oleh sebab itu, strategi merupakan cara terbaik untuk mencapai suatu sasaran untuk melaksanakan suatu pekerjaan. Selain itu, strategi juga berarti dalam penentuan tujuan dan sasaran jangka panjang suatu organisasi atau perusahaan. Dan juga, aktivitas bisnis pada umumnya mempunyai tujuan menghasilkan laba, serta mengumpulkan cukup dana untuk kegiatan bisnis itu sendiri. Bisnis tidak akan bisa berjalan dengan baik jika tidak menggunakan strategi bersaing yang tepat (Cahyani, 2016: 57).

Daya saing merupakan kemampuan perusahaan, industri, daerah, negara, atau antar daerah menghasilkan faktor pendapatan dan faktor pekerjaan yang relatif lebih tinggi dan berkesinambungan untuk menghadapi persaingan internasional. Oleh karena itu dalam konteks kabupaten/kota sebagai organisasi, daya saing diartikan sebagai kemampuan kabupaten/kota untuk mengembangkan kemampuan ekonomi sosial wilayahnya guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat di wilayahnya. Daya saing adalah konsep perbandingan kemampuan dan kinerja perusahaan, sub-sektor atau negara untuk menjual dan memasok barang dan jasa yang diberikan dalam pasar. Daya saing dalam sebuah negara dapat dicapai dari akumulasi daya saing strategis setiap perusahaan. Proses penciptaan nilai tambah (*value added creation*) berada pada lingkup perusahaan (Kuncoro, 2007:82).

Pembahasan mengenai daya saing perusahaan memang sudah sangatlah lama terdengar, banyak definisi yang diberikan berkaitan dengan daya saing. Ada beberapa ahli yang menyebutkan bahwa daya saing merupakan fungsi identifikasi dimensi produk pasar yang tepat bagi *positioning* perusahaan. Demikian pula Porter dalam bukunya yang menyatakan bahwa daya saing sebagai upaya penciptaan nilai pelanggan yang lebih baik dibandingkan pesaingnya dengan cara melakukan aktivitas-aktivitas spesifik secara ekonomis ataupun kualitas superior/pelayanan maupun kombinasi keduanya dibandingkan dengan para kompetitornya. Daya saing dapat juga berasal dari sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Perspektif ini dikenal dengan *Resource Based View* (RBV) atau perspektif

berbasis sumber daya yang dicetuskan oleh Penrose (1959), menurutnya daya saing dapat dicapai dengan skala ekonomis, meningkatkan kapabilitas manajemen dan kapasitas teknologi (Mohamad dan Idris, 2020:2).

Daya saing merupakan elemen produktivitas, efisiensi dan profitabilitas. Akan tetapi daya saing bukanlah suatu akhir atau sasaran, melainkan suatu cara untuk mencapai peningkatan standar hidup dan meningkatkan kesejahteraan sosial melainkan suatu alat untuk mencapai sasaran. Daya saing harus dilihat sebagai suatu cara dasar untuk meningkatkan standar hidup, menyediakan kesempatan kerja bagi yang menganggur dan juga untuk menurunkan kemiskinan (Asmara dan Nuhfil, 2014: 22). Daya saing dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah faktor lokasi, harga, kualitas, promosi, dan juga pemasaran. Dalam lingkungan bisnis saat ini para pemimpin harus bisa meninggalkan prinsip-prinsip manajemen tradisional dan beralih dengan pemikiran dan perilaku baru yang tidak hanya menggabungkan perubahan, akan tetapi harus mampu membuat perubahan yang diperlukan sehingga kewirausahaan menjadi hal yang penting dan memiliki implikasi yang penting untuk pemasaran (Dewi dan I Made Wardana, 2021: 8).

Pesaing merupakan perusahaan dalam industri yang sama dan menjual produk, baik berupa barang atau jasa kepada pelanggan. Pesaing sangat berpengaruh terhadap keberhasilan bisnis (Suliyanto, 2010: 47). Ada beberapa kendala yang sering dihadapi oleh para pelaku usaha kuliner makanan yaitu persaingan antar pelaku usaha. Persaingan menjadi hal lazim yang dirasakan oleh pelaku usaha sebuah rumah makan ataupun usaha lainnya. Timbulnya suatu persaingan menjadikan setiap pelaku usaha untuk bisa bertahan dalam kerasnya persaingan pasar dan memilih strategi dalam menjalankan sebuah usaha agar usaha yang dijalankan dapat terus berjalan dan mampu menghasilkan keuntungan. Persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Persaingan menentukan kegiatan yang perlu bagi perusahaan untuk berprestasi dan berinovasi. Dengan bersaing suatu perusahaan dapat mencapai sasaran dan memenangkan

persaingan. Pada prinsipnya bersaing adalah pemahaman terhadap siapa pesaingnya, bagaimana posisi produk/pasar pesaing tersebut, apa strategi mereka, kekuatan dan kelemahan, struktur biaya pesaing dan kapasitas produksi para pesaing (Tjiptono, 2012: 7).

Menghadapi suatu persaingan dalam membangun sebuah usaha dibutuhkan beberapa faktor salah satunya yaitu sebuah strategi bersaing agar usaha yang telah dibangun bisa berjalan dengan baik serta tetap bisa menghasilkan keuntungan. Berbagai macam metode digunakan untuk mempertahankan usaha tersebut dengan berbagai macam strategi bersaing yang dilakukan pedagang bisa menunjukkan kemampuan bertahan dalam merintis sebuah usaha (Puspasari, 2019: 2). Menurut Porter ada strategi bersaing yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing, strategi tersebut ada tiga yaitu strategi inovasi, strategi penurunan biaya, dan peningkatan mutu (Sunyoto, 2015: 1-2). Hal lain yang paling penting dalam menghadapi persaingan yaitu pertumbuhan dan kemakmuran adalah sebuah kemampuan untuk mempertahankan keunggulan bersaing yang telah diperoleh. Keunggulan bersaing dapat diciptakan dengan membuat perusahaan tersebut terlihat berbeda dengan usaha para pesaingnya, memberikan keuntungan ekonomi, dan tidak mudah ditiru (Sunyoto, 2015: 21-22).

Perkembangan pada industri kecil juga akan berdampak pada ketatnya persaingan dalam merebut pasar dan juga dalam menarik perhatian para konsumen. Dalam menghadapi persaingan tersebut para pelaku industri kecil juga diharapkan dapat menciptakan keunggulan kompetitif supaya tetap bisa mempertahankan usahanya. Baik melalui keunggulan pada produk yang dihasilkan maupun pada produk yang siap diantar kepada para konsumen, dalam hal ini industri akan lebih mampu untuk meningkatkan labanya karena strategi yang telah dibuat sesuai dengan kondisi lingkungan industri yang ada dan juga dapat bersaing dengan produk industri lain (Puspasari, 2019: 2).

Sebuah usaha kuliner makanan pada umumnya berasal dari usaha rumahan yang kemudian dikembangkan dengan sedemikian rupa hingga



makanan tersebut menjadi banyak dinikmati oleh masyarakat. Usaha kuliner makanan dapat dibidang cukup menjanjikan untuk dijadikan sebuah usaha yang dapat mendatangkan keuntungan bagi para pelaku usaha. Usaha kuliner makanan juga dapat memberikan dampak yang menguntungkan antara lain membuka lapangan pekerjaan baru dengan memanfaatkan Sumber Daya Manusia yang ada hingga membantu peningkatan perekonomian daerah. (Puspasari, 2019: 1).

Pada saat ini persaingan usaha pada bidang kuliner dapat dibidang sangatlah ketat. Usaha pada bidang rumah makan termasuk usaha yang mempunyai prospek yang baik, karena usaha ini memenuhi salah satu kebutuhan primer manusia yaitu kebutuhan untuk makan. Suatu usaha dengan prospek yang baik tidak selalu menjamin eksistensi usaha tersebut bisa dapat bertahan dengan lama, apalagi untuk membuka usaha tersebut banyak orang yang bisa melakukannya dan peminat usahanya pun banyak (Sochimim, 2017: 92). Hal tersebut dapat dilihat dari tabel perkembangan usaha Restoran/Rumah makan di bawah ini berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas yang semakin tahun semakin meningkat:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Restoran/Rumah Makan di Kabupaten Banyumas**

2017	2018	2019
251	844	913

*Sumber Data: BPS Provinsi Jawa Tengah*

Berdasarkan Tabel 1.1 terlihat adanya jumlah kenaikan usaha Restoran/Rumah Makan yang berada di wilayah Kabupaten Banyumas, peningkatan ini terjadi dari tahun ke tahun yaitu dari tahun 2017 yang dapat kita lihat pada tabel di atas dengan jumlah 251.00 sampai pada tahun 2019 sudah terjadi peningkatan dengan total 913.00 Restoran/Rumah Makan yang tersebar di wilayah Banyumas.

Dengan beragamnya variasi produk makanan yang ditawarkan di masyarakat menimbulkan adanya persaingan yang sangat kompetitif. Hal

tersebut membuat para pelaku usaha harus memiliki strategi bersaing untuk menarik minat pelanggan agar dapat mempertahankan usaha dan juga meningkatkan omset penjualan. Persaingan bisnis ini terjadi pada Rumah Makan Pendopo Asri yang terletak di Jatilawang yang harus bersaing dengan beberapa rumah makan yang terletak saling berdampingan, persaingan ini terjadi agar meningkatkan jumlah konsumen atau pelanggan. Ada 4 rumah makan di Kecamatan Jatilawang yang sudah menutup usahanya karena gagal dalam bersaing. Dalam persaingan ini Rumah makan Pendopo Asri juga harus bersaing dengan Rumah Makan Bebek Goreng Abah Ndut yang sudah dikenal dikalangan masyarakat luas dan juga sudah tersebar di beberapa daerah. Akan tetapi Rumah makan Pendopo Asri mampu bersaing dengan para pesaingnya meskipun semua pesaingnya mempunyai persamaan dalam menu yang dijual. Rumah Makan Pendopo Asri merupakan usaha bisnis di bidang kuliner yang berdiri pada tahun 2014 ini menyajikan berbagai variasi hidangan, bukan hanya mengandalkan pada hidangan yang disajikannya saja. Rumah Makan Pendopo Asri juga memiliki konsep bangunan yang tradisional dan juga modern secara bersamaan, hal tersebut menjadikan Rumah Makan Pendopo Asri memiliki ciri khas tersendiri dalam menarik para pelanggannya agar nantinya dapat meningkatkan omset penjualan. Lokasi tempatnya yang strategis, memiliki fasilitas yang lengkap, nyaman dan juga asri karena berada di area persawahan menjadikan Rumah Makan Pendopo Asri ini menjadi tempat yang banyak dipilih untuk menghabiskan waktu baik bersama keluarga maupun teman. Bukan hanya mengandalkan pada tempatnya saja, Rumah Makan Pendopo Asri ini juga mempunyai menu unggulan, yaitu menu Gurame Bakar. Dengan nilai lebih tersebut Rumah makan Pendopo Asri ini diharapkan dapat menghadapi persaingan bisnis kuliner yang dapat dibidang cukup ketat dan hal tersebut dapat dibidang menjadi pembeda dengan para pesaingnya.

**Tabel 1.2**  
**Daftar Rumah Makan di Kecamatan Jatilawang**  
**Kabupaten Banyumas**

No	Nama Rumah Makan
1	Rumah Makan Pendopo Asri
2	Rumah Makan Prabu Mukti
3	Rumah Makan Ayam Goreng Margasana
4	Rumah Makan Pak Djenggot 2
5	Rumah Makan Seribu rasa
6	Rumah Makan Lies
7	Rumah Makan Embung Jawa
8	Rumah Makan Neng Ella
9	Rumah Makan Bebek Goreng Naritem
10	Rumah Makan Bebek Goreng Abah Ndut
11	Rumah Makan Taman Pancuran
12	Rumah Makan Karanganyar Indah
13	Rumah Makan Hafizs
14	Rumah Makan Tirta Gading
15	Rumah Makan Khas Sunda Sinar

*Sumber Data: Observasi pada bulan Juli 2021- Mei 2022*

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Omset Penjualan Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan**  
**Jatilawang Kabupaten Banyumas dari bulan Juli 2021 sampai dengan bulan**  
**September 2021.**

<b>Juli 2021</b>	<b>Agustus 2021</b>	<b>September 2021</b>
Rp 58.000.000	63.000.000	70.000.000

*Sumber Data : Wawancara Pemilik Rumah Makan Pendopo Asri  
Jatilawang*

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas penyusun tertarik untuk meneliti dan mengkaji lebih dalam tentang persaingan yang sedang terjadi pada usaha kuliner dalam meningkatkan omset penjualan. Maka penyusun memilih judul skripsi yang berjudul

## **“Analisis Strategi Bersaing Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Omset Penjualan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas)”**

### **B. Definisi Operasional**

Untuk mempermudah penafsiran dan pengertian serta memperoleh gambaran yang jelas tentang judul yang diangkat, maka ada beberapa istilah yang perlu dijelaskan supaya tidak terjadi kerancuan dalam memahami permasalahan yang akan diangkat.

#### **1. Analisis**

Analisis merupakan penyelidikan terhadap suatu peristiwa (perbuatan) untuk mendapatkan fakta yang tepat atau menguraikan pokok persoalan atas bagian-bagian atau hubungan itu untuk mendapatkan pengertian yang tepat dengan pemahaman secara keseluruhan (Malinda, 2017).

#### **2. Strategi Bersaing**

Strategi adalah suatu alat yang digunakan oleh para pemimpin atau organisasi untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Menurut Hamel dan Prahalad (1995) strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan Husein umar menyatakan bahwa strategi bersaing adalah perumusan untuk meningkatkan daya saing perusahaan dimata pelanggan atau calon pelanggan (Umar, 2008: 31). Strategi bersaing memberikan keunggulan sehingga membedakannya dengan perusahaan lain dan menimbulkan persaingan sehat dengan pelanggan (Aprizal, 2018: 57).

Strategi bersaing di dalam penelitian ini merupakan rencana yang dilakukan oleh seorang pengusaha dalam bersaing di bidang kuliner Rumah Makan di Kecamatan Jatilawang dalam meningkatkan Omset Penjualan.

### 3. Omset Penjualan

Swastha (1993) memberikan pengertian bahwa omzet penjualan merupakan akumulasi dari sebuah kegiatan penjualan suatu produk barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan dalam kurun waktu tertentu dan juga secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi. Dari definisi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa Omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah penjualan barang/jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang telah diperoleh (Nurfitriya, 2011: 4).

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dirumuskan suatu permasalahan yaitu:

1. Bagaimana strategi bersaing yang dilakukan oleh Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas dalam meningkatkan omset penjualan ?
2. Bagaimana analisis SWOT terhadap strategi bersaing pada Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas dalam meningkatkan omset penjualan?

### D. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana strategi bersaing pada Rumah Makan Pendopo Asri di Kecamatan Jatilawang dalam Meningkatkan Omset Penjualan.

### E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi banyak pihak, diantaranya:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan menjadi pengalaman dan pengaplikasian ilmu yang dimiliki serta bentuk pengabdian peneliti kepada pemilik usaha Rumah Makan Pendopo Asri.

2. Bagi pemilik usaha Rumah Makan Pendopo Asri

Sebagai bahan evaluasi terkait strategi dalam memajukan bisnis rumah makannya ke depan dalam menghadapi persaingan usaha kuliner.

3. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan di bidang Marketing, khususnya pada usaha kuliner.

## F. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan suatu bagian yang memuat tentang teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti, dengan melakukan penelaahan kembali terhadap penelitian yang hampir sama dan mengemukakan teori-teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Oleh karena itu untuk mengetahui sejauh mana persoalan ini dibahas dan juga menggambarkan apa yang telah dilakukan para ilmuwan lainnya, baik ahli ekonomi islam atau para pebisnis. Peneliti juga akan melakukan penelaahan terhadap terhadap penelitian-penelitian relevan, lalu melihat sisi lain dari arah yang berbeda dengan penelitian sebelumnya untuk mengkaji beberapa aspek yang berkaitan dengan strategi bersaing.

*Pertama*, Skripsi Devi Rahmawati yang berjudul: *Strategi Bersaing pada Perusahaan Distribusi PT.Unirama Duta Niaga Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif* (Devi Rahmawati, 2019). Dalam pembahasan skripsi tersebut menyimpulkan bahwa perusahaan mengalami tren penjualan yang flukatif namun cenderung menurun di beberapa bulan terakhir sehingga menjadi tantangan bagi perusahaan untuk dapat menentukan strategi yang tepat agar perusahaan dapat tetap bertahan dan mencapai keunggulan kompetitif. Kemudian strategi bersaing yang dapat ditetapkan oleh Perusahaan

Distribusi PT.Unirama Duta Niaga Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif, yaitu menggunakan strategi *focus cost leadership*.

*Kedua*, Skripsi Erna yang berjudul: *Strategi Persaingan Bisnis Café di Kota Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam)* (Erna, 2018). Dalam pembahasan skripsi tersebut menyimpulkan bahwa pemilik Cafe di Kota Parepare perlu melakukan evaluasi/perbaikan. Lalu mengenai produk, pemilik bisnis cafe dapat dibidang cukup memahami secara mendetail setiap produk yang mereka miliki termasuk pada penentuan harga yang disesuaikan biaya produksi dan sasaran penjualannya. Kemudian untuk persaingan tempat, tidak ada terjadinya persaingan tempat karena dalam menarik minat pembeli mereka lebih mengandalkan pelayanan yang mereka berikan pada pembeli, pelayanan yang diberikan oleh pemilik bisnis cafe di Kota Parepare kepada pembeli mayoritas sudah baik. Persaingan yang terjadi sudah sesuai dengan etika bisnis islam, hal ini berdasarkan prinsip-prinsip dalam etika bisnis islam yang telah diterapkan dalam bisnis Cafe di Kota Parepare.

