ANALISIS STRATEGI BERSAING WASERDA MUTIA DALAM MEMPERTAHANKAN PANGSA PASAR MENURUT PERSEPEKTIF EKONOMI ISLAM

(Studi Kasus: Silang Empat Kec. Dua Koto Kab. Pasaman)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam
Pada Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam



Oleh:

EMMITA
NIM. 1412.127

JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BUKITTINGGI
1437 H / 2016 M

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul " **ANALISIS STRATEGI BERSAING WASEDA MUTIA DALAM MEMPERTAHANKAN PANGSA PASAR MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus: Silang Empat Kec. Dua Koto Kab. Pasaman)** " khususnya pada Operasional yang disusun oleh saudari **EMMITA**, dengan **NIM: 3212.127**, memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke Sidang *Munaqasah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi,05 Agustus 2016

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Iz Izmuddin, MA	**YUFRI JONI, MA**
NIP. 19750303 200112 1007	**NIP. 19760206 200312 1004**

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi yang berjudul " **Analisis Strategi Bersaing Waserda Mutia dalam Mempertahankan Pangsa Pasar Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Stusi Kasus: Silang Empat. Kec. Duakoto Kab. Pasaman)**" yang disusun oleh saudari **EMMITA NIM 3212.127**, telah diuji dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi, hari kamis tanggal 01 September 2016 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam.

Bukittinggi, 09 September 2016

TIM PENGUJI,

Ketua

Dr. Iiz Izmuddin, MA
NIP. 19750303 200112 1007

Anggota

Penguji Utama

Ali Rahman, SH, MH
NIP. 19711226 199903 1002

Pendamping (Pembimbing)

Dr. Iiz Izmuddin, MA
NIP. 19750303 200112 1007

Zuwardi, SE I, MA
NIP. 19840723 201503 1003

Vefri Joni, MA
NIP. 19760206 200312 1004

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

H. Harfandi, SE, M.Si
NIP. 196211101999031001

PERSEMBAHAN

"Dan seandainya pohon-pohon di bumi menjadi pena dan laut (menjadi tinta) ditambahkan kepadanya tujuh laut (laut lagi) sesudah (kering)nya, niscaya tidak akan habis-habisnya (di tuliskan) kalimat Allah. Sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana. (QS. Al-Lukman ayat 27)

Ya Allah.....

Terimakasih atas nikmat dan rahmat mu

Yang Agung ini, hari ini hamba bahagia

Sebuah perjalanan panjang dan

Gelap... telah kau berikan secercah

Cahaya terang

Meskipun hari esok penuh teka teki dan

Tanda Tanya yang aku sendiri belum tahu

Pasti jawabannya

Ditengah malam aku bersujud, ku pinta

Kepada-mu di saat aku kehilangan arah,

Kumohon petunjuk-mu

Aku sering tersandung, terjatuh, terluka

Dan terkadang harus kutelan

Antara keringat dan air mata.

Namun aku tak pernah takut, aku takkan pernah menyerah karena aku tak mau kalah

Aku akan terus melangkah, berusaha dan berdo'a tanpa mengenal putus asa.

Syukur Alhamdulillah.....

Kini aku tersenyum dalam iradat_Mu

Kini baru ku mengerti arti kesabaran dalam penantian

Sungguh tak ku sangka Ya Allah

Kau menyimpan sejuta makna dan rahasia

Sungguh berarti hikmah yang Kau beri

Ibunda tersayang....

Kau kirim aku kekuatan lewat untaian kata dan iringan do'a

Tak ada keluh kesah di wajahmu dalam mengantar anakmu ke gerbang masa depan yang cerah

Tuk raih segenggam harapan dan impian menjadi kenyataan

Ibu.... Kau besarkan aku dalam dekapan hangatmu

Cintamu hiasi jiwaku dan restumu temani kehidupanku.

Ayahanda tercinta.....

Kau begitu kuat dan tegar dalam hadapi hidup ini

Kau jadikan setiap tetes keringatmu sebagai semangat meraih cita-cita

Hari-harimu penuh tantangan dan pengorbanan

Tak kau hiraukan terik matahari membakar kulitmu

Tak kau pedulikan hujan deras mengguyur tubuhnmu

Ayah.... Kau pelita dalam hidupku

Ibunda dan ayahanda.....

Inilah kata-kata yang mewakili seluruh rasa

Sungguh aku tak mampu menggantikan kasihmu dengan apapun

Tiada yang dapat ku berikan agar setara dengan pengorbanamu

Kasih sayangmu tak pernah bertepi

Cintamu tak pernah berujung

Tiada kasih seindah kasihmu

Tiada cinta semurni cintamu

Kepadamu.... Ku persembahkan salam yang harumnya melebihi kasturi

Yang sejuknya melebihi embun pagi

Hangatnya seperti mentari di waktu dhuha

Salam suci sesuci air telaga kautsar, yang jika diteguk akan menghilangkan dahaga

Selalu menjadi penghormatan kasih dan cinta yang tidak pernah pudar

Dan berubah dalam segala musim dan peristiwa.

Dengan ridho Allah SWT

Ku persembahkan karya kecilku ini kepadamu ayahanda **(Anisman)** *dan ibunda* **(Samsinar)**

Terima kasih atas do'a, semangat, motivasi, kasih sayang yang tiada pernah putus

Terimalah keberhasilan berwujud gelar persembahanku sebagai bukti cinta dan tanda baktiku

MOTTO

"Bertawakalah pada Allah maka Allah akan mengajarimu.

Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.

(QS. Al- Baqarah: 282)

Memulai dengan penuh keyakinan

Menjalankan dengan penuh keikhlasan

Menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, Segalapuji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan petunjuk-Nya untuk memilih jalan-jalan yang penuh dengan tebaran berkah, karunia, ilmu sertahikmah. Shalawat beserta salam senantiasa terlimpahkan kepada junjungan yang kita cintai Nabi Muhammad SAW sebagai sumber ilmu dan inspirator kitasemua, karena dengan jasa beliaulah sampai saat ini kitamasih dapat menikmati indahnya Islam, nikmatnya Iman dan ajaran perdamaian yang dibawa oleh Islam. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Ekonomi Islam untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam. Adapun judul pada skripsi ini adalah "**ANALISIS STRATEGI BERSAING WASERDA MUTIA DALAM MEMPERTAHANKAN PANGSA PASAR MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. (Studikasus: Silang Empat Kec. Dua Koto Kab. Pasaman)"**

Penulisan skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Terutama kepada segenap keluarga yang telah memberikan dukungan kepada penulis baik itu moril maupun materil, teristimewa kepada Ayah anda tercinta **Anisman** dan Ibunda tersayang **Samsinar** yang telah mendidik, membesarkan sertamem berikan dukungan dan butiran-butiran do'anya kepada penulis beserta Kakanda dana dinda **Toni, Ifin, Ato, Nono, Ila** dan adik **Elpina, Apiah** yang telah memberikan motivasi kepa dapenulis.

Selanjutnya ucapan terimakasih penulis juga kepada:

1. **Ibu Dr. Ridha Ahida, M.Hum**, Selaku Rektor Institut Agama Islam Negri (IAIN) Bukittinggi
2. Bapak **Harfandi, SE, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta Bapak **Yefri Joni, MA** selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam yang telah memberikan fasilitas kepa dapenulis untuk menuntut ilmu di IAIN Bukittinggi.

3. Bapak **Dr. IizIzmuddin, MA** selaku pembimbing I dan Bapak **Yefri Joni, MA.** Selaku pembimbing II dalam penyelesaian skripsi ini, terima kasih atas bimbingan dan arahan yang telah Bapak berikan selama penulis menyelesaikan skripsi.
4. Bapak **Dahyul Daipon, M. Ag** selaku penasehat akademik yang telah memberikan nasehatnya demi kelancaran proses belajar penulis.
5. Bapak/ibupegawai perpustakaan yang telah menyediakan fasilitas kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak/ibu dosen yang telah memberikan ilmunya sehingga penulis biasa melanjutkan karya ilmiah ini dalam bentuk skripsi.
7. Saudariku yang selalu bersama di saat suka danduka, Imelda Fransiska, Marta Dewi, Yona Pratiwi Anggraini, Mutia Rosida, Kantia Ulfa. Bangga rasanya telah mendapatkan sahabat sekaligus saudara seperti kalian. Terimakasih untuk kebersamaannya, semoga kita tetap saudara dan berharap selamanya. Amin.
8. Teman-teman seperjuangan di Ekonomi Islam khususnya Keluarga Besar EI-NR Kantia Ulfa, Dona Oktiani, Jerina Fajri, M. Syukri, Yona Pratiwi A, Amoy Pertiwi, Nurul Fajri, Imelda Fransiska, Ajrul Amilin,Yunia Fevlia, Yulia Safitri, Mutia Rosida, Nengsih Erizona, Yana Puspita Sari, Afdal, Marta Dewi, Rabiatul Adawiyah, Dian Reza Abadi, M. Zainuddin Akbar, Akmal Fajran, Jasmiati, Licia Azani Sasta, dan Rani Permata Sari. Serta teman-teman Sejurusan Ekonomi Islam dan Syari'ah yang telah memotivasi penulis.

Semoga bantuan yang telah diberikan menjadi amal ibadah di sisi Allah SWT dan memperoleh pahala yang berlipat ganda. Amin

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritikan dan masukan daripembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis sajikan karya tulis dalam bentuk skripsi dengan harapan bias bermanfaat bagikita semua serta dapat menambahkhan sanah ilmupengetahu

Bukittinggi, Agustus 2016

Penulis,

EMMITA

NIM. 3212.127

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING ……...…i

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI ……....ii

KATA PENGANTAR ……iii

DAFTAR ISI ……...vi

ABSTRAK ……...x

BAB I PENDAHULUAN

A. LatarBelakangMasalah…….....1
B. IdentifikasiMasalah……...6
C. BatasandanRumusanMasalah…….7
D. TujuandanKegunaanPenelitian…….7
E. PenjelasanJudul……...8
F. KajianTerdahulu……..10
G. SistematikaPenulisan ……..12

BAB II LANDASAN TEORI

A. Konsep Srategi Bersaing
   1. Pengertian strategi …….14
   2. Pengertian perdagangan / jual beli ……15
   3. Rukun dan sarat jual beli ……..16
B. Strategi Bersaing
   1. Pengaturan persaingan usaha ……18
   2. Pengertian taktik bersaing …….23
C. Strategi Mempertahankan Pasar …….24
D. Persaingan Usaha ……25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian ……38
B. Lokasi Penelitian ……38
C. Sumber data ……39
D. Teknik pengumpulan Data ……40
E. Teknis Analisis Data ……41
F. Analisis SWOT ……42
G. Analisis Matriks IFAS dan EFAS ……44
H. Matriks SWOT ……45
I. Tabel bobot Skor ……46

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. GambaranUmum
   1. Profil Waserda Mutia ……..48
   2. Latar belakang Waserda Mutia ……..48
   3. Visi dan Misi Waserda Mutia ……..49
   4. Struktur Organisasi …….....50
B. Produk-produk yang ada dalam Waserda ……...51
C. Gambaran Umum yang Terjadi di Waserda Mutia …….....53
D. Analisis SWOT strategi bersaing usaha …….....55
E. Analisis matrik IFAS dan EFAS ……57
F. Matrik SWOT …….....61
G. Tabel Bobot skor ……65

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan ……68
B. Saran ……..68

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Waserda ……...4

Tabel 1.2 Data Jumlah Pengunjung Waserda Mutia ……....5

Tabel 3.1 Matrik SWOT ……..46

Tabel 3.2 Total Bobot Skor ……..47

Tabel 4.1 Omset Waserda Mutia per hari ……52

Tabel 4.2 Analisis SWOT ……..55

Tabel 4.3 Tabel Hasil Analisis Matrik IFE ……...59

Tabel 4.4 Tabel Hasil Analisis Matrik IFE ……...61

Tabel 4.5 Matrik SWOT Analisa Strategi Bersaing Waserda Mutia dalam Memper tahan kan Pangsa Pasar di Silang Empat ……...62

Tabel 4.6 Tabel Bobot skor pada Matrik SWOT ……..66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Waserda Mutia ……...50

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul: **"Analisis Strategi Bersaing Waserda Mutia Dalam Mempertahankan Pangsa Pasar Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus: Silang Empat Kec. Dua Koto Kab. Pasaman)"**,Skripsi ini ditulis oleh **EMMITA, NIM. 3212.127**, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam IAIN Bukittinggi 1437H / 2016M. Atas bimbingan Bapak Dr.Iiz Izmuddin, MA dan Yefri Joni, MA.

Latarbelakang mengangkat judul ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi-strategi bersaing dalam mempertahankan pangsa pasar menuerut islam. Karena strategi bersaing merupakan factor sangat penting untuk memajukan suatu usaha. Dalam rangka mengembangkan pemikiran mengenai strategi bersaing menurut prespektif ekonomi Islam di Waserda Mutia.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi bersaing dalam mempertahankan pangsa pasar menurut ekonomi Islam. Peneliti menggunakan metode yang relevan untuk menggali data, menganalisis danmenarik kesimpulan dari persoalan tersebut. Jenispenelitian yang digunakan adalah dengan metode analisis kualitatif yaitu dengan menggunakan analisis deskriptif. Sehingga untuk menentukan strategi yang digunakan, peneliti menggunakan Analisis *SWOT* dalam upaya mempertahankan pang sapasar.

Adapu sumber data yang dipakai penelitian yaitu sumber data primer, dari data tersebut peneliti berusaha mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dengan cara interview atau wawancara kepada pemilik dan pelanggan Waserda Mutia, serta menggunakan data sekunderdari literature-literatur dari kepustakaan , buku-buku dan sumber lainnya yang relevan dengan skripsi ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bersaing yang dipakai adalahs trategi *S-O,* yang dijadikan sebagai langkah awal dalam meningkatkan strategi bersaing antara lain Waserda Mutia harus lebih mempertahankan prinsip-prinsip syariah , tetap menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, tetap mempertahankan produk, lokasi yang dekat dengan keramaian.

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Agama Islam merupakan agama yang diturunkan Allah SWT kemuka bumi untuk menjadi *rahmatan lil alamin* (rahmat bagi seluruh alam), Islam tidak hanya sekedar mengatur masalah ibadah seorang hamba kepada Tuhan-Nya, tetapi juga mampu menjawab berbagai macam bentuk tantangan pada setiap zaman, termasuk dalam persoalan ekonomi, yang dikenal pada saat ini dengan istilah ekonomi Islam.

