



Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Persaingan Industri Usaha Pakaian Muslimah (Studi Kasus di Toko Alfabe Clothing)

Fatimatus Zahro¹, Mahfud Ilham Dzikrulloh², Uswatun Chasanah³

¹⁻³ Universitas Sunan Giri Surabaya, Indonesia

Alamat: Jl. Brigjen Katamso II, Kedungrejo, Waru, Kabupaten Sidoarjo
Korespondensi penulis: fatimatuszahro124126@gmail.com¹, mhfdilham@gmail.com²,
uswatunchasanah27@gmail.com³

Abstract. *The existence of a company cannot be separated from internal and external influences. The industrial environment is a company's internal and external factors that can pose threats and create opportunities. This research aims to analyze the internal and external environment, especially in the industrial competitive environment at the Alfabe Clothing Muslimah Clothing Store. Analysis of the industrial competitive environment is carried out using descriptive qualitative methods. The five factors of competitive advantage, which are very influential, are the bargaining power of buyers and the level of rivalry between existing competitors. The findings of this research explain that the industrial environment can compete well and have a positive impact on company performance to gain profits without committing fraud and complying with principles in accordance with Islamic teachings such as competing fairly, and behaving siddiq, tabligh, amanah, and fathanah.*

Keywords: *Industrial Competitive Environment, Islamic Views, Industry competition.*

Abstrak. Keberadaan sebuah perusahaan tidak dapat lepas dari pengaruh internal dan eksternal. Lingkungan industri adalah faktor internal dan eksternal perusahaan yang bisa menimbulkan ancaman serta menciptakan peluang. Penelitian ini bertujuan agar menganalisis lingkungan internal serta eksternal, khususnya di lingkungan persaingan industri pada Toko Pakaian Muslimah Alfabe Clothing. Analisis lingkungan persaingan industri dilaksanakan dengan metode kualitatif deskriptif. Kelima faktor kekuangan persaingannya, yang sangat berpengaruh yaitu daya tawar pembeli serta tingkat rivalitas antara pesaing yang ada. Temuan penelitian ini memaparkan jika lingkungan industri bisa bersaing secara baik dan berdampak positif terhadap kinerja perusahaan untuk memperoleh laba tanpa melakukan kecurangan serta menaati prinsip-prinsip sesuai dengan ajaran islamseperti bersaing secara sehat, dan berperilaku siddiq, tabligh, amanah, dan fathanah.

Kata kunci: *Lingkungan Persaingan Industri, Pandangan Islam, Persaingan Industri.*

LATAR BELAKANG

Perkembangan dibidang ekonomi suatu negara tidak jauh dengan peranan dari industri kecil maupun menengah ke atas yang menjadi perwujudan ekonomi kerakyatan yang menjadi sistem perekonomian yang ada di Indonesia. Dalam bentuk usaha kecil maupun menengah ke atas adalah bentuk bisnis usaha yang paling banyak di minati oleh masyarakat dengan berbagai jenis usaha. Salah satu bentuk usahanya yaitu industri pakaian muslimah yang tersebar luas keseluruh wilayah negara Indonesia. Industri pakaian muslimah merupakan jenis usaha yang termasuk ke dalam kelompok industri tekstil. Industri ini merupakan alternatif yang dipilih untuk memberikan keuntungan atau pendapatan laba bagi para pelaku usaha (Suryalena & Ibrahim., 2015).

Persaingan industri adalah sebuah keadaan yang pasti dihadapi oleh perusahaan bisnis. Aspek Lingkungan Industri adalah lebih mengarah pada aspek persaingan dimana perusahaan itu berada (Biodi & Sanawiri., 2017). Keadaan persaingan dari waktu ke waktu semakin ketat karena dengan hadirnya sejumlah perusahaan pesaing yang baru serta kehadiran perusahaan pesaing lama yang telah mapan, sehingga Toko Alfabe Clothing harus mampu menggapai keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing merupakan sebuah tempat dimana suatu perusahaan menguasai suatu ajang persaingan usaha bisnis tersebut.

