

Keunggulan Bersaing; Kajian Tematis Tafsir Al-Qur'an

Sarkowi

Dosen STIS Miftahul Ulum Lumajang

Sarkowi777@gmail.com

Abstract

This article will discuss Tafsir, Al-Qur'an about the advantages of competing organizations. The thematic assessment of this competitive advantage strategy at the practical level will help Muslims to see in terms of morality on the strategy of competitive advantage, that is the guideline to be held and understood in the competitive advantage strategy which is based on the Qur'an and al-Hadith, What is good, and what is 'not good ' In the strategies that can be achieved include: To achieve the desired goals in educational institutions, strategy. The strategy must be implemented to face competition among educational institutions that are more advanced in attracting consumers. The strategy should be accompanied by the wisdom and fairness of the organizers of the educational institution

Keywords : Competitive Advantage , Thematic Commentary

Abstrak

Artikel ini akan membahas Tafsir Al-Qur'an tentang keunggulan bersaing organisasi. Kajian tematik strategi keunggulan bersaing ini pada tataran praktisnya akan membantu orang-orang Islam untuk melihat dari segi moralitas mengenai strategi keunggulan bersaing, yaitu pedoman yang harus dipegang dan dipahami dalam strategi keunggulan bersaing yang belandaskan al-Qur'an dan al-Hadits, yaitu mengenai apa 'yang baik, dan seperti apa 'yang tidak baik', dalam strategi keunggulan bersaing, yaitu antara lain: Untuk mencapai tujuan yang diinginkan dalam lembaga pendidikan, strategi keunggulan bersaing penting untuk dilaksanakan. Strategi tersebut harus dilaksanakan guna menghadapi persaingan antar lembaga pendidikan yang semakin maju dalam menarik konsumen. Strategi harus disertai dengan sifat kebijaksanaan dan adil dari para penyelenggara lembaga pendidikan.

Kata kunci : Keunggulan bersaing, Tafsir Tematik

Pendahuluan

Kajian strategi keunggulan bersaing dalam epistemologi menggunakan pendekatan tafsir tematik (*al tafsir maudhu'i*). Dalam kajian al-Qur'an, metode ini diartikan sebagai cara penafsiran al-Qur'an dengan mencari jawaban mengenai suatu tema dengan cara menghimpun ayat-ayat yang berkaitan dengan tema tersebut, kemudian menganalisis lewat ilmu-ilmu lain yang relevan untuk melahirkan konsep yang utuh tentang tema tersebut.¹ Secara umum, terdapat dua metode tafsir tematik dalam ilmu tafsir al-Qur'an.² Metode pertama adalah dengan cara memilih satu surat tertentu dari al-Qur'an untuk ditafsirkan secara komplit dengan anggapan bahwa satu surat komplit di dalam al-Qur'an itu meskipun berbicara mengenai banyak hal tetapi keseluruhannya merupakan satu gagasan sentral dan satu kesatuan tematis. Metode kedua adalah menghimpun sejumlah ayat dari berbagai surat dalam al-Qur'an yang berbicara masalah yang sama untuk dihimpun dan disusun sedemikian rupa kemudian diberi tema dan ditafsirkan.

Penggunaan strategi yang terkandung didalam Al-Qur'an sebagai strategi keunggulan bersaing pelayanan pendidikan tidak terlepas dari salah satu firman Allah SWT, yaitu:

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِّنَ
الْهُدَىٰ وَالْفُرْقَانِ ۚ فَمَن شَهِدَ مِنْكُمُ الشَّهْرَ فَلْيَصُمْهُ ۗ وَمَن كَانَ
مَرِيضًا أَوْ عَلَىٰ سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ أَيَّامٍ أُخَرَ ۗ يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا
يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا
هَدَانَكُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿١٨٥﴾

¹ Al-Hafidz Ahsin W, *Kamus Ilmu Al-Qur'an*, (Jakarta:Amzah, 2008), . 183

² Majelis Tarjih dan Pengembangan Pemikiran Islam PP Muhammadiyah, *Tafsir Tematik Al-Qur'an: Tentang Hubungan Sosial antar Umat Beragama*, (cet. 1, Yogyakarta:Pustaka SM, 2000), .xii-xiii; lihat juga dua pengertian metode *maudhu'i*, menurut Quraish Shihab, *Tafsir al-Qur'an dengan Metode Maudhu'i*, (Jakarta: Organisasi Ilmu al-Qur'an, 1986), . 74

“Bulan ramadhan, bulan yang didalamnya diturunkan Al-Qur’an sebagai petunjuk bagi manusia dan penjelasan-penjelasan mengenai petunjuk itu dan membedakan antara yang hak dengan yang batil”³

