

**BAB IV**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN RUMAH MAKAN SAMBEL  
LAYAH CABANG KENDAL DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN  
USAHA PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**A. Strategi Rumah Makan Sambel Layah Cabang Kendal dalam Menarik Minat Konsumen**

Setiap perusahaan yang berorientasi pada profit akan selalu mengutamakan kepuasan pelanggannya. Dengan mendapatkan kepuasan dari pelanggan, perusahaan akan dengan mudah meningkatkan profit. Sebuah bisnis dikatakan sukses apabila memperoleh nilai baik dari pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas dengan apa yang diperolehnya. Anggapan yang benar mengatakan bahwa para pelanggan akan membeli dari perusahaan yang mereka yakini menawarkan nilai bagi pelanggan (*customer delivered value*) yang tertinggi. Nilai bagi pelanggan (*customer delivered value*) adalah selisih antara nilai pelanggan total dan biaya pelanggan total. Nilai pelanggan total atau TCV (*Total Customer Value*) adalah sekumpulan manfaat yang diharapkan oleh pelanggan dari produk atau jasa tertentu. Biaya pelanggan total atau TCC (*Total Customer Cost*) adalah sekumpulan biaya yang diharapkan oleh konsumen yang dikeluarkan untuk mengevaluasi, mendapatkan, menggunakan dan membuang produk atau jasa. Teori kepuasan pelanggan mengatakan bahwa apabila TCV lebih besar dari TCC berarti pelanggan merasa puas atau diuntungkan, sedangkan apabila TCV lebih kecil dari TCC berarti pelanggan merasa tidak puas atau tidak diuntungkan. Untuk mengetahui nilai TCV perusahaan harus memperhatikan empat unsur yaitu : 1) Nilai produk, 2) Nilai pelayanan, 3) Nilai karyawan, 4) Nilai citra. Sedangkan untuk mengetahui nilai TCC perusahaan harus memperhatikan : 1) Biaya moneter, 2) Biaya waktu, 3) Biaya energi, 4) Biaya mental. Kepuasan pelanggan berarti perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul

setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Pelanggan bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja di bawah harapan, pelanggan akan tidak puas. Apabila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Apabila kinerja melampaui harapan, pelanggan akan sangat puas, senang, atau bahagia. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman pembelian terdahulu, komentar teman dan kenalannya, serta informasi dan janji pemasar dan saingannya.<sup>94</sup>

Tugas perusahaan adalah menilai biaya dan kinerjanya dalam setiap aktivitas penciptaan nilai dan mencari peluang perbaikannya. Perusahaan harus mengestimasi biaya dan kinerja pesaingnya sebagai patok duga atau standar pembanding. Apabila perusahaan dapat melakukan aktivitas tertentu secara lebih baik dari pada pesaingnya, maka perusahaan akan bisa mencapai keunggulan kompetitif. Keberhasilan perusahaan tidak hanya tergantung pada seberapa baik setiap departemen melakukan tugasnya, tetapi juga pada seberapa baik berbagai aktivitas departemen yang berbeda dikoordinasikan.<sup>95</sup>

Untuk menarik minat membeli konsumen Sambel Layah cabang Kendal menerapkan strategi bauran pemasaran yang terdiri dari produk, promosi, harga, tempat atau distribusi serta meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan. Dengan menerapkan strategi tersebut Sambel Layah cabang Kendal dapat memperoleh nilai positif dari pelanggan.

#### 1. Strategi Produk

Produk merupakan suatu sifat kompleks baik yang dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, kemampuan perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan dan

---

<sup>94</sup>Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, PT Raja Grafindo : Jakarta, 2013, h.38

<sup>95</sup>Abdullah dan Tantri,*Manajemen ...*, h. 39-40

pengecer, yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan atau kebutuhannya.<sup>96</sup>

Produk-produk Sambel Layah cabang Kendal sangat bervariasi, dan berjumlah cukup banyak. Dari menu makanan, minuman, sambel, dan menu paket. Sambel Layah berusaha memberikan produk terbaik kepada konsumennya. Dengan menawarkan menu paket, Sambel Layah cabang Kendal sukses menarik minat membeli konsumen. Selain itu konsumen juga banyak yang menggemari sambelnya.