Lingkungan industri ini bertujuan untuk mencari gambaran mengenai peluang serta ancaman usaha yang di akibatkan oleh strategi serta perilaku bisnis organisasi perusahaan yang bersaing antara satu sama lain dalam satu lokasi pemasaran. Jadi, penelitian pada Toko Alfabe Clothing dilakukan dengan menganalisis pendapatan persaingan industri dengan memakai kekuatan lima bersaing, sehingga perusahaan bisa memahami sruktur industri serta memantau tempat yang lebih menguntungkan serta tidak lupa yaitu sesuai dengan syariat islam dalam melakukan perdangan usaha bisnis industri pakaian muslimah (Marpaung., 2017).

Toko Alfabe Clothing menjadi salah satu industri pakaian muslimah dengan cara online dan offline. Kemudian cara pemilik usaha pakaian ini untuk menghadapi persaingan baik dari pemula bisnis maupun yang sudah lama, caranya yaitu membuat tempat cabang toko Alfabe Clothing sehingga pembeli bisa menjumpai toko ini dengan mudah serta tak lupa memberikan pelayanan yang ramah, sopan, dan dengan tempat yang bersih dan rapi dari sanalah membuat pembeli betah dan melakukan pembelian kemabali sehingga disebut dengan pelanggan.

KAJIAN TEORITIS

1. Pengertian antara Ilmu Ekonomi dengan Sistem Ekonomi Islam

Secara etimologi kata ekonomi berasal dari bahasa oikononomia (Greek atau Yunani), terdiri dari dua kata : oikos yang berarti rumah dan nomos yang berarti aturan. Jadi ekonomi ialah aturan-aturan untuk menyelenggarakan kebutuhan hidup manusia dalam rumah tangga, baik rumah tangga rakyat (*volks huishouding*), maupun rumah tangga negara (*staathuishouding*), yang dalam bahasa inggris disebutnya sebagai *economics* (Al-Kaaf., 2002).

2. Pengertian Persaingan Bisnis

Pemasaran tidak akan pernah terlepas dari unsur persaingan. Biasanya, tidak ada satu bisnis pun, yang dengan leluasa berleha-leha menikmati penjualan dan keuntungan. Paling tidak, bukan untuk waktu yang lama untuk menikmatinya karena aka nada pesaing yang ingin turut menikmatinya. Persis seperti ungkapan, “Ada Gula Ada Semut.”Bahkan, yang sering kali terjadi adalah sebuah persaingan yang”sangat kejam.”Persaingan tidak mengenal belas kasihan.

Persaingan tidak akan menanyakan apakah modal si pesaing itu dari warisan, atau pemberian mertua, atau berasal dari uang PHK. Bila memang pesaing harus mati (bangkrut) karena kita harus hidup, apa boleh buat (Taufik., 2005). Persaingan usaha (bisnis) adalah istilah yang sering muncul dalam berbagai literatur yang menuliskan perihal aspek hukum persaingan bisnis (Swasta & Sujojto., 2000). Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan (Kuncoro., 2005).

3. Pengertian Busana Muslimah

Dalam bahasa arab, istilah pakaian dikenal dengan istilah *libas*, *thiyab* dan *malbas*. Istilah ini digunakan untuk segala bentuk dan segala mode pakaian, baik laki-laki maupun perempuan. Sedangkan secara istilah yang khusus merujuk pada perangkat pakaian wanita, terdapat beberapa istilah tergantung pada bagian tubuh, wilayah. Dialek lokal dan momen historisnya (Thahir., 2009). Al-Qur'an menggunakan tiga istilah yakni (*libas*, *tsiyab* dan *sarabil*). Kata *libas* yang digunakan Al-Qur'an adalah untuk busana lahir maupun batin. Arti kata *libas* pada mulanya yaitu apapun yang ditutup. Fungsi tersebut sangatlah jelas, yaitu sebagai alat penutup tubuh. Kata *tsiyab* mempunyai arti kembali, yakni kembalinya sesuatu pada keadaan awal, atau pada keadaan yang seharusnya sesuai dengan ide pertamanya. Sedangkan kata *sarabil*, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan pakaian yakni apapun jenis bahannya dengan fungsi dapat menangkal sengatan panas, dingin maupun bahaya ketika dalam peperangan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipakai yaitu dengan metode kualitatif deskriptif dengan survey pendahuluan dan melaksanakan observasi secara langsung dengan melaksanakan pengamatan terhadap objek penelitian yaitu pakaian muslimah. Studi literatur juga dilaksanakan oleh peneliti untuk mempelajari teori dari jurnal, skripsi, dan dokumen sebagai landasan serta pedoman dalam melaksanakan penelitian tersebut yang mencakup pakaian muslimah dan pendapatan toko Alfabe Clothing (Arifin *et al.*, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persaingan Industri Usaha