Berdasarkan firman Allah SWT sebagaimana terkandung dalam ayat diatas, dapat dipahami bahwa Al-Quran dapat menjadi petunjuk bagi manusia dalam mencari solusi permasalahan yang ada di dunia ini. Maka ketika penulis menggunakan pesan-pesan yang terkandung didalam Al-Quran sebagai strategi dalam membangun keunggulan bersaing lembaga pendidikan sebagai upaya untuk memenangkan kompetisi persaingan pelayanan pendidikan merupakan langkah yang sangat tepat. Menurut Kotler, jika organisasi ingin mempunyai keunggulan bersaing maka organisasi itu harus dapat terdiferensiasikan dengan para pesaing. diferensiasi dapat dilakukan melalui lima dimensi yaitu : produk, pelayanan, personil, citra, dan saluran.⁴ Selanjutnya Muzzarol dalam Hengky Widhiandono dan Tri Septin mengungkapkan bahwa keunggulan kompetitif diperlukan dalam menghadapi persaingan jasa.

Dengan adanya kajian tematik strategi keunggulan bersaing dalam lembaga pendidikan ini, maka akan membuka wacana dialog pemikiran keagamaan yang terkait dengan pentingnya strategi keunggulan bersaing dalam lingkungan lembaga pendidikan, sehingga akan menjadi tambahan wawasan kajian keagamaan kontemporer di Indonesia. Dengan demikian fungsi al-Qur’an sebagai petunjuk bagi manusia benar-benar bisa terealisasi, mengingat selama ini al-Qur’an masih dianggap sebagai kitab sakral yang hanya perlu dibaca teksnya secara berulang-ulang tanpa memahami makna yang terkandung di dalamnya.

Di dalam artikel ini penulis ingin menawarkan tentang keunggulan bersaing yang berlandaskan nilai-nilai yang terkandung di dalam Al-Qur’an.

Pembahasan

Konsep Strategi Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing menurut Kotler dan Armstrong⁵ adalah keunggulan organisasi terhadap organisasi pesaing yang diperoleh

³ Departemen Agama.Republik Indonesia. *Al-Qur’an Terjemahan*.(Jakarta: PT. Syamil Cipta Media.2005). Q.S Al-Baqarah. Ayat : 185

⁴ Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta.PT. Ikrar Mandiriabadi.2002) Hal 343

⁵ Philip Kotler & Gary Armstrong. *Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi. Ketujuh*. (Jakarta: Salemba Empat Prentice-Hall. 2006) Hal 256

dengan menawarkan nilai lebih besar kepada konsumen, dengan harga lebih rendah maupun dengan memberikan mafaat lebih besar karena harganya lebih tinggi. Selanjutnya Michael E. Porter⁶ mengungkapkan bahwa keunggulan bersaing adalah tentang bagaimana sebuah organisasi benar-benar menerapkan strategi generik (keunggulan biaya, differensiasi, dan fokus) ke dalam strategi pemasaran. pada dasarnya keunggulan bersaing berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh sebuah organisasi bagi pembelinya yang melebihi biaya organisasi dalam menciptakannya, nilai tersebut adalah sesuatu yang pembeli bersedia membayar, dan nilai yang unggul tersebut berasal dari tawaran harga yang lebih rendah daripada harga yang di berikan pesaing. Nilai tersebut memberikan manfaat yang sepadan atau memberikan manfaat unik yang lebih daripada nilai yang di berikan pesaing.

Pendapat serupa dikemukakan oleh Bharadwaj⁷ yang menjelaskan bahwa keunggulan bersaing merupakan hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumberdaya yang dimiliki organisasi. Keahlian dan asset yang unik dipandang sebagai sumber dari keunggulan bersaing. Keahlian unik merupakan kemampuan organisasi untuk menjadikan para karyawannya sebagai bagian penting dalam mencapai keunggulan bersaing. Kemampuan organisasi dalam mengembangkan keahlian para karyawannya dengan baik akan menjadikan organisasi tersebut unggul dan penerapan strategi yang berbasis sumber daya manusia akan sulit untuk diiru oleh para pesaingnya. Sedang asset atau sumber daya unik merupakan sumber daya nyata yang diperlukan organisasi guna menjalankan strategi bersaingnya. Kedua sumber daya ini harus diarahkan guna mendukung penciptaan kinerja organisasi yang berbiaya rendah dan memiliki perbedaan dengan organisasi lain. Pendapat di atas di dukung oleh pendapat Styagraha yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu badan usaha untuk memberikan nilai lebih terhadap

⁶ Michael E. Porter. *Keunggulan Bersaing*. (Tangerang. KARISMA Publishing Group.2008) Hal 9

⁷ Sundar G Bharadwaj, P.R.Varadarajan, & Fahly, Jhn. *Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Propositions*". Journal of Marketing. Vol.57,Oktober, 1993. hal.83-99 di unduh melalui ilmiah-jurnal.blogspot.com tanggal 01 Juni 2013

produknya dibandingkan para pesaingnya dan nilai tersebut memang mendatangkan manfaat bagi pelanggan.⁸

Dari beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing merupakan usaha serta kemampuan dari sebuah organisasi untuk memberikan nilai lebih kepada produk yang dihasilkan dan mendapatkan nilai lebih dari konsumen karena harga jual yang tinggi dan manfaat dari produk tersebut.