Sambel Layah cabang Kendal menyajikan produk yang sesuai dengan selera konsumennya. Produk tersebut berupa Sambel yang merupakan ciri khas. Sambel yang paling digemari oleh konsumennya yaitu Sambel Bledek. Sambel ini hanya ada di Sambel Layah cabang Kendal dan merupakan sambel yang paling pedas dan rasanya pas. Berdasarkan survei yang dilakukan penulis, konsumen banyak yang menggemari menu-menu paket di Sambel Layah, karena selain hemat produknya juga lengkap. Menu paket tersebut isinya lengkap sudah ada nasi, lauk, gorengan, sambel, dan es teh Jumbo.<sup>97</sup>

Berdasarkan nilai pemasaran syariahnya, dalam menyajikan produk kepada konsumennya Sambel Layah cabang Kendal selalu mengedepankan nilai *amanah* yaitu dapat dipercaya, bertanggung jawab, transparan, dan tepat waktu.<sup>98</sup> Konsumen Sambel Layah cabang Kendal percaya bahwa produk-produk yang ditawarkan sesuai dengan keinginannya, seperti menu paket dan sambel serta es teh yang disediakan. Akan tetapi ada beberapa konsumen Sambel Layah cabang Kendal berpendapat bahwa menu makanan seperti ayam dan nasi porsi kecil akan tetapi diimbangi dengan es teh yang jumbo sehingga bisa membuat kenyang.<sup>99</sup>

---

<sup>96</sup>Swasta dan Sukotjo, *Pengantar ...*, h.194

<sup>97</sup>Hasil Observasi Peneliti di Rumah Makan Sambel Layah cabang Kendal, 25 Oktober 2016

<sup>98</sup>Alma dan Priansa, *Manajemen...*, h.256

<sup>99</sup>Hasil Observasi Peneliti di Rumah Makan Sambel Layah cabang Kendal, 25 Oktober 2016

## 2. Strategi Promosi

Promosi menjadi hal penting dalam pemasaran, promosi adalah satu upaya untuk menawarkan barang dagangan kepada calon pembeli. Pada dasarnya kita harus mempromosikan barang dengan cara yang paling tepat, sehingga menarik minat calon pembeli. Dalam melakukan promosi, Sambel Layah mengedepankan unsur pemasaran syariah *realistis* yaitu sesuai dengan kenyataan, tidak mengada-ada atau yang menjurus kepada kebohongan. Nilai pemasaran syariahnya yaitu benar (*siddiq*), yang mengedepankan kejujuran, keikhlasan, serta melandasi ucapan, keyakinan, perbuatan berdasarkan ajaran Islam.<sup>100</sup> Antara ucapan dan perbuatan harus seimbang.

Sambel Layah cabang Kendal melakukan promosi dengan menyebar brosur, *round take* yang dipasang di pohon-pohon dan tiang listrik, selain itu dengan media *banner* yang dipasang di restoran. Promosi tersebut dilakukan agar konsumen banyak yang tertarik dengan Sambel Layah cabang Kendal. Dengan melakukan promosi secara jujur dan tidak mengada-ada, konsumen akan percaya dengan Sambel Layah cabang Kendal. Karena Islam menganjurkan kepada pelaku bisnis bahwa dalam melakukan promosi tidak boleh banyak bersumpah yang tidak sesuai dengan realitanya. Seperti dalam sebuah hadits riwayat Abu Qotadah Al Anshori :

إِيَّاكُمْ وَكَثْرَةَ الْحَلْفِ فِي الْبَيْعِ فَإِنَّهُ يُنْفِقُ نَمَّ يَمْحَقُ

*“Hati-hatilah dengan banyak bersumpah dalam menjual dagangan karena ia memang melariskan dagangan, namun malah menghapuskan keberkahan.”* (HR. Muslim no. 1607).<sup>101</sup>

Dengan banyak bersumpah dalam promosi dapat menghapuskan keberkahan berdagang walaupun sumpah palsu tersebut dapat melariskan dagangan. Oleh karena itu seorang pelaku bisnis harus

<sup>100</sup>Arif, *Dasar-Dasar...*, h. 25

<sup>101</sup>Hussein Bahreisj, *Himpunan Hadits Shahih Muslim*, Al-Ikhlâs : Surabaya, 1987, h.182

menghindari hal tersebut agar keberkahan dalam berdagang tidak berkurang atau bahkan hilang.

### 3. Startegi Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua ongkos, atau bahkan lebih dari itu, yaitu untuk mendapatkan laba.<sup>102</sup> Sambel Layah cabang Kendal memberikan harga yang disesuaikan dengan produk dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Untuk menghindari harga yang mahal, Sambel layah cabang Kendal menawarkan menu paket yang porsinya disesuaikan dengan harganya yang hemat. Seperti takaran nasi dan sambel yang porsinya lebih kecil dari menu reguler. Dengan menawarkan menu paket tersebut ada beberapa pelanggan yang merasa puas dan ada juga yang tidak karena porsinya kecil.

