

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Persaingan Usaha

Dalam persaingan usaha juga tercatat sebuah landasan hukum yang bertujuan untuk menjadikan sebuah persaingan usaha yang sehat yang dapat mendorong pelaku usaha untuk melakukan persaingan dengan menggunakan kompetisi yang sehat dan efisiensi agar dalam melakukan persaingan usahanya dengan wajar dengan para pesaingnya, hal ini telah tercatat pada UU No. 5 tahun 1999 Pasal 3 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dengan tujuan:

- a. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk peningkatkan kesejahteraan rakyat.
- b. Mewujudkan iklim usaha dengan situasi kondusif dengan menggunakan pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya peluang yang sama dan kesempatan usaha yang sama bagi para pelaku usaha besar.
- c. Mencegah kegiatan monopoli dan atau kecurangan-kecurangan dalam bersaing yang tidak wajar yang ditimbulkan oleh pelaku usaha, dan
- d. Terciptanya kegiatan usaha secara kondusif dan hasil yang baik dengan kesesuaian kegiatan usaha.

Macam-macam Persaingan Usaha:

a. Persaingan Usaha Sempurna

Persaingan kegiatan usaha sempurna merupakan keadaan pasar atau industry dimana adanya banyak penjual dan pembeli, dan setiap penjual maupun pembeli tidak dapat mempengaruhi situasi yang telah berjalan atau situasi dipasar, persaingan usaha yang seperti ini sudah banyak dijumpai di Indonesia di masa-masa sekarang. Persaingan sehat (healthy competition), persaingan antara perusahaan-perusahaan atau pelaku bisnis yang diyakini tidak akan menuruti atau melakukan tindakan yang tidak layak dan cenderung mengedepankan

etika-etika bisnis¹²

b. Persaingan Usaha tidak Sehat

Usaha persaingan tidak sehat dalam menjalankan kegiatan usaha seperti dibidang produksinya atau pemasarannya barang ataupun jasa yang dilakukanya dengan timbulnya unsur-unsur kecurangan ataupun dengann cara tidak jujur atau melawan norma hukum dan juga menghambat persaingan usaha, yang termasuk persaingan usaha tidak sehat antara lain:

1) Monopoli

Praktik monopoli merupakan kegiatan yang memusatkan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang menjadikanya

¹² B.N Maribun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), hlm. 276

kegiatan produksi serta pemasaran yang diambil alih sendiri demi kepentingan para pelaku monopoli hingga mempengaruhi kepentingan umum dan juga pelaku bisnis usaha lainnya, dalam hal ini Monopoli dapat diartikan pemusatan pasar diambil alih oleh pelaku usaha..

2) Monopsoni

adalah keadaan yang terjadi diluar pasar dimana cuma ada satu pembeli yang menguasai pasar (yang memiliki posisi utama/dominan) bagi suatu produk tertentu. Dengan posisi dominan yang dimiliki pembeli ini dapat memaksa para penjual untuk menyetujui harga dan persyaratanya yang telah diatur dan ditetapkan oleh pelaku pembeli tunggal tersebut.

3) Penguasaan pasar

Pelaku usaha tidak diperkenankan bertindsk suatu atau beberapa kegiatan, baik melakukan dengan individu maupun secara gabungan dengan pelaku usaha lain, yang dapat mengarah kepada terjadinya proses monopoli atau penghalang-halangan pada pelaku usaha yang lainnya dalam melakukan usaha yang sama pada suatu kondisi pasar yang bersangkutan, dan melakukan praktik deskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu. Ukuran penguasaan pasar tidak harus sepenuhnya dikuasai atau 100%, namun penguasaan 50% atau 75% saja sudah dapat dikatakan mempunyai kekuatan yang besar dalam penguasaan pasar.