Kegiatan ekonomi tidak akan lepas dari 3 hal, yaitu produksi/produsen, distribusi/pemasaran, dan konsumen yang melibatkan orang atau perusahaan aktivitas bisnis pada umumnya mempunyai tujuan menghasilkan laba, serta mengumpulkan cukup dana bagi kegiatan bisnis itu sendiri.Apapun, dimanapun dan siapapun dalam skala mikro maupun makro setiap pelaku ekonomi tidak akan pernah bisa lepas dari ketiga hal tersebut. Pelaku ekonomi/pengusaha dalam menjalankan usahanya dipastikan akan berhadapan dengan persaingan, apakah persaingan dalam pemasaran atau persaingan dalam mendapatkan pasar yang produktif.

Kemunculan ekonomi Islam dipandang sebagai gerakan baru yang disertai dengan misi dekonstruksi atas kegagalan sistem ekonomi dunia dominan selama ini.[1]Ekonomi Islam diikat dengan nilai iman, akhlak dan moral etika bagi setiap aktivitas ekonomi baik dalam posisinya sebagai konsumen, produsen, distributor dan lain-lain dalam melakukan usahanya serta menciptakan hartanya.[2]

Aktivitas perdagangan merupakan salah satu dari aspek kehidupan yang bersifat horizontal *(hablum minannas),* yang juga mendapat penekanan khusus dalam ekonomi Islam, karena keterkaitannya langsung dengan sektor rill, sistem ekonomi Islam memang lebih mengutamakan sektor rill dibanding dengan sektor moneter dan transaksi jual beli memastikan keterkaitan kedua sektor tersebut.[3]

Dalam aktivitas perdagangan atau lebih dikenal dalam istilah berbisnis pada era modern ini, Islam mempunyai prinsip-prinsip tentang pengembangan sistem bisnis yaitu harus terbebas dari unsur *dharar* (bahaya), *jahalal* (ketidak jelasan) dan *zhulm* (merugikan) atau tidak adil terhadap salah satu pihak. Oleh karena itu sebagian pakar ekonomi Islam membuat istilah bahwa bisnis yang islam harus terbebas dari unsur MAGHRIB, singkatan dari lima unsur yaitu *maysir* (judi), *gharar* (penipuan), haram, riba (bunga) dan batil. Artinya apabila mengembangkan bisnis, maka harus terbebas dari unsur-unsur maghrib diatas.Oleh karena itu, barang atau jasa yang dibisniskan serta tata cara

[1] Muhammad, *prinsip-prinsip Ekonomi Islam*,(Yogyakarta: Graham Ilmu,2007),hal.1
[2] Ibid……..hal 2
[3] Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*,(Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal. 8.

penjualannya harus halal, tidak syubhat dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariat.

Perdagangan merupakan salah satu aspek kehidupan yang bersifat horizontal yang bernilai ibadah. Disamping itu, usaha perdagangan dalam ekonomi Islam merupakan usaha yang mendapatkan penekanan khusus, karena keterkaitan secara langsung dengan sektor riil.Penekanan khusus kepada sektor perdagangan tersebut misalnya pada sebuah hadist Nabi yang mengesahkan bahwa dari sepuluh pintu rezki, Sembilan diantaranya adalah perdagangan.[4]

Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitas yaitu setiap usaha yang ia lakukan harus mampu memupuk atau membangun tingkat kepercayaan dari para relasinya. kepercayaan, keadilan dankejujuran adalah elemen pokok dalam mencapai suksesnya suatu bisnis dikemudian hari.

Ketidakjujuran dalam perdagangan sangat dilarang oleh Nabi. Bahkan, beliau menyatakan bahwa perdagangan suatu hal yang haram, bila keuntungan individu yang diperoleh dari transaksi yang perdagangan itu akan mendatangkan kerugian dan penderitaan pada orang lain atau masyarakat luas. Untuk menjadi pedagang yang baik, Islam telah mengatur agar persaingan antar pedagang di pasar dilakukan dengan cara yang adil dan jujur. Segala bentuk transaksi yang

[4] Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal. 8.

menimbulkan ketidakadilan serta berakibat terjadinya kecenderungan meningkatnya harga barang-barang secara zalim sangat dilarang oleh Islam.[5]

Di lapangan atau di nagari Silang Empat, sebagian besar masyarakatnya bermata pencarian pedagang.Dengan peluang ini, maka banyak persaingan yang terjadi di nagari Silang Empat yang penulis jadikan sebagai objek penelitian.persaingan-persaingan yang dilakukan oleh para pedagang di nagari Silang Empat adalah, dengan: produk, promosi, harga dan pelayananan.

Adapun jumlah waserda yang terdapat di nagari Silang Empat dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1

DATA JUMLAH WASERDA

No	NAMA WASERDA
1	Waserda Alif
2	Waserda Anggun
3	Waserda Ayu
4	Waserda Dehra
5	Waserda Habib
6	Waserda Intan Era Nisa

[5]Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*.……..hal. 59.

7	Waserda Padil
8	Waserda Usma
9	Waserda Mutia
10	Waserda Marwa

Sumber: Wawancara dengan Jorong Pembangunan, Asran (2016).

Banyaknya pesaing, membuat pedagang Waserda Mutia berusaha menggunakan berbagai macam strategi untuk bisa menguasai pangsa pasar dangan lebih baik dengan keutungan maksimal.Diantara strategi yang digunakan pedagang waserda Mutia adalah dengan produk, promosi, harga dan pelayanan.

Data jumlah pengunjung yang dikuasai oleh waserdaMutia dapat dilihat pada tahun 2015 mengalami turun naik. Dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.2

DATA JUMLAH PENGUNJUNG WASERDA MUTIA

BULAN	Pengunjung / Pembeli waserda Mutia
Januari	1.600 Orang
Februari	1.500 Orang
Maret	1.100 Orang
April	1.550 Orang
Mei	1.400 Orang
Juni	1.398 Orang
Juli	1.408 Orang
Agustus	1.380 Orang

September	1.465 Orang
Oktober	1.525 Orang
November	1.688 Orang
Desember	1.800 Orang

Sumber: Wawancara dengan pemilik Waserda Mutia, Tanti Warni (2016).

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka penulis merasa penting untuk melakukan sebuah penelitian mengenai strategi-strategi bersaing yang dilakukan oleh pedagangdalam mempertahankan Waserda Mutia. Maka, disini penulis mengadakan penelitian dengan judul "**ANALISIS STRATEGI BERSAING WASERDA MUTIA DALAM MEMPERTAHANKAN PANGSA PASARMENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studykasus: di Pasar Silang Empat Kec. Dua Koto Kab.Pasaman).**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan di atas, maka penulis dapat mengidentifikasikan masalah sebagai berikut:

1.Ditemui banyak pedagang di Pasar Silang Empat Kec.Duakoto Kab.Pasaman.

2. Masing-masing Pedagang berusaha mencari pelanggan sebanyak mungkin.

3. Belum diketahui strategi pesaing yang digunakan oleh pedagang Waserda Mutia.

C. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Dan untuk menghindari pengertian ganda maka penelitian ini hanya dibatasi pada analisis bersaing yang digunakan oleh Waserda Mutia dalam mempertahankan Pangsa Pasar di Pasar Silang Empat Kec.Dua Koto Kab.Pasaman.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana strategi bersaing pedagang dalam mempertahankan Pangsa Pasar.

D. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1.Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu: menjelaskan Analisis Strategi Bersaing Pedagang Dalam Mempertahankan Pangsa pasar di Silang Empat Kec. Duakoto Kab.Pasaman."

2.Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan Penelitian ini adalah:

a. Syarat untuk menyelesaikan program S1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN serta menambah wawasan dalam menerapkan teori-teori yang telah didapat dibangku kuliah
b. Sebagai bahan informasi yang berdampak positif bagi penelitian dalam mengkaji strategi bersaing untuk mempertahankan bisnis pedagang.
c. Bagi pembaca, untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang judul skripsi yang penulis teliti dan dapat mengaplikasikannya secara empiris pada dunia nyata.

E. Penjelasan Judul

Agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam memahami makna yang dimaksud, penulis perlu menjelaskan istilah-istilah yang dipakai dalam pembahasan ini:

Analisis :suatu kegiatan yang ditujukan untuk memperbaiki mutu hasil pekerjaan dengan jalan melakukan observasi dan menganalisis proses, metode mekanisme kerja dan lain-lain termasuk pola kondisi teknis dan lingkungan kerja yang ada.[6]

[6]Sudorsono, dan Edilusi.*Kamus Ekonomi Uang Dan Bank*.(Jakarta Rineka Cipta. 1994), hal. 15.

Strategi :Rencana yang cermat mengenai kegiatan-kegiatan untuk mencapai sasaran kusus[7].

Bersaing :Berlomba mereka selalu di prestasi.[8]

Waserda :Akronim waserda (warung serba ada)merupakan singkatan atau akronim resmi dalam Bahasa Indonesia[9].

Mempertahankan :Mengusahakan supaya tetap tidak berubah dari keadaan semula.[10]

Pangsa Pasar :pangsa pasar adalah besarnya bagian pasar yang dikuasai oleh suatu perusahaan. Dengan kata lain penguasaan suatu produk terhadap pasar atau besarnya jumlah produk yang diminta yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dibanding dengan jumlah permintaan di pasaran.

Pasar: sumber gagasan bisnis baru adalah pasar. Keberhasilan suatu produk di suatu pasar kerapkali

[7]Pusat bahasa Depertemen Pendidikan Nasional, Kamus Bahasa Indonesia.(Jakarta Pusat Bahasa. 2008), hal. 1377.

[8]Meiti Takdir Qodratillah dkk, Kamus Bahasa Indonesia Untuk Pelajar (Jakarta, Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa Kementrian Pendidikan Dan Kebudayaan, 2011), hal. 466.

[9]http://.organisasi.org/1970/01/arti-singkatan-waserda-kepanjangan-dari-waserda-kamus-akronim-bahasa-indonesi.html.

[10]Kamus Besar Bahasa Indonesia (Depertemen Pendidikan Nasional Kbbi Android 4.0.0, 2008)

dapat melahirkan gagasan tentang sukses-sukses potensi di pasar lainnya.[11]

Prespektif Ekonomi Islam:pendapat atau tanggapan terhadap sesuatu.[12]

Berdasarkan penjelasan judul di atas yang penulis maksud dengan judul proposal adalah bagai mana cara pedagang mempertahankan pangsa pasar tetap stabil dan mampu bertahan ditengah persaingan bisnis yang seuai dengan etika Islamdi pasar Silang Empat Kec. Duakoto Kab. Pasaman.

F. Kajian Terdahulu

Penelitian tentang strategi bersaing sudah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu.ANGGI NURWAHYUNI (2015) dengan penelitian berjudul Analisis Strategi Bersaing Bisnis Ayam Dalam Mempertahankan Usahanya Di Kecamatan Payakumbuh Barat Kota Payakumbuh.penelitian ini menyimpulkan pengusaha menerapkan strategi berdasarkan hasil pengamatan kondisi terburuk usaha yang terjadi sebelumnya, pengalaman orang lain dan pengalaman usaha keluarga yang diwariskan kepada pengusaha. Hanya beberapa pengusaha yang mencoba

[11]Pandji Anarago, S.E.,M.M (*Manajemen Bisnis*, Jakarta: PT RINEKA CIPTA, 1997). Hal. 17.

[12] Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indoneia*,(Jakarta : Balai Putaka,2002), edisi ketiga.Cet.ke-2,hal.85.

merumuskan strategi-strategi baru untuk mensiasati kemungkinan terburuk yang akan terjadi.[13]

Selanjutnya Widia Lestari dengan judul: Strategi Pemasaran Usaha Ikan Bilih (Studikasus pada kelompok usaha pengolahan ikan bilih Ompas Beringin Jaya di Jorong Ombilin Nagari Simawang Kec. Rambatan Kab. Tanah Datar) menyimpulkan: strategi pengembangan usaha pengolahan ikan bilih Ompas Beringin Jaya di Jorong Ombilin adalah 1) melakukan promosi yang kreatif, sehingga dapat menyaingi pesaing, 2) mensetarakan harga dengan kualitas yang dimiliki, 3) memanfaatkan teknologi untuk membantu memperluas jaringan pemasaran, 4) mengupayakan modal dengan cara mengajukan proposal pengadaan dana untuk pengolahan ikan bilih.[14]

Selanjutnya Mega Sofia (2015) dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Warnet Alfa Net Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Menurut Presepektif Ekonomi Islam, dengan kesimpulan sebagai berikut: Warnet Alfa Net cukup unggul dalam menggunakan kekuatan untuk mengatasi kelemahan yang ada. Strategi Pengembangan yang dipilih oleh Warnet Alfa Net adalah Strategi W-O *Strenghts opportunity*. Menurut Srepektif Ekonomi Islam, bahwa dalam mengembangan usaha warnet dalam memberikan informasi, maka hal yang paling

[13] Anggi Nurwahyudi, Analisis Strategi Bersaing Bisnis Ayam Dalam Mempertahankan Usahanya Di Kecamatan Payakumbuh Barat Kota Payakumbuh, Skripsi Sarjana pada STAIN BUKITTINGGI, tidak diterbitkan, th 2015, hal. 74.

[14]Wedia Lestari, Strategi Pengembangan Usaha Ikan Bilih, Skripsi Sarjana Pada, IAIN BUKITTINGGI, Tidak diterbitkan, th 2015, hal. 105.

penting adalah dengan menggunakan nilai-nilai yang berdasarkan AL-Qur'an dan Hadis.[15]

Perbedaan antara kajian terdahulu dengan penelitian yang penulis teliti adalah penelitian terdahulu yang dibahas adalah mengenai strategi bersaing dalam menjual (memasarkan) produk atau jasa, sedangkan penelitian penulis adalah strategi bersaing pedagang dalam mempertahankan prodak, promosi, harga dan pelayanan dalam mempertahankan pangsa pasar.

G. Sistematika Penulisan

Supaya penelitian ini terlihat hubungan yang kuat antara keseluruhan pembahasan, perlu penulis buat sistematika penulisan yaitu:

BAB I: Pendahuluan

Berisikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan dan batasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, penjelasan judul, kajian terdahulu dan sistematika penulisan.