Sambel Layah cabang Kendal dalam menetapkan harga dengan memperhatikan nilai pemasaran yaitu *fathonah* yang berarti mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala hal yang terjadi dalam tugas dan kewajiban.<sup>103</sup> Sambel Layah menawarkan harga yang disesuaikan dengan harapan pelanggan yaitu harga terjangkau. Dari riset yang dilakukan oleh penulis bahwa kebanyakan pelanggan berpendapat bahwa harga dari produk-produk Sambel Layah cukup terjangkau terlebih lagi yang menu paket. Seperti pernyataan salah satu pelanggannya yaitu, “dari segi harga sudah terjangkau kalau dibandingkan dengan yang lain”.<sup>104</sup>

### 4. Strategi Tempat

Penentuan lokasi sangat penting dilakukan oleh perusahaan, karena dengan memilih tempat yang strategis, konsumen akan dengan mudah melihat dan mengunjungi perusahaan. Sambel Layah merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang kuliner dan

<sup>102</sup>Swasta dan Sukotjo, *Pengantar ...*, h. 211

<sup>103</sup>Rianto, *Dasar-Dasar...*, h. 26

<sup>104</sup>Wawancara dengan Konsumen Abdul Khorib, 27 Oktober 2016

berhubungan langsung dengan konsumen. Dalam penentuan lokasi, Sambel Layah cabang Kendal mengikuti keputusan dari *head officer* atau kantor pusat yang ada di Purwokerto. Berdasarkan pengamatan, lokasi Sambel Layah cabang Kendal berada di jl. Soekarno Hatta No. 224 Kendal. Lokasi tersebut dapat dibidang strategis karena dekat dengan jalan raya. Seperti yang diungkapkan oleh salah seorang pelanggan, “tempatnyanya sangat strategis dipinggir jalan dekat dengan keramaian, mudah dijangkau juga”.<sup>105</sup> Akan tetapi untuk pelanggan yang dari arah utara harus menyeberang dahulu dengan posisi jalan raya yang agak ramai, terkadang susah untuk menyeberang. Seperti ungkapan pelanggan, “Strategis tapi susah nyeberang soalnya dekat tikungan dari arah barat”.<sup>106</sup> Dengan penentuan lokasi tersebut ada pelanggan yang dimudahkan dan ada juga yang agak kesulitan jika ingin mengunjungi restoran.

Sambel Layah cabang Kendal memutuskan lokasi dengan penuh keberanian yang termasuk dalam nilai pemasaran syariah yaitu *syaja'ah* artinya mampu mengambil keputusan, keputusan yang tepat dan cepat tanggap, berani mengambil risiko yang ada.<sup>107</sup> Risiko yang didapat dari pemilihan lokasi tersebut yaitu ada pelanggan yang merasa agak kesulitan karena harus menyeberang ketika akan mengunjungi restoran. Dengan risiko tersebut Sambel Layah cabang Kendal mengimbangnya dengan menawarkan produk, tempat, harga, serta pelayanan yang maksimal kepada pelanggan agar pelanggan merasa puas dengan apa yang disajikan di restoran. Cara tersebut merupakan pertahanan Sambel Layah cabang Kendal agar pelanggan tetap percaya dengan restoran dan strategi tersebut merupakan strategi yang diridhoi oleh Allah SWT.

Lokasi Sambel Layah cabang Kendal didukung dengan lahan parkir yang luas dan ruangan yang lebar dan berpetak-petak. Sambel

---

<sup>105</sup>Wawancara dengan Konsumen Ummu Latifah, 27 Oktober 2016

<sup>106</sup>Wawancara dengan Konsumen Ninda Wahyu, 27 Oktober 2016

<sup>107</sup>Alma dan Priansa, *Manajemen...*, h. 257

Layah cabang Kendal menyediakan banyak tempat duduk, ada yang berjumlah 2 orang, 4 orang, 6 orang, dan ada juga yang lebih, selain itu menyediakan tempat lesehan yang biasanya digunakan untuk reservasi. Dalam waktu yang bersamaan Sambel Layah cabang Kendal dapat menerima pelanggan sebanyak 200 orang, “Secara bersamaan kita bisa menerima konsumen sebanyak 200 orang, dengan total 160 kursi dilengkapi ruang reservasi berbentuk lesehan”.<sup>108</sup> Untuk standar kebersihan restoran dipercayakan kepada bagian *front line* atau pelayanan. “Untuk *clear up* bagian *front line* harus cepat”.<sup>109</sup> Islam mengajarkan agar setiap umat manusia selalu menjaga kebersihan karena Allah sendiri sangat menyukai kebersihan, seperti dalam sebuah hadits :

إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى طَيِّبٌ يُحِبُّ الطَّيِّبَ نَظِيفٌ يُحِبُّ النَّظَافَةَ كَرِيمٌ يُحِبُّ  
الْكَرَمَ جَوَادٌ يُحِبُّ الْجُودَ فَنَظِّفُوا أَفْنِيَتَكُمْ

“*Sesungguhnya Allah itu baik, mencintai kebaikan, bahwasanya Allah itu bersih, menyukai kebersihan, Dia Maha Mulia yang menyukai kemuliaan, Dia Maha Indah menyukai keindahan, karena itu bersihkan tempat-tempatmu*”. (HR. Turmuzi)