Persaingan industri merupakan perusahaan yang memandang pesaingnya lebih luas sebagai seluruh perusahaan yang membentuk produk maupun jenis yang sama juga. lingkungan

industri ini lebih merujuk pada aspek persaingan dimana suatu bisnis perusahaan berdiri. Dampaknya, faktor-faktor yang bisa mempengaruhi keadaan persaingan, contohnya ancaman dari perusahaan serta kekuatan yang ada di perusahaan termasuk keadaan persaingan sendiri jadi perlu untuk dianalisis agar studi kelayakan usaha.

Tantangannya yaitu agar menempatkan sebuah posisi pada sebuah industri dimana perusahaan bisa menguntungkan pengaruh faktor tersebut, maupun dimana perusahaan bisa sukses mempertahankan diri dari pengaruh mereka. Jadi semakin tinggi kapasitas suatu perusahaan agar lebih mempengaruhi pada lingkungan industri, maka semakin tinggi pula kemungkinan perusahaan itu agar menghasilkan keuntungan (laba) diatas rata-rata. Konsep competitivestrategy yang melakukan analisis persaingan usaha bisnis berdasarkan lima (5) aspek penting yang disebut dengan Lima Kekuatan Bersaing sebagai berikut (Akbar., 2022) :

1. Ancaman Masuk Pendetang Baru

Masuknya perusahaan menjadi pendatang baru yang akan menimbulkan implikasi bagi sebuah perusahaan yang telah ada, contohnya kapasitas lebih bertambah, terjadinya perebutan sumber daya produksi terbatas dan perebutan pangsa pasar. Beberapa penyebab terhalangnya pendatang baru kepada sebuah industri, yang sering dikenal dengan Hambatan Masuk yaitu:

- a) Skala Ekonomi jika pendatang baru berproduksi skala kecil, jadi mereka akan disuru berproduksi ke biaya per unit yang besar padahal suatu perusahaan yang ada sedang berusaha pada skala produksi yang terus disebarakan serta proses produksi terus-menerus di efisiensikan hingga harga per unit barang menjadi lebih kecil.
- b) Diferensiasi Produk yang menghadirkan hambatan masuk memaksa pada pendatang baru agar mengeluarkan usaha dan biaya yang besar agar merebut para pelanggan loyalk ke perusahaan pokok.
- c) Kecukupan Modal Macam industri yang membutuhkan modal tinggi adalah hambatan yang besar bagi pemula, terutama pada macam industri yang membutuhkan biaya yang tinggi agar pengembangan, riset, dan eksploitasi.
- d) Biaya Peralihan atau (Switching Cost) ini bisa berbentuk biaya peralihan kembali pegawai, desain ulang produk, dan biaya peralatan pelengkap baru. Akhirnya biaya ditanggung oleh pembeli.