Keunggulan kompetitif menurut Muzzarol ada 2 macam, yaitu:

1. *Image* dan *resources* terdiri dari pemahaman profile pasar, kekuatan sumberdaya keuangan, reputasi kualitas, jumlah dan pengaruh alumni, dan luasan tawaran program pendidikan.
2. *Coalition* dan *forward integration* terdiri dari kerjasama strategik internasional dan program pengajaran jarak jauh (*offshore teaching program*).⁹

Pendapat lain mengatakan bahwa ada tiga bentuk keunggulan bersaing, di antaranya adalah:¹⁰

1. Keunggulan absolut (*absolute advantage*)

Keunggulan absolut merupakan suatu kemampuan organisasi untuk memproduksi suatu barang lebih murah dari organisasi lain. Hal ini terjadi apabila suatu organisasi dapat memproduksi suatu barang dengan harga yang jauh lebih murah dan dengan kualitas yang lebih tinggi dibandingkan organisasi lain.

2. Keunggulan komparatif (*comparative advantage*)

Keunggulan komparatif merupakan kemampuan suatu organisasi untuk memproduksi beberapa produk lebih murah atau lebih baik dibandingkan organisasi lain. Suatu organisasi akan dikatakan memiliki keunggulan komparatif apabila dapat memproduksi barang lebih efisien atau lebih baik dari pada barang-barang lainnya.

3. Keunggulan bersaing nasional (*national competitive advantage*)

Keunggulan bersaing ini berakar dari beberapa kombinasi, di antaranya yaitu:

- a) kondisi faktor, merupakan faktor-faktor produksi

⁸ Hadi Satyagraha, *Keunggulan Bersaing dan Aliansi Strategis: Resefinisi SWOT*. Usahawan. No.4,Th.XXIII.1994. Hal 14

⁹ Hengky Widhiandono, S.E., M.Si. dan Dra. Tri Septin MR, M.Si. *Brand Position Dan Media Promosi Dalam Keputusan Pemilihan Organisasi Swasta Dengan Pendekatan Strategi Pemasaran Internasional*. Jurnal Media Ekonomi vol 8 no 1 Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Di unduh melalui <http://jurnal.ump.ac.id> pada tanggal 20 Mei 2013

¹⁰Dini Iriani. *Bisnis Internasional*. Diposting pada tanggal 1 Januari 2013. Diunduh melalui <http://imdini.blogspot.in> pada tanggal 18 Desember 2014

- b) kondisi permintaan, mencerminkan besarnya basis konsumen domestik yang meningkatkan permintaan yang kuat akan produk-produk inovatif.
- c) Industri terkait dan industri pendukung (*related dan supporting industries*), mencakup pemasok lokal atau regional dan pelanggan industri kuat.
- d) Strategi, struktur dan persaingan, berkaitan dengan organisasi dan industri yang menekankan pada penurunan biaya, kualitas produksi, produktivitas yang semakin tinggi dan produk-produk inovatif.

Ayat-Ayat Keunggulan Bersaing dalam Al-Qur'an

- a) Qs. Al-Baqarah (2) ayat 148

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا ۖ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ
بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿١٤٨﴾

*"Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu (dalam berbuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu."*¹¹

- b) Qs. Al-An'am (6) ayat 152

وَلَا تَقْرُبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۗ
وَأَوْفُوا بِالْكَيْلِ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۗ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۗ وَإِذَا
قُلْتُمْ فَأَعْدِلُوا ۗ وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۗ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ۗ ذَٰلِكُمْ
وَصَنَّكُمْ بِهِ ۗ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿١٥٢﴾

"Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami

¹¹ Departemen Agama.Republik Indonesia. *Al-Qur'an Terjemahan*.(Jakarta: PT. Syamil Cipta Media.2005). Q.S Al-Baqarah. Ayat : 148

tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. dan apabila kamu berkata, Maka hendaklah kamu Berlaku adil, Kendatipun ia adalah kerabat(mu),¹² dan penuhilah janji Allah.¹³ yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.”

c) Qs. Al-Hujurat (49) ayat 13

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاهُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ
لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَاهُ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

“Hai manusia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal.”¹⁴

d) Qs. Al-Baqarah (2) ayat 30

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً ۗ قَالُوا أَتَجْعَلُ
فِيهَا مَنْ يَفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ
لَكَ ۗ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴿٣٠﴾

“Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada Para Malaikat: "Sesungguhnya aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi." mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, Padahal Kami Senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan

¹² Maksudnya mengatakan yang sebenarnya meskipun merugikan Kerabat sendiri.

