

**ANALISIS STRATEGI BERSAING USAHA KULINER  
DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN  
(STUDI KASUS: MIE AYAM HOT PLATE AJIBARANG)**



**IAIN PURWOKERTO**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)  
IAIN Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

**AFIFAH SARI  
NIM. 1522201040**



**IAIN PURWOKERTO**

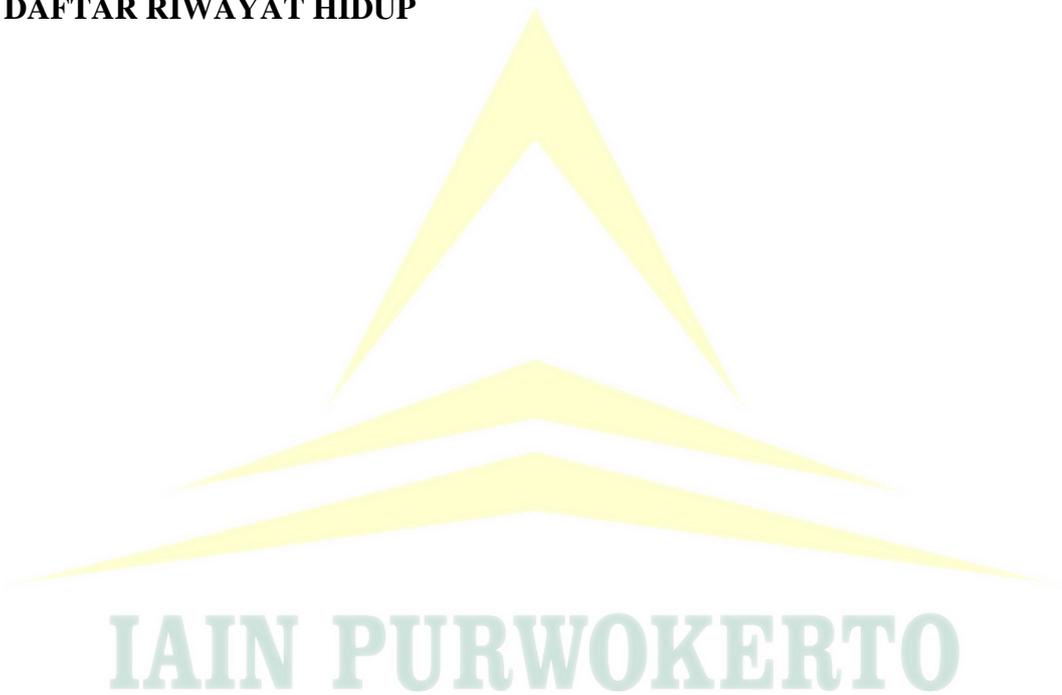
**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PURWOKERTO  
2019**

## DAFTAR ISI

|   |              |
|---|--------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                              | <b>i</b>     |
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>                        | <b>ii</b>    |
| <b>PENGESAHAN .....</b>                                 | <b>iii</b>   |
| <b>NOTA DINAS PEMBIMBING .....</b>                      | <b>iv</b>    |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                   | <b>v</b>     |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                    | <b>vi</b>    |
| <b>MOTTO .....</b>                                      | <b>vii</b>   |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>                        | <b>viii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                             | <b>ix</b>    |
| <b>PEDOMAN TRANSELERASI .....</b>                       | <b>x</b>     |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                 | <b>xv</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                               | <b>xviii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                               | <b>xix</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                            | <b>xx</b>    |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                                |              |
| A. Latar Belakang Masalah .....                         | 1            |
| B. Definisi Operasional .....                           | 6            |
| C. Rumusan Masalah .....                                | 8            |
| D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....                  | 8            |
| E. Kajian Pustaka.....                                  | 9            |
| F. Sistematika Pembahasan .....                         | 14           |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI</b>                            |              |
| A. Strategi Bersaing .....                              | 16           |
| 1. Pengertian Strategi Bersaing .....                   | 16           |
| 2. Teori Generik Strategi dan Keunggulan Bersaing ..... | 20           |
| a. Biaya Rendah ( <i>Low Cost Strategy</i> ) .....      | 20           |
| b. <i>Differentiation</i> .....                         | 22           |
| c. <i>Focus Strategy</i> .....                          | 27           |

|  |    |
|--|----|
| 3. Analisis Persaingan Michael Porter Dalam Lima Kekuatan Kompetitif .....                 | 28 |
| a. Ancaman Pendetang Baru .....  | 29 |
| b. Persaingan Antar Pesaing.....   | 30 |
| c. Strategi Diferensiasi .....   | 30 |
| d. Kepemimpinan Biaya.....   | 31 |
| e. Fokus .....   | 32 |
| f. Nilai Acuan .....   | 32 |
| 4. Risiko Dalam Strategi Kompetitif.....   | 32 |
| 5. Strategi Bersaing Dalam Islam.....  | 33 |
| B. Omset Penjualan.....  | 37 |
| 1. Pengertian Omset Penjualan .....  | 37 |
| 2. Pengaruh Kegiatan Penjualan .....   | 38 |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>   |    |
| A. Jenis Penelitian.....   | 40 |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....   | 40 |
| C. Subjek dan Objek Penelitian .....   | 40 |
| D. Sumber Data.....  | 41 |
| E. Teknik Pengumpulan Data.....  | 41 |
| F. Analisis Data .....   | 43 |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>  |    |
| A. Gambaran Umum Mie Ayam Hot Plate Ajibarang.....   | 46 |
| 1. Sejarah Singkat Mie Ayam Hot Plate Ajibarang .....                                      | 46 |
| 2. Visi dan Misi .....   | 47 |
| 3. Pengelola.....  | 47 |
| 4. Produk-Produk Mie Ayam Hot Plate Ajibarang .....  | 48 |
| 5. Fasilitas yang ada di Mie Ayam Hot Plate Ajibarang.....                                 | 51 |
| B. Strategi Bersaing Mie Ayam Hot Plate Ajibarang Dalam Meningkatkan Omset Penjualan ..... | 55 |
| 1. Strategi Diferensiasi.....  | 55 |
| a. Diferensiasi Produk.....  | 56 |

