

# Analisis Strategi Bersaing Usaha Makanan Khas Daerah Pariaman Ditinjau dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi Kasus: Ulakan Tapakis)

*by* Sutia Putri

---

**Submission date:** 21-Aug-2024 04:43PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2435461895

**File name:** Transformasi\_Vol\_3\_no\_3\_September\_2024\_hal\_204-217.pdf (1,002.82K)

**Word count:** 4898

**Character count:** 31852



1  
**Analisis Strategi Bersaing Usaha Makanan Khas Daerah Pariaman  
Ditinjau dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi Kasus: Ulakan Tapakis)**

4  
**Sutia Putri<sup>1\*</sup>, Novera Martilova<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek  
Bukittinggi, Indonesia

Email: [sutiaputri23@gmail.com](mailto:sutiaputri23@gmail.com)<sup>1</sup>, [martilovanovera@gmail.com](mailto:martilovanovera@gmail.com)<sup>2</sup>

\*Korespondensi penulis: [sutiaputri23@gmail.com](mailto:sutiaputri23@gmail.com)

**Abstract.** *This research has the aim of being able to find out and analyze the competitive strategies carried out in regional specialty food businesses amidst many competitors and to find out how the sharia business perspective in the competitive strategy of regional specialty food businesses in Ulakan Tapakis. This research uses qualitative descriptive research methods. This type of qualitative descriptive research is research where the aim is to provide descriptions of facts and characteristics related to the phenomenon being studied. This qualitative research aims to produce data in the form of verbal words and how the business behavior is being observed. This research was conducted through direct observation and interviews with regional specialty food traders in Ulakan Tapakis and market managers in Ulakan Tapakis. The results of this research are business competitive strategies carried out by regional specialty food traders in Ulakan Tapakis. And a review of sharia business in the business competitive strategy carried out by each regional specialty food business trader in sharia business, whether it is in accordance with sharia business in the implementation of its business strategy in order to gain an advantage in competing in regional specialty food businesses with strategies implemented by traders such as: strategy promotions, pricing strategies, service strategies, strategies for improving taste quality, and marketing strategies implemented by regional specialty food business traders related to the business strategies they carry out from a sharia business perspective.*

**Keywords:** *Competitive strategy, regional specialties, sharia business.*

**Abstrak.** Penelitian ini memiliki tujuan yaitu agar dapat mengetahui dan menganalisis strategi bersaing yang dilakukan pada usaha makanan khas daerah ditengah banyaknya pesaing dan untuk mengetahui bagaimanakah perspektif bisnis syariah dalam strategi bersaing usaha makanan khas daerah di ulakan Tapakis. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Jenis penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang dimana tujuannya adalah untuk memberikan gambaran-gambaran tentang suatu fakta, sifat-sifat yang berhubungan dengan fenomena yang sedang diteliti. Penelitian kualitatif ini memiliki tujuan agar menghasilkan sebuah data berbentuk kata-kata secara lisan serta bagaimana perilaku yang sedang diamati. Penelitian ini dilakukan melalui observasi serta wawancara langsung kepada pedagang usaha makanan khas daerah di ulakan tapakis dan pengelola pasar di ulakan tapakis. Hasil penelitian ini yaitu strategi bersaing usaha yang dilakukan pedagang usaha makanan khas daerah di ulakan tapakis. Tinjauan bisnis syariah dalam strategi bersaing usaha yang dilakukan oleh setiap pedagang usaha makanan khas daerah dalam bisnis syariah apakah telah sesuai dengan bisnis syariah didalam penerapan usahanya agar dapat memperoleh keunggulan dalam bersaing usaha makanan khas daerah dengan strategi yang diterapkan pedagang seperti: strategi promosi strategi harga, strategi pelayanan, strategi dalam meningkatkan kualitas rasa, dan strategi pemasaran yang diterapkan oleh pedagang usaha makanan khas daerah terkait strategi usaha yang dilakukannya dalam perspektif bisnis secara syariah.

**Kata Kunci:** Strategi Bersaing, Makanan Khas Daerah, Bisnis Syariah.

## 1. LATAR BELAKANG

Pada perkembangan dunia industri usaha pada saat sekarang membuat tingkat persaingan usaha pun semakin meningkat. Hal ini juga dipengaruhi terhadap kemajuan dalam sistem teknologi yang semakin modern saat ini. Yang menyebabkan semakin kuatnya kompetisi diantara industri usaha yang ada. Sehingga para pemilik industri usaha harus mampu untuk terus meningkatkan kemampuannya agar dapat bertahan terhadap persaingan dalam sebuah bisnis yang semakin kompetitif. Strategi sangat penting dan dibutuhkan dalam kehidupan salah satunya terhadap sistem perekonomian pada masyarakat, karena dengan strategi diharapkan agar segala aktivitas yang akan dilakukan dapat berjalan dengan baik dan efektif. Strategi pada hakikatnya adalah suatu perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai sasaran yang ingin dicapai dalam suatu kegiatan yang dijalankan oleh setiap orang atau pelaku usaha.

