



Analisis Persaingan Bisnis Syariah Menggunakan Pendekatan Porter Five Forces pada Kspps Hanada Quwais Purwokerto

Aprilia Tri Wahyuni

UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Iska Inayatun Aulia

UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Sheila Prasetyowati

UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Yoiz Shofwa Shafran

UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Korespondensi penulis: 224110202096@mhs.uinsaizu.ac.id

Abstrak. This study investigates the competitive dynamics of the Islamic business sector at KSPPS Hanada Quwais Purwokerto using the Porter Five Forces framework and an Islamic strategic management perspective. The research employs a descriptive qualitative methodology based on literature analysis, interviews, and observation. The research indicates that there are few hazards from substitute items, that suppliers and customers have a fair degree of bargaining power, that entry barriers are high, and that competition is intense. The combination of sharia values, supply chain management, differentiation tactics, product innovation and digitization, and a strong dedication to sustainability and social responsibility all contribute to KSPPS Hanada Quwais's competitive edge. These results highlight the significance of implementing sharia principles in all facets of business operations and offer strategic insights for Islamic cooperatives to preserve and improve their position in a cutthroat market.

Keywords: Porter Five Forces, Islamic Business, Competitive Advantage

Abstrak. Studi ini melakukan analisis persaingan bisnis syariah pada KSPPS Hanada Quwais Purwokerto menggunakan pendekatan Porter Five Forces yang dikombinasikan dengan pandangannya tentang menejemen strategi Islam. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang menggunakan observasi, wawancara dan studi pustaka. Hasil analisis menunjukkan bahwa persaingan antara pesaing sangat ketat, hambatan masuk industri sangat tinggi, Tidak ada risiko produk pengganti, dan kekuatan tawar menawarkan pembeli dan pemasok sedang. Nilai-nilai syariah, inovasi dan digitalisasi, manajemen rantai pasokan, tanggung jawab sosial, dan komitmen pada berkelanjutan mendukung keunggulan KSPPS Hanada Quwais. Hasilnya menegaskan pentingnya penerapan prinsip syariah dalam setiap aspek bisnis dan memberikan wawasan strategi bagi koperasi syariah untuk mempertahankan dan meningkatkan posisinya di pasar yang kompetitif

Kata Kunci: Porter Five Forces, Bisnis Syariah, Keunggulan Bersaing

PENDAHULUAN

Analisis persaingan bisnis syariah adalah bagian penting dari memahami dinamika persaingan di industri yang berbasis syariah. Model Porter Five Forces, yang diciptakan oleh Michael Porter, adalah pendekatan yang efektif untuk menganalisis persaingan ini. Model ini mengidentifikasi lima kekuatan utama yang mempengaruhi tingkat persaingan dalam suatu industri: ancaman dari pesaing baru, kekuatan tawar menawar pemasok, kekuatan tawar menawar pembeli, ancaman dari produk pengganti, dan intensitas persaingan antara pesaing lama.(Eka Widystuti et al., 2024)

Untuk koperasi syariah KSPPS Hanada Quwais Purwokerto, yang beroperasi di wilayah yang sangat kompetitif, analisis Porter Five Forces menjadi sangat relevan saat membangun strategi yang mampu memberikan keunggulan bersaing. Korporasi harus memiliki kemampuan untuk memahami kondisi lingkungan internal dan eksternal, serta mampu memanfaatkan peluang

saat ini sambil mengatasi ancaman dari pesaing dan dinamika pasar yang terus berubah. Selain itu, bisnis syariah menghadapi masalah khusus terkait kepatuhan terhadap prinsip syariah dan tuntutan konsumen terhadap etika bisnis. Akibatnya, untuk membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan, strategi yang digunakan harus menggabungkan nilai-nilai syariah.(Fajrul Syam et al., n.d.)

Oleh karena itu, tujuan dari artikel ini adalah untuk menganalisis persaingan bisnis syariah pada KSPPS Hanada Quwais Purwokerto dengan menggunakan pendekatan Porter Five Forces. Tujuan akhir dari analisis ini adalah untuk memberikan wawasan strategis yang dapat membantu koperasi tersebut mempertahankan dan meningkatkan posisinya di pasar yang kompetitif. Menurut Aulia (2022), metode ini membantu memahami komponen kompetitif dan membuat strategi yang sesuai dengan prinsip syariah dan kebutuhan pasar lokal.(Eka Widystuti et al., 2024)

