

**STRATEGI BERSAING DALAM MEINGKATKAN PENDAPATAN  
PADA INDUSTRI TEMPE ASLI HIDUP BAHAGIA (H.B)  
KOTA PALU DALAM PERSPEKTIF  
ETIKA BISNIS ISLAM.**



**SKRIPSI**

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu

Oleh

**WINARTI RETI**  
**NIM.19.5.12.0064**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU**

**2023**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Dengan penuh kesadaran, penulis yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul “**Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Industri Tempe Asli Hidup Bahagia (H.B) Kota Palu Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam**” benar adalah hasil karya penulis sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, 01 Juni 2023 M

11 Dzulqa'dah 1444 H



**Winarti Reti**

**NIM. 19.5.12.0064**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “STRATEGI BERSAING DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA INDUSTRI TEMPE ASLI HIDUP BAHAGIA (H.B) KOTA PALU DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM” oleh mahasiswa atas nama Winarti Reti NIM. 19.5.12.0064, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan maka masing-masing pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat di ajukan untuk sidang munaqasyah.

Palu, 08 Juni 2023 M  
19 Dzulqaidah 1444 H

Pembimbing I,



Nur Wanita, S.Ag., M.Ag  
NIP: 19760626 200710 2 008

Pembimbing II,



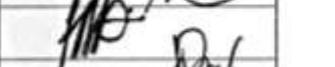
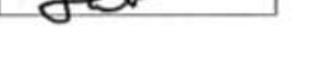
Fatma, S.E., M.M  
NIDN: 2006078905

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi saudara Winarti Reti, NIM. 19.5.12.0064 dengan judul “Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Industri Tempe Asli Hidup Bahagia (H.B) Kota Palu Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam” yang telah diujikan dihadapan dewan penguji Fakultas Ekonomi an Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu pada tanggal 18 Juli 2023 yang bertepatan pada tanggal 29 Zulhijjah 1445 dipandang bawa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya Ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syariah dengan beberapa perbaikan.

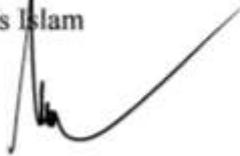
Palu, 23 Agustus 2023 M  
06 Safar 1445 H

### DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I	
Munaqisy I	Dr. Ubay, S.Ag., M.S.I	
Munaqisy II	Dr. Ermawati, S.Ag., M.Ag	
Pembimbing I	Nur Wanita, S.Ag., M.Ag	
Pembimbing II	Fatma, S.E., M.M	

### Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam



Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I.  
NIP. 19650505 199903 1 002

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Nursyamsu, S.H.I., M.S.I  
NIP. 19860507 2015031002

## KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. Karena berkat Rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw, keluarganya, para sahabatnya dan umatnya hingga akhir zaman, Aamiin.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dengan judul penelitian **“STRATEGI BERSAING DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA INDUSTRI TEMPE ASLI HIDUP BAHAGIA (H.B) KOTA PALU DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM”**.

Penghargaan dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ayahanda tercinta Arifin Mangasse dan Ibunda Rahma Reti yang telah mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang serta perhatian moril maupun materil yang senantiasa sabar mengajari arti kehidupan demi masa depan penulis, selalu membimbing dengan kasih sayangnya, yang senantiasa memberikan harapan, doa dan pengorbanannya serta dukungan, motivasi serta doa dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah Swt.Selalu melimpahkan Rahmat, Kesehatan, Karunia dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis. Aamiin.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dan dukungan serta bantuan apapun itu yang

sangat besar nilainya. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini banyak terdapat bantuan moril maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Sagaf S. Pettalongi, M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, Prof. Dr. H. Abidin, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. H. Kamarudin, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Mohammad Idhan, S.Ag., M.Pd selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan Alumni dan Kerjasama, yang telah mendorong dan memberikan kebijakan kepada penulis dalam berbagai hal yan berhubungan dengan Studi di UIN Datokarama Palu.
2. Dr. H. Hilal Malarangan, M.,HI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, Dr. Ermawati, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan, Drs. Saparuddin, M.H.I selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Malkan, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerja sama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang selalu memberikan support dan bantuan administrasi sehingga bisa membantu penulis menyelesaikan studi dengan tepat waktu.
3. Nur Syamsu, S.H.I., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu dan Noval Bachimd M.M selaku Sekertaris Jurusan Ekonomi Syariah yang telah banyak membantu penulis dari segi administrasi Jurusan selama perkuliahan.

4. Dr. H. Sofyan Bachmid, S.Pd., M.M. selaku Dosen Penasehat Akademik yang membantu dan membimbing penulis selama mengampuh perkuliahan di UIN Datokarama Palu.
5. Nur Wanita, S.Ag., M.Ag selaku pembimbing I dan Fatma, S.E., M.M selaku pembimbing II, yang telah mencurahkan ilmu, metodologi, penjelasan, pengarahan, memberikan tips dan bimbingan yang luar biasa sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan harapan.
6. Rifai, S.E., M.M. selaku Kepala Perpustakaan dan semua stafnya yang telah melayani dan memberikan berbagai kemudahan dalam proses penyelesaian skripsi.
7. Rudhian Arifin selaku pemilik Industri Tempe Asli HB kota Palu yang telah memberikan izin dan transparansi data yang diperlukan oleh penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh staf akademik dan umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama menempuh perkuliahan di UIN Datokarama Palu.
9. Saudara Penulis Riswana Reti senantiasa memberikan harapan dan doa, pengorbannya serta dukungannya yang selalu menjadi inspirasi bagi Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Keluarga besar HMJ Ekonomi Syariah yang menjadi organisasi bagi penulis mengembangkan dan mengasah minat dan bakat selama duduk dibangku perkuliahan, sehingga memberikan ilmu yang membantu penulis dalam menyelesaikan studi.

11. Keluarga besar KSPM UIN Datokarama Palu yang memberi pengalaman dan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
12. Teman-teman Ekonomi Syariah 2 angkatan 2019 yang menjadi teman-teman seperjuangan selama penulis menempuh pendidikan di Program Studi Ekonomi Syariah UIN Datokarama Palu.
13. Dan terakhir kepada seluruh nama-nama yang ikut andil dalam perjalanan hidup penyusun terutama dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak tertulis di sini, namun sama sekali tidak mengurangi rasa hormat dan terima kasih atas kebaikan dan keikhlasan kalian.

Palu, 23 Agustus 2023 M  
*12 Safar* 1445 H

**Penulis,**

**Winarti Reti**  
**NIM. 19.5.12.0064**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYTAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
D. Penegasan Istilah .....	5
E. Garis-Garis Besar Isi.....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Penelitian Terdahulu .....	8
B. Strategi Bersaing.....	12
C. Pendapatan .....	20
D. Industri .....	24
E. Tempe .....	27
F. Perspektif Etika Bisnis Islam.....	27
G. Kerangka Pemikiran.....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan dan Desain Penelitian .....	37
B. Lokasi Penelitian.....	38
C. Kehadiran Penelitian.....	39
D. Data dan Sumber Data .....	39
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Teknik Analisis Data.....	42
G. Pengecekan Keabsahan Data .....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
A. Gambaran Umum Industri Tempe Asli Hidup Bahagia (HB) .....	44
1. Sejarah Industri Tempe HB.....	44
2. Struktur Organisasi Industri Tempe HB.....	46
3. Visi dan Misi .....	48
4. Peralatan dan Mesin .....	48
5. Proses Pembuatan Tempe HB .....	49

B. Strategi Bersaing Industri Tempe HB kota Palu dalam meningkatkan pendapatan .....	51
1. Strategi Biaya Rendah .....	52
2. Strategi Diferensiasi .....	56
3. Strategi Fokus.....	59
C. Peningkatkan Pendapatan pada Industri Tempe Asli H.B Kota Palu	61
D. Perspektif Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Bersaing Industri Tempe H.B Kota Palu Dalam Meningkatkan Pendapatan.....	62
1. Kesatuan/Tauhid.....	62
2. Keseimbangan/Keadilan.....	64
3. Kehendak Bebas .....	66
4. Tanggung Jawab.....	67
5. Kebenaran/Kebajikan dan Kejujuran .....	68

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	70
B. Saran .....	71

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN LAMPIRAN**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>3.1 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>36</b>
<b>4.1 Struktur Organisasi Industri Tempe HB .....</b>	<b>46</b>
<b>4.2 Proses Pembuatan Tempe HB Kota Palu.....</b>	<b>50</b>
<b>4.3 Contoh Kemasan Tempe HB Kota Palu.....</b>	<b>58</b>

## **DAFTAR TABEL**

<b>1.1</b> Tabel Penelitian Terdahulu .....	11
<b>4.1</b> Tabel Peralatan Pada Industri Tempe Asli H.B Kota Palu .....	49
<b>4.2</b> Tabel Rincian Biaya Produksi Tempe Asli H.B Perhari.....	54
<b>4.3</b> Tabel Pendapatan Industri Tempe Asli H.B tahun 2020-2022 .....	61

## **DAFTAR LAMPIRAN LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Lembar Pengajuan Judul
- Lampiran 2 : Surat Keputusan Pembimbing
- Lampiran 3 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 4 : Surat Telah Menyelesaikan Penelitian
- Lampiran 5 : Daftar Informan
- Lampiran 6 : Foto Copy Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 7 : Dokumentasi
- Lampiran 8 : Riwayat Hidup

## ABSTRAK

**Nama Penulis** : Winarti Reti  
**NIM** : 19.5.12.0064  
**Judul Skripsi** : **Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Industri Tempe Asli Hidup Bahagia (H.B) Kota Palu Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.**

---

Penelitian ini berfokus pada Strategi Bersaing dan Perspektif etika bisnis Islam tentang strategi bersaing industri tempe HB kota Palu. Yang menjadi rumusan masalah dalam skripsi ini yaitu : 1. Bagaimana strategi bersaing industri tempe asli hidup bahagia (H.B) dalam meningkatkan pendapatan. 2. Bagaimana perspektif etika bisnis Islam tentang strategi bersaing industri tempe asli hidup bahagia (H.B) dalam meningkatkan pendapatan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan data yang telah diperoleh lalu diolah dengan reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Adapun informannya yaitu : 1. Pemilik industri tempe HB kota Palu, 2. Karyawan tempe HB dan 3. Konsumen Tempe HB.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bersaing yang digunakan industri tempe HB dalam meningkatkan pendapatan yaitu melalui strategi bersaing yang terdiri dari faktor strategi biaya rendah, dimana industri tempe HB memperoleh bahan baku langsung dari supplier dan penggunaan alat produksi yang canggih sehingga dapat mempengaruhi biaya yang dikeluarkan. Strategi diferensiasi, dengan membuat tempe HB berbeda dengan yang lain seperti menggunakan kemasan yang berlabel dan memperhatikan kualitasnya. Strategi fokus, segmentasi pasar tempe HB menasar pasar lokal hingga luar kota Palu. Dari penerapan strategi tersebut sangat mempengaruhi peningkatan pendapatan pada industri tempe HB kota Palu.

Menurut tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi bersaing yang dilakukan industri tempe HB kota Palu dalam meningkatkan pendapatan, telah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yang terdiri dari Kesatuan atau tauhid, Keseimbangan atau keadilan, Kehendak bebas, Tanggung jawab, dan Kebenaran atau kejujuran.

Adapun saran dari penulis untuk industri tempe HB agar tetap fokus untuk menjalankan usahanya meski banyak pesaing yang sejenis dan juga diharapkan mampu mempertahankan strategi bersaing yang telah diterapkan.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Tempe merupakan makanan tradisional yang sudah terkenal di Indonesia, dibuat dengan cara fermentasi atau peragian. Tempe merupakan salah satu makanan yang paling banyak diminati oleh masyarakat baik pelaku usaha kuliner ataupun rumah tangga, selain harganya yang murah dan dapat diolah menjadi beberapa makanan yang nikmat, tempe juga mengandung beberapa protein nabati yang cukup tinggi dan baik untuk kesehatan. Umumnya, masyarakat Indonesia mengkonsumsi tempe sebagai makanan pendamping nasi atau lauk pauk. Dengan banyaknya permintaan dan minat masyarakat akan tempe, mendorong setiap pelaku usaha untuk berupaya agar mereka mampu eksis dan bisa bersaing dengan usaha-usaha tempe yang lain.

Penerapan strategi bersaing menjadi alternatif dan mempunyai arti yang sangat penting bagi suatu usaha, karena penerapan strategi yang tepat akan mengarahkan pada efektifitas usaha sehingga mampu mengarahkan keputusan-keputusan yang tepat. Di sisi yang lain, strategi digunakan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya. Melalui penerapan keunggulan bersaing, pelaku usaha dapat mengamati serta mengikuti setiap perubahan lingkungan yang terjadi sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam penetapan kebijakan.

Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa keunggulan bersaing adalah keunggulan yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya yang lebih tinggi.<sup>1</sup> Pentingnya keunggulan bersaing semakin memudar seiring beberapa dasawarsa ini terjadi perluasan dan kemakmuran yang hebat sehingga mengakibatkan banyak perusahaan atau usaha kehilangan pandangan mengenai keunggulan bersaing dalam upaya perjuangan untuk lebih berkembang dalam mengejar diversifikasi. Menurut Porter ada dua alasan mendasar dalam menentukan strategi bersaing perusahaan. Pertama, adalah daya tarik industri yang ditunjukkan oleh profitabilitas industri dalam jangka panjang. Kedua, analisis terhadap berbagai faktor yang akan menentukan posisi persaingan perusahaan di dalam industri.<sup>2</sup>

Sumber daya perusahaan atau usaha yang mendukung keunggulan bersaing sering dijadikan riset untuk dijadikan dasar strategi yang akan diterapkan dalam manajemen perusahaan, termasuk juga dalam hal ini usaha yang bergerak dalam sektor industri. Industri pembuatan tempe khususnya di kota Palu merupakan salah satu usaha yang cukup baik di Sulawesi Tengah, karena hampir sebagian besar penduduk kota Palu mengonsumsi tempe. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya usaha yang berdiri dengan adanya industri tempe. Sehingga selain dapat memenuhi kebutuhan para konsumen juga dapat memberikan keuntungan bagi pemilik industri. Berdasarkan hasil penelusuran penulis melalui Dinas

---

<sup>1</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Edisi 12, Jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2008)

<sup>2</sup> Michael E Porter. *Strategi Bersaing (competitive strategy)*, Tangerang: Kharisma Publishing Group, (2007)

Koperasi UMKM dan Tenaga Kerja Kota Palu terdapat tiga pelaku industri tempe yang terdaftar dan menjadi binaan dinas terkait, salah satunya yaitu Industri Tempe Asli Hidup Bahagia (H.B).

Industri Tempe Asli Hidup Bahagia (H.B) merupakan satu-satunya tempe di kota Palu yang mencantumkan komposisi, masa penggunaan dan juga media sosial pada label tempennya. Industri ini didirikan pada tahun 2016 oleh bapak Rudhian Arifin. Produk yang dihasilkan oleh industri ini adalah tempe segar yang higienis, diolah dengan proses yang modern yang menghasilkan tempe berkualitas, putih bersih tanpa kulit dan bentuk tempe yang di produksipun bervariasi. Industri tempe HB selalu berupaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan didalam maupun diluar kota Palu. Seperti pada usaha yang lain tempe HB juga menghadapi persaingan usaha yang ketat khususnya di wilayah Palu Barat. Banyaknya usaha sejenis di sekitar wilayah usaha contohnya, kenyataan tersebut menjadi hal penting bagi pengusaha untuk menerapkan suatu strategi secara tepat sehingga hasil aktivitas usaha sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

Dengan merumuskan strategi bersaing adalah kunci pokok dalam menentukan kemajuan suatu usaha serta merupakan salah satu cara yang dilakukan dalam meningkatkan pendapatan. Pemilihan strategi adalah keputusan untuk memilih di antara alternatif strategi yang dipertimbangkan dan diharapkan akan memberi hasil yang terbaik untuk usaha. Dalam menjalankan usahanya, industri tempe HB menerapkan strategi bersaing yang baik sehingga dapat

bersaing dengan industri tempe lain, yang membuat jumlah konsumen terus meningkat dan pendapatan pada industri ini pun ikut meningkat. Terjadinya peningkatan jumlah konsumen membuktikan bahwa industri tempe HB mampu menghadapi persaingan dengan industri atau usaha tempe yang lain.

Selain merumuskan strategi bersaing yang digunakan untuk bersaing, seorang pengusaha muslim tentunya juga harus memperhatikan prinsip-prinsip etika bisnis islam untuk memenangkan persaingannya. Dalam prinsip etika bisnis Islam telah diatur landasan moral untuk menjalankan bisnis, diantaranya: harus berlaku adil, tanggung jawab, bijaksana dan berkomitmen yang tinggi pada kejujuran.

Berdasarkan latar belakang di atas, sehingga mendorong penulis melakukan penelitian mengenai strategi bersaing pada industri tempe HB dalam meningkatkan pendapatan. Sehingga, peneliti tertarik mengambil judul skripsi **“Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Industri Tempe Asli Hidup Bahagia (H.B) Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”**.