¹³ Maksudnya penuhilah segala perintah-perintah-Nya.

¹⁴ Departemen Agama.Republik Indonesia. *Al-Qur'an Terjemahan*.(Jakarta: PT. Syamil Cipta Media.2005). Q.S Al-Hujuraat. Ayat : 13

Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui."¹⁵

e) Qs. Al-Mujaadilah (58) ayat 12-13

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا نَجَّيْتُمُ الرَّسُولَ فَقَدِمُوا بَيْنَ يَدَيْ نَجْوٰكُم
صَدَقَةٌ ذٰلِكَ خَيْرٌ لَّكُمْ وَأَطْهَرُ ؕ فَإِن لَّمْ تَجِدُوا فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ
﴿٥٨﴾ ءَأَشْفَقْتُمْ أَن تُقَدِّمُوا بَيْنَ يَدَيْ نَجْوٰكُم صَدَقْتِ فَاذْ لَمَّ
تَفْعَلُوا وَتَابَ اللَّهُ عَلَيْكُمْ فَأَقِيمُوا الصَّلٰوةَ وَءَاتُوا الزَّكٰوةَ وَأَطِيعُوا اللَّهَ
وَرَسُولَهُ ؕ وَاللَّهُ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٥٩﴾

"Hai orang-orang beriman, apabila kamu Mengadakan pembicaraan khusus dengan Rasul hendaklah kamu mengeluarkan sedekah (kepada orang miskin) sebelum pembicaraan itu. yang demikian itu lebih baik bagimu dan lebih bersih; jika kamu tidak memperoleh (yang akan disedekahkan) Maka Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. Apakah kamu takut akan (menjadi miskin) karena kamu memberikan sedekah sebelum Mengadakan pembicaraan dengan Rasul? Maka jika kamu tiada memperbuatnya dan Allah telah memberi taubat kepadamu Maka dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat, taatlah kepada Allah dan Rasul-Nya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan."¹⁶

f) Qs. Al-Baqarah (2) ayat 186

وَإِذَا سَأَلَكَ عِبَادِي عَنِّي فَإِنِّي قَرِيبٌ ۖ أُجِيبُ دَعْوَةَ الدَّاعِ إِذَا دَعَانِ
فَلْيَسْتَجِيبُوا لِي وَلْيُؤْمِنُوا بِي لَعَلَّهُمْ يَرْشُدُونَ ﴿١٨٦﴾

¹⁵ Departemen Agama.Republik Indonesia. *Al-Qur'an Terjemahan*.(Jakarta: PT. Syamil Cipta Media.2005). Q.S Al-Baqarah. Ayat : 30

¹⁶ Departemen Agama.Republik Indonesia. *Al-Qur'an Terjemahan*.(Jakarta: PT. Syamil Cipta Media.2005). Q.S Al-Mujaadilah. Ayat : 12-13

*"Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu tentang Aku, Maka (jawablah), bahwasanya aku adalah dekat. aku mengabulkan permohonan orang yang berdoa apabila ia memohon kepada-Ku, Maka hendaklah mereka itu memenuhi (segala perintah-Ku) dan hendaklah mereka beriman kepada-Ku, agar mereka selalu berada dalam kebenaran."*¹⁷

g) Qs. Mu'min (40) ayat 60

وَقَالَ رَبُّكُمْ ادْعُونِي أَسْتَجِبْ لَكُمْ إِنَّ الَّذِينَ يَسْتَكْبِرُونَ عَنْ عِبَادَتِي سَيَدْخُلُونَ جَهَنَّمَ دَاخِرِينَ ﴿٦٠﴾

"Dan Tuhanmu berfirman: "Berdoalah kepada-Ku, niscaya akan Kuperkenankan bagimu. Sesungguhnya orang-orang yang menyombongkan diri dari menyembah-Ku¹⁸ akan masuk neraka Jahannam dalam Keadaan hina dina".