2. Persaingan Sesama Perusahaan Dalam Industri

Persaingan di industri begitu mempengaruhi kinerja dan kebijakan perusahaan. Pada keadaan persaingan yang oligopoli, perusahaan memiliki kekuatan yang cukup tinggi agar bisa mempengaruhi pasar itu. Persaingan pasar yang bagus biasanya akan mendorong perusahaan

menjadi pengikut termasuk pada harga produk tersebut. Pendapat Porter, tingkatan persaingan ini dipengaruhi dengan beberapa faktor, yakni:

- a) Jumlah Competitor atau pesaing pastinya akan mempengaruhi tingkat persaingan pada competitor hendaknya memantau dari berbagai sisi contoh ukuran, jumlah serta kekuatan.
- b) Karakter Produk hendaknya bukan hanya sekedar menyediakan keperluan dasar namun hendaknya mempunyai sebuah differentiation atau pembeda atau nilai tambahan.
- c) Tingkat Pertumbuhan Industri yang tinggi biasanya menyediakan beberapa jumlah kesempatan untuk perusahaan agar tumbuh dengan industrinya. Pertumbuhan industri yang telat sebaiknya tidak ditanggapi dengan ekspansi market perusahaan bisa mengambil pangsa pasar pesaingnya.

3. Ancaman Dari Produk Pengganti (Substitusi)

Kebanyakan perusahaan yang berada pada sebuah industri untuk bersaing juga dengan barang pengganti. Meskipun karakteristiknya beda, produk substitusinya bisa memberikan manfaat ataupun jasa yang persis (Munir *et al.*, 2019). Faktor-faktor yang menetapkan tingkat pada ancaman dari barang (produk) substitusi terdiri dari:

- a) Nilai guna atau harganya relatif pada kinerja produk pengganti.
- b) Kecenderungan konsumen agar melakukan pengganti.
- c) Biaya mengalihkan ke produk pengganti (Biodi & Sanawiri., 2017).

4. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok

Pemasok bisa mempengaruhi industri melalui kemampuan mereka untuk menaikkan harga atau pengurangan mutu kualitas barang ataupun servis. Pemasok memberikan tenaga kerja, modal, bahan-bahan, serta sebagainya sebuah perusahaan. Tingkat pengaruh pada kekuatan pemasok tersebut tidak sama agar setiap macam faktor industri dan produk yang dihadapi. Pemasok lebih kuat jika:

- 1) Jumlah pemasok sedikit
- 2) Tidak ada produk pengganti
- 3) Pemasok bisa melaksanakan integrasi ke depan
- 4) Mengelola barang yang dihasilkan menjadi barang yang sama dihasilkan industri

5. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli

Pembeli dengan kekuatan mereka mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi industri agar menurunkan harga barang yang dijual, meningkatkan kualitas barang serta layanan yang baik. Kelompok atau individu pembeli akan berkuasa atau kuat apabila:

- a) Membeli atau Terkonsentrasi dengan volume banyak
- b) Barang yang dibeli oleh pembeli adalah produk standart atau tidak terdiferensiasi
- c) Pembeli hanya mendapatkan laba yang kecil sehingga mempunyai insentif tinggi agar bisa menurunkan harga pembeliannya.
- d) Barang industry itu tidak teralu utama untuk kualitas dari barang ataupun jasa dari konsumen (Nurseto., 2012).

6. Pengaruh Kekuatan Stakeholder Lain

Kekuatan yang terakhir yaitu berupa kekuatan eksternal perusahaan yang memiliki pengaruh serta kepentingan secara langsung ke perusahaan itu. Stakeholder yang diartikan antara lain yaitu bisa pemerintah, lingkungan masyarakat, sertifikat pekerja, pemasok, asosiasi dagang, kreditor, kelompok yang memiliki keperluan yang lain, serta pemegang saham juga. Pengaruh atau faktor dari masing-masing dari stakeholder yaitu sangat bervariasi antaranya industry yang satu dengan yang lainnya.

Pentingnya peranan stakeholder ini terhadap sebuah perusahaan menjadi perusahaan yang perlu melaksanakan analisis stakeholder. Terdapat tiga (3) karakteristik yang memapaarkan begitu utamanya sebuah stakeholder untuk perusahaan yaitu:

- a) Kekuatan (*Power*) Sebuah stakeholder bisa dianggap memiliki kekuatan saat bisa memaksakan kehendaknya pada hubungan dengan sebuah perusahaan
- b) Urgensi (*Urgency*) Menunjukkan seberapa lincah (cepat) suatu perusahaan membutuhkan upaya terkait dengan negara (pemerintah) ataupun tindakan stakeholdernya.
- c) Hak Kekuasaan (*Legimaty*) Memilikinya saat tindakan terhadap suatu perusahaan secara menyeluruh (luas) dianggap sama atau sesuai dengan norma (Akbar.,2022).