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| b. Diferensiasi Pelayanan.....      | 57 |
| c. Diferensiasi Personil .....      | 59 |
| d. Diferensiasi Citra .....         | 61 |
| 2. Peningkatan Omset Penjualan..... | 63 |
| <b>BAB V PENUTUP</b>                |    |
| A. Kesimpulan .....                 | 69 |
| B. Saran .....                      | 69 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>               |    |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>            |    |
| <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>         |    |



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif, perusahaan harus memiliki kemampuan untuk membedakan produk yang dihasilkan dalam persaingan untuk mendapatkan keunggulan bersaing. Produk yang dihasilkan harus memiliki karakteristik kunci dalam merebut konsumen sehingga menjadi produk yang spesial. Keunggulan bersaing merupakan posisi unik yang dikembangkan perusahaan dalam menghadapi para pesaing, dan mungkin perusahaan dapat mengungguli mereka secara konsisten. Dengan demikian, keunggulan bersaing hanya dicapai dengan mengembangkan produk dengan sangat spesial dan lebih menguntungkan dibandingkan dengan para pesaing.

Bagi perusahaan yang sudah mencapai tingkat pertumbuhan dan kemakmuran, maka dituntut untuk dapat mempertahankan kondisi tersebut dengan menciptakan keunggulan bersaing. Konsep keunggulan bersaing yang digambarkan oleh Porter sebagai inti sari dari strategi bersaing. Menurut Porter ada strategi bersaing yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing ada tiga yaitu strategi inovasi, strategi penurunan biaya, dan peningkatan mutu.<sup>1</sup> Yang sangat penting bagi pertumbuhan dan kemakmuran perusahaan adalah kemampuannya untuk mempertahankan keunggulan bersaing yang telah diperolehnya. Keunggulan bersaing perusahaan dapat diciptakan dengan membuat perusahaan tersebut berbeda dari pesaingnya, memberikan keuntungan ekonomi, dan tidak mudah ditiru.<sup>2</sup> Tidak dapat disangkal lagi, bahwa kesinambungan hidup perusahaan, sangat bergantung pada ketahanan wirausaha dalam meraih keunggulan

---

<sup>1</sup> Danang Sunyoto, *Keunggulan Bersaing [Competitive Advantage]*, (Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service, 2015), hlm. 1-2.

<sup>2</sup> *Ibid.*, Danang Sunyoto, hlm. 21-22.

bersaing melalui strategi yang dimilikinya.<sup>3</sup> Mintzberg dan Quinn menyatakan bahwa strategi adalah pola atau perencanaan yang menggabungkan antara tujuan, kebijakan dan rangkaian kegiatan ke dalam kesatuan yang utuh untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.<sup>4</sup>

Mie Ayam merupakan makanan khas Indonesia yang sangat digemari masyarakat termasuk masyarakat di kota Ajibarang. Hal ini tentu menjadi peluang besar bagi para pelaku usaha untuk membuka usaha kuliner mie ayam. Salah satu pelaku usaha yang memanfaatkan hal ini adalah pemilik Mie Ayam Hot Plate Ajibarang yang berada di Jl. Lingkar, Tambakan Ajibarang Kulon. Rumah makan ini bukan lah satu-satunya rumah makan yang menyediakan menu mie ayam yang ada di kota Ajibarang, melainkan ada banyak pesaingnya diluar sana. Berikut adalah daftar rumah makan mie ayam yang ada di kota Ajibarang, beserta tahun berdiri, kisaran harga, dan omset perharinya.

Tabel 1.

## Daftar Rumah Makan Mie Ayam di Kota Ajibarang

| No | Nama                                   | Tahun berdiri | Kisaran harga              | Omset/Hari                       |
|----|--|---------------|----------------------------|----------------------------------|
| 1. | Bakso Bogem Mie Ayam Paijo Ajibarang   | 1987          | Rp. 10.000 -<br>Rp. 24.000 | Rp. 3.000.000                    |
| 2. | Pondok Mie Ayam Bakso Soto 99          | 1994          | Rp. 9.000 -<br>Rp. 12.000  | Rp. 1.000.000 -<br>Rp. 1.500.000 |
| 3. | Mie Ayam & Bakso Pak Sarno             | 1995          | Rp. 10.000 -<br>Rp. 15.000 | Rp. 1.000.000 -<br>Rp. 2.000.000 |
| 4. | Bakso, Mie Ayam Berkah                 | 2007          | Rp. 10.000 -<br>Rp. 16.000 | Rp. 1.000.000 -<br>Rp. 2.000.000 |
| 5. | Bakso Dan Mie Ayam H. Rantas           | 2012          | Rp. 10.000 -<br>Rp. 12.000 | Rp. 1.500.000 -<br>Rp 2.000.000  |
| 6. | Waroeng Bakso, Mie Ayam, Soto Pak Hari | 2013          | Rp. 10.000 -<br>Rp. 11.000 | Rp. 300.000 -<br>Rp. 800.000     |
| 7. | Mie Ayam Bakso Soto Pojok Eco          | 2015          | Rp. 9000 -<br>Rp. 10.000   | Rp. 200.000 -<br>Rp. 400.000     |
| 8. | Mie Ayam Bakso Ceker Lorong            | 2015          | Rp. 10.000 -<br>Rp. 12.000 | Rp. 300.000                      |

<sup>3</sup> Suryana, *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat Dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Empat, 2003), hlm. 127.