4) Persekongkolan

Bahwa teradinya kegiatan praktek yang dilakukan pelaku usaha yang satu dengan yang lain dengan tujuan peningkatan peluang usahanya yang menjadikan usahanya untuk meraih keuntungan dengan kerja sama untuk menguasai kondisi pasar dengan hal-hal yang tidak wajar yang bisa dilakukan dalam persekongkolanya. Dalam hal ini pelaku usaha yang lain menjadi terancam.¹³

Adapun hal-hal yang juga harus diutamakan dalam persaingan usaha adalah:

a. Kualitas produk

Produk ialah faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan. Sedangkan menurut Handoko (2013) kualitas produk merupakan kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas.¹⁴ Kualitas memiliki arti yang sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen, apabila kualitas produk yang dihasilkan baik maka konsumen cenderung akan melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut, jika kualitas

¹³ Rezima Febriana, "Dampak Kegiatan Jual Rugi (Predatory Pricing) yang dilakukan pelaku usaha dalam perspektif persaingan usaha", *jurnal Selat*, Vol.4, No.2, 2017, hal.140-141

¹⁴ Handoko, H. (2013). *Manajemen Edisi kedua* Cetakan ke 13. Yogyakarta: BPFH. hal .21

produk tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen dapat mengalihkan pembelian pada produk sejenis lainnya. Hal ini dimaksudkan untuk menjaga produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan.

b. Promosi

Fandy Tjiptono mengemukakan bahwa promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang maksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Promosi dapat diartikan sebagai suatu upaya atau alat komunikasi.¹⁵ Gary Kotler dan Armstrong juga mendefinisikan Promosi adalah penyampaian manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya.¹⁶ Promosi digunakan untuk menawarkan barang atau jasa dari produsen kepada konsumen. Promosi bisa dilakukan dengan periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan *publisitas (publicity)*. Semakin sering kita melakukan promosi diberbagai media, maka semakin

¹⁵ Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, Cet ke-6, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hal.71

¹⁶ Gary Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008) Penerjemah: Bob Sabrana, hal. 63

banyak konsumen yang tertarik sekaligus penasaran dengan produk yang kita tawarkan

c. Harga

Beberapa bisnis menggunakan harga variabel untuk menawarkan kelonggaran harga untuk para konsumen tertentu, bahkan meskipun mereka mungkin memperlihatkan harga yang sama. Kelonggaran yang dibuat berbagai alasan termasuk pengetahuan dan daya tawar menawar seorang konsumen. Dalam beberapa bidang bisnis banyak perusahaan membuat keputusan penetapan harga dalam dua bagian: mereka menetapkan daftar harga standar dan menawarkan daftar harga kelonggaran harga pada para pembeli tertentu.¹⁷ Potongan harga juga berpengaruh dalam kepuasan konsumen, potongan harga sendiri berarti pengurangan harga yang dikenakan pada suatu barang atau jasa yang diberikan oleh pemasok kepada pelanggan, potongan harga diberikan karena pembayaran yang cepat atau pemesanan dalam jumlah besar dan juga diberikan kepada konsumen setia.¹⁸

B. Usaha Konstruksi Las

Usaha konstruksi las merupakan sebuah nama yang selalu digunakan perusahaan perorangan yang melayani pembuatan konstruksi besi dan sejenisnya, terutama kebutuhan berbahan dasar besi yang memerlukan pengelasan. Menurut Djamiko, pengelasan adalah salah satu teknik

¹⁷Justin G. Longenecker, Carlos W. Moore, J. William Petty, *Kewirausahaan*. (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2001), Cet 2, h. 376

¹⁸Christoper, *Kamus Lengkap Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 1998). Hal.155

penyambungan logam dengan cara mencairkan sebagian logam induk dan logam pengisi dengan atau tanpa tekanan dan dengan atau tanpa logam penambah dan menghasilkan sambungan yang baru. Pengelasan merupakan penyambungan dua bahan atau lebih yang didasarkan pada prinsip-prinsip proses *difusi*, sehingga terjadi penyatuan bagian bahan bahan yang disambung.¹⁹

Konstruksi las sendiri biasanya menciptakan produk beraneka macam seperti halnya: pagar, tralis, pintu lipat, railing tangga, tangga putar, railing balkon, rak bunga, gerobak besi dan produk konstruksi sejenisnya. Dalam pengelasan sendiri dilakukan dengan las listrik dan las karbit pada umumnya, serta bahanya yang biasa digunakan adalah besi holo.