*Ketiga*, Skripsi Fauzi Novit Saputra yang berjudul: *Analisis Strategi Bersaing pada CV.Virgo Furniture di Sukoharjo, Solo* (Fauzi Novit Saputra, 2018). Dalam skripsi tersebut menyimpulkan bahwa faktor yang menjadi kekuatan CV.Virgo Furniture adalah pelayanan terhadap konsumen yang maksimal. Sedangkan kelemahan utamanya adalah tingkat harga bahan baku yang tinggi. Total nilai yang dihasilkan dari matrik IFAS menunjukkan kondisi internal CV.Virgo Furniture di atas rata-rata. Kemudian strategi bersaing yang tepat digunakan pada posisi ini adalah strategi integrasi vertikal dengan melalui dengan melalui penetrasi pasar dan pengembangan produk. Lalu menerapkan strategi SO (*Strength Opportunities*).

*Keempat*, Skripsi Muh Rijal yang berjudul: *Analisis Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada UD.Hummaerah Motor Kabupaten Bone* (Muh Rijal, 2018). Dalam skripsi tersebut menyimpulkan bahwa UD. Hummaerah motor meningkatkan strategi bersaing dengan menyediakan barang yang berkualitas dengan harga yang terjangkau, memaksimalkan pengiriman, meningkatkan strategi promosi dengan memanfaatkan kemajuan

teknologi dan mempertahankan citra perusahaan dimata masyarakat. Kemudian nilai tertimbang matrik IFE pada UD. Hummaerah adalah 2,88 yang mengindikasikan bahwa posisi UD. Hummaerah motor memiliki posisi internal yang kuat, sedangkan nilai tertimbang matrik EFE adalah 3,07 yang mengindikasikan bahwa UD. Hummaerah motor dalam menghadapi dinamika lingkungan eksternal posisi perusahaan relatif kuat. Lalu kondisi UD. Hummaerah berada pada kuadrat pertama. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan berada pada kondisi yang menguntungkan, karena memiliki kekuatan sehingga dapat memilih beberapa peluang yang ada sehingga dapat memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.

*Kelima*, Jurnal Herdiana Ulfa Dwi Puspasari yang berjudul *Persaingan usaha pada industri kuliner (Studi Tentang Pelaku Usaha Kuliner Sate Ayam di Kabupaten Ponorogo)* (2019:8) Menyimpulkan bahwa bentuk persaingan yang terdapat pada industri kuliner sate ayam yaitu berorientasi tujuan serta tidak berorientasi tujuan. Pertama, persaingan yang berorientasi tujuan yaitu memperhatikan tujuan utamanya dalam menjalankan usaha agar mendapatkan hasil untuk memenuhi kebutuhannya. Kedua, persaingan yang tidak berorientasi tujuan yaitu mempengaruhi pembeli menggunakan kalimat persuasif dengan membandingkan usahanya dengan usaha milik pedagang lainnya. Kalimat yang digunakan oleh para pelaku usaha dalam membandingkan usahanya menunjukkan adanya sebuah persaingan yang saling menjatuhkan antar pedagang sehingga dapat menyebabkan adanya disosiatif diantara pedagang sate jika mengetahui bahwa pendapat yang dikatakan untuk mempengaruhi pembeli.

*Keenam*, Jurnal Rosa Lesmana yang berjudul *Analisis Strategi Bersaing PT Dwi Perkasa Mobiltama Pamulang untuk Meningkatkan Penjualan* (Lesmana, 2019; 9) Menyatakan bahwa strategi yang tepat yang digunakan oleh PT Dwi Perkasa Mobiltama adalah dengan mempertahankan kualitas produk serta peningkatan pelayanan dan kehandalan untuk merebut peluang pasar di bidang automotif, serta mengurangi kelemahan pada para



pemasar yang kurang maksimal dan kegiatan promosi yang kurang, serta merubah ancaman menurunnya daya beli konsumen dan persaingan yang semakin ketat. Kemudian strategi pemasaran yang digunakan oleh PT Dwi Perkasa Mobiltama saat ini yaitu memberikan pelayanan kepada konsumen terutama setelah penjualan/*after sales*, menjaga kualitas produk peralatan yang ditawarkan ke konsumen dan menjaga harga yang kompetitif.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa adanya persamaan terhadap penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi bersaing. Adapun perbedaannya terletak pada penelitian ini yang lebih fokus pada strategi bersaing usaha kuliner dalam meningkatkan omset penjualan pada Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas Kabupaten Banyumas.

**Tabel 1.4**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Skripsi/Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Skripsi Devi Rahmawati yang berjudul: <i>Strategi Bersaing pada Perusahaan Distribusi PT.Unirama Duta Niaga Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif.</i>	Menyimpulkan bahwa perusahaan mengalami tren penjualan yang flukatif namun cenderung menurun di beberapa bulan terakhir sehingga menjadi tantangan bagi perusahaan untuk dapat menentukan strategi yang tepat agar perusahaan dapat tetap bertahan dan mencapai keunggulan kompetitif. Kemudian strategi bersaing yang dapat ditetapkan oleh Perusahaan Distribusi PT.Unirama Duta Niaga Dalam Mencapai	-Dalam skripsi tersebut membahas tentang strategi bersaing yang diterapkan oleh perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif. -Sedangkan penelitian ini akan membahas tentang strategi bersaing dalam meningkatkan omset penjualan

		Keunggulan Kompetitif, yaitu menggunakan strategi <i>focus cost leadership</i> .	pendapatan pada Rumah makan pendopo Asri
2.	Skripsi Erna yang berjudul: <i>Strategi Persaingan Bisnis Café di Kota Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam)</i> .	Menyimpulkan bahwa pemilik Cafe di Kota Parepare perlu melakukan evaluasi/perbaikan. Lalu mengenai produk, pemilik bisnis cafe dapat dibilang cukup memahami secara mendetail setiap produk yang mereka miliki termasuk pada penentuan harga yang disesuaikan biaya produksi dan sasaran penjualannya. Kemudian untuk persaingan tempat, tidak ada terjadinya persaingan tempat karena dalam menarik minat pembeli mereka lebih mengandalkan pelayanan yang mereka berikan pada pembeli, pelayanan yang diberikan oleh pemilik bisnis cafe di Kota Parepare kepada pembeli mayoritas sudah baik. Persaingan yang terjadi sudah sesuai dengan etika bisnis islam, hal ini berdasarkan prinsip-prinsip	-Dalam skripsi tersebut membahas tentang strategi, bentuk persaingan dan etika bisnis islam yang digunakan oleh pemilik Café di Kota Parepare. -Sedangkan dalam penelitian ini hanya akan membahas tentang analisis strategi bersaing.

		dalam etika bisnis islam yang telah diterapkan dalam bisnis Cafe di Kota Parepare.	
3.	Skripsi Fauzi Novit Saputra yang berjudul: <i>Analisis Strategi Bersaing pada CV. Virgo Furniture di Sukoharjo, Solo.</i>	Menyimpulkan bahwa faktor yang menjadi kekuatan CV. Virgo Furniture adalah pelayanan terhadap konsumen yang maksimal. Sedangkan kelemahan utamanya adalah tingkat harga bahan baku yang tinggi. Total nilai yang dihasilkan dari matrik IFAS menunjukkan kondisi internal CV. Virgo Furniture di atas rata-rata. Kemudian strategi bersaing yang tepat digunakan pada posisi ini adalah strategi integrasi vertikal dengan melalui dengan melalui penetrasi pasar dan pengembangan produk. Lalu menerapkan strategi SO ( <i>Strength Opportunities</i> ).	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitian yang akan diteliti.

4.	<p>Skripsi Muh Rijal yang berjudul: <i>Analisis Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada UD.Hummaerah Motor Kabupaten Bone.</i></p>	<p>Menyimpulkan bahwa UD. Hummaerah motor meningkatkan strategi bersaing dengan menyediakan barang yang berkualitas dengan harga yang terjangkau, memaksimalkan pengiriman, meningkatkan strategi promosi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan mempertahankan citra perusahaan dimata masyarakat.</p>	<p>Perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada tujuan dari strategi bersaing tersebut, dalam skripsi tersebut bertujuan untuk meningkatkan daya saing sedangkan dalam penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan omset penjualan.</p>
5	<p>Jurnal Herdiana Ulfa Dwi Puspasari yang berjudul: <i>Persaingan usaha pada industri kuliner (Studi Tentang Pelaku Usaha Kuliner Sate Ayam di Kabupaten Ponorogo)</i></p>	<p>Menyimpulkan bahwa bentuk persaingan yang terdapat pada industri kuliner sate ayam yaitu berorientasi tujuan serta tidak berorientasi tujuan. Pertama, persaingan yang berorientasi tujuan yaitu memperhatikan tujuan utamanya dalam menjalankan usaha agar mendapatkan hasil untuk memenuhi kebutuhannya. Kedua, persaingan yang tidak berorientasi tujuan yaitu mempengaruhi</p>	<p>Perbedaannya ada pada bentuk strategi bersaing yang akan digunakan pada penelitian yang akan dilakukan untuk Meningkatkan Omset Penjualan pada Rumah Makan</p>

		pembeli menggunakan kalimat persuasif dengan membandingkan usahanya dengan usaha milik pedagang lainnya.	
6	Jurnal Rosa Lesmana yang berjudul: <i>Analisis Strategi Bersaing PT Dwi Perkasa Mobiltama Pamulang untuk Meningkatkan Penjualan</i>	Menyatakan bahwa strategi yang tepat yang digunakan oleh PT Dwi Perkasa Mobiltama adalah dengan mempertahankan kualitas produk serta peningkatan pelayanan dan kehandalan untuk merebut peluang pasar di bidangomotif, serta mengurangi kelemahan pada para pemasar yang kurang maksimal dan kegiatan promosi yang kurang, serta merubah ancaman menurunnya daya beli konsumen dan persaingan yang semakin ketat.	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitian yang akan diteliti.

### G. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui gambaran secara keseluruhan isi penulisan dalam penelitian ini penyusun menguraikan secara singkat yang terdiri dari lima bab, dengan sistematika sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini merupakan tinjauan Pustaka yang berisikan landasan teori meliputi analisis, strategi bersaing, pendapatan.

**BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan dan hasil pembahasan yang dilakukan sesuai dengan alat analisis dalam penelitian.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang analisis data dan hasil pembahasan yang dilakukan sesuai dengan alat analisis yang digunakan.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini membahas mengenai kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang telah dibahas sebelumnya, keterbatasan dan saran.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Strategi Bersaing**

##### **1. Pengertian Strategi Bersaing**

Pada awalnya konsep strategi (*strategy*) diartikan sebagai suatu cara untuk mencapai sebuah tujuan (*ways to achieve ends*). Porter berpendapat bahwa tujuan utama dalam pembuatan strategi oleh sebuah perusahaan adalah agar perusahaan tersebut nantinya mampu dalam menghadapi perubahan lingkungan dalam jangka yang panjang. Sebuah keunggulan bersaing sangatlah penting untuk diketahui dalam penyusunan perencanaan bisnis karena tidak bisa terlepas begitu saja dari prinsip-prinsip ekonomi.

Strategi merupakan cara yang terbaik untuk dapat mencapai suatu sasaran serta untuk melaksanakan suatu pekerjaan. Selain itu, strategi juga merupakan penentuan tujuan dan sebuah sasaran jangka panjang dalam organisasi atau perusahaan. Apabila sebuah perusahaan ingin memenangkan sebuah persaingan dalam suatu industri, ada satu hal yang harus diputuskan yaitu sebuah strategi yang harus diberlakukan. Keberhasilan suatu strategi itu sendiri juga tidak dapat terlepas dari sumber daya dan kecakapan penda penggunaannya (Cahyani, 2016: 57).

Porter (1993) menyatakan bahwa persaingan merupakan inti dari sebuah keberhasilan. Persaingan yang terjadi antar perusahaan sejenis yang sangat tajam, para pesaing baru dapat masuk ke dalam industri dengan relatif mudah, serta pemasok dan juga pelanggan dapat meningkatkan kekuatan tawar menawar mereka (David, 2006). Agar dapat memenangkan dalam setiap melakukan persaingan, setiap perusahaan diharuskan untuk memiliki strategi bersaing. Tujuan terakhir dari strategi bersaing itu sendiri adalah untuk menanggulangi kekuatan lingkungan demi kepentingan perusahaan.

Strategi bersaing juga sering disebut dengan strategi bisnis, yang berfokus pada peningkatan posisi bersaing produk dan jasa suatu perusahaan dalam industri atau segmen pasar tertentu yang juga dilayani oleh perusahaan tersebut. Strategi bersaing merupakan upaya dalam mencari posisi bersaing yang dapat menguntungkan dan juga kuat dalam melawan kekuatan yang menentukan sebuah persaingan dalam industri. Oleh sebab itu, strategi bersaing bukan hanya merupakan sebuah tanggapan terhadap lingkungan melainkan juga upaya dalam membentuk lingkungan tersebut sesuai dengan keinginan perusahaan tersebut (Foris, 2015: 736).

Strategi bisnis atau dapat juga disebut dengan strategi bersaing biasanya dikembangkan pada level divisi, dan menekankan pada perbaikan posisi persaingan produk barang atau jasa pada perusahaan dalam bidang industri khusus atau segmen pasar yang dilayani oleh divisi tersebut. Strategi bersaing yang ada pada divisi biasanya lebih menekankan pada peningkatan laba dalam sebuah produksi atau penjualan produk dan jasa yang dihasilkan. Strategi bersaing juga seharusnya mengintegrasikan berbagai aktivitas fungsional dalam mencapai sebuah tujuan divisi. Strategi bersaing sendiri merupakan salah satu dari overall *cost leadership*, atau diferensiasi (Hunger, 2020: 24).

Dalam manajemen strategi yang baru, Mintzberg mengemukakan 5P yang memiliki arti yang sama dengan strategi, yaitu perencanaan (*plan*), pola (*paytern*), posisi (*position*), Perspektif (*perspective*), dan permainan atau taktik (*play*).

a. Strategi adalah perencanaan (*plan*)

Konsep strategi tidak bisa terlepas dari yang namanya aspek perencanaan, arahan atau juga acuan, gerak langkah sebuah perusahaan untuk dapat mencapai tujuan di masa depan. Akan tetapi tidak selamanya strategi adalah perencanaan ke masa depan yang belum dilaksanakan. Suatu strategi juga dapat menyangkut segala sesuatu



yang sudah dilakukan sebelumnya, misalnya pada pola-pola perilaku bisnis yang telah dilakukan di masa lampau.

b. Strategi adalah pola (*pattern*)

Menurut penuturan Mintzberg, strategi merupakan sebuah pola (*strategy is pattern*), yang selanjutnya *intended strategy*, karena belum terlaksana dan belum berorientasi ke masa depan.

c. Strategi adalah posisi (*position*)

Pada strategi ketiga ini, menurut Mintzberg *strategy is position* merupakan suatu strategi untuk mempromosikan produk ke pasar tertentu yang nantinya akan dituju. Strategi posisi cenderung dengan melihat ke bawah, yaitu ke satu titik bidik, dimana produk tertentu bertemu dengan pelanggan, dan melihat ke luar yang meninjau berbagai aspek lingkungan.

d. Strategi adalah perspektif (*perspektif*)

Strategi yang keempat yaitu merupakan strategi perspektif. jika pada P kedua dan ketiga cenderung melihat ke bawah dan ke luar, maka pada strategi perspektif ini berbanding sebaliknya karena dalam perspektif cenderung melihat ke dalam yaitu ke dalam organisasi, ke atas yaitu melihat *grand vision* dari perusahaan.

e. Strategi adalah permainan (*play*)

*Strategi is play* merupakan sebuah manuver tertentu yang bertujuan untuk memperdaya lawan atau pesaing. Ada banyak teori yang membahas strategi yang dikemukakan oleh para ahli ekonomi dan manajemen yang digunakan baik dalam perusahaan besar oleh para manajer maupun perusahaan kecil oleh wirausaha untuk mempertahankan usahanya (Sochimin, 2017: 55-56).

2. Teori Generik Strategi dan Keunggulan Bersaing

Strategi generik merupakan strategi tentang bagaimana sebuah perusahaan mengejar keunggulan kompetitif di seluruh ruang lingkup pasar yang dipilihnya.

a. Strategi Biaya Rendah (*Low Cost Strategy*)

Strategi biaya rendah merupakan skala ekonomi atau *economic of scale* yang merupakan tujuan untuk mencapai sebuah ukuran minimum efisiensi antara hubungan *input-output*, dan *high quality products*. Strategi biaya rendah merupakan serangkaian tindakan integratif yang bermanfaat untuk memproduksi dan menawarkan barang atau jasa pada biaya paling rendah terhadap para pesaing dengan pembeda yang nantinya dapat diterima oleh para pelanggan.

b. *Differentiation*

Dengan adanya strategi ini perusahaan berusaha untuk menjadi unik dalam industrinya untuk berbagai dimensi yang secara umum dihargai pembeli. Caranya adalah dengan menciptakan persepsi terhadap nilai tertentu bagi para konsumennya. Kemudian perusahaan menyeleksi satu atau lebih atribut yang dipandang cukup penting oleh banyak pembeli di dalam suatu industri dan secara unik menempatkan diri untuk memenuhi kebutuhan itu, misalnya keunggulan pada kinerja produk, inovasi produk, pelayanan yang lebih baik dan *brand image* yang terlihat lebih unggul.