<sup>4</sup> Yuniar Aviati, *Kompetensi Kewirausahaan: Teori, Pengukuran dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), hlm. 156.

|     |                              |      |                            |                                  |
|-----|------------------------------|------|----------------------------|----------------------------------|
| 9.  | Mie Ayam Hot Plate Ajibarang | 2017 | Rp. 12.000 -<br>Rp. 20.000 | Rp. 3.000.000 -<br>Rp. 5.000.000 |
| 10. | Bakso, Mie Ayam Ceker Satria | 2019 | Rp. 7.000 -<br>Rp. 12.000  | Rp. 250.000                      |

Sumber Data : Observasi pada tanggal 18 Januari 2019 - 20 Januari 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat begitu banyak pengusaha mie ayam di kota Ajibarang. Hal ini mengakibatkan harga yang ditawarkan pun berbeda-beda. Dari data di atas, Mie Ayam Hot Plate Ajibarang memiliki omset perhari paling tinggi di antara para pengusaha mie ayam yang lain di kota Ajibarang, padahal Mie Ayam Hot Plate Ajibarang baru berdiri selama 2 tahun. Seorang pengusaha harus menerapkan strategi bersaing yang tepat agar perusahaan bisa terus berkembang dan dapat mencapai target omset usahanya. Strategi yang tepat adalah strategi dimana pengusaha bisa membaca peluang yang ada, dengan membuat sesuatu yang berbeda dengan yang lain, dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau, dengan harapan konsumen dapat tetap loyal terhadap produk yang ditawarkan sehingga omset penjualan pun akan meningkat.<sup>5</sup> Keadaan persaingan adalah suatu kesulitan bagi seorang pengusaha untuk menduga kapan saingan baru akan muncul disamping yang sudah ada. Oleh sebab itu, pengusaha harus selalu memperbaiki produk atau pelayanan usahanya. Prinsip selalu memperbaiki mutu walaupun tidak ada saingan adalah suatu kegiatan yang harus diperhatikan.<sup>6</sup>

Mie Ayam Hot Plate Ajibarang merupakan usaha bisnis dibidang kuliner yang menyajikan menu mie ayam dengan inovasi baru yaitu dengan menggunakan hot plate dalam penyajiannya, variasinya pun bermacam-macam. Usaha ini didirikan oleh Bapak Ridho pada tahun 2017. Pada awal berdiri, Mie Ayam Hot Plate Ajibarang hanya memiliki 2 orang karyawan, dan

<sup>5</sup> Observasi Pada Tanggal 18 Januari 2019

<sup>6</sup> H. Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), hlm. 91.

saat ini telah memiliki karyawan sebanyak 9 orang.<sup>7</sup> Berikut adalah menu yang disediakan oleh Mie Ayam Hot Plate Ajibarang.

Tabel 2.  
Daftar Menu Mie Ayam Hot Plate Ajibarang.

| No. | Menu                                 | Harga      |
|-----|--------------------------------------|------------|
| 1.  | Paket Mie Ayam Hot Plate + Lemon Tea | Rp. 15.000 |
| 2.  | Mie Sapi Mozzarella                  | Rp. 22.000 |
| 3.  | Mie Udang Asam Pedas                 | Rp. 22.000 |
| 4.  | Mie Sapi Lada Hitam                  | Rp. 20.000 |
| 5.  | Mie Ayam Lada Hitam                  | Rp. 15.000 |
| 6.  | Beef Ramen                           | Rp. 20.000 |
| 7.  | Katsu Ramen                          | Rp. 17.000 |
| 8.  | Chicken Ramen                        | Rp. 15.000 |
| 9.  | Beef Tepan Hot Plate                 | Rp. 20.000 |
| 10. | Chicken Tepan Hot Plate              | Rp. 15.000 |
| 11. | Mie Ayam Sambel Matah Hot Plate      | Rp. 15.000 |
| 12. | Mie Ayam Rica Hot Plate              | Rp. 15.000 |
| 13. | Mie Ayam Katsu Hot Plate             | Rp. 15.000 |
| 14. | Mie Ayam Jamur Hot Plate             | Rp. 15.000 |
| 15. | Mie Ayam Bakso Ceker Hot Plate       | Rp. 15.000 |
| 16. | Mie Ayam Bakso Hot Plate             | Rp. 15.000 |
| 17. | Mie Ayam Ceker Hot Plate             | Rp. 15.000 |
| 18. | Mie Ayam Hot Plate                   | Rp. 12.000 |
| 19. | Sosis Tepung Goreng                  | Rp. 12.000 |
| 20. | Kentang Goreng                       | Rp. 10.000 |
| 21. | Aneka Juice                          | Rp. 8.000  |
| 22. | Ice Cappucino                        | Rp. 7.000  |

<sup>7</sup> Wawancara dengan Bapak Ridho selaku Pemilik Mie Ayam Hot Plate Ajibarang pada tanggal 24 Januari 2019, pukul 13.30 WIB.

|     |              |           |
|-----|--------------|-----------|
| 23. | Es Jeruk     | Rp. 5.000 |
| 24. | Lemon Tea    | Rp. 5.000 |
| 25. | Es Teh Manis | Rp. 3.000 |
| 26. | Es Teh Tawar | Rp. 2.000 |
| 27. | Air Mineral  | Rp. 3.000 |