Analisis Lingkungan Persaingan Industri Pakaian Muslimah di Toko Alfabe Clothing

Lingkungan bisnis adalah aspek yang paling utama untuk suatu usaha, dimana lingkungan suatu organisasi yang terdiri dari lingkungan eksternal dan internal dari Toko Alfabe Clothing. Lingkungan internal itu terkait dengan hal-hal yang ada di sebuah bisnis, yang meliputi pemasaran, produksi, tenaga kerja (SDM), keuangan, dan lainnya sebaliknya lingkungan eksternal terkait dengan adanya pesaing, kondisi geografis, dan lain-lain. Untuk lebih jelasnya mengenai Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal sebagai berikut ini (Suryalena & Ibrahim., 2015) :

1. Lingkungan Internal Toko Alfabe Clothing

Lingkungan internal merupakan lingkungan suatu organisasi yang ada di organisasi serta secara normal mempunyai implikasi secara langsung serta khusus di perusahaan tersebut.

a) Pemasaran

Dalam melaksanakan analisis internal pada aspek pemasaran, kebanyakan sebagai perusahaan bisnis memakai konsep bauran pemasaran (marketing mix) pemasaran. Bauran Pemasaran merupakan kombinasi dari empat (4) variable yang menjadi inti dari sistem pemasaran organisasi perusahaan di Alfabe Clothing yaitu: Produk (Product) pakaian muslimah, Harga (Price) Rp.45.000 sampai Rp, 295.000, Tempat (Place) Mall ITC Surabaya, Promosi (Promotion) secara offline membagikan brosur dan kartu nama.



Gambar 2.1 Brosur dan Kartu Nama Alfabe Clothing

b) Produksi

Tugas maupun fungsi produksi pada suatu perusahaan yaitu mengubah input yaitu bahan baku yang menjadi output berupa barang jadi. Manajemen operasi/produksi terdiri atas lima area ketetapan maupun fungsinya yaitu kualitas barang, tenaga kerja (karyawan), dan lain-lain.

c) SDM

Sumber daya manusia adalah motor penggerak dari alat kerja agar menggapai sasaran kerja. Para pebisnis merencanakan strategi yang harus bisa memahami dan mengetahui hubungan SDM dengan alat kinerja serta sasaran kerja agar bisa memperoleh keunggulan strategis, oleh sebab itu utamanya untuk organisasi agar mempertimbangkan strategi yang diambil perusahaan untuk kemampuan sumber daya manusianya yang ada di perusahaan.

d) Keuangan

Untuk melaksanakan analisis internal di aspek keuangan, sebuah perusahaan bisa melihat kinerja keuangan pada perusahaan serta sumber daya keuangan yang ada. Kinerja keuangan itu sendiri mempunyai pengertian jika perusahaan agar mengevaluasi efektivitas dan

efisiensi dari kegiatan perusahaan yang sudah dilakukan pada waktu/periode tertentu. Kinerja dikeuangan sebuah perusahaan pada umumnya dilihat dan diukur berdasarkan dari penghasilan bersih yaitu laba sebagai dasar pengukuran lain seperti imbalan investasi (Biodi & Sanawiri., 2017).

2. Lingkungan Eksternal Toko Alfabe Clothing

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi industri yaitu pengaruh faktor eksternal. Keberhasilan pencapaian bisnis itu tergantung dari seberapa kemamouan untuk mengelola faktor eskternal melalui analisis faktor pada lingkungan serta pelaksanaan serta pembentukan strategi bisnis. Faktor eskternal mencakup lingkungan mikro dan makro yang terdiri dari sebagai berikut ini:

a) Demografi

Berdasarkan hasil dari pengolahan data dari lapangan pada pertimbangan pengusaha Alfabe Clothing terhadap lingkungan demografi, ternyata perubahan pada jumlah pemasukan (pendapatan) dinilai yang dipertimbangkan. Sebab mereka menganggap dengan semakin meningkatnya total jumlah laba dari konsumen, jadi akan mempengaruhi daya beli dari konsumen pda produk pakaian muslimah itu.