Kebersihan ruangan, lantai dan meja di Sambel Layah terlihat kurang bersih seperti yang diungkapkan salah satu pelanggannya, “dari segi kebersihan lantainya biar bisa lebih clean dan kinclong kalau pas pengunjung datang”.<sup>110</sup> Hal tersebut dapat memberikan suasana yang kurang nyaman terhadap pelanggan yang datang. Untuk karyawan yang ditugaskan dalam menjaga kebersihan harus lebih *amanah* lagi ketika menjalankan tugas dan tanggung jawab yang telah diberikan kepadanya. Karena Islam menganjurkan agar selalu

<sup>108</sup>Wawancara dengan Bapak Ovi Deputy Sambel Layah cabang Kendal, 22 Oktober 2016

<sup>109</sup>Wawancara dengan Bapak Erik Supervisor Sambel Layah cabang Kendal, 22 Oktober 2016

<sup>110</sup>Wawancara dengan Konsumen Ummu Latifah, 27 Oktober 2016

bertanggung jawab dengan pekerjaan yang telah diberikan dengan mengutamakan nilai pemasaran yaitu *amanah*.

#### 5. Strategi Pelayanan

Pelayanan atau *service* yaitu nilai yang berkaitan dengan pemberian jasa pelayanan kepada konsumen. Kualitas pelayanan kepada konsumen harus terus-menerus ditingkatkan. Sebagai seorang pebisnis muslim harus mengedepankan konsep pemasaran syariah dalam pelayanan yaitu humanistik (*al-Insaniyah*) yang artinya berperikemanusiaan, hormat menghormati antar sesama.<sup>111</sup> Dalam hal pelayanan, Sambel Layah cabang Kendal menerapkan strategi pelayanan yang berbeda dengan Rumah Makan biasanya yang ada di Kendal. Alur pelayanan di Sambel Layah Kendal yaitu, pertama kali pelanggan datang langsung melakukan transaksi pemesanan dan pembayaran diawal yang dilakukan di kasir, setelah itu pelanggan sekaligus membawa makanan yang telah dipesan dan kemudian memilih tempat duduk pelayanan itu disebut dengan sistem *direct selling* yang artinya penjualan langsung. Dengan model pelayanan tersebut Sambel Layah meyakini bahwa proses pelayanan akan lebih cepat dari sebelumnya karena dalam standar pelayanan yang ditentukan dari perusahaan yaitu, “dari konsumen datang, transaksi sampai makan itu 3 menit, kalau ada menu-menu seperti cah kangkung dan lain-lain itu yang harus dimasak di dapur saji standarnya kurang lebih 5 menit”.<sup>112</sup>

Sambel Layah cabang Kendal mengharapkan dengan model pelayanan tersebut dapat diterima dan dinikmati oleh pelanggannya sesuai dengan pernyataan supervisor Sambel Layah cabang Kendal, “untuk *feed back* saya kira iya, karena ini merupakan suatu peralihan dari yang tadinya makanan diantar tetapi sekarang sekali membayar konsumen langsung membawa makanannya. Kalau untuk permulaan

<sup>111</sup>Alma dan Priansa, *Manajemen...*, h. 351

<sup>112</sup>Wawancara dengan Bapak Erik Supervisor Sambel Layah cabang Kendal, 22 Oktober 2016



mungkin sedikit agak canggung ya kurang lebih sekitar 3 bulanan pasti konsumen akan terbiasa.”<sup>113</sup> Pada kenyataannya dengan menerapkan model pelayanan seperti itu, banyak konsumen yang merasa keberatan, karena harus membawa sendiri makanan yang dipesannya, terlebih lagi makanan yang dipesan berjumlah banyak dan minumannya dalam porsi yang jumbo. Seperti yang diungkapkan oleh pelanggannya, “pelayanannya kurang, kalau dulu kan diantar oleh karyawannya, tapi sekarang dibawa sendiri oleh pembelinya, jadi menurutku agak khawatir kalau jatuh, apa lagi esnya kan besar-besar gelasnya, ketika makan ber dua”.<sup>114</sup> “Kalau pelayanan males kalau harus bayar di depan ribet, terus umpama mau nambah lagi harus antri lagi”.<sup>115</sup> “Pelayanannya cukup atau standar aja, soale yang buat nggak nyaman itu antriannya kayak sepur mbak”.<sup>116</sup> Dengan pernyataan konsumen tersebut berarti bahwa Sambel Layah cabang Kendal kurang dari segi pelayanannya dan kurang memperhatikan karakteristik pemasaran syariah yang humanistik atau *al-Insaniyah*.