Cara untuk melakukan diferensiasi juga bergantung pada jenis industri atau juga dapat didasarkan pada produk itu sendiri, seperti teknik penjualannya, pendekatan pemasaran, dan faktor-faktor lainnya. Perusahaan yang memilih atribut berbeda untuk mendiferensiasikan diri secara berbeda dengan atribut pesaingnya dan dapat untuk mempertahankannya nantinya akan menjadi perusahaan berkinerja tinggi dalam industrinya.

Strategi generik yang kedua ini berfokus untuk mendiferensiasikan produk atau jasa yang telah ditawarkan oleh perusahaan, yaitu menciptakan sesuatu yang baru yang dapat dirasakan oleh seluruh industri sebagai hal yang unik. Dalam melakukan pendekatan diferensiasi dapat melakukan bermacam-macam bentuknya yaitu: citra rancangan atau merek, teknologi, karakteristik khusus, pelayanan pelanggan, jaringan penyalur, atau

dimensi-dimensi lain. lalu perlu diingatkan bahwa strategi diferensiasi tidaklah berarti memungkinkan perusahaan untuk mengabaikan biaya, akan tetapi biaya bukanlah target strategis yang utama.

Apabila strategi diferensiasi dapat tercapai, maka ini merupakan strategi yang baik untuk menghasilkan laba di atas rata-rata dalam suatu industri karena strategi ini dapat menciptakan posisi yang aman untuk mengatasi kelima kekuatan persaingan, meskipun dengan cara yang berbeda dengan strategi lainnya. Diferensiasi memberikan penyekat terhadap persaingan karena adanya loyalitas merek dari para pelanggan dan juga mengakibatkan berkurangnya kepekaan terhadap harga. Diferensiasi juga meningkatkan margin laba yang menghindarkan kebutuhan akan posisi biaya rendah. Kesetiaan pelanggan yang dihasilkan dan kebutuhan pesaing berguna untuk mengatasi keunikan menciptakan hambatan masuk. Diferensiasi juga dapat menghasilkan margin yang lebih tinggi yang nantinya dapat dimanfaatkan untuk mengatasi kekuatan para pemasok, dan juga mengurangi kekuatan para pembeli, karena pembeli tidak mempunyai pilihan yang dapat dibandingkan dan dikarenakan hal tersebut para pembeli menjadi kurang peka harga. Dan pada akhirnya sebuah perusahaan yang telah mendiferensiasikan dirinya untuk mendapatkan kesetiaan para pelanggannya nantinya akan berada pada posisi yang lebih baik terhadap produk pengganti dari pada pesaingnya (Porter, 1980: 34).

Kotler(2006) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing pada sebuah perusahaan dengan menggunakan perbedaan (*differentiation*) tawaran dari perusahaan yang nantinya akan memberikan nilai lebih pada konsumen ketimbang yang ditawarkan para pesaing. Penawaran perusahaan kepada pasar dapat di diferensiasikan, diantaranya :

#### 1) Diferensiasi produk

Secara tradisional, pemasar mengklasifikasi produk berdasarkan pada ciri-cirinya, yaitu : daya tahan, wujud dan

penggunaan. Daya tahan dan wujud produk dapat diklasifikasikan menjadi :

- a) Barang yang tahan lama, yaitu barang wujud yang biasanya bertahan walaupun sudah digunakan berulang kali.
- b) Barang yang tidak tahan lama, yaitu barang yang berwujud dan biasanya dikonsumsi dalam salah satu ataupun dalam beberapa kali penggunaan,
- c) Jasa (*Service*), yaitu produk yang tidak terwujud, tidak terpisahkan, dan mudah habis. Maka dari itu produk ini biasanya memerlukan pengendalian mutu, kredibilitas pemasok dan kemampuan penyesuaian yang lebih tinggi.

Produk-produk fisik memiliki perbedaan potensi diferensiasinya. Adapun perusahaan yang sangat inovatif dalam menambahkan ciri-ciri baru yang nantinya akan menjadi pembeda dengan perusahaan lainnya.

## 2) Diferensiasi pelayanan

Selain mendiferensiasikan produk fisiknya dari para pesaing. Perusahaan dapat mendiferensiasikan pelayanan. Apabila perusahaan memiliki produk fisik yang tidak mudah untuk didiferensiasikan, maka solusi lainnya terletak pada peningkatan kualitas pelayanan. Ada beberapa diferensiasi kualitas yang dapat diciptakan oleh perusahaan diantaranya adalah kemudahan pelayanan, pengiriman, pemasangan, pelatihan pegawai, konsultasi pelanggan.

## 3) Diferensiasi personalia

Sebuah perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing yang kuat dengan cara mempekerjakan dan juga melatih orang-orang yang nantinya akan lebih baik dari para pesaingnya. Kemampuan karyawan dalam dalam proses pemasaran nantinya akan mempengaruhi minat pembeli untuk memperkuat strategi dan kualitas pelayanan yang diberikan karyawan dalam aktivitas

perusahaan. Karyawan yang berkualitas menunjukkan beberapa kriteria sebagai berikut :

- a) Kemampuan : mereka memiliki pengetahuan yang diperlukan
  - b) Kesopanan : mereka ramah, menghormati, dan penuh perhatian
  - c) Kredibilitas : mereka dapat dipercaya
  - d) Dapat diandalkan : mereka memberikan pelayanan secara konsisten dan akurat
  - e) Cepat tanggap : mereka cepat dalam menanggapi permintaan dan masalah konsumen
  - f) Komunikasi : mereka berusaha memahami pelanggan dan berkomunikasi dengan jelas.
- 4) Diferensiasi saluran

Kotler & Keller (2007) berpendapat bahwa sebuah perusahaan bisa mencapai keunggulan bersaing melalui citra mereka dalam merancang sebuah saluran distribusi, terutama saluran yang menyangkut jangkauan, keahlian dan kinerja saluran-saluran tersebut.

5) Diferensiasi citra

Citra merupakan sebuah cara dari masyarakat untuk mempersepsi/memandang/memikirkan perusahaan atau produknya. Dalam identitas yang efektif mampu melakukan hal-hal sebagai berikut. Pertama, memantapkan karakter pada produk dan juga dalam promosi nilai. Kedua, memberikan sebuah kekuatan emosional yang lebih dari sekedar kekuatan citra mental. Agar dapat berfungsi, citra harus disampaikan melalui berbagai sarana komunikasi dan kontak merek yang tersedia. Citra juga harus dibangun melalui saluran media yang ada secara berkelanjutan dan dapat disampaikan dengan lambang simbol/ media cetak dan audio/visual, suasana dan peristiwa.

- a) Lambang

Citra yang kuat memiliki satu atau lebih lambang yang dikenali perusahaan atau merek, logo perusahaan dan merek adalah sebuah keharusan untuk dirancang agar mudah dikenali.

b) Media cetak/audio visual

Sebuah lambang yang sudah dipilih harus dimasukkan ke dalam iklan yang nantinya dapat menyampaikan kepribadian perusahaan atau merek. Sebuah iklan harus dapat menyampaikan suatu citra, perasaan, tingkat unjuk kerja, dan suatu yang unik.

c) Suasana

Tempat perusahaan yang membuat atau memberikan produk dan jasanya adalah pembentukan sebuah citra yang kuat juga.

d) Peristiwa

Sebuah perusahaan dapat membangun identitas melalui sebuah acara yang didukungnya (Paryanti, 2015: 6).

c. *Focus*

Strategi generik terakhir yaitu strategi fokus, strategi ini berfokus pada kelompok pembeli, segmen lini produk, atau pasar geografis tertentu; seperti halnya dengan diferensiasi, strategi fokus dapat bermacam-macam bentuknya. Jika strategi biaya rendah dan diferensiasi berfokus pada hal untuk mencapai sasaran mereka di seluruh industri, maka lain halnya dengan strategi fokus yang dibangun untuk melayani target tertentu secara baik, dan juga semua kebijakan fungsional dikembangkan atas dasar pemikiran ini. Pada strategi ini lebih didasarkan pada pemikiran bahwa perusahaan dengan demikian akan mampu melayani target strategisnya yang sempit secara lebih efektif dan juga lebih efisien dibanding dengan pesaing yang bersaing lebih luas. Dan sebagai akibatnya, perusahaan dapat mencapai diferensiasi karena mampu memenuhi kebutuhan suatu target tertentu dengan lebih baik, atau juga dapat mencapai biaya yang lebih rendah

dalam melayani target ini, atau bahkan dapat mencapai kedua hal tersebut. Meskipun strategi fokus ini tidak dapat mencapai biaya rendah atau diferensiasi dari segi pandang pasar sebagai keseluruhan, strategi ini sebenarnya mencapai salah satu atau kedua posisi tersebut di target pasarnya yang lebih sempit.

Perusahaan yang memilih untuk menggunakan strategi fokus secara potensial dapat dibidang mampu menghasilkan laba di atas rata-rata untuk industrinya. Strategi fokus dapat berarti bahwa perusahaan mempunyai posisi biaya rendah dengan strategisnya, diferensiasi, atau dengan kedua-duanya. Kemudian, strategi fokus juga dapat digunakan untuk memilih target yang dianggap paling tidak rawan terhadap produk pengganti atau di mana pesaing adalah yang paling lemah (Porter, 1980: 35).

Strategi ini berbeda dengan strategi lainnya karena dalam strategi ini menekankan pilihan akan cakupan bersaing yang sempit dalam suatu industri. Para penganut strategi fokus memilih suatu segmen dalam industri yang bersangkutan dan menyesuaikan dengan strateginya untuk melayani dengan cara mengesampingkan yang lain. Dengan mengoptimalkan strateginya untuk segmen sasaran, para penganut strategi fokus berusaha untuk mencapai keunggulan bersaing dalam segmen sasaran walaupun tidak memiliki keunggulan bersaing secara keseluruhan.

Strategi fokus memiliki dua varian, yaitu fokus biaya dan fokus diferensiasi. Untuk fokus biaya, perusahaan akan mengusahakan keunggulan bersaing dalam segmen sasarannya. Sebaliknya, fokus diferensiasi, perusahaan akan mengusahakan diferensiasi dalam segmen sasarannya.

Apabila perusahaan dapat untuk mencapai keunggulan biaya yang dapat dipertahankan (fokus biaya) atau diferensiasi (fokus diferensiasi) dalam segmennya kemudian segmen tersebut terlihat menarik secara struktural, para penganut strategi fokus akan menjadi

suatu perusahaan yang berkinerja tinggi dalam industrinya. Daya tarik struktural pada segmen menjadi suatu kondisi penting yang diperlukan karena pada beberapa segmen dalam industri jauh kurang menguntungkan dibandingkan dengan yang lain. Untuk beberapa strategi fokus yang dapat dipertahankan dalam suatu industri sering ada ruang asalkan penganut strategi ini memilih segmen sasaran yang berbeda. Kebanyakan industri juga memiliki berbagai macam segmen dan setiap segmen memiliki kebutuhan pembeli yang berbeda-beda yang menjadi sasaran untuk strategi fokus (Hubeis dan Mukhamad, 2014: 87).

### 3. Analisis Persaingan Michael Porter Dalam Lima Kekuatan Kompetitif Porter

*Competitive setting* ini dimulai dari analisis industri dengan menggunakan *5's Force analysis* yang bersumber dari porter. Tujuan dari analisis tersebut yaitu untuk menentukan keunggulan bersaing dan juga keunggulan kompetitif perusahaan. Dalam pendekatan porter ini diturunkan dari disiplin ekonomika organisasi industri yang berupaya untuk menjelaskan kinerja organisasi yaitu dengan cara melihat hubungan antara struktur industri, perilaku organisasi dan kinerja organisasi. Kemudian ide dasarnya adalah mengenai bagaimana cara memperoleh dan mempertahankan keunggulan kompetitif dengan menganalisis kekuatan eksternal lalu kemudian menggunakan kekuatan eksternal tersebut sebagai dasar keputusan dan tindak strategik.

*Five's force analysis* terdiri dari para pendatang baru yang nantinya akan masuk dalam industri ini, kekuatan daya beli konsumen, kekuatan pemasok, produk substitusi yang dapat menggantikan produk dalam industri ini dan kompetitor yang ada dalam industri. Adanya sentral kekuatan persaingan terjadi karena persaingan sesama pesaing dalam industri yang sama. Adanya tingkat persaingan yang semakin tinggi mengindikasikan bahwa industri tersebut semakin *profitable*. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi intensitas persaingan adalah:



pertumbuhan industri; biaya tetap dan biaya penyimpanan; diferensiasi produk; identitas merek; biaya pengalihan ke barang lain; konsentrasi dan keseimbangan; informasi yang kompleks; keberagaman pesaing dan halangan keluar (Kodrat, 2009: 119).

a. Ancaman pendatang baru

Ancaman pendatang baru ini nantinya akan membuat persaingan menjadi semakin ketat. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi mudah atau susah nya rintangan dalam memasuki suatu industri yaitu: skala ekonomi; diferensiasi produk; identitas merek; biaya pengalihan; kebutuhan modal; akses terhadap distribusi; keunggulan biaya absolut; kebijakan pemerintah dan reaksi para pesaing.

Ancaman pesaing tidak hanya datang dari para kompetitor lama. Seiring dengan berjalannya waktu dan berkembangnya usaha, akan ada ancaman dari para produsen baru yang bermunculan. Dengan masuknya para pemain baru dalam industri akan membuat persaingan menjadi semakin ketat dan pada akhirnya dapat menyebabkan turunnya laba yang akan diterima bagi semua perusahaan. Hal tersebut berkaitan dengan seberapa mudah pendatang baru untuk berkompetisi dalam persaingan usaha sejenis (Pamungkas, 2016: 120).

b. Ancaman produk atau jasa pengganti

Merupakan barang atau jasa yang dapat menggantikan produk sejenis. Dengan adanya produk atau jasa pengganti nantinya akan dapat membatasi jumlah laba potensial yang didapat dari suatu industri. Apabila harga produk pengganti yang ditawarkan semakin alternatif, maka akan semakin ketat pembatasan laba dari suatu industri. Sehingga dengan semakin banyak ragam barang dan juga semakin jarang, dengan adanya produk pengganti juga akan mempengaruhi pendapatan dari perusahaan. Hal tersebut berkaitan dengan para konsumen, apakah memiliki pilihan lain terhadap produk yang ada (Pamungkas, 2016: 120).

Semua perusahaan yang berada dalam suatu industri bersaing, dalam artian dengan industri-industri yang menghasilkan produk pengganti. Produk pengganti membatasi laba potensial dari industri dengan cara menetapkan harga pagu (*ceiling price*) yang dapat diberikan oleh perusahaan dalam industri. Produk pengganti menempatkan batas atas dari harga yang bisa diterapkan sebelum para konsumen akan berpindah ke produk pengganti. Kekuatan persaingan dari produk pengganti ini paling baik diukur dengan pangsa pasar yang direbut oleh produk tersebut, di samping rencana perusahaan itu yang meningkatkan kapasitas dan penetrasi pasar (Foris, 2015: 737).

c. Kekuatan tawar menawar pembeli

Daya tawar pembeli pada sebuah industri berperan dalam menekan harga untuk beranjak turun, serta memberikan penawaran dalam hal peningkatan kualitas ataupun layanan lebih dan membuat para kompetitor akan saling bersaing satu sama lain. proses penawaran terkadang melebihi atau juga berada pada posisi tingkat paling rendah. Apabila harga yang ditawarkan sama dengan biaya produksi maka yang terjadi perusahaan tersebut akan mengalami kerugian. Lalu sebagai akibat jangka panjang, maka perusahaan tersebut akan menurunkan kualitas dari produk yang diproduksi. Dengan rendahnya kualitas dari produk, maka tingkat kompetisi perusahaan tersebut akan menurun. Hal ini berkaitan dengan kemampuan dari para konsumen untuk dapat mempengaruhi harga jual barang sehingga menjadi semakin rendah (Pamungkas, 2016: 120).

d. Kekuatan tawar menawar penjual/pemasok

Daya tawar pemasok dapat menjadi sebuah ancaman bagi para perusahaan yang selama ini mendapatkan input dari pemasok apabila terjadi ketergantungan perusahaan pada salah satu pemasok yang menjadi semakin besar dari waktu ke waktu. Dalam hal ini indikator yang dapat digunakan untuk melihat ketergantungan sebuah perusahaan kepada salah satu pemasok adalah indikator rasio

konsentrasi (*concentration ratio*) yang dapat menunjukkan rasio antara jumlah nilai pasokan dari pemasok tertentu dengan keseluruhan nilai persediaan yang dipasok oleh berbagai pemasok.

Para pemasok dapat menggunakan kekuatan tawar menawar terhadap para peserta industri dengan cara mengancam akan menaikkan harga produk atau juga menurunkan mutu produk atau jasa yang dibeli. Para pemasok yang kuat dapat menekan kemampuan sebuah industri yang tidak mampu mengimbangi kenaikan harganya (Foris, 2015: 738).

e. Persaingan antar kompetitor dalam industri yang sama

Menurut Porter persaingan antar para pesaing di dalam industri yang sama nantinya akan menjadi pusat kekuatan persaingan. Dalam hal ini kompetitor memainkan peran sebagai pemain yang menghasilkan serta menjual produk sejenis, yang bersaing merebut pasar. Banyak dari perusahaan lain yang juga bergerak pada bidang yang sama. Dan pada saat ini tidak hanya berkompetisi pada harga saja tetapi telah berkembang jauh lagi. Persaingan ini juga terjadi pada bidang pelayanan kualitas, maupun pelayanan purna jual dari produk yang ditawarkan. Semakin banyak kompetitor, suatu perusahaan akan semakin berjuang dengan keras untuk dapat memperebutkan pasar (Pamungkas, 2016: 120).