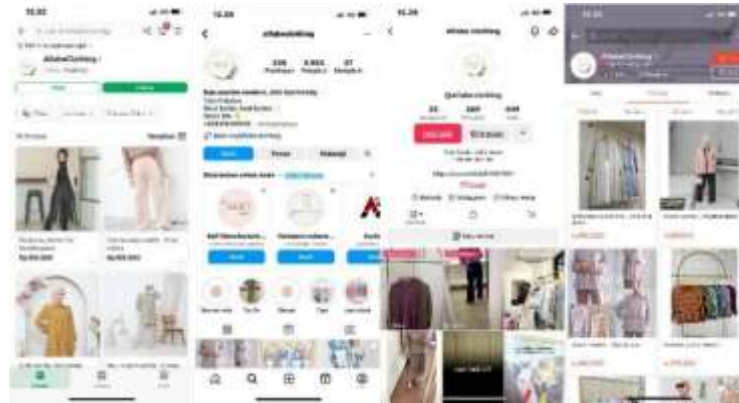
Alfabe Clothing
Penjualan Barang per Penjual
Dari 23 Des 2023 s/d 23 Des 2023

Tenaga Penjual	Nama Barang	Kts (Unit#1)	Penjualan
Elycia	CVGOW	2	355.080,65
	LFG-G-OWW	3	557.983,87
	LFGGOW	12	2.231.935,48
	Total Nama Barang	17	3.145.000
Total Tenaga Penjual		17	3.145.000

Gambar 2.2 Pendapatan Sehari Toko Alfabet Clothing

b) Teknologi

Berdasarkan hasil dari pengolahan data di toko Alfabe Clothing, pertimbangan pengusaha toko pakaian Muslimah pada lingkungan teknologi. Pemakaian teknollogi berupa handphone dan computer bisa menciptakan proses produksi yang lebih cepat, dimana yang dahulunya memerlukan waktu yang Panjang agar membuat sebuah promosi produk, namun sejak memakai hp dan computer bisa dilakukan promosi lebih cepat. Hal ini disebabkan pengusaha Alfabe Clothing mempunyai pengetahuan untuk memanfaatkan internet agar bisa memasarkan produk dengan cara online dengan menggunakan aplikasi Tiktok, Tokopedia, Shopee, WhatApss Business, dan Instagram.



Gambar 2.3 Aplikasi Sosial Media Alfabe Clothing

c) Pemasok

Berdasarkan hasil pengolahan data di toko Alfabe clothing, pertimbangan pengusaha ini terhadap pemasok, nyatanya kualitas produk pemasok yang dilihat dan dinilai paling utama. Hal ini disebabkan karena pengusaha lebih mengutamakan mutu kualitas produk. Apabila proses pengerjaan sebuah produk dilaksanakan dengan cara yang benar, maka kualitas barang bahan yang dipilih bagus akan menghasilkan barang yang baik. Toko Alfabe Clothing ini melakukan pembelian atau (grosiran) di pasar Tanah Abang Jakarta.



Gambar 2.4 Contoh Produk Dari Pemasok Tanah Abang

d) Konsumen

Berdasarkan hasil dari pengolahan data dari Toko Alfabe Clothing, pertimbangan pada pembeli, nyatanya perilaku pembeli yang dianggap paling tinggi pertimbangannya. Dengan memahami perilaku pembeli, contoh produk apa saja yang biasanya dibeli oleh para konsumen, kapan saat mereka membeli serta dimana mereka membeli, jadi Toko Alfabe Clothing mengambil keputusan agar membuat barang yang sesuai dengan keinginan serta mengetahui lebih jauh dimana mereka memasarkan produk untuk konsumennya. Jadi, biasanya pengusaha Alfabe Clothing memahami perilaku pembeli melalui pesanan produk, serta dimana konsumen menjelaskan ciri-ciri pakaian muslimah mana yang ingin dipesan secara online maupun offline.