Keunggulan Bersaing dalam Tafsir Al-Qur'an

Keunggulan bersaing merupakan usaha untuk meningkatkan produk atau jasa dibandingkan dengan kompetitor lainnya sehingga konsumen akan mengetahui dan tertarik untuk memilih produk atau jasa yang ditawarkan. Kedudukan Al-Quran sebagai petunjuk dan solusi dan menghadapi permasalahan telah menunjukkan bahwa isi yang terkandung didalam Al-Quran bersifat universal dalam berbagai masalah dan kondisi. Selama ini strategi yang ditawarkan oleh beberapa ahli marketing sebagai upaya untuk memenangkan kompetisi tidak selalu sesuai dengan target yang sudah ditetapkan. Konsep keunggulan bersaing berlandaskan Al-Quran merupakan solusi penawaran yang akan dapat memecahkan permasalahan yang ada. Konsep keunggulan bersaing berlandaskan Al-Quran didasarkan pada ayat-ayat yang dikemukakan di atas, di antaranya yaitu:

a) Berkualitas

Pada ayat pertama (2:148) dikatakan bahwa berlomba-lombalah dalam kebaikan. Kata *fastabiqul khoiroot*, dalam tafsir Jalalain¹⁹ dijelaskan bahwa kalimat ini menunjukkan kepada

¹⁷ Departemen Agama.Republik Indonesia. *Al-Qur'an Terjemahan*.(Jakarta: PT. Syamil Cipta Media.2005). Q.S Al-Baqarah. Ayat : 186

¹⁸ Yang dimaksud dengan menyembah-Ku di sini ialah berdoa kepada-Ku.

¹⁹ Tafsir Jalalain (Tafsir Online). Diunduh melalui <http://users6.nofeehost.com>.

manusia agar selalu berlomba-lomba dalam kebaikan serta menaati dan menerima perintah dari Allah swt. Dalam beberapa terjemah Al-Qur'an, orang yang berlomba-lomba dalam kebaikan adalah orang yang selalu mengerjakan yang wajib dan sunnah, meninggalkan segala perbuatan haram dan makruh serta sebagian hal yang mubah. Dalam sebuah hadits riwayat al-Baghawy dari Abu Darda' dikatakan:

"Adapun Orang yang berlomba-lomba dalam berbuat kebaikan mereka akan masuk surga tanpa hisab (perhitungan), sedang orang-orang muqtashid mereka akan dihisab dengan hisab yang ringan, dan orang-orang yang menganiaya dirinya sendiri mereka akan ditahan dulu di tempat hisab, sehingga ia mengalami penderitaan dulu kemudian dimasukkan ke surga."

Dalam hadis tersebut dapat dipahami bahwa berlomba-lomba dalam kebaikan sangat dianjurkan baik dari Allah maupun Rasulullah. Adanya tuntutan untuk berlomba-lomba dalam kebaikan bertujuan untuk mendapat ridha Allah swt.

Dalam sebuah manajemen lembaga pendidikan, sangat perlu adanya perlombaan memperbaiki serta meningkatkan kualitas yang dimiliki guna menarik para konsumen agar mau memilih lembaga pendidikan tersebut. Makna berlomba-lomba dalam kebaikan tidak jauh berbeda dengan konsep keunggulan bersaing, Di mana ada suatu usaha untuk menjadi yang terbaik di antara yang baik.

Pembuatan produk dan pelayanan jasa yang didasarkan atas kualitas merupakan salah satu poin utama di dalam konsep keunggulan bersaing, hal ini karena kecenderungan masyarakat atau konsumen di dalam memilih produk atau jasa ialah kualitas produk atau jasa yang ditawarkan.

Dalam ayat ke dua (6:152) terdapat kalimat *wa aful kaila wal miizaana bil qisthi* yang berarti sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Dalam tafsir jalalain²⁰ kalimat tersebut ditafsirkan dengan kalimat *bil 'adli wa tarkul bakhsi*, maksud dari kalimat tersebut adalah seseorang harus menyempurnakan takaran dan timbangan secara adil tanpa mengurangi atau menambahi takaran tersebut.

²⁰ Tafsir Online. *Belajar Al-Qur'an*. Diunduh melalui <http://www.al-quran-rizky.blogspot.in>

Dalam tafsir Al-Maraghi,²¹ dijelaskan bahwa agar seseorang harus menyempurnakan takarannya, baik ketika menakarakan orang lain ataupun menerima takaran dari orang lain dalam jual beli. Dan tidak diperbolehkan seseorang menambahi atau mengurangi takaran tersebut (berbuat curang). Hal ini juga terdapat pada hadits Rasulullah dari Ibn Mas'ud ra Rasulullah saw berkata:

"Hendaklah kalian berbuat jujur, karena kejujuran menghantar pada kebaikan, sedangkan kebaikan menghantar pada surga. Senantiasa orang yang berbuat jujur dan mencari kejujuran sehingga dicatat di sisi Allah swt sebagai orang yang jujur. Hati-hatilah kamu dari dusta, karena dusta itu menghantar pada kejahatan, sedangkan kejahatan menghantar pada neraka. Senantiasa orang berbuat dusta dan mencari kedustaan sehingga dicatat di sisi Allah sebagai pendusta." (Muttafaq 'Alaih)²²

Hadits di atas merupakan penegasan dari ayat (6:152) yang bermakna seseorang harus berbuat jujur dan tidak dusta. Jujur di sini, apabila dispesifikasikan pada ayat (6:152) dapat di artikan jujur dalam menakar suatu barang, serta bersikap adil dalam perbuatan. Hal ini dikarenakan kejujuran merupakan suatu hal yang baik yang nantinya kebaikan tersebut akan mengantarkan seseorang pada surga.