BAB II: Landasan Teori

1.Konsep strategi bersaing.pengertian strategi, pengertian pelanggan atau jual beli, rukun dan sarat jual beli.2. strategi bersaing. Pengaturan

[15]Mega Sofia, Strategi Pengembangan Usaha Warnet Alfa Net Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Menurut Presepektif Ekonomi Islam, Skripsi Sarjana Pada, IAIN BUKITTINGGI, Tidak diterbitkan, th 2015, hal. 80.

persaingan usaha, pengaturan persaingan usaha dalam islam, pengertian taktik bersaing. 3. Strategi mempertahankan pasar. 4. Persaingan usaha. Pengertianpersaingan usaha, persaingan dalam ekonomi islam, dasar hokum ekonomi islam, dan landasan syariah tentang ekonomi bisnis islam.

BAB III: Metode Penelitian

Berisikan tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, informan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan trigulasi data.

BAB IV: Hasil Penelitian

Berisikan gambaran umum mengenai Waserda Mutia, hasil penelitian berupa strategi bersaing Waserda Mutia dalam mempertahankan pangsa pasar.

BAB V: Penutup

Terdiri dari kesimpulan dari seluruh pembahasan pada bab-bab sebelumnya yang telah diteliti dan dianalisa sekaligus memberikan saran dari penulis.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Strategi Bersaing

1.Pengertian Strategi

Pada awalnya konsep strategi *(strategy)* didefinisikansebagai cara untuk mencapai tujuan *(ways to achieve ends).* Porter berpendapat bahwa tujuan utama pembuatan strategi oleh perusahaan adalah agar perusahaan mampu menghadapi perubahan lingkungan dalam jangka panjang.[16]

Pengertian strategi secara umum adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Pengertian strategi secara khusus adalah tindakan yang bersifat meningkat dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh pelanggan dimasa depan.[17]

Strategi menempatkan parameter-parameter sebuah organisasi dalam pengertian menentukan tempat bisnis di antara bisnis untuk bersaing.Strategi menunjukkan arah umum yang hendak ditempuholeh suatu organisasi (perusahaan) untuk mencapai tujuannya.Strategiini merupakan rencana besar

[16]Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2012), h 24-25
[17]Admin, Konsep Strategi, Jurnal.Blogspot.com, diakses 09 Juni 2016

dan rencana penting.Setiap organisasi yang dikelola baik memiliki strategi, walaupun tidak dinyatakan secara eksplisit.[18]

2.Pengertian Perdagangan atau Jual Beli

Perdagangan atau pertukaran dalam ilmu ekonomi diartikan sebagai proses transaksi yang didasarkan atas kehendak sukarela dari masing-masing pihak. Perdagangan seperti ini dapat mendatangkan keuntungan kedua belah pihak, atau dengan kata lain perdagangan meningkatkan *utility* (kegunaan) bagi pihak-pihak yang terlibat.[19]

Jual beli adalah suatu persetujuan yang mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.[20]

Sedangkan transaksi atau ‘aqd dalam fiqh al-muamalat adalah keterkaitan atau pertemuan ijab dan qabul yang berakibat timbulnya akibat hukum.Ijab adalah penawaran yang diajukan oleh salah satu pihak.Kabul adalah jawaban persetujuan yang diberikan mitra akad sebagai tanggapan terhadap penawaran pihak yang pertama.[21]

[18]Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta : Rineka Cipta, 1997), h 338

[19]Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), Cet.ke-1, hal.1.

[20]Gunawan Widjaja, Kartini Mulyadi, *Jual Beli*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003), hal.7

[21]Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2013), Cet.ke-1, hal. 15.

Dalam definisi diatas terkandung pengertian bahwa cara khusus yang dimaksud ulama Hanafiah adalah melalui ijab (ungkapan membeli dari pembeli) dan qabul (pernyataan menjual dari penjual) atau juga boleh melalui saling memberikan barang dan harga dari penjual dan pembeli. Disamping itu, barang yang diperjual belikan harus bermanfaat bagi manusia.

3.Rukun dan Syarat Jual Beli

Jual beli mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi, sehingga jual beli itu dapat dikatakan sah oleh syara'. Rukun dan syarat jual beli itu adalah:

a. Rukun jual beli

Rukun jual beli terdiri dari:[22]

1). Dua orang yang bertransaksi (penjual dan pembeli)

2). Objek akad (harga dan barang)

3). Sighat (ucapan ijab atau penyerahan dan qabul atau penerimaan)

b.Syarat jual beli

Adapun syarat-syarat jual beli adalah sebagai berikut:[23]

1).Tentang subjeknya

[22]Shahih bin Ghanim As-Sadlan, Syaikh M. Shalih Al-Munajjid, *Intisari Fiqh Islam*,(Surabaya: Pustaka La Raiba Bima Amanta (eLBA), 2007), hal. 147.

[23]Suhrawardi K.Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), hal. 130.

a). Berakal

b). Dengan kehendak sendiri (bukan paksaan)

c). Keduanya tidak mubazir, maksudnya pihak yang mengikatkan diri dalam perjanjian jual beli bukanlah orang yang boros (mubazir), sebab orang yang boros dalam hukum dikategorikan sebagai orang yang tidak cakap bertindak, walaupun menyangkut kepentingan sendiri.

2). Tentang objeknya

a). Jelas barangnya

b). Dapat dimanfaatkan

c). Milik orang yang berakad

d). Mampu menyerahkan

e). Mengetahui, maksudnya melihat sendiri keadaan barang baik mengenai hitungan, takaran, timbangan atau kualitasnya.

f). Barang yang di akadkan ada ditangan

3).Syarat yang terkait dengan ijab dan qabul[24]

a). Orang yang mengucapkannya telah baliqh dan berakal

[24]Nasroen Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), hal. 116.

b). Qabul sesuai dengan ijab

c). Ijab dan qabul dilakukan dalam satu majelis

4).Syarat nilai tukar (harga barang)

Termasuk unsur penting dalam jual beli adalah nilai tukar dari barang yang dijual (uang).Terkait dengan masalah nilai tukar ini, para ulama membedakan *ats-tsaman* dengan *as-si'r*.menurut mereka, a*ts-tsaman* adalah harga pasar yang berlaku ditengah-tengah masyarakat secara actual, sedangkan *as-si'r* adalah modal barang yang seharusnya diterima para pedagang sebelum dijual kepada konsumen.Dengan demikian, harga barang itu ada dua, yaitu harga antar pedagang dan harga antara pedagang dengan konsumen (harga jual di pasar).

B. Strategi Bersaing

1.Pengaturan Persaingan Usaha

1) Pengaturan persaingan usaha dalam Islam

Dalam aturan sistem perekonomian sebuah negara, Islam mengatur ada peranan pemerintah untuk mengatur jalannya perekonomian agar sesuai dengan aturan-aturan yang tidak melanggar ketentuan yang telah ditetapkan ajaran Islam khusus dalam ekonomi atau bersaing dalam bisnis. Peranan pemerintah diperlukan berupa aspek hukum, perencanaan, dan pengawasan distribusi dan alokasi sumber dana, serta pertumbuhan dan

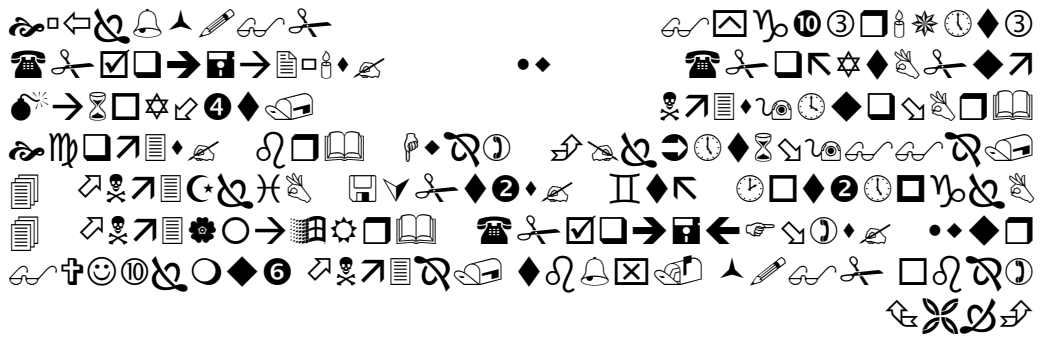
stabilitas ekonomi. [25]

Peranan pemerintah dalam kehidupan ekonomi masyarakat karena, manusia pada hakikatnya makhluk sosial dan memilih berkehidupan secara berkelompok. Hal ini disebabkan karena kapasitas individu manusia tidak mampu memenuhi semua kebutuhan pokoknya bahkan mempertahankan dirinya sekalipun, mereka sangat membutuhkan bantuan dan kerjasama dengan orang lain, sehingga tidak dapat hidup dalam konflik dan kezaliman. Oleh karena itu negara perlu melakukan pengecekan terhadap semua prilaku yang berbahaya bagi pembangunan sosioekonomi seperti ketidakjujuran, kecurangan dan penipuan. Selain itu negara harus melaksanakan fungsinya dalam membantu masyarakat untuk menjalankan usaha secara lebih efisien dan mencegah mereka dari melakukan hal-hal yang berbahaya dan ketidakadilan.[26]

Untuk mencegah prilaku menyimpang masyarakat dalam kehidupan ekonomi, maka Islam mengajarkan keadilan merupakan cikal bakal dan fondasi kokoh yang memasuki semua ajaran, hukum, *aqidah*, *akhlak*, dan khususnya dalam kehidupan ekonomi (*muamalah*). Dalam Q.S An-nisa: 29 Allah berfirman:

[25]Mohamad Daud, dan Habibah Daud. *Lembaga-Lembaga Islam di Indonesia*, cet ke-1 (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 1996), hal 234.

[26]M. Umer Chapra,*Masa Depan Ilmu Ekonomi (Sebuah Tinjauan Islam)*, cet ke-1 (Jakarta: Gema Insani Press,2001), h 129.



Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."(Qs Annisa Ayat 29).

Ayat ini menjadi bukti bahwa Allah melarang persaingan bisnis yang menjatuhkan orang lain. Karena hal itu tergolong kedalam mengambil harta sesama dengan jalan kebatilan, yakni melalui usaha yang tidak diakui oleh syariat, seperti dengan cara riba dan judi serta cara-cara lainnya seperti menggunakan berbagai macam tipuan dan pengelabuan.[27]

2) Pengaturan persaingan usaha di Indonesia

Sistem pengawasan pasar yang diterapkan sangat membantu agar stabilitas perekonomian berjalan sesuai koridornya tanpa ada kecurangan-kecurangan yang terjadi pada pelaku bisnis, seperti yang terjadi pada negara Indonesia pada tahun 1999 yang menunjukkan bahwa kebijakan yang diterapkan dalam bidang perekonomian kurang mengacu pada amanat pasal 33 Undang-undang Negara Republik Indonesia tahun 1945, bahkan cendrung

[27]Tafsir.com/4-an-nisa/ayat-29, diakses 27 Juli 2016

menunjukkan bahwa corak yang sangat monopolistik. Keadaan tersebut antara lain disebabkan para pelaku usaha yang dekat dengan elit kekuasaan, mendapat kemudahan yang berlebihan. [28]

Oleh karena itu, agar perekonomian di negara Indonesia dapat tumbuh dan berkembang secara sehat, sehingga terciptanya iklim usaha yang kondusif dan tidak terjadi pemusatan kekuatan ekonomi pada perorangan atau kelompok tertentu sehinggga dapat dicegah adanya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, maka pemerintah membentuk komisi pengawas persaingan usaha (KPPU) setelah era reformasi. Lembaga ini dibentuk sebagai salah satu bagian dari agenda pemerintah untuk menciptakan stabilitas ekonomi pada saat krisis moneter yang melanda negara Indonesia. Pembentukan komisi ini merupakan amanat dari ketentuan pasal 30 Undang-undang No 5 Tahun 1999 tentang larangan monopoli dan praktek usaha tidak sehat sekaligus undang-undang tersebut dinyatakan bahwa, untuk mengawasi pelaksanaan undang-undang ini dibentuk kamisi pengawas persaingan usaha yang selanjutnya disebut komisi.[29]

Komisi ini merupakan suatu lembaga hukum yang menjalankan fungsi sebagai lembaga yang mengontrol prilaku masyarakat dalam bidang ekonomi dan praktek dunia usaha, agar sesuai dengan tujuan-tujuan norma yang telah

[28]Ungki Miftahul Muttaqin. *Skripsi: Peran Komisis Pengawas Persaingan Usaha (KPPI) Perspektif Hukum Islam* (UIN Sunan Kalijaga, 2009), h 47.

[29]Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat pasal 30.

dirumuskan dalam hukum masyarakat. Berdasarkan dibentuknya komisi tersebut yang memiliki tujuan agar terbentuknya prilaku masyarakat yang jujur dalam menjalankan aktifitas ekonomi dan praktek dalam dunia usaha, serta menjalankan tugas dan fungsinya dengan sebaik-baiknya serta sedapat mungkin mampu bertindak secara independen.[30] Untuk itu tujuan dibentuknya komisi pengawas persaingan usaha ini tidak terlepas dari dibentuknya UU No.5 Tahun 1999:[31]

a) Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat.
b) Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah dan pelaku usaha kecil.
c) Mencegah praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha.
d) Terciptanya efektifitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

Undang-undang No. 5 Tahun 1999 memberikan jaminan kepastian hukum untuk lebih mendorong percepatan pembangunan ekonomi dalam upaya meningkatkan kesejahteraan umum, serta sebagai implementasi dari semangat dan jiwa UUD 1945. Dengan perkataan lain, bahwa undang-undang ini

[30]Ayudha D Prayoga. *Persaingan Usaha dan Hukum yang Mengaturnya*, cet ke-1 (ELIPS, 1999), h 128.
[31]Pasal 3 Undang-undang No.5 Tahun 1999.

menjamin pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi, dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum.[32]

3). Pengertian Taktik Bersaing

Taktik adalah sebuah rencana operasional khusus yang menjelaskan bagaimana, kapan dan dimana sebuah strategi diimplementasikan.Dibandingkan strategi, taktik bersifat lebih sempit cakupannya dan lebih pendek jangka waktunya.Oleh karean itu, taktik dipandang sebagai hubungan antara perumusan dan implementasi strategi.Beberapa taktik yang tersedia untuk melaksanakan strategi bersaing adalah taktik yng berkaitan dengan waktu (kapan) dan lokasi pasar (dimana).[33]

C.Strategi Mempertahankan Pangsa Pasar

Apa yang dapat dilakukan pemimpin pasar untuk mempertahankan wilayahnya? Respon paling konstruktif adalah *inovasi*berkelanjutan.pemimpin harus memimpin industri dalam mengembangkan produk baru dan layanan pelanggan, efektivitas distribusi, dan penurunan biaya.Perusahan pemimpin

[32]Pasal 2 Undang-undang No 5 Tahun 1999.