### ***B. Rumusan Dan Batasan Masalah***

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas maka rumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimana strategi bersaing industri tempe asli hidup bahagia (H.B) dalam meningkatkan pendapatan?
2. Bagaimana perspektif etika bisnis Islam tentang strategi bersaing industri tempe asli hidup bahagia (H.B) dalam meningkatkan pendapatan?

### ***C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian***

#### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui strategi bersaing industri tempe asli hidup bahagia (H.B) dalam meningkatkan pendapatan.
- b. Untuk mengetahui perspektif etika bisnis Islam tentang strategi bersaing industri tempe asli hidup bahagia (H.B) dalam meningkatkan pendapatan.

#### **2. Kegunaan Penelitian**

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan bagi penulis maupun pembaca.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi penelitian berikutnya yang relevan dengan konteks kajian ini dan bisa memberikan informasi bagi para penelitian yang tertarik untuk meneliti masalah ini.

### ***D. Penegasan Istilah***

Skripsi ini berjudul *Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Industri Tempe Asli Hidup Bahagia (H.B) Kota Palu Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Untuk menghindari kekeliruan dalam pemahaman terkait dengan judul tersebut, maka penulis akan memberikan penjelasan terhadap istilah yang terdapat pada judul tersebut.

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

Strategi bersaing adalah menentukan dan menetapkan tujuan jangka panjang dan jangka pendek perusahaan dengan memberdayakan semua sumber daya yang dimiliki perusahaan sehingga tujuan perusahaan tercapai secara efektif dan

efisien. Strategi bersaing sama dengan strategi bisnis karena sama-sama memiliki fokus untuk meningkatkan kemampuan bersaing perusahaan. Ada tiga strategi bersaing yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu strategi biaya rendah, strategi diferensiasi dan strategi fokus.<sup>3</sup>

## **2. Pendapatan**

Pendapatan adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba. Pendapatan seseorang juga dapat di definisikan sebagai banyaknya penerimaan yang di nilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu.<sup>4</sup> Pendapatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah segala sesuatu yang berwujud materi yang diterima oleh pemilik tempo atas penjualannya.

## **3. Perspektif Etika Bisnis Islam**

Perspektif etika bisnis Islam ialah sudut pandang proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang berkenaan dengan produk, pelayanan pelaku bisnis dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan pelaku bisnis.<sup>5</sup> Perspektif etika bisnis Islam yang dimaksud dalam penelitian ini adalah prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam yang berkaitan dengan strategi

---

<sup>3</sup> Feti Fatimah., & Tyas, W. M. "Strategi Bersaing Umkm Rumah Makan Di Saat Pandemi Covid 19," Jurnal IPTEKS 5, no 2 (2020), 245 <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i2.3663>

<sup>4</sup> Sadono Sukino, Teori Pengantar Mikro Ekonomi (Cet. XXXI; Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), 47.

<sup>5</sup> Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), 70.

bersaing yang meliputi, kesatuan/tauhid, keseimbangan/keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran/kebajikan dan kejujuran.

### ***E. Garis-Garis Besar Isi***

Untuk mempermudah pemahaman bagi para pembaca terhadap pembahasan skripsi ini, maka penulis membahas secara garis besar apa yang menjadi analisis masalah ini sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan: Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan dan batasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, penegasan istilah, dan garis-garis besar isi.

Bab II Kajian Pustaka: Bab ini terdiri dari penelitian terdahulu, strategi bersaing, pendapatan, industri, tempe, perspektif etika bisnis Islam dan kerangka berfikir.

Bab III Metode Penelitian: Bab ini terdiri dari pendekatan dan desain penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data.

Bab IV Hasil dan Pembahasan: Bab ini terdiri dari gambaran umum industri tempe asli HB kota Palu, strategi bersaing industri tempe asli HB dalam meningkatkan pendapatan dan perspektif etika bisnis Islam terhadap strategi bersaing industri tempe asli HB kota Palu dalam meningkatkan pendapatan.

Bab V Penutup: Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dari penulis untuk pembaca dan untuk pemilik usaha.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### *A. Penelitian Terdahulu*

Berdasarkan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul peneliti, maka penulis mengambil beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Rosa Lesmana,<sup>1</sup> “Analisis Strategi Bersaing PT Dwi Perkasa Mobiltama Pamulang untuk Meningkatkan Penjualan”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pentingnya peningkatan *skill, smart* SDM seluruh karyawan PT. Dwi Perkasa Mobiltama Pamulang, pemberian kompensasi, sarana dan prasarana yang layak mengakibatkan meningkatnya loyalitas karyawan dan loyalitas konsumen. Berdasarkan matrik *Space*, PT. Dwi Perkasa Mobiltama Pamulang ada pada posisi kuadran I dengan kriteria agresif dan strategi yang dijalankan ditekankan pada penggunaan strategi kekuatan-peluang (*strength-opportunities*). Penggunaan strategi *Strength-opportunities* secara bersamaan akan meminimalisir kelemahan dan ancaman yang dihadapi PT. Dwi Perkasa Mobiltama Pamulang. Sehingga PT. Dwi Perkasa Mobiltama Pamulang tetap akan menunjukkan keunggulan kompetitifnya. Adapun metode penelitian yang di gunakan yaitu Kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT.

---

<sup>1</sup> Rosa Lesmana “Analisis Strategi Bersaing PT. Dwi Perkasa Mobiltama Pamulang untuk Meningkatkan Penjualan”, Jurnal Magister Manajemen, Universitas Pamulang 3, No. 1, (November 2019).

Melissa Carmia Elias,<sup>2</sup> “Analisis Strategi Bersaing pada Perusahaan Biro Perjalanan di Malang”. Hasil analisis Porter Diamond menunjukkan bahwa perusahaan dapat menekankan biaya dan memberikan tarif yang murah dengan produk atau jasa yang sama. Aktivitas operasional perusahaan tidak terkendala dalam mencari sumber daya manusia. Selain itu kondisi pertumbuhan tempat wisata di Indonesia semakin meningkat, dimana hal ini akan berdampak positif bagi perusahaan. Berdasarkan hasil analisis Porter *Generic Strategy*, maka dapat ditetapkan strategi keunggulan bersaing pada perusahaan yaitu *Cost Leadership Strategy*. Adapun metode penelitian yang di gunakan yaitu Kualitatif Deskriptif.

Siska Yuli Anita,<sup>3</sup> “Analisis Strategi Bersaing Usaha Mikro dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi pada Pelaku UMKM Keripik Pisang di Jl. ZA. Pagar Alam)”. Hasil Penelitian, berdasarkan data yang didapat menjelaskan bahwa masing-masing pelaku usaha mengalami fluktuasi pada pendapatan mereka akibat adanya pandemi covid-19, sehingga hal tersebut perlu adanya sebuah strategi bersaing yang baik guna meningkatkan usaha ditengah pandemi saat ini. Para pelaku UMKM pun masih perlu terus berusaha mempertahankan usaha mereka agar bisa terus bersaing di pasaran dan memenuhi selera konsumen. Adanya hambatan yang dihadapi para pelaku UMKM bahkan sampai ada yang tutup dan lebih menjual outletnya kepada

---

<sup>2</sup> Melissa Carmia Elias, “Analisi Strategi Bersaing pada Perusahaan Biro Perjalan di Malang”, *Jurnal Manajemen Bisnis, Universitas Kristen Petra* 6, No. 2, (2018).

<sup>3</sup> Siska Yuli Anita, “Analisis Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19 dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi pada Pelaku UMKM Keripik Pisang di Jl. ZA. Pagar Alam). *Jurnal Ilmia Ekonomi Islam, UIN Raden Intan Lampung* 8, No 1 (2022). <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i1.3912>

orang lain. Selain itu para pemilik usaha UMKM keripik juga memiliki strategi yang sesuai dengan etika bisnis islam yaitu amanah, fatonah, tabligh dan shiddiq. Adapun metode penelitian yang di gunakan yaitu Kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT.

Claudia Vanesha Pitoy,<sup>4</sup> “Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution (Studi Kasus Pada PT. Astragraphia, TBK Manado)”. Hasil penelitian yaitu perusahaan dalam menerapkan strategi bersaing dengan para *competitor* untuk merebut pasar perusahaan melakukan berbagai strategi pemasaran yang dimana perusahaan memiliki bidang pemasaran yang bertugas mencapai target pemasaran dan penjualan perusahaan. Perusahaan memiliki pesaing utama yang juga agresif melakukan penetrasi pasar. Strategi bersaing perusahaan dalam merebut pasar antara lain melakukan *positioning* dan rebranding merek perusahaan agar terus menjadi *market leader*. PT. Astragraphia dalam mempertahankan target penjualan yang ditetapkan perusahaan pusat dan juga target dari cabang. Perusahaan berusaha fokus pertama pada pelanggan inti dimana perusahaan berusaha mempertahankan target penjualan dengan mempertahankan pelanggan inti yang loyal pada perusahaan dengan menawarkan *upgrading* mesin yang telah dimiliki. Adapun metode penelitian yang di gunakan yaitu Kualitatif Deskriptif.

---

<sup>4</sup> Claudia Vanesha Pitoy, “Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution (Studi Kasus Pada PT. Astragraphia, TBK Manado). Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Universitas Sam Ratulangi, Manado 16, No 3, (2018)

**Tabel 1.1**  
Penelitian Terdahulu

No	Judul	Perbedaan	Persamaan
1.	Analisis Strategi Bersaing PT Dwi Perkasa Mobiltama Pamulang untuk Meningkatkan Penjualan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terletak pada fokus permasalahannya</li> <li>- Penelitian terdahulu menggunakan analisis SWOT</li> <li>- Tempat dan tahun penelitian</li> <li>- Tidak membahas tentang perspektif etika bisnis islam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan jenis penelitian Kualitatif</li> <li>- Membahas mengenai strategi bersaing</li> </ul>
2.	Analisis Strategi Bersaing pada Perusahaan Biro Perjalanan di Malang	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terletak pada fokus permasalahannya</li> <li>- Tempat dan tahun penelitian</li> <li>- Tidak membahas tentang perspektif etika bisnis islam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan jenis penelitian Kualitatif</li> <li>- Membahas mengenai strategi bersaing</li> </ul>
3.	Analisis Strategi Bersaing Usaha Mikro dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi pada Pelaku UMKM Keripik Pisang di JL. ZA. Pagar Alam)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terletak pada fokus permasalahannya</li> <li>- Penelitian terdahulu menggunakan analisis SWOT</li> <li>- Tempat dan tahun penelitian</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan jenis penelitian Kualitatif</li> <li>- Membahas mengenai strategi bersaing</li> <li>- Membahas tentang perspektif etika bisnis islam</li> </ul>
4.	Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution (Studi Kasus Pada PT. Astragraphia, TBK Manado).	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terletak pada fokus permasalahannya</li> <li>- Tempat dan tahun penelitian</li> <li>- Tidak membahas mengenai perspektif etika bisnis islam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan jenis penelitian Kualitatif</li> <li>- Membahas mengenai strategi bersaing</li> </ul>

## ***B. Strategi Bersaing***

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

Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang perusahaan, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Definisi strategi lebih khusus yang mengangkat kompetisi inti sebagai hal penting yaitu strategi merupakan tindakan yang bersifat *interemental* (senantiasa meningkatkan) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan.<sup>5</sup> Strategi bersaing adalah perumusan untuk meningkatkan daya saing usaha dimata pelanggan atau calon pelangga. Strategi bersaing memberikan keunggulan sehingga membedakannya dengan usaha lain dan menimbulkan persaingan sehat dengan pelanggan bersegmentasi.<sup>6</sup>

Kenneth R. Andrews dalam Buchari menyatakan bahwa strategi adalah pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan dan mengungkapkan sasaran, maksud atau tujuan yang menghasilkan kebijakan utama dan merencanakan untuk pencapaian tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan di kejar oleh perusahaan.<sup>7</sup> Porter dalam Solihin berpendapat bahwa tujuan utama pembuatan

---

<sup>5</sup> Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2012), 16.

<sup>6</sup> Husein Umar, *Strategi Manajemen In Action*, (Jakarta: Gramedia Pustakama, 2003), 34

<sup>7</sup> Buchari Alma, *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*, (edisi revisi. Cet. 12; Bandung: Alfabeta 2004)

strategi oleh perusahaan adalah agar perusahaan mampu menghadapi perubahan lingkungan dalam jangka panjang.<sup>8</sup>

Porter dalam Solihin menyebutkan adanya lima kekuatan persaingan yang akan berpengaruh terhadap profitabilitas suatu industri, yaitu: *potential entrants*, *suppliers*, *industry competitors*, *substitutes*, *buyers*.

- 1) Pesaing potensial (*potential entrants*), adalah perusahaan yang saat ini tidak bersaing dalam satu industri tetapi memiliki kemampuan sumber daya untuk memasuki suatu industri apabila perusahaan tersebut berkehendak.
- 2) Pemasok (*supplier*), merupakan organisasi yang menyediakan input bagi perusahaan seperti bahan baku, jasa, dan tenaga kerja. Pemasok yang memiliki posisi tawar yang kuat akan berusaha untuk memaksimalkan laba bagi dirinya sendiri dan mengakibatkan peningkatan biaya kepada industri yang bergantung pada pasokan input dari pemasok tersebut.
- 3) Persaingan antar perusahaan dalam satu industri (*Industry competitors*), menunjukkan perjuangan perusahaan dalam satu industri untuk memperebutkan pangsa pasar (*market share*) maupun pangsa pelanggan (*customer share*) melalui: penetapan harga produk, pengeluaran iklan dan promosi, penggunaan tenaga penjualan, penerapan penjualan langsung, maupun dukungan layanan purnajual.
- 4) Ancaman dari produk substitusi (*substitute products*), persaingan terhadap produk tidak hanya berasal dari perusahaan yang memproduksi produk yang

---

<sup>8</sup> Solihin Ismail, *Manajemen Strategik* (Cet. I; Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2012), 24

sama, melainkan juga berasal dari perusahaan yang memproduksi produk yang memiliki kesamaan fungsi dengan produk yang dihasilkan perusahaan.

- 5) Daya tawar pembeli (*buyer*), pembeli memiliki posisi penting terhadap kelangsungan hidup perusahaan karena pendapatan penjualan (*sales revenue*) yang diperoleh perusahaan berasal dari penjualan produk perusahaan kepada pembeli. 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*).<sup>9</sup>

Menurut Porter ada tiga keunggulan strategi bersaing yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing yaitu:

1. Strategi Biaya Rendah

Strategi Biaya Rendah adalah sebuah perusahaan yang unggul dalam produksi berbiaya rendah mampu menggunakan keunggulan biayanya untuk menawarkan harga yang lebih rendah atau untuk menikmati margin yang lebih tinggi. Dengan hal tersebut, perusahaan dapat secara efektif mempertahankan diri dalam perang harga, menyerang pesaing dengan harga rendah untuk merebut pangsa pasar.<sup>10</sup> Strategi biaya rendah merupakan strategi perusahaan untuk menawarkan produk dengan harga yang murah, bersaing dengan basis pelanggan luas.

---

<sup>9</sup> Ismail, *Manajemen Strategik*, 41-43

<sup>10</sup> M. Taufiq Amir, *Manajemen Strategik konsep dan Aplikasi* (Cet. II; Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 157.

Perusahaan akan memperoleh manfaat yang sangat besar dengan adanya keunggulan biaya. Pertama, perusahaan dapat menentukan harga jual yang rendah tetapi masih memperoleh margin yang memadai dibanding pesaing yang menetapkan harga sama tetapi memiliki biaya yang lebih tinggi. Kedua, biaya yang rendah dapat menjadi hambatan bagi pesaing potensial yang ingin memasuki industri yang sama.<sup>11</sup>

Dalam pelaksanaannya strategi keunggulan harga/biaya mempunyai risiko, yang menyebabkan strategi tidak berhasil dan tidak dapat digunakan secara terus menerus yaitu;

- a. Adanya perubahan teknologi, yang menyebabkan investasi atau pengalaman masa lalu menjadi tidak bermanfaat atau hilang.
- b. Pendatang baru atau pesaing meniru/menjiplak pengalaman biaya rendah.
- c. Produk tidak terlalu berkembang, karena perhatian terlalu tertuju kepada biaya, sehingga (cenderung) kurang mampu/menyadari perlunya perubahan produk.
- d. Inflasi, sehingga kurang bersaing dengan perusahaan lain yang menerapkan strategi diferensiasi.
- e. Minat pembeli berubah ke hal-hal pembeda (diferensiasi).<sup>12</sup>

## 2. Strategi Diferensiasi

Strategi diferensiasi dirancang untuk menarik pelanggan yang memiliki sensitifitas khusus untuk satu atribut produk. Atribut produk juga dapat menjadi

---

<sup>11</sup> Ismail, *Manajemen Strategik*, 197.