## **B. Strategi Pemasaran Rumah Makan Sambel Layah Cabang Kendal dalam menghadapi Persaingan Usaha Perspektif Ekonomi Islam**

Dalam sebuah bisnis, persaingan tidak hanya tersebar luas melainkan juga tumbuh lebih intensif setiap tahun. Karena persaingan di pasar telah menjadi begitu ketat, hanya dengan memahami pelanggan saja sudah tidak memadai. Perusahaan-perusahaan harus mulai memberikan perhatian yang sama besarnya kepada pesaing mereka. Mengidentifikasi pesaing sepertinya merupakan tugas perusahaan yang sederhana. Namun, cakupan pesaing aktual dan potensial perusahaan sebenarnya jauh lebih

---

<sup>113</sup> *Ibid*

<sup>114</sup> Wawancara dengan Konsumen Nuryadi, 27 Oktober 2016

<sup>115</sup> Wawancara dengan Konsumen Ninda Wahyu, 27 Oktober 2016

<sup>116</sup> Wawancara dengan Konsumen Ummu Latifah, 27 Oktober 2016

luas. Perusahaan lebih mungkin dikalahkan oleh pesaingnya yang baru muncul atau oleh teknologi baru, dibandingkan oleh pesaingnya saat ini.<sup>117</sup>

Dalam pemasaran syariah, pesaing tidak dianggap sebagai musuh, akan tetapi pemasaran syariah menjunjung tinggi nilai-nilai moral dan selalu menjaga hubungan baik dan kemitraan dengan pesaing.<sup>118</sup> Pesaing dianggap sebagai mitra sejajar yang mampu menumbuhkan kreativitas dan inovasi perusahaan. Persaingan adalah hal yang baik karena akan turut membesarkan pasar. Suatu perusahaan dapat memenangkan persaingan dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dengan banyaknya pelanggan yang datang, perusahaan akan mendapatkan kepercayaan dan profit yang tinggi. Dapat diartikan bahwa persaingan merupakan suatu usaha untuk memperoleh nilai tertinggi dalam pasar tertentu dengan mengandalkan seluruh aspek strategi pemasaran dan pencapaian nilai total pelanggan. Apabila nilai total pelanggan telah dicapai, maka suatu perusahaan akan mudah memenangkan persaingan pasar. Sambel Layah cabang Kendal selalu berusaha memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan. hal tersebut dilakukan agar dapat memenangkan persaingan usaha.

Dalam menghadapi persaingan pasar, Sambel Layah cabang Kendal memilih cara bersaing yang sehat dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Strategi yang diterapkan Sambel Layah cabang Kendal yaitu strategi bauran pemasaran yang terdiri dari strategi produk, promosi, harga, dan tempat, selain itu Sambel Layah cabang Kendal juga melakukan perbaikan pelayanan kepada pelanggan. Islam sebagai agama Rahmatan Lil'alamin, mempunyai aturan-aturan hidup yang rinci untuk menghindari munculnya permasalahan akibat praktik persaingan yang tidak sehat. Persaingan tidak sehat dapat mengakibatkan kerugian terhadap sesama manusia. Dalam menghadapi persaingan usaha, Sambel Layah cabang Kendal memerhatikan hal-hal sebagai berikut :

---

<sup>117</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Prenhallindo : Jakarta, 2002, h. 249-250.

<sup>118</sup>Rianto, *Dasar-dasar...*, h. 20

## 1. Produk

Keputusan-keputusan tentang produk mencakup penentuan bentuk penawaran produk secara fisik bagi produk berupa barang, merek yang akan ditawarkan atau ditempelkan pada produk tersebut, fitur yang ditawarkan di dalam produk tersebut menyangkut pengemasan produk, penataan dan servis yang diberikan dalam memberikan produk. Keputusan pemilihan produk merupakan langkah awal yang harus ditentukan perusahaan untuk terus berkembang. Setelah produk telah ditentukan, langkah selanjutnya yaitu mengenai harga, tempat, dan promosi yang akan diambil.

Produk yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan terbagi menjadi dua, yaitu produk barang dan produk jasa. Produk yang dipersaingkan baik barang maupun jasa harus halal.<sup>119</sup> Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan. Kualitasnya harus terjamin dan dapat bersaing. Produk yang ditawarkan Sambel Layah cabang Kendal adalah contoh dari produk barang. Sambel Layah cabang Kendal menawarkan berbagai macam produk yang diminati konsumen, terutama produk sambel yang khas dari Sambel Layah. Produk tersebut tidak dapat ditemui di rumah makan lain sebagai pesaingnya. Selain dari sambel yang khas, produk lain yang dapat digunakan untuk bersaing yaitu menu paket yang isinya lengkap berupa nasi, lauk, gorengan, sambel, dan minuman es teh jumbo. Cara penyajian produk di Sambel Layah cabang Kendal juga sangat diperhatikan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan dan untuk menghadapi persaingan pasar.