Intensitas persaingan diantara para perusahaan sejenis yang bersaing cenderung dapat meningkat karena jumlah para pesaing semakin bertambah, hal ini juga dipengaruhi dengan adanya para pesaing yang semakin seragam dalam hal ukuran dan kemampuan serta permintaan untuk produk industri yang menurun, dan karena pemotongan harga semakin umum. Perseteruan di antara perusahaan perusahaan yang saling bersaing cenderung akan meningkat apabila jumlah pesaing bertambah, hal ini disebabkan oleh jumlah perusahaan yang bersaing menjadi setara dalam ukuran dan kemampuan, permintaan produk industri menurun, dan potongan harga menjadi

terlihat biasa saja. Strategi yang dijalankan oleh salah satu perusahaan dapat berhasil apabila dalam menentukan strategi mempunyai keunggulan bersaing atas strategi yang dijalankan oleh perusahaan pesaing (Foris, 2015: 737).

## **B. Omset Penjualan**

Secara pengertian, omzet merupakan jumlah uang hasil dari penjualan barang (dagangan) tertentu dalam kurun waktu pada penjualan barang tersebut. Dan dapat dikatakan juga omzet merupakan laba kotor yang dihasilkan dari usaha itu sendiri. Omzet merupakan jumlah nilai total dari penjualan produk dalam suatu kurun waktu tertentu. Dapat dikatakan bahwa istilah omzet sama dengan pendapatan kotor karena pendapatan tersebut belum dikurangi biaya yang dikeluarkan untuk modal, seperti biaya produksi, gaji pegawai, dan biaya operasional lainnya. Nilai omzet sebuah perusahaan juga kerap kali menjadi sebuah patokan dalam menilai golongan perusahaan tersebut, apakah perusahaan tersebut berada di skala kecil, menengah, atau besar. Namun angka yang muncul pada omzet masih terbilang sebuah hitungan kasar, sehingga masih belum bisa mencerminkan keuntungan bersih yang diperoleh oleh perusahaan sebenarnya (Wahyuni, 2020: 19).

Chaniago (1998) memberikan pendapat tentang Omzet penjualan yaitu merupakan keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu. Dari pengertian di atas bisa disimpulkan bahwa omzet penjualan merupakan suatu keseluruhan dari jumlah penjualan barang/jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dapat ditentukan berdasarkan jumlah uang yang diperoleh. Di dalam praktek, kegiatan penjualan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: faktor kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar, modal, kondisi organisasi perusahaan, dan juga faktor-faktor lain seperti; periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, serta hal yang sering mempengaruhi penjualan (Nurfitri, 2011: 4).

### C. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk dapat menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman. Analisis SWOT sendiri merupakan bagian dari suatu proses perencanaan. Hal penting yang harus ditekankan adalah bahwa dalam sebuah proses perencanaan tersebut, suatu institusi membutuhkan penilaian mengenai kondisi saat ini dan gambaran untuk ke depan yang mempengaruhi proses pencapaian tujuan institusi (Istiqomah, 2017: 370).

Analisis SWOT juga merupakan suatu bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan-kekuatan (*strength*) dan kelemahan-kelemahan (*weaknesses*) suatu organisasi dan kesempatan-kesempatan (*opportunities*) dan juga ancaman-ancaman (*threats*) dari lingkungan untuk merumuskan strategi organisasi. Dengan penggunaan analisis SWOT nantinya akan didapatkan karakteristik dari kekuatan utama, kekuatan tambahan, faktor netral, kelemahan utama dan kelemahan tambahan berdasarkan analisa lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan.

#### 1. Faktor Internal

Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strength* dan *weakness* (S dan W), yang mana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, dan hal ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam jenis manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan.

#### 2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal berpengaruh pada terbentuknya *opportunities* dan *threats* (O dan T). Yang mana faktor-faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan sebuah keputusan pada perusahaan. Faktor ini mencakup

lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan dan sosial budaya.

Setelah peneliti berhasil dalam proses mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi yang telah didapat dalam model-model kuantitatif perumusan strategi. Dalam hal ini peneliti menggunakan model matrik SWOT. Metode matrik ini dapat digunakan secara rinci bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan agar nantinya dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Faktor-faktor yang ditetapkan akan diterapkan dalam bentuk matrik SWOT, matrik ini dapat menghasilkan 4 set kemungkinan alternatif strategis, yang mana dalam pengaplikasiannya adalah:

1. Bagaimana kekuatan (*strengths*) sanggup mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada.
2. Bagaimana cara mengatasi kelemahan-kelemahan (*weakness*) yang mencegah keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada
3. Bagaimana kekuatan (*strengths*) sanggup menghadapi ancaman (*threats*) yang ada.
4. Bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weakness*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

**Tabel 1.5**  
**Diagram Matrik SWOT**

IFAS EFAS	STRENGTH (S) Faktor-faktor kekuatan	WEAKNESSES (W) Faktor-faktor kelemahan
OPPORTUNITIES (O) Faktor-faktor peluang	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk menghasilkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT

Faktor-faktor ancaman	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman
-----------------------	---	---

1. Strategi SO merupakan strategi yang ditetapkan berdasarkan pada jalan pikiran organisasi yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi WO merupakan strategi yang ditetapkan berdasarkan pada pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan dalam organisasi.
3. Strategi ST merupakan strategi yang ditetapkan berdasarkan pada kekuatan yang dimiliki oleh organisasi untuk mengatasi ancaman yang terdeteksi.
4. Strategi WT merupakan strategi yang diterapkan ke dalam bentuk kegiatan yang bersifat defensif dan juga berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancamannya (Istiqomah, 2017: 374).

#### **D. Landasan Teologis**

##### **1. Pengertian Strategi Bersaing Dalam Islam**

Islam yang dikenal dengan sebuah aturan hidup yang khas, sejatinya telah memberikan aturan-aturannya yang rinci untuk menghindarkan munculnya suatu permasalahan yang diakibatkan dari praktik persaingan yang tidak sehat. Terdapat minimal tiga unsur yang harus dicermati dalam membahas persaingan menurut bisnis islam yaitu: pihak-pihak yang bersaing, cara persaingan, dan produk yang dipersaingkan.

##### **a. Pihak-pihak yang bersaing**

Manusia yang pada dasarnya merupakan pusat pengendali dari persaingan bisnis. Maka, ia akan menjalankan bisnisnya yang berkaitan dengan pandangan tentang bisnis islam yang sedang di jalannya termasuk dengan persaingan yang sedang terjadi di

dalamnya. Untuk seseorang yang muslim, sebuah bisnis yang dilakukan adalah dalam rangka untuk memperoleh dan mengembangkan kepemilikan harta. Harta yang diperoleh adalah sebuah rezeki dengan cara yang sebaik-baiknya. Salah satunya dengan jalan berbisnis, ia tidak akan pernah takut akan kekurangan rezeki ataupun kehilangan rezeki hanya karena berfikir rezeki itu diambil oleh pesaing. Hal tersebut sudah dijelaskan dalam ayat Al-quran Al-Mulk ayat 15.

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهَا وَإِلَيْهِ  
الْتُّنُورُ

*Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah untuk dijelajahi, maka jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.* (Qur'an Kemenag, <https://quran.kemenag.go.id/sura/67>, akses 10 Maret 2022).

Keyakinan bahwa rezeki semata-mata datangnya dari Allah SWT dapat menjadi sumber kekuatan ruhiyah bagi seorang pebisnis muslim. Keyakinan tersebut dapat menjadi sebuah landasan sikap tawakal yang kokoh dalam menjalankan bisnis. Adapun selama berbisnis, ia akan senantiasa menyerahkan segala sesuatunya kepada Allah. Apabila bisnisnya memenangkan persaingan, maka ia akan bersyukur. Dan juga sebaliknya, ketika ia terpuruk dalam bersaing, ia akan bersabar. Pada intinya segala segala keadaan yang dihadapi ia akan menghadapinya dengan sikap yang positif tanpa melupakan hal-hal dan juga prinsip yang telah Allah perintahkan kepadanya.

Seorang muslim akan memandang bahwa bisnis hanyalah sebagai pelaksanaan yang berasal dari perintah Allah untuk mencari karunianya yang sudah tersebar di seluruh penjuru bumi. Oleh sebab itu, tidak pernah terpikir olehnya untuk menghalalkan berbagai cara hanya untuk sekedar memenangkan “persaingan”. Bagi seorang muslim persaingan sendiri merupakan hal dalam berebut untuk



menjadi yang terbaik, terbaik dalam produk yang bermutu, harga bersaing “tidak membanting harga, maupun merugikan konsumen”, dan juga dengan pelayanan total.

وَجَعَلْنَا اللَّيْلَ لِبَاسًا ۗ- ١٠ وَجَعَلْنَا النَّهَارَ مَعَاشًا ۗ- ١١

*Dan kami menjadikan malam sebagai pakaian. Dan kami menjadikan siang untuk mencari penghidupan.* (Qur'an Kemenag, <https://quran.kemenag.go.id/sura/78>, akses 10 Maret 2022).

Di dalam Al-quran surat an-Naba' 10-11 dijelaskan bahwa dalam hal kerja, Islam memerintahkan pada setiap umat muslim untuk memiliki etos kerja yang tinggi, sebagaimana yang sudah diperintahkan oleh Allah pada umatnya untuk berlomba-lomba dalam melakukan sebuah kebaikan. Dengan adanya landasan ini, sebuah persaingan tidak lagi diartikan sebagai sebuah usaha yang dapat mematikan pesaing lainnya, akan tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya.

b. Cara bersaing

Kegiatan dalam berbisnis merupakan sebuah bagian dari muamalah. Oleh karenanya, suatu bisnis tidak dapat terlepas dari hukum-hukum yang juga mengatur masalah muamalah. Maka dari itu, persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan sebuah praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah Islam. Di dalam islam setiap muslim yang ingin menjalankan suatu bisnis dianjurkan untuk menjalankan persaingan dengan cara yang sehat seperti yang sudah dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah Ayat 148.

وَلِكُلِّ وَّجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۗ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ  
بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

*Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh, Allah maha kuasa atas segala sesuatu.* (Qur'an Kemenag, <https://quran.kemenag.go.id/sura/2>, akses pada 16 Maret 2022).

Dalam menjalankan sebuah bisnis, setiap orang nantinya akan berhubungan dengan pihak-pihak lain seperti rekan bisnis dan juga pesaing bisnis. Sebagai hubungan *interpersonal*, seorang pebisnis muslim harus tetap berupaya dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada mitra bisnisnya. Hanya saja, terkadang tidak mungkin bagi pebisnis muslim bahwa pelayanan terbaik itu dapat diartikan juga memberikan “*servis*” dengan hal yang dilarang syariah.

Terkadang dalam meluluskan sebuah negosiasi sering terjadi suap yang sudah jelas dilarang oleh syariat. Atau juga dengan cara memberikan umpan perempuan, sebagaimana telah menjadi hal yang lumrah terjadi dalam praktik bisnis pada masa kini. Dalam berhubungan dalam rekan bisnis, setiap pebisnis muslim harus memperhatikan hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan akad-akad bisnis. Dan juga dalam berakad, haruslah sesuai dengan fakta yang ada tanpa adanya manipulasi. Yaitu misalnya dengan memberikan sampel produk dengan kualitas yang sangat baik, padahal produk yang dikirimkan memiliki kualitas yang buruk.

Rasulullah saw telah memberikan contoh tentang bagaimana cara bersaing dengan baik. Pada saat berdagang Rasul tidak pernah melakukan cara untuk menghancurkan pesaing dagangannya. Hal tersebut bukan berarti Rasulullah berdagang dengan cara seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya. Namun yang beliau selalu lakukan adalah dengan cara memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan juga selalu menyebut spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk jika terdapat cacat pada barang yang dijualnya. Hal tersebut secara alami ternyata justru mampu meningkatkan kualitas penjualan dan menarik minat para pembeli tanpa harus menghancurkan pedagang lainnya.

Sementara itu, Negara juga harus mampu menjamin terciptanya sistem yang kondusif dalam persaingan. Pemerintah tidak dibolehkan memberi fasilitas khusus pada seseorang atau sekelompok pebisnis

tentang teknologi, informasi pasar, pasokan bahan baku, hak monopoli, atau penghapusan pajak.

c. Produk (barang atau jasa) yang dipersaingkan

Ada beberapa keunggulan produk yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing yaitu:

1) Produk

Produk usaha yang dipersaingkan yaitu harus berupa barang ataupun jasa yang halal. Harus sesuai dengan spesifikasi yang diharapkan oleh para konsumen guna untuk menghindari penipuan, kualitas terjamin dan berdaya saing.

2) Harga

Apabila ingin memenangkan suatu persaingan, maka dalam penentuan harga haruslah kompetitif. Dalam hal tersebut tidak diperbolehkan untuk membanting harga dengan tujuan untuk menjatuhkan para pesaing.

3) Tempat

Tempat harus terlihat baik, bersih, sehat dan juga nyaman agar dapat menarik minat para pelanggan.

4) Pelayanan

Dalam memberikan pelayanan haruslah bersikap ramah, akan tetapi juga tidak diperbolehkan dengan mendekati maksiat.

Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi apakah suatu perusahaan menjadi pesaing kita atau tidak. Untuk dapat terlihat sebagai pesaing bisa diketahui dari sisi industri, harga, dan juga segmen pasar. Dalam penentuan pesaing sangatlah penting karena hal tersebut sangatlah berpengaruh terhadap keberhasilan suatu perusahaan. Penelitian juga menunjukkan bahwa “hanya 20%, pemasar yang dapat mengidentifikasi para pesaingnya dengan tepat, sementara 80% lainnya meleset pada sasaran”.

“Jika kamu tidak ingin kehilangan rasa bersaing, maka jangan pernah untuk membunuh para pesaingmu”, hal tersebut sangatlah perlu

untuk diperhatikan. Dalam sebuah persaingan kita tidak boleh melihat mereka sebagai sebuah ancaman, dimana kita harus memenangkan serta mematikan pesaing, justru sebaliknya dengan adanya para pesaing, maka perusahaan akan selalu mempunyai rasa bersaing yang nantinya akan membawa kita pada perbaikan perusahaan untuk menuju lebih baik lagi, baik proses di dalam, manajemen, kualitas produk yang dapat memberikan nilai tambah serta kepuasan kepada seluruh pihak yang berkepentingan, terutama pihak pelanggan, pemilik dan juga karyawan (Cahyani, 2016: 68).



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, metodologi penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti merupakan sebagai instrumen kunci, Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu menggunakan cara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan juga hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna dari pada *generalisasi*. Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan dimana penelitian akan dilakukan langsung di lapangan. Ide pentingnya adalah bahwa peneliti berangkat ke ‘lapangan’ untuk mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena dalam keadaan alamiah. Penelitian lapangan biasanya membuat catatan lapangan secara ekstensif yang kemudian dibuatkan kodenya dan dianalisis dalam berbagai cara (Sugiyono, 2016: 9).

Penelitian ini ditandai dengan objek secara langsung mendatangi atau berkunjung langsung untuk mendapatkan hasil yang maksimal terhadap aktivitas usaha Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas mengenai strategi bersaing, lalu mencari data-data yang mendukung dalam penelitian ini. Dalam hal ini penulis akan memfokuskan pada bagaimana analisis strategi bersaing dalam meningkatkan omset penjualan studi kasus pada Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas, yang terletak di Jalan Raya Margasana Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas, yang mana penelitian ini dilakukan pada bulan Juli 2021 sampai dengan bulan Mei 2022.

### C. Sumber Data

Sumber data merupakan subjek dari mana data tersebut dapat diperoleh dan juga memiliki informasi yang jelas tentang bagaimana mengambil data tersebut dan bagaimana data tersebut diolah. Apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik tertulis maupun lisan.

Data yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini menggunakan dua jenis dan dua sumber data yaitu sebagai berikut:

#### 1. Sumber data primer

Data primer merupakan sebuah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh objek yang dipercaya. Data merupakan subjek penelitian (informan) yang berkenaan dengan variabel yang diteliti (Arikunto, 2019: 22).

Dalam hal ini, sumber data yang diperoleh dari pemilik usaha Rumah Makan Pendopo Asri, serta para karyawan yang telah mengetahui sejarah serta proses berjalannya usaha Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas.

#### 2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen (Arikunto, 2019: 22). Data dalam penelitian ini yaitu data yang sejenis dari penelitian yang akan diteliti, studi kepustakaan akan memperoleh suatu konsep maupun teori yang mengambil dari buku-buku, jurnal penelitian terdahulu, yang membahas tentang suatu masalah yang berkaitan dengan kasus yang akan diteliti. Data-data dari tempat usaha Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas.

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam suatu penelitian, karena tujuan utama dari penelitian itu sendiri adalah untuk mendapatkan data. Tanpa mengetahui Teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2016: 224). Untuk mendapatkan data yang konkrit, peneliti menggunakan data sebagai berikut:

##### 1. Observasi

Nasution (1988) menyatakan bahwa, observasi merupakan dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui sebuah observasi. Data tersebut dikumpulkan dan dibantu dengan berbagai alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil (proton dan elektron) maupun yang sangat jauh (benda ruang angkasa) dan dapat diobservasi secara jelas. Observasi dapat juga diartikan sebagai sebuah pengamatan dan pencatatan dengan sistematis atas fenomena-fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2016: 226).

##### 2. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan antara dua orang untuk bertukar sebuah informasi dan ide melalui tanya jawab. Sehingga nantinya dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara juga digunakan sebagai Teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, akan tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan pada data ini mendasarkan diri pada laporan yang membahas diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pada sebuah pengetahuan ataupun pada keyakinan pribadi. Jadi, dengan dilakukannya wawancara maka nantinya peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam mengenai partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang sedang terjadi, yang mana hal tersebut tidak dapat ditemukan melalui observasi.