<sup>12</sup> Jemsly Hutabarat, Matini Huseini, *Proses, Formasi & Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer Operasionalisasi Strategi* (Cet. 1; Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2006), 215.

saluran pemasaran dimana perusahaan menyampaikan citranya akan keunggulan, fitur yang dimiliki serta jaringan yang mendukungnya. Oleh karena itu, iklan memainkan peran penting dalam pembangunan dan penentuan elemen yang berbeda dari merek suatu perusahaan.<sup>13</sup>

Diferensiasi juga ditujukan untuk pasar yang luas dan melibatkan penciptaan produk atau jasa yang dianggap memiliki keunikan disuatu industri. Perusahaan dapat membebankan harga ekstra (premium) bagi produknya dari keunikan tersebut. Tetapi di sisi lain, loyalitas merek bagi sekelompok konsumen akan membuat konsumen tidak mau beralih ke produk atau perusahaan lain.<sup>14</sup> Perusahaan juga dapat melakukan strategi diferensiasi dengan menciptakan persepsi terhadap nilai tertentu pada konsumennya misalnya; persepsi terhadap keunggulan kinerja produk, inovasi produk, dan pelayanan yang lebih baik.<sup>15</sup>

Diferensiasi yang dilakukan oleh perusahaan dapat berasal dari produk itu sendiri, sistem pengantaran pesanan, pendekatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan, dan lain-lain. Dari manapun sumber diferensiasi yang dilakukan perusahaan, apabila pelanggan menganggap diferensiasi yang dilakukan perusahaan merupakan sesuatu yang berharga maka pelanggan akan bersedia

---

<sup>13</sup> Pearce II, John A, Richard B. Robinson Jr, *Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, buku 1 (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 206.

<sup>14</sup> Amir, *Manajemen Strategik konsep*, 157

<sup>15</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep perencanaan strategic untuk menghadapi abad 21* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), 6.

membayar produk perusahaan dengan harga yang lebih tinggi dibanding produk pesaing.<sup>16</sup>

Saat mengembangkan posisi “*positioning*” dan perbedaan “*differentiation*” untuk mendukungnya, perusahaan harus waspada satu hal, yaitu “janganlah ingin berbeda, hanya karena perbedaan itu sendiri”. Perusahaan berbeda, karena itu memang bermanfaat untuk konsumen dan menguntungkan perusahaan. Untuk itu, perbedaan yang kita harapkan bisa dirasakan konsumen tetap harus:

a. Menguntungkan Perusahaan

Posisi “*Positioning*” yang perusahaan jalankan, haruslah pada akhirnya menguntungkan perusahaan itu sendiri. Ia mampu membedakan perusahaan dengan pesaing.

b. Penting bagi konsumen

Ketika perbedaan yang perusahaan tonjolkan dianggap penting oleh konsumen, dengan sendirinya ia akan membeli produk perusahaan (karena seharusnya menguntungkan).

c. Dapat dikomunikasikan

Kekhasan yang istimewa, tidak ada artinya ketika ia sulit untuk dikomunikasikan. Untuk menyampaikan perbedaan pada konsumen dapat melalui; iklan, promosi penjualan, sampai dengan desain, kemasan produk, logo, karakter huruf, serta *jingle* iklan.

---

<sup>16</sup> Ismail, *Manajemen Strategik*, 198.

d. Tidak mudah untuk ditiru

Sedapat mungkin, buatlah perbedaan yang memang sulit ditiru pesaing. Biasanya sebuah konsep yang berhasil termasuk *positioning* akan ditiru oleh pesaing. Meskipun ini cukup sulit, tapi paling tidak kita telah mengarah kesana.<sup>17</sup>

3. Strategi Fokus

Strategi yang fokus, baik yang didasarkan pada biaya rendah maupun diferensiasi berupaya untuk memenuhi kebutuhan dari segmen pasar tertentu. Perusahaan yang menerapkan strategi fokus akan bersedia melayani wilayah-wilayah geografis yang terisolasi. Perusahaan yang menggunakan strategi fokus memperoleh laba dari ketersediaannya untuk melayani segmen pelanggan yang biasanya diabaikan atau dipandang sebelah mata.<sup>18</sup>

Strategi fokus disini ada dua macam yaitu; fokus pada biaya dan fokus pada diferensiasi. Fokus pada biaya ini adalah strategi dimana perusahaan membuat efisien biayanya, tapi sekaligus juga mencari ceruk pasar tertentu yang tidak menunggu pemimpin pasar (*market leader*). Fokus pada diferensiasi, strategi ini menyoroti sekelompok pasar tertentu, segmen lini produk tertentu, atau geografis tertentu.<sup>19</sup>

Bila perusahaan memilih strategi ini, maka perusahaan akan memilih satu atau beberapa kelompok segmen dalam suatu industri kemudian mereka akan mengembangkan strategi yang sesuai untuk segmen tersebut yang tidak bisa

---

<sup>17</sup> Amir, *Manajemen Strategik konsep*, 160.

<sup>18</sup> II Pearce, *Manajemen Strategik: Formulasi*, 206.

<sup>19</sup> Amir, *Manajemen Strategik konsep*, 158

dilayani dengan baik oleh pesaing lain yang memiliki cakupan pasar lebih luas. Melalui optimalisasi strategi ini, perusahaan yang memilih cakupan strategi fokus akan memperoleh keunggulan kompetitif pada segmen pasar tertentu meskipun mereka tidak memiliki keunggulan kompetitif dalam industri secara keseluruhan.<sup>20</sup>

Keunggulan bersaing sebuah perusahaan salah satunya dengan perbedaan (*differentiation*) tawaran perusahaan yang memberikan nilai lebih kepada konsumen dibandingkan dengan pesaing. Penawaran perusahaan kepada pasar dapat di diferensiasikan, diantaranya: diferensiasi produk, diferensiasi kualitas pelayanan, diferensiasi personalia, diferensiasi Citra dan diferensiasi saluran distribusi.

Henry Mintzberg dalam Taufik telah mengembangkan alternatif tipe strategi persaingan yang dirasakan lebih bagus dalam menggambarkan naiknya kompleksitas lingkungan persaingan. Perspektif baru dalam strategi bersaing ada dua strategi yaitu; strategi bersaing diferensiasi dan strategi tidak terdiferensiasi. Ada enam strategi bersaing yang dapat mendukung keunggulan kompetitif diferensiasi yaitu; (harga, citra pasar, desain produk, kualitas produk, pendukung produk).<sup>21</sup>

Diferensiasi melalui citra (*image*) pasar adalah organisasi untuk menciptakan citra tertentu pada benak konsumen. Diferensiasi melalui desain produk bisa diartikan sebagai usaha organisasi untuk berkompetisi dengan

---

<sup>20</sup> Ismail, *Manajemen Strategik*, 198.

<sup>21</sup> Amir, *Manajemen Strategik konsep*, 159

menciptakan fitur produk dan desain yang diinginkan pasar. Diferensiasi melalui kualitas merupakan strategi dimana organisasi berkompetisi dengan memberikan kualitas dan kinerja produk yang lebih pada harga yang bersaing. Diferensiasi pendukung produk menekankan pada jasa pelayanan pelanggan yang disesuaikan oleh organisasi. Sedangkan strategi tidak terdiferensiasi menjelaskan situasi di mana organisasi tidak mempunyai dasar untuk diferensiasi atau ketika organisasi dengan sengaja menerapkan strategi yang ditirunya dari strategi organisasi lain.<sup>22</sup>

### **C. Pendapatan**

#### 1. Pengertian Pendapatan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya).<sup>23</sup> Sedangkan pendapatan dalam Kamus Manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba.<sup>24</sup>

Pendapatan dapat diartikan sebagai *revenue* dan dapat juga diartikan sebagai *income*, maka *income* dapat diartikan sebagai penghasilan dan kata *revenue* sebagai pendapatan, penghasilan maupun keuntungan. Pendapatan sangat berpengaruh bagi keseluruhan kehidupan perusahaan, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membiayai

---

<sup>22</sup> Kuncoro Mudrajad, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Bersaing* (Jakarta: Erlangga, 2005), 102.

<sup>23</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), 185.

<sup>24</sup> BN. Marbun, *Kamus Manajemen*, (Cet. II, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2009), 230.

segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Pendapatan seseorang juga dapat diartikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu.<sup>25</sup>

## 2. Tingkat Pendapatan

Tingkat pendapatan merupakan salah satu kriteria maju tidaknya suatu daerah. Bila pendapatan suatu daerah relatif rendah, dapat dikatakan bahwa kemajuan dan kesejahteraan tersebut akan rendah pula. Kelebihan dari konsumsi maka akan disimpan pada bank yang tujuannya adalah untuk berjaga-jaga apabila baik kemajuan di bidang pendidikan, produksi, dan sebagainya juga mempengaruhi tingkat tabungan masyarakat. Demikian pula, hanya bila pendapatan masyarakat suatu daerah relatif tinggi, maka tingkat kesejahteraan dan kemajuan daerah tersebut tinggi pula.<sup>26</sup>

Seperti halnya yang dikemukakan oleh Sudarman Toweulu bahwa tingkat pendapatan juga berpengaruh pada tingkat rendahnya pengeluaran seseorang, yang sangat tergantung kepada kemampuan pelaku usaha dalam mengelola penerimaan atau pendapatan. Selain itu, tingkat pendapatan berdasarkan pengalaman berusaha juga mempengaruhi pendapatan, karena semakin baik pengalaman berusaha seseorang maka semakin berpeluang dalam meningkatkan

---

<sup>25</sup> Soemarso S.R, *Akutansi Suatu Pengantar*, V (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 54

<sup>26</sup> Mahyu Danil, "Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen", (*Jurnal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh* 4, No. 7, (2017): 9.

pendapatan. Karena seseorang atau kelompok memiliki kelebihan keterampilan dalam meningkatkan aktifitas, sehingga pendapatan turut meningkat.<sup>27</sup>

Tingkat pendapatan mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat. Hubungan antara pendapatan dan konsumsi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam berbagai permasalahan ekonomi. Kenyataannya menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi meningkat dengan naiknya pendapatan dan sebaliknya jika pendapatan turun, pengeluaran konsumsi juga turun. Tinggi rendahnya pengeluaran sangat tergantung kepada kemampuan keluarga dalam mengelola penerimaan atau pendapatannya.

### 3. Jenis-jenis Pendapatan

Pendapatan seseorang, menurut asal sumber pendapatan ada tiga yaitu:

- a. Pendapatan yang berasal dari sektor formal yaitu gaji yang diperoleh secara tetap, biasanya berupa gaji bulanan maupun gaji mingguan,
- b. Pendapatan yang berasal dari sektor informal yaitu berupa pendapatan tambahan yang berasal dari tukang buruh dan pedagang.
- c. Pendapatan berasal dari sektor subsistem yaitu pendapatan yang diperoleh dari usaha sendiri berupa tanaman, ternak dan pemberian orang lain.<sup>28</sup>

### 4. Pendapatan Usaha

Pendapatan usaha terbagi menjadi dua, yakni pendapatan usaha operasional dan pendapatan usana non operasional diantaranya:

---

<sup>27</sup> Sudarman Toweulu, *Ekonomi Indonesia I*, (Cet. II, Jakarta: Raja Grafindo, 2011), 3.

<sup>28</sup> Meliana Kurniawati, "Distribusi Pendapatan: Kesejahteraan Menurut Konsep Ekonomi Islam", (*Jurnal Kajian Ekonomi islam* 1, no. 1, (2016), 6.

- a. Pendapatan operasional merupakan hasil yang didapatkan secara langsung dari kegiatan operasional suatu perusahaan. Pendapatan operasional kembali dibagi menjadi dua golongan, yaitu pendapatan kotor.
  - 1) Pendapatan kotor adalah pendapatan dari nilai Sali dan faktur penjualan sebelum dikurangi faktor *return* barang dan potongan penjualan.
  - 2) Pendapatan bersih adalah pendapatan dari hasil penjualan barang atau jasa setelah dikurangi *return* barang dan potongan penjualan.
- b. Pendapatan non operasional adalah pendapatan yang otomatis diterima tanpa adanya kegiatan penjualan. Pendapatan non operasional juga dibagi menjadi dua golongan yaitu hasil sewa dan bunga.
  - 1) Hasil sewa adalah hasil yang didapat setelah menyewakan suatu objek, misalnya menyewakan rumah dan mobil.
  - 2) Bunga merupakan hasil yang didapat setelah meminjamkan uang kepada pihak lain.<sup>29</sup>

#### 5. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan

Menurut Edi Suharto, terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan dari suatu usaha yaitu:

##### a. Keahlian (*Skill*)

Kemampuan teknis yang dimiliki seseorang untuk mampu menangani pekerjaan yang dipercayakan, makin tinggi jabatan seseorang, keahlian yang dibutuhkan juga semakin tinggi, karena itu gaji atau upahnya juga semakin tinggi.

---

<sup>29</sup> Mubyarto, *Pengertian dan Jenis-Jenis Pendapatan*, (Yogyakarta: Aditya Media, 2007), 7.

b. Mutu Modal Manusia (*Human Capital*)

Kapasitas pengetahuan, keahlian dan kemampuan yang dimiliki seseorang, baik bakat bawaan maupun hasil pendidikan.

c. Kondisi Kerja (*Working Condition*)

Lingkungan dimana seseorang bekerja penuh resiko atau tidak, kondisi kerja dianggap makin berat, bila beresiko kegagalan atau kecelakaan kerja makin tinggi. Untuk pekerja yang makin beresiko maka upah pun semakin tinggi.<sup>30</sup>

Menurut Boediono pendapatan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

- a. Jumlah faktor produksi yang dimiliki bersumber dari hasil tabungan tahun ini dan warisan atau pemberian.
- b. Harga per unit dari masing-masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi.
- c. Hasil kegiatan anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan.<sup>31</sup>

#### ***D. Industri***

##### **1. Pengertian Industri**

Menurut Sandi industri adalah usaha untuk memproduksi barang jadi dengan bahan baku atau bahan mentah melalui proses produksi penggarapan dalam jumlah besar sehingga barang tersebut dapat diperoleh dengan harga serendah mungkin tetapi dengan mutu setinggi-tingginya. Perindustrian industri

---

<sup>30</sup> Edi Suharto, *Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Nasional*, (Bandung: Refika Aditama, 2005), 13.

<sup>31</sup> Boediono, *Pengantar Ekonomi*, (Edisi Ke-2, Jakarta: Erlangga, 2006), 150.

adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri.<sup>32</sup>

## 2. Klasifikasi Industri

Menurut Siska Ariyani Shofi industri adalah kegiatan ekonomi yang luas maka jumlah dan macam industri berbeda-beda untuk tiap-tiap negara atau daerah. Pada umumnya, makin laju tingkat perkembangan perindustrian di suatu negara atau daerah, maka makin kompleks pun sifat kegiatan dan usaha tersebut adapun klasifikasi industri berdasarkan kriteria masing-masing adalah sebagai berikut:

### a. Klasifikasi industri berdasarkan bahan baku

- 1) Industri ekstraktif, yaitu industri yang bahan bakunya diperoleh langsung dari alam, misalnya industri pertanian, perikanan dan kehutanan.
- 2) Industri *non* ekstraktif, yaitu industri yang mengolah lebih lanjut hasil industri lain. Misalnya, industri kayu lapis dan industri kain.
- 3) Industri fasilitatif, yaitu kegiatan industri yang menjual jasa seperti angkutan dan lain-lain.

### b. Klasifikasi industri berdasarkan tenaga kerja

- 1) Perusahaan atau industri besar, yaitu industri dengan jumlag tenaga kerja lebih dari 100 orang atau lebih.