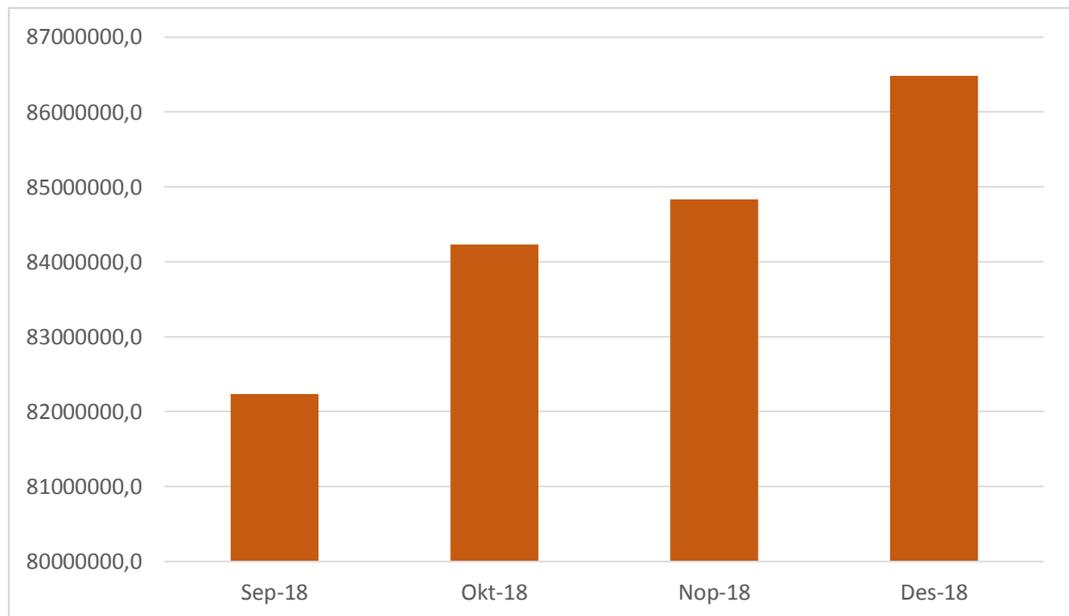
Sumber Data : Mie Ayam Hot Plate Ajibarang,  
diperoleh pada tanggal 25 Februari 2019

Menu yang disediakan Mie Ayam Hot Plate Ajibarang sangat bervariasi, sehingga berbeda dengan pengusaha mie ayam yang lain di kota Ajibarang. Berbagai macam strategi telah diterapkan pada Mie Ayam Hot Plate Ajibarang untuk dapat tetap merebut dan menarik perhatian konsumen serta dapat bertahan dalam menghadapi persaingan yang cukup ketat dalam dunia bisnis, mulai dari tempat yang nyaman, interior yang menarik, dan fasilitas wifi untuk para konsumen. Kemudian pelayanan yang ramah dan cepat, sehingga dapat memuaskan konsumen, serta variasi menu yang beraneka ragam dan cita rasa makanan yang enak. Selain variasinya yang beraneka ragam, Mie Ayam Hot Plate Ajibarang juga memiliki kualitas saos yang bagus, sehingga hal ini pula yang menjadi pembeda dengan pengusaha mie ayam yang lain. Mie Ayam Hot Plate Ajibarang juga melayani sistem *delivery order*, namun hanya melayani konsumen yang memesan dengan jarak maksimal 5 km, dengan tujuan pesanan yang diantar dapat sampai ke tempat tujuan dalam keadaan masih panas. Pesanan *delivery order* di kemas menggunakan *sterofoam*, sehingga hal ini pun menjadi pembeda dengan para pesaingnya.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Wawancara dengan Bapak Ridho selaku Pemilik Mie Ayam Hot Plate Ajibarang pada tanggal 24 Januari 2019, pukul 13.30 WIB.

Tabel 3.  
 Jumlah Omset Mie Ayam Hot Plate Ajibarang  
 dari bulan September 2018 sampai dengan bulan Desember 2018.



Sumber Data : Mie Ayam Hot Plate Ajibarang,  
 diperoleh pada tanggal 24 Januari 2019

Dari data di atas menunjukkan bahwa omset yang diperoleh Mie Ayam Hot Plate Ajibarang dari bulan September 2018 sampai bulan Desember 2018 mengalami peningkatan.<sup>9</sup>

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengkaji lebih dalam tentang strategi bersaing usaha yang dilakukan oleh Mie Ayam Hot Plate Ajibarang dalam meningkatkan omset penjualan, adapun judul penelitian yaitu Analisis Strategi Bersaing Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Omset Penjualan (Studi Kasus: Mie Ayam Hot Plate Ajibarang).

## B. Definisi Operasional

Untuk mempermudah penafsiran dan pengertian serta memperoleh gambaran yang jelas tentang judul yang diangkat, maka ada beberapa istilah

<sup>9</sup> Wawancara dengan Bapak Ridho selaku Pemilik Mie Ayam Hot Plate Ajibarang pada tanggal 24 Januari 2019, pukul 13.30 WIB.

yang perlu dijelaskan supaya tidak terjadi kerancuan dalam memahami permasalahan yang akan dibahas.

Adapun istilah-istilah yang perlu dijelaskan adalah sebagai berikut:

### 1. Strategi Bersaing

Strategi adalah arah atau jalan yang akan ditempuh organisasi dalam rangka menjalankan misinya untuk mencapai pencapaian visi. Strategi adalah pilihan untuk melakukan aktivitas yang berbeda atau untuk melaksanakan aktivitas dengan cara berbeda dari pesaing.<sup>10</sup> Bagi Porter, persaingan strategis berarti memilih jalan yang berbeda dari lainnya. Selain bersaing menjadi yang terbaik, perusahaan-perusahaan dapat dan harus bersaing menjadi unik.<sup>11</sup>

Strategi bersaing dalam penelitian ini adalah rencana yang dilakukan oleh seorang pengusaha dalam bersaing di bidang kuliner mie ayam di kota Ajibarang dalam meningkatkan omset penjualan.