[33] Rambat Lupiyoadi, *manajemen pemasaran jasa*, (Jakarta: Selemba Empat, 2013), hal. 66-69.

harus terus meningkatkan kekuatan dan nilai kompetitifnya bagi pelanggan dengan memberikan solusi komprehensif.

Dalam memuaskan kebutuhan pelanggan, kita dapat menarik perbedaan antara pemasaran responsif, pemasaran anstisipatif, dan pemasaran kreatif.Pemasaran *responstif*menemukan kebutuhan yang dinyatakan dan mengisinya. Pemasaran *anstisipatif*melihat apa kebutuhan yang dimiliki pelanggan dalam waktu dekat. Pemasaran *kreatif*menemukan dan menghasilkan solusi yang tidak diminta pelanggan tetapi direspons secara antusias oleh pelanggan.Pemasaran kreatif adalah *perusahaan penggerak pasar*, bukan hanya tergerak oleh pasar.[34]Berikut adalah strategi untuk mempertahankan pangsa pasar:

1. Berikan penawaran tambahan yang menguntungkan pelanggan. Jika anda dapat meningkatkan jumlah produk serta layanan tambahan yang dapat meningkatkan laba perusahaan serta kepuasan di mata pelanggan, maka lakukan hal tersebut
2. Menghubungi kembali pelanggan lama. Banyak perusahaan yang cepat merasa puas ketika memiliki pelanggan baru terus menerus, tetapi perusahaan tersebut tidak ada waktu untuk mereview kembali hubungan dengan pelanggan lama.Jadi hubungan pelanggan lama anda dan tanyakan kabar mereka.

[34] Kotler, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1,* (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2008) hlm.333.

3. informasikan berita terbaru tentang perusahaan. Banyak cara untuk tetap dapat menjaga hubungan dengan pelanggan, yaitu menghubungi pelanggan dengan alaan “pemberitahuan bahwa terdapat kualitas produk dan layanan perusahaan”. Hal ini dapat membantu perusahaan mempertahankan pangsa pasar.

4. Bangun kedekatan personal dengan pelanggan. Terdapat pelanggan yang merasa risih apabila dihubungi terus menerus dikarenakan mereka mersa bahwa anda sedang “beriklan secara halus”, namun apabila anda membangun kedekatan secara personal melalui acara khusus seperti kartu ucapan selamat ulang tahun atau hadiah khusus kepada pelanggan, maka pelanggan akan mengingat dan menceritakan perusahaan anda kepada teman- temannya.

D. Persaingan Usaha

1. pengertian Persaingan Usaha

Persaingan dari kata dasar “saing” yang berarti berlomba atau (mengatasi, dahulu mendahului), dengan kata lain yakni usaha untuk mempertahankan keunggulan atau prodak masing-masing yang dilakukan perseorangan atau kelompok dalam bidang perdagangan.

2.Persaingan dalam ekonomi Islam

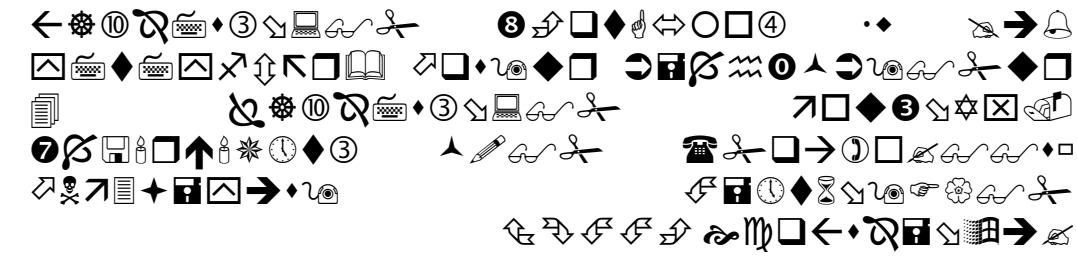
Islam sebagai suatu sistem hidup dan manusia adalah khalifah di muka bumi, Islam memandang bumi dengan segala isinya merupakan amanah Allah kepada sang khalifah agar digunakan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan bersama.

Untuk mencapai tujuan suci ini.Allah memberikan perumusan melalui para rasul-Nya.Petunjuk tersebut meliputi segala sesuatu yang dibutuhkan manusia baik aqidah, akhlak, maupun syariah.Dua komponen pertama aqidah dan ahklak bersifat konstan, keduanya tidak mengalami perubahan apapun dengan berbedanya waktu dan tempat. Adapun syariat senantiasa berubah sesuai dengan kebutuhan dan taraf peradapan umat yang berbeda-beda sesuai dengan masa rasul masing-masing

Persaingan yang sunat menurut Islam adalah persaingan yang dilakukan dengan syarat atau cara Islami, dan dapat dibenarkan menurut syara' asal memenuhi etika bisnis yang digariskan dalam ajaran Islam, yakni antara lain memenuhi syarat dan rukun muamalah yang sudah maklum, tidak menimbulkan kerugian atau kesempitan terhadap orang lain, gharar, najis dan mahsir. Pengaruh Islam tehadap persaingan yang baik dan normal dalam menjalankan bisnisnya dalam persaingan.

3.Dasar Hukum Etika Islam

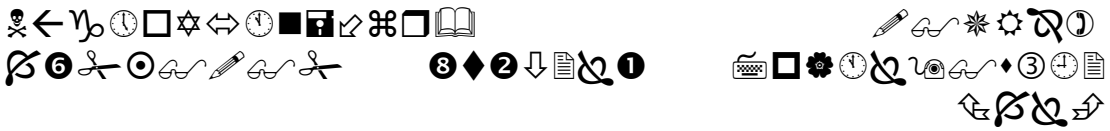
Allah berfirman dalam surat Al-Maidah ayat: 100.



Artinya: *Katakanlah: "Tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, maka bertakwalah kepada Allah hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan"*.(Q.S. Al-Maidah: 100)[35]

Ayat diatas menjelaskan bahwa sesunggunya manusia mengetahui apa yang baik dan apa yang buruk, serta dapat membedakan antara kedua pengertian tersebut dan dapat mengamalkannya.

Allah juga berfirman dalam Al-Qur'an surat Sad ayat: 46



Artinya:"Sesungguhnya Kami telah mensucikan mereka dengan (menganugerahkan kepada mereka) akhlak yang tinggi yaitu selalu mengingatkan (manusia) kepada negeri akhirat". (Q.S. Sad: 46)[36]

Ayat diatas menjelaskan bahwa sesungguhnya Allah tidak memaksakan suatu perintah atau mencegah dengan suatu larangan, tetapi Allah menjadikan kebaikan dunia tergantung akhlak manusia tentang keadilan, kebenaran, kejujuran, dan menjadikan kerusakan dunia karena sebaliknya. Tujuan yang tertinggi dari segala tingkah laku manusia menurut pandangan islam adalah mendapatkan ridha Allah.[37]

4.Landasan Syariah Tentang Etika Bisnis dalam Islam

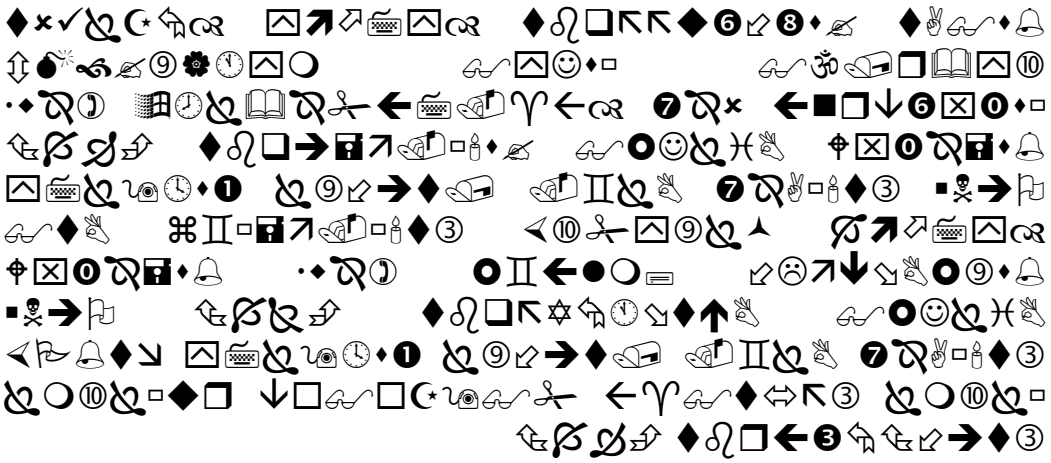
[35] Al-Hikmah, Al-Qur'an dan terjemah, (Bandung: CV Dipenorogo, 2007). hal. 124.
[36]Ibid …….. hal. 456.
[37]Yatimin Abdullah, *Studi Akhlak dalam Perspektif Al-Qur'an,*…….. hal. 246.

Dalam dunia perekonomian yang kian maju dan situasi persaingan yang cukup ketat, perusahaan berlomba-lomba melakukan peningkatan terhadap usahanya. Salah satu yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan usahanya tersebut dengan melakukan kegiatan pemasaran

Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri.Islam agama yang sangat luar biasa.Islam agama yang lengkap, yang berarti menguasai semua hal dalam hidup manusia.Islam agama yang mampu menyeimbangkan dunia dan akhirat. Ajaran islam lengkap karena islam agama terakhir sehingga harus memecahkan berbagai masalah besar manusia.

Islam menghalalkan umatnya berniaga. Bahkan Rasulallah *Shallallahu ‘alaihi wa sallam*seorang saudagar sangat terpandang pada zamannya. Sejak muda beliau dikenal sebagai pedagang jujur.“Sepanjang perjalanan sejarah”.

Adapun ayat yang menjelaskan tentang strategi dalam islam adalah Surat Yusuf Ayat 47-49. Konteks ayat tersebut menceritakan bagaimana Nabi Yusuf A.S. menyusun perencanaan strategis sektor pertanian untuk menjamin ketahanan pangan pada kondisi yang telah di prediksi akan mengalami kekurangan sumber makanan pokok akibat musim kemarau berkepanjangan.



Artinya:"Yusuf berkata: "Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa; Maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan.kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang Amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan.kemudian setelah itu akan datang tahun yang padanya manusia diberi hujan (dengan cukup) dan dimasa itu mereka memeras anggur".(QS.Yusuf.47-49).[38]

Rasulallah *Shalallallahu 'alaihi wa sallam* telah mengajarkan pada umatnya untuk melarang dengan menjunjung tinggi etika keIslaman. Dalam beraktivitas ekonomi, umat islam dilarang melakukan tindakan *bhatil.* Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling ridho, Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-Ahzab ayat 21:



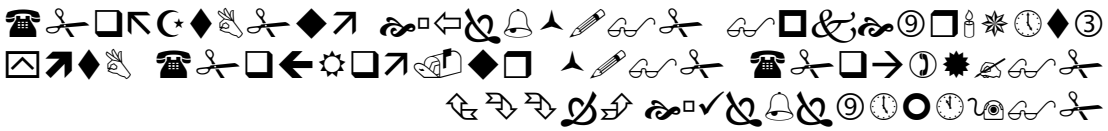
[38]Al-Hikmah, Al-Qur'an dan terjemah, (Bandung: CV Dipenegoro,2007).hal.241.

Artinya:"Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan Dia banyak menyebut Allah."(QS. Al-Ahzab 21)[39]

Ada Sembilan Etika (akhlak) pemasar yang menjadi prinsip-prinsip bagi syariah pemasar dalam menjalankan fungis-fungsi pemasaran yaitu:[40]

a. Memiliki kepribadian spiritual (Taqwa)

Seorang pedagang dalam menjalankan bisnisnya harus di landasi sikap takwa dengan selalu mengingat Allah, bahkan dalam suasana mereka sedang sibuk dalam aktifitas mereka dalam melayani pembelinya,ia hendaknya sadar penuh dalam responsive terhadap prioritas-prioritas yang telah ditentukan oleh sang maha pencipta. Kesadaran akan Allah hendaknya menjadi sebuah kekuatan pemicu (*driving force*) dalam segala tindakan. Sesuai dengan Al-Qur‟an surat-Taubah ayat 119



Artinya: "Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.(Q.S At-taubah : 119)"[41]

b. Berprilaku baik dan simpatik (*Shidiq*)

[39]Al-Hikmah, Al-Qur'an dan terjemah, (Bandung: CV Dipenegoro,2007).hal.421.
[40] Gitosudarmo, Indriyo, *Pengantar Bisnis* (Yogyakarta:BPFE,2003),hal.123.
[41]Al-Hikmah, Al-Qur'an dan terjemah, (Bandung: CV Dipenegoro,2007).hal.301.

Berprilaku baik, sopan dan santun dalam pergaulan adalah fondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku.Sifat ini sangat dihargai dengan nilai yang sangat tinggi dan mencakup semua sisi manusia.Alquran juga mengharuskan pengikutnya untuk berlaku sopan disetiap hal, bahkan dalam meakukan transaksi bisnis dengan orang-orang yang bodoh.Tetap harus bicara dengan ucapan dan ungkapan yang baik.