---

<sup>32</sup> I Made Sandi, *Republik Indonesia Geografi Regional*. (Jakarta: Puri Margasari, 2010), 148

- 2) Perusahaan atau industri sedang, yaitu industri yang tenaga kerjanya berjumlah 20-90 orang.
  - 3) Perusahaan atau industri kecil, yaitu industri yang tenaga kerjanya berjumlah sekitar 5-19 orang.
  - 4) Industri kerajinan Rumah Tangga, yaitu industri yang menggunakan tenaga kerja kurang dari 4 orang (termasuk tenaga kerja yang tidak dibayar)
- c. Klasifikasi industri berdasarkan produksi yang dihasilkan
- 1) Industri primer, yaitu industri yang menghasilkan barang atau benda yang tidak perlu pengolahan lebih lanjut. Misalnya: industri anyaman, industri konveksi, industri makanan dan minuman.
  - 2) Industri sekunder, yaitu industri yang menghasilkan barang atau benda yang membutuhkan pengolahan lebih lanjut sebelum dinikmati atau digunakan. Misalnya: industri pemintalan benang, industri ban, industri baja dan industri tekstil.
  - 3) Industri tersier, yaitu industri yang hasilnya tidak berupa barang atau benda yang dapat dinikmati atau digunakan dengan baik secara langsung maupun tidak langsung, melainkan berupa jasa layanan yang dapat mempermudah atau membantu kebutuhan masyarakat misalnya industri angkutan, industri perbankan, industri perdagangan dan industri pariwisata.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Siska Ariyani Shofi, *Ekonomi Sebuah Kajian Komprehensif*, (Cet. II, Jakarta: Gramedia Pustaka, 2012), 104

### ***E. Tempe***

Tempe merupakan makanan tradisional di Indonesia yang terbuat dari biji kedelai yang di fermentasi oleh jamur *Rhizopus sp.* Tempe juga dapat di artikan sebagai produk makanan yang dihasilkan melalui proses fermentasi dengan menggunakan ragi. Kandungan gizi yang terdapat dalam tempe diantaranya lemak, protein, mineral, karbohidrat, vitamin B12 dan antioksidan yang dapat menguntungkan bagi kesehatan manusia. Tempe memiliki banyak manfaat bagi tubuh manusia, adapun manfaat medis dari tempe yaitu dapat eningkatkan sistem kekebalan tubuh, mengobati diare, menjaga kesehatan jantung dan mencegah berbagai penyakit saluran pencernaan.<sup>34</sup>

### ***F. Perspektif Etika Bisnis Islam***

#### **a. Pengertian Etika Bisnis Islam**

Etika berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos* yang dalam bentuk jama'nya *ta etha* yang berarti adat atau kebiasaan, sinonimnya adalah moral yang juga dari bahasa latin yaitu *mores* yang berarti kebiasaan. Dalam bahasa Arab disebut dengan *akhlaq*, diartikan sebagai budi pekerti, tabiat, perilaku, kemudian diadopsi dalam bahasa Indonesia menjadi akhlak.<sup>35</sup>

Akhlak dapat dipahami sebagai ilmu yang menentukan bahasa antara baik dan buruk, terpuji dan tercela tentang perkataan perbuatan manusia lahir dan

---

<sup>34</sup> Redi Aryanta, Manfaat Tempe Untuk Kesehatan, Jurnal Widya Kesehatan 2, No 1, (2020), 48

<sup>35</sup> Idri, "*Hadis Ekonomi: Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*", edisi pertama, (Jakarta: Kencana, 2015), 323.

batin. Kata akhlak dalam Al-Qur'an tidak ditentukan, yang ditentukan adalah bentuk tunggal dari kata tersebut yaitu *khuluq*.<sup>36</sup>

Dalam buku Idri menurut Al-Ghozali, menjelaskan pengertian *khuluq* (etika) adalah: suatu sifat yang tetap dalam jiwa, yang dari padanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah, dengan tidak membutuhkan pikiran.<sup>37</sup>

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Menurut arti dasarnya, bisnis memiliki makna sebagai “*the buying and selling of goods and services*”. Bisnis juga dipahami dengan kegiatan usaha individe (*privat*) yang terorganisir atau melembaga, untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis dilakukan dengan tujuan mendapatkan keuntungan (*profit*), mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan sosial, dan tanggung jawab sosial.<sup>38</sup>

Bisnis dalam Al-Qur'an dijelaskan melalui kata *tijarah*, yang artinya perniagaan. Secara umum yang mencakup perniagaan antara manusia dengan Allah. Dan secara khusus yang berarti perdagangan atau jual beli antara manusia.

Berdasarkan pengertian etika dan bisnis diatas, etika bisnis adalah seperangkat nilai yang berkaitan dengan baik dan buruk, benar dan salah berdasarkan pada prinsip moral. Dalam pengertian lain etika bisnis berarti

---

<sup>36</sup> Muhammad Djakfar, “*Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*”, (Malang: UIN-Malang Press, 2007), 4.

<sup>37</sup> Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi Dalam Perspektif Hadist Nabi*, 324

<sup>38</sup> Ika Yunia Fauzia, “*Etika Bisnis Dalam Islam*” (Cet. II; Jakarta: PT Fajar Interpramata, 2014), 4.

seperangkat prinsip dan moral dimana para pelaku bisnis harus komitmen dalam seperangkat prinsip dan norma tersebut dalam berinteraksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.<sup>39</sup>

Dalam syariah Islam, etika bisnis adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam pelaksanaan bisnis tidak terjadi kekhawatiran karena sudah diyakini sebagai suatu yang baik dan benar. Dalam setiap aktifitas bisnis, aspek etika merupakan hal yang mendasar yang harus selalu diperhatikan, misalnya berbisnis dengan baik, didasari iman dan takwa, sikap jujur dan amanah serta tidak melakukan perbuatan yang dilarang oleh syari'at Islam.<sup>40</sup>

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar atau salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.<sup>41</sup>

Dengan demikian etika berbisnis dalam islam sangat di junjung tinggi guna untuk menyelamatkan manusia dari sifat rakus, tamak, curang dan tidak peduli terhadap saudaranya. Karena ekonomi termasuk kebutuhan duniawi, maka perlu melakukan kegiatan ekonomi yang sesuai dengan syariat islam. Tidak boleh

---

<sup>39</sup> Faisal Badroen, "*etika Bisnis Dalam Islam*", (Cet. IV; Jakarta: Kencana Prenada Group), 70.

<sup>40</sup> Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi Dalam Perspektif Hadist Nabi*, 326.

<sup>41</sup> Afriyani Sasnita, Sitti Musyahidah dan Nursyamsu, "*Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Pembelian Busana Musloim Mahasiswa Jususan Ekonomi Syariah IAIN Palu*", *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam* 1, No. 2 (2019), 74.

menyimpang, seperti dalam mencari rezeki yang halal, tidak melakukan monopoli, bertindak tidak adil dalam distribusi pemasaran dan sebagainya.<sup>42</sup>

#### b. Prinsip Etika Bisnis Islam

Menurut Muhammad Prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu meliputi kesatuan dan integrasi, kesamaan, intelektualitas, kehendak bebas, tanggung jawab dan akuntabilitas, penyerahan total, kejujuran, keadilan, keterbukaan, kebaikan bagi orang lain, dan kebersamaan.<sup>43</sup>

Etika bisnis Islam harus berdasarkan pada prinsip-prinsip dasar yang berlandaskan pada Al-Qur'an, sehingga dapat diukur dengan aspek dasarnya yang meliputi:<sup>44</sup>

1. Barometer ketakwaan seseorang.
2. Mendatangkan keberkahan.
3. Mendapatkan derajat seperti para Nabi, Shiddiqin dan Syuhada.
4. Berbisnis merupakan sarana beribadah kepada Allah SWT.

Ada enam langkah konkrit awal dalam memulai etika bisnis islam, yaitu:<sup>45</sup>

1. Niat ikhlas mengharap ridho Allah SWT.
2. Professional

---

<sup>42</sup> Giska, Nurwanita, Ibrahim R. Mangge dan Moh. Anwar Zainuddin, "Penerapan Etika Bisnis Islam di Rumah Makan Kaledo Stereo Palu". *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1, No. 1 (2019), 113.

<sup>43</sup> Muhammad, "Etika Bisnis Islam", (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), 71.

<sup>44</sup> Abdul Aziz, "Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Bisnis Islam Untuk Dunia Usaha", (Cet. 1; Bandung: Alfabeta, 2013), 38.

<sup>45</sup> Ibid., 39.

3. Jujur dan amanah
4. Mengedepankan etika sebagai seorang muslim
5. Tidak melanggar prinsip syariah
6. *Ukhuwah Islamiyah*

Didalam mengelola sebuah usaha, etika pengelolaan usaha harus dilandasi oleh norma dan moralitas umum yang berlaku di masyarakat. Penilaian keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh peningkatan prestasi ekonomi dan finansial semata, akan tetapi keberhasilan itu harus diukur pula melalui tolak ukur moralitas dan nilai etika dengan landasan nilai-nilai sosial dalam agama. Dalam konteks Islam, setidaknya ada empat landasan normatif yang dapat dipresentasikan dalam aksioma etika, yaitu:

1. Kesatuan/Tauhid

Adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang politik ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang *homogeny*, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.<sup>46</sup>

Ajaran tauhid menumbuhkan pengawasan internal (hati nurani) yang ditumbuhkan oleh iman dalam hati seorang muslim dan menjadikan pengawasan dalam dirinya. Hati nurani seorang muslim tidak akan merampas yang bukan halnya, memakan harta orang lain dengan cara batil. Juga tidak memanfaatkan

---

<sup>46</sup> Ibid., 45.

kekurangan seorang yang lemah, kebutuhan orang yang terdesak dalam masyarakat.<sup>47</sup>

## 2. Keseimbangan/Keadilan

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Allah SWT memerintahkan kepada seluruh hamba-Nya untuk berlaku adil dalam setiap perbuatan seperti yang terdapat dalam Q.S. Al-Maidah ayat 5: 8.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ وَعَدِلُوا ۗ هُوَ أَقْرَبُ  
لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah masa mengetahui apa yang kamu kerjakan.”<sup>48</sup>

Keadilan merupakan kesadaran dalam pelaksanaan untuk memberikan kepada orang lain sesuatu yang sudah semestinya harus diterima oleh pihak lain, sehingga masing-masing pihak mendapatkan kesempatan yang sama untuk melaksanakan hak dan kewajiban tanpa mengalami rintangan atau paksaan, memberikan dan menerima selaras dengan hak dan kewajiban.<sup>49</sup>

<sup>47</sup> Muhammad Djakfar, “*Agama, Etika dan Ekonomi*”, (Malang: UIN Maliki Press, 2014), 93.

<sup>48</sup> Diklat Kementerian Agama RI dan Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an Badan Litbang Al-Qur’an dan Terjemahannya, Edisi Penyempurnaan, 2019, 146.

<sup>49</sup> Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi Dalam Perspektif Hadist Nabi*, 357.

### 3. Kehendak Bebas

Dalam etika bisnis kebebasan akan memberikan peluang selebar-lebarnya untuk selalu aktif berkarya, bekerja dengan semua potensi yang di miliki demi mendapatkan tujuannya tetapi kebebasan tersebut jelas bersifat terbatas dan tidak merugikan orang lain.<sup>50</sup> Kebebasan seharusnya dikolerasikan dengan kehidupan sosial semisal ketika seseorang yang sudah mendapatkan keuntungan yang melimpah maka kewajiban sebagai makhluk sosial tidak boleh terlupakan yaitu dengan membayar zakat, infak maupun sedekah dengan orang disekitarnya yang membutuhkan.<sup>51</sup>

### 4. Tanggung Jawab

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggung jawabkan tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas.<sup>52</sup>

Konsep tanggung jawab merupakan suatu bentuk batas serta aturan yang bisa menjadikan bisnis yang pebisnis kelola dapat berjalan tanpa meninggalkan rel-rel yang telah digariskan oleh hukum dan juga syari'ah. Sehingga dengan adanya tanggungjawab di etiap individu pelaku bisnis tentunya akan menjadikan setiap persaingan bisnis akan menjadi sehat, proses mendapatkan keuntungan

---

<sup>50</sup> Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 46.

<sup>51</sup> Johan Arifin, "*Etika Bisnis Islam*", (Cet. 1, Semarang: Walisongo Press, 2009), 142.

<sup>52</sup> Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 46.

dengan cara semestinya (*makrif* dan *halal*), begitu juga bagi konsumen tentu akan membeli dan menggunakan hasil produksi sesuai kebutuhan dan menghindari suatu yang berlebihan. Prinsip ini juga akan melahirkan suatu bentuk praktik bisnis yang mengutamakan adanya keadilan bagi semua pihak.<sup>53</sup>

#### 5. Kebenaran/Kebajikan dan Kejujuran.

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebijakan dan kejujuran, Allah swt berfirman dalam Q.S. At-Taubah ayat 9: 119.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.”<sup>54</sup>

Kebajikan artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakin Allah melihat.<sup>55</sup>

Dalam buku Johan Arifin, menurut Imam Al-Ghozali melaksanakan ihsan dapat dilakukan dengan tiga bentuk: pertama. Memberikan kelonggaran waktu kepada pihak terutang untuk membayar utangnya. Kedua, menerima pengembalian barang yang telah dibeli karena ketika barang dikembalikan

<sup>53</sup> Rofik Isaa Beekun, “Etika Bisnis Islam”, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 43.

<sup>54</sup> Diklat Kementerian Agama RI dan Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an Badan Litbang Al-Qur’an dan Terjemahannya, Edisi Penyempurnaan 2019, 282.

<sup>55</sup> Beekun, *Etika Bisnis Islam*, 43.

tentunya beralasan baik barang itu kurang sesuai dengan pesanan, rusak, harga tidak sesuai pasaran dan sebagainya. Ketiga, membayar utang sebelum penagihan tiba. Faktor dilaksanakannya prinsip ihsan diantaranya kemurahan hati (*leniency*), motif pelayanan (*service motive*), dan kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan dengan pelaksanaan yang menjadi prioritas.<sup>56</sup>

### **G. Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran atau kerangka berfikir merupakan dasar pemikiran suatu penelitian yang disintesis dari fakta-fakta melalui observasi dan telaah keputusan. Untuk mempermudah peneliti dalam proses penelitian maka di gunakan kerangka pemikiran yang dapat menguraikan tujuan dari penelitian tersebut.

Banyaknya pelaku usaha diberbagai sektor dalam hal ini sektor industri tempe, mendorong pelaku-pelaku usaha untuk saling bersaing maka pelaku usaha memerlukan strategi bersaing yang tepat untuk meningkatkan pendapatan. Pada industri tempe HB menerapkan strategi bersaing menurut porter yaitu, strategi biaya rendah, strategi diferensiasi dan strategi fokus. Dalam perspektif etika bisnis Islam pada dasarnya bersaing diperbolehkan selama masih dilakukan dengan baik dan benar sesuai dengan etika bisnis Islam yang telah ditetapkan dalam Al-Qur'an maupun hadist. Prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam harus mencakup Kesatuan/Tauhid, Keseimbangan/Keadilan, Kehendak Bebas, Tanggung Jawab, dan Kebenaran/Kebajikan dan Kejujuran

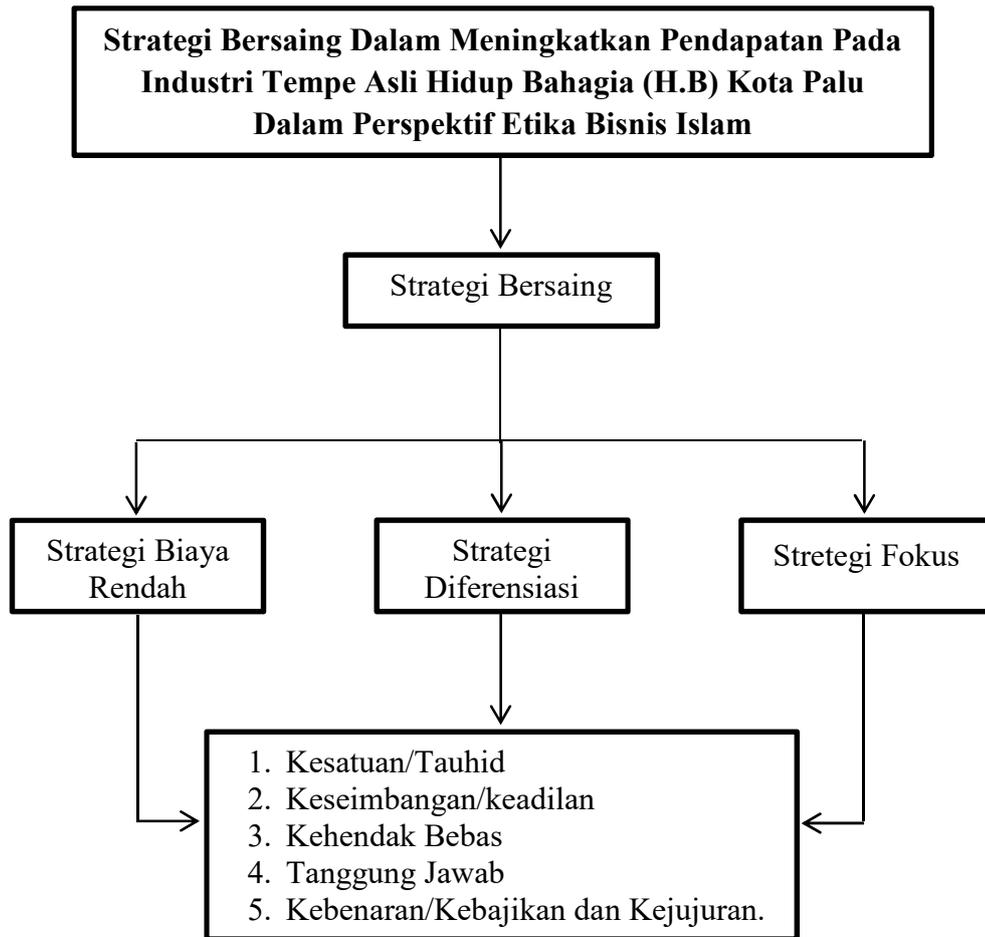
---

<sup>56</sup> Arifin, "Etika Bisnis Islam, 150.