### 2. Omset Penjualan

Omset adalah laba kotor yang dihasilkan dari usaha. Dikatakan kotor karena omset masih harus dikurangi biaya sebelum menjadi profit. Sedangkan profit adalah keuntungan bersih dari hasil usaha.<sup>12</sup> Omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah penjualan barang/jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh.<sup>13</sup>

IAIN PURWOKERTO

---

<sup>10</sup> Djoko Muljono, *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2012), hlm. 15.

<sup>11</sup> Joan Magretta, *Understanding Michael Porter: Panduan Paling Penting tentang Kompetisi dan Strategi*, (Yogyakarta: ANDI, 2012), hlm. 33.

<sup>12</sup> Dede Ibrahim, *Unusual Santri: Berbedalah, Maka Kau Akan Dikenal*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2018), hlm. 139.

<sup>13</sup> Nissa Nurfitri, *Analisis Perbedaan Omzet Penjualan Berdasarkan Jenis Hajatan Dan Waktu, (Studi Pada Catering Sonokembang Semarang)*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011)

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi bersaing yang dilakukan oleh Mie Ayam Hot Plate Ajibarang dalam meningkatkan omset penjualan?

### D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi bersaing yang dilakukan oleh Mie Ayam Hot Plate Ajibarang dalam meningkatkan omset penjualan.

#### 2. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

##### a. Secara akademis

- 1) Dapat menambah wawasan yang luas khususnya mengenai objek yang diteliti.
- 2) Dapat mengetahui bagaimana strategi Mie Ayam Hot Plate Ajibarang dalam menghadapi persaingan usaha agar tetap dapat meningkatkan omset penjualan.

##### b. Secara praktisi

- 1) Sebagai referensi bagi Mie Ayam Hot Plate Ajibarang dalam memajukan rumah makannya kedepan dalam menghadapi persaingan usaha kuliner.
- 2) Sebagai bahan informasi bagi konsumen mengenai kualitas yang diberikan oleh Mie Ayam Hot Plate Ajibarang.
- 3) Sebagai wawasan bagi para pebisnis untuk menentukan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan usaha agar tetap dapat meningkatkan omset penjualan.

## E. Kajian Pustaka

Peneliti mendapati sejumlah buku yang membahas tentang strategi bersaing, omset penjualan, diantaranya adalah:

Joan Magretta dalam bukunya yang berjudul “*Understanding Michael Porter: Panduan Paling Penting tentang Kompetisi dan Strategi*”, menjelaskan bahwa persaingan untuk menjadi unik menggambarkan pola pikir dan cara pandang yang berbeda mengenai sifat dasar persaingan. Disini para perusahaan mengejar cara berbeda dalam bersaing yang bertujuan untuk melayani kebutuhan dan konsumen berbeda. Dengan kata lain, fokusnya adalah menciptakan nilai unggul bagi para konsumen terpilih, bukan meniru dan menandingi rival. Di sini para konsumen memiliki pilihan-pilihan nyata, harga merupakan satu-satunya variabel kompetitif.<sup>14</sup>

Dadang Sunyoto dalam bukunya yang berjudul “*Keunggulan Bersaing [Competitive Advantage]*”, menjelaskan bahwa keunggulan bersaing yang sudah dicapai suatu perusahaan harus dipertahankan, untuk menjadikan keunggulan bersaing tersebut menjadi keunggulan bersaing yang berkelanjutan.<sup>15</sup>

Sochimim dalam bukunya “*Kewirausahaan: Teori Aplikatif dan Praktik*”, menjelaskan bahwa persaingan merupakan inti keberhasilan dan kegagalan. Ini berarti keberhasilan atau kegagalan tergantung pada keberanian perusahaan untuk bersaing. Keunggulan bersaing berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh perusahaan bagi langganan atau pembeli.<sup>16</sup>

Franky Slamet dalam bukunya “*Dasar-Dasar Kewirausahaan: Teori dan Praktik*”, menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif adalah sekumpulan faktor yang membedakan perusahaan kecil dari para pesaingnya dan memberikan posisi yang unik di pasar sehingga lebih unggul dari para pesaingnya. Dalam membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan

---

<sup>14</sup> Joan Magretta, *Understanding Michael Porter: Panduan Paling Penting tentang Kompetisi dan Strategi*, (Yogyakarta: ANDI, 2012), hlm. 34.

<sup>15</sup> Danang Sunyoto, *Keunggulan Bersaing [Competitive Advantage]*, (Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service, 2015), hlm. 2.

<sup>16</sup> Sochimim, *Kewirausahaan: Teori Aplikatif dan Praktik*, (Purwokerto: STAIN Press, 2016), hlm. 56.

diperlukan strategi yang matang, memetakan berbagai kompetensi dari perusahaan tersebut sehingga mampu mengembangkan kompetensi inti yang unggul. Kompetensi inti ini adalah serangkaian kemampuan yang unik yang dikembangkan oleh perusahaan dalam bidang-bidang utama seperti: kualitas, layanan, inovasi, fleksibilitas, kecepatan, dan lain sebagainya yang lebih dari para pesainya.<sup>17</sup>

Selain penelusuran terhadap buku, peneliti juga memaparkan beberapa jurnal terdahulu yang sehubungan dengan tema kajian penelitian ini. Berikut beberapa hasil penelusuran tentang jurnal yang berkaitan dengan tema penelitian ini.