Konsep perdagangan dalam ayat tersebut dapat dimasukkan ke dalam konsep keunggulan bersaing, yaitu dalam menawarkan atau menjual produk atau pelayanan jasa, lembaga pendidikan harus menunjukkan pelayanan serta produk yang berkualitas agar konsumen puas dan tidak merasa dirugikan atas pelayanan yang diberikan tersebut. Selain itu, lembaga pendidikan harus memperlakukan konsumen dengan adil, dalam arti tidak menyembunyikan suatu hal yang cacat dan mengurangi kualitas dari apa yang telah dipromosikan.

b) Berbeda

Pada dasarnya setiap orang menyukai suatu hal yang berbeda atau unik. Hal ini juga berlaku pada barang atau pelayanan jasa. Seorang akan cenderung memilih produk yang berbeda dan unik untuk membeli suatu barang. Menciptakan produk dan pelayanan jasa yang berbeda sangat menentukan dalam konsep keunggulan

²¹ Ahmad Mushtafa Al-Maraghi. *Tafsir Al-Maraghi*. (Semarang: CV. Toha Putra. 1993). 118

²² Al-Hafizh Ibnu Hajar Al-'Asqolani. *Terjemah Bulughul Maram*. (Bogor: Pustaka Ulil Albab. 2003). 350

bersaing. Hal ini sesuai dengan ayat Al-Qur'an ke tiga dalam makalah ini (49:13). Dalam ayat ini dijelaskan bahwasanya kemuliaan itu dihubungkan dengan ketakwaan, yang membedakan manusia di sisi Allah adalah ketakwaannya.²³

Dalam tasir Ibn Katsir dijelaskan bahwa maksud dari ayat ini adalah Allah swt sedang memberitahukan kepada manusia bahwa Allah telah menciptakan manusia dari tubuh satu orang saja, dan menjadikan dari tubuh tersebut pasangannya, selain itu Allah menjadikan manusia bersuku dan berbangsa.²⁴ Allah swt menciptakan manusia berbeda dari dalam hal jenis kelamin maupun suku dan bangsanya, agar saling mengenal, dan perbedaan tersebut tidak ada artinya bagi Allah. Allah hanya membedakannya dalam segi ketakwaan manusia.²⁵

Meskipun secara kontekstual ayat ini tidak ada hubungannya dengan strategi marketing, namun secara substansi ayat ini dapat dijadikan konsep dalam berbagai bidang termasuk diadaptasikan kedalam konsep marketing.

Dalam konsep keunggulan bersaing, perbedaan merupakan hal yang perlu dilakukan oleh sebuah organisasi maupun pelayanan jasa, hal ini karena para konsumen akan lebih cenderung memperhatikan hal yang berbeda dengan lainnya. Arti berbeda di sini bukanlah berbeda dalam arti aneh atau tidak berkualitas, akan tetapi berbeda dalam makna yang berkualitas.

c) Sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada masa sekarang dan masa depan

Dalam menciptakan produk dan layanan jasa, salah satu hal yang harus diperhatikan adalah sesuai dengan yang dibutuhkan oleh masyarakat. disamping Layanan jasa harus sesuai dengan kebutuhan masyarakat, produk ataupun pelayanan jasa yang ditawarkan harus sesuai dengan kebutuhan masyarakat di masa depan. Hal ini sesuai dengan ayat Al-Qur'an (2 : 30) yang berisi tentang khalifah yang akan diutus oleh Allah swt.

Dalam tafsir Ibnu Katsir dijelaskan bahwasanya Allah memberitahukan tentang pemberian karunia kepada bani Adam dan penghormatan kepada mereka dengan membicarakan mereka di *almala'ul a'la* sebelum mereka diadakan. Khalifah yang

²³ Departemen Agama. *Al-Qur'an dan Tafsir Departemen Agama RI*. (Departemen Agama.2009). 409.