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat secara singkat sebagai berikut:

**Gambar 2.1**

Kerangka Berfikir



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### ***A. Pendekatan Dan Desain Penelitian***

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif data yang dikumpulkan bukan angka-angka melainkan kata-kata atau gambaran. Menurut Poerwandari penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan dan mengelolah data yang sifatnya deskriptif, seperti transkrip wawancara, catatan lapangan, gambar, rekaman video, dan lain lain. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu tetapi didapat setelah melakukan analisa terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian.<sup>1</sup>

Jenis penelitian kualitatif merupakan penelitian yang temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya, yang mana berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa, interaksi dan tingkah laku manusia dalam situasi tertentu, penelitian kualitatif lebih berdasarkan pada sifat fenomenologis yang mengutamakan penghayatan dan berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia, penelitian kualitatif bertujuan untuk mengembangkan konsep sensitivitas pada masalah yang dihadapi dan menerangkan realitas berkaitan dengan

---

<sup>1</sup> E Ktisti Powerwandari “*pendekatan kualitatif dalam penelitian*” (Jakarta: Lembaga pengembangan dan pengukuran psikologi, fak. Psikologi Universitas Indonesia, 1998)

penelusuran teori dari bawah dan mengembangkan pemahaman akan satu atau lebih dari fenomena yang dihadapi.<sup>2</sup>

Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian ini untuk mengungkap fakta, keadaan, fenomena, variable dan keadaan yang terjadi saat penelitian berjalan. Penelitian deskriptif kualitatif menafsirkan dan menuturkan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi dalam masyarakat, pertentangan dua keadaan yang lebih, hubungan antara variable, perbedaaan antara fakta, pengaruh anantara suatu kondisi, dan lain lain. Masalah yang diteliti dan diselidiki oleh penelitian deskriptif kualitatif mengacu pada studi kualitatif, studi komperatif, serta dapat juga menjadi sebuah studi korelasional satu unsur bersama unsur lainnya. Biasanya kegiatan penelitian ini meliputi pengumpulan data, menganalisis data, menginterpretasi data, dan diakhiri dengan menyimpulkan data. Dalam hal ini data tersebut dapat diperoleh langsung dari Industri Tempe Asli Hidup Bahagia (H.B).

### ***B. Lokasi Penelitian***

Lokasi penelitian sekaligus merupakan objek penelitian ini dilakukan di Industri Tempe Asli Hidup Bahagia (H.B) yang berada di Jln. Bungi Indah 1, Kecamatan Tatanga, Kota Palu, Sulawesi Tengah.

---

<sup>2</sup> Imam Gunawan “*metode penelitian kualitatif*” (Jakarta : Bumi Aksara, 2013), 32

### ***C. Kehadiran Peneliti***

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Peneliti secara aktif berinteraksi langsung dengan objek penelitian. Hal ini bertujuan untuk dapat menggali informasi secara mendalam dengan memotret dan melaporkan data yang diperoleh secara lengkap. Peneliti juga menggunakan cara pengamatan langsung (observasi partisipan) kepada objek penelitian dengan tujuan menggali informasi sebanyak-banyaknya agar dalam pelaporan dapat di deskripsikan secara jelas. Dalam kehadiran penelitian terjadwal kurang lebih tiga kali:

1. Pra Penelitian adalah kehadiran sebelum melakukan penelitian dalam rangka melakukan pengamatan awal.
2. Saat penelitian adalah kehadiran peneliti pada waktu jadwal penelitian dilakukan.
3. *Groos Check* adalah kehadiran seorang peneliti setelah melakukan penelitian. Hal ini diperlukan untuk menjadi bukti keabsahan data yang diperoleh.

### ***D. Data dan Sumber Data***

Data dan sumber data merupakan faktor penentu keberhasilan suatu penelitian. Menurut S. Nasution, sumber data dalam suatu penelitiann ini dikategorikan dalam dua bentuk yaitu: “Data Primer dan Data Sekunder”.<sup>3</sup> Jenis

---

<sup>3</sup> Nasution, S., *Metode Research (Penelitian ilmiah)*. (Cet. VIII; Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 143.

data yang dikumpulkan oleh penulis dalam penelitian ini terbagi atas dua jenis, yaitu:

1. Data primer

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data yang diperoleh langsung dari sumber yang asli. Dengan itu proses pengumpulan data harus dilakukan dengan memperhatikan sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian. Adapun data primer yang diperoleh langsung dari pemilik usaha dan pelanggan tempe asli hb.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan secara tidak langsung tetapi diperoleh melalui orang lain atau pihak lain, adapun sumber data sekunder diperoleh melalui buku, jurnal, skripsi, dan data dari industri tempe asli hb itu sendiri.

### ***E. Teknik Pengumpulan Data***

Untuk mendapatkan data baik yang bersifat primer dan sekunder maka digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. *Observasi* (pengamatan)

Observasi yaitu cara menghimpun bahan-bahan keterangan yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang sedang dijadikan sebagai sasaran. Observasi yang dilakukan adalah observasi berstruktur yaitu pengamatan yang dilakukan setelah peneliti mengetahui aspek-aspek apa saja yang ada pada objek yang diteliti yang relevan

dengan masalah dan tujuan penelitian, dalam hal ini peneliti terlebih dahulu merencanakan apa-apa saja yang akan diamati.

Untuk menyempurnakan aktivitas pengamatan, peneliti harus mengikuti kegiatan keseharian yang dilakukan informan dalam waktu tertentu, memperhatikan apa yang terjadi, mendengarkan apa yang dikatakannya, mempertanyakan informasi yang menarik, dan mempelajari dokumen yang dimiliki.<sup>4</sup>

## 2. *Interview* (wawancara)

*Interview* yaitu sebuah percakapan antara dua orang atau lebih yang pertanyaannya ditunjukkan oleh peneliti kepada subjek atau sekelompok subjek penelitian untuk dijawab.<sup>5</sup> Metode yang dilakukan dalam wawancara ini adalah dengan menggunakan metode wawancara semiterstruktur yaitu peneliti menyiapkan pertanyaan terlebih dahulu dengan pelaksanaan lebih bebas. Dalam arti tidak menutup kemungkinan untuk muncul pertanyaan baru yang masih relevan agar mendapatkan pendapat dan ide dari sumber secara lebih luas.<sup>6</sup>

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan data dengan cara membuka dokumen-dokumen yang ada pada objek penelitian dan kemudian mengambil data yang relevan.

---

<sup>4</sup> Anas Sudijono, *Pengantar Evaluasi pendidikan*, (Cet. XV; Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), 76.

<sup>5</sup> Sumardi Suryabrata, *Metode Penelitian*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2016), 85.

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, 233.

## ***F. Teknik Analisis Data***

Setelah akhir pengumpulan data, maka data yang terkumpulan tersebut kemudian dikelola dalam sebuah proses untuk menemukan teori dari data. Pengelolaan data tersebut disebut analisis data, dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah:

### **1. Data *Reduction* (reduksi data)**

Reduksi data diawali dengan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, sehingga data yang telah direduksi dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang hasil pengamatan. Dalam proses reduksi, ada data yang terpilih dan ada data yang terbuang.

### **2. Data *Display* (penyajian data)**

Setelah data direduksi, dilanjutkan dengan mendisplay data. Proses mendisplay data yaitu menampilkan data secara sederhana dalam bentuk kata-kata dan kalimat dengan maksud agar data yang telah dikumpulkan sebagai dasar untuk mengambil kesimpulan yang tepat.

### **3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)**

Tahap akhir setelah mendisplay data yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Penarikan kesimpulan merupakan proses menarik intisari dari kata-kata yang terkumpul dalam bentuk pernyataan kalimat yang tepat yang memiliki data yang jelas. Setelah itu, kesimpulan diverifikasi untuk mengetahui kebenarannya dengan tujuan mendapat kesimpulan akhir yang lebih jelas.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Neong Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Rakesarin, 2008), 18.

### ***G. Pengecekan Keabsahan Data***

Dalam metode penelitian kualitatif terdapat pengecekan keabsahan temuan, hal ini dimaksudkan untuk melihat data yang diperoleh dilapangan apakah sudah benar-benar valid atau belum. Ketajaman analisis penelitian dalam menyajikan sebuah data tidak serta merta menjadikan hasil temuan peneliti sebagai data yang akurat dan memiliki tingkat kepercayaan tinggi. Menurut Lexy J. Moleong, dalam buku “metodologi penelitian kualitatif” bahwa keabsahaan data merupakan konsep penting yang diperbaruhi dari konsep keabsahan (validasi) dan kendala (relibilitas) menurut versi “*positive*” dan sesuaikan dengan tuntunan pengetahuan, kriteria dan paradikma sendiri.<sup>8</sup>

Dalam pengecekan keabsahan data ini, penulis menggunakan metode triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan keabsahaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain untuk keperluan pengecekan atau perbandingan terhadap data yang telah didapatkan. Menurut Lexy J. Moleong menjelaskan terdapat dua strategi yaitu :

- a. Pengecakan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data.
- b. Pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data menggunakan metode yang sama.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Lexy J. Moleong “*Metodologi Penelitian*” (Edisi Revisi ; Cetakan Tiga Puluh Delapan, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2018), 37.

<sup>9</sup> Ibid, 39.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### *A. Gambaran Umum Industri Tempe Asli Hidup Bahagia (H.B)*

##### 1. Sejarah Industri Tempe Asli H.B Kota Palu

Tempe memang telah menjadi makanan khas Nusantara yang bisa didapatkan hampir disetiap daerah. Tempe Asli HB kota Palu diproduksi dengan menerapkan proses yang higienis yang didukung oleh sarana dan prasarana yang higienis pula (menerapkan *Good Hyigiene Production* dan *Good Manufacturing Process*). Singkatan dari HB adalah “Hidup Bahagia”. Industri Tempe Asli HB kota Palu ini didirikan oleh bapak Rudhian Arifin. Berawal dari ia yang termotivasi melihat usaha tempe milik temannya yang berada di Kalimantan terus maju dan berkembang, ia pun mulai mengikuti pelatihan di Institut Pertanian Bogor (IPB) selama 6 bulan, dan setelah selesai tepatnya tahun 2016 ia merantau ke kota Palu dan memulai usaha tempe rumahan di Tavanjuka dengan modal awal yang sebesar Rp. 11.000.000, pada saat itu ia memiliki karyawan sebanyak 3 orang yang terdiri dari 2 laki-laki dan 1 perempuan. Industri tempe HB tersebut pada awal berdirinya hanya memproduksi 20kg kedelai perharinya.<sup>1</sup>

Setelah 2 tahun membuka usaha tempe rumahan tepatnya pada awal tahun 2018, bapak Rudhian Arifin memutuskan untuk pindah ke tempat yang lebih luas yaitu di Jln Bungsi Indah 1, Kelurahan Nunu, Kecamatan Tatanga, Kota Palu Sulawesi Tengah. Pada tanggal 28 september 2018 industri tempe HB berhenti produksi dan tutup selama 6 bulan karena bencana alam gempa dan tsunami yang

---

<sup>1</sup> Rudhian Arifin, Pemilik Industri, *wawancara*. Di Industri Tempe Asli HB, Jln. Bungsi Indah 1, (7 Maret 2023)

terjadi di kota Palu, pada februari 2019 industri tempe HB bangkit dan memulai usahanya kembali.<sup>2</sup>

Pada tanggal 20 Januari 2020, industri tempe asli HB kota Palu diresmikan langsung oleh Wakil Walikota Palu bapak Sigit Purnomo Said S.Ap sebagai Rumah Produksi Tempe Asli H.B dimana pembangunan ini merupakan kerjasama antara Forum Komunitas Doa Bangsa (FKDB) dengan *United States of America Soybean Export Council (USSEC)* untuk mendukung program palu bangkit. Usaha ini merupakan binaan Forum Komunitas Doa Bangsa (FKDB) yaitu suatu perkumpulan pribadi, pegawai, pengusaha dan pelaksana pendidikan nasional yang bermaksud membangun perekonomian dan pendidikan serta menegakkan supremen hukum, guna mewujudkan kemakmuran dan keadilan di Negara Kesatuan Republik Indonesia. Adapun luas pabrik yang diresmikan adalah 192 M dengan luas lahan 634 M.<sup>3</sup> Kini industri tempe HB berkembang pesat dan mampu memproduksi kedelai sebanyak 1 ton perharinya dengan pendapatan Rp720.000.000/bulan. Serta memiliki aset-aset mesin yang lebih canggih seperti mesin pengupas kulit kedelai. Sekarang Industri tempe HB telah mempekerjakan sebanyak 17 orang karyawan yang terdiri dari 9 laki-laki dan 8 perempuan.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Rudhian Arifin, Pemilik Industri, *wawancara*. Di Industri Tempe Asli HB, Jln. Bungi Indah 1, (7 Maret 2023);

<sup>3</sup> Forum Komunikasi Doa Bangsa, <https://fkdb.or.id/2020/01/pasha-wakil-wali-kota-palu-resmikan-titik-usaha-tempe-fkdb-di-kota-palu/> diakses 1 Juni 2023.

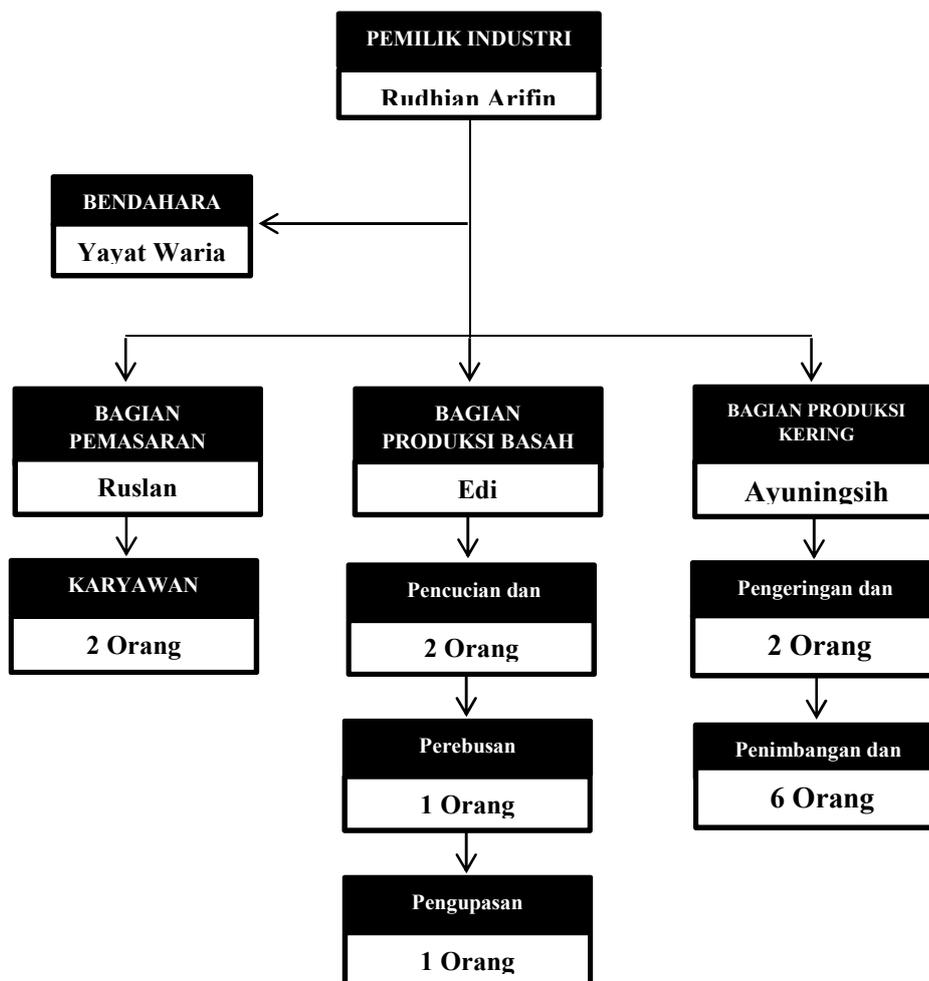
<sup>4</sup> Rudhian Arifin, Pemilik Industri, *wawancara*. Di Industri Tempe Asli HB, Jln. Bungi Indah 1, (7 Maret 2023);

## 2. Struktur Organisasi Industri Tempe HB

Dalam suatu organisasi sangat diperlukan adanya struktur organisasi. Struktur organisasi adalah susunan unit-unit kerja dengan pembagian tugas untuk masing-masing karyawan. Tidak hanya itu struktur organisasi juga menunjukkan gambaran pekerja agar lebih terstruktur. Berikut struktur organisasi pada Industri Tempe Asli HB Kota Palu.

**Gambar 4.1**

Struktur Organisasi Industri Tempe Asli Hidup Bahagia (H.B) Kota Palu



Sumber: Industri Tempe Asli HB kota Palu

Berdasarkan gambar 4.1 diatas diantaranya dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Bagian Pemasaran

Bagian ini dapat dikatakan sebagai perantara antara produsen dengan konsumen, dimana bagian pemasaran bertugas untuk memasarkan tempe dan mengantarkan pesanan tempe yang telah jadi kepada para konsumen tetap dipasar.

b. Bagian Produksi Basah

Bagian produksi basar dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu:

1) Bagian Pencucian dan Perendaman

Sebelum mengelola kedelai untuk diproses menjadi tempe, kedelai perlu dicuci hingga bersih dan kemudian direndam kedalam air selama 2-3 jam untuk memastikan kedelai yang digunakan bersih. Bagian ini bertanggung jawab atas kualitas kedelai yang nantinya dimasak menjadi bahan baku.

2) Bagian Perebusan

Pada bagian ini bertugas merebus kedelai. Ada yang direbus setengah matang dan ada yang sampai matang sempurna.