Pertama, Jurnal Online Mahasiswa Jom FISIP Volume 1 No. 2 - Oktober 2015 yang berjudul "*Analisis Strategi Bersaing Industri Kecil Makanan Tradisional (Kasus Pada Usaha Lempuk Durian Di Kabupaten Bengkalis)*". Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk menganalisis strategi bersaing yang diterapkan oleh pengusaha lempuk durian di Kabupaten Bengkalis dan untuk mengetahui kendala yang dihadapi oleh pengusaha lempuk durian Di Kabupaten Bengkalis. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa industri lempuk durian di Bengkalis menerapkan strategi bersaing dalam pemasaran dengan menggunakan strategi keunggulan biaya, strategi differensiasi, dan strategi fokus. Kemudian kendala yang dihadapi perusahaan yaitu dari modal yang kecil, bahan baku yang musiman.<sup>18</sup>

Kedua, Jurnal Manajemen Bisnis Agora Vol. 3, No. 2, (2015) yang berjudul "*Analisa Strategi Bersaing Pada Bakery Donalson Di Makassar*". Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui strategi bersaing yang tepat untuk meningkatkan penjualan. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa alternative yang bisa dirumuskan adalah mempertahankan kerjasama yang baik antara donalson dan pemasok, meningkatkan kualitas produk,

---

<sup>17</sup> Franky Slamet, Dkk. *Dasar-Dasar Kewirausahaan: Teori dan Praktik*, (Jakarta: PT Indeks, 2014), hlm. 28.

<sup>18</sup> Kartika Agustina, Jurnal Online Mahasiswa, *Analisis Strategi Bersaing Industri Kecil Makanan Tradisional (Kasus Pada Usaha Lempuk Durian Di Kabupaten Bengkalis)*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Kampus Bina Widya Pekanbaru, 2015.

melakukan promosi, membeli dan menjaga kualitas mesin, dan melakukan inovasi produk.<sup>19</sup>

Ketiga, Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 16 No. 03 Tahun 2016 yang berjudul “*Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution (Studi Kasus Pada PT. Astragraphia, Tbk Manado)*”. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui dan menganalisis secara kualitatif strategi bersaing yang diterapkan oleh PT. Astragraphia, Tbk Manado guna memenangkan dan mempertahankan pelanggan di Kota Manado. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa perusahaan dalam menerapkan strategi bersaing dengan para *competitor* untuk merebut pasar perusahaan melakukan berbagai strategi pemasaran yang dimana perusahaan memiliki bidang pemasaran yang bertugas mencapai target pemasaran dan penjualan perusahaan.<sup>20</sup>

Keempat, Jurnal Manajemen Bisnis Agora Vol. 5, No. 3, (2017) yang berjudul “*Analisis Strategi Bersaing Pada Perusahaan Rafting Yang Ada Di Bali*”. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk menyusun strategi bersaing pada subjek penelitian. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa strategi yang sesuai untuk diterapkan bagi perusahaan adalah strategi diversifikasi terkait sehingga mampu bersaing.<sup>21</sup>

Skripsi tentang strategi bersaing bukanlah skripsi yang pertama kali dikaji, melainkan telah ada penelitian yang mengkaji tentang strategi bersaing di berbagai perusahaan sebelumnya. Oleh karena itu penulis mempelajari hasil penelitian yang ada kaitannya dengan judul skripsi peneliti sebagai bahan rujukan. Sekaligus untuk menemukan aspek perbedaan antara penelitian yang telah ada dengan skripsi ini, beberapa penelitian tersebut antara lain :

---

<sup>19</sup> Ong Kevin Gunawan, Ratih Indriyani, Jurnal Manajemen Bisnis Agora, *Analisa Strategi Bersaing Pada Bakery Donalson Di Makassar*, Program Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra Surabaya, 2015.

<sup>20</sup> Claudia Vanesha Pitoy, Altje Tumbel, Maria Tielung, Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, *Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution (Studi Kasus Pada PT. Astragraphia, Tbk Manado)*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado, 2016.

<sup>21</sup> Alexander Immanuel Sinarta, Jurnal Manajemen Bisnis Agora, *Analisis Strategi Bersaing Pada Perusahaan Rafting Yang Ada Di Bali*, Program Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra Surabaya, 2017.

Skripsi saudara Novi Hanifah yang berjudul *“Analisis Strategi Bisnis Telkomsel Dalam Menghadapi Persaingan”*. Dalam penelitian saudara Novi Hanifah mempunyai persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu sama-sama membahas tentang strategi dalam menghadapi persaingan. Akan tetapi mempunyai perbedaan pada tempat penelitian, saudara Novi Hanifah di Telkomsel, sedangkan penulis di usaha kuliner Mie Ayam Hot Plate Ajibarang.

Skripsi saudara Khoirun Nisa' yang berjudul, *“Analisis Strategi Bisnis Ritel Islam Menghadapi Pesatnya Minimarket Waralaba (Studi Persaingan Usaha Di Gribig Kudus)”*. Dalam penelitian saudara Khoirun Nisa' mempunyai persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu sama-sama membahas tentang strategi dalam menghadapi persaingan. Akan tetapi mempunyai perbedaan pada tempat penelitian, saudara Khoirun Nisa' di Gribig Kudus, sedangkan penulis di usaha kuliner Mie Ayam Hot Plate Ajibarang.

Skripsi saudara Sonni Odeth yang berjudul, *“Analisis Strategi Bersaing Usaha Layanan Transportasi Online (Studi Pada Indotiki Di Kota Medan)”*. Dalam penelitian saudara Sonni Odeth mempunyai persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu sama-sama membahas tentang strategi dalam menghadapi persaingan. Akan tetapi mempunyai perbedaan pada tempat penelitian, saudara Sonni Odeth di Indotiki Di Kota Medan, sedangkan penulis di usaha kuliner Mie Ayam Hot Plate Ajibarang.