Dalam konstruksi las ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam proses produksi, yaitu:²⁰

1. Tenaga kerja

Dalam ilmu ekonomi yang dimaksud dengan istilah sumber daya manusia. Oleh karena itu, kualitas mutu sumber daya manusia suatu bangsa itu tergantung pada kualitas atau mutu ketaqwaan, kesehatan, kekuatan fisik, pendidikan, serta kecakapan.

2. Modal

¹⁹ Riswan Dwi, "Efektifitas Pembelajaran Berdasarkan hasil Inquiry pada Praktik Las assitilin", *Jurnal JPTK* Vol.19, No.2. 2010. Hal 15.

²⁰ Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), hal. 56

Modal adalah meliputi semua jenis barang yang dibuat untuk menunjang kegiatan produksi barang-barang lain serta jasa-jasa.

3. Kecakapan

Tanpa ada kecakapan maka produksi tidak akan berjalan. Maka dari itu kecakapan merupakan faktor terpenting.

C. Persaingan Usaha Berdasarkan Ekonomi Islam

Islam melarang persaingan bebas yang semena-mena dan segala cara dihalalkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah islam. Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam berbuat kebaikan serta menolong sesama yang berarti bahwa persaingan tidak lagi dijadikan sebagai usaha yang mematickan untuk menjatuhkan pesaing-pesaing yang lainnya (saling menjatuhkan satu sama lain), tetapi dilakukan untuk yang terbaik bagi usahanya tanpa adanya unsure kecurangan, Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana melakukan bersaing dengan benar dengan usaha yang tidak melanggar aturan syariat islam dengan memberikan pelayanan sebaik-bainya pada pembeli yang membutuhkan dan dengan praktik kejujuran serta melarang raktik yang melanggar hukum-hukum yang sudah ditentukan dalam persaingan bisnis karena merupakan kegiatan dosa yang harus dijahu²¹.

²¹ Ismail Nawawi, *Islam Dan Bisnis*, (Surabaya: VIV Press, 2011), hal.395.

Ayat al-Qur'an yang menganjurkan bersaing secara sehat dan tidak dengan cara yang bathil dan bersaing secara murni serta bersaing dalam hal kebaikan untuk mendapatkan ridha Allah SWT.:

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيُّهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya: "Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu dalam berbagai kebajikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh, Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu."(QS. Al-Baqarah : Ayat 148)²²

1. Praktik bisnis yang diperbolehkan dalam islam

Bisnis islam adalah kegiatan bisnis yang mengandung unsur persaingan secara sehat yang dilandasi dengan norma-norma dan moralitas islam yang secara artian dapat dituliskan aturan yang bersifat umum yaitu berlakunya untuk seluruh masyarakat islam mengajarkan bahwa tidak semua barang dan jasa dapat dikonsumsi dan diproduksi hal tersebut juga sudah banyak dijelaskan dalam Al Qur'an. Seorang muslim hanya diperbolehkan mengkonsumsi dan memproduksi barang-barang yang baik dan halal, sehingga barang yang berkategori haram harus dihindarinya, selain itu islam juga memperhatikan norma yang bersifat umum berlaku dalam masyarakat umum dan berlaku secara universal, seperti persaingan sehat, kejujuran,

²² Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan: Edisi Penyempurnaan 2019*, (Jakarta: Lajnah Pentasihahah Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2019), hal.30.

keterbukaan, dan keadilan. Selain itu islam mengajarkan prinsip-prinsip moral sebagai berikut:

- a. Menimbang dan menukar dengan cara yang jujur dan benar
- b. Hanya barang yang halal untuk diperjualkannya
- c. Hanya barang yang baik mutunya nuntuk diperjualkan
- d. Adanya kecacatan dalam barang yang dijual tidak boleh ditutup-tutupi
- e. Dilarang keras melakukan sumpah kepalsuan
- f. Dianjurkan murah hati dan longgar dalam berinteraksi
- g. Riba harus dihindara karena dilarang dalam islam
- h. Dianjurkan untuk berzakat bila sudah mencapai nisab dan haulnya