Peneliti menggunakan jenis wawancara terstruktur sebagai Teknik pengumpulan data, apabila peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara pengumpul data telah menerima instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif dan jawabannya pun telah disiapkan. Dalam melakukan wawancara, selain harus membawa instrument sebagai pedoman untuk wawancara maka pengumpul data juga dapat menggunakan alat bantu seperti tape recorder, gambar, brosur dan material lain yang dapat membantu pelaksanaan wawancara agar menjadi lancar (Sugiyono, 2016: 231).

### 3. Dokumentasi

Dokumen merupakan sebuah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya, catatan harian, sejarah kehidupan (*lifr histories*), cerita biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain.

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa foto, gambar saat wawancara yang berguna untuk meningkatkan tingkat kredibilitas atau kepercayaan dari proses observasi atau wawancara, serta data-data yang relevan mengenai Usaha Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas.

## E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan sebuah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, Menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Tahapan-tahapan yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:



1. Analisis sebelum di lapangan

Analisis yang dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder yang berkaitan dengan strategi bersaing usaha kuliner dalam meningkatkan omset penjualan studi kasus pada Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas.

2. Analisis data di lapangan

Analisis data ini dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *data conclusion*.

- a) *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data merupakan suatu proses berfikir yang sensitif dan juga memerlukan kecerdasan dan keluasan dan kedalaman wawancara yang tinggi. Data yang sudah diperoleh dari lapangan jumlahnya dapat terbilang cukup banyak, hal tersebut mengharuskan peneliti untuk mencatat secara rinci dan teliti. Mereduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, lalu memfokuskan pada hal-hal yang penting dan juga dicari tema dan polanya. Dengan demikian maka data yang sudah direduksi akan memberikan sebuah gambaran yang lebih jelas dan juga mempermudah bagi peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya apabila dibutuhkan.

- b) *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, kemudian langkah selanjutnya yaitu mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan juga sejenisnya. Dengan mendisplaykan data, maka dapat mempermudah dalam memahami apa yang terjadi, lalu

melakukan rencana kerja selanjutnya dengan apa yang sudah dipahami.

c) *Conclusion Drawing* (Penarikan Kesimpulan)

Langkah selanjutnya yaitu penarikan kesimpulan dan juga verifikasi. Pada kesimpulan awal yang dikemukakan masih dapat dibalang sementara dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat dan juga mendukung pada saat tahap pengumpulan data berikutnya. Akan tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada saat tahap awal didukung dengan adanya bukti-bukti yang valid dan juga konsisten pada saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang sudah dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (Sugiyono, 2016: 248-252).

Selain menggunakan beberapa teknik analisis yang ada di atas. Peneliti juga akan menggunakan salah satu teknik yang lazim digunakan dalam sebuah penelitian yang bertemakan strategi bersaing, yakni analisis SWOT. Analisis SWOT (*SWOT analysis*) mencakup upaya-upaya dalam mengenali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan.

**F. Uji Keabsahan Data**

Dalam Teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data yang sudah ada. Triangulasi teknik berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama (Sugiyono, 2016: 241). Untuk mengkaji keabsahan data dari peneliti, maka penulis menggunakan triangulasi data. Menurut Wiliam Wiersma triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan juga berbagai waktu. Dengan demikian maka terdapat triangulasi sumber, triangulasi pengumpulan data, dan waktu. (Sugiyono, 2016: 273).

### 1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber, atau juga membandingkan derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber-sumber yang berbeda. Misalnya dengan membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara, membandingkan antara apa yang dikatakan umum dengan yang dikatakan secara pribadi, membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang ada.

### 2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan menggunakan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi atau kuesioner.

### 3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Triangulasi waktu berguna untuk validitas data yang berkaitan dengan perubahan suatu proses dan perilaku manusia, karena perilaku manusia mengalami perubahan dari waktu ke waktu.

Maka dari itu, dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi, atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Untuk mendapatkan data yang akurat melalui observasi peneliti perlu melakukan pengamatan secara berulang-ulang (Sugiyono, 2016: 274).

Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengecekan dengan menggunakan triangulasi sumber data dan triangulasi metode pengumpulan data. Dengan tujuan untuk menentukan apakah sebuah data benar-benar tepat menggambarkan fenomena pada sebuah penelitian sehingga dapat dipertanggung jawabkan. Dalam pengecekan dengan metode sumber data dan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membandingkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dari sumber

seperti, pengusaha rumah makan dan konsumen yang kemudian dicek dengan hasil observasi dan dokumentasi lalu akan dibandingkan hasilnya.



## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

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

##### **1. Sejarah Singkat Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang**

Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang merupakan sebuah usaha yang bergerak pada bidang kuliner makanan dan minuman yang sering juga disebut dengan rumah makan. Rumah makan ini dibangun pada Tahun 2013 dan mulai beroperasi pada Tahun 2014 sampai dengan sekarang. Pada awalnya Bapak Ringun hanyalah orang biasa yang berkeinginan untuk membangun rumah pribadi dengan bisnis rumah makan sebagai usaha sampingan, namun dengan keinginannya tersebut ia mulai pergi merantau ke kota dan bekerja dengan sangat keras sebagai seorang pemborong. Setelah modal terkumpul sedikit demi sedikit barulah Bapak Ringun memulai pembangunan Rumah Makan Pendopo Asri.

Untuk dapat berjuang sampai sejauh ini tentu tidaklah mudah bagi Bapak Ringun selaku pendiri rumah makan ini, beliau melewati banyak tantangan dan juga rintangan karena dengan seiring berjalannya waktu banyak pesaing yang mulai bermunculan dengan menawarkan jenis menu makanan yang serupa. Akan tetapi dengan adanya para pesaing yang bermunculan menjadikan rumah makan milik Bapak Ringun menjadi lebih berinovasi dan juga lebih maju. Hingga saat ini rumah makan ini memiliki jumlah karyawan 20 orang yang terdiri dari Koki, pelayan, kasir dan tukang kebun (Ringun, Wawancara, 28 Mei 2022).

##### **2. Visi dan Misi**

###### **a. Visi**

Memberikan kontribusi pada masyarakat untuk menikmati makanan dengan nikmat dan dengan suasana yang nyaman

###### **b. Misi**

Memberikan kualitas dalam hal apapun yang dilakukan pelayanan agar konsumen dapat merasa nyaman.

### 3. Pengelola

- a. Tugas Pemilik
  - 1) Memimpin perusahaan
  - 2) Mengawasi jalannya perusahaan
  - 3) Menetapkan strategi bisnis perusahaan
- b. Tugas Koki
  - 1) Membuat resep
  - 2) Menentukan dan menakar bahan-bahan masakan
  - 3) Memasak
  - 4) Mengelola dapur
- c. Tugas Pelayan
  - 1) Menata dan memastikan meja selalu dalam keadaan bersih dan lengkap
  - 2) Menyambut konsumen yang datang
  - 3) Merekomendasikan menu favorite kepada para konsumen
  - 4) Mencatat dan memastikan kembali pesanan konsumen
  - 5) Mengantar makanan dan minuman kepada konsumen
  - 6) Mengambil kembali bekas makan para konsumen
- d. Tugas Kasir
  - 1) Menjalankan proses penjualan dan pembayaran
  - 2) Melakukan pencatatan dan menghitung atas semua transaksi secara teliti dan juga teratur
- e. Tukang Kebun
  - 1) Merawat tanaman
  - 2) Bertanggung jawab atas kebersihan lingkungan perusahaan.

### 4. Produk-produk Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang

Macam-macam produk dan daftar harga yang ditawarkan oleh Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang kepada para konsumen antara lain:

**Tabel 1.6**  
**Daftar Menu Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang**

No	Menu Makanan dan Minuman	Harga
1	Paket Lele Goreng	Rp 20.000
2	Paket Lele Bakar	Rp 20.000
3	Paket Lele Pecak	Rp 20.000
4	Paket Soup Patin	Rp 20.000
5	Paket Pecak Patin	Rp 20.000
6	Paket Pindang Patin	Rp 20.000
7	Paket Mujaer Pecak	Rp 20.000
8	Paket Mujaer Soup	Rp 20.000
9	Paket Ayam Kampung	Rp 30.000
10	Paket Ayam Negri	Rp 23.000
11	Paket Ayam Tepung Geprek	Rp 23.000
12	Gurame Bakar	Rp 12.000/ons
13	Gurame Pecak	Rp 23.000/ons
14	Gurame Steam	Rp 13.000/ons
15	Gurame Asem Manis	Rp 13.000/ons
16	Gurame Soup	Rp 13.000/ons
17	Belut Cabe Ijo	Rp 20.000
18	Belut Pecak	Rp 20.000
19	Cah Kangkung	Rp 12.000
20	Oseng Jamur	Rp 15.000

21	Capcai Kuah	Rp 25.000
22	Capcai Goreng	Rp 20.000
23	Cah Genjer	Rp 12.000
24	Nasi Goreng Jawa	Rp 15.000
25	Nasi Goreng Bakso	Rp 20.000
26	Nasi Goreng Sosis	Rp 20.000
27	Nasi Goreng Spesial	Rp 25.000
28	Bakwan	Rp 10.000
29	Jamur Crispy	Rp 12.000
30	Tempe Goreng	Rp 5.000
31	Tahu Goreng	Rp 5.000
32	Mendoan	Rp 10.000
33	Kopi Hitam	Rp 6.000
34	Kopi Susu	Rp 8.000
35	Jahe Susu	Rp 10.000
36	Teh Tarik	Rp 10.000
37	Es Cappucino	Rp 10.000
38	Teh Manis Hangat	Rp 4.000
39	Teh Tawar	Rp 2.000
40	Es teh	Rp 4.000
41	Es Jeruk	Rp 5.000
42	Jeruk Anget	Rp 5.000



43	Juice Alpukat	Rp 10.000
44	Juice Mangga	Rp 10.000
45	Juice Jeruk	Rp 10.000
46	Juice Sereh	Rp 10.000
47	Juice Nanas	Rp 10.000
48	Juice Jambu	Rp 10.000
49	Juice Tomat	Rp 10.000
50	Juice Wortel	Rp 10.000

*Sumber:* Dokumen Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang

#### 5. Fasilitas yang ada di Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang

Dalam memberikan pelayanan yang terbaik Rumah Makan Pendopo Asri menyediakan fasilitas yang terbaik untuk para konsumen dan menjadi daya tarik serta menjadi pembeda dengan para pesaing lainnya. Adanya fasilitas tersebut diharapkan dapat memudahkan dalam hal pelayanan kepada para konsumen, tujuannya adalah agar para konsumen yang datang dapat merasa nyaman dengan adanya fasilitas yang diberikan. Adapun beberapa fasilitas yang diberikan oleh Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang pada saat ini adalah:

##### a) Meeting room

Alasan utama yang membuat pemilik Rumah Makan Pendopo Asri menyediakan fasilitas berupa Meeting Room yaitu untuk memfasilitasi para pekerja kantor yang ingin mengadakan rapat di luar kantor dengan suasana yang berbeda dan juga nyaman. Hal tersebut membuat pemilik Rumah Makan Pendopo Asri menyediakan 2 fasilitas Meeting room yang berbeda, yaitu Meeting Room dengan ruangan VIP dan ruangan biasa. Perbedaan ini hanya terletak pada fasilitas yang ada di dalamnya dan tidak mengurangi sedikitpun privasi para konsumen. Adapun fasilitas yang menjadi pembeda yaitu pada

ruangan Vip menggunakan Ac sedangkan pada ruangan biasa hanya menggunakan kipas angin (Ringun, Wawancara, 28 Mei 2022).

Gambar 1.1  
Meeting Room Vip



*Sumber:* Dokumen Pribadi

Gambar 1.2  
Meeting Room Biasa



*Sumber:* Dokumen Pribadi

b) Ruangan tempat makan

Pemilik Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang menyediakan tempat yang nyaman untuk para konsumen menikmati hidangan makanan. Hal tersebut menjadikan daya tarik tersendiri para konsumen dan mereka juga dapat memilih tempat dimana mereka akan menikmati makanan karena terdapat ruangan indoor dan outdoor.

Dimana ruangan outdoor pada Rumah Makan ini terdiri dari beberapa lokasi yaitu di gazebo yang terletak di atas kolam ikan atau dapat juga memilih tempat duduk disekitar kolam yang diikuti dengan pemandangan pesawahan disekitar Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang. Pemilik rumah makan mengatakan bahwa ia menjadikan Rumah Makan ini memiliki tempat yang nyaman agar para konsumen dapat merasa tenang, nyaman dan juga betah berada di Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang (Ringun, Wawancara, 28 Mei 2022).

Gambar 1.3  
Ruangan Makan Indoor



Sumber: Dokumen Pribadi

Gambar 1.4  
Ruangan Makan Outdoor



*Sumber:* Dokumen Pribadi

c) Wifi

Rumah makan Pendopo Asri Jatilawang menyediakan fasilitas wifi kepada para konsumennya. Pemilik rumah makan menyebutkan bahwa adanya fasilitas wifi ini untuk memberikan pelayanan kepada para konsumen agar merasa betah dan nyaman. Apalagi pada saat ini orang-orang tidak mudah lepas dari penggunaan *gadget* dan kebanyakan orang-orang mencari tempat makan yang menyediakan fasilitas wifi (Ringun, Wawancara, 28 Mei 2022).

Hal tersebut menjadikan Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang memiliki daya tarik konsumen tersendiri karena sudah menjadi rumah makan yang digemari oleh masyarakat luas dengan menyediakan fasilitas yang membuat para konsumen merasa nyaman dan betah dengan suasana yang ada.

Gambar 1.5  
Wifi



*Sumber: Dokumen Pribadi*

d) Mushola

Pemilik Rumah Makan Pendopo Asri juga memfasilitasi para konsumen dengan tempat beribadah, yaitu sebuah mushola. Dengan adanya mushola tersebut para konsumen tidak perlu khawatir atau pun bingung keluar dari Rumah Makan untuk mencari tempat ibadah. Mushola menjadi fasilitas yang sangat penting keberadaannya terutama bagi umat islam, hal tersebut menjadi alasan utama disediakanya fasilitas mushola yang bersih dan nyaman (Ringun, Wawancara, 28 Mei 2022).

Gambar 1.6  
Mushola



*Sumber: Dokumen Pribadi*

e) Toilet

Toilet merupakan salah satu fasilitas yang harus ada di rumah makan, maka dari itu Rumah Makan Pendopo Asri menyediakan fasilitas toilet yang bersih agar para konsumen merasa nyaman pada saat menggunakannya. Konsumen tidak perlu merasa khawatir mencari toilet diluar rumah makan apabila memerlukan toilet secara mendadak. Dengan adanya fasilitas toilet, para konsumen akan merasa lebih

nyaman dan betah berlama-lama berada di Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang tanpa adanya rasa khawatir (Ringun, Wawancara, 28 Mei 2022).

Gambar 1.7  
Toilet



*Sumber: Dokumen Pribadi*

#### **B. Analisis Strategi Bersaing Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Omset Penjualan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas)**

Banyaknya persaingan usaha pada bidang kuliner yang melibatkan para pemilik usaha rumah makan di Jatilawang. Bapak Ringun ialah pemilik rumah makan Pendopo Asri di Jatilawang, beliau memulai bisnis usaha pada bidang kuliner ini pada tahun 2014. Pada saat ini persaingan usaha pada bidang kuliner dapat dibilang sangatlah ketat. Usaha pada bidang rumah makan termasuk usaha yang memiliki prospek yang baik, karena usaha ini merupakan salah satu kebutuhan primer manusia. Dengan adanya para pesaing dan juga beragamnya variasi menu yang ditawarkan, Rumah Makan Pendopo Asri menawarkan menu yang memiliki cita rasa berbeda dari para pesaingnya, bukan hanya menu, Pendopo Asri juga menawarkan tempat yang nyaman dan juga fasilitas yang lengkap. Dari paparan di atas, Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang menggunakan strategi differensiasi dalam meningkatkan omset penjualan.

## 1. Strategi Differensiasi

Strategi differensiasi yaitu merupakan suatu strategi perusahaan yang berusaha menciptakan produk yang unik untuk menghadapi para pesaing dalam industrinya. Keunikan tersebut dapat dilihat dari ciri produk yang menawarkan nilai yang dicari oleh konsumen sehingga menjadikan produk tersebut terlihat unik dan juga berbeda di mata para konsumen (Agustina, 2015: 4). Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang memilih untuk menggunakan strategi differensiasi dengan harapan dapat menjadi pembeda dari pesaing lainnya dan juga dapat lebih mudah dikenali oleh masyarakat. Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang menciptakan konsep dengan suasana yang berbeda yaitu dengan konsep pendopo yang dipadukan dengan gaya modern, mereka juga menyajikan menu makanan dengan cita rasa yang berbeda dari para pesaingnya, dengan harapan pemilik bisa menciptakan loyalitas dari konsumen terhadap produknya, dan dengan adanya hal tersebut omset penjualan akan meningkat. Dalam penerapan konsep strategi differensiasi, pemilik usaha Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang melakukan berbagai macam upaya yang dilakukan agar dapat terciptanya perbedaan produknya dengan para pesaing (Ringun, Wawancara, 28 Mei 2022). Upaya yang dilakukan diantaranya yaitu :

### a. Differensiasi produk

Differensiasi produk yang dilakukan oleh Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang merupakan pembeda dari segi fisik produk dengan produk lain. Adapun perbedaan produk tersebut yaitu terletak pada tampilan produk dan variasi produk.