Pelaku usaha yang dapat bertahan terhadap segala bentuk persaingan bisnis ialah pelaku usaha yang dapat menyesuaikan diri terhadap segala bentuk perubahan-perubahan yang ada dalam dunia usaha saat ini. Ditambah dengan adanya kemajuan terhadap sistem teknologi yang mesti disikapi setiap pembisnis dengan memanfaatkan perkembangan sistem informasi yang ada dalam menjalankan usahanya. Setiap pembisnis harus mampu memanfaatkan sistem teknologi untuk menjalankan berbagai aktivitas bisnis seperti pemasaran, promosi, dan juga sarana untuk berkomunikasi kepada setiap konsumen dan pembeli dalam menjalankan usahanya. Hal ini menjadi salah satu strategi yang dapat dimanfaatkan dalam menghadapi persaingan dalam dunia usaha pada saat sekarang.

Strategi dibutuhkan dalam dunia usaha dan bisnis bagi manusia karena dengan strategi diharapkan akan dapat mempermudah setiap segala aktivitas bisnis yang akan dikelola berjalan sesuai pada visi dan misi dalam suatu usaha. Sebagai manusia yang senantiasa tidak dapat terlepas dalam dunia perekonomian untuk keberlangsungan kehidupan tentunya strategi yang dijalankan dalam kehidupan sehari-hari haruslah strategi yang positif, baik dan tidak merugikan orang lain demi terwujudnya kedamaian bersama bagi setiap orang sehingga menciptakan dunia usaha yang sehat dan kondusif pada setiap pelaku usaha. Strategi juga sebagai cara atau pedoman yang bisa dilakukan untuk mencapai sebuah sasaran dalam berbisnis. Strategi merupakan bagian utama terhadap perusahaan dalam upaya meningkatkan pendapatan yang diperoleh dalam penjualan barangnya untuk mencapai target penjualan, dengan tujuan pokok yaitu untuk meningkatkan kualitas produk yang bermutu pada setiap industri usaha, agar lebih laku dan diminati oleh seluruh konsumen dan pembeli. Pada lingkungan bisnis yang begitu kompetitif, pembisnis harus memiliki kemampuan untuk dapat

membedakan produk yang dihasilkannya dengan produk perusahaan yang lain, dengan tujuan agar mendapatkan keunggulan dalam persaingan usaha. Produk yang dihasilkan harus memiliki ciri khas tersendiri yang dapat membedakan produknya dengan produk pesaing yang lain untuk merebut perhatian dan kepercayaan konsumen sehingga menjadi produk yang special dimata konsumen. Keunggulan bersaing adalah posisi yang harus dikembangkan oleh setiap pembisnis dalam menghadapi para pelaku usaha yang lainnya dan perusahaan dapat memperoleh keunggulan produk dipasaran. Dengan ini, keunggulan bersaing hanya dapat dicapai dengan pengembangan produk-produk yang dihasilkan.

Menghadapi persaingan dalam membangun suatu usaha diperlukan beberapa faktor salah satunya adalah strategi bersaing agar setiap pembisnis yang telah merintis usahanya dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan serta dapat menghasilkan suatu laba atau keuntungan dalam usaha. Banyak cara yang dapat diterapkan untuk mempertahankan usaha tersebut dengan berbagai macam strategi bersaing yang diterapkan pembisnis untuk bisa menunjukkan kemampuan mereka dalam bertahan pada persaingan dalam dunia bisnis.

Makanan khas merupakan salah satu karya budaya masyarakat turun-temurun pada suatu daerah. Dalam pembuatan makanan khas dan tradisonal peranan unsur budaya begitu penting, yaitu dari bentuk keterampilan, kreativitas, sentuhan seni, budaya, tradisi dan selera dari masyarakat. Setiap daerah yang ada memiliki ciri khas dan citra rasa tersendiri dalam proses pembuatan makanan sesuai dengan kondisi dan budaya masyarakat pada setiap daerah. Seiring dengan perkembangan zaman, kemampuan masyarakat dalam membuat makanan khasnya semakin meningkat dan citra rasanya pun beraneka ragam.

Kota Pariaman tidak hanya dikenal dengan kota pariwisata tetapi juga kota yang memiliki berbagai macam makanan kuliner khas daerah dan jajanan khas daerah. Dengan potensi yang dimiliki oleh kota pariaman maka diperlukan strategi yang tepat untuk pengembangan wisata guna meningkatkan pendapatan daerah dan juga sebagai sarana memperkenalkan makanan khas daerah pariaman kepada para wisatawan diberbagai daerah. Pelaku usaha makanan khas daerah adalah usaha yang banyak ditekuni oleh masyarakat di daerah pariaman salah satunya di Ulakan Tapakis. Karena usaha ini menjadi salah satu peluang untuk masyarakat dalam membantu perekonomian keluarga. Pedagang makanan khas daerah yang ada di Ulakan Tapakis memiliki berbagai strategi bersaing yang berbeda-beda dalam menjalankan usahanya ditengah banyaknya pesaing usaha yang sama. Dilihat dari pendapatan yang diperoleh masing-masing pedagang dapat dilihat bagaimana strategi masing-masing pedagang dalam mempertahankan usahanya.