Gambar 2.5 Konsumen Alfabe Clothing

e) Pesaing

Berdasarkan hasil dari data Toko Alfabe Clothing, pertimbangan pengusaha ini terhadap pesaing, disebabkan banyaknya para pesaing yang ada pada industri pakaian yang mempunyai harga kompetitif, jadi tidak kaget jika pengusaha Alfabe Clothing di Surabaya memandang penting soal jumlah pesaing yang ada di dekat toko ini (Setyowati., 2015).



Gambar 2.6 Pesaing Pakaian Muslimah Toko Alfabe Clothing

Analisis Lingkungan Persaingan Industri Pakaian Muslimah Di Toko Alfabe Clothing Secara Syariah

Ekonomi islam pastinya sudah mempunyai keunggulan dari pada ekonomi kapitalis, terutama dalam hal berbisnis. Etika yang harus dijalankan oleh Nabi Muhammad saw. yaitu selalu ikhlas, menolong meringankan beban dari orang lain, amanah serta menghindari persaingan yang tidak sehat dalam melakukan bisnis usaha.

Persaingan bisnis usaha yang sehat akan menjamin pada keseimbangan antara hak konsumen dengan hak penjual. Indikator dari persaingan yang sehat yaitu adanya banyak produsen, harganya dipasar yang ditetapkan berdasarkan pada keseimbangan antara penawaran dan permintaan, serta peluang yang mirip dari setiap bisnis, pada bidang industry serta perdagangan. Jadi, disini akan memaparkan tentang bagaimana persaingan usaha yang sehat di Toko Alfabe Clothing Secara Syariah Islam.

1. Persaingan Usaha Dalam Pandangan Ajaran Islam

Semua kegiatan yang berhubung dengan kepercayaan yaitu unsur dasarnya. Kepercayaan dilahirkan dari kejujuran karena menjadi karakteristik yang dicapai pada bisnis, Kebanyakan dari orang dalam bisnis memiliki satu isi yang berhubungan dengan rencana. Kita menunjukkan energi serta sumber daya orang ke jalan keberhasilan misi yang dikembangkan sepanjang waktu setelah ada perjanjian.

Oleh karena itu, bisnis dikatakan berhasil pada waktu yang Panjang akan lebih cenderung agar membangu seluruh hubungan yang berkualitas, kejujuran serta berinteraksi dengan masyarakat yang jujur dalam melakukan strategi usaha bisnis.

Sebagaimana firman Allah di Surat At-Taubah: 119 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tetaplah bersama orang-orang yang benar”.

Serta inilah yang menjadi salah satu dari kunci keberhasilan Nabi kita dalam melakukan bisnis. Pada dunia bisnis keutamaan yaitu kepercayaan begitu utama pentingnya. Jadi, semua umat dianjurkan agar melihat track record lawan usaha bisnis kita sebelum itu.

2. Melakukan Persaingan Yang baik Dan Sehat

Baik dalam bentuk tidak diizinkan menawar produk yang sedang ditawarkan orang lain, tidak diizinkan membeli produk pedagang yang darikampung yang belum diketahui masalah harganya, tidak diizinkan berpura-pura menawar produk dengan nominal harga yang tinggi agar mengelabui pembeli yang lain.

3. Berprilaku Seperti Nabi Muhammad dalam Berdagang

Dalam melakukan perdagangan pastinya ada banyak pesaing yang sudah ada maupun yang baru muncul. Alfabe Clothing dengan adanya beberapa pegawai diperintahkan agar bisa melayani pembeli maupun pelanggan dengan jujur dan ramah. Supaya berkesan baik dimata pembeli. Dengan begitu memiliki nilai bisnis usaha yang baik dimata orang lain baik pembeli maupun pesaing lain. Sehingga kita harus mencontoh sikap perilaku Nabi Muhammad saw. seperti Jujur (Siddiq), Benar (Tabligh), Menyampaikan (Amanah),Terpercaya (Fathanah) (Latif., 2017).