Penelitian ini juga mungkin menghasilkan manfaat sosial. yang lebih mendalam. Dengan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika persaingan dalam industri halal dan mendorong praktik bisnis yang bermoral dan berkelanjutan, penelitian ini dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekosistem ekonomi yang lebih adil dan inklusif. Hal ini sesuai dengan visi ekonomi Islam dan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). yang menekankan pentingnya keseimbangan pencapaian spiritual dan material. Di era ini Dengan meningkatnya globalisasi dan digitalisasi, industri halal menghadapi beberapa masalah peluang unik. Di satu sisi, kemajuan teknologi dan perubahan preferensi konsumen membuka peluang baru untuk inovasi dan ekspansi pasar. Sebaliknya, peningkatan standar sertifikasi halal dan kompleksitas rantai pasokan global menimbulkan tantangan operasi dan strategi yang signifikan. Akibatnya, untuk memberikan gambaran yang lebih luas tentang profil persaingan industri halal saat ini, penelitian ini juga akan mempertimbangkan faktor-faktor kontekstual ini saat menganalisisnya. Diharapkan penelitian ini akan menghasilkan ide-ide baru yang relevan secara akademis dan berguna untuk praktik bisnis dengan menggabungkan kerangka Porter Five Forces dan perspektif strategi manajemen Islam. Penelitian ini dapat mendorong diskusi yang lebih luas tentang bagaimana prinsip etika dan spiritual dapat dimasukkan ke dalam strategi bisnis untuk menciptakan nilai yang berkelanjutan yang bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat.

Dalam konteks yang lebih luas, penelitian ini juga mendorong pembicaraan tentang bagaimana agama dan spiritualitas berfungsi dalam manajemen dan bisnis modern. Penelitian ini mendorong pemikiran kritis tentang integrasi nilai-nilai transendental dalam teori dan praktik strategi manajemen. Hal ini dilakukan dengan menunjukkan bagaimana prinsip-prinsip Islam dapat memperkaya dan memperluas model analisis kompetitif konvensional. Pada akhirnya, diharapkan bahwa penelitian ini akan membantu mengembangkan model untuk menilai persaingan yang lebih beretika dan inklusif. Model ini dapat digunakan dalam konteks budaya dan spiritual yang berbeda dari industri halal. Akibatnya, penelitian ini memungkinkan penelitian yang lebih luas di bidang studi agama, etika bisnis, dan strategi manajemen (Fajrul Syam et al., n.d.)

KAJIAN TEORITIS

Porter's Five Forces adalah metodologi yang populer yang digunakan untuk menganalisis kekuatan persaingan dalam suatu industri dengan mempertimbangkan lima kekuatan utama: ancaman dari pesaing yang sudah ada, ancaman dari produk pengganti, kekuatan tawar-menawar pemasok, dan kekuatan tawar-menawar pembeli. Perusahaan

mendapat manfaat dari model ini dalam membuat rencana bisnis yang efektif dan membantu mereka memahami komponen eksternal yang mempengaruhi daya saing.

Prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, transparansi, dan larangan riba adalah ciri khas bisnis syariah. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Faizah dan Rahman (2019), penerapan Porter's Five Forces dalam bisnis syariah harus mempertimbangkan aspek etika dan kepatuhan terhadap syariat, sehingga analisis persaingan memperhatikan nilai-nilai moral dan sosial selain aspek ekonomi (Faizah, 2019). Koperasi Simpan Pinjam Syariah (KSPS) adalah lembaga keuangan mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah, sehingga berbeda dengan lembaga keuangan konvensional dalam hal persaingan. Sebuah penelitian oleh Putra et al. (2021) menemukan bahwa faktor-faktor seperti regulasi, kepercayaan anggota, dan inovasi produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah memengaruhi persaingan KSPS. KSPS memanfaatkan Analisis Lima Kekuatan Porter untuk menentukan kekuatan dan kelemahan kompetitifnya.

Untuk membangun loyalitas pelanggan dan keberlanjutan bisnis, strategi kompetitif bisnis syariah harus menggabungkan prinsip-prinsip syariah. Menurut Sulaiman dan Hidayat (2020), Porter's Five Forces memungkinkan perusahaan syariah untuk mengidentifikasi ancaman dan peluang secara sistematis. Ini memungkinkan mereka untuk membuat strategi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam dan juga kompetitif (R., 2020).

Studi khusus yang dilakukan pada KSPS Hanada Quwais Sembada menunjukkan bahwa menggunakan Porter's Five Forces sangat efektif dalam menilai persaingan bisnis syariah di tingkat lokal. Fokus utama analisis ini adalah hal-hal seperti ancaman dari lembaga keuangan syariah baru, kekuatan tawar-menawar anggota sebagai pembeli jasa, dan ancaman dari produk pengganti yang berupa layanan keuangan alternatif (Rahman & Nur, 2022). Hasil analisis ini membantu KSPS dalam membuat rencana yang lebih berpatuhan syariah dan meningkatkan daya saing.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis persaingan dalam bisnis syariah menggunakan kerangka Porter Five Forces yang diintegrasikan dengan perspektif manajemen strategi Islam. Berikut adalah rincian metode penelitian yang digunakan:

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka. Metode ini dipilih karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap konsep-konsep teoretis dan temuan-temuan empiris yang relevan dengan topik penelitian.