Beberapa praktik yang dalam islam dianjurkan dalam kegiatan bisnis maupun kegiatan usaha produksi dan perdagangan yang baik dalam islam diantaranya yaitu:

- 1) Selalu dengan keniatan ibadah dan juga menghiasi dengan beramal
- 2) Informasi yang diberikan sesuai dengan kondisi barang yang diperjualkan serta jujur apa adanya, tidak memaksa dan menjerumuskan pembeli.
- 3) Dilaran menjual produk yang berbahaya atau haram .
- 4) Harus memegang amanah yang baik
- 5) Memakan harta secara bathil tidak diperbiolehan.
- 6) Dilarang melakukan kezaliman.

- 7) Dilarang melakukan kecurangan seperti mengurangi timbangan atau ketidak sesuain dengan barang yang harus dijual..
 - 8) Bersikap adil dalam berbisnis.
 - 9) Menganjurkan sikap saling menolong, toleransi, dan sedekah.
 - 10) Menjelaskan spesifikasi, kegunaan barang secara jujur, dan terus terang transparan.
 - 11) Tidak melakukan pameran barang yang menimbulkan salah persepi.
 - 12) Melarang kegiatan monopoli yang merusak kepentingan sosial.
 - 13) Membebaskan pembeli untuk memilih barang yang diinginkan ataupun mengidentifikasi barang yang ingin dibeli dan diperbolehkan mengembalikan jika tidak cocok, namun barang tetep dalam keadaan yang seperti baru atau tidak rusak.²³
2. Praktik bisnis yang harus diperhatikan dalam islam.

Islam mengharuskan berlaku adil dan berbuat kebaikan dimana berlaku adil haruslah didahului dengan kebaikan. Dalam perniagaan persyaratan adil yang paling mendasar adalah menentukan kualitas dan ukuran (takaran dan timbangan). Karena berlaku tidak adil akan membuat seseorang tertipu dengan kehidupan dunia dunia. Selain itu penentuan harga yang adil juga sangat dianjurkan dalam islam sebab keadilan merupakan salah satu prinsip dasar dari semua kegiatan transaksi yang islami. Bahkan, keadilan sering kali dipandang sebagai inti sari dari ajaran islam Karena itu

²³ Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Bandar Lampung: LP2M, 2015) hal.96-97

dalam kegiatan usaha islam melarang untuk menipu dan melarang mengurangi sebuah takaran dan timbangan serta dilarang merugikan manusia atas haknya.

Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Hud ayat 85:

وَيَقُومُوا أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ

مُفْسِدِينَ

Artinya: “Dan wahai kaumku, cukup kanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu nmerugikan manusia atas hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan dimuka bumi dengan membuat kerusakan”.²⁴

Selain itu bersaing dalam kegiatan usaha menurut syariah islam haruslah dengan jujur. Dalam buku Marketing Muhammad, kejujuran adalah cara yang paling mudah walau rasanya sangat sulit. Dengan selalu jujur pada konsumen mengenai baik buruknya atau kekurangan atau kelebihan suatu produk akan membuat konsumen percaya pada kita merekapun tidak merasa dibohongi atas ucapan kita. Konsep pertama. Dalam hal produk Rasulullahpun selalu menjelaskan dengan baik kepada semua pembelinya akan kekurangan dan kelebihan produk yang beliau jual..²⁵

Rasululloh SAW bersabda:

²⁴ Departemen Agama RI Al-Qur'an dan Terjemah, (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema,2015), hal.279.