Daerah Ulakan Tapakis yang terletak Kabupaten Padang Pariaman Provinsi Sumatera Barat merupakan daerah yang dekat dengan pantai sehingga menyebabkan daerah ini sebagian besar mata pencarian penduduknya adalah nelayan dan berdagang <sup>13</sup> usaha makanan khas daerah. Biasanya pada <sup>14</sup> usaha makanan khas daerah ini lebih dominan bahan dasarnya dari sumber alam yang dihasilkan didaerah Ulakan Tapakis yaitu adalah ikan. Ikan dijadikan sebagai bahan dasar dan utama dalam olahan proses pembuatan makanan khas daerah. Adapun makanan khas daerah yang diproduksi dengan bahan utamanya ikan yaitu: sala lauak, rakik udang, rakik ikan, udang, rakik kepiting, rakik baledang, udang goreng dan lain-lain.

Pedagang makanan khas daerah di Ulakan Tapakis ini kebanyakan adalah ibu rumah tangga, dimana mereka menjadikan usaha ini untuk membantu perekonomian keluarga dan juga usaha ini adalah usaha turu-temurun dari keluarga mereka sehingga mereka hanya meneruskan saja usaha keluarganya. Para pedagang makanan khas daerah ini mulai bukap sekitaran jam 9 atau <sup>14</sup> 10 pagi sampai nanti jam 9 malam dari hasil wawancara dilapangan dengan beberapa pedagang <sup>14</sup> makanan khas daerah yang ada di Ulakan Tapakis. Banyaknya pedagang <sup>14</sup> makanan khas daerah yang ada di Ulakan Tapakis ini menyebabkan sangat ketatnya persaingan usaha yang ada. Sehingga setiap pedagang memiliki berbagai strategi yang berbeda-beda dalam bertahan ditengah banyaknya pesaing usaha yang sama. Adapun strategi yang dilakukan setiap pedagang makanan khas daerah di Ulakan Tapakis adalah strategi promosi, strategi harga, strategi pelayanan, strategi dalam kualitas rasa, dan strategi pemasaran yang dilakukan pedagang makanan khas daerah di Ulakan Tapakis.

<sup>7</sup> Berdasarkan Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 148

وَلِكُلِّ وُجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ اِنَّ مَا تَكُوْنُوْنَ اِيْتٌ بِكُمْ اللّٰهُ جَمِيْعًا اِنَّ اللّٰهَ عَلٰى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيْرٌ

*Artinya: Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Dimana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh, Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Seungguh Allah mahakuasa atas segala sesuatu.*

<sup>12</sup> Berdasarkan ayat diatas menjelaskan bahwa sebagai pembisnis atau pelaku untuk segera dan bergegas dalam melakukan kebaikan dalam mendorong setiap manusia untuk saling bersaing dan berlomba-lomba dalam hal kebaikan. Sikap ini akan melahirkan persaingan bisnis bagi kebaikan bersama. Persaingan ini dapat dikatakan sebagai persaingan positif (fastabiqul khairat). Al-Qur'an menganjarkan para pelaku usaha dapat memberikan kebaikan pada setiap kegiatan bisnis yang dilakukannya. Sebagai seorang pembisnis muslim dianjurkan untuk memberikan ha-hal yang baik dalam persaingan dan berusaha menghadapi segala bentuk persaingan dengan tidak merugikan atau memudhratkan para pelaku usaha yang lainnya.

Selanjutnya para pembisnis harus memiliki prinsip bahwa persaingan bukanlah hal yang digunakan untuk menjatuhkan pembisnis yang lain, melainkan sebagai suatu usaha dalam meningkatkan kualitas terbaik terhadap produk yang dihasilkan untuk mencapai keunggulan dalam produknya.

Berdasarkan uraian diatas menjadi dasar peneliti dalam meneliti apa saja strategi bersaing yang dilakukan pada usaha makanan khas daerah di Ulakan Tapakis dan bagaimana perspektif bisnis syariah dalam strategi bersaing usaha makanan khas daerah di Ulakan Tapakis. Penulis menggunakan metode penelitian berupa wawancara langsung kepada pedagang usaha makanan khas daerah di Ulakan Tapakis. Dimana jenis penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang tujuannya adalah untuk memberikan gambaran-gambaran tentang semua fakta dan sifat-sifat yang memiliki hubungan dengan fenomena dan kejadian yang diteliti. Penelitian kualitatif ini memiliki tujuan agar menghasilkan sebuah data berbentuk kata-kata secara lisan serta bagaimana perilaku yang diamati dilapangan. Penelitian ini adalah penelitian yang bersifat lapangan, yakni penelitian yang dimana dilakukan di lapangan atau lokasi tempat penelitian dalam menyelidiki permasalahan yang sedang diamati saat ini. Penelitian yang sedang diamati sekarang ini digolongkan pada penelitian deskriptif, alasannya karena penelitian ini mengungkapkan tentang analisis strategi bersaing usaha makanan khas daerah pariaman ditinjau dalam perspektif bisnis syariah di Ulakan Tapakis.