3) Bagian Pengupasan

Pada bagian ini karyawan bertugas mengupas kulit kedelai dengan mesin.

c. Bagian Produksi Kering

Bagian produksi kering dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu:

1) Pengeringan dan Peragian

Pada bagian ini tempe yang telah matang di dinginkan menggunakan kipas angin. Dan jika sudah dingin barulah kedelai dicampur dengan ragi.

## 2) Penimbangan dan Pengemasan

Pada bagian ini kedelai ditimbang sesuai berat dan ukuran yang telah ditentukan lalu dikemas dan disusun pada rak tempe.

## 3. Visi dan Misi Tempe Asli HB di Kota Palu

Menjadikan usaha produksi “Tempe Asli HB kota Palu” ini sebagai usaha rumahan yang mampu bersaing di dunia pasar serta meningkatkan perekonomian daerah dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Adapun misinya yaitu:

- 1) Membuka lapangan pekerjaan
- 2) Memberikan kualitas produk yang terbaik dengan menggunakan bahan yang berkualitas dan aman serta proses produksi yang higienis.

## 4. Peralatan dan mesin yang digunakan dalam proses pembuatan tempe HB.

- 1) Panci/dandang besar untuk merebus kedelai
- 2) Drum plastik untuk merendam kedelai dan menyimpan air (1200 L)
- 3) Keranjang untuk menyimpan kedelai
- 4) Mesin pengupas kulit kedelai
- 5) Gayung
- 6) Kipas angin untuk mengeringkan kedelai
- 7) Timbangan
- 8) Rak penyimpanan tempe
- 9) Plastik tempe
- 10) Baskom besar/sedang
- 11) Boiler

Untuk mengetahui kondisi peralatan dan mesin pada industri tempe asli HB dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.1**

Peralatan pada Industri Tempe Asli HB Kota Palu

No	Alat	Jumlah	Keterangan
1.	Panci/dandang Besar	3 buah	Baik
2.	Drum Plastik	25 buah	Baik
3.	Keranjang Besar dan Kecil	30 buah	Baik
4.	Mesin Pengupas Kulit Kedelai	2 buah	Baik
5.	Ember	6 buah	Baik
6.	Kipas Angin	3 buah	Baik
7.	Timbangan	4 buah	Baik
8.	Rak Penyimpanan Tempe	14 buah	Baik
9.	Baskom Besar/sedang	5 buah	Baik
10.	Boiler	1 unit	Baik

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat dilihat ada beberapa alat yang digunakan dalam proses pembuatan tempe HB. Hal ini merupakan salah satu faktor yang mendukung kelancaran proses produksi di industri tempe asli HB.

#### 5. Proses Pembuatan Tempe Asli HB

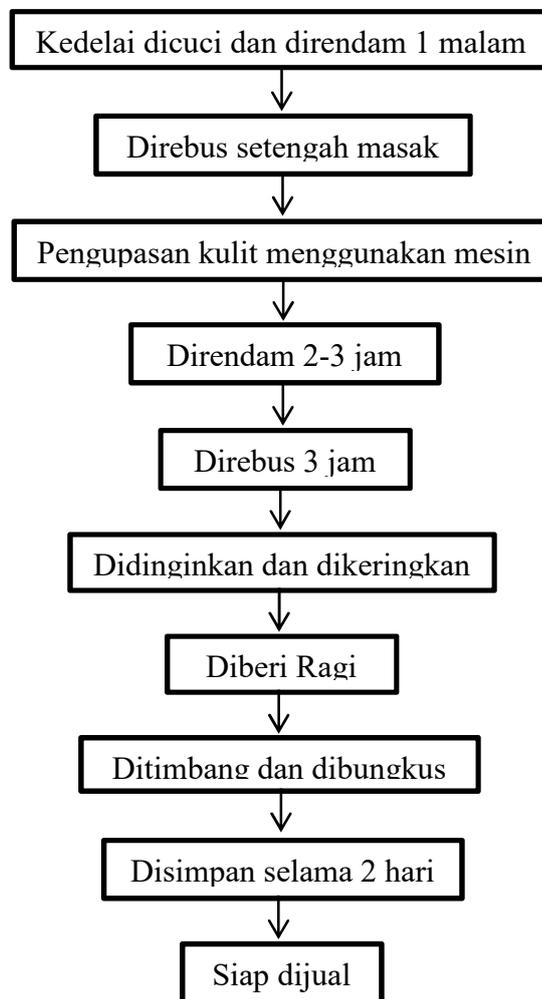
Proses pembuatan tempe dapat bervariasi antara satu produsen dengan produsen lainnya meski jamur pembuatan tempe yang digunakan sama, langkah-langkah pembuatannya bisa berbeda satu sama lainnya. Proses ini juga dapat menghasilkan produk akhir yang berbeda. Adapun terkait proses pembuatan tempe HB kota Palu, seperti yang disampaikan oleh Edi selaku bagian produksi basah saat wawancara menyampaikan:

“Proses pembuatan tempe disini sedikit berbeda dengan proses pembuatan tempe pada umumnya. Perbedaan terletak pada proses perebusan kedelai yang dilakukan sebanyak dua kali”.<sup>5</sup>

Untuk mengetahui lebih jelas mengenai proses pembuatan tempe HB Kota Palu, dapat dilihat sebagai berikut:

**Gambar 4.2**

Proses Pembuatan Tempe Asli HB



<sup>5</sup> Edi, karyawan, *wawancara*. Di Industri Tempe Asli HB Jln. Bungi Indah 1, (7 Maret 2023).

## ***B. Strategi Bersaing Industri Tempe Asli H.B kota Palu dalam meningkatkan Pendapatan***

Sejalan dengan perkembangan dan kemajuan teknologi dalam bidang bisnis, persaingan ekonomi akan mempengaruhi peningkatan kualitas dan mutu pelayanan yang akan diberikan perusahaan kepada konsumen. Salah satu strategi yang dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan yaitu strategi bersaing.

Dalam strategi pemasaran, pemilik usaha tidak hanya memikirkan keuntungan atau laba saja tetapi harus memikirkan bagaimana cara mendapatkan laba tersebut dan bagaimana penerapan strategi supaya perusahaan bisa bertahan didalam persaingan dengan perusahaan lain yang sejenis. Hal yang paling mendasar dan sangat diperlukan dalam strategi bersaing adalah bagaimana cara dan upaya untuk menarik konsumen dalam membeli dan meningkatkan pendapatan perusahaan. Dengan seperti itu pemilik perusahaan dituntut untuk memahami strategi bersaing.<sup>6</sup>

Strategi bersaing yang dilakukan oleh Industri Tempe HB kota Palu dalam meningkatkan pendapatan akan dianalisis menggunakan 3 keunggulan strategi bersaing yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing, yaitu: strategi biaya rendah, strategi diferensiasi dan strategi fokus, yang mana dengan menggunakan perumusan strategi tersebut bertujuan untuk menarik konsumen dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Adapun strategi bersaing yang diterapkan oleh industri tempe HB adalah sebagai berikut:

---

<sup>6</sup> Michael Porter, *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industry dan Pesaing*, Jakarta: Erlangga, 2001, 35.

## 1. Strategi Biaya Rendah

Perusahaan yang berhasil dengan strategi biaya rendah memiliki kemampuan dalam mendesain produk dan pasar yang lebih efisien dibandingkan pesaing. Strategi biaya rendah merupakan salah satu strategi yang diterapkan oleh industri dengan menekankan upaya memproduksi produk standar dengan biaya rendah sehingga akan menciptakan harga jual produk yang terjangkau. Berdasarkan kualitas tertentu untuk melaksanakan strategi biaya rendah, melalui peningkatan efisiensi dimana suatu industri menghasilkan produk yang berkualitas tetapi dengan biaya rendah, karena perusahaan mencapai skala ekonomi dengan menggunakan tenaga kerja yang lebih murah, bahan baku murah dan kenaikan bahan baku dari supplier dapat diredam oleh keunggulan dalam biaya.<sup>7</sup>

Faktor-faktor yang mempengaruhi biaya rendah pada Industri Tempe Asli HB yaitu:

### a. Sumber Pasokan Bahan Baku

Untuk menetapkan biaya rendah salah satu faktor yang mempengaruhi adalah dari mana sumber bahan baku diperoleh, semakin dekat dengan produsen bahan baku maka otomatis akan mempengaruhi biaya *output* produk. Untuk itu industri tempe asli HB tidak membeli kedelai didalam kota Palu akan tetapi membelinya di Surabaya.

Terkait hal tersebut, bapak Rudhian Arifin selaku pemilik industri tempe asli HB kota Palu mengatakan saat wawancara:

---

<sup>7</sup> Michael E. Porter, *Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*, terj Agus Dharma (Jakarta: Binarupa Aksara, 2018), 11.

“untuk bahan baku kedelai sendiri kita pesannya langsung ke supplier di Surabaya karena lebih murah sedikit dibanding beli dipalu, di Surabaya harganya Rp. 12.000/kilo kita pesan sebanyak 23 ton, pesannya 20 hari sekali. Jadi total biaya satu kali pesan kedelai itu Rp. 276.000.000 dan itu sudah free ongkir”<sup>8</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik industri tempe asli HB mengatakan bahwa dengan memesan langsung ke supplier di Surabaya jauh lebih murah dibandingkan beli kedelai didalam kota Palu. Berdasarkan hal tersebut dapat mempengaruhi biaya rendah yang dikeluarkan industri tempe HB dalam memproduksi tempe.

#### b. Penggunaan Teknologi dan Alat Produksi

Penggunaan teknologi dan alat produksi juga mempengaruhi penggunaan biaya dikarenakan dengan menggunakan alat produksi yang lebih canggih dapat mengurangi biaya yang dikeluarkan oleh industri tempe HB.

Terkait hal tersebut, bapak Rudhian Arifin selaku pemilik industri tempe asli HB kota Palu mengatakan saat wawancara:

“penggunaan alat yang bisa mengurangi biaya produksi disini salah satunya boiler atau alat uap untuk memasak kedelai, karena tidak menggunakan kayu yang banyak dibanding dengan memasak langsung dengan kayu bakar atau gas. Tidak hanya itu, penggunaan dandang stenlis juga dapat mempengaruhi biaya rendah dibanding menggunakan drum, karena drum kalau digunakan terus menerus dalam jangka waktu yang lama dia akan rusak dan berujung beli lagi”.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Rudhian Arifin, Pemilik Industri, *wawancara*. Di Industri Tempe Asli HB, Jln. Bungi Indah 1, (7 Maret 2023);

<sup>9</sup> Rudhian Arifin, Pemilik Industri, *wawancara*. Di Industri Tempe Asli HB Jln. Bungi Indah 1, (7 Maret 2023).

Berdasarkan data dan hasil wawancara diatas terkait strategi biaya rendah dapat kita ketahui bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi biaya rendah pada Industri Tempe Asli HB yaitu sumber pasokan bahan baku dan penggunaan teknologi dan alat produksi.

Untuk mengetahui lebih jelas tentang rincian biaya produksi tempe HB berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik industri tempe HB terkaitan biaya produksi tempe HB perharinya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.2**

Rincian Biaya Produksi Tempe Asli HB Perhari

<b>No</b>	<b>Bahan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Jumlah (Rp)</b>
1.	Kedelai	1000 kg	12.000.000
2.	Ragi	2 bungkus	21.666
3.	Plastik	-	500.000
4.	Upah Tenaga Kerja	17 orang	453.332
5.	Listrik	-	12.000
6.	Bahan Bakar Mesin	-	6.666
7.	Kayu Bakar	1 <i>pickup</i>	125.000
8.	Transportasi Pemasaran	-	60.000
<b>Total</b>			<b>13.178.664</b>

*Sumber : Industri Tempe Asli HB kota Palu*

Berdasarkan tabel diatas dapat kita ketahui bahwa biaya produksi tempe HB perharinya menggunakan biaya sebesar Rp. 13.178.664. Dan dari 1000kg kedelai dapat menghasilkan 8.000 bungkus tempe ukuran kecil seharga Rp. 1.000/bungkus, 4000 bungkus tempe ukuran sedang seharga Rp. 4.000/bungkus dan 100 bungkus tempe ukuran besar seharga Rp. 6.000/bungkus. Jadi, industri tempe asli HB mampu menghasilkan tempe 12.100 bungkus dengan ukuran yang

berbeda-beda. Adapun total pendapatan yang bisa diperoleh industri tempe HB perharinya sebesar Rp. 24.600.000/hari.

Strategi biaya rendah ini berkaitan erat dengan harga yang ditawarkan. Adapun terkait harga tempe pada industri tempe HB kota Palu, seperti yang disampaikan oleh bapak Rudhian Arifin selaku pemilik industri saat wawancara menyampaikan:

“harga tempe yang kami tetapkan disini itu bervariasi tergantung berat dan ukurannya, ukuran kecil 80gr dengan harga Rp.1000/bungkus, ukuran sedang 250gr dengan harga Rp.4000/bungkus, ukuran besar 400gr dengan harga Rp.6000/bungkus. Kalau untuk dibandingkan dengan produk yang sejenis mungkin dari harga itu tidak jauh berbeda. Kenaikan harga kedelai juga berpengaruh terhadap harga tempe karena kedelai yang kita dapat sudah kedelai yang sangat murah”.<sup>10</sup>

Hal tersebut juga diperkuat oleh Ayuningsih selaku bagian produksi kering industri tempe HB saat diwawancarai menyampaikan:

“untuk harga disini tidak jauh berbeda dengan tempe lain, bahkan saat harga kedelai naik harga tempe sama kita tetap, berat kedelai dan ukurannya pun tetap sama seperti saat harga kedelai belum naik”.<sup>11</sup>

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa penetapan harga pada tempe HB tidak jauh berbeda dengan tempe lainnya. Kenaikan harga bahan baku dari supplier dapat diredam oleh keunggulan dalam biaya. Pada industri tempe HB harga kedelai tidak berpengaruh terhadap harga, berat dan ukuran tempe.

---

<sup>10</sup> Rudhian Arifin, Pemilik Industri, *wawancara*. Di Industri Tempe Asli HB Jln. Bungi Indah 1, (7 Maret 2023).

<sup>11</sup> Ayuningsih, Karyawan, *wawancara*. Di Industri Tempe Asli HB Jln. Bungi Indah 1, (7 Maret 2023).

## 2. Strategi Diferensiasi

Diferensiasi merupakan tindakan merancang perbedaan produk atau jasa untuk membuatnya lebih menarik terhadap suatu pasar sasaran tertentu yang bermakna dalam tawaran perusahaan. Strategi diferensiasi berhubungan dengan persepsi pelanggan atas perbedaan-perbedaan yang ditawarkan dalam bentuk penyajian suatu produk/jasa. Suatu tindakan yang integratif yang dirancang untuk memproduksi dan menawarkan barang kepada pelanggan dengan berbeda dianggap unik bagi para konsumen.<sup>12</sup>

Strategi ini berkaitan dengan keunikan pada produknya. Terkait hal tersebut, bapak Rudhian Arifin selaku pemilik industri tempe HB kota Palu menyampaikan:

“Kalau kita berbicara mengenai produk, yang menjadi nilai lebih dari tempe kita dibanding yang lain itu dari segi pengemasan, tempe HB merupakan satu-satunya tempe di kota Palu yang kemasannya ada labelnya lengkap dengan komposisi, masa penggunaan dan media sosial. Kemudian dari segi ketahanan, tempe kita mampu bertahan sampai 3-4 hari tanpa sedikitpun perubahan. Selanjutnya segi produksi, kita sudah menggunakan alat yang higienis seperti mesin pengupas kulit kedelai, dandang besar yang kita gunakan memasak kedelai terbuat dari stainless steel.”<sup>13</sup>

Dari hasil wawancara dengan pemilik industri tempe HB, penulis menyimpulkan bahwa industri tempe HB kota Palu berfokus untuk membedakan tempe HB dengan tempe yang lain dalam menghadapi persaingan. Beberapa hal yang membedakan tempe HB dengan tempe yang lain yaitu diantaranya:

---

<sup>12</sup> Porter, *Keunggulan Bersaing*, 12.

<sup>13</sup> Rudhian Arifin, Pemilik Industri, wawancara. Di Industri Tempe Asli HB Jln. Bunga Indah 1, (7 Maret 2023).

1) Menggunakan alat produksi yang higienis dan aman.