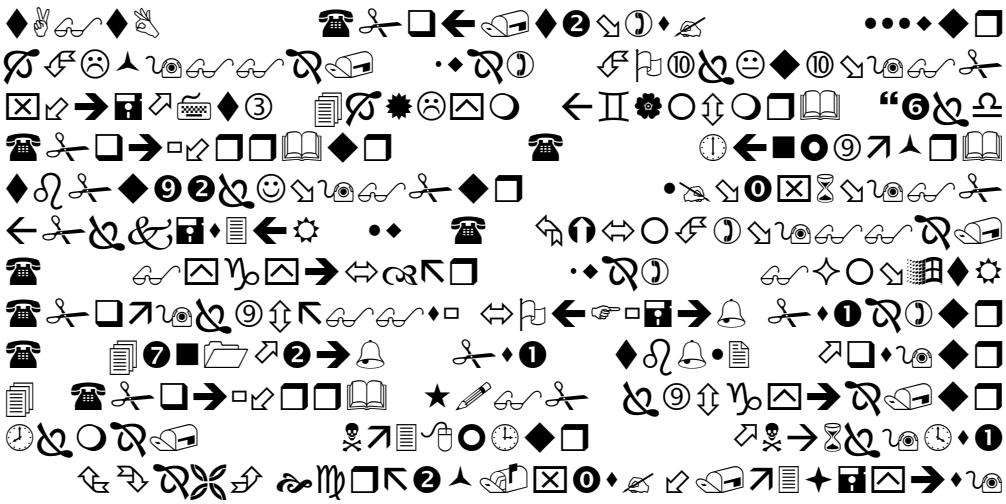
c. Berprilaku adil dalam bisnis (*Al-Adl*)

Islam mendukung prinsip keadilan, Secara umum Islam mendukung semua prinsip dalam pendekatan keadilan terhadap etika, namun dalam proporsi yang seimbang.Islam tidak mendukung prinsip keadilan bukan.Kebutuhan semata-mata tidak memerlukan keadilan.Karena seorang muslimyang tengah berusaha untuk keluar dari situasi yang menindas lebih membutuhkan bantuan dibanding dengan orang yang sekedar menuntut hak sebagai kekayaan dari orang-orang kaya.[42]

Berbisnislah secara adil, demikian kata Allah.Sebagaimana firmanya, “Berusahalah secara adil dan kamu tidak boleh bertindak tidak adil”.Allah mencintai orang orang berbuat adil dan membenci orang-orang yang berbuat zalim, Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis yang mengandung kezaliman dan kewajiban terpenuhinya keadilan yang teraplikasi dalam hubungan dagang dan kontrak bisnis.

[42] Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2004) .hal.26

Di samping itu sikap berbisnis tidak membeda-bedakan, adil dihadapan memperlakukan semua konsumen dengan sama. dengan sikap merasakan keadilan. Tidak boleh ada satu pihak pun yang haknya terzalimi, terutama bagi tiga stakeholder utama yaitu pemegang saham, pelanggan dan karyawan.Hal ini sesuai dengan Al-Qur`an Surat al An'am ayat: 152



Artinya: "Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada sesorang melainkan sekedar kesanggupannya.dan apabila kamu berkata, Maka hendaklah kamu Berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabatmu, dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepada kamu agar kamu ingat.(Q.S Al-an'am : 152)."[43]

d. Bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*)

Sikap melayani merupakan sikap utama seorang pemasar.Tanpa sikap melayani, yang melekat dalam kepribadiannya.Melekat dalam sikap ini adalah sikap sopan, santun, dan rendah hati.Orang yang beriman diperintahkan untuk

[43]Al-Hikmah, Al-Qur'an dan terjemah, (Bandung: CV Dipenegoro,2007).hal.214.

bermurah hati, sopan, dan bersahabat saat berelasi dengan mitra bisnisnya. Suatu bisnis akan senantiasa berkembang dan sukses manakala ditunjang dengan adannya pelayanan terbaik. Misalnya dengan keramahan, senyuman kepada para konsumen akan semakin baik bisnisnya.[44]

e. Menepati janji dan tidak curang

Janji adalah ikrar dan kesanggupan yang telah dinyatakan kepada seseorang.Ketika membuat suatu perjanjian tentunya didasari dengan rasa saling percaya serta tanggung jawab yang besar untuk melaksanakan janji tersebut.Ketepatan janji dapat dilihat dari segi ketepatan waktu penyerahan barang, ketepatan waktu pembayaran serta melaksanakan sesuatu sesuai dengan kontrak yang disepakati.

Sikap pebisnis yang selalu menepati janji baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pedagang lainnya, janji yang dimaksudkan dalam hal ini adalah janji dimana seorang pedagang terhadap pembelinya dalam melakukan transaksi ketika menjanjikan barang yang di jual itu barang yang baik, Semisal seorang pedagang menjadi seorang produsen, ataupun distributor harus senantiasa menepati janjinya dalam mengirimkan barang kepada para konsumen atau pembeli misalnya tepat waktu pengiriman, menyerahkan barang yang kualitasnya, kuantitas, warna, ukuran, atau spesifikasinya sesuai dengan perjanjian semula, memberi garansi dan lain

[44] Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009) h. 107.

sebagainya. Sedangkan janji yang harus ditepati kepada sesama para rekan pedagang misalnya, pembayaran dengan jumlah dan waktu tepat dan lain sebagainya.[45]Hal ini sesuai dengan Al Qur'an surat al-Maidah Ayat : 1



Artinya:"hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hokum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya. (Q.S Al-Maidah:1)"[46]

f. Tidak melakukan sogok (*Riswah*)

Dalam syariah, menyuap *(Riswah)* hukumnya haram, dan menyuap termasuk kedalam kategori memakan harta orang lain dengan cara bathil. Islam tidak saja mengharamkan penyuapan melainkan juga mengancam kedua belah pihak yang terlibat dengan neraka diakhirat.Suap adalah dosa besar dan kejahatan kriminal didalam suatu Negara. Oleh karena itu mendapat kekayaan dengan cara penyuapan jelas haram.

g. Jujur dan terpercaya (Al-Amanah)

[45] Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami,* (Semarang: Walisongo Press, 2009) h. 159.
[46]Al-Hikmah, Al-Qur'an dan terjemah, (Bandung: CV Dipenegoro,2007).hal.156.

Kejujuran merupakan sikap yang dianggap mudah untuk dilaksanakan bagi orang awam manakala tidak dihadapkan pada ujian berat atau dihadapkan pada godaan duniawi. Dengan sikap kejujuran seorang pedagang akan dipercaya oleh para pembelinya akan tetapi bila pedagang tidak jujur maka pembeli tidak akan memebeli barang dagangannya. Tak diragukan bahwasannya ketidak jujuran adalah sikap bentuk kecurangan yang paling jelek. Orang tidak jujur akan selalu berusaha melakukan penipuan pada orang lain, Al-Qur‟an dengan tegasmelarang ketidak jujuran sebagaimana firmanya dalam surat al-Anfal ayat 27.



Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.(Q.S Al-anfal : 27)[47]

h. Tidak suka menjelek-jelekan (Ghibah)

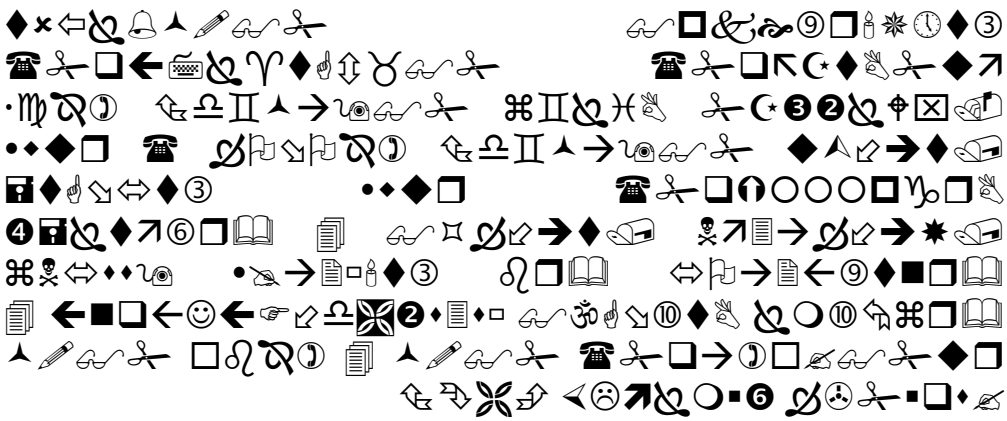
Ghibah adalah keinginan untuk menghancurkan orang, menodai harga diri, kemuliaan dan kehormatan orang lain, sedangkan mereka itu tidak ada

[47]Al-Hikmah, Al-Qur'an dan terjemah, (Bandung: CV Dipenegoro,2007).hal.264.

dihadapannya. Ini merupakan kelicikan, sebab hal ini sama saja dengan menusuk dari belakang. Sikap semacam ini merupakan salah satu bentuk penghancuran karakter, sebab pengumpatan dengan model seperti ini berarti melawan orang lain yang tidak berdaya. Biasanya seorang pemasar senang apabila telah mengetahui kelemahan, kejelekan dan kekurangan lawan bisnisnya.Dan biasanya kelemahan dan kejelekan ini senjata untuk memenangkan pertarungan dipasar dengan jalan menjelek-jelekan atau menfitnah lawan bisnisnya.

i. Tidak suka berburuk sangka *(Su'udz zhan)*

Saling menghormati satu sama lain adalah ajaran Nabi Muhammad SAW yang harus di Implementasikan dalam perilaku bisnis modern. Tidak boleh satu pengusaha menjelekkan pengusaha lain hanya untuk persaingan bisnis. Amat Naif jika perbuatan seperti itu terjadi dalam praktek bisnis yang dilakukan oleh seorang muslim. Allah SWT berfirman dalam Al-Quran surah Al-hujarat ayat 12:



Artinya:"Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati?Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya.dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima taubat lagi Maha Penyayang.(Q.S Al-hujarat : 12)[48]

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yang bersifat *deskriptif kualitatif*, yaitu penelitian yang mencoba menggambarkan, menuturkan dan menafsirkan suatu fenomena yang terjadi saat ini.[49]Sedangkan dalam menentukan kerangka teoritis terhadap permasalahan yang diteliti, penulis menggunakan data berdasarkan studi kepustakaan (*library research)*. Dalam hal ini penulis hendak menganalisis secara lengkap bagaimana Analisis Strategi Bersaing Waserda Mutia Dalam Mempertahankan Pangsa Pasar Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus: Silang Empat Kec. Dua Koto. Kab. Pasaman)

B. Lokasi Penelitian

[48]Al-Hikmah, Al-Qur'an dan terjemah, (Bandung: CV Dipenegoro,2007).hal 87

[49]Sanafiah Faisal, *Metodologi Penelitian*, (Bandung : Usaha Nasional, 1982), hlm. 119

Penelitian ini dilakukan di Waserda MutiaPasaman dengan alasan:

1. Objektif

   Ingin memberikan informasi yang baru dan pemahaman bagi Waserda Mutia tentang analisis strategi dalam mempertahankan pangsa pasar.

2. Subjektif

   Karena keterbatasan waktu dan biaya yang dimiliki, maka lokasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah di Pasamanyang dekat dengan tempat tinggal penulis.

3. Sumber Data

Data merupakan salah satu unsur yang penting dalam menyusun laporan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

   Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung darisumber pertama[50].Data dikumpulkan melalui informasi yang diperoleh dari informan.

   Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bercorak deskriptif, yaitu bersifat menggambarkan atau mengarahkan suatu hal apa adanya.

   Informan yang akan penulis wawancarai adalah pemilik, dan

[50]Joko Subagyo,*Metodologi Penelitian dan Teori Praktek,* (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), Cet, Ke-12, hlm. 87.

pelanggan Waserda Mutiaitu sendiri.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu jenis data dalam bentuk yang sudah jadi melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan diberbagai organisasi atau perusahaan, termasuk majalah, jurnal, dan lembaga lainnya yang berkaitan dengan masalah yang penulis teliti.[51]Atau data yang diperoleh secara tidak langsung hanya didapat dari literatur-literatur buku pustaka yang berkaitan dengan Strategi Bersaing, Mempertahankan Pangsa Pasar dan hal-hal yang berkaitan dengan Waserda..

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang akurat dan guna mengungkapkan permasalahan dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu:

a. Observasi

Observasi ialah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti.Observasi menjadi salah satu teknik pengumpulan data sesuai dengan tujuan penelitian, direncanakan dan dicatat secara sistematis. Observasi merupakan proses yang kompleks, yang tersusun dari proses biologis dan psikologis.[52]Observasi ini langsung memberikan

[51]Supranto, *Metode Ramalan Kuantitatif*, (Jakarta:Rineka Cipta,1993), Cet. Ke-1, hlm. 8.

[52]Husaini Usman, Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 1995), hlm. 54

sumbangan yang sangat penting dalam penelitian, yang mana peneliti langsung terjun ke lapangan dan langsung mengamati persaingan yang dilakukan.

b. Wawancara

Wawancara merupakan proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan antara dua orang atau lebih, tatap muka, mendengarkan langsung informasi atau keterangan-keterangan. *Pewawancara disebut intervieuwer, sedangkan orang yang diwawancarai disebut interviewee.*[53]

Metode wawancara ini merupakan salah satu cara yang penulis lakukan dalam mengumpulkan data. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara terbuka yangterdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan permasalahan yang penulis bahas.

5. Teknik Analisa Data

Teknik Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif yaitu dengan menggunakan data referensi baik berupa literature maupun artikel-artikel yang berhubungan dan menggambarkan apa

---

[53]Husaini Usman, Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial,*(Jakarta: PT Bumi Aksara, 1995), hlm. 57-58

yang terjadi dilapangan[54]. Metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Analisis SWOT

   a. Pengertian Analisis SWOT

      Analisis SWOT adalah alat analisis yang menggunakan pengaruh factor internal dan eksternal yang mempengaruhi perusahaan.Pengaruh yang diberikan bisa berdampak positif atau negative kepada perusahaan.Dampak positif yang datang dari dalam perusahaan disebut kekuatan atau *strengths*.Dampak negative dari dalam perusahaan disebut kelemahan *atau weakness*.Dampak positif dari luar perusahaan disebut peluang atau *opportunities*.Serta dampak negative dari luar perusahaan disebut ancaman atau *threats.*

      Penjelasan mengenai 4 (empat) komponen analisis SWOT, yaitu :

      1. *Strenght* (S) yaitu analisis kekuatan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kekuatan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Yang perlu di lakukan di dalam analisis ini adalah setiap perusahaan atau organisasi perlu menilai kekuatan-kekuatan dan

[54]Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 1999) hlm. 144

kelemahan di bandingkan dengan para pesaingnya. Misalnya jika kekuatan perusahaan tersebut unggul di dalam teknologinya, maka keunggulan itu dapat di manfaatkan untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan tingkat teknologi dan juga kualitas yang lebih maju.