B. Sumber Data

- a. Buku-buku teks tentang manajemen strategis, ekonomi Islam, dan industri halal
- b. Artikel jurnal ilmiah terkait Porter Five Forces, manajemen strategi Islam, dan analisis industri bisnis syariah
- c. Laporan industri dan riset pasar tentang perkembangan sektor halal global

C. Teknik Pengumpulan Data

- a. Pencarian literatur menggunakan kata kunci yang relevan (contoh: "Porter Five Forces", "halal industry competition")
- b. Melakukan wawancara kepada Manajer Kspps Hanada Quwais Sembada
- c. Observasi

Observasi merupakan sebuah metode penelitian yang dilakukan dengan mendatangi perusahaan sehingga dapat mengetahui kegiatan yang dilakukan dan mendapatkan tambahan informasi yang diinginkan terkait dengan penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Lima Kekuatan Porter, juga dikenal sebagai "lima kekuatan Porter", adalah model struktur kerja yang digunakan untuk mempelajari seberapa kuat persaingan dalam suatu sektor dan bagaimana strategi pengembangan bisnis dapat mempengaruhi kekuatan tersebut untuk menciptakan kondisi yang menguntungkan perusahaan.(Okky, 2023)

Pendekatan Porter Five Forces, yang dikombinasikan dengan perspektif manajemen strategi Islam, digunakan dalam analisis persaingan bisnis syariah untuk mengungkapkan dinamika yang kompleks dan multifaset. Pendekatan ini tidak hanya menunjukkan seberapa kuat persaingan dalam bisnis syariah, tetapi juga menunjukkan seberapa penting nilai etika dan spiritual dalam membentuk lanskap persaingan.(Eka Widayastuti et al., 2024). Menurut analisis lima kekuatan Michael Porter, atau lebih dikenal sebagai analisis lima kekuatan, kelima kekuatan ini menentukan intensitas persaingan dalam suatu industri.(Zahra Fierza Arzety & Endang Pudji Widjajati, 2024)

A. Penerapan Five Porter's Forces

Ancaman Pendatang Baru (*threat of new enterants*)

Ancaman ini menunjukkan seberapa mudah atau sulit untuk masuk ke industri tertentu. Tingkat ancaman pendatang baru ditentukan oleh seberapa baik mereka dapat bersaing dengan perusahaan lain dalam industri serupa. Ancaman pendatang baru ditentukan oleh seberapa mudah pesaing baru dapat masuk ke pasar dan mengancam posisi perusahaan yang sudah ada. Untuk Dikspps Hanada Quwais Purwokerto, hambatan masuk relatif tinggi karena:

- a) Kebutuhan modal yang cukup besar untuk memulai usaha sejenis, termasuk investasi pada fasilitas dan peralatan.
- b) Loyalitas pelanggan yang sudah terbentuk terhadap merek dan layanan yang ada.
- c) Akses ke saluran distribusi dan jaringan yang sudah mapan. (Christanti, 2022)

Kekuatan Tawar Menawar Pembeli (*Bargaining power of buyer*)

Pemasok dapat menjual bahan baku pada harga tinggi atau bahan baku berkualitas rendah kepada pembeli karena daya tawar mereka yang kuat. bahaya bagi bisnis itu sendiri, jadi perusahaan harus memilih pemasok yang tepat berdasarkan harga dan kualitas. (Hintoro et al., 2021) . Ketika bisnis bergantung pada pemasok, mereka memiliki kekuatan pembeli. Kekuatan pembeli menunjukkan kemampuan pelanggan untuk menekan harga atau menuntut kualitas yang lebih baik. Pembeli bersaing dalam industri dengan memaksa harga turun, tawar menawar untuk kualitas dan layanan yang lebih baik, dan berkompetisi satu sama lain dengan mengorbankan kemampuan industri.(Marsda Adisucipto, 2018) Di pasar di kspps Hanada Quwais Purwokerto:

- a) Pelanggan memiliki beberapa pilihan produk atau layanan serupa, sehingga mereka memiliki kekuatan tawar yang sedang hingga tinggi.