Skripsi saudara Muhammad Da'al Aula Arroddhi yang berjudul, *“Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Omzet Di MH Mart Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan”*. Dalam penelitian saudara Muhammad Da'al Aula Arroddhi mempunyai persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu sama-sama membahas tentang peningkatan omset. Akan tetapi mempunyai perbedaan teori dan tempat penelitian, saudara Muhammad Da'al Aula Arroddhi menggunakan teori strategi pemasaran dan berlokasi di MH Mart Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan, sedangkan

penulis menggunakan teori strategi bersaing dan berlokasi di usaha kuliner Mie Ayam Hot Plate Ajibarang.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa ada persamaan terhadap penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi bersaing. Adapun perbedaannya bahwa penelitian ini lebih fokus pada strategi bersaing usaha kuliner dalam meningkatkan omset penjualan di Mie Ayam Hot Plate Ajibarang.

Tabel 4.  
Penelitian Terdahulu

| No. | Judul   | Hasil Penelitian  | Perbedaan   |
|-----|---|---|---|
| 1.  | <i>Analisis Strategi Bisnis Telkomsel Dalam Menghadapi Persaingan.</i> <sup>22</sup><br>Novi Hanifah, 2016.   | Strategi utama Telkomsel Jakarta Selatan adalah <i>Strategy Matrix Growth</i> , dimana Telkomsel dapat mengembangkan dan meningkatkan posisi kompetitifnya. Telkomsel telah melakukan strategi yang tepat yaitu dengan memperluas jaringan sampai ke pelosok dan terus melakukan inovasi baru dengan memberikan kualitas pelayanan. | Fokus penelitian, teori yang digunakan dan lokasi penelitian. |
| 2.  | <i>Analisis Strategi Bisnis Ritel Islam Menghadapi Pesatnya Minimarket Waralaba (Studi Persaingan Usaha Di Gribig Kudus).</i> <sup>23</sup><br>Khoirun Nisa', 2015. | Strategi yang dilakukan pemilik bisnis ritel Islam dalam menghadapi pesatnya minimarket waralaba di Gribig Kudus hanya melakukan strategi <i>right product, right quantity, and right price</i> .   | Teori yang digunakan, dan lokasi penelitian.                  |
| 3.  | <i>Analisis Strategi Bersaing Usaha Layanan Transportasi</i>  | Strategi yang direkomendasikan untuk Indotiki dalam menghadapi  | Fokus penelitian, teori yang digunakan dan                    |

<sup>22</sup> Novi Hanifah, *Analisis Strategi Bisnis Telkomsel Dalam Menghadapi Persaingan*, Universitas Lampung, 2016.

<sup>23</sup> Khoirun Nisa', *Analisis Strategi Bisnis Ritel Islam Menghadapi Pesatnya Minimarket Waralaba (Studi Persaingan Usaha Di Gribig Kudus)*, STAIN Kudus, 2015.

|    |  |   |  |
|----|--|---|--|
|    | <i>Online (Studi Pada Indotiki Di Kota Medan).</i> <sup>24</sup><br>Sonni Odeth, 2017.   | pesain adalah strategi pengembangan produk. Strategi ini bertujuan untuk menaikkan penjualan dengan menciptakan, memperbaiki, atau memodifikasi produk yang ada agar dapat memenuhi tuntutan pasar dan selera konsumen.   | lokasi penelitian.                           |
| 4. | <i>Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Omzet Di MH Mart Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan.</i> <sup>25</sup><br>Muhammad Da'al Aula Arroddhi, 2018. | Strategi pemasaran MH Mart dalam upaya peningkatan omzet diantaranya merumuskan strategi pemasaran ( <i>segmenting, targeting, positioning</i> ), kemudian menggunakan strategi <i>marketing mix</i> 4P ( <i>product, price, place, promotion</i> ) dan menggunakan strategi pemasaran umum dan menyeluruh. | Teori yang digunakan, dan lokasi penelitian. |

## F. Sistematika Pembahasan

Penyusun skripsi ini pada halaman awal terdiri dari halaman judul, halaman pernyataan keaslian, halaman pengesahan, halaman nota dinas pembimbing, abstrak, motto, persembahan, kata pengantar, pedoman translitasi, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran. Pada bagian selanjutnya akan dibahas per bab yang terdiri dari lima bab, yaitu:

Bab pertama berisi pendahuluan. Pada bab pendahuluan akan dibahas mengenai latar belakang masalah, definisi oprasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika penyusunan skripsi.

<sup>24</sup> Sonni Odeth, *Analisis Strategi Bersaing Usaha Layanan Transportasi Online (Studi Pada Indotiki Di Kota Medan)*, Universitas Sumatra Utara, 2017.

<sup>25</sup> Muhammad Da'al Aula Arroddhi, *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Omzet Di MH Mart Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan*, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018.

Bab kedua, pembahasan dibagi menjadi beberapa poin. Poin pertama membahas tentang strategi bersaing serta segala sesuatu yang berhubungan dengan strategi bersaing. Pada poin kedua membahas tentang omset penjualan serta sesuatu yang berhubungan dengan omset penjualan.

Bab ketiga membahas tentang metode penelitian. Dalam bab ini akan dibahas mengenai alur pemikiran penelitian, jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data. Metode dan alat ukur yang digunakan penyusun untuk penelitian dan menerjemahkan hasil penelitian.

Bab keempat ada beberapa poin yang akan dibahas pada bab ini yakni strategi bersaing usaha kuliner dalam meningkatkan omset penjualan suatu usaha sekaligus berisi tentang hasil penelitian. Masing-masing poin dibagi menjadi dua poin. Poin pertama membahas gambaran mengenai subjek penelitian dan poin kedua membahas tentang penerapan strategi bersaing dalam meningkatkan omset penjualan usaha melalui analisis deskriptif kualitatif.

Bab kelima adalah penutup, dalam bab ini akan disajikan kesimpulan dan saran yang merupakan rangkaian dari keseluruhan hasil penelitian secara singkat.

Pada bagian akhir penyusun skripsi, disertai dengan daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.