²⁵ Thorik Gunara, Utus Hardiono Sudibyo, Marketing Muhammad SAW, Bandung: CV. Multi Trustive Service, 2007, h. 57

عَنْ حَكِيمِ بْنِ حِرَامٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ (الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا، أَوْ قَالَ : حَتَّى يَتَفَرَّقَا، فَإِنَّ صَدَقًا وَبَيْنَنَا بُرُوكَ لُهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَّبَا مُحِمَّتْ بَرَكَتُهُ بَيْعُهُمَا)

Artinya:“Diriwayatkan dan Hakim bin Hi- zâm r. a.: Rasulullah Saw pernah bersabda, ³Penjual dan pembeli memiliki hak untuk menyimpan atau mengembalikan barang (yang diperjualbelikan) selama mereka belum atau hingga mereka berpisah; dan apabila kedua belah pihak mengatakan yang sesungguhnya (berkata benar) dan menjelaskan kekurangan dan kualitas barang (yang diperjualbelikan), maka transaksi jual-beli mereka akan diberkahi (Allah); tetapi apabila mereka berdusta atau menyembunyikan sesuatu (mengenai barang yang diperjualbelikan), maka tidak ada berkah (Allah) atas transaksi jual-beli mereka.”²⁶

Dari pengertian diatas bahwa dalam melakukan transaksi, promosi usaha dan hal yang berkaitan dengan kegiatan usaha antara pemilik usaha dan konsumen haruslah dengan jujur, serta mejelaskan kualitas produk secara benar tanpa menutupi dari kekuranganya, dan tidak diperbolehkan menyembunyikan dari sesuatu mengenai produk tersebut, agar Allah memberikan kebarkahan di dunia dan akhirat.

Dalam bersaing setiap pelaku usaha pastinya menginginkan keuntungan, keuntungan yang diperolehnya tentu dalam penetapan harga yang ditawarkan, dalam menentukan harga pelaku usaha diharuskan sesuai standar harga dimana jika kualitasnya bagus maka harganya tentu juga bisa tinggi, sebaliknya jika diketahui produknya mengalami keburukan, maka harganya juga rendah, ²⁷dalam hal ini harga harus disesuaikan dengan kondisi produk. Adanya suatu harga yang adil Apabila harga tidak disesuaikan

²⁶ Al-Imam Zainuddin Ahmad bin Lathif Az-Zabidi, Al-Tajrid Al-Sharih li Ahadits Al-Jami“ Al-Shahih, Bandung: Mizan, 2001, h. 392

²⁷ Hermawan Kartajaya, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan Pustaka), 2006, hal.178.

dengan produk dengan mencari keuntungan yang lebih tinggi maka hal tersebut bertentangan dengan ajaran islam sebagai mana yang dijelaskan dalam Al Qur'an surat an Nisa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۗ

وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”²⁸

D. Penelitian Terdahulu

Haqqil Ahsanil Fajri (2019), dengan judul skripsi “ Strategi Wirausahawan Dalam Menghadapi persaingan Pada Usaha Es Mataram di Kelurahan Salubulo Kota palopo” . Skripsi tersebut membahas tentang strategi yang digunakan oleh wirausaha es mataram di tempat itu, penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan metode induktif dan komparatif, hasil peneitian ini strategi yang digunakan yaitu strategi diferiensi produk, pemasaran, pelayanan dan promosi dengan menggunakan strategi tersebut efek yang dihasilkan meningkat.²⁹ yang membedakan penelitian terdahula dan sekarang penelitian terdahulu membahas hasil dri dtrstegi

²⁸ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan: Edisi Penyempurnaan 2019*, (Jakarta: Lajnah Pentasihahah Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2019), hal.112.

²⁹ Ahsanil Fajri, “ Strategi Wirausahawan Dalam Menguasai persaingan Pada Usaha Es Mataram di Kelurahan Salubulo Kota palopo”, *Skripsi*, (IAIN Palopo 2019)

tersebut selain itu penelitian lama yang diteliti produk olahan minuman yaitu es, dan penelitian sekarang produk konstruksi dan tidak terlalu spesifik membahas hasil dari efek strateginya.