Teknis pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini yakni dengan melakukan wawancara langsung kepada pedagang makanan khas daerah Pariaman di Ulakan Tapakis. Dan penulis juga melihat secara langsung bagaimana cara strategi bersaing yang dilakukan oleh pedagang usaha makanan khas daerah Ulakan Tapakis. Sebagai sumber sekunder penelitian ini, didapatkan dari segala informasi yang terkait menggunakan jurnal-jurnal, buku-buku, artikel dan bukti-bukti yang berkaitan dengan pembahasan yang mengkaji tentang analisis strategi bersaing usaha makanan khas daerah pariaman ditinjau dalam perspektif bisnis syariah di Ulakan Tapakis.

## 2. KAJIAN TEORITIS

### Strategi Bersaing

Strategi dalam bahasa ialah rencana yang tepat mengenai suatu kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi merupakan suatu keputusan atau tindakan yang diambil dalam mencapai sebuah target tertentu . Strategi juga cara terbaik dalam mencapai sasaran dalam menjalankan suatu kegiatan yang dilakukan. Selain itu strategi juga dikatakan sebagai penentuan tujuan dan sasaran jangka panjang pada sebuah perusahaan ataupun

organisasi. Strategi bersaing berkaitan dengan pengembangan sebuah rencana mengenai bagaimana bisnis dapat bertahan terhadap persaingan yang ada dipasar saat ini, tindakan apa yang mestinya diambil dalam keputusan, serta apa saja hal yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Tujuan strategi bersaing terhadap industri usaha dalam sebuah bisnis salah satunya untuk menempatkan posisi dalam usaha, dimana setiap pembisnis dapat melindungi diri terhadap segala bentuk ancaman persaingan dalam dunia bisnis saat ini.

Ada lima kekuatan persaingan yang akan berpengaruh terhadap profitabilitas suatu industri, yaitu: potential entrants, suppliers, industry competitors, substitutes, buyers.

a. Pesaing Potensial (*potential entrants*)

Merupakan perusahaan yang saat ini tidak bersaing dalam satu industri namun memiliki kemampuan terhadap sumber daya untuk memasuki suatu industri apabila perusahaan tersebut berkehendak,

b. Pemasok (*supplier*)

Adalah organisasi yang menyediakan input bagi suatu perusahaan seperti dalam ketersediaan bahan baku, jasa, dan tenaga kerja.

c. Persaingan antar perusahaan dalam satu industri (*industry competitors*),

Adalah menunjukkan perjuangan perusahaan dalam satu industri untuk memenangkan pangsa pasar (*market share*) maupun pangsa pelanggan (*customer share*) melalui: penetapan harga produk, pengeluaran iklan dan promosi.

d. Ancaman dari produk substitusi (*substitute products*)

Adalah suatu tekanan yang terjadi dalam usaha yang diakibatkan oleh banyaknya persaingan usaha terhadap produk tidak hanya berasal dari perusahaan yang memproduksi produk yang sama, melainkan juga berasal dari perusahaan yang memproduksi produk yang memiliki kesamaan fungsi dengan produk yang dihasilkan perusahaan lainnya.

e. Daya tawar pembeli (*buyer*)

Adalah posisi daya tawar pembeli terhadap perusahaan yang menjual barang dan jasa ditentukan oleh dua hal utama yaitu bargaining leverage (pengaruh tawar menawar) dan price sensitivity (sensitivitas harga).

### Makanan Khas Daerah

Makanan khas daerah atau makanan tradisional adalah makanan khas yang ada pada setiap daerah yang menjadi salah satu peninggalan karya seni, budaya dari nenek moyang yang harus dijaga, dikenal dan dikembangkan supaya warisan dari budaya yang tidak ternilai

harganya ini tidak hilang, lenyap akibat masuknya produk makanan dari budaya asing. Makanan tradisional merupakan makanan yang termasuk jajanan dari suatu daerah, dengan bahan campuran serta olahan yang digunakan secara tradisional dan telah berkembang disuatu daerah tertentu. Makanan daerah biasanya diolah dari resep yang sudah ada didaerah tersebut dan telah dikenal masyarakat setempat dengan bahan-bahannya diperoleh dari hasil sumber daya alam daerah itu, yang memiliki citra rasa yang khas dan berbeda pada masing-masing daerah, yang tentunya disesuaikan dengan selera dari masyarakat setempat.

Makanan tidak bisa terlepas dari unsur kebudayaan daerah. Bahan makanan, baik itu dari tumbuh-tumbuhan, hewan, maupun bahan dari hasil olahan, supaya bisa dikonsumsi oleh setiap orang memerlukan pengesahan budaya sebagaimana yang berlaku dalam suatu kelompok masyarakat. Industri kuliner memiliki hubungan erat dengan makanan dan minuman, sehingga hal ini dijadikan ciri khas atau keunikan yang dimiliki dari masing-masing daerah. Ciri khas dan keunikan tersebut tidak akan ditemui di daerah yang lainnya. Biasanya kuliner lebih kepada makanan khas daerah atau makanan tradisional dari daerah setempat yang menjadi icon dari daerah tersebut. Sehingga dikatakan juga bahwa makanan tradisional merupakan faktor pendukung terkenalnya suatu daerah karena ciri khas yang dimiliki dengan kondisi alam dan masyarakatnya. Makanan tradisional mempunyai ciri-ciri sebagai berikut ini:

- a. Resep makanan yang diperoleh secara turun-temurun dari generasi sebelumnya.
- b. Penggunaan alat tradisional tertentu didalam pengolahan makanan tersebut.
- c. Teknik olahan makanan merupakan cara pengolahan yang harus dilakukan untuk mendapatkan rasa maupun rupa yang khas dari suatu masakannya.