#### 1) Tampilan produk

Dengan adanya penampilan produk yang menarik dan juga menggugah selera dapat membuat konsumen merasa tertarik untuk mencobanya. Tampilan menu makanan yang tersaji di Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang terlihat menarik karena untuk penyajian setiap menunya sendiri dibuat dengan dekorasi yang

dapat membuat para konsumen merasa puas dan juga terlihat nikmat (Ringun, Wawancara, 28 Mei 2022).

## 2) Variasi produk

Variasi produk yang bermacam-macam akan menjadikan konsumen merasa puas dalam memilih jenis menu makanan yang tersedia di Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang. Bukan hanya menu makannya yang bermacam jenisnya, cita rasa yang ditawarkan juga memiliki rasa yang enak. Sehingga membuat para konsumen yang sudah pernah menikmatinya pasti akan datang kembali karena Rumah Makan Pendopo Asri selalu mempertahankan cita rasa makanannya.

Untuk variasi menu yang ditawarkan, Rumah Makan Pendopo Asri menawarkan 32 jenis menu dan juga 18 jenis minuman yang berbeda. Variasi yang ditawarkan pun terlihat berbeda sehingga hal tersebut dapat menjadi pembeda dengan pesaing, karena biasanya Rumah makan lain hanya menjual beberapa macam menu dan minuman saja. Ada beberapa menu yang menjadi andalan para konsumen, di antaranya yaitu menu Gurame Asem Manis, Belut Cabe Ijo dan juga menu Ayam. Untuk cita rasanya Rumah Makan Pendopo Asri lebih unggul dibanding dengan rumah makan lainnya (Ringun, Wawancara, 28 Mei 2022).

### b. Differensiasi pelayanan

Rumah Makan Pendopo Asri selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada para konsumennya. Selama berdiri, Rumah Makan Pendopo Asri selalu konsisten untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk memuaskan para konsumennya. Hal tersebut tentu karena adanya pelayanan yang terbaik yang selalu diterapkan oleh Rumah Makan Pendopo Asri. Pelayanan tersebut mencakup banyak hal diantaranya yaitu kecepatan, ketepatan dan perhatian selama proses pengantaran produk kepada para konsumen. Pelayanan yang cepat dan tepat dapat konsumen dapatkan karena setelah melalui proses



pemesanan, menu yang di inginkan oleh konsumen akan langsung di buat oleh chef. Waktu pembuatan, penyajian, hingga penyerahan pesanan kepada para konsumen biasanya memakan waktu 10-20 menit, waktu pembuatan juga tergantung dengan banyaknya menu yang di pesan. Akan tetapi hal tersebut tidak mengurangi nilai pelayanan yang baik kepada para konsumen, konsumen akan tetap mendapatkan pelayanan yang memuaskan (Ikoh, Wawancara, 25 Mei 2022).

Pada saat pengantaran pesanan, karyawan akan selalu menanyakan kembali pesanan para konsumen apabila konsumen ingin menambah menu, karyawan juga selalu memastikan pesanan para konsumen dengan menanyakan menu yang dipesan apakah sudah tepat atau belum. Dengan pelayanan tersebut konsumen pun akan merasa puas dengan menu yang dipesannya. Hal tersebut merupakan upaya yang selalu dilakukan oleh Rumah Makan Pendopo Asri dalam melakukan pelayanan kepada para konsumen agar mendapat kepercayaan konsumen dan konsumen pun nantinya tidak akan mendapatkan pesanan yang salah (Tyas, Wawancara, 25 Mei 2022).

Karyawan akan selalu memberikan informasi kepada para pelanggan apabila ada yang menanyakan kembali menu apa saja yang disediakan oleh Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang (Desi, Wawancara, 25 Mei 2022). Karyawan juga akan menunjukan rekomendasi menu favorit yang ada di Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang apabila pelanggan bingung pada saat memilih menu. Pelanggan juga dapat memesan makanan sesuai dengan selera, contohnya pada saat pelanggan memesan makanan dan terdapat bahan yang tidak disukai atau pun alergi dengan bahan tersebut, karyawan pasti akan langsung mencatat dan menginfokan pada chef yang memasak menu makanannya agar makanan yang dipesan pelanggan sesuai dengan apa yang dipesannya.

c. **Differensiasi Personil**

Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang memiliki karyawan yang berjumlah 20 orang, diantaranya yaitu 3 koki utama, 4 asisten koki, 10 pelayan, 2 kasir dan 1 tukang kebun. Semuanya memiliki tugas dan tempatnya masing-masing dalam melakukan pekerjaannya. Semua karyawan yang bekerja di Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang sangatlah sopan, ramah dan juga berkelakuan baik, diantaranya yaitu:

- 1) **Kompeten:** semua karyawan yang bekerja di Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang merupakan karyawan yang sudah memiliki ketrampilan dan juga pengetahuan yang luas mengenai bagaimana mengelola dapur, melayani konsumen dengan baik, bertanggung jawab dengan transaksi keuangan dan juga bertanggung jawab terhadap kebersihan Rumah Makan.
- 2) **Sopan:** seluruh karyawan Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang memiliki sikap yang sopan dan ramah kepada para konsumen yang datang. Sikap tersebut bertujuan untuk memberi kesan yang baik terhadap para konsumen sehingga konsumen pun akan merasa betah dan nyaman saat berada di Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang. Bukan hanya pada saat menyambut konsumen saja melainkan pada saat mengantarkan makanan dan melayani konsumen pun karyawan akan selalu bersikap sopan. Hal tersebut menjadi kepuasan tersendiri bagi para konsumen yang datang.
- 3) **Kredibilitas:** Karyawan Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang dapat dipercaya dalam melakukan tugasnya. Pemilik rumah makan selalu membebaskan karyawannya untuk ikut dalam mengelola Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang karena mereka selalu bersikap transparan sehingga tidak ada yang perlu diragukan lagi dalam hal kejujuran.
- 4) **Dapat diandalkan:** Selalu dapat memberikan jasa dan dapat diandalkan dengan tepat. Semua karyawan dapat diandalkan dalam

melakukan tugasnya memberikan pelayanan terhadap para konsumen yang datang ke Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang.

- 5) Responsif: Seluruh karyawan selalu cepat tanggap dalam melayani ataupun merespon kebutuhan para konsumen yang datang ke Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang. Ketika konsumen datang mereka akan langsung mendapatkan pelayanan dari pelayan dan juga karyawan lainnya agar nantinya konsumen tidak akan terlalu lama menunggu pesannya datang (Saras, Wawancara, 25 Mei 2022).
- 6) Komunikatif : Para karyawan selalu mencoba untuk memahami kemauan dari para konsumen dengan melakukan komunikasi yang jelas. Pelayan selalu melayani konsumen dengan cara yang baik, pelayan juga selalu menanyakan kembali pesanan yang dipesan oleh konsumen saat mengantarkannya agar tidak terjadi kesalahan pada pesanan. Pada saat menyajikan makanan di meja makan konsumen, pelayan akan menanyakan menu yang di pesan oleh masing-masing orang yang berada di satu meja yang sama agar nantinya konsumen dapat langsung menikmati menu tersebut tanpa adanya kesalahan pesanan yang diterima (Ani, Wawancara, 25 Mei 2022).

d. Differensiasi Citra

Dalam mengekspresikan citra Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang menyalurkannya melalui lambang, suasana, dan acara

1) Lambang

Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang menggunakan lambang pengenal yang tepampang besar di depan rumah makan, tepatnya berada persis disamping jalan raya dengan menggunakan warna merah dengan perpaduan tulisan berwarna hitam pada logo pengenal dan juga tulisan berwarna kuning pada fasilitas yang disediakan oleh Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang. Dengan

adanya lambang pengenal tersebut, masyarakat yang berlalu lalang melewati rumah makan akan merasa tertarik dan penasaran.

## 2) Suasana

Dalam membentuk citranya sendiri Rumah Makan Pendopo Asri membentuknya melalui suasana tempat yang bersih, nyaman, dan juga dengan interior yang menarik dengan adanya perpaduan tempat yang tradisional dan modern. Lalu dengan adanya fasilitas yang lengkap seperti meeting room, wifi, mushola, dan juga fasilitas family karaoke sehingga dapat membuat para konsumen merasa betah dan juga nyaman untuk berlama-lama di Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang.

## 3) Acara

Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang menerima catering untuk berbagai macam acara sesuai dengan permintaan para customer. Bukan hanya itu, pelanggan juga dapat menyewa tempat untuk mengadakan acara di Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang, baik acara ulang tahun, wedding atau acara lainnya. Hal tersebut memiliki tujuan untuk membangun identitas Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang agar semakin dikenal oleh kalangan luas dari berbagai daerah (Ringun, Wawancara, 28 Mei 2022).

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa upaya yang dilakukan oleh Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang dalam membangun citra yang baik di mata para konsumen yaitu dengan cara menjaga cita rasa produk dan juga menjaga kualitas produk agar kepercayaan konsumen tetap terjaga.

## 2. Peningkatan Omset Penjualan

Strategi bersaing dalam meningkatkan omset yang diterapkan oleh Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang yang meliputi differensiasi produk, differensiasi pelayanan, differensiasi personil dan differensiasi

citra menimbulkan perubahan pada omset penjualan pada tahun 2019-2021 dapat dilihat dari tabel berikut ini:

**Tabel 1.7**  
**Omset Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang Tahun 2019-2021 (Per Januari)**

Tahun	Omset
2019 per Januari	Rp 1.670.000.000
2020 per Januari	Rp 600.000.000
2021 per Januari	Rp 1.700.000.000

*Sumber:* Dokumen Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang

Dari tabel yang tersaji diatas dapat dilihat bahwa omset Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang dari tahun 2019 sampai 2021 mengalami penurunan dan juga mengalami peningkatan. Dapat dilihat pada tabel bahwa pada Tahun 2019 Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang mendapatkan omset sebesar Rp 1.670.000.000 kemudian pada Tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat drastis karena adanya pandemi Covid'19 menjadi Rp 600.000.000, hal tersebut terjadi karena Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang tidak dapat beroperasi selama kurang lebih 6 bulan lamanya karena adanya pandemi Covid'19. Kemudian pada Tahun 2021 Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang dapat kembali beroperasi dengan normal dan dapat meraup omset sebesar Rp 1.700.000.000, dengan jumlah tersebut dapat dikatakan keuntungan Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang mengalami kenaikan yang besar dari tahun sebelumnya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa strategi bersaing yang dilakukan oleh Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang dalam meningkatkan omset menghasilkan dampak yang positif bagi perusahaan (Ringun, Wawancara, 28 Mei 2022).

Dalam menjalankan bisnisnya pemilik Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang mengatakan bahwa harga bahan baku selalu naik dari tahun ke tahun. Namun hal tersebut tidak menjadikan pemilik rumah makan menyerah untuk tetap menjalankan bisnis kuliner ini. Pemilik mengungkapkan bahwa pada masa pandemi Covid'19 merupakan fase

yang sangat sulit untuk tetap menjalankan bisnis rumah makan ini, bahkan beliau hampir saja akan menjual Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang karena tidak ada pemasukan sama sekali selama 6 bulan karena tutup total. Ada beberapa rumah makan yang menutup usahanya karena pandemi Covid'19 dan juga ada yang menutup usahanya karena tidak mampu bersaing dengan para pelaku usaha kuliner rumah makan lainnya.

Namun, dengan menggunakan strategi bisnis yang tepat Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang dapat bertahan dari kebangkrutan, hal tersebut tentu tidak dapat terlepas dari usaha keras serta do'a yang selalu dipanjatkan kepada Allah SWT. Setiap orang yang memiliki usaha tentu memiliki usaha tersendiri dalam menghadapi pesaingnya agar dapat berkembang lebih baik di industri bisnis terutama pada bidang kuliner. Agar bisa bersaing, pemilik usaha harus dapat membuat produk yang berkualitas dan juga selalu bisa mengembangkan inovasi produk yang baru agar dapat menjadi pembeda dengan para pesaing lainnya. Akan tetapi, resiko yang dihadapi ketika menggunakan strategi differensiasi adalah para pesaing yang dapat dengan mudah meniru (Ringun, Wawancara, 28 Mei 2022).

Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang dalam melakukan bisnisnya selalu memberikan kualitas produk yang baik dan juga cita rasa yang selalu terjaga dengan baik dari awal berdiri sampai pada saat ini. Hal tersebut sesuai dengan kenyataan tanpa adanya manipulasi, yang menjadikan cita rasa produknya terjaga yaitu karena pemilik rumah makan tidak pernah mengganti koki yang memasak semua menu yang ditawarkan di Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang. Dalam melakukan persaingan, Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan para pesaingnya atau pun dengan menghalalkan berbagai cara untuk dapat memenangkan persaingan (Ringun, Wawancara, 28 Mei 2022).

Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggan yang datang sehingga

pelanggan pun akan merasa puas dan senang untuk datang kembali. Bukan hanya memberikan pelayanan yang baik, Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang juga menyajikan produk dengan menggunakan kualitas bahan yang halal dan baik. Kualitas tersebut sesuai dengan harga yang ditentukan oleh pemilik rumah makan. Konsumen dapat menikmati fasilitas wifi secara gratis dan juga suasana rumah makan yang sangat asri karena berada di area persawahan dan juga terdapat kolam ikan yang ada di area tempat meja makan. Dengan adanya suasana yang menarik dan juga pelayanan yang baik serta cita rasa yang nikmat menjadikan Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang menjadi tempat yang banyak dipilih oleh orang untuk menghabiskan banyak waktu, baik bersama teman, keluarga maupun rekan kerja (Umam, Wawancara, 25 Mei 2022).

Dengan adanya strategi differensiasi yang diterapkan menjadikan Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang dapat bertahan dari ketatnya persaingan bisnis yang ada di industri kuliner. Hal tersebut dapat terjadi karena Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang mengutamakan differensiasi produk, differensiasi pelayanan dan juga differensiasi citra yang berkualitas berhasil menarik hati masyarakat luas.

### **C. Analisis SWOT Strategi Bersaing Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Omset Penjualan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas)**

Analisis SWOT merupakan suatu identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2009; 18). SWOT sendiri merupakan singkatan dari lingkungan internal *Strength* dan *Weakness*, serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis.

#### **1. Analisis Faktor Internal**

##### **a. *Strength* (Kekuatan)**

- 1) Kualitas produk yang dijual kepada konsumen selalu diprioritaskan, dengan cara menjaga cita rasa makanan yang dijual.

- 2) Bahan-bahan yang digunakan untuk diolah selalu menggunakan kualitas yang baik.
  - 3) Memiliki cita rasa yang unik.
  - 4) Memiliki prospek usaha yang baik.
  - 5) Memiliki tempat yang nyaman dan strategis.
- b. *Weakness* (Kelemahan)
- 1) Kegiatan promosi yang cukup terbatas.
  - 2) Pemanfaatan teknologi yang kurang maksimal.
  - 3) Harga produk yang cenderung lebih mahal.
  - 4) Kepengurusan manajemen yang masih sederhana.
  - 5) Tempat parkir yang kurang luas
2. Analisis Faktor Eksternal
- a. *Opportunities* (Peluang)
- 1) Memiliki banyak relasi bisnis
  - 2) Kebutuhan jasa catering semakin meningkat.
  - 3) Bertambahnya jumlah penduduk.
  - 4) Gaya hidup masyarakat yang selalu senang berkumpul dan menghabiskan waktu di Rumah Makan, Caffe, dan lain-lain.
  - 5) Gaya hidup masyarakat yang lebih memilih untuk membeli makanan siap saji
- b. *Threath* (Ancaman)
- 1) Pandemi Covid'19
  - 2) Banyaknya rumah makan baru dengan menyajikan beragam variasi menu.
  - 3) Perubahan selera para konsumen.
  - 4) Para pesaing yang mulai gencar melakukan promosi.
  - 5) Pesaing menerapkan harga yang lebih murah.
3. Matrik SWOT

Dari berbagai berbagai komponen-komponen analisis kekuatan (*strength*) kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman



(*threats*) yang telah dijelaskan di atas, maka formulasi strategi dari perpaduan masing-masing komponen adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.8**  
**Matrik SWOT Strategi Bersaing Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Omset Penjualan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas)**

IFAS	Kekuatan/ <i>Strength</i> (S)	Kelemahan/ <i>Weakness</i> (W)
EFAS	1. Kualitas makanan yang terjamin. 2. Cita rasa masakan yang bervariasi 3. Mempertahankan cita rasa makanan 4. Memiliki prospek usaha yang baik. 5. Memiliki tempat yang nyaman dan strategis.	1. Kegiatan promosi yang cukup terbatas. 2. Pemanfaatan teknologi yang kurang maksimal. 3. Harga produk yang cenderung lebih mahal. 4. Kepengurusan manajemen yang masih sederhana. 5. Tempat parkir yang kurang luas
	Peluang/ <i>Opportunities</i> (O)	Strategi (S+O)
1) Memiliki banyak relasi bisnis. 2) Kebutuhan jasa catering semakin meningkat. 3) Bertambahnya jumlah penduduk. 4) Gaya hidup	1. Menjaga kualitas makanan untuk menjaga kepercayaan para konsumen. 2. Meningkatkan kapasitas produksi. 3. Melakukan	1. Memperluas kegiatan promosi. 2. Meningkatkan penggunaan teknologi secara maksimal. 3. Meningkatkan kualitas makanan agar sebanding dengan

<p>masyarakat yang selalu senang berkumpul dan menghabiskan waktu di Rumah Makan, Caffe, dan lain-lain.</p> <p>5) Gaya hidup masyarakat yang lebih memilih untuk membeli makanan siap saji.</p>	<p>kerjasama agar dapat memperluas penjualan.</p> <p>4. Mengikuti perkembangan jaman</p>	<p>harga jual.</p> <p>4. Melakukan renovasi untuk memperluas tempat parkir.</p>
<p><b>Ancaman/Threath (T)</b></p>	<p><b>Strategi (S+T)</b></p>	<p><b>Strategi (W+T)</b></p>
<p>1) Pandemi Covid'19.</p> <p>2) Naiknya harga baku produk</p> <p>3) Berubahnya selera konsumen.</p> <p>4) Para pesaing yang mulai gencar melakukan promosi.</p> <p>5) Pesaing menerapkan harga yang lebih murah.</p>	<p>1. Mempertahankan cita rasa masakan yang bervariasi.</p> <p>2. Mempertahankan kualitas makanan.</p> <p>3. Melakukan inovasi produk agar dapat mengikuti perubahan selera konsumen.</p>	<p>1. Memaksimalkan penggunaan teknologi untuk media promosi.</p> <p>2. Menaikkan harga produk secara bertahap</p> <p>3. Merubah manajemen menjadi lebih modern.</p> <p>4. Memanfaatkan dan mengembangkan fasilitas media promosi.</p>

Setelah mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta menjadi peluang dan ancaman dalam usaha rumah makan, maka dengan adanya penggunaan analisis

matriks SWOT diperoleh beberapa alternatif strategi tersebut yaitu sebagai berikut:

#### 1. Strategi SO

Strategi yang menggunakan kekuatan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal dengan:

- a. Menjaga kualitas produk dengan menghasilkan kualitas makanan yang unggul. Hal ini merupakan salah satu cara untuk meningkatkan omset penjualan dengan cara menawarkan produk yang unggul sehingga dapat menciptakan kepuasan bagi para konsumen dan kepercayaan konsumen akan selalu terjaga sehingga dapat datang kembali sebagai pelanggan tetap.
- b. Meningkatkan kapasitas produksi. Hal tersebut merupakan salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan catering yang semakin bertambah banyak, hal ini disebabkan dengan adanya penambahan jumlah penduduk yang semakin banyak mempengaruhi kapasitas produksi.
- c. Melakukan kerjasama dengan relasi bisnis untuk semakin memperluas penjualan.
- d. Mengikuti perkembangan jaman. Pada era perkembangan jaman yang semakin pesat, sebuah usaha harus dapat mengikuti perubahan yang sedang terjadi, hal ini akan mempermudah sebuah usaha untuk menawarkan keinginan para konsumen.