- b) Sensitivitas harga cukup tinggi, sehingga pembeli cenderung membandingkan harga dan kualitas sebelum membeli.
- c) Namun, tingkat loyalitas pelanggan yang sudah terbentuk dapat mengurangi kekuatan tawar mereka.(Aulia, 2022)

Kekuatan Tawar Menawar Pemasok (*Bargaining power of suppliers*)

Kekuatan ini menentukan daya tawar pembeli atau konsumen. Semakin besar daya tawar pembeli untuk menuntut harga dan kualitas produk yang lebih tinggi, semakin rendah profit atau laba yang akan didapatkan oleh perusahaan (Aprillia, 2020). Kekuatan pemasok berkaitan dengan kemampuan pemasok dalam menaikkan harga bahan baku atau menurunkan kualitas. Untuk Dikspps Hanada Quais Purwokerto:

- a) Terdapat beberapa pemasok bahan baku dan jasa pendukung, sehingga alternatif pemasok cukup banyak.
- b) Kualitas bahan baku relatif standar dan tidak unik, sehingga pemasok tidak memiliki dominasi besar.
- c) Namun, fluktuasi harga bahan baku dapat mempengaruhi biaya produksi (Christanti, 2022)

Ancaman Produk Pengganti (*threat of substitute product or services*)

Hadirnya produk pengganti menimbulkan risiko. Ini terjadi ketika pembeli menemukan produk pengganti yang lebih murah atau lebih baik dengan biaya pengalihan yang lebih rendah. Apabila pembeli atau konsumen menemukan produk pengganti yang lebih murah atau lebih baik dengan biaya pengalihan yang lebih rendah, masalah atau ancaman ini muncul. Menurut Hintoro et al., 2021 Hal ini menghasilkan lebih banyak jenis produk dalam industri, yang dapat memengaruhi pendapatan bisnis. Ancaman produk pengganti muncul ketika ada produk lain yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara berbeda. Dalam konteks Dikspps Hanada Quwais Purwokerto:

- a) Produk pengganti relatif terbatas karena layanan dan produk yang ditawarkan memiliki spesifikasi khusus.
- b) inovasi teknologi atau layanan baru dari pesaing bisa menjadi ancaman di masa depan.
- c) Pelanggan dapat beralih ke produk substansi jika harga atau kualitas tidak kompetitif (Aulia, 2022)

Rivalitas diantara Pesaing (*Rivalry among exiting competitors*)

Di antara lima kekuatan kompetitif, persaingan antara bisnis biasanya merupakan yang paling kuat. Pesaingnya dapat menanggapi rencana perusahaan dengan menurunkan harga, menambah fitur yang lebih baik, dan menyediakan layanan yang lebih baik(Marsda Adisucipto, 2018). Menurut model ini, persaingan dengan kompetitor sejenis inilah yang paling penting bagi persaingan bisnis. Dalam situasi di mana banyak perusahaan bersaing untuk merebut pangsa pasar yang sama, terjadi persaingan bisnis yang kian ketat. Untuk mengoptimalkan posisi, semua elemen diperlukan, termasuk strategi persaingan harga, promosi, dan peningkatan layanan dan jaminan pelanggan(Hintoro et al., 2021). Rivalitas antar pesaing adalah kekuatan yang paling berpengaruh terhadap profitabilitas. Untuk Dikspps Hanada Quais Purwokerto:

- a) Terdapat beberapa pesaing utama di wilayah Purwokerto dengan produk dan layanan serupa.
- b) Persaingan cenderung sedang dengan adanya diferensiasi produk dan strategi harga yang kompetitif.

- c) Pertumbuhan pasar yang stabil menyebabkan perusahaan harus terus berinovasi dan menjaga kualitas untuk mempertahankan pangsa pasar. (Christanti, 2022)
- B. Strategi keunggulan kompetitif

Keunggulan kompetitif adalah strategi perusahaan untuk unggul. Karena keunggulan kompetitif seringkali hilang dengan cepat, perusahaan harus memahami lingkungan pesaing mereka untuk mempertahankan keunggulan mereka. Perusahaan memiliki keunggulan kompetitif yang memungkinkannya melakukan hal-hal yang tidak dapat dilakukan oleh perusahaan lain. Keunggulan kompetitif sangat penting untuk keberlangsungan bisnis. Beberapa elemen penting dalam strategi bersaing keunggulan kompetitif adalah sebagai berikut: (Ike Franciana, 2020)

Integrasi Nilai-Nilai Syariah dalam Strategi Bisnis

Salah satu keunggulan KSPPS Hanada Quwais adalah penerapan nilai-nilai syariah dalam setiap aspek operasi. Produk, layanan, dan operasi pelanggan didasarkan pada prinsip seperti keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Ini bukan hanya memenuhi tuntutan hukum, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas anggota dan konsumen(Aulia, 2022)

Sebagai contoh, seluruh pembiayaan dan simpanan di KSPPS Hanada Quwais menggunakan akad syariah seperti mudharabah dan murabahah. Sesuai dengan nilai tanggung jawab sosial yang menjadi fondasi utama koperasi syariah, KSPPS Hanada Quwais mengelola dana secara transparan dan sesuai prinsip syariah, sehingga setiap transaksi terbebas dari riba dan gharar.(Annabhani, 2021)