Penggunaan alat produksi yang dimaksud, dimana industri tempe HB menggunakan peralatan yang higienis dan aman seperti dalam memasak kedelainya tidak lagi menggunakan drum tetapi menggunakan dandang yang terbuat dari bahan stenlis yang dapat mempertahankan kualitas tempe agar bertahan lebih lama. Terkait hal tersebut, bapak Rudhian Arifin selaku pemilik industri tempe HB kota Palu menyampaikan:

“disini memasak kedelai tidak lagi pake drum tapi pake dandang besar yang terbuat dari stenalis supaya tempunya bisa bertahan lama. Kalau masaknya pakai drum kurang bagus dan mempengaruhi kualitas tempunya nanti”.<sup>14</sup>

2) Penggunaan kemasan yang berlabel

Penggunaan kemasan berlabel yang dimaksud disini adalah tempe HB menggunakan kemasan yang sudah berlabel. Tujuan dari penggunaan label di kemasan itu untuk mempermudah konsumen mencari tahu informasi tentang tempe HB itu sendiri. Terkait hal tersebut, bapak Rudhian Arifin selaku pemilik industri tempe HB kota Palu menyampaikan:

“penggunaan kemasan pada produk itu sangat penting, alasan saya menggunakan kemasan yang berlabel pertama supaya beda dari tempe yang lain, kedua supaya konsumen gampang tau sama tempe HB”.<sup>15</sup>

Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan ibu Sutami selaku konsumen tempe HB saat diwawancarai mengatakan:

---

<sup>14</sup> Rudhian Arifin, Pemilik Industri, *wawancara*. Di Industri Tempe Asli HB Jln. Bungi Indah 1, (7 Maret 2023).

<sup>15</sup> Rudhian Arifin, Pemilik Industri, *wawancara*. Di Industri Tempe Asli HB Jln. Bungi Indah 1, (7 Maret 2023).

“dengan adanya penggunaan kemasan yang berlabel jadi gampang untuk dikenali dan dicari dipasar-pasar ditambah lagi ada nomor hp yang tertera di kemasannya jadi kalau kita mau pesan bisa dihubungi”<sup>16</sup>

Adapun isi dari kemasan tempe HB terdiri dari logo, nama tempe, komposisi, masa berlaku, kontak dan media sosial tempe HB. Untuk mengetahui lebih jelas, bisa dilihat pada gambar 4.3 dibawah ini:

### Gambar 4.3

Contoh Kemasan Tempe Asli HB kota Palu



### 3) Kualitas tempe yang baik

Tempe yang dihasilkan oleh industri tempe HB merupakan tempe yang berkualitas baik, mulai dari tempe yang dihasilkan putih dan bersih dan juga mampu bertahan hingga 3-4 hari.

Hal ini juga selaras dengan pernyataan Ibu Ajoria selaku konsumen yang juga menjual tempe HB saat wawancara menyampaikan:

“kalau dari kualitas tempe HB lebih unggul karna tempennya putih dan bersih terus dia bertahan sampai 3 hari bahkan 4 hari beda dengan tempe lain kalau sudah 2 hari tempennya jadi kuning”.<sup>17</sup>

<sup>16</sup> Sutami, Konsumen, *wawancara*. Di Pasar Impres Jln. Kunduri, (8 Maret 2023).

Diperkuat lagi oleh Ibu Sutami selaku konsumen yang menjual tempe HB saat wawancara mengatakan:

“disinikan saya jual berbagai macam tempe tapi yang cepat habis itu tempe HB, selain menjual tempe HB saya juga konsumsi pribadi dan terbukti kualitasnya jauh lebih bagus dibanding tempe lain, tempennya bersih kalau dipotong-potong tidak ada sampah-sampahnya”.<sup>18</sup>

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa industri tempe HB kota Palu berfokus untuk membedakan tempe HB dengan tempe yang lain dalam menghadapi persaingan. Ada beberapa hal yang membedakan tempe HB dengan tempe yang lain yaitu penggunaan alat produksi yang higienis dan aman, penggunaan kemasan yang berlabel dan kualitas tempe yang baik.

### 3. Strategi Fokus

Dalam strategi ini mengkonsentrasikan perusahaan terhadap target pasar yang akan dituju. Strategi fokus dibangun untuk melayani target tertentu secara baik. Strategi ini mempunyai ide bahwa kebutuhan dari kelompok akan dapat lebih tercapai dan mendapatkan layanan yang lebih baik dengan hanya berfokus pada kelompok tersebut.<sup>19</sup> Strategi ini didasarkan pada pemikiran bahwa perusahaan dengan demikian akan mampu melayani target strategisnya yang sempit secara lebih efisien dan efektif ketimbang pesaing yang lebih luas.

Biasanya perusahaan yang bergerak dengan strategi ini lebih berkonsentrasi pada suatu kelompok pasar tertentu, wilayah geografis tertentu atau produk barang

---

<sup>17</sup> Ajoria, Konsumen, *wawancara*. Di Pasar Impres Jln. Kunduri, (8 Maret 2023).

<sup>18</sup> Sutami, Konsumen, *wawancara*. Di Pasar Impres Jln. Kunduri, (8 Maret 2023).

<sup>19</sup> Porter, *Keunggulan Bersaing*, 14.

maupun jasa tertentu dengan kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen secara baik. Strategi ini berkaitan dengan segmentasi pasar yang dituju. Terkait hal ini, bapak Rudhian Arifin selaku pemilik Industri Tempe HB saat di wawancarai mengatakan:

“Saat ini dalam segi pemasaran kita sudah berhasil untuk memasarkan tempe HB secara luas hingga ke luar kota Palu. Seperti ke Morowali, Toli-toli dan Pasangkayu. Karena tempe HB memang kita targetkan tidak hanya untuk pasar yang ada di kota Palu dan sekitarnya saja melainkan juga difokuskan ke luar kota. Dari segi kualitas memang tempe HB ini lebih ditujukan untuk mereka yang tidak hanya melihat dari rasanya tapi juga ketahanannya yang tidak semua tempe bisa seperti itu.”<sup>20</sup>

Hal ini juga disampaikan oleh Ruslan selaku bagian bidang pemasaran tempe HB saat wawancara menyampaikan:

“Tempe yang dibuat memang nantinya akan dipasarkan sampe keluar kota Palu seperti ke Morowali karena disana tempe yang memiliki ketahanan yang lama dan kualitas yang baik banyak yang cari dan banyak yang suka. Sebenarnya untuk tempe biasa disana juga ada tapi kualitasnya kurang baik, yang kita kirim ke luar kota itu tempe yang belum jadi”.<sup>21</sup>

Dari hasil wawancara diatas, dapat diketahui bahwa segmentasi pasar pada Industri Tempe Asli HB kota Palu menasar pasar lokal hingga luar kota Palu. Adapun yang menjadi tujuan pemasaran diantaranya yaitu Morowali, Toli-toli dan Pasangkayu. Pengiriman keluar kota yang memakan waktu agak lama seperti ke Morowali dan Toli-toli merupakan tempe yang belum jadi, sehingga tempe yang dikirim masih baru atau tempe yang belum jadi dan masih dalam kondisi yang baik. Untuk kelompok konsumen yang dituju tentu mereka yang menyukai tempe

---

<sup>20</sup> Rudhian Arifin, Pemilik Industri, *wawancara*. Di Industri Tempe Asli HB Jln. Bungi Indah 1, (7 Maret 2023).

<sup>21</sup> Ruslan, karyawan, *wawancara*. Di Industri Tempe Asli HB Jln. Bungi Indah 1, (7 Maret 2023).

HB yang tidak hanya melihat dari segi ketahanan saja tetapi juga dari segi kualitas tempennya.

### **C. Peningkatkan Pendapatan pada Industri Tempe Asli H.B Kota Palu**

Pendapatan merupakan unsur sangat penting dalam manajemen keuangan suatu usaha, karena dalam melakukan suatu aktivitas usaha, manajemen pelaku usaha tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh dalam suatu periode tertentu yang di akui sesuai dengan prinsip-prinsip yang berlaku umum. Dengan kata lain pendapatan merupakan hasil dari seluruh penjualan barang atau jasa, suatu komoditi yang dihasilkan oleh sebuah usaha.

Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan bahwa pendapatan sebagai imbalan atau penghasilan selama satu bulan baik berupa uang atau barang yang diterima oleh seseorang yang bekerja dengan status pekerja bebas dipertanian atau pekerja bebas non pertanian, yaitu meliputi gaji dan upah, pendapatan dari usaha sendiri, pendapatan dari hasil investasi dan pendapatan dari keuntungan sosial (dari kerja sosial). Dalam hal ini pendapatan yang di maksud yaitu pendapatan yang diterima dari hasil penjualan tempe HB dalam kurun waktu satu tahun. Dibawah ini merupakan pendapatan industri tempe HB dari tahun 2020-2022.

**Tabel 4.3**

Pendapatan Industri Tempe Asli H.B tahun 2020-2022

<b>Tahun</b>	<b>Pendapatan (Rp)</b>
2020	8.640.000.000
2021	9.360.000.000
2022	9.720.000.000

Sumber : Industri Tempe Asli H.B Kota Palu Tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pendapatan industri tempe HB meningkat setiap tahunnya dipengaruhi oleh penerapan strategi bersaing. Penerapan strategi bersaing pada industri tempe HB di mulai pada tahun 2020 sampai dengan sekarang, sehingga pendapatan yang tertera pada tabel hanya dari 2020-2022.

#### **D. Perpektif Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Bersaing Industri Tempe Asli H.B Kota Palu Dalam Meningkatkan Pendapatan.**

Peningkatan jumlah konsumen yang signifikan dari tahun ke tahun, menunjukkan bahwa ada keterkaitan antara strategi bersaing dan etika bisnis Islam yang diterapkan oleh Industri Tempe Asli HB. Sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, baik terhadap pemilik toko, karyawan maupun konsumen.

Etika pemasaran dalam Islam memiliki prinsip yang menjaga aturan dalam hukum Islam atau aturan hukum ekonomi syariah, pemasaran dalam Islam harus mengandung pemasaran syariah, yakni peasaran yang selalu memperhatikan aturan dan tujuan ekonomi Islam. Strategi bersaing tempe HB dalam meningkatkan pendapatan akan dilihat berdasarkan prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam, berikut:

##### **1. Kesatuan/Tauhid**

Makna tauhid dalam konteks etika Islam adalah kepercayaan penuh dan murni terhadap keesaan Tuhan, dimana landasan tauhid merupakan landasan filosofi yang dijadikan pondasi bagi setiap muslim dalam melangkah dan

menjalankan fungsi hidupnya, diantaranya adalah fungsi aktivitas ekonomi. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S. Maryam 19: 65.

رَبُّ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا بَيْنَهُمَا فَاعْبُدْهُ وَاصْطَبِرْ لِعِبَادَتِهِ هَلْ تَعْلَمُ لَهُ

سَمِيًّا

Terjemahnya:

“(Dialah) Tuhan (yang menguasai) langit, bumi, dan segala yang ada di antara keduanya. Maka, sembahlah Dia dan berteguhhatillah dalam beribadah kepada-Nya. Apakah engkau mengetahui sesuatu yang sama dengan-Nya?”.

Prinsip tauhid meyakini bahwa adanya kesatuan dunia dan akhirat sehingga mengantarkan seorang pebisnis untuk tidak mengejar keuntungan material semata, akan tetapi ada keuntungan immaterial yang bersifat kekal.

Dalam penerapan strategi bersaing industri tempe HB telah memegang teguh nilai-nilai tauhid dalam etika bisnisnya. Dengan melakukan segala aktivitas ekonominya dengan baik karena tahu bahwa Allah SWT. selalu melihat dan mengetahui apa yang diperbuat. Juga selalu berusaha menjaga kepercayaan konsumen agar hubungan jual beli dapat terjaga. Dalam industri tempe HB, melakukan perjanjian atau akad yang dilakukan pemilik industri tersebut kepada konsumen yang harus ditepati dan memberikan pelayanan sesuai pesanan. Selain itu etika yang sesuai dengan nilai-nilai ketauhidan yang diterapkan adalah *istiqomah* (konsisten) dalam penetapan produk baik dari segi kualitas ataupun kuantitas.

## 2. Keseimbangan/Keadilan

Dalam segala kegiatan berbisnis, Islam meajibkan setiap pengusaha untuk berbuat adil dalam menjalankan bisnisnya, bahkan kepada pihak yang tidak disukai sekalipun. Seperti yang dijelaskan dalam firman Allah Q.S An-Nisa 4: 29 sebagai berikut:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ  
 حِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu”.<sup>22</sup>

Dari ayat tersebut, sudah jelas bahwa segala aktivitas manusia terutama di dalam dunia bisnis dianjurkan agar selalu bersikap adil karena Allah SWT maha mengetahui segala sesuatu. Dilihat dari hal tersebut, strategi bersaing yang diterapkan industri tempe HB yang berkaitan dengan keadilan yaitu penetapan timbangan kedelai disetiap bungkusnya, penetapan harga. Tidak dibeda-bedakan antara konsumen yang merupakan keluarga, teman, konsumen lama dan konsumen baru. Juga tidak membedakan antara suku, ras, agama dan lain-lain. Semuanya mendapatkan harga dan perlakuan yang setara.

<sup>22</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Cet 1, Bandung: CV Penerbit Dponegoro, 2019), 287.

Tidak hanya konsumen, karyawan pun mendapatkan keadilan yang sama. Dalam sisi pemasaran produk tidak membeda-bedakan konsumen dan menjunjung tinggi kepuasan para konsumen. Serta adil dan seimbang dalam memperlakukan karyawannya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara oleh bapak Rudhian Arifin yaitu :

“semua pelanggan kita samakan, tidak ada yang kita beda-bedakan mau keluarga teman atau apapun itu, baik dalam hal pelayanan maupun penetapan harga. Tidak hanya konsumen karyawan juga kita perlakukan dengan adil mau karyawan lama atau karyawan baru, seperti dapat jaminan kesehatan, pembagian gaji dengan jumlah dan waktu yang telah ditetapkan, dan pemberian fasilitas”<sup>23</sup>

Hal tersebut diperkuat oleh pak amran selaku konsumen tempe HB saat di wawancarai mengatakan:

“saya sering beli tempe disini untuk konsumsi pribadi, kadang cuma beli sedikit tapi tetap dilayani dengan baik sama karyawannya”<sup>24</sup>

Hal tersebut juga diperkuat oleh Edi selaku karyawan industri tempe HB saat di wawancarai menyampaikan:

“disini karyawan lama atau baru diperlakukan dengan adil, mulai dari pembagian gaji yang serentak tidak ada yang didahulukan, pemberian fasilitas seperti tempat tinggal bagi laki-laki”<sup>25</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas penulis menyimpulkan bahwa industri tempe HB sudah memenuhi prinsip etika bisnis Islam dalam hal keseimbangan

---

<sup>23</sup> Rudhian Arifin, Pemilik Industri, *wawancara*. Di Industri Tempe Asli HB Jln. Bungi Indah 1, (7 Maret 2023).

<sup>24</sup> Amran, Konsumen, *wawancara*, Di Industri Tempe Asli HB Jln. Bungi Indah 1, (9 Maret 2023).

<sup>25</sup> Edi, Karyawan, *wawancara*. Di Industri Tempe Asli HB Jln. Bungi Indah 1, (7 Maret 2023).

atau keadilan yang memiliki arti berperikemanusiaan. Oleh karena itu, dalam keadilan yang diterapkan oleh pemilik industri tempe HB bukan hanya untuk konsumen saja, akan tetapi keadilan kepada karyawannya juga. Dimana pemilik tempe HB memperlakukan semua karyawannya sama tanpa membeda-bedakan. Karena adanya keseimbangan/keadilan yang dirasakan oleh konsumen. Dapat membuat industri tempe HB dalam meningkatkan pendapatan melalui pernyataan konsumen kepada orang lain, sehingga mereka tertarik untuk membeli tempe HB kota Palu.

### 3. Kehendak Bebas

Prinsip kehendak bebas merupakan bagian yang penting dari nilai etika bisnis Islam yakni potensi untuk menentukan pilihan yang beragam. Kebebasan manusia tidak dibatasi, maka manusia memiliki kebebasan pula untuk menentukan pilihan yang salah ataupun yang benar. Oleh karena itu kebebasan manusia untuk melakukan kegiatan ekonomi haruslah dilakukan dengan cara-cara yang benar, adil dan mendatangkan manfaat bagi masyarakat luas menurut Al-Qur'an dan Sunah Rasul. Kehendak bebas diperbolehkan dalam hal pemasaran asalkan tidak bertentangan dengan nilai-nilai agama dan sosial.

Industri tempe HB memberikan kebebasan kepada konsumen dan langganannya dalam membeli tempe dimana saja tanpa unsur paksaan dan dalam menentukan ukuran dan jumlah tempe yang ingin dibeli atau dibutuhkan sesuai minat dan kebutuhan konsumen. Kehendak bebas yang dilakukan dengan mementingkan keuntungan kolektif seperti dalam hal penetapan harga yang umum dan harga yang pasaran, tidak mengambil keuntungan berlebihan agar dapat

bersaing sehat dengan penjual lainnya dan tidak merugikan pihak lain.

Sebagaimana disampaikan oleh bapak Rudhian Arifin:

“pelanggan atau konsumen disini kita bebaskan mau beli berapa banyak dan ukuran yang berapa tetap kita layani dan mau beli langsung disini atau dipasar juga boleh. Tidak ada unsur paksaan disini.”<sup>26</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa, industri tempe HB juga telah menerapkan etika bisnis Islam berupa kehendak bebas dengan memberikan kenyamanan kepada konsumen dari segi pelayanan.

#### 4. Prinsip Tanggung Jawab

Dalam suatu usaha atau bisnis, ketika kesabaran akan rasa tanggung jawab telah tertanam maka kepercayaan konsumen maupun perusahaan akan mudah di dapat. Sebagaimana dalam firman Allah SWT dalam surah Al-Anam 6: 164.