#### 2. Strategi WO

Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal, seperti yang dijelaskan berikut ini:

- a. Memperluas kegiatan promosi
- b. Meningkatkan penggunaan teknologi secara maksimal. Pada era digital seperti ini, penggunaan teknologi harus digunakan secara maksimal sebagai media promosi untuk menarik para konsumen

sehingga nantinya dapat berimbang pada peningkatan omset penjualan.

- c. Meningkatkan kualitas makanan yang sebanding dengan harga jual. Kualitas makanan yang enak akan mempengaruhi pembeli untuk menikmati produk tersebut, pembeli akan rela mengeluarkan uang sedikit lebih besar agar dapat menikmati makanan yang berkualitas.
- d. Melakukan renovasi untuk memperluas tempat parkir. Dengan adanya tempat parkir yang luas nantinya akan dapat menampung banyak konsumen, terutama untuk para konsumen yang datang menggunakan kendaraan roda empat.

### 3. Strategi ST

Strategi ST merupakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengurangi atau menghindari pengaruh dari ancaman eksternal, seperti yang terlihat pada penjelasan berikut:

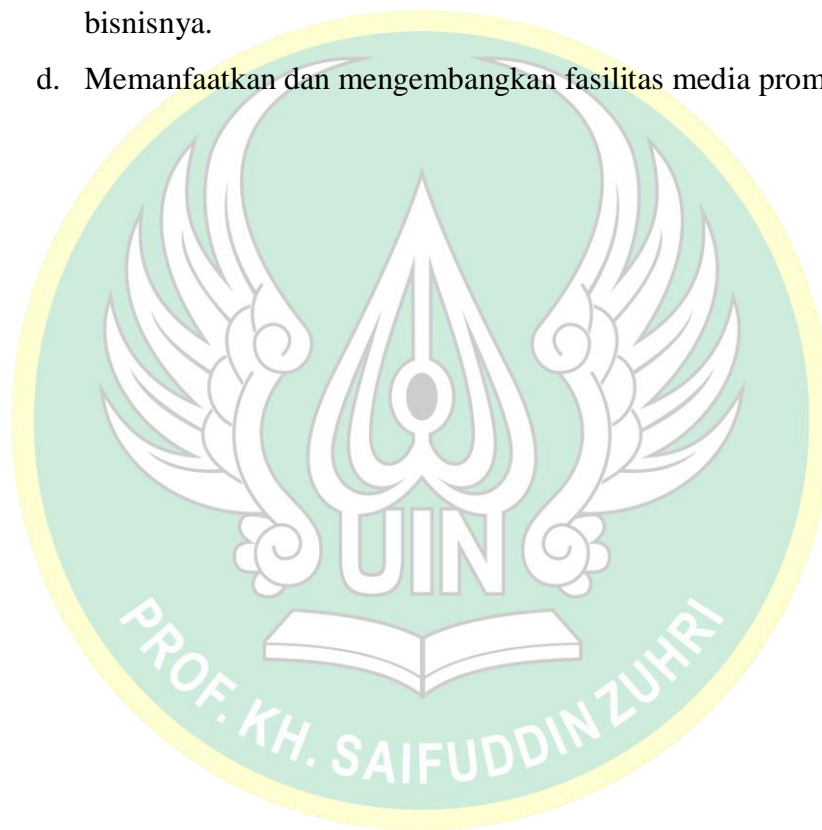
- a. Mempertahankan cita rasa masakan yang bervariasi. Dengan banyaknya variasi makanan yang tersedia dapat membuat para konsumen semakin tertarik untuk membelinya, dalam hal itu pemilik rumah makan harus tetap menjaga cita rasanya agar pelanggan selalu merasa puas.
- b. Mempertahankan kualitas makanan.
- c. Melakukan inovasi produk agar dapat mengikuti perubahan selera konsumen. Dengan melakukan inovasi produk, sebuah usaha akan dapat berkembang lebih maju dan juga dengan terciptanya variasi produk yang baru nantinya akan menjadi pembeda dengan para pesaing lainnya.

### 4. Strategi WT

Strategi WT merupakan teknik atau cara yang ditunjukkan pada pengurangan kelemahan internal dan menghindar dari ancaman eksternal, seperti yang terlihat pada penjelasan berikut ini:

- a. Memaksimalkan penggunaan teknologi untuk media promosi

- b. Menaikkan harga produk secara bertahap. Adanya kenaikan bahan baku makanan menyebabkan harga pada produk pun harus berubah, dengan hal itu maka sebuah usaha juga harus menaikkan harganya secara bertahap agar terhindar dari kerugian dan juga konsumen dapat merasa nyaman dengan perubahan harga yang tidak berlaku secara mendadak.
- c. Merubah manajemen menjadi lebih modern. Hal tersebut dilakukan agar pemilik rumah makan lebih mudah dalam menjalankan bisnisnya.
- d. Memanfaatkan dan mengembangkan fasilitas media promosi.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari penelitian yang sudah peneliti analisis dengan teori yang ada, peneliti dapat menyimpulkan bahwa sebagai berikut:

1. Strategi bersaing yang dilakukan oleh Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang yaitu menggunakan strategi differensiasi, yang meliputi strategi differensiasi produk, differensiasi pelayanan, differensiasi personil, dan differensiasi citra yang dapat menghasilkan dampak baik untuk peningkatan omset penjualan pada Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang. Hal tersebut dapat dilihat dari omset penjualan pada Tahun 2019 Rp 1.670.000.000 kemudian mengalami penurunan di Tahun 2020 menjadi Rp 600.000.000 dan kemudian di Tahun 2020 mengalami kenaikan kembali menjadi 1.700.000.000. Hal tersebut bisa terjadi karena adanya strategi differensiasi yang digunakan oleh Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang, dan hingga saat ini perusahaan dapat mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan serta mampu bersaing dengan para pesaing lainnya diluar sana.
2. Kemudian berdasarkan hasil analisis SWOT yang diperoleh:
  - a. Strategi SO

Menjaga kualitas produk dan mengikuti perkembangan zaman agar dapat mengikuti perubahan di era modern dan juga mampu bersaing dengan para pengusaha lainnya.
  - b. Strategi WO

Meningkatkan penggunaan teknologi secara maksimal supaya dapat digunakan untuk media promosi untuk menarik hati para konsumen sehingga nantinya dapat berimbas pada kenaikan omset penjualan.

c. Strategi ST

Mempertahankan cita rasa makanan yang bervariasi dan juga melakukan inovasi produk agar para konsumen nantinya tidak mudah bosan dengan produk yang sudah ada.

d. Strategi WT

Memanfaatkan dan mengembangkan fasilitas media promosi agar nantinya dapat berdampak pada kenaikan omset dan juga dengan perkembangan zaman yang semakin pesat Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang harus dapat memperbarui manajemen yang ada menjadi lebih modern.

## **B. Saran**

Agar dapat mencapai tujuan yang lebih optimal dan juga dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi para pengusaha, maka peneliti akan memberikan saran kedepannya, antara lain:

1. Penerapan strategi bersaing yang dilakukan oleh Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang sudah sangatlah baik. Namun saran untuk pemilik agar dapat memperluas area parkir agar para konsumen lebih leluasa dalam meletakkan kendaraannya.
2. Untuk selanjutnya sebaiknya Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang perlu lebih baik dalam memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan produknya agar lebih banyak orang yang mengetahui keberadaan Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini nantinya dapat dilanjutkan dengan mengembangkan penelitian lainnya mengenai strategi bersaing dalam meningkatkan omset penjualan dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT atau dengan pendekatan lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Kartika. Jom FISIP. Vol 1 No 2. Oktober 2015. *Analisis Strategi Bersaing Industri Kecil Makanan Tradisional (Kasus Pada Usaha Lempuk Durian Di Kabupaten Bengkalis)*.
- Ani. 2022. “Konsumen Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang”. Hasil Wawancara pribadi: 25 Mei 2022 di Jatilawang.
- Aprizal. 2018. *Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing: Studi Kasus Penjualan Komputer*. (Makassar: CELEBES MEDIA PERKASA).
- Arikunto, Suharsimi. 2019. *PROSEDUR PENELITIAN Suatu Pendekatan Praktek*. (Jakarta: Rineka Cipta).
- Asmara, Rosihan. Nuhfil Hanani., dan Fahriyah. 2014. *Strategi Peningkatan Komoditas Pertanian*. (Malang: Gunung Samudera).
- Cahyani, Utari Evy. Jurnal At-Tijarah. Vol 2 No 1. Januari 2016. *Strategi Bersaing dalam Berbisnis Secara Alami*.
- Desi. 2022. “Konsumen Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang”. Hasil Wawancara pribadi: 25 Mei 2022 di Jatilawang.
- Dewi, Luh Komang Candra dkk. 2021. *EntrepreneurialMarketing, CustomerRelationshipMarketing, Inovasi Produk, dan Daya SaingUKM*. (Bandung: CV.Media Sains Indonesia).
- Erna. 2018. *Strategi Persaingan Bisnis Café di Kota Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam)*. Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.
- Foris, Paskalino Jimmy dan Ronny H. Mustamu. Jurnal AGORA. Vol 3, No 1. 2015. *Analisis Strategi Pada Perusahaan Plastik Dengan PorterFiveForces*.
- Hubeis, Musa dan Mukhamad Najib. 2014. *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. (Jakarta: Gramedia).
- Hunger, J David dan Thomas L. Wheelen. 2020. *Manajemen Strategis*. (Yogyakarta: Penerbit Andi).
- Ikoh. 2022. “Konsumen Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang”. Hasil Wawancara pribadi: 25 Mei 2022 di Jatilawang.
- Istiqomah dan Irsyad Andriyanto. Jurnal Binis. Vol 5 No 2. 2017. *ANALISIS SWOT DALAM PENGEMBANGAN BISNIS (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus)*.



- Kodrat, David Sukardi. 2009. *Manajemen Strategi (Membangun Keunggulan Bersaing Era Global di Indonesia Berbasis Kewirausahaan)*. (Yogyakarta: Graha Ilmu).
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Ekonomika Industri Indonesia Menuju Negara Industri Baru 2030*. (Yogyakarta: Penerbit Andi).
- Malinda, Helen. 2017. *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UKM Guna Meningkatkan Pendapatan Karyawan Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi. (Lampung:Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).
- Mohamad, Rifki dan Idris Yanto Niode. Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis. Vol 13 No 1. 2020. *Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) KopiaKaranji Gorontalo*.
- Nurfitria, Nissa. 2011. *Analisis Perbedaan Omzet Penjualan Berdasarkan Jenis Hajatan dan Waktu (Studi Pada Catering Sonokembang Semarang)*. Skripsi Universitas Diponegoro.
- Pamungkas, Damar Purba. Jurnal Penelitian ELINVO. Vol 1 No 2. 2016. *Analisis Competitiveforce dan CompetitiveStrategy Sistem Informasi Kuliner di Indonesia (Studi Kasus: Kulina.id)*.
- Paryanti, Ratna. Jurnal JOM Fisip. Vol 2 No 2. Oktober 2015. *Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Hotel Resty Menara Pekanbaru)*.
- Pitoy, Claudia Vanesha, Altje Tumbel dan Maria Tielung. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi. Vol 16 No 03. 2016. *Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution (Studi Kasus pada PT.Astra Graphia, TBK Manado)*.
- Porter, Michael E dan Agus Maulana. 1980. *Strategi Bersaing (Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing)*. (Semarang: Penerbit Erlangga).
- Puspasari, Hudwi. Jurnal Penelitian Humaniora. Vol 7 No 10. September 2019. *Persaingan Usaha Pada Industri Kuliner (Studi Tentang Pelaku Usaha Kuliner Sate Ayam di Kabupaten Ponorogo)*.
- Qur'anKemenag. 2022. <https://quran.kemenag.go.id/>. Di Akses pada 10 Maret, 05.00 WIB.
- Rahmawati, Devi. 2019. *Strategi Bersaing pada Perusahaan Distribusi PT.Unirama Duta Niaga Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif*. Skripsi Universitas Semarang.
- Rijal, Muh. 2018. *Analisis Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada UD.Hummaerah Motor Kabupaten Bone*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Makassar.

- Ringun. 2022. “*Pemilik Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang*”. Hasil Wawancara pribadi: 28 Mei 2022 di Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang.
- Saputra, Fauzi Novit. 2018. *Analisis Strategi Bersaing pada CV. Virgo Furniture di Sukoharjo, Solo*. Skripsi Universitas Islam Indonesia.
- Saras. 2022. “*Konsumen Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang*”. Hasil Wawancara pribadi: 25 Mei 2022 di Jatilawang.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. (Bandung: Alfabeta).
- Sunyoto, Danang. 2012. *Teori, Kuesioner dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta: Graha Ilmu).
- Sochimim. 2017. *Kewirausahaan Teori Aplikatif dan Praktik*. (Yogyakarta: Cinta Buku).
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Pemasaran Strategik*. (Yogyakarta: CV. Andi Offset).
- Tyas. 2022. “*Konsumen Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang*”. Hasil Wawancara pribadi: 25 Mei 2022 di Jatilawang.
- Umam. 2022. “*Konsumen Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang*”. Hasil Wawancara pribadi: 25 Mei 2022 di Jatilawang.
- Umar, Husein. 2008. *Strategic Management in Action*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama).
- Umar, Husein. 2008. *Strategic Management in Action*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama).
- Wahyuni, Nining. 2020. *Panduan Pendirian Usaha Minyak Bangle dan Balsem Bangle*. (Bandung: CV. Media Sains Indonesia).
- Watrianthos, Ronal. Eko Sutrisno. 2020. *Kewirausahaan dan Strategi Bisnis*. (Yayasan Kita Menulis).

## Lampiran 1

### Pedoman Wawancara dan Hasil Wawancara

#### A. Untuk Pemilik Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang

1. Apa nama usaha kuliner ini?
2. Siapa Pemilik Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang?
3. Kapan usaha ini pertama kali dijalankan?
4. Bagaimana sejarah berdirinya Rumah Makan Pendopo Asri?
5. Apakah sudah mempunyai izin usaha?
6. Produk apa saja yang ditawarkan?
7. Berapa harga yang ditawarkan untuk produknya?
8. Bagaimana proses pengolahan produknya?
9. Berapa jumlah karyawan?
10. Bagaimana sistem promosi yang dilakukan?
11. Lokasi Rumah Makan Pendopo Asri?

#### B. Untuk Pelanggan Rumah Makan Pendopo Asri jatilawang

- a) Mengapa lebih memilih Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang?
- b) Sudah berapa lama menjadi pelanggan di Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang?

#### C. Hasil Wawancara dengan Pemilik Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang

- a. Apa nama usaha kuliner ini?  
Jawab: Rumah Makan Pendopo Asri
- b. Siapa Pemilik Rumah Makan Pendopo Asri jatilawang?  
Jawab: Pendirinya adalah Bapak Ringun dan dijalankan oleh Bapak Ringun sendiri
- c. Kapan usaha ini pertama kali dijalankan?  
Jawab: Pada Tahun 2014
- d. Bagaimana sejarah berdirinya Rumah Makan Pendopo Asri?  
Jawab: Sejarah berdirinya Rumah Makan Pendopo Asri ini adalah pada saat Bapak Ringun mempunyai keinginan untuk memiliki rumah sekaligus tempat usaha Rumah Makan

e. Apakah sudah mempunyai izin usaha?