Inovasi dan Adaptasi dalam Bisnis Syariah

Di era digital saat ini, memiliki keunggulan kompetitif sangat penting. Banyak inovasi telah dilakukan oleh KSPPS Hanada Quwais untuk produk dan layanan mereka. Produk pembayaran online (PBOP) menunjukkan adaptasi terhadap kebutuhan pasar yang semakin beragam dan kontemporer, seperti produk Hanaban (hanada qurban), Hanawisata (hanada tabungan wisata dan ziarah), Hanadikan (hanada pendidikan), Hanapensi (hanada pensiunan), dan lain-lain. Perbankan menggunakan strategi inovasi produk untuk mengembangkan dan memperkenalkan produk baru dengan tujuan untuk menambah klien baru. (Ike Franciana 2020)

Selain menciptakan produk baru, KSPPS Hanada Quwais juga mengadopsi digitalisasi proses bisnis. Penggunaan teknologi informasi untuk mengelola data anggota, melakukan transaksi online, dan memberikan layanan pelanggan meningkatkan efisiensi operasional dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Transformasi digital ini adalah tanggapan terhadap tantangan globalisasi dan kebutuhan untuk tetap relevan dalam industri keuangan syariah yang kompetitif. Strategi adaptasi juga mencakup pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia. Karyawan didorong untuk terus belajar, terutama dalam teknologi dan layanan berbasis syariah. Oleh karena itu, KSPPS Hanada Quwais dapat menawarkan layanan inovatif sambil mempertahankan nilai syariahz.(Annabhani, 2021)

Strategi Diferensiasi dan Orientasi Pasar

Menciptakan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin kompetitif membutuhkan strategi diferensiasi. Perusahaan syariah memiliki kemampuan untuk membedakan diri dengan menawarkan barang dan jasa yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pelanggan tetapi juga sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, orientasi pasar yang kuat dapat membantu

bisnis menemukan peluang dan hambatan saat ini, membantu mereka membuat strategi yang lebih baik untuk memperoleh keunggulan kompetitif (Eka Widayastuti et al., 2024)

Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, KSPPS Hanada Quwais melakukan perubahan dengan menyediakan berbagai pilihan yang sesuai dengan prinsip syariah dan sesuai dengan kebutuhan unik masyarakat Purwokerto dan sekitarnya. Produk-produk KSPPS Hanada Quwais, seperti Hanajiro (tabungan haji dan umroh), Hanaban (tabungan qurban), Hanapensi (tabungan pensiun), Hanalin (tabungan hanada bersalin), dan Hanajah (tabungan hanada hajatan), memajukan posisi KSPPS Hanada Quwais di pasar lokal.

Orientasi pasar dan diferensiasi produk adalah fokus utama. KSPPS Hanada Quwais melakukan riset pasar untuk memahami kebutuhan dan preferensi anggota. Dalam strategi pemasaran, empat P (produk, harga, lokasi, dan promosi) digunakan. Setiap barang dan jasa yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan anggota dan bersaing dengan lembaga keuangan lain berkat pendekatan ini.(Aulia, 2022) Penelitian menunjukkan bahwa orientasi pasar yang kuat mendorong inovasi dan meningkatkan keunggulan kompetitif. Dengan memahami pasar secara mendalam, KSPPS Hanada Quwais dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk menarik dan mempertahankan anggota, sekaligus meningkatkan kinerja koperasi secara keseluruhan.

Manajemen Rantai Pasokan dan Kolaborasi

Keunggulan kompetitif KSPPS Hanada Quwais didukung oleh manajemen rantai pasokan yang efektif. Dalam koperasi syariah, rantai pasokan mencakup aliran dana serta kerja sama dengan berbagai pihak, seperti mitra bisnis, pemasok, dan lembaga keuangan lainnya.Untuk meningkatkan layanan dan meningkatkan efisiensi operasional, KSPPS Hanada Quwais bekerja sama dengan berbagai pihak dalam kemitraan strategis. Dibutuhkan kerja sama dengan institusi keuangan syariah, pelaku usaha lokal, dan lembaga pendidikan untuk menciptakan ekosistem bisnis yang saling mendukung dan berkelanjutan.(Annabhani, 2021) Selain itu, pengelolaan rantai pasokan yang efektif memastikan bahwa setiap barang dan jasa yang dijual sesuai dengan prinsip syariah. Untuk menjaga kepercayaan anggota, setiap mitra dan pemasok dipilih berdasarkan kesesuaian nilai dan komitmen terhadap prinsip syariah.