قُلْ أَغْيِرَ اللَّهُ أْبْنِي رَبًّا وَهُوَ رَبُّ كُلِّ شَيْءٍ ۚ وَلَا تَكْسِبُ كُلُّ نَفْسٍ إِلَّا عَلَيْهَا ۚ وَلَا تَزُرُ وَازِرَةٌ وِزْرَ أُخْرَىٰ ۚ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّكُم مَّرْجِعُكُمْ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ ﴿١٦٤﴾

Terjemahannya:

“Katakanlah (Nabi Muhammad), “Apakah aku (pantas) mencari tuhan selain Allah, padahal Dialah Tuhan bagi segala sesuatu. Setiap orang yang berbuat dosa, dirinya sendirilah yang akan bertanggung jawab. Seseorang tidak akan memikul beban dosa orang lain. Kemudian, kepada Tuhanmulah kamu kembali, lalu Dia akan memberitahukan kepadamu apa yang dahulu kamu perselisihkan.”

Industri tempe HB dalam menjamin kualitas tempe yang baik dan halal. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara oleh bapak Rudhian Arifin yaitu:

<sup>26</sup> Rudhian Arifin, Pemilik Industri, wawancara. Di Industri Tempe Asli HB Jln. Bungi Indah 1 (7 Maret 2023).

“Saat ini, Industri tempe HB memperoleh bahan baku pembuatan tempe yang halal dan baik. Begitupun dengan proses produksinya dimana menggunakan alat yang higienis sehingga kualitas tempennya terjaga”.<sup>27</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa, industri tempe HB telah menerapkan etika bisnis Islam berupa tanggung jawab dengan memperoleh bahan-bahan pembuatan tempe yang halal dan baik, memproduksi tempe dengan alat yang higienis sehingga tempe yang dihasilkan dan ditawarkan kepada konsumen merupakan tempe yang halal dan thayyiban.

#### 5. Kebenaran/Kebajikan dan Kejujuran

Dalam setiap usaha apabila melakukan promosi juga diperlukan kejujuran yaitu memberikan informasi yang sesuai dengan keadaan atau kenyataan dari produk itu dan tidak melebih-lebihkan. Kejujuran pelaku bisnis untuk tidak mengambil keuntungan hanya untuk dirinya sendiri dengan cara menyuap, menimbun barang, berbuat curang dan menipu, tidak memanipulasi barang dari segi kualitas dan kuantitasnya. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S Al-Isra 17: 35.

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كَلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

Terjemahannya:

“Sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Itulah yang paling baik dan paling bagus akibatnya.”

Penerapan kejujuran menurut hasil penelitian ini lebih difokuskan bagaimana kesesuaian antara timbangan yang telah ditetapkan dan yang

<sup>27</sup> Rudhian Arifin, Pemilik Industri, wawancara. Di Industri Tempe Asli HB Jln. Bungi Indah 1 (7 Maret 2023).

sesungguhnya. Sebagaimana disampaikan oleh Ayuningsih selaku karyawan tempe asli HB saat di wawancarai mengatakan:

“sebelum tempe dibungkus kita timbang dulu jika sudah sesuai dengan yang seharusnya barulah kita bungkus, jadi penetapan berat kedelai sudah sesuai dengan yang kita lakukan”.<sup>28</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat penulis simpulkan bahwa, industri tempe HB menerapkan etika bisnis Islam berupa kebenaran atau kejujuran. Dapat dilihat dalam melakukan kegiatan bisnisnya industri tempe HB selalu mengedepankan kejujuran termasuk dalam hal penimbangan berat kedelai yang ditentukan disetiap bungkus tempennya. Tidak hanya itu dalam melakukan kegiatan bisnisnya industri tempe HB selalu mengedepankan kejujuran termasuk dalam hal menyampaikan kualitas produk secara transparan.

Berdasarkan data diatas, menunjukkan bahwa industri tempe Hbdalam bisnisnya sudah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, terbukti dalam memasarkan produknya selalu mengedepankan *good attitude, service person*, kejujuran, keadilan, transparan, saling membantu, hubungan yang baik dengan konsumennya. Dengan demikian menjadikan industri tempe HB mendapat kepercayaan oleh setiap konsumennya sehingga bisa bertahan hingga saat ini.

---

<sup>28</sup> Ayuningsih, Karyawan, *wawancara*. Di Industri Tempe Asli HB Jln. Bungi Indah 1 (7 Maret 2023).

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### ***A. Kesimpulan***

Berdasarkan data-data yang dijelaskan di atas, maka untuk memberi pemahaman yang lebih singkat, tepat dan terarah peneliti memaparkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi bersaing yang digunakan industri tempe HB dalam meningkatkan pendapatan yaitu melalui strategi bersaing yang terdiri dari faktor strategi biaya rendah, dimana industri tempe HB memperoleh bahan baku langsung dari suplier dan penggunaan alat produksi yang canggih sehingga dapat mempengaruhi biaya yang dikeluarkan. Strategi diferensiasi, dengan membuat tempe HB berbeda dengan yang lain seperti menggunakan kemasan yang berlabel dan memperhatikan kualitasnya. Strategi fokus, segmentasi pasar tempe HB menysasar pasar lokal hingga luar kota Palu. Dari penerapan strategi tersebut sangat mempengaruhi peningkatan pendapatan pada industri tempe HB kota Palu
2. Menurut tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi bersaing yang dilakukan industri tempe HB kota Palu dalam meningkatkan pendapatan, telah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yang terdiri dari Kesatuan atau tauhid, Keseimbangan atau keadilan, Kehendak bebas, Tanggung jawab, dan Kebenaran atau kejujuran.

***B. Saran***

1. Bagi usaha tempe yang dilakukan oleh Industri Tempe Asli HB kota Palu sebenarnya sudah cukup baik. Pemilik usaha harus terus membuat inovasi baru sehingga konsumen enggan untuk berpindah ke tempat lain dan tetap fokus untuk menjalankan usahanya meski banyak pesaing. Dan juga diharapkan mampu mempertahankan strategi bersaing yang diterapkan.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti tentang strategi bersaing diharapkan mampu mengkaji lebih banyak dan detail terkait strategi bersaing yang diterapkan oleh suatu usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajoria. Konsumen, *wawancara*. Di Pasar Impres Jln. Kunduri, 8 Maret 2023
- Alma, Buchari. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*, edisi revisi. Cet. 12; Bandung: Alfabeta, 2004
- Amir, M. Taufiq. *Manajemen Strategik konsep dan Aplikasi*, Cet. II; Jakarta: Rajawali Pers, 2012
- Amran, Konsumen, *wawancara*, Di Industri Tempe Asli HB Jln. Bungi Indah 1, 9 Maret 2023
- Anita, Siska Yuli. “Analisis Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19 dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi pada Pelaku UMKM Keripik Pisang di Jl. ZA. Pagar Alam). *Jurnal Ilmia Ekonomi Islam*, UIN Raden Intan Lampung 8, No 1, 2022 <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i1.3912>
- Arifin, Johan. “*Etika Bisnis Islam*”, Cet. 1, Semarang: Walisongo Press, 2009
- Arifin, Rudhian. Pemilik Industri, *wawancara*. Di Industri Tempe Asli H.B Jln. Bungi Indah 1, 7 Maret 2023
- Aryanta, Redi. Manfaat Tempe Untuk Kesehatan, *Jurnal Widya Kesehatan* 2, No 1, 2020
- Ayuningsih. Karyawan, *wawancara*. Di Industri Tempe Asli HB Jln. Bungi Indah 1, 7 Maret 2023
- Aziz, Abdul. “*Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Bisnis Islam Untuk Dunia Usaha*”, Cet. 1; Bandung: Alfabeta, 2013
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006
- Beekun, Rofik Isaa “*Etika Bisnis Islam*”, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004
- Boediono, *Pengantar Ekonomi*, Edisi Ke-2, Jakarta: Erlangga, 2006
- Danil, Mahyu. “Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen”, *Jurnal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh* 4, No. 7, 2017
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2008

- Diklat Kementerian Agama RI dan Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Edisi Penyempurnaan, 2019
- Djakfar, Muhammad. "*Agama, Etika dan Ekonomi*", Malang: UIN Maliki Press, 2014
- Djakfar, Muhammad. "*Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*", Malang: UIN-Malang Press, 2007
- Edi. karyawan, *wawancara*. Di Industri Tempe Asli HB Jln. Bungi Indah 1, 7 Maret 2023
- Elias, Melissa Carmia. "Analisi Strategi Bersaing pada Perusahaan Biro Perjalanan di Malang", *Jurnal Manajemen Bisnis*, Universitas Kristen Petra 6, No. 2, 2018
- Fatimah, Feti., & Tyas, W. M. "Strategi Bersaing Umkm Rumah Makan Di Saat Pandemi Covid 19," *Jurnal IPTEKS* 5, no 2, 2020 <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i2.3663>
- Fauzia, Ika Yunia. "*Etika Bisnis Dalam Islam*", Cet. II; Jakarta: PT Fajar Interpramata, 2014
- Forum Komunikasi Doa Bangsa, <https://fkdb.or.id/2020/01/pasha-wakil-wali-kota-palu-resmikan-titik-usaha-tempe-fkdb-di-kota-palu/> diakses 1 Juni 2023.
- Giska, Nurwanita, Ibrahim R. Mangge dan Moh. Anwar Zainuddin, "*Penerapan Etika Bisnis Islam di Rumah Makan Kaledo Stereo Palu*". *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1, No. 1, 2019
- Gunawan, Imam. "*metode penelitian kualitatif*", Jakarta : Bumi Aksara, 2013
- Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung Mizan Putaka, 2002
- Hutabarat, Jemsly., Matini Huseini, *Proses, Formasi & Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer Operasionalisasi Strategi*, Cet. 1; Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2006
- Idri, "*Hadis Ekonomi: Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*", edisi pertama, Jakarta: Kencana, 2015
- II, Pearce John A., Richard B. Robinson Jr, *Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, buku 1, Jakarta: Salemba Empat, 2014

- Ismail, Solihin. *Manajemen Strategik*, Cet. I; Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2012
- Karim, Adiwarman A. *Ekonomi Mikro Islam*, PT Raja Grafindo Persada 2011
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2008
- Kurniawati, Meliana. “Distribusi Pendapatan: Kesejahteraan Menurut Konsep Ekonomi Islam”, *Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 1, no. 1, 2016
- Lesmana, Rosa. “Analisis Strategi Bersaing PT. Dwi Perkasa Mobiltama Pamulang untuk Meningkatkan Penjualan”, *Jurnal Magister Manajemen, Universitas Pamulang* 3, No. 1, November 2019
- Marbun, BN. *Kamus Manajemen*, Cet. II, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2009
- Moleong, Lexy J. “*Metodologi Penelitian*”, Edisi Revisi ; Cetakan Tiga Puluh Delapan, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2018
- Mubyarto, Pengertian dan Jenis-Jenis Pendapatan, Yogyakarta: Aditya Media, 2007
- Mudrajad, Kuncoro. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Bersaing*, Jakarta: Erlangga, 2005
- Muhadjir, Neong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Rakesarin, 2008
- Muhammad, “*Etika Bisnis Islam*”, Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004
- Pitoy, Claudia Vanesha. “Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution (Studi Kasus Pada PT. Astragraphia, TBK Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Universitas Sam Ratulangi, Manado* 16, No 3, 2018
- Porter, Michael E. *Strategi Bersaing (competitive strategy)*, Tangerang: Kharisma Publishing Group, 2007
- Porter, Michael E., *Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*, terj Agus Dharma, Jakarta: Binarupa Aksara, 2018
- Porter, Michael. *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industry dan Pesaing*, Jakarta: Erlangga, 2001

- Powerwandari, E Ktisti. *“pendekatan kualitatif dalam penelitian”*, Jakarta: Lembaga pengembangan dan pengukuran psikologi, fak. Psikologi Universitas Indonesia, 1998
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep perencanaan strategic untuk menghadapi abad 21*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006
- Ruslan. karyawan, *wawancara*. Di Industri Tempe Asli HB Jln. Bungl Indah 1, 7 Maret 2023
- S, Nasution. *Metode Research (Penelitian ilmiah)*. Cet. VIII; Jakarta: Bumi Aksara, 2006
- S.R, Soemarso. *Akutansi Suatu Pengantar*, V, Jakarta: Salemba Empat, 2009
- Sandi, I Made. *Republik Indonesia Geografi Regional*, Jakarta: Puri Margasari, 2010
- Sasnita Afriyani, Sitti Musyahidah dan Nursyamsu, *“Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Pembelian Busana Musloim Mahasiswa Jususan Ekonomi Syariah IAIN Palu”*, Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam 1, No. 2 2019
- Shofi, Siska Ariyani. *Ekonomi Sebuah Kajian Komprehensif*, Cet. II, Jakarta: Gramedia Pustaka, 2012
- Sudijono, Anas. *Pengantar Evaluasi pendidikan*, Cet. XV; Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016
- Suharto, Edi. *Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Nasional*, Bandung: Refika Aditama, 2005
- Sukino, Sadono Teori Pengantar Mikro Ekonomi, Cet. XXXI; Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016
- Suryabrata, Sumardi. *Metode Penelitian*, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2016
- Sutami. Konsumen, *wawancara*. Di Pasar Impres Jln. Kunduri, 8 Maret 2023
- Toweulu, Sudarman. *Ekonomi IndonesiaI*, Cet. II, Jakarta: Raja Grafindo, 2011
- Umar, Husein. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, Jakarta: Raja Grafindo, 2012
- Umar, Husein. *Strategi Manajemen In Action*, Jakarta: Gramedia Pustakama, 2003

**LAMPIRAN LAMPIRAN**

## DAFTAR INFORMAN

Dalam penelitian ini penulis melampirkan daftar informan yang merupakan sumber informasi mengenai data yang ditemukan penulis di lapangan. Adapun daftar informan tersebut adalah sebagai berikut:

<b>NO</b>	<b>NAMA</b>	<b>KETERANGAN</b>	<b>TANDA TANGAN</b>
1.	Rudhian Arifin	Pemilik Usaha	
2.	Ruslan	Bagian Pemasaran	
3.	Edi	Bagian Produksi Basah	
4.	Ayuningsih	Bagian Produksi Kering	
5.	Ibu Ajoria	Konsumen	
6.	Ibu Sutami	Konsumen	
7.	Amran	Konsumen	

**Surat Keterangan Telah Menyelesaikan Penelitian**

**SURAT KETERANGAN**

**Yang bertanda tangan dibawah ini :**

**Nama : Rudhian Arifin**

**Nama Usaha : Industri Tempe Asli Hidup Bahagia (H.B)**

**Alamat : Jln. Bungi Indah, Kec Tatanga, Kota Palu, SulTeng**

**Dengan ini menyatakan :**

**Nama : Winarti Reti**

**Nim : 19.5.12.0064**

**Jurusan : Ekonomi Syariah**

Bahwa benar nama tersebut di atas telah melaksanakan Penelitian/Observasi untuk memperoleh data penyelesaian skripsi dan judul:

**“STRATEGI BERSAING DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA INDUSTRI TEMPE ASLI HIDUP BAHAGIA (H.B) KOTA PALU DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM”**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palu, 29 Mei 2023

**Pemilik Usaha**

**Industri Tempe Asli HB Palu**

**Rudhian Arifin**

## DOKUMENTASI



Foto bersama dengan Pemilik Industri Tempe Asli HB Kota Palu



Wawancara dengan pemilik industri Tempe Asli HB Kota Palu



Wawancara dengan karyawan bagian pemasaran tempe asli HB



Wawancara dengan karyawan bagian produksi basah tempe asli HB



Wawancara dengan karyawan bagian produksi kering tempe asli HB



Wawancara dengan konsumen tempe asli HB kota Palu



Wawancara dengan konsumen tempe asli HB kota Palu



Wawancara dengan konsumen tempe asli HB kota Palu

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



### A. Identitas Diri

**Nama** : Winarti Reti  
**Tempat, Tanggal Lahir** : Walenrang, 04 Januari 2002  
**Jenis Kelamin** : Perempuan  
**Anak Ke** : 2  
**NIM** : 19.5.12.0064  
**Agama** : Islam  
**Status** : Belum Menikah/Pelajar  
**Alamat Sekarang** : Jln. Yambaere, BTN Harvest Balaroa B/4  
**No Hp** : 0821 8845 9413  
**Email** : [winareti@gmail.com](mailto:winareti@gmail.com)

### B. Riwayat Pendidikan

**A. SDN (Tahun Kelulusan)** : SDN 94 Lalong (2013)  
**B. SMP (Tahun Kelulusan)** : SMP Datok Sulaiman Palopo (2016)  
**C. SMA (Tahun Kelulusan)** : MAN 1 Kota Palu (2019)

### C. Pengalaman Organisasi

1. Anggota IPM Walmas Kota Palu 2019
2. Koordinator Infokom IPM Walmas Kota Palu 2020
3. Anggota Divisi Dana dan Usaha HMJ ESY UINDK Palu 2020
4. Bendahara HMJ ESY UINDK Palu 2021
5. Arsiparis KSPM UINDK Palu 2022