Rumah makan lain yang merupakan pesaing dari Sambel Layah cabang Kendal antara lain Rocket Chicken, Warung Soto Seger, Rumah Makan Suka Sari.<sup>120</sup> Diantara ketiga pesaing tersebut

---

<sup>119</sup>Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, Gema Insani Press : Jakarta, 2002, h. 96

<sup>120</sup>Wawancara dengan Bapak Erik Supervisor Rumah Makan Sambel Layah cabang Kendal, 22 Oktober 2016

yang menyajikan produk hampir sejenis dengan Sambel Layah cabang Kendal yaitu Rocket Chicken. Rumah makan Rocket Chicken menawarkan ciri khas produk berupa ayam goreng tepung. Rumah makan tersebut juga menawarkan menu paket yang lebih hemat. Menu paket yang ditawarkan berisi nasi, lauk, dan minuman, sebagai pelengkap disediakan dua saus untuk makan terdiri dari saus sambal dan saus tomat.<sup>121</sup>

Dari segi produk yang ditawarkan antara Sambel Layah cabang Kendal dan Rocket Chicken, Sambel Layah cabang Kendal mempunyai produk yang lebih variatif dan menarik. Perbandingan produk berupa menu paket lebih lengkap jika dibandingkan dengan Rocket Chicken. Cita rasa produk yang ditawarkan Sambel Layah cabang Kendal sangat khas dan bumbunya bisa meresap sampai kedalam lauknya terutama menu ayam goreng. Seperti yang diungkapkan konsumen Sambel Layah cabang Kendal, “Ayamnya enak, cuman kurang gede kalau menurut Saya”,<sup>122</sup> “menu yang paling Saya sukai menu ayam”,<sup>123</sup> “produk yang paling saya sukai yaitu ayam goreng kremes dan mie goreng”,<sup>124</sup> “Saya paling suka dengan paket ayam goreng kremes, bumbunya meresap sampai tulang ayamnya dan enak”.<sup>125</sup> Sedangkan pada Rocket Chicken rasa ayam goreng tepungnya kurang terasa.<sup>126</sup> Dengan melihat beberapa pernyataan konsumen tersebut Sambel Layah dapat menggunakan produknya sebagai strategi untuk bersaing.

## 2. Promosi

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi

---

<sup>121</sup>Observasi di Rumah Makan Rocket Chicken Kendal, 27 Oktober 2016

<sup>122</sup>Wawancara dengan Konsumen Kurnia Arisanti, 27 Oktober 2016

<sup>123</sup>Wawancara dengan Konsumen Ummu Latifah, 27 Oktober 2016

<sup>124</sup>Wawancara dengan Konsumen Khoiriyah, 27 Oktober 2016

<sup>125</sup>Wawancara dengan Konsumen Al Muamat, 27 Oktober 2016

<sup>126</sup>Observasi di Rumah Makan Rocket Chicken Kendal, 27 Oktober 2016

perusahaan tersebut. Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, dan publisitas.<sup>127</sup> Dengan adanya promosi, konsumen akan lebih mengetahui tentang produk yang ditawarkan perusahaan dan pada akhirnya akan membeli produk tersebut. Perusahaan harus mampu memutuskan kegiatan promosi yang paling tepat dilakukan untuk memasarkan produk yang dimiliki. Promosi yang dilakukan harus sesuai dengan prinsip syariah yaitu tidak melebih-lebihkan produk yang dijual tetapi tidak sesuai dengan kenyataan. Promosi harus dilakukan dengan penuh kejujuran sehingga tidak mengecewakan konsumen.

Sambel Layah cabang Kendal menerapkan strategi promosi dengan kegiatan menyebar brosur, pemasangan *round take* disepanjang jalan menuju restoran, media *banner* di restoran dan spanduk besar yang ada di restoran. Kegiatan-kegiatan promosi tersebut dapat digunakan untuk menghadapi persaingan pasar secara sehat dan diridhoi oleh Allah SWT. Dibandingkan dengan pesaingnya yang hanya memasang spanduk di area rumah makan saja,<sup>128</sup> Sambel Layah cabang Kendal dapat memenangkan persaingan pasar.

### 3. Harga

Setiap produk baik barang atau jasa yang ditawarkan mempunyai harga jualnya sendiri. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam menetapkan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar.<sup>129</sup> Untuk memenangkan persaingan, harga produk harus kompetitif, tidak diperkenankan membanting harga dengan tujuan untuk menjatuhkan pesaing.<sup>130</sup> Harga yang ditawarkan harus sesuai dengan produk yang

---

<sup>127</sup>Rianto, *Dasar-dasar...*, h. 16

<sup>128</sup>Observasi di Rumah Makan Rocket Chicken Kendal, 27 Oktober 2016

<sup>129</sup>Rianto, *Dasar-dasar...*, h. 15

<sup>130</sup>Yusanto & Widjajakusuma, *Menggagas...*, h. 96

diberikan kepada konsumen. Harga tidak boleh terlalu rendah dan terlalu tinggi.