### **Bisnis Syariah**

Bisnis mempunyai makna pengertian yang berbeda, yang pertama bisnis adalah sebuah perusahaan sedangkan pengertian yang kedua bisnis adalah sebuah kegiatan. Secara bahasa, bisnis mempunyai arti dimana seseorang atau sekelompok orang dalam keadaan yang sibuk untuk menghasilkan keuntungan atau profit bagi dirinya atau kelompok. Bisnis merupakan pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan serta dapat memberikan manfaat bagi setiap pelakunya. Bisnis dikatakan juga sebagai suatu kegiatan yang menghasilkan barang atau jasa yang diperlukan dan dibutuhkan bagi setiap orang atau konsumen. Bisnis merupakan semua aktifitas yang bertujuan untuk mencapai laba dan keuntungan dalam suatu perusahaan yang menghasilkan barang serta jasa yang dibutuhkan oleh sistem perekonomian masyarakat. Sedangkan bisnis syariah adalah kegiatan usaha yang dilakukan oleh seseorang yang sesuai dengan syarat dan hukum agama Islam, di mana dalam



setiap cara memperoleh dan menggunakan kekayaan yang harus sesuai dengan ketentuan hukum-hukum dalam agama Islam. Adapun tujuan bisnis dalam islam adalah sebagai berikut ini:

a. Target hasil profit materi dan benefit nonmateri

Maksudnya adalah bisnis tidak hanya mencari profit (qimah madiyah atau nilai materi), tetapi juga dapat memperoleh dan memberikan benefit keuntungan serta manfaat nonmateri, baik bagi pelaku bisnis itu maupun pada lingkungan bisnis yang lain disekitarnya, seperti terciptanya suasana persaingan yang sehat, persaudaraan dalam bisnis, kepedulian sosial dan sebagainya.

b. Pertumbuhan

Apabila profit materi dan benefit nonmateri telah diperoleh, hal tersebut akan berdampak terhadap pertumbuhan yang akan mengalami peningkatan setiap tahunnya dari profit dan benefit tersebut. Upaya pertumbuhan ini tentunya tidak menyalahi aturan-aturan dalam berbisnis secara islam dimana harus sesuai dengan kaidah-kaidah dan syariat agama islam.

c. Keberlangsungan

Adalah pencapaian dari target hasil dan pertumbuhan dalam dunia bisnis yang terus diupayakan akan keberlangsungannya dalam kurun waktu yang panjang. Dalam menjaga keberlangsungan itu haruslah berpedoman terhadap aturan-aturan bisnis dalam islam agar usaha tersebut dalam berjalan dengan lancar dan baik.

d. Keberkahan

Setiap pengelola bisnis harus dapat menanamkan nilai-nilai bisnis dalam islam untuk mencapai suatu keberkahan dalam usahanya yang menjadi visi-misi terhadap bisnisnya. Agar dalam aktivitas bisnisnya senantiasa selalu berada dalam aturan syariat islam dan memperoleh keridhaan dari Allah Swt.

<sup>2</sup>  
Bagian kajian Pustaka berisikan studi teoritis dan empiris pada kajian-kajian terdahulu yang menjadi dasar dari studi saat ini. Penulis didorong untuk meninjau artikel terbaru dan dari jurnal-jurnal bereputasi dan terakreditasi dengan baik, untuk dapat memunculkan research gap. Jika ada Core Theory yang mesti dirujuk, akan lebih baik diambil dari literature primer, namun untuk dapat memunculkan research gap akan lebih baik disitasi artikel terupdate dalam 5 tahun terakhir. Jika ada hipotesis yang mesti disajikan maka pengembangan model dan hipotesis harus dikembangkan dan disajikan dengan berdasarkan literature review ini. Bangunan hipotesis memang muncul dari kajian -kajian terdahulu yang relevan dengan riset. Hindari menyajikan teori seperti dengan gaya skripsi atau tesis, dengan bertingkat-tingkat, bernomor-

nomor dan terbagi dalam berbagai sub-bagian. Cukup sajikan saja teori utama dan teori pendukung yang menjadi dasar dalam membangun hipotesis. Sajikan dalam bentuk alinea-alinea yang padat, sekitar 5-6 alinea, lalu akhiri dengan mengemukakan hipotesis.

### 3. METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Jenis penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang dimana tujuannya adalah untuk memberikan gambaran-gambaran tentang suatu fakta, sifat-sifat yang berhubungan dengan fenomena yang sedang diteliti. Penelitian kualitatif ini memiliki tujuan agar menghasilkan sebuah data berbentuk kata-kata secara lisan serta bagaimana perilaku yang sedang diamati. Penelitian ini dilakukan melalui observasi serta wawancara langsung kepada pedagang usaha makanan khas daerah di ulakan tapakis dan pengelola pasar di ulakan tapakis.