2. *Weaknesses* (W) yaitu analisi kelemahan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kelemahan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Merupakan cara menganalisis kelemahan di dalam sebuah perusahaan ataupun organisasi yang menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan atau organisasi.[55]
3. *Opportunity* (O) yaitu analisis peluang, situasi atau kondisi yang merupakan peluang diluar suatu organisasi atau perusahaan dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi dimasa depan. Cara ini adalah untuk mencari peluang ataupun terobosan yang memungkinkan suatu perusahaan ataupun organisasi bisa berkembang di masa sekarang maupun masa yangakan datang.
4. *Threats* (T) yaitu analisis ancaman, cara menganalisis tantangan atau ancaman yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan ataupun organisasi untuk menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan pada suatu perusahaan atau organisasi yang menyebabkan kemunduran. Jika tidak segera di atasi, ancaman tersebut

[55]http://www.pengertianku.net/2015/03/pengertian-analisis-swot-dan-manfaatnya.html

akan menjadi penghalang bagi suatu usaha yang bersangkutan baik di masa sekarang maupun masa yang akan datang.[56]

b. Manfaat Analisis SWOT

Analisis SWOT bermanfaat apabila telah jelas ditentukan dalam bisnis apa perusahaan beroperasi, dan arah mana perusahan menuju ke masa depan serta ukuran apa saja yang digunakan untuk menilai keberhasilan manajemen dalam menjalankan misinya dan mewujudkan visinya. Manfaat dari analisis SWOT adalah merupakan strategi bagi *stakeholder* untuk menetapkan sarana-sarana saat ini atau kedepan terhadap kualitas internal maupun eksternal.[57]

c. Tujuan Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2011:197) tujuan analisis SWOT yaitu membandingkan antara factor eksternal peluang dan ancamandengan

[56]http://www.pengertianku.net/2015/03/pengertian-analisis-swot-dan-manfaatnya.html

[57]https://charlessimbolon.blogspot.com/2014/11/tujuan-manfaat-dan-fungsi-analisis-SWOT.html

factor internal kekuatan dan kelemahan sehingga dari analisis tersebut dapat diambil suatu keputusan strategis suatu organisasi.[58]

2. Analisis Matriks IFAS dan IFAS

Bermanfaat untuk melihat berapa bobot masing-masing factor kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman dan seberapa pentingnya keempat factor tersebut, sehingga dapat diformulasikan menjadi suatu strategi.

Semua faktor yang diidentifikasikan ditentukan bobotnya, dimana bobot diperlihatkan tingkat kepentingan factor tersebut. Jumlah bobot seluruh factor, baik internal maupun eksternal hars sama dengan 1,0 atau 100%, pilihan bobot terdiri dari:

1) 0,001 : Sangat rendah
2) 0,05 : Rendah
3) 0,10 : Sedang
4) > : Tinggi

Setelah menentukan bobot dari masing-masing factor, kemudian menemukan ranting dari masing-masing factor tersebut dengan pilihan rantingsebagai berikut:

1) Ranting 1 : tidak penting

[58]https://widuri.raharja.info/index.php/Analisa_SWOT.html(Rabu,15Oktober2014,pukul23.58)

2) Ranting 2 : cukup penting

3) Ranting 3 : penting

4) Ranting 4 : sangat penting

Jika bobot dan ranting telah ditentukan maka data-data tersebut dapat diolah menjadi arahan untuk pemilihan strategi dengan menggunakan matrik SWOT.

3. Matrik SWOT

Setelah dilakukan analisis dan diberi bobot serta peringkat untuk masing-masing dari factor eksternal (kekuatan dan kelemahan) serta factor eksternal (peluang dan ancaman) yang dapat meningkatkan. Strategi bersaing Pada Matrik SWOT dapat dirumuskan beberapa alternative strategi, yaitu, S-O (*Strengths Opportunity*), S-T *(Strengths Threats),* W-O *(Weaknesses Opportunity),* W-T *(Weaknesses Threats).* Matriks SWOT ditunjuk dengan menggunakan analisis SWOT dalam perumusan keputusan strategi guna penyusunan perencanaan usaha yang baik.

Tabel 3.1

Matrik SWOT tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

	Strengths (S) Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	Weakness (W) Tentukan factor-faktor kelemahan internal

Opportunies (O) Tentukan faktor peluang eksternal	Strategi (SO) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	Strategi (WO) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
Treaths (T) Tentukan factor ancaman eksternal	Strategi (ST) Ciptakan strategi menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Strategi (WT) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Sumber: Freddy Rangkuti: 1997: 31

I. Table Bobot Skor

Tabel bobot skor adalah merupakan table yang menunjang skor pada masing-masing Strategi SO, Strategi ST, Strategi WO, dan Strategi WT. Tabel bobot skor akan memberikan panduan kepada para pengguna mengenai skor untuk masing-masing strategi, sehingga nantinya pengguna dapat mengambil keputusan, manakah strategi yang paling tepat yang akan diambil oleh perusahaan.

Dengan menggunakan table bobot skor akan bermanfaat untuk menentukan strategi utama. Ini dilakukan dengan cara menjumlahkan total skor dari masing-masing strategi yang mempunyai total skor tertinggi maka itulah strategi utama yang sebaiknya digunakan.

Tabel 3.2
Total Bobot Skor

Internal	(S)	(W)

Eksternal	Kekuatan	Kelemahan
(O) Peluang	Total Skor Strategi S-O	Total Skor Strategi W-O
(T) Ancaman	Total Skor Strategi S-T	Total Skor Strategi W-T

Sumber: Freddy Rankuti: 2002: 1

BAB 1V

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum

1. Profil Waserda Mutia

Pemilik Usaha : Tanti Warni

Nama Usaha : Waserda Mutia

Bidang Usaha : Perdagangan

Alamat Perusahaan : Jl. Simpang Empat, Pasaman.

Nomor Telepon : 0821 8588 3883

Mulai Berdiri : 2007

2. Latar Belakang Waserda Mutia

Waserda Mutia merupakan usaha menengah berbentuk badan usaha perseorangan dimana pemiliknya hanya satu orang saja. Usaha ini didirikan oleh Ibu Tanti Warni selaku perintis dan pendiri Waserda Mutia. Berawal dari modal pribadi dan pinjaman dari keluarga, maka berdirilah Waserda Mutia yang bertempat di Silang Empat.

Latar belakang berdirinya usaha ini adalah karena keinginan beliau untuk mendirikan usaha sendiri, hal ini diperjelas oleh ibu Tanti Warni sebagai pemilik mengatakan bahwa.

> *"Sebelum memulai usaha ini, awalnya saya hanyalah seorang guru honor sekolah TK, dan ibu rumah tangga.Dengan tekat dan keinginan yang kuat, saya mencoba membuka usaha dagang ini untuk keberlangsungan hidup saya dan keluarga, kearah yang lebih baik dari sebelumnya. Dengan modal pas-pasan dan tempat yang seadanya di sinilah saya bermula membuka usaha yang saya inginkan yaitu dalam perdagangan barang harian. Usaha inilah yang saya kembangkan hingga saat ini."*[59]

Waserda Mutia ini masih termasuk perusahaan kecil dan berproduksi masih dibawah kapasitas produksi yang dimilikinya, berkat ketekunan dan keuletan pemilik usaha dalam meningkatkan usahanya, maka perusahaan dapat berkembang dengan baik.

[59] Ibu Tanti Warni, Pemilik Waserda Mutia, *Wawancara Pribadi* Tanggal 20 Juni 2016

3. Visi dan Misi Waserda Mutia

a. Visi Waeserda Mutia

Menjadi Waserda yang terbaik dan tidak kalah hebatnya dengan waserda-waserda lain dalam memberikan pelayanan kepada konsumen serta memberikan pelayanan kepuasan yang lebih baik bagi konsumen.

b. Misi Waserda Mutia

1). Memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen.

2). Mampu memberikan kepuasan kepada konsumen.

3). Mengurangi tingkat pengangguran

4. Struktur Organisasi

Struktur organisasi Waserda Mutia berfungsi untuk menggambarkan susunan dan hubungan antar posisi serta menentukan pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang melibatkan seluruh perangkat pada Waserda Mutia dalam menjalankan operasional untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Dengan kata lain struktur organisasi sangat dibutuhkan dalam suatu organisasi. Karena dengan struktur organisasi kita dapat memahami bagian dan kerja masing-masing setiap anggota organisasi yang mana ini juga mencerminkan sikap profesionalisme suatu perusahaan atau organisasi.

Untuk saat ini dalam struktur organisasi kami terdiri dari 3 orang untuk melakukan pengendalian dan koordinasi seperti yang digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Waserda Mutia



ng ada dalam Waserda Mutia

Waserda Mutia menyediakan barang dagangannya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat Silang Empat diantaranya sebagai berikut:

1.Minyakgoreng.

2.Deterjen

3.Pasta gigi

4.Sabun Mandi

5. Mie Instan

6. Beras

7. Gula

8. Kopi

9. Rokok

10. Obat-obat yang ringan

11. Alat-alat tulis

12. Telor

13. Jajanan anak-anak

14. Pulsa Elektrik

15. Keperluan Bayi

Produk-produk Waserda Mutia di atas, macam-macam mereknya sangatlah banyak, jadi Waserda Mutia harus memahami kebutuhan yang dibutuhkan di sekitar usaha ini, setelah mengetahui kebutuhan konsumen maka waserda mutia memilih barang yang disukai sesuai kondisi dan situasi

Tabel 4.1

Omset Waserda Mutia Per hari

Hari ke-	Jumlah pembeli / hari	Total pembelanjaan / hari (Rp)	Rata-rata belanja / konsumen /hari (Rp)
1	53	30.000.000	566.036
2	60	25.000.000	416.667
3	55	29.000.000	527.273
4	49	31.000.000	688.889
5	62	27.500.000	443.548

6	56	32.000.000	571.429
7	50	29.500.000	590.000
Rata -rata	385	204.000.000	529.870

Sumber: Tanti Warni pemilik usaha. (data diolah) 2016

Berdasarkan tabel di atas Omset Waserda Mutia pada hari pertama dengan jumlah pengunjung 53 orang, total pembelanjaan Rp30.000.000 dengan rata-rata / konsumen Rp. 566.036.

Pada hari ke dua dengan jumlah pengunjung 60 orang, total pembelanjaan Rp. 25.000.000 dengan rata-rata / konsumen 416.667.

Pada hari ke tiga dengan jumlah pengunjang 55 orang, total pembelanjaan Rp. 29.000.000 dengan rata-rata / konsumen Rp. 527.273.

Pada hari ke empat dengan jumlah pengunjung 49 orang, pembelanjaan Rp. 31.000.000 dengan rata-rata / konsumen Rp. 688.889.

Pada hari ke lima dengan jumlah pengunjung 62 orang, pembelanja Rp. 27.500.000 dengan rata-rata / konsumen Rp. 443.548.

Pada hari ke enam dengan jumlah pengunjung56 orang, pembelanja Rp. 32.000.000 dengan rata-rata / konsumen Rp.571.429.

Pada hari ke tujuh dengan jumlah pengunjung 50 orang, pembelanja Rp. 29.500.000 dengan rata-rata / konsumen Rp. 590.000

Maka dapat disimpulkan Omset Waserda Mutia selalu berubah-ubah tiap harinya tergantung jumlah pengunjung.

C. Gambaran Yangterjadi di Waserda Mutia

Cara waserda Mutia menghadapi competitor. Salah satunya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan, dengan baiknya kualitas pelayanan maka waserda Mutia tidak terlalu takut dengan pesaing yang ada karena pemberian pelayanan yang cukup baik terhadap pelanggan akan tertanam di pikiran pelanggan. Harga bersaing dengan waserda- waserda yang lain, Waserda Mutia mampu bersaing dengan baik sesuai dengan etika persaingan, tapi apabila Waserda Mutia tidak mampu bersaing dengan usaha lain ia akan mencari tempat yang strategis dan tidak ada pesaingnya.

Pesaing yang paling berat bagi Waserda Mutia adalah berdirinya Mart yang semuanya serba canggih, tentang pelayanan, promosi dan lainnya, dalam pelayanan di Mart sebelum pelanggan masuk sudah disambut oleh sapam dan dibukakkan pintu. Sedangkan di Waserda Mutia belum mampu untuk bersaing dengan Mart.

Cara Waserda Mutia mengantisipasi aktivitas competitor. Menjual barang-barang yang tidak dijual oleh waserda lain, tapi Waserda Mutia juga harus mengamati apakah barang itu dibutuhkan oleh pelanggan atau tidak. Waserda Mutia juga menyediakan pengambilan paket yang harganya akan

lebih murah dari harga enceran. Dan meningkatkan kualitas produk yang dipasarkan agar para pembeli akan merasa puas.

Modal awal Waserda Mutia adalah sebanyak 150 jt, inilah yang diputarkan hingga saat ini.Modal awal Waserda Mutia adalah berasal dari uang pribadi dan ditambah dengan pinjaman dari keluarga.

Pandangan pelanggan pengunjung tentang pelayanan Waserda Mutia.Jawaban berbeda-beda tentang pelayanan waserda Mutia. Disini pengunjung merasa berbeda cara pelayanan antara orang yang ekonominya kelas tinggi ke atas dan menengah ke bawah, karena dengan banyaknya pelanggan terkadang bayak yang tidak terlayani atau masih kurangnya pelayanan, seringkali pengunjung berpindah ke tempat lain. Yang pelayanannya lebih ramah.Dan tidak ada membeda-bedakan pengunjung.

Waserda Mutia juga memberikan kemudahan bagi orang yang tidak mampu untuk membeli secara cash.Dan waserda Mutia Juga memberikan batas waktu bagi orang yang tidak mampu.

1. Analisis SWOT Strategi Bersaing Usaha

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai factor secara sistematis untuk merumuskan analisis strategi bersaing Waserda Mutia pada Usaha dagang di Silang Empat.Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan *(Strength)* dan peluang *(Opportunities)*, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan *(Weakness)* dan ancaman

*(Threat).*Berikut ini adalah rincian mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Tabel 4.2

Analisis SWOT

Kekuatan	**Kelemahan**
2. Pelaksanaannya sesuai dengan prisip syariah 3. Waserda Mutia selalu menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan 4. Waserda Mutia selalu mempromosikan produk-produk yang baru.	a. produk yang dipasarkan sejenis dengan orang lain. b. Tenaga kerja terbatas.
Peluang	**Ancaman**
Melihat apa yang di butuhkan oleh pelanggan dan keinginan pelanggan	Bertambahnya waserda-waserda yang baru. Berdirinya usaha yang terkenal

Sumber: Waserda Mutia, Silang Empat.