Eka Nurjanah (2019) dengan judul “ Analisis Strategi Promosi Dalam Persaingan Usaha Pada Pengrajin Batik Kecamatan Muara Sabak Timur”. Skripsi ini membahas strategi promosi batik dalam menghadapi persaingan, skripsi ini menggunakan pendekatan kualitatif hasil dari penelitian ini pengrajin batik setelah diteliti tidak hanya menggunakan komponen-komponen promosi, namun dalam penerapannya belum optimal dan hanya menggunakan beberapa komponen saja pemberian tester, pemberian hafiah, promosi lewat social media, pengurangan harga. Namun kurangnya pengetahuan dalam teknologi dan kurang membuka diri atau minder terjadi yang membuat berjalanya usaha kurang maksimal.³⁰ perbedaan penelitian terdahulu dan sekarang penelitian terdahulu meneliti bagaimana strategi promosinya, sedangkan penelitian sekarang meneliti bagaimana strategi peresaiganya.

Muhammad Afridhal (2017) dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen”.³¹ Penelitian terdahulu ini merujuk pada bagaimana strategi yang tepat untuk digunakan dalam usaha roti dan juga meneliti menggunakan analisis SWOT bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha roti

³⁰ Eka Nurjanah, “Analisis Strategi Promosi Dalam Persaingan Usaha Pada Pengrajin Batik Kecamatan Muara Sabak Timur”, *skripsi*, (Jambi UIN Sulthan Thaha Saifudin 2019)

³¹ Muhammad Afridhal, “Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen”, *Jurnal S. Pertanian*, Vol.1, No.3, 2017

tersebut. Yang membedakan antara penelitian terdahulu dan sekarang adalah jika penelitian sekarang lebih meneliti strategi persaingan usaha antar usaha dan jika penelitian terdahulu lebih meneliti strategi pengembangan usahanya dan juga penelitian terdahulu merupakan produk makanan roti yang diteliti sedangkan penelitian sekarang adalah sebuah produk konstruksi las.

Erna (2018) dengan judul “ Strategi Persaingan Bisnis Caffe di Kota Parepare (Analisis Etika Binis Islam)”. Berdasarkan penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian Erna membahas bagaimana strategi pemilik caffe dalam menghadapi persaingan bisnis serta apa saja bentuk persaingan bisnis antar pemilik caffe, selain itu juga membahas lebih mengarah pada hukum-hukumnya secara etika bisnis islam. Dalam penelitian terdahulu peneliti ditemukan 4 hal yang menjadi objek persaingannya, yaitu; prouk, pelayanan, tempat dan harga. ³²Yang memmbedakan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian ini objeknya adalah produk kontruksi sedangkan penelitian terdahulu adalah produk minuman dan makanan dan lebih merujuk pada hukum-hukum aturan bisnis islam sedngkan penelitian ini lebih pada strategi sesuai perspektip islam. Adapun persamaanya adalah sama-sama membahas berdasarkan syari’ah islam.

Fendy (2016) dengan judul “Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Mendorong Persaingan Usaha yang Sehat di Sektor Motor Skuter Matic”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum

³² Erna, “Strategi Persaingan Bisnis Caffe di Kota Parepare (Analisis Etika Binis Islam)”, *Skripsi*, (IAIN Parepare 2018).

empiris yaitu sebuah penelitian yang berfokus pada masyarakat yang dilakukan langsung kepada responden, dari judul tersebut dapat diartikan bahwasanya meneliti bagaimana peran komisi pengawas persaingan usaha sehingga mendorong persaingan usaha yang sehat, dalam penelitian ini lebih menganalisa hukum persaingan sehingga tercipta persaingan yang sehat.³³ Yang membedakan dengan penelitian sekarang adalah jika penelitian sekarang lebih menganalisa bagaimana strategi yang digunakan untuk menghadapi persaingan ditinjau perspektif ekonomi islam kalao penelitian terdahulu lebih menganalisa hukum persainganya.