IAIN PURWOKERTO

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Kesimpulan yang penulis paparkan berikut ini kiranya menjadi jawaban atas rumusan masalah yang telah dipaparkan pada bab pertama. Penulis mengambil kesimpulan bahwasannya strategi bersaing yang digunakan Mie Ayam Hot Plate Ajibarang yaitu menggunakan strategi diferensiasi yang mencakup diferensiasi produk, diferensiasi pelayanan, diferensiasi personil, dan diferensiasi citra, mempunyai dampak terhadap peningkatan omset penjualan.

Hal tersebut dapat dilihat dari omset penjualan yang terus naik dari tahun /April 2018 ke tahun /April 2019 sebesar 6%, dengan demikian dapat dikatakan bahwa strategi bersaing dalam meningkatkan omset penjualan yang digunakan oleh Mie Ayam Hot Plate Ajibarang memberikan dampak positif bagi perusahaan, sehingga perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya hingga saat ini dan mampu bersaing di dunia usaha kuliner.

#### **B. Saran**

Setelah melaksanakan penelitian tentang strategi bersaing dalam meningkatkan omset penjualan di Mie Ayam Hot Plate Ajibarang, penulis akan memberikan saran sebagai bahan masukan untuk kedepannya antara lain:

1. Strategi bersaing Mie Ayam Hot Plate Ajibarang sudah berjalan dengan baik. Namun peneliti menyarankan agar Mie Ayam Hot Plate Ajibarang terus membuat inovasi-inovasi baru agar konsumen tidak jenuh terhadap produk yang sudah ada.
2. Mempertahankan strategi bersaing yang sudah dilakukan selama ini dan tetaplah bersaing secara sehat agar dapat menarik hati konsumen sehingga omset akan terus meningkat serta dapat memenangkan persaingan pasar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Kartika. 2015. Jurnal Online Mahasiswa, *Analisis Strategi Bersaing Industri Kecil Makanan Tradisional (Kasus Pada Usaha Lempuk Durian Di Kabupaten Bengkalis)*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Kampus Bina Widya Pekanbaru.
- Arrodhi, Muhammad Da'al Aula. 2018. *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Omzet Di MH Mart Kecamatan Paciran Kabupaten Lamonga*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Aviati, Yuniar. 2015. *Kompetensi Kewirausahaan: Teori, Pengukuran dan Aplikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Cahyani, Utari Evy. 2016. *Strategi Bersaing Dalam Berbisnis Secara Islami*, (Volume 2, No. 1, Januari-Juni 2016).
- David, Fred R. & David Forest R. 2015. *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersain*. Jakarta: Salemba Empat.
- Gunawan, Ong Kevin dan Indriyani, Ratih. 2015. Jurnal Manajemen Bisnis Agora, *Analisa Strategi Bersaing Pada Bakery Donalson Di Makassar*, Program Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra Surabaya
- Hanifah, Novi. 2016. *Analisis Strategi Bisnis Telkomsel Dalam Menghadapi Persaingan*, Universitas Lampung.
- Hartono, Jogiyanto. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman Edisi 6*. Yogyakarta: BPFY Yogyakarta.
- Hunger, J. David & Wheelen, Thomas L. 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: ANDI
- Ibrahim, Dede. 2018. *Unusual Santri: Berbedalah, Maka Kau Akan Dikenal*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kementerian Agama R. 2012. *Ummul Muqminin Al-Qur'an dan Terjemahannya untuk Wanita*. Jakarta: WALI.
- Kodrat, David Sukardi. 2009. *Manajemen Strategi: Membangun Keunggulan Bersaing Era Global di Indonesia Berbasis Kewirausahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, Philip & Susanto, A.B. 2001. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Magretta, Joan. 2012. *Understanding Michael Porter: Panduan Paling Penting tentang Kompetisi dan Strategi*. Yogyakarta: ANDI.

- Manap, H. Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Mitra Wacana Media).
- Marzuki. 2005. *Metodologi Riset: Pansuan Penelitian Bidang Bisnis Dan Sosial*. Yogyakarta: Ekonisia
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Muljono, Djoko. 2012. *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Nisa', Khoirun. 2015. *Analisis Strategi Bisnis Ritel Islam Menghadapi Pesatnya Minimarket Waralaba (Studi Persaingan Usaha Di Gribig Kudus)*, STAIN Kudus.
- Nurfitria, Nissa. 2011. *Analisis Perbedaan Omzet Penjualan Berdasarkan Jenis Hajatan Dan Waktu, (Studi Pada Catering Sonokembang Semarang)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Odeth, Sonni. 2017. *Analisis Strategi Bersaing Usaha Layanan Transportasi Online (Studi Pada Indotiki Di Kota Medan)*, Universitas Sumatra Utara
- Pitoy, Claudia Vanesha, dkk. 2016. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, *Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution (Studi Kasus Pada PT. Astragraphia, Tbk Manado)*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado
- Rofiaty. 2012. *Inovasi & Kinerja {Knoelegde Sharing Behavior pada UMKM}*. Malang: UB Press.
- Sinarta, Alexander Immanuel. 2017. Jurnal Manajemen Bisnis Agora, *Analisis Strategi Besaing Pada Perusahaan Rafting Yang Ada Di Bali*, Program Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra Surabaya
- Slamet, Franky. Dkk. 2014. *Dasar-Dasar Kewirausahaan: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Indeks.
- Sochimim. 2016. *Kewirausahaan: Teori Aplikatif dan Praktik*. Purwokerto: STAIN Press
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Keunggulan Bersaing [Competitive Advantage]*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishig Service).

Suryana. 2013. *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat Dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.

Suyanto, M. 2017. *Marketing Strategy: Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.

Widharta, Willy Pratama dan Sugiharto, Sugiono. 2013. *Penyusunan Strategi Dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai*, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 1, (2013) 1-15. Surabaya: Universitas Kristen Petra.