Sambel Layah cabang Kendal menawarkan harga yang terjangkau untuk konsumennya. Sambel Layah cabang Kendal berupaya menyesuaikan harga dengan produk yang didapatkan konsumen, dengan harga yang terjangkau, produk yang ditawarkan porsi disesuaikan dengan harganya. Produk yang paling diunggulkan dari Sambel Layah yaitu menu paket. Pada menu paket, harga yang ditawarkan termasuk terjangkau apabila dibandingkan dengan pesaingnya. Sambel Layah menawarkan harga menu paket ayam seharga Rp 11.000,- per paket yang berisi nasi, ayam kremes, gorengan, sambel, dan es teh jumbo.<sup>131</sup> Sedangkan pesaingnya yang sama menawarkan menu paket dengan harga yang lebih mahal yaitu Rp 15.000,- per paket yang berisi nasi, ayam goreng tepung, dan es teh.<sup>132</sup> Dari segi harga yang ditawarkan, Sambel layah cabang Kendal lebih unggul karena harga yang ditawarkan lebih terjangkau untuk konsumen. Harga tersebut disesuaikan dengan porsi yang didapatkan. Perbandingan produknya terutama ayam goreng, porsi yang diberikan Sambel Layah cabang Kendal lebih kecil dari pada ayam yang ditawarkan Rocket Chicken.

Sambel Layah cabang Kendal dapat mengunggulkan harga yang ditawarkan untuk menghadapi persaingan pasar, karena dalam benak konsumen, terbentuk persepsi bahwa Sambel Layah cabang Kendal merupakan rumah makan yang menawarkan harga terjangkau dan bahkan dibilang cukup murah. Seperti yang diungkapkan oleh beberapa konsumennya. “Untuk harga cukup terjangkau lah ya, apalagi kalau ayamnya digedein sedikit saja”,<sup>133</sup> “Ya termasuk murah kalau paket hematnya, soale yang menu lain (bukan paket) belum

---

<sup>131</sup>Observasi di Rumah Makan Sambel Layah cabang Kendal, 25 Oktober 2016

<sup>132</sup>Observasi di Rumah Makan Rocket Chicken Kendal, 27 Oktober 2016

<sup>133</sup>Wawancara dengan konsumen Kurnia Arisanti, 27 Oktober 2016

pernah nyoba”,<sup>134</sup> “Harganya sudah terjangkau kalau dibandingkan dengan yang lain”,<sup>135</sup> “Harga yang ditawarkan sangat terjangkau, dengan uang Rp 10.500 saja sudah dapat paket lele sambel dan es teh yang ekstra besar itu”.<sup>136</sup> Dengan memerhatikan beberapa pernyataan konsumen tersebut, Sambel Layah dapat mengunggulkan penetapan harga sebagai alat untuk menghadapi persaingan dan memperbaiki citra perusahaan.

#### 4. Tempat

Sambel Layah cabang Kendal memerhatikan tempat usaha untuk tetap dapat bersaing secara sehat. Tempat usaha harus baik, sehat, bersih, dan nyaman. Tempat usaha yang disediakan harus menghindari hal-hal yang diharamkan.<sup>137</sup> Dalam hal kebersihan ruangan dan meja makan, Supervisor telah mengatur karyawannya khususnya dibagian *front line* untuk bertindak cepat dalam membersihkan lantai dan meja makan setelah digunakan untuk makan.

Strategi tempat dilakukan dengan memilih tempat yang strategis dekat dengan jalan raya sehingga mudah untuk dijangkau konsumennya, selain itu Sambel Layah cabang Kendal menyajikan lahan parkir yang luas sehingga konsumen mudah ketika akan parkir di halaman restoran, menyediakan tempat duduk yang berjumlah 160 kursi dan 1 ruangan yang dapat digunakan untuk rapat atau pertemuan sehingga konsumen akan leluasa dalam memilih tempat yang nyaman untuk menikmati hidangan yang ada di Sambel Layah cabang Kendal. Dalam hal pemilihan tempat, rumah makan pesaing sama-sama strategis dan dekat dengan keramaian. Lokasi rumah makan Rocket Chicken dapat dibidang strategis karena berada di pinggir jalan raya dan memiliki lahan parkir yang luas sehingga memudahkan konsumen untuk berkunjung dan parkir Rocket Chicken.