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini yakni dengan cara melakukan wawancara langsung, observasi, dan dokumentasi. Tahap awal yang dilakukan adalah melakukan pengamatan secara umum terkait situasi objek yang akan diteliti, dilihat, dan didengar semua. Penelitian yang penulis lakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi kepada para pedagang usaha makanan khas daerah yang ada di nagari Ulakan Tapakis.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Strategi Bersaing Yang Dilakukan Pada Usaha Makanan Khas Daerah Pariaman di Ulakan Tapakis

Setiap penjual makanan khas daerah ini memiliki berbagai cara dan startegi yang perlu dikembangkan agar usaha nya dapat bertahan ditengah persaingan industri usaha makanan khas daerah yang ada disekitarnya. Dari sejumlah pedagang yang diwawancarai terkait strategi yang diterapkannya dan dilakukan oleh masing-masing pedagang dalam bersing ditengah banyaknya mitra usaha yang sama di daerah tersebut, diperoleh informasi terkait strategi dari setiap pedagang yang ada di Ulakan Tapakis.

Adapun strategi bersaing yang dilakukan oleh setiap pedagang adalah sebagai berikut:

#### a. Strategi Promosi

Strategi promosi yang diterapkan oleh setiap pedagang adalah salah satu strategi yang paling dominan digunakan oleh sebagian pedagang makanan khas daerah di Ulakan Tapakis. strategi promosi dengan menggunakan dan memanfaatkan media sosial yang mereka miliki. Adapun sosial media yang mereka pakai guna untuk menjual dan

mempromosikan usaha makanannya adalah facebook dan whatsapp yang menjadi alat promosi yang dirasa mudah digunakan dan dipakai setiap pedagang. Bagi pedagang promosi dengan mengunggah di akun facebook cukup efisien kerna terbilang mudah, gampang dan hampir setiap pedagang hanya menggunakan media promosi sosial media melalui facebook dan whatsapp.

b. Strategi Harga

Strategi selanjutnya yang banyak dilakukan oleh pedagang makanan khas daerah yang ada di Ulakan Tapakis adalah strategi harga dari produk usaha yang dijalkannya, seperti memberikan diskon harga, apabila banyaknya pesanan yang dipesan pembeli. Banyaknya pengunjung yang datang dari berbagai daerah mengakibatkan pedagang harus dapat menarik minat konsumen dan pembeli. Biasanya pedagang memberikan suatu potongan harga sedikit lebih murah apabila konsumen memesan dengan jumlah yang banyak. Potongan harga yang dimaksud ini bertujuan agar pembeli tertarik dengan harga yang ditawarkan.

c. Strategi Pelayanan

Adalah menyediakan tempat duduk dan meja untuk pelanggan dan pembeli yang datang. Selain ini strategi lainnya yang dikembangkan dalam pelayanan kepada setiap konsumen yang memesan usaha dagangannya dalam jumlah banyak, maka akan diantarkan kerumahnya langsung dengan tujuan untuk mempermudah konsumen sehingga konsumen tidak perlu susah dalam menjemput pesannya. Strategi pelayanan juga salah satu hal utama yang diprioritaskan mengingat bahwa pembeli adalah raja. Oleh karena itu setiap pedagang berusaha memberikan pelayanan yang terbaik, seperti apabila adanya pengunjung atau pembeli yang datang, maka dipersilahkan duduk dikursi yang disediakan sambil menunggu pesanan yang dibelinya disiapkan.

d. Mengutamakan kualitas rasa produk makanan

Strategi selanjutnya yang dilakukan pada pedagang makanan khas daerah di Ulakan Tapakis adalah menjaga kualitas rasa produk makanannya. Citra rasa makanan cenderung menjadi alternatif dalam bersaing pada setiap usaha makanan. Pedagang makanan khas daerah di Ulakan Tapakis berusaha menjaga kualitas dari bahan-bahan yang mereka gunakan, mulai dari kebersihan bahan-bahan yang mereka gunakan dalam pembuatan produk makanan khas daerah, dengan tujuan agar pembeli dan kosumen yang mengkonsumsi dan mencicipinya tidak merasa kecewa terhadap rasanya.

e. Strategi Pemasaran

Selain itu strategi yang dilakukan dalam persaingan yang ada saat ini adalah mengembangkan strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang dilakukan setiap pedagang usaha makanan khas daerah di Ulakan Tapakis berbeda-beda. Ada yang memasarkan produknya secara langsung kepada pembeli ada juga yang memasarkan produknya dengan menugaskan karyawan untuk berjualan keliling disekitaran tepi pantai untuk menawarkan usaha mereka kepada pengunjung yang datang.