Dari data-data yang diperoleh dari penelitian maka dapat dikemukakan yang menjadi kekuatan *(Strength)*, peluang *(Opportunities)*, kelemahan *(Weakness)* dan ancaman *(Threat)* dari Waserda Mutia dalam Persaingan untuk mempertahankan pangsa pasar, sebagaimana berikut:

1. Kekuatan

Adapun yang merupakan kekuatan Waserda Mutia dalam mempertahankan pangsa pasar adalah:

a. Modal. modal adalah salah satu bagian terpenting yang harus dimiliki oleh setiap perusahaan. Dengan modal, Waserda Mutia dapat melaksanakan aktivitas perdagangannya dengan baik.
b. Posisi pasar, posisi pasar adalah kekuatan utama bagi Waserda Mutia karena posisi pasar sangat menjadi pengaruh maju mundurnya Waserda Mutia
c. Waserda Mutia selalu menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan.
d. Waserda Mutia selalu mempromosikan produk-produk yang baru.

2. Kelemahan

Adapun kelemahan yang ada pada Waserda Mutia dalam mempertahankan pangsa pasar adalah sebagai berikut:

a. produk yang dipasarkan sejenis dengan orang lain.
b. Skala pasar. Skala pasar adalah jangkauan dari pelanggan masih jauh untuk menuju Waserda Mutia.

3. Peluang

Adapun peluang yang ada pada WaserdaMutiadalam mempertahankan pangsa pasar adalaah sebagai berikut:

Melihatapa yang di butuhkan oleh pelanggan dan keinginan pelanggan.

4. Ancaman

Adapun ancaman yangada pada Waserda Mutia dalam mempertahankan pangsa pasar adalah:

1.Bertambahnya waserda-waserda yang baru.

2.berdirinya usaha yang namanya lebih terkenal

2. Analisis Matrik IFAS dan EFAS

Dalam analisis matrik IFAS dan EFAS kita akan menilai 2 buah matrik. Pertama yaitu Internal Faktor Evaluation (IFAS) matrik yang berguna untuk mengetahui factor-factor yang mempengaruhi keadaan perusahaan dari dalam perusahaan itu, yaitu pada kekuatan dan kelemahan.Kedua yaitu Eksternal Faktor Evaluation (EFAS) matrik berguna untuk mengetahui factor-factor yang mempengaruhi keadaan perusahaan dari luar perusahaan, yaitu peluang dan ancaman untuk lebih lengkapnya mengenal factor yang mempengaruhi kedua factor pada matrik IFAS dan EFAS dapat dilihat pada keterangan pada lampiran.

Pemberian bobot masing-masing factor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh

factor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00.)[60]

Sedangkan ranting peringatan digunakan untuk menilai sejauh mana factor internal dan eksternal penting atau tidak penting untuk dikembangkan.Pemberian nilai ranting diurutkan dari 1 sampai 4 dimana 1 (tidak penting), 2 (cukup penting), 3 (penting), 4 (sangat penting). Secara keseluruhan nilai skor yaitu merupakan hasil kali bobot dengan ranting akan memberikan besar jumlah total pada ke empat factor baik kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang.

a. Analisis Matrik IFAS

Matrik IFAS Digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan faktor-faktor internal yang terdapat pada perusahaan.Matrik IFAS menggambarkan kondisi internal perusahaan yang terdiri dari kekuatan dan kelemahanGV yang dihitung berdasarkan ranting bobot yang diambil dari wawancara dengan salah seorang karyawan Waserda Mutia Penghitungan wawancara ini diambil dari rata-ratanya dari karyawan usaha.

Tabel menunjukkan matrik IFAS yang menganalisis 7 faktor 4 kekuatan dan 3 kelemahan.

[60]Freddy rangkuti, Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis.(PT Granmedia Pustaka Utama, anggota IKAPI, Jakarta. 1997), hal. 24.

Tabel 4.3

Tabel Hasil Analisis Matrik IFAS

NO	Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Nilai
	Kekuatan			
1.	Pelaksanaannya sesuai dengan prinsip syariah	**0,10**	**2**	**0,20**
2.	Waserda Mutia selalu menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan.	**0,15**	**2**	**0,30**
3.	Waserda Mutia selalu mempromosikan produk-produk yang baru	**0,10**	**2**	**0,20**
4.	Pemberian diskon dalam pembelian jumlah banyak	**0,15**	**2**	**0,30**
	Jumlah	**0,50**		**1,00**
	Kelemahan			
1.	Produk-produk yang dipasarkan sejenis dengan orang lain.	**0,15**	**3**	**0,45**
2.	Tenaga kerja terbatas	**0,15**	**3**	**0,45**
3.	Masih kurangnya promosi dari Waserda Mutia	**0,10**	**1**	**0,10**
	Jumlah	**0,40**		**1,00**
	Total	**0,90**		**2,00**

Sumber: *Hasil penelitian lapangan*, 2016 (data diolah)

Dari table nilai diatas dapat dijelaskan bahwa dari sisi internal dalam meningkatkan persaingan Waserda Mutia pada Usaha adalah cukup baik.

b. Analisis Matrik EFAS

Matrik EFAS digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari faktor-faktor eksternal perusahaan.Matrik EFAS menggambarkan kondisi eksternal perusahaan yang terdiri dari peluang dan ancaman yang dihitung berdasarkan bobot yang diambil dari hasil wawancara dengan Pelanggan Waserda Mutia.

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel dibawah dapat dilihat dari sisi eksternal terlihat bahwa nilai bobot peluang dari masing-masing elemen adalah 0,50 sedangkan ancaman 0,40, maka dapat diperoleh table bobot skor pada table EFAS sebesar 0,90. Dapat disimpulkan bahwa peluang sangat besar untuk meningkatkan persaingan dalam usaha.

Tabel 4.4

Tabel Hasil Analisis Matrik EFAS

NO	Faktor Eksternal	Bobot	Peringkat	Nilai
	Peluang			
1.	Terdapat banyak penduduk.	0.10	2	0.20

2.	Melakukan kerjasama dengan pasar	0.15	2	0.30
3.	Permintaan konsumen yang banyak	0.10	2	0.20
4.	Lokasi yang mendukung	0.15	2	0.30
	Jumlah	**0.50**		**1.00**
	Tantangan			
1.	Berhadapan dengan waserda-waserda yang lain	0.15	3	0.45
2.	Produk yang dijual sama dengan yang dipasarkan waserda-waserda yang lain	0.15	3	0.45
3.	Berdirinya waserda-waserda yang baru.	0.10	1	0,10
	Jumlah	**0.40**		**1.00**
	Total	**0.90**		**2.00**

Sumber: Hasil penelitian lapangan, 2016 (data diolah

3. Matrik SWOT

Setelah dilakukan analisis dan diberi bobot serta peringkat untuk masing-masing elemen dari faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) pada Waserda Mutia.Maka dari semua faktor tersebut dapat digambarkan dalam bentuk matrik SWOT. Melalui matrik SWOT akan terlihat secara lebih rinci elemen dari faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang dapat meningkatkan strategi bersaing. Pada matrik SWOT dapat dirumuskan beberapa alternative strategi yaitu S-O *(Strenght-*

Opportunities), S-T *(Strenght-Treath)*, W-O *(Weakness-Opportunities),* W-T *(Weakness-Treath).*

Formulasi strategi yang dapat dimanfaatkan dalam peningkatan strategi bersaing antara lain dapat dilihat pada table berikut.

Tabel 4.5

Matrik SWOT Analisa Strategi Bersaing Waserda Mutia dalam Mempertahankan Pangsa Pasardi Silang Empat

Internal (IFE) / **Eksternal (EFE)**	**Strength/S (Kekuatan)**	**Weakness/W(Kelemahan)**
	1. Pelayanan sesuai dengan prinsip syariah 2. Menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan 3. Selalu mempromosikan produk-produk yang baru	1. Produk-produk yang dipasarkan sejenis dengan orang lain 2. Tenaga kerja terbatas 3. Masih kurangnya promosi dari Waerda Mutia 4. Posisi keuangan lemah
Opportunities/O (Peluang)	**Strategi S-O**	**Strategi W-O**
1. Terdapat banyak penduduk. 2. Melakukan kerjasama dengan	1. Waserda mutia harus lebih mempertahankan prinsip-prinsip	1. Meningkatkan lagi proses persaingan Waserda Mutia

pasar 3. Lokasi yang mendukung 4. Permintaan konsumen yang banyak.	syariah. 2. Tetap menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan 3. Tetap mempertahankan produk 4. Lokasi yang dekat dengan keramaian.	yang berbasis syariah yang ada di Silang Empat 2. Menambah tenaga kerja yang ahli di bidang persaingan. 3. Meningkatkan promosi yang lebih modern.
Treath/T (Tantangan)	**Strategi S-T**	**Strategi W-T**
1. Berhadapan dengan waserda-waserda yang lain 2. Produk yang dijual sama dengan yang dipasarkan waserda-waserda yang lain. 3. Berdirinya waserda-waserda yang baru. 4. Persaingan semakin kuat	1. Meningkatkan kualitas produk rumah tangga. 2. Menyediakan beberapa produk yang berbeda dengan waserda-waserda yang lain 3. Mempertahankan *image* yang baik di mata pelanggan	**1.** Meningkatkan mutu pelayanan dan promosi agar produk lebih dikenal masyarakat. **2.** Memperbaiki terus-menerus tentang kekurangan persaingan agar persaingan menjadi lebih efektif.

Sumber: *Hasil Penelitian Lapangan*, 2016 (data diolah)

Dari Matrik SWOT diatas dapat dilihat beberapa alternative strategi yang dapat digunakan dalam meningkatkan strategi bersaing. Alternatif strategi dapat diterapkan yaitu:

1. Strategi *Strength-Opportunities (S-O)*

Strength-Opportunities (S-O) strategi merupakan strategi dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada, beberapa Strategi S-O yang dapat diterapkan untuk peningkatan strategi bersaing.Adalah Waserda mutia harus lebih mempertahankan prinsip-prinsip syariah.Tetap menjalin hubungan yang baik dengan pelangganTetap mempertahankan produkLokasi yang dekat dengan keramaian.

2. Strategi *Weakness-Opportunities (W-O)*

Dalam strategi ini diupayakan untuk meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Strategi yangdilakukan adalah Meningkatkan lagi proses persaingan Waserda Mutia yang berbasis syariah yang ada di Silang Empat Menambah tenaga kerja yang ahli di bidang persaingan, Meningkatkan promosi yang lebih modern.

3. Strategi Strenghts-Treaths (S-T)

Merupakan strategi dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi berbagai ancaman yang ada.Strategi yang dilakukan adalah Meningkatkan kualitas produk rumah tangga, Menyediakan beberapa produk yang berbeda dengan waserda-waserda yang lainMempertahankan *image* yang baik di mata pelanggan.

4. Strategi Weakness-Treaths (W-T)

Merupakan strategi yang digunakan untuk meminimalkan kelemahan serta ancaman yang ada pada strategi bersaing.Strateginya adalah Meningkatkan mutu

pelayanan dan promosi agar produk lebih dikenal masyarakat, Memperbaiki terus-menerus tentang kekurangan persaingan agar persaingan menjadi lebih efektif.

D. Tabel Bobot Skor

Setelah dilakukan analisa terhadap setiap strategi yang telah ditetapkan apakahitu strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT. Maka langkah selanjutnya yang harus diambil adalah dengan memilih salah satu dari keempat strategi yang telah ditetapkan.

Perusahaan dapat memakai pendekatan metode table bobot skor, dimana perusahaan dapat menilai manakah dari keempat strategi itu yang mempunyai nilai skor tinggi. Strategi dengan skor tertinggi akan dipakai oleh perusahaan dalam membuat kebijakan dan kepuasan yang mempengaruhi performa. Berikut table bobot skor pada perusahaan:

Tabel 4.6

Tabel Bobot skor pada Matrik SWOT

Internal Eksternal	Kekuatan (*Stenght)* **S**	Kelemahan *(Weakness)*

		W
Peluang *(Oppoetunities)* **O**	Strategi S-O Total Skor 0,50 + 0,50=1,00	Strategi W-O Total Skor 0,40 + 0,50=0,90
Ancaman *(Treaths)* ***T***	Strategi S-T Total Skor 0,50 + 0,40=0,90	Strategi W-T Total Skor 0,40 + 0,40=0,80

Sumber: analisis data primer.

Hasil Analisis

Setelah dijelaskan tentang alternative strategi pada matrik SWOT dan table, maka dapat dipilih alternative strategi persaingan pada Waserda Mutia dalam mempertahankan pangsa pasar di Silang Empat adalah strategi *S-O*, strategi ini dilakukan untuk meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Beberapa Strategi *S-O* yang dapat diterapkan untuk peningkatan strategi bersaing adalah:

a. Waserda Mutia lebih mempertahankan prinsip-prinsip syariah krena mayoritas penduduk di Silang empat adalah beragama Islam, harga bersaing dengan waserda-waserda yang ada, menerima masukan dan keluhan dari pelanggan. Waserda mutia juga memberikan keringanna bagi orang yang tidak mampu untuk membeli secara cash dan batasan waktu. (ta'awun / tolong menolong).
b. Tetap menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. Seperti: memberikan diskon atau pengurangan harga bagi pelanggan yang membeli dalam jumlah banyak.

c. Lokasi yang dekat dengan keramaian, dengan strateginya tempat yang dimiliki oleh Waserda Mutia ia bisa menawarkan jasa lainnya seperti: pembayaran token listrik, dan membukak depot air.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang dilakukan pada Waserda Mutia, maka dapat disimpulkan yaitu, dalam strategi bersaing diperoleh beberapa faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman antara lain yaitu

Dari faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan dapat dirumuskan strategi *S-O*, yang dijadikan sebagai langkah awal dalam meningkatkan strategi bersaing antara lain Waserda Mutia telah menerapkan prinsip-prinsip syariah karena mayoritas penduduk di Silang empat adalah beragama Islam, harga bersaing dengan waserda-waserda yang ada, menerima masukan dan keluhan dari pelanggan. Waserda mutia juga memberikan keringanan bagi orang yang tidak mampu untuk membeli secara cash dan batasan waktu. (ta'awun / tolong menolong).