Jawab: Sudah

f. Produk apa saja yang ditawarkan?

Jawab: Berbagai macam menu makanan

g. Berapa harga yang ditawarkan untuk produknya?

Jawab: dari kisaran harga Rp 4.000 sampai Rp 23.000

h. Bagaimana proses pengolahan produknya?

Jawab: Semua produknya diolah dan dimasak oleh Chef

i. Berapa jumlah karyawan?

Jawab: 20 Orang Karyawan

j. Bagaimana sistem promosi yang dilakukan?

Jawab: melalui sistem promosi online maupun offline

k. Lokasi Rumah Makan Pendopo Asri?

Jawab: Jl. Raya Jatilawang-Margasana, Kecamatan Jatilawang  
Kabupaten Banyumas

#### **D. Hasil Wawancara dengan Pelanggan Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang**

a. Mengapa lebih memilih Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang?

Jawab: Karena tempatnya nyaman, luas, pelayanannya bagus dan juga  
menunya enak-enak.

b. Sudah berapa lama menjadi pelanggan di Rumah Makan Pendopo  
Asri Jatilawang?

Jawab: Sudah dari awal Rumah Makan Pendopo Asri ini berdiri

## Lampiran 2

### Dokumentasi



Wawancara dengan Bapak Ringun pemilik Rumah Makan Pendopo Asri  
Jatilawang



Wawancara dengan salah satu pelanggan Rumah Makan Pendopo Asri jatilawang



Dokumentasi Ruang Makan Rumah makan Pendopo Asri jatilawang



Dokumentasi Ruang Makan Rumah makan Pendopo Asri jatilawang



## Lampiran 3

## Surat Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126  
 Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

Nomor : 2260/In.17/FEBLJ.ES/PP.009/XII/2020 Purwokerto 1 Desember 2020  
 Lampiran : 1 lembar  
 Hal : Usulan menjadi pembimbing skripsi

Kepada:  
 Yth. H. Sochimim, Lc., M.Si.  
 Dosen Tetap IAIN Purwokerto  
 Di  
 Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sesuai dengan hasil sidang penetapan judul skripsi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto pada tanggal 1 Desember 2020 dan konsultasi mahasiswa kepada Kaprodi pada tanggal 1 Desember 2020, kami mengusulkan Bapak untuk menjadi Pembimbing Skripsi mahasiswa:

Nama : Annisa Ikfi Hayati  
 NIM : 1717201093  
 Semester : VII  
 Prodi : Ekonomi Syariah  
 Judul Skripsi : Analisis Strategi Bersaing Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas)

Untuk itu, kami mohon kepada Bapak/Ibu dapat mengisi surat kesediaan terlampir. Atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alikum Wr. Wb.*

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah  
  
**Dewi Laila Hilvatin, S.E., M.S.I.**  
 NIP. 19851112 200912 2 007



## Lampiran 4

## Surat Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126  
 Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iaipurwokerto.ac.id

Nomor: 2287/In.17/FEBlJ.ES/PP.009/XII/2020

Purwokerto 1 Desember 2020

Lamp : -

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada:

Yth. Bapak H. Sochimim, Lc., M.Si.

Dosen Tetap Institut Agama Islam Negeri Purwokerto

Di

Purwokerto

*Assalamu'alaikumWr. Wb.*

Berdasarkan surat penunjukan pembimbing skripsi yang telah kami sampaikan dan surat pernyataan kesediaan menjadi pembimbing skripsi yang telah Bapak/Ibu tandatangani atas nama:

1. Nama : Annisa Ikfi Hayati
2. NIM : 1717201093
3. Semester : VII
4. Prodi : Ekonomi Syariah
5. Alamat : Kedungwringin Rt05/02 Kec. Jatilawang Kab. Banyumas
6. Judul Skripsi : Analisis Strategi Bersaing Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas)

Maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai Dosen Pembimbing Skripsi mahasiswa tersebut. Mohon kejasama Bapak/Ibu untuk melaksanakan bimbingan skripsi sebaik-baiknya sebagaimana aturan yang berlaku.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alikum Wr. Wb.*

Kampus Jurusan Ekonomi Syariah  
  
**Dewi Estia Hilvatin, S.E., M.S.I.**  
 NIP. 19851112 200912 2 007

## Lampiran 5

### Surat Pernyataan Kesiediaan Menjadi Pembimbing Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126  
 Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

#### SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN MENJADI PEMBIMBING SKRIPSI

Berdasarkan surat penunjukan oleh Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto No. 2260/In.17/FEBLJ.ES/PP.009/XII/2020 tentang usulan menjadi pembimbing skripsi.

Atas nama : Annisa Ikfi Hayati NIM 1717201093

Judul Skripsi : Analisis Strategi Bersaing Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas)

Saya menyatakan bersedia / ~~tidak bersedia~~ \*) menjadi pembimbing skripsi mahasiswa yang bersangkutan.

Purwokerto, 1 Desember 2020

**H. Sochimim, Lc., M.Si.**  
 NIP. 19691009 200312 1 001

Catatan: \*Coret yang tidak perlu

## Lampiran 6

## Surat Permohonan Persetujuan Judul Skripsi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iainpurwokerto.ac.id

Hal : Permohonan Persetujuan Judul Skripsi

Purwokerto 20 September 2021

Kepada:  
 Yth. Dekan FEBI  
 Institut Agama Islam Negeri Purwokerto  
 Di  
 Purwokerto

*Assalamu 'alaikumWr. Wb.*

Yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto:

1. Nama : Annisa Ikfi Hayati
2. NIM : 1717201093
3. Semester : 9
4. Prodi : Ekonomi Syariah
5. TahunAkademik :2021/2022

Dengan ini saya mohon dengan hormat untuk menyetujui judul skripsi saya guna melengkapi sebagian syarat untuk menyelesaikan studi program S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah:

Analisis Strategi Bersaing Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas)

Sedangkan sebagai Dosen Pembimbing Skripsi adalah: H. Sochimim, Lc., M.Si.

Demikian surat permohonan ini saya buat, atas perhatian dan perkenan Bapak, saya ucapkan terimakasih.

*Wassalamu 'alikumWr. Wb.*

Mengetahui,  
 Dosen Pembimbing

H. Sochimim, Lc., M.Si.  
 NIP. 19691009 200312 1 001

Hormat Saya,

Annisa Ikfi Hayati  
 NIM.1717201093

Menyetujui

Dewi Laila Hilyatin, S.E., M.S.I.  
 NIP. 19851112 200912 2 007

Tembusan:

1. Wakil Dekan I
2. Kasubbag AKA
3. Arsip

## Lampiran 7

## Surat Rekomendasi Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iaipurwokerto.ac.id

---

**REKOMENDASISEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Dengan ini kami Dosen Pembimbing dari mahasiswa:

Nama : Annisa Ikfi Hayati \_\_\_\_\_  
 NIM : 1717201093 \_\_\_\_\_  
 Semester : 9 \_\_\_\_\_  
 Prodi : Ekonomi Syariah \_\_\_\_\_  
 Tahun Akademik : .../... 2021/2022 \_\_\_\_\_  
 Judul Proposal Skripsi : Analisis Strategi Bersaing Usaha Kuliner Dalam  
 Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi Kasus Pada  
 Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang  
 Kabupaten Banyumas) \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Menerangkan bahwa proposal skripsi mahasiswa tersebut telah siap untuk diseminarkan apabila yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan akademik. Kepada pihak-pihak yang terkait dengan seminar ini harap maklum.

Mengetahui,  
 Ketua Jurusan



Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.  
 NIP. 19851112 200912 2 007

Purwokerto 20 September 2021  
 Dosen Pembimbing

H. Sochimim, Lc., M.Si.  
 NIP. 19691009 200312 1 001



## Lampiran 8

### Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
 Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.iainpurwokerto.ac.id

#### SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 2756/In.17/FEBLJ.ES/PP.009/X/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Annisa Ikfi Hayati  
 NIM : 1717201093  
 Program Studi : Ekonomi Syariah  
 Pembimbing : H. Sochimim, Lc., M.Si  
 Judul : Analisis Strategi Bersaing Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas)

Pada tanggal 01/11/2021 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar. Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 4 November 2021  
 Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



**Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I**  
 NIP. 19851112 200912 2 007

## Lampiran 9

### Surat Keterangan Lulus Semua Mata Kuliah Kecuali Skripsi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iainpurwokerto.ac.id

#### SURAT KETERANGAN

Nomor: 1991/In.17/FEBJ.ES/PP.009/VIII/2021

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I  
 NIP : 19851112 200912 2 007  
 Jabatan : Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.  
 Pada Instansi/lembaga : Institut Agama Islam Negeri Purwokerto

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama : Annisa Ikfi Hayati  
 NIM : 1717201093  
 Semester / Jurusan : IX / Ekonomi Syariah.  
 Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
 Tahun Akademik : 2020/2021

Mahasiswa tersebut diatas telah lulus semua mata kuliah (kecuali skripsi).

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya sebagai salah satu persyaratan untuk mengikuti ujian komprehensif.

Dibuat di : Purwokerto  
 Pada tanggal : 23 Agustus 2021

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I  
 NIP. 19851112 200912 2 007

## Lampiran 10

## Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
 Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.iainpurwokerto.ac.id

**SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF**

Nomor: 2452/In.17/FEBIJ.ES/PP.009/IX/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Annisa Ikfi Hayati

NIM : 1717201093

Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 07/10/2021 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS,

dengan nilai : **80 / B+**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto  
 Tanggal **8 Oktober 2021**  
 Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



**Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I**  
 NIP. 19851112 200912 2 007

## Lampiran 11

## Kartu Bimbingan

No	Bulan	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan*)	Tanda Tangan**)	
				Pembimbing	Mahasiswa
1	Desember	Senin, 21 Desember 2020	Alasan pemilihan judul, Penambahan Teori		
2	Juli	Senin, 26 Juli 2021	Teori Daya Saing atau Persaingan dalam bisnis		
3	September	Senin, 7 September 2021	Penambahan Teori dari jurnal		

\*) diisi pokok-pokok bimbingan;  
\*\*) diisi setiap selesai bimbingan.

Purwokerto, 15 September 2021  
Pembimbing,  
  
**H. Sochimim, Lc., M.Si.**  
NIP. 19691009 200312 1 001







KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126  
Telp : 0281-639524, 628250, Fax : 0281-639553, www.iainpurwokerto.ac.id

**BLANGKO/KARTU BIMBINGAN**

Nama : Annisa Ikfi Hayati  
NIM : 1717201093  
Prodi/semester : Ekonomi Syariah  
Dosen Pembimbing : H. Sochimim, Lc., M.Si.  
Judul Skripsi : Analisis Strategi Bersaing Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Omset Penjualan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang)

No	Bulan	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Tanda Tangan	
				Pembimbing	Mahasiswa
1	Januari	Selasa, 25 Januari 2022	Bab 1 Penggantian judul menjadi Omset Penjualan		
2	Februari	Kamis, 10 Februari 2022	Bab 1 perbaikan penulisan		
3	Maret	Kamis, 17 Maret 2022	Bab 2 Penambahan ayat al-qur'an mengenai strategi bersaing		
4	Maret	Kamis, 31 Maret 2022	Bab 2 Penambahan cara penelitian menggunakan Analisis SWOT		
5	Juni	Selasa, 7 Juni 2022	Bab 4 Pencatatan narasumber wawancara Bab 5 Penambahan saran untuk peneliti berikutnya		
6	Juni	Kamis, 9 Juni 2022	Acc Sidang		

Purwokerto, 9 Juni 2022



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126  
Telp : 0281-639524, 628250, Fax : 0281-639553, www.iainpurwokerto.ac.id

Pembimbing,

**H. Sochimim, Lc., M.Si.**  
NIP. 19691009 200312 1 001

## Lampiran 12

## Berita Acara Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.iainpurwokerto.ac.id

---

**BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL**

Nama : Annisa Ikfi Hayati  
NIM : 1717201093  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Tanggal Seminar : Senin, 01 November 2021  
Pembimbing : H. Sochimim, L.c., M.Si  
Judul : Analisis Strategi Bersaing Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas)

Catatan:

NO	ASPEK	URAIAN
1	Substansi Materi	Pada proposal penelitian cari hal menarik yang mendasari penelitian; Cantumkan data mengenai penelitian; Gambarkan rumah makan tersebut dengan kalimat yang lebih umum agar dapat membuat orang penasaran dan menjadi tertarik; Perbaiki judul, maksimal kalimat judul tidak lebih dari 15 kalimat
2	Metode Penelitian	Dijelaskan teori yang ada di metode penelitian; Buat langkah metode analisis
3	Teknik Penulisan	Teknik penulisan arab diperbaiki font sizenya; Perbaiki tabel yang terpisah; Space daftar pustaka diperbaiki menjadi 1
4	Lain-lain	-
5	Saran	Mempunyai buku panduan metode penelitian

Purwokerto, 1 November 2021

Penguji



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I

## Lampiran 13

## Sertifikat BTA PPI

		<p style="text-align: center;"><b>KEMENTERIAN AGAMA</b>  <b>INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO</b>  <b>UPT MA'HAD AL-JAMI'AH</b>          Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126          Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id</p>										
<h2>SERTIFIKAT</h2> <p>Nomor: B-205/In.17/UPT.MAJ/Sti.011/II/2018</p> <p>Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:</p> <p style="text-align: center;"><b><u>ANNISA IKFI HAYATI</u></b>  <b>1717201093</b></p>												
<table border="1"> <thead> <tr> <th>MATERI UJIAN</th> <th>NILAI</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Tes Tulis</td> <td>79</td> </tr> <tr> <td>2. Tartil</td> <td>75</td> </tr> <tr> <td>3. Kitabah</td> <td>70</td> </tr> <tr> <td>4. Praktek</td> <td>80</td> </tr> </tbody> </table>	MATERI UJIAN	NILAI	1. Tes Tulis	79	2. Tartil	75	3. Kitabah	70	4. Praktek	80	<p>Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI).</p> <p style="text-align: right;">Purwokerto, 26 Februari 2018          Mudir Ma'had Al-Jami'ah,    <b>Drs. H. M. Mukti, M.Pd.I</b>          NIP. 19570521 198503 1 002</p>	
MATERI UJIAN	NILAI											
1. Tes Tulis	79											
2. Tartil	75											
3. Kitabah	70											
4. Praktek	80											
<p>NO. SERI: MAJ-G1-2018-228</p>												



## Lampiran 14

## Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab

  
**IAIN PURWOKERTO**

**وزارة الشؤون الدينية**  
**الجامعة الإسلامية الحكومية بورنوبورتو**  
**الوحدة لتنمية اللغة**

عنوان: شارع جنودل أحمددياني رقم: ٤٠، بورنوبورتو ٥٣١٢٦، هاتف: ٢٨١-٦٣٥٦٢٤ www.iaipurwokerto.ac.id

---

**الشهادة**  
 الرقم: ١٧/١٧٢٠١٠٩٣/PP.../UPT Bhs/١٧

تشهد الوحدة لتنمية اللغة بأن:

الاسم :	النساء اكفي حياتي
رقم القيد :	١٧١٧٢٠١٠٩٣
القسم :	ES

صورة  
 صاحب/ة  
 الشهادة

قد استحق/استحققت الحصول على شهادة إجادة اللغة العربية بجميع  
 مهاراتها على المستوى المتوسط وذلك بعد إتمام الدراسة التي عقدتها  
 الوحدة لتنمية اللغة وفق المنهج المقرر بتقدير:

٧٦  
 ١٠٠  
 (جيد جدا)

بورنوبورتو، ١٧ يناير ٢٠١٨  
 الوحدة لتنمية اللغة،  
 الدكتور/مدير الماجستير  
 رقم الوظيف: ١٩٦٧٠٣٠٧١٩٩٣٠٣١٠٠٥



## Lampiran 15

## Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris



**MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS**  
**INSTITUTE COLLEGE ON ISLAMIC STUDIES PURWOKERTO**  
**LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT**

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Central Java Indonesia, [www.iainpurwokerto.ac.id](http://www.iainpurwokerto.ac.id)

---

## CERTIFICATE

---

*Number: In.17/UPT.Bhs/PP.009/3626/2021*

This is to certify that :

Name : **ANNISA IKFI HAYATI**  
 Student Number : **1717201093**  
 Study Program : **ESY**



Has completed an English Language Course in Intermediate level organized by Language Development Unit with result as follows:

**SCORE : 67.51      GRADE: GOOD**



ValidationCode

Purwokerto, June 21st, 2021  
 Head of Language Development Unit,

**H. A. Sangid, B.Ed., M.A.**  
 NIP: 19700617 200112 1 001

## Lampiran 16

### Daftar Riwayat Hidup

#### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Annisa Ikfi Hayati
2. NIM : 1717201093
3. Tempat/Tanggal Lahir : Banyumas, 20 Februari 1999
4. Alamat Rumah : Desa Kedungwringin Rt 05 Rw 02 Kec.  
Jatilawang Kab. Banyumas
5. Nama Orang Tua  
 Nama Ayah : Sabarudin  
 Nama Ibu : Kamsilah

#### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. TK/PAUD, tahun lulus : RA Diponegoro 84, 2005
  - b. SD/MI, tahun lulus : MI Ma'arif NU 1 Kedungwringin, 2011
  - c. SMP/MTs, tahun lulus : MTs Ma'arif NU 1 Jatilawang, 2014
  - d. SMA/MA, tahun lulus : SMA Negeri 1 Rawalo, 2017
2. Pendidikan Non Formal
  - a. Pondok Pesantren Modern El-Fira 2 Purwokerto 2017-2018

Purwokerto, 12 Juni 2022

Yang menyatakan



Annisa Ikfi Hayati

1717201093