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada aspek industri dibutuhkan berbagai Analisa yang mencakup persaingan industri yang sekarang, kekuatan serta penawaran pembeli pada produk Alfabe Cloting, barang berupa substitusi yang dapat menggantikan barang, kekuatan supplier pada industri, kemampuan para pesaing baru agar bisa masuk dengan menawarkan produk yang bermacam. Pada aspek lingkungan industri terdapat beberapa aspek yang harus dibahas faktor eksternal dan internal yaitu: persaingan sesama perusahaan pada industri, ancaman dari produk penggantinya, pengaruh kekuatan stakeholder lainnya, kekuatan tawar menawar pembeli serta pemasok, SDM, modal atau keuangan, dan lain-lain.

Dalam islam semua aktivitas manusia di atur dalam Al-quran maupun Hadist Nabi salah satunya yaitu menghadapi persaingan industri pakaian muslimah yang banyak menjadi incaran para pengusaha untuk menjual serta memasarkannya. Serta dalam melakukan kegiatan persaingan industr harus secara sehat, berpedoman pada ajaran islam, serta memiliki sikap seperti rasullah saw. yaitu siddiq, tabligh, amanah, dan fatanah.

DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, Z. A.-K. (2002). *Ekonomi dalam perspektif Islam* (Cet. ke-1). Bandung: PT. Pustaka Setia.
- Akbar, M., Windriyanti, Rahmi, & Asrari. (2021). *Aspek lingkungan industri*. Makalah Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 5-6 & 11.
- Arifin, M. M., Herman, R. S., & Rendy, I. A. (2023). Analisis kelayakan dalam aspek lingkungan pada pengembangan usaha peternakan ayam petelur CV. Zafran. *Jurnal Festival Riset Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, 6, 694.
- Basu Swasta, I. S. W. (2000). *Pengantar bisnis modern pengantar perusahaan modern*. Yogyakarta: Liberty Offset Yogyakarta.
- Biodi, M., & Brillyanes, S. (2017). Analisis lingkungan industri guna menentukan business strategy dalam rangka mencapai keunggulan bersaing (Studi pada PR. ALFI PUTRA). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 50(3), 173-175.
- Halil, T. (2009). *Menggugat otentitas jilbab dan hijab (Konsep berpakaian ala Syahrur)*. Kediri: STAIN Press.
- Kuncoro, M. (2005). *Strategi bagaimana meraih keunggulan kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Latif, A. (2017). Etika persaingan dalam usaha menurut pandangan Islam. *Islamic Economic Journal*, 3(2), 62-64.
- Marpaung, R. Y. A., & Rofiaty, R. (n.d.). Analisis lingkungan persaingan industri (Studi pada PT. Pura Barutama Divisi Engineering Agricultural Machinery). *Jurnal*, 3-5.

- Munir, M., Saraswati, S. F., & Yusuf, R. (2019). Study kelayakan bisnis dalam aspek lingkungan hidup. *Jurnal Ekonomi Islam*, 3(2), 160-163.
- Nurseto, S. (2012). Analisis pengaruh lingkungan industri terhadap strategi pemasaran dan dampaknya terhadap kinerja pemasaran (Studi pada usaha kecil kerajinan kulit Tanggulangin). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 75.
- Setyowati, N. W. (2015). Pengaruh lingkungan eksternal dan lingkungan internal terhadap keunggulan bersaing pada industri kecil dan menengah di Bandung Jawa Barat. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 13-16.
- Suryalena, & Mariaty, I. (n.d.). Analisis lingkungan industri makanan tradisional Kampar (Kasus usaha Lopek Bugi di Kecamatan Tambang Danau Kabupaten Kampar). Perpustakaan Universitas Riau, 1.
- Taufik, M. (2005). *Dinamika pemasaran jelajahi dan rasakan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.