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti menyampaikan beberapa saran bagi pihak terkait, yang bisa dijadikan bahan informasi untuk penagambilan keputusan dimasa yang akan datang, saran yang akan penulis berikan adalah sebagai berikut: Bagi Pemilik Waserda, Sebaiknya Waserda Mutia Lebih meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan, cepat tanggap dalam melayani pelanggan dan mengedepankan etika bisnis Islam dalam bersaing.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Yatimin. *Studi Akhlak dalam Perspektif Al-Qur'an*.

Akbar, Purnomo Setiady Husaini Usman. 1995. *Metodologi Penelitian Sosial*.Jakarta: PT Bumi Aksara, 1995.

Al-Hikmah. 2007. Al-Qur'an dan terjemah. Bandung: CV Dipenorogo.

Al-Munajjid Syaikh M. Shalih dan Shahih bin Ghanim As-Sadlan. 2007. *Intisari Fiqh Islam.* Surabaya: Pustaka La Raiba Bima Amanta (eLBA).

AnaragoPandji. 1997. *Manajemen Bisnis,* Jakarta: PT RINEKA CIPTA.

Arifin, Johan. 2009. *Etika Bisnis Islami.* Semarang: Walisongo Press.

Beekum, RafikIssa. 2004. *EtikaBisnisIslami*. Yogyakarta: PustakaBelajar.

Daud Habibah dan Mohamad Daud. 1996. *Lembaga-Lembaga Islam di Indonesia*. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.

Edilusi dan Sudorsono. 1994. *Kamus Ekonomi Uang Dan Bank*. Jakarta Rineka Cipta.

Faisal, Sanafiah. 1982. *Metodologi Penelitian*. Bandung : Usaha Nasional.

Fauzia Ika Yunia. 2013. *Etika Bisnis Dalam Islam.*Jakarta: Kencana.

Haroen, Nasroen. 2007. *Fiqh Muamalah.* Jakarta: Gaya Media Pratama.

Indriyo, Gito sudarmo. *Pengantar Bisnis.* Yogyakarta: BPFE.

Jusmaliani. 2008. *Bisnis Berbasis Syariah.* Jakarta: Bumi Aksara.

Kamus Besar Bahasa Indonesia.2008.Depertemen Pendidikan Nasional Kbbi Android.

Kotler. 2008. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1.* Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.

Lestari Wedia. 2015. Strategi Pengembangan Usaha Ikan Bilih, Skripsi Sarjana Pada, IAIN BUKITTINGGI, Tidak diterbitkan.

Lubis K .Suhrawardi. 2000. *Hukum Ekonomi Islam.* Jakarta: Sinar Grafika.

Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Selemba Empat.

Muhammad. 2007. *prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Graham Ilmu

Muhammad Teguh. 1999. *Metode Penelitian Ekonomi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Mulyadi Kartini, Gunawan Widjaja. 2003. *Jual Beli*.Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Muttaqin Ungki Miftahul. 2009.*Skripsi: Peran Komisis Pengawas Persaingan Usaha (KPPI) Perspektif Hukum Islam* (UIN Sunan Kalijaga)

Nurwahyudi Anggi. 2015 Analisis Strategi Bersaing Bisnis Ayam Dalam Mempertahankan Usahanya Di Kecamatan Payakumbuh Barat Kota Payakumbuh, Skripsi Sarjana pada STAIN BUKITTINGGI, tidak diterbitkan.

Pasal 3 Undang-undang No.5 Tahun 1999.

Pasal 2 Undang-undang No 5 Tahun 1999.

Prayoga D Ayudha.1999. *Persaingan Usaha dan Hukum yang Mengaturnya*.

Pusat bahasa Depertemen Pendidikan Nasional. 2008. Kamus Bahasa Indonesia. Jakarta Pusat Bahasa.

Qodratillah Meiti Takdir dkk.2011. Kamus Bahasa Indonesia Untuk Pelajar. Jakarta, Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa Kementrian Pendidikan Dan Kebudayaan.

Sofia Mega. 2015 Strategi Pengembangan Usaha Warnet Alfa Net Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Menurut Presepektif Ekonomi Islam, Skripsi Sarjana Pada, IAIN BUKITTINGGI, Tidak diterbitkan.

Solihin Ismail. 2012.*Manajemen Strategik,* (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.

Subagyo, Joko. 1997. *Metodologi Penelitian dan Teori Praktek.* Jakarta: RinekaC ipta.

Supranto. 1993. *Metode Ramalan Kuantitatif*. Jakarta:Rineka Cipta.

Tafsir.com/4-an-nisa/ayat-29, diakses 27 Juli 2016

Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. 2002 *Kamus Besar Bahasa Indoneia,*.Jakarta :Balai Pustaka.

UmerM.Chapra.2001. *Masa Depan Ilmu Ekonomi. Sebuah Tinjauan Islam.*

Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat pasal 30.

Usman, Husaini. 1995. Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial.* Jakarta: PT Bumi Aksara.

https://charlessimbolon.blogspot.com/2014/11/tujuan-manfaat-dan-fungsi-analisis-SWOT.html

http://.organisasi.org/1970/01/arti-singkatan-waserda-kepanjangan-dari-waserda-kamus-

akronim-bahasa-indonesi.html.

http://www.pengertianku.net/2015/03/pengertian-analisis-swot-dan-manfaatnya.html

https://widuri.raharja.info/index.php/Analisa_SWOT.html(Rabu,15Oktober2014,pukul23.58)

PEDOMAN WAWANCARA

JUDUL SKRIFSI: Analisis Strategi Bersaing Waserda Mutia Dalam Mempertahankan Pangsa Pasar Menurut Prspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus: Silang Empat Kec. Dua koto kab. Pasaman)

Wawancara Dengan:

Nama: Tanti Warni

Jabatan: Pimpinan

Tanggal: 17- Selesai, Juli 2016

1. Apa Kekuatan Waserda Mutia dalam mempertahankan pangsa pasar?

   Jawaban: Menjalin komunikasi yang baik, antara pimpinan dan karyawan, antara karyawan dengan pelanggan. Selalumempromosikan barang-barang yang baru (produk-produk) kepada pelanggan, dan memberikan jaminan terhadap pembelian yang banyak.

2. Berapa Modal awal Waserda Mutia?

   Jawaban: Modal awal Waserda Mutia sebesar 150 juta, yang berasal dari uang pribadi dan pinjaman dari keluarga.

3. Berapa omset Waserda Mutia per bulan?

   Jawaban: Omset Waserda Mutia per bulan adalah sekitar 529.870

4. Bagaimana Waserda Mutia menghadapi aktivitas *competitor*?

   Jawaban: Dalam menghadapi pesaing Waserda Mutia menerapkan hal-hal berikut:

   1.meningkatkan pelayanan terhadap pembeli.

2.menerima segala keluhan serta saran pelanggan.

3.memberikan bonus kepadapelanggan yang membeli dalam jumlah banyak.

5. Bagaimana pandangan Bapak/Ibu pengunjung tentang pelayanan Waserda Mutia?

   Jawaban: Elmila Dasti, Berdasarkan pengalaman saya berbelanja di Waserda Mutia bahwa terkesan belum maksimalnya pelayanan yang diberikan karena karyawan di Waserda Mutia masih kurang tanggap dalam memberikan pelayanan.

   Jawaban: Irma Suruiani, Berdasarkan pengalaman sayaberbelanja di Waserda Mutia bahwa terkesan belum maksimalnya pelayanan yang diberikan oloh karyawan dalam masalah pasilitas parker, sempitnya area parker

   Jawaban: Bustanil Arifin, Berdasarkan pengalaman saya berbelanja di Waserda Mutia bahwa sudah terkesan sangat baik, karena berbelanja disan sudah, dilayani dengan ramah dan sopan.

6. Bagaimana cara Waserda Mutia menyikapi aktivitas *competitor*?

   Jawaban: Harga bersaing dengan waserda-waserda yang ada dengancara yang sehat.

7. Bagaimana Waserda Mutia mengantisipasi aktivitas *competitor*?

   Jawaban: Waserda Mutia mengatasi *competitor* adalah dengan cara Menjual barang yang tidak ada pada waserda-waserda yang lain, meningkat kan kualita sproduk, dan Diversifikasi usaha (membuka usaha baru)

SURAT KETERANGAN TELAH SELESAI WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Saptono

Dengan ini menerangkan bahwa EMMITA, NIM. 3212.127 benar telah mewawancarai saya pada tanggal 18 juli 2016, untuk kegiatan penelitian Skripsi dengan judul: "**ANALISIS STRATEGI BERSAING WASERDA MUTIA DALA MEMPERTAHANKAN PANGSA PASAR MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus: Silang Empat Kec. Dua Koto Kab. Pasaman)**"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan dengan semestinya.

Pasaman, 18 Juli 2016

Pewawancara	Informan
(Emmita)	(SAPTONO)

SURAT KETERANGAN TELAH SELESAI WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ratna Ilis

Dengan ini menerangkan bahwa EMMITA, NIM. 3212.127 benar telah mewawancarai saya pada tanggal 19 juli 2016, untuk kegiatan penelitian Skripsi dengan judul: "**ANALISIS STRATEGI BERSAING WASERDA MUTIA DALA MEMPERTAHANKAN PANGSA PASAR MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus: Silang Empat Kec. Dua Koto Kab. Pasaman)**"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan dengan semestinya.

Pasaman, 19 Juli 2016

Pewawancara	Informan
(Emmita)	(RATNA ILIS)

SURAT KETERANGAN TELAH SELESAI WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sri Yuliza

Dengan ini menerangkan bahwa EMMITA, NIM. 3212.127 benar telah mewawancarai saya pada tanggal 20 juli 2016, untuk kegiatan penelitian Skripsi dengan judul: "**ANALISIS STRATEGI BERSAING WASERDA MUTIA DALA MEMPERTAHANKAN PANGSA PASAR MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus: Silang Empat Kec. Dua Koto Kab. Pasaman)**"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan dengan semestinya.

Pasaman, 20 Juli 2016

Pewawancara	Informan
(Emmita)	(SRI YULIZA)

SURAT KETERANGAN TELAH SELESAI WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bustanil Arifin

Dengan ini menerangkan bahwa EMMITA, NIM. 3212.127 benar telah mewawancarai saya pada tanggal 18 juli 2016, untuk kegiatan penelitian Skripsi dengan judul: "**ANALISIS STRATEGI BERSAING WASERDA MUTIA DALA MEMPERTAHANKAN PANGSA PASAR MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus: Silang Empat Kec. Dua Koto Kab. Pasaman)**"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan dengan semestinya.

Pasaman, 18 Juli 2016

Pewawancara	Informan
(Emmita)	(BUSTANIL ARIFIN)

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BUKITTINGGI
Kampus I : Jl. Perintis Kemerdekaan Gerogah Bukittinggi | Kampus II : Jl. Gunung Aur Kubang Putih Kabupaten Agam, Sumatera Barat
Telp. (0752) 33136, 34088 Fax. (0752) 32870 | Website : http://iainbukittinggi.ac.id e-mail : info@iain.bukittinggi.ac.id

SURAT KEPUTUSAN REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BUKITTINGGI
Nomor : In.26/PP.00.9/ 183 /2016

Tentang
Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

REKTOR IAIN BUKITTINGGI

Membaca : Surat Permohonan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi an. **Emmita NIM. 3212.127** tanggal 20 Mei 2016, perihal permohonan Pengesahan Judul Skripsi.

Menimbang :
a. Bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan skripsi mahasiswa IAIN Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. Bahwa nama-nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II.

Mengingat :
1 Undang-undang No.20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2 Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 1999, tentang Pendidikan Tinggi;
3 Keputusan Presiden Nomor 18 Tahun 2014, tentang Perubahan STAIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi menjadi IAIN Bukittinggi.
4 Keputusan Menteri Agama RI. Nomor 492 Tahun 2003, tentang Pemberian Kuasa dan Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian Pegawai Negeri Sipil (PNS) dilingkungan Departemen Agama.
5 Keputusan Menteri Agama RI No.12 Tahun 2015, tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Bukittinggi

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul " **Analisis Strategi Bersaing Waserda Mutia dalam Mempertahankan Pangsa Pasar menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Silang Empat Kec. Dua Koto Kab. Pasaman).** "

Kedua : Menunjuk saudara-saudara :

A
Nama	:	**Dr. Iiz Izmuddin, MA**
NIP	:	19750303 200112 1007
Pangkat/Gol.Ruang	:	Penata Tk.I (III/d) / Lektor Kepala
Bidang Keahlian Pokok	:	Fiqh
Memberi Mata Kuliah	:	Fiqh Muamalah
Untuk Tugas	:	Pembimbing I

B
Nama	:	**Yefri Joni, MA**
NIP	:	19760206 200312 1004
Pangkat/Gol.Ruang	:	Penata Muda Tk.I (III/b) / Asisten Ahli
Bidang Keahlian Pokok	:	Ekonomi Islam
Memberi Mata Kuliah	:	Bank dan Lembaga Keuangan Syariah
Untuk Tugas	:	Pembimbing II

Ketiga : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 15 Juni 2016

Rektor,

RIDHA AHIDA

Tembusan
1. Masing-masing Pembimbing
2. Mahasiswa yang bersangkutan

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa :

Nama	: **EMMITA**
NIM	: 3212.127
Jurusan/Fakultas	: Ekonomi Islam/Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut	: IAIN Bukittinggi

Telah melakukan Penelitian pada perusahaan "Waserda Mutia" dengan judul :

"ANALISIS STRATEGI BERSAING WASERDA MUTIA DALA MEMPERTAHANKAN PANGSA PASAR MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus: Silang Empat Kec. Dua Koto Kab. Pasaman)"

Dengan Surat Keterangan ini kami buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas Perhatian dan Kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Pasaman, 17 Juli 2016

Tanti Warni
Pimpinan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA DIRI



Nama : **Emmita**

NIM : 3212.127

Tempat Lahir : Silang Empat

Tanggal Lahir : 27 Februari 1992

Anak ke : 5 dari 7 bersaudara

Alamat : Pasaman Timur

Nama Orang Tua

Ayah : Anisman

Ibu : Samsinar

B. DATA PENDIDIKAN

1. SDN 07 Silang Empat (Tahun 2001-2006).
2. MTSN Andilan (Tahun 2006-2009).
3. SMA Negeri 1 Dua Koto (Tahun 2009-2012).
4. S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi (Tahun 2012-2016)