Keberlanjutan dan Tanggung Jawab Sosial

Strategi keunggulan kompetitif KSPPS Hanada Quwais berfokus pada keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Koperasi ini tidak hanya mencari keuntungan finansial, tetapi juga ingin memberikan kontribusi nyata kepada kesejahteraan masyarakat. Banyak bukti komitmen koperasi terhadap pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, termasuk program pemberdayaan ekonomi dan kegiatan sosial biasa. Perusahaan dapat menganggap CSR sebagai pendekatan bisnis untuk mencapai pembangunan berkelanjutan. Ini berarti bahwa perusahaan memasukkan masalah lingkungan, sosial, dan ekonomi ke dalam strategi mereka secara sukarela.(Santoso & Raharjo, 2022)

Penerapan prinsip tanggung jawab sosial juga tercermin dalam kebijakan pembiayaan yang inklusif, di mana KSPPS Hanada Quwais memberikan akses pembiayaan kepada pelaku usaha kecil yang seringkali tidak terlayani oleh lembaga keuangan konvensional dan juga pembiayaan untuk sekolah. Oleh karena itu, koperasi membantu menurunkan kesenjangan ekonomi dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat.(Annabhani, 2021)

C. Implikasi Manajerial

Strategi yang telah ditetapkan sangat membantu pada tahap implementasi ini. Dalam manajemen kinerja, prinsip Islam memperhatikan pembentukan karakter dan etika yang baik selain akademik.

Integritas Nilai-Nilai Syariah

Prinsip-prinsip etika Islam, seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab sosial, transparansi, dan komitmen terhadap kontrak, digunakan dalam strategi bisnis. Membangun integritas bisnis yang dapat dipercaya dan berkelanjutan didasarkan pada prinsip-prinsip ini. Konsep Inti dari Nilai Syariah dalam Strategi Bisnis(Prawoto et al., 2024) Ada nilai-nilai yang dapat dicontoh dalam pemasaran syariah, seperti sifat Rasullullah SAW, seperti sidiq, amanah, tabligh, fatonah, dan istiqamah.

- a. Sidiq adalah ucapan yang selalu didasarkan pada kejujuran dan diajarkan sesuai dengan hukum Islam. Allah SWT selalu meminta orang-orang yang beriman untuk berbicara dengan jujur, tidak pernah berbicara dengan cara yang bertentangan dengan apa yang mereka lakukan.
- b. Amanah, yang berarti melakukan tugas dengan penuh tanggung jawab. Fatonah berkaitan dengan kecerdasan, yang berarti memahami dan memahami semua tugas dan kewajiban, dan setiap orang mukmin harus memiliki sifat amanah. Seorang pemasar di bank syariah harus memahami semua barang yang mereka jual, termasuk kaidah fiqh secara dasar.
- c. Tabligh berarti menyampaikan dan memberikan contoh sesuai dengan ajaran Islam dalam aktivitas ekonomi sehari-hari.
- d. Istiqomah berarti tidak berubah-ubah, yang berarti seorang syariah selalu konsisten dalam menerapkan peraturan syariah. Seorang pemasar harus jujur dan dapat diandalkan saat memberikan janji (Ike Franciana 2020)

Implikasi dalam Strategi Bisnis

Untuk memastikan kepatuhan, KSPPS Hanada menerapkan prinsip keadilan dan transparansi melalui produk berbasis mudharabah dan murabahah. Selain itu, mereka menerapkan audit syariah berkala. Studi menunjukkan bahwa memasukkan nilai syariah ke dalam operasional mengurangi risiko gharar, atau ketidakpastian, dan membuat bisnis lebih kompetitif dengan memberi nasabah kepercayaan. Dalam seluruh operasinya, KSPPS Hanada Quwais Sembada menerapkan prinsip syariah seperti larangan riba, keadilan transaksi, dan transparansi. Prinsip mudharabah memungkinkan produk Hanabung (Tabungan Berkah) untuk membagi keuntungan secara merata dan mengambil tanggung jawab atas kerugian. Strategi pemasaran berbasis syariah, seperti menghindari praktik gharar (ketidakjelasan) dan jahalah (penipuan), mencerminkan nilai-nilai ini. Kesetiaan terhadap prinsip-prinsip syariah ini meningkatkan kepercayaan konsumen dan mengurangi ancaman dari pesaing dari organisasi konvensional.(Panjaitan Chairun Nisa, 2025)

Pengembangan Inovasi dan Orientasi Pasar

Dua konsep yang saling terkait dalam meningkatkan kinerja dan keunggulan kompetitif perusahaan. Ini terutama berlaku untuk UMKM (Santoso & Raharjo, 2022). Lembaga ini mengadopsi teknologi fintech syariah (PBOP) untuk meningkatkan aksesibilitas layanan, disertai strategi pemasaran jemput bola dan word of mouth yang menargetkan segmen UMKM. Inovasi produk seperti Hanabung (tabungan berkah) dan Hanajiro (haji/umroh) menunjukkan respons terhadap kebutuhan pasar mikro yang spesifik. Pengembangan inovasi yang efektif sangat bergantung pada orientasi pasar yang kuat, dimana perusahaan secara aktif

mengumpulkan dan merespons informasi pasar untuk menciptakan produk dan layanan baru yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Kombinasi orientasi pasar dan inovasi menjadi kunci dalam meningkatkan keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan, terutama dalam konteks UMKM dan industri yang sangat kompetitif.(Yani, 2019)

Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM)

Proses sistematis yang digunakan untuk merekrut, mengembangkan, memotivasi, dan mempertahankan karyawan dalam suatu organisasi. Agar organisasi dapat mencapai tujuannya secara efisien dan efektif, tujuan utamanya adalah mengoptimalkan kinerja individu dan kelompok. Manajemen sumber daya manusia memperhatikan betapa pentingnya memperlakukan karyawan sebagai aset berharga dan menemukan keseimbangan antara kebutuhan organisasi dan kesejahteraan karyawan.(Prawoto et al., 2024)

Beberapa tujuan utama manajemen sumber daya manusia adalah sebagai berikut: meningkatkan produktivitas dan kinerja karyawan; menjamin kepuasan dan kesejahteraan karyawan; menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan produktif; meningkatkan efisiensi dan efektivitas organisasi melalui pengelolaan sumber daya manusia yang efektif; dan mempertahankan hubungan industrial yang harmonis antara manajemen dan karyawan. Pelatihan berkelanjutan tentang fiqh muamalah dan literasi keuangan syariah bagi staf menjadi kunci dalam mempertahankan kualitas layanan. Penelitian menekankan pentingnya pengembangan SDM yang memahami dualitas prinsip syariah dan dinamika pasar untuk mengurangi risiko asymmetric information.

Kolaborasi dalam manajemen rantai pasokan (supply chain collaboration)

Proses di mana dua atau lebih perusahaan independen bekerja sama untuk menyelaraskan proses rantai pasokan mereka dengan tujuan menciptakan nilai yang lebih besar bagi pemangku kepentingan dan konsumen akhir daripada hanya bekerja sama. Kolaborasi dalam rantai pasokan meningkatkan efisiensi dan kinerja operasional, mengurangi risiko dan biaya, meningkatkan produktivitas dan profitabilitas, mempercepat transfer pengetahuan dan inovasi, dan meningkatkan fleksibilitas dan responsivitas terhadap permintaan pelanggan. Model ini meningkatkan efisiensi rantai pasokan pembiayaan mikro berbasis komunitas dan memungkinkan kemitraan strategis dengan pondok pesantren dan lembaga zakat lokal untuk memperkuat jejaring distribusi layanan dan memperkuat ekosistem syariah terintegrasi. (Prawoto et al., 2024)

Dalam manajemen rantai pasokan, kolaborasi adalah ketika dua atau lebih perusahaan independen bekerja sama untuk menyelaraskan proses rantai pasokan mereka dengan tujuan menciptakan nilai yang lebih besar bagi pemangku kepentingan dan konsumen akhir daripada jika mereka bekerja sama sendiri. Karena tuntutan pelanggan yang meningkat dan persaingan yang semakin ketat, kolaborasi ini sangat penting. Perusahaan perlu mengkoordinasikan aktivitas lintas perusahaan untuk mencapai kinerja yang lebih baik.

Tanggung jawab sosial dan berkelanjutan (Corporate Social Responsibility atau CSR dan sustainability)

Dalam dunia bisnis modern, konsep tanggung jawab sosial dan berkelanjutan (CSR dan sustainability) sangat terkait. CSR adalah komitmen perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dengan mempertimbangkan kesejahteraan karyawan, masyarakat sekitar, dan lingkungan. Mengimplementasikan maqasid al-shariah dalam pemberdayaan ekonomi melalui program CSR syariah seperti Hanaban, atau qurban. Studi penelitian menunjukkan bahwa pendekatan keberlanjutan berbasis etika syariah

meningkatkan kesetiaan pelanggan dan mengurangi tekanan yang ditimbulkan oleh produk konvensional saat bersaing dengan merek lain.(Santoso & Raharjo, 2022). Tanggung jawab sosial dan berkelanjutan adalah strategi bisnis yang mengintegrasikan aspek sosial, lingkungan, dan ekonomi untuk menciptakan nilai bersama bagi perusahaan dan masyarakat. CSR bukan hanya kewajiban moral, tetapi juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan dan kelangsungan bisnis di era modern.

KESIMPULAN

Analisis Porter Five Forces yang digunakan pada KSPPS Hanada Quwais Purwokerto menunjukkan bahwa industri koperasi syariah di kota tersebut sangat kompetitif. Namun, KSPPS Hanada Quwais mampu mempertahankan posisinya melalui berbagai strategi yang unggul. Faktor-faktor penting yang menurunkan risiko produk pengganti dan pendatang baru termasuk hambatan masuk yang tinggi dan loyalitas pelanggan yang telah terbentuk. Koperasi harus terus menjaga kualitas layanan dan efisiensi operasional untuk tetap kompetitif karena kekuatan tawar menawar pembeli dan pemasok sedang. KSPPS Hanada Quwais didorong oleh persaingan untuk terus mengembangkan dan meningkatkan kualitas produk dan layanan.