²⁴ Abul ada' Isma'il Bin Katsir Bin Katsir. *Tafsir Ibnu Katsir*. (Ummil Kitab). 1979

²⁵ Ahmad Muhammad Yusuf. *Ensiklopedi Tematis Ayat Al-Qur'an dan Hadits*. (Jakarta: Widya Cahaya. 2009) Jilid 5 419

dimaksud di sini bukan hanya nabi Adam, akan tetapi suatu kaum yang menggantikan satu sama lain, kurun demi kurun, dan generasi demi generasi, sebagaimana Allah swt berfirman dalam surat al-fathir ayat 39 yang artinya:

“dialah yang menjadikanmu sebagai khalifah di muka bumi ini.”

Pada ayat (2:30) dijelaskan bahwasanya Allah swt mengutus khalifah dari waktu ke waktu sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan di bumi pada setiap waktunya.

Ayat tersebut dapat dijadikan pembelajaran tentang sebuah konsep keunggulan bersaing. Di mana lembaga pendidikan dalam membuat produk atau pelayanan jasa harus sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada masa sekarang dan masa depan.

d) Biaya terjangkau

Masyarakat ataupun konsumen di dalam memilih produk atau jasa biasanya selalu mempertimbangkan harga. Harga yang terjangkau (murah) biasanya akan semakin laris atau diburu oleh konsumen. Penetapan harga pada pelayanan jasa pendidikan biasanya dianggap tabu namun pelayanan jasa pendidikan merupakan salah satu bisnis non profit (bisnis yang tidak berorientasi pendapat uang), dimana lembaga pendidikan juga mempunyai karyawan yaitu guru dan tenaga kependidikan serta operasional lembaga yang kesemuanya membutuhkan biaya. Sehingga penetapan biaya oleh lembaga pendidikan merupakan sesuatu hal yang wajar. Hal ini sudah terdapat dalam al-Qur'an (58 : 12-13) yang ditafsirkan oleh Ibnu Katsir²⁶ dengan sedekah kepada fakir miskin yang dianjurkan untuk dikeluarkan ketika akan menemui rasulullah saw guna konsultasi atau menimba ilmu dari Rasul.

Dalam hadits²⁷ diceritakan bahwa Rasulullah saw memanggil Ali bin Abi Thalib untuk meminta pertimbangan mengenai batasan sedekah yang harus dikeluarkan ketika akan berjumpa dengan Rasul.

Rasulullah saw: “Bagaimana pendapatmu kalau sedekah itu satu dinar?”

Ali bin Abi Thalib: “Mereka tidak kuat!”

Rasulullah saw: “Berapa patutnya?”

Ali bin Abi Thalib: “Sebesar buah biji gandum!” (Yaitu emas).

Rasulullah saw: “Sungguh engkau terlalu penghibah!”

²⁶ Abul ada' Isma'il Bin Katsir Bin Katsir ...

²⁷ Kong Kaji. *Tafsir Al-Qur'an*. Diunduh melalui <http://www.kongkaji.tripod.com>

Makna dalam ayat apabila kamu Mengadakan pembicaraan khusus dengan Rasul hendaklah kamu mengeluarkan sedekah, meskipun secara ekspilisit tidak menunjukkan harus membayar kepada rosul, namun makna tersebut dapat dijadikan dasar dalam menentukan harga dan dibayarkan kepada lembaga atau penyelenggara pelayanan jasa pendidikan.

e) Berdoa

Konsep berdo'a dalam Islam merupakan hal yang utama saat melakukan suatu proses atau melakukan pekerjaan. berdo'a merupakan suatu usaha untuk meminta apa yang menjadi harapan. Pemilihan strategi berdo'a sebagai bagian dari strategi keunggulan bersaing yaitu karena apa yang menjadi target bidang marketing selalu tidak terpenuhi dan ketika hal ini dikaitkan dengan konsep Islam ternyata ada hubungannya. Hal ini sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an (2 : 186) dan (40 : 60) yang senada dalam makna yaitu untuk memerintahkan manusia agar selalu berdo'a kepada Allah swt, karena Allahlah yang memiliki segala sesuatu yang ada di langit dan bumi.

Dalam tafsir al-Maraghi²⁸ dijelaskan bahwasanya Allah mengetahui segala keadaan manusia, Allah mendengar perkataan-perkataan manusia dan Allah memberi balasan atas amal yang dilakukan oleh manusia. Dalam hal ini, Allah menganjurkan manusia untuk selalu berdo'a.