**Perspektif Bisnis Syariah Dalam Strategi Bersaing Usaha Makanan Khas Daerah Di Ulakan Tapakis**

Strategi dalam sebuah usaha adalah serangkaian cara yang dilakukan oleh setiap usaha dalam pencapaian suatu target pasar yang ingin dicapai, dengan harapan untuk mendapatkan keunggulan bersaing pada usaha yang mereka lakukan. Strategi bersaing usaha produk makanan daerah Ulakan Tapakis dalam perspektif bisnis syariah dapat dilihat dari beberapa strategi yang diterapkan oleh masing-masing pedagang usaha makanan khas daerah di Ulakan Tapakis. Mulai dari strategi promosi yang dilakukan setiap pedagang yaitu dengan mempromosikannya secara langsung ditempat berjualan dan ada juga yang mempromosikan melalui sosial media yang mereka miliki seperti facebook dan whatsapp. Dilihat dari strategi promosi dalam mengenalkan usaha mereka apabila ditinjau dalam perspektif bisnis syariah, mereka telah menerapkan promosi yang dilakukan untuk menawarkan, menginformasikan, dan menjual produk yang dihasilkan sesuai dengan prinsip dasar dalam suatu manajemen bisnis yaitu perencanaan. Dalam hal ini tahap perencanaan yang dilakukan mereka adalah perencanaan dalam pengenalan produk usaha makanan khas daerah yang diproduksi. Selanjutnya strategi harga yang ditetapkan oleh setiap pedagang usaha makanan khas daerah ini, apabila dilihat dalam perspektif bisnis syariah. Pedagang usaha makanan khas daerah menerapkan strategi harga dalam menarik konsumen. Strategi harga yang diterapkannya yaitu memberikan potongan harga kepada pembeli yang memesan produk makanan mereka dalam jumlah yang banyak. Biasanya pesanan dalam jumlah yang banyak pada produk makanan, dikarenakan untuk sajian acara pesta dan untuk buah tangan pembeli apabila pergi kesuatu acara. Potongan harga pada pembelian atau pemesanan dalam jumlah banyak merupakan strategi yang diterapkan oleh setiap pedagang agar dapat menarik konsumen dan pembeli.

Pada perspektif bisnis syariah mengenai strategi harga didalam bisnis islam diperbolehkan selama strategi tersebut tidak menjatuhkan pihak lain (pedagang lain), dan menggunakan strategi harga yang jauh dari unsur-unsur penipuan dan kebohongan, maka

diperbolehkan agar tercapainya kepuasan dan keridhoan bersama antara penjual dan pembeli. Kemudian dalam perspektif bisnis syariah strategi pelayanan yang dilakukan oleh setiap pembisnis diperbolehkan apabila strategi tersebut tidak menyalahi aturan-aturan bisnis secara syariah dan tidak melanggar dan menyimpang dari ajaran agama. Dalam perspektif bisnis syariah, setiap wirausahaan diperbolehkan melakukan berbagai strategi berdagang atau berbisnis untuk dapat mempertahankan usaha dan bisnisnya dari pesaing yang lainnya, hal ini diperbolehkan apabila tidak merugikan pihak lain dan pedagang lain selama strategi tersebut halal dan baik dampaknya bagi usaha dan tidak menjatuhkan pedagang yang lainnya.

Strategi pelayanan yang masing-masing pedagang makanan khas daerah di Ulakan Tapakis lakukan pun tidak menyalahi aturan dalam berbisnis dalam islam, karena masing-masing pedagang telah memberikan pelayanan yang terbaik bagi setiap pembeli dan konsumen yang datang ketempat mereka. Didalam bisnis islam pun diajarkan bagaimana cara untuk melayani konsumen atau pembeli dengan baik sesuai dengan prinsip-prinsip bisnis didalam islam, karena pembeli adalah raja oleh karena itu seorang pembisnis harus dapat memberikan pelayanan terbaik terhadap mereka, tujuannya juga untuk membuat pembeli atau konsumen yang datang nyaman dan merasa dihargai saat membeli dagangan mereka sehingga akan berdampak juga kepada loyalitas pelanggan terhadap produk makanan tersebut.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan mengenai strategi bersaing usaha makanan khas daerah Pariaman di ulakan yaitu: strategi promosi, dengan menggunakan dan memanfaatkan media sosial yang mereka miliki. Adapun sosial media yang mereka pakai guna untuk menjual dan mempromosikan usaha makanannya adalah facebook dan whatsapp. strategi harga, seperti memberikan diskon harga, apabila banyaknya pesanan yang dipesan pembeli. Biasanya pedagang memberikan suatu potongan harga sedikit lebih murah apabila konsumen memesan dengan jumlah yang banyak. strategi pelayanan, seperti menyediakan tempat duduk apabila adanya pengunjung atau pembeli yang datang. pelayanan kepada setiap konsumen yang memesan usaha dagangannya dalam jumlah banyak, maka akan diantarkan kerumahnya langsung dengan tujuan untuk mempermudah konsumen sehingga konsumen tidak perlu susah dalam menjemput pesannya. Mengutamakan kualitas rasa produk makanan dengan menjaga kualitas rasa produk makanannya dengan berusaha menjaga kualitas dari bahan-bahan yang mereka gunakan, mulai dari kebersihan bahan-bahan yang mereka gunakan dalam pembuatan produk makanan khas daerah. Strategi pemasaran, adalah dengan memasarkan produk nya secara langsung kepada pembeli.