---

<sup>134</sup>Wawancara dengan konsumen Ummu Latifah, 27 Oktober 2016

<sup>135</sup>Wawancara dengan konsumen Abdul Khorib, 27 Oktober 2016

<sup>136</sup>Wawancara dengan konsumen Djuliyanto, 27 Oktober 2016

<sup>137</sup>Yusanto & Widjajakusuma, *Menggagas...*, h. 96

Sambel layah cabang Kendal tetap mendapatkan kepercayaan dari konsumennya dengan menyediakan tempat sesuai dengan keputusan dari *Head Officer* pusat Purwokerto. Seperti beberapa pernyataan konsumen Sambel Layah cabang Kendal berikut, “Tempatnya Strategis kok, lokasinya ada di pusat kota Kendal akses juga mudah nggak harus nyebrang-nyebrang kalau dari arah barat”,<sup>138</sup> “lokasinya mudah dijangkau karena dekat dengan jalan raya apalagi kalau orang lagi mudik pas waktu jam makan bisa mampir juga”,<sup>139</sup> “Kalau letak si cukup strategis hanya saja jauh dari tempat keramaian tapi ya mudah ditemukan juga, soalnya kan di pinggir jalan raya persis”,<sup>140</sup> “Untuk lokasi strategis karena terletak di pinggir jalan raya, ya tapi yang dari arah timur harus muter balik kalau pingin makan disitu”.<sup>141</sup> Hal tersebut dapat dijadikan strategi untuk membangun nama baik Sambel Layah cabang Kendal sehingga dapat memenangkan persaingan pasar dengan strategi memaksimalkan tempat usaha di restoran.

Untuk mengimbangi segala strategi yang diterapkan Sambel Layah cabang Kendal dalam menghadapi persaingan usaha sebelumnya, hal yang paling penting dilakukan yaitu menyangkut pelayanan. Pelayanan harus diberikan dengan ramah, tapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat. Misalnya dengan menempatkan perempuan cantik berpakaian seksi. Sambel Layah cabang Kendal berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dengan menerapkan 3S (Senyum, Sapa, Salam) yang dilakukan oleh setiap karyawan terutama di bagian kasir dan *front line* yang berhubungan langsung dengan pelanggan. Seluruh karyawan perempuan di Sambel Layah memakai busana yang menutup aurat dan mengenakan kerudung, hal ini dilakukan agar menghindari maksiat. Selain itu Sambel Layah cabang Kendal juga memberikan pelayanan lebih ketika ada

---

<sup>138</sup>Wawancara dengan konsumen Kurnia Arisanti, 27 Oktober 2016

<sup>139</sup>Wawancara dengan konsumen Khoiriyah, 27 Oktober 2016

<sup>140</sup>Wawancara dengan konsumen Djuliyanto, 27 Oktober 2016

<sup>141</sup>Wawancara dengan konsumen Ana Malichah, 27 Oktober 2016



pesanan untuk dibawa pulang atau biasa disebut *Delivery Order* (DO). DO siap menerima pesanan pelanggan sampai 1000 paket nasi box dan untuk pengirimannya bisa diantar sampai ke rumah dengan cuma-cuma atau gratis ongkos kirim. Layanan tersebut bisa masuk kedalam layanan purna jual, merupakan servis yang akan melanggengkan pelanggan. dengan cara memberikannya secara cuma-cuma atau gratis.

Dengan penerapan strategi-strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan pasar, Sambel Layah cabang Kendal tidak terlalu memikirkan pesaingnya karena yang lebih didahulukan yaitu bagaimana cara agar konsumennya merasa puas dengan Sambel Layah cabang Kendal. Dengan meningkatkan produk, promosi, tempat, harga, serta pelayanan, Sambel Layah cabang Kendal berusaha memberikan kepuasan kepada pelanggan. Karena kepuasan pelanggan merupakan kunci sukses dalam memenangkan persaingan usaha. Hal ini sesuai dengan karakteristik pemasaran syariah dimana Sambel Layah cabang Kendal menerapkan unsur Ketuhanan (*Rabbaniyah*) yang menganggap bahwa setiap gerak-gerik manusia selalu diawasi oleh Allah SWT. Untuk itu Sambel Layah cabang Kendal tetap melakukan persaingan secara sehat dengan tidak menjatuhkan pesaingnya.

Dalam menghadapi pesaingnya, Sambel Layah cabang Kendal juga memerhatikan unsur Etis (*Akhlaqiah*) yang berarti semua perilakunya berjalan diatas norma etika yang berlaku umum. Dengan meyakini bahwa apa saja yang dilakukan merupakan kehendak dari Allah SWT. Sambel Layah cabang Kendal selalu berupaya untuk lebih memperbaiki internal perusahaan untuk meningkatkan konsumen sehingga dapat memenangkan persaingan. Sambel Layah cabang Kendal menghormati pesaingnya dengan menerapkan unsur Humanistis (*Al-Insaniyah*) sehingga menganggap pesaingnya sebagai mitra sejajar dan tidak menganggapnya sebagai musuh. Karena Islam sendiri merupakan agama yang mengajarkan untuk saling berlomba-lomba dalam hal kebaikan. Oleh karena itu rumah makan Sambel Layah cabang Kendal lebih memerhatikan konsumennya dibandingkan pesaingnya.