Tabel 1.1

Kajian Penelitian Terdahulu

NO	PENULIS	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Haqqil Ahsanil Fajri (2019)	Strategi Wirausahawan Dalam Menghadapi persaingan Pada Usaha Es Mataram di Kelurahan Salubulo Kota Palopo ³⁴	<ul style="list-style-type: none"> • Sama membahas strategi dalam menghadapi pesaing 	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian terdahulu merupakan produk olahan minuman yaitu berupa produk es • Penelitian terdahulu tidak dilengkapi dengan landasan ekonomi islam • Penelitian

³³Fendy, “Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Mendorong Persaingan Usaha yang Sehat di Sektor Motor Skuter Matic”, *jurnal hukum*, (Yogyakarta, 2016)

³⁴ Ahsanil Fajri, “ Strategi Wirausahawan Dalam Menguasai persaingan Pada Usaha Es Mataram di Kelurahan Salubulo Kota palopo”, *Skripsi*, (IAIN Palopo 2019)

				sekarang berupa produk kontruks
2	Eka Nurjanah (2019)	“Analisis Strategi Promosi Dalam Persaingan Usaha Pada Pengrajin Batik Kecamatan Muara Sabak Timur ³⁵	<ul style="list-style-type: none"> • sama-sama menganalisis strategi persaingan 	<ul style="list-style-type: none"> • penelitian terdahulu membahas strategi persaingan yang mengarah ke promosinya • penelitan terdahulu tidak dilengkapi dengan landasan ekonomi islam • peneitian sekarang menganalisis strategi persaingan dan berdasarkan ekonomi islam
3	Muhammad Afridhal (20017)	Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. ³⁶	<ul style="list-style-type: none"> • sama-sama membahas tentang strategi pengembangan usaha 	<ul style="list-style-type: none"> • meneliti persaingan masing-masing tempat usaha • penelitian terdahulu merupakan produk makanan roti • Penelitian sekarang merupakan produk kontruksi

³⁵ Eka Nurjanah, “Analisis Strategi Promosi Dalam Persaingan Usaha Pada Pengrajin Batik Kecamatan Muara Sabak Timur”, *skripsi*, (Jambi UIN Sulthan Thaha Saifudin 2019)

³⁶ Muhammad Afridhal, “Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen”, *Jurnal S. Pertanian*, Vol.1, No.3, 2017

4	Erna (2018)	Strategi Persaingan Bisnis Caffe di Kota Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam) ³⁷	<ul style="list-style-type: none"> • Membahas berdasarkan syari'ah islam. 	<ul style="list-style-type: none"> •Objeknya • Penelitian terdahulu lebih meneliti berdasarkan hokum-hukum aturan bisnis islam •Membahas strategi berdasarkan ekonomi silam
5	Fendy(2016)	Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Mendorong Persaingan Usaha yang Sehat di Sektor Motor Skuter Matic ³⁸	<ul style="list-style-type: none"> • sama-sama menysar masyarakat sebagai okonsumen 	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian trdahulu lebih meneliti peran Komisi Pengawas Peresaingan Usaha (KPPU) dan berdasarkan hukum • Penelitian sekarang meneliti berdasdarkan ekonomi islam

Dari tabel 1.1 dapat kita ketahui bahwa karya-karya yang telah diterbitkan adalah karya asli yang telah dibuat oleh penulis-penulis hebat dalam menyikapi suatu permasalahan dan keunikan yang ada pada

³⁷ Erna, "Strategi Persaingan Bisnis Caffe di Kota Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam)", *Skripsi*, (IAIN Parepare 2018).

³⁸ Fendy, "Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Mendorong Persaingan Usaha yang Sehat di Sektor Motor Skuter Matic", *jurnal hukum*, (Yogyakarta, 2016)

lingkungan sekitar atau perusahaan tertentu. Walaupun banyak kesamaan namun penelitian yang diteliti memiliki perbedaan yang bisa menjadi bahan pertimbangan. Bukan hanya membahas tentang strategi perusahaan namun peneliti juga membahas tentang persaingan usaha konstruksi las. Masih banyak yang harus di ulik karena setiap perusahaan selalu memiliki strategi dalam menjalankan usaha mereka. Gambaran ini masih terdapat ruang bagi peneliti untuk melakukan penelitian yang baru meskipun dengan tema yang hampir sama. Dalam penelitian ini peneliti memilih lokasi yang berbeda dari penelitian terdahulu. Hal ini memungkinkan hasil yang diteliti akan berebeda karena memiliki karakter, situasi, dan kondisi sesuai dengan karakter yang ada di perusahaan.

E. Bagan 1.1 Paradigma Penelitian