Selanjutnya berdasarkan dari hasil penelitian yang peneliti lakukan dilapangan dapat disimpulkan perspektif bisnis syariah dalam strategi bersaing usaha makanan khas daerah di Ulakan Tapakis dilihat dari strategi promosi dalam perspektif bisnis syariah, mereka telah menerapkan promosi yang dilakukan untuk menawarkan, menginformasikann, dan menjual produk yang dihasilkannya sesuai dengan prinsip dasar dalam suatu manajemen bisnis yaitu perencanaan. Dilihat dari harga, pada perspektif bisnis syariah mengenai strategi harga yang pedagang lakukan tidak melanggar aturan bisnis dalam islam, karena harga yang mereka tawarkan juga tidak menjatuhkan pedagang yang lain juga, karena masing-masing pedagang masih menawarkan harga yang masih sewajarnya, Dilihat dari strategi pelayanan dalam perspektif bisnis islam strategi pelayanan yang masing-masing pedagang makanan khas daerah di Ulakan Tapakis lakukan pun tidak menyalahi aturan dalam berbisnis dalam islam, kerena pelayanan termasuk cara menghargai pelanggan.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan penulis memiliki saran terhadap strategi bersaing usaha makanan khas daerah pariaman ditinjau dalam perspektif bisnis syariah, yaitu: 1) Bagi pedagang untuk bisa lebih inovasi lagi dalam mengembangkan strategi bersaing ditengah banyaknya pesaing usaha yang sama agar dapat meningkatkan hasil penjualan dari usaha. 2) Bagi pemerintah diharapkan untuk selalu mengkoordinir dan menjaga keamanan dan kenyamanan bagi setiap pedagang agar para pedagang menjadi merasa aman dan nyaman dalam melakukan usahanya. 3) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan bisa menemukan solusi mengenai strategi bersaing yang baik bagi setiap pedagang seseuai dengan ketentuan bisnis secara syariah.

#### **DAFTAR REFERENSI**

- Darwis, R. (2022). Kajian identitas budaya kuliner dangke makanan khas Massenrempulu. *Lingue: Jurnal Bahasa, Budaya, dan Sastra*, 2(1), 38–51.
- Harsana, M. (2005). Makanan tradisional sebagai daya tarik wisata. In *Prosiding Seminar Nasional* (pp. [nomor halaman]). Yogyakarta: FT UNY.
- Herdiana, N. A. (2013). *Manajemen bisnis syari'ah dan kewirausahaan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Jusmaliani, et al. (2008). *Bisnis berbasis syariah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Porter, M. (2001). *Strategi bersaing: Teknik menganalisis industri dan pesaing*. Jakarta: Erlangga.
- Purnomowati, I., Diana, H., & Cahyo, S. (2008). *Aneka kudapan berbahan ikan*. Jakarta: Penerbit Kanisius.

- Rokan, M. K. (2012). Hukum persaingan usaha. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Syarifuddin, D., Noor, C. M., & Rohendi, A. (2018). Memaknai kuliner lokal sebagai daya tarik wisata Kota Bandung. *Jurnal ABDIMAS BSI*, 1(1), 55–64.
- Yusuf, M. (2011). *Bisnis syari'ah*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Zaroni, A. N. (2007). Bisnis dalam perspektif Islam (Telaah aspek keagamaan dalam kehidupan ekonomi). *Mazahib*, 4(2), 177–179.

# Analisis Strategi Bersaing Usaha Makanan Khas Daerah Pariaman Ditinjau dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi Kasus: Ulakan Tapakis)

## ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

21%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://katalog-pustaka.uinbukittinggi.ac.id">katalog-pustaka.uinbukittinggi.ac.id</a> Internet Source	4%
2	<a href="http://repo.uinbukittinggi.ac.id">repo.uinbukittinggi.ac.id</a> Internet Source	3%
3	<a href="http://anisaoktavia24.blogspot.com">anisaoktavia24.blogspot.com</a> Internet Source	3%
4	<a href="http://jurnal2.untagsmg.ac.id">jurnal2.untagsmg.ac.id</a> Internet Source	2%
5	<a href="http://repository.unja.ac.id">repository.unja.ac.id</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://bilaaa20.blogspot.com">bilaaa20.blogspot.com</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://eprints.iainu-kebumen.ac.id">eprints.iainu-kebumen.ac.id</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Internet Source	1%

[etheses.uinmataram.ac.id](http://etheses.uinmataram.ac.id)



9	Internet Source	1 %
10	<a href="http://eprints.uny.ac.id">eprints.uny.ac.id</a> Internet Source	1 %
11	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Internet Source	1 %
12	<a href="http://repository.iain-samarinda.ac.id">repository.iain-samarinda.ac.id</a> Internet Source	1 %
13	<a href="http://media.neliti.com">media.neliti.com</a> Internet Source	1 %
14	<a href="http://bsd.pendidikan.id">bsd.pendidikan.id</a> Internet Source	1 %

Exclude quotes  On

Exclude bibliography  On

Exclude matches  < 1%

# Analisis Strategi Bersaing Usaha Makanan Khas Daerah Pariaman Ditinjau dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi Kasus: Ulakan Tapakis)

---

GRADEMARK REPORT

---

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

**/0**

---

PAGE 1

---

PAGE 2

---

PAGE 3

---

PAGE 4

---

PAGE 5

---

PAGE 6

---

PAGE 7

---

PAGE 8

---

PAGE 9

---

PAGE 10

---

PAGE 11

---

PAGE 12

---

PAGE 13

---

PAGE 14

---