Kedua ayat tersebut dikuatkan dengan hadits Rasulullah saw yang berarti:

*"Dari Anas bin Malik Ra. Beliau berkata: doa yang banyak dibaca oleh Nabi Muhammad saw adalah, : Ya tuhan kami! Berikanlah kami kebaikan di dunia dan kebaikan di akhirat dan jauhkanlah kami dari siksa neraka."*²⁹

Berdasarkan uraian di atas, hal ini telah menunjukkan bahwa berdo'a kepada Allah swt merupakan hal yang sangat penting saat melakukan sebuah proses dan hal ini juga dapat dimasukkan dalam salah satu strategi keunggulan bersaing yang sangat vital di dalam konsep marketing.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian pembahasan makalah diatas dapat disimpulkan sebagaimana berikut: Konsep keunggulan bersaing yang diadaptasikan dari konsep bisnis kedalam konsep pelayanan jasa

²⁸ Op.Cit. Ahmad Mushtafa Al-Maraghi...

²⁹ H.R. Imam Bukhari Muslim. *Shahih Bukhari*. Juz 4. 79.

non profit ialah keunggulan lembaga pendidikan terhadap terhadap organisasi kompetitor yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih besar kepada konsumen, dengan harga lebih rendah maupun dengan memberikan mafaat lebih besar karena harganya lebih tinggi. Strategi keunggulan bersaing juga dapat dipahami sebagai usaha sebuah organisasi yang benar-benar menerapkan strategi generik (keunggulan biaya, differensiasi, dan fokus) ke dalam strategi pemasaran pelayanan pendidikan. Konsep keunggulan bersaing berlandaskan Al-Quran ialah sebagaimana berikut: Berkualitas, Berbeda, Sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada masa sekarang dan masa depan, Biaya terjangkau, Berdoa

Daftar Pustaka

- Ahsin, Al-Hafidz W. 2008. *Kamus Ilmu Al-Qur'an*. Jakarta:Amzah.
- Al-'Asqolani, Al-Hafizh Ibnu Hajar. 2003. *Terjemah Bulughul Maram*. Bogor: Pustaka Ulil Albab.
- Al-Maraghi, Ahmad Mushtafa. 1993. *Tafsir Al-Maraghi*. Semarang: CV. Toha Putra.
- Amsal, Bakhtiar. 2009. *Filsafat Agama*. Jakarta: Ghlmia Indonesia.
- Departemen Agama. .2009. *Al-Qur'an dan Tafsir Departemen Agama RI*. Departemen Agama.
- Departemen Agama.Republik Indonesia.2005.*Al-Qur'an Terjemahan*. Jakarta: PT. Syamil Cipta Media
- Hemsley, Brown. J. Oplatka, I. 2006. *Universities in a competitive global marketplace, International Journal of Public Sector Management*, Vol 19, no. 4
- Idris. 2010. *Epistimologi / Filsafat Pengetahuan*.
- Idzam Fautanu. 2012. *Filsafat Ilmu: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Referensi.
- Iriani, Dini. *Bisnis Internasional*. Diunduh melalui <http://imdini.blogspot.in>.

Isma'il, Abul ada'. *Tafsir Ibnu Katsir*. (Ummil Kitab).

Kaji, Kong. *Tafsir Al-Qur'an*. Diunduh melalui <http://www.kongkaji.tripod.com>

Kotler, Philip & Gary Armstrong.2006. *Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi Ketujuh*. Jakarta: Salemba Empat Prentice-Hal.

Kotler, Phillip.2002. *Manajemen Pemasaran* . Jakarta: PT. Ikrar Mandiri abadi.

Majelis Tarjih dan Pengembangan Pemikiran Islam PP Muhammadiyah. 2000. *Tafsir Tematik Al-Qur'an: Tentang Hubungan Sosial antar Umat Beraga*. cet. 1, Yogyakarta:Pustaka SM.

Muslim, Imam Bukhari. *Shahih Bukhari*. Juz 4.

Porter, Michael E.2008.*Keunggulan Bersaing*. Tangerang. Karisma Publishing group

Satyagraha, Hadi. 1994. *Keunggulan Bersaing dan Aliansi Strategis: Resefinisi SWOT*. Usahawan. No.4,Th.XXIII.

Shihab, Quraish. 1986. *Pengertian Metode Maudhu'i, Tafsir al-Qur'an dengan Metode Maudhu'i*, Jakarta: Organisasi Ilmu al-Qur'an.

Surajiyo. 2009. *Filsafat Ilmu dan Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.

Suriasumatri, Jujun S. 1985. *Tentang Hakikat Ilmu, Pengantar Ilmu dalam Perspektif*. Jakarta: Gramedia.

Tafsir Jalalain (*Tafsir Online*). Diunduh melalui <http://users6.nofeehost.com>.

Tafsir Online. *Belajar Al-Qur'an*. Diunduh melalui <http://www.al-quran-rizky.blogspot.in>

Yusuf, Ahmad Muhammad. 2009. *Ensiklopedi Tematis Ayat Al-Qur'an dan Hadits Jilid 5*. Jakarta: Widya Cahaya.