Inovasi produk dan digitalisasi layanan adalah bagian dari keunggulan kompetitif KSPPS Hanada Quwais. Ini juga mengintegrasikan nilai-nilai syariah, orientasi pasar, dan komitmen terhadap tanggung jawab sosial. Strategi diferensiasi produk yang sesuai dengan kebutuhan lokal dan pengelolaan rantai pasokan yang efektif memperkuat posisi koperasi di pasar. Keberlanjutan dan tanggung jawab sosial juga sangat penting untuk membangun kepercayaan anggota dan masyarakat. Dengan demikian, KSPPS Hanada Quwais dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian syariah Purwokerto. Selain itu, dengan strategi yang adaptif dan berkelanjutan, mereka dapat menghadapi tantangan pesaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Fiorenita, F., & Dwianika, A. (2021). "Penerapan Five Porter Analysis pada Efektifitas Kelangsungan Usaha Pelaku UKM (Studi Kasus UD Rey Collection)". *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi (JSMA)*, Vol. 13 (1), pp: 37–47.
- Aprillia, Z. Z. (2020). "Rancangan Sistem Informasi Penilaian Kinerja Koordinator Proyek PT Atrium Propugnatorum Teknika". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 16 (1), pp: 86–102.
- Annabhani, M. N. (2021). *STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK HANABUNG*.
- Aulia, L. H. (2022). *UPAYA MERAIH KEUNGGULAN BERSAING MELALUI STRATEGI PEMASARAN PADA KOPERASI SYARIAH (Studi Kasus KSPPS Hanada Quwais Sembada KC Purwokerto)*.
- Christanti, S. A. (2022). *Analisis Porter's five forces pada PT. Multidaya Lokasakti Mandiri*.
- Eka Widayastuti, A., Yusriyah Naurah, A., & Awaluddin, M. (2024). *STRATEGI KEUNGGULAN KOMPETITIF BISNIS SYARIAH PENDEKATAN PORTER FIVE FORCES: LITERATUR REVIEW* (Vol. 28).
- Fajrul Syam, A., Esmiralda Wijaya, M., & Awaluddin, M. (n.d.). ANALISIS PERSAINGAN INDUSTRI HALAL MENGGUNAKAN PORTER FIVE

- FORCES: PERSPEKTIF MANAJEMEN STRATEGI ISLAM. In *Inovasi dan Kreativitas dalam Ekonomi* (Vol. 8, Issue 1).
- Hintoro, S., Wijaya, A. F., & Penulis, K. (2021). *ANALISIS STRATEGI BERSAING PADA BIZNET BRANCH SALATIGA MENGGUNAKAN PORTER'S FIVE FORCES*. 2(6). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6>
- Marsda Adisucipto, J. (2018). *KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI*.
- Okky. (2023). *ANALISIS FIVE FORCES PORTER PADA PERSAINGAN BISNIS SEPATU DI KECAMATAN PRAJURIT KULON MOJOKERTO*.
- Panjaitan Chairun Nisa. (2025). *Integritas Perspektif Bisnis Islam: Definisi Pentingnya etika dan Landasan dalam Al Quran sebagai panduan praktik bisnis berkelanjutan*.
- Prawoto, I., Anisa, F., & Fi Ismi, S. (2024). Implementation of Islamic Values in Strategic Performance Management in Islamic Universities to Increase Global Competitiveness and Innovation. *Rayah Al-Islam*, 8(2), 576–587. <https://doi.org/10.37274/rais.v8i2.1037>
- Santoso, M. B., & Raharjo, S. T. (2022). DISKURSUS CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM MEWUJUDKAN SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs). *Share : Social Work Journal*, 11(2), 100. <https://doi.org/10.24198/share.v11i2.37076>
- Yani, A. (2019). *Keunggulan Kompetitif Melalui Pendekatan Strategis (Studi pada Perbankan Syariah di Kalimantan Selatan)*.
- Zahra Fierza Arzety, & Endang Pudji Widjajati. (2024). Optimasi Strategi PT PLN: Analisis Studi Kasus Dengan Pendekatan Five Force Analysis. *Jupiter: Publikasi Ilmu Keteknikan Industri, Teknik Elektro Dan Informatika*, 2(1), 262–272. <https://doi.org/10.61132/jupiter.v2i1.81>
- Faizah, N. &. (2019). Integrasi Prinsip Syariah Dalam Analisis Persaingan Bisnis: Studi Pada Industri Keuangan Syariah. *Ekonomi Islam*, 10 , 145-160.
- R, S. M. (2020). Strategi Keunggulan Kompetitif Dibisnis Syariah Menggunakan Porters Five Forces. *Bisnis dan ekonomi Islam*, 5, 210-225.