

ABSTRAK

Persaingan dalam usaha sudah semakin meningkat, dapat diketahui dengan adanya usaha-usaha mikro kecil menengah maupun besar. Salah satu usaha yang memiliki persaingan yang ketat adalah usaha kuliner. Kuliner menjadi salah satu usaha yang masuk dalam *home industry*, dimana *home industry* itu sendiri bergerak dalam bidang usaha rumah tangga yang memproduksi makanan berupa sewel yang berada di Desa Socah, Bangkalan. *Home industry* sewel sudah cukup populer dikalangan masyarakat, tidak hanya dikenal sebuah desa, tetapi sudah diminati oleh masyarakat di luar Desa tersebut. Di desa Socah Banyak sekali produk Sewel *home industry* yang di jalankan saat ini. Dengan banyaknya usaha *home industry* ini, tingkat persaingannya juga akan semakin ketat. Usaha sewel ini harus senantiasa melakukan inovasi untuk merebut perhatian konsumen, dan mendapatkan keuntungan yang lebih baik. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian guna mengetahui bagaimana Strategi Keunggulan Kompetitif *Home Industry* Sewel Khas Socah Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam.

Penelitian dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hal ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung atau turun ke lapangan dengan melakukan wawancara maupun observasi kepada para pelaku *home industry* sewel di Desa Socah Kabupaten Bangkalan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Dari 7 produsen *home industry*, 2 *home industry* (28,6%) yang menerapkan strategi *cost leadership*. Sementara, 3 *home industry* (42,8%) menerapkan strategi diferensiasi. Dari sisanya (28,6%) lebih memfokuskan pada strategi fokus diferensiasi. Sedangkan etika bisnis islam dari 7 produsen, 2 *home industry* (28,6%) yang menerapkan prinsip kesatuan (tauhid), prinsip keadilan atau keseimbangan terdapat 4 produsen (57,2%) dan 7 atau (100%) produsen menerapkan prinsip kehendak bebas, tanggung jawab dan ihsan.

Kata Kunci: Strategi Keunggulan Kompetitif, *Home Industry*, Etika Bisnis Islam

ABSTRACT

Competition in business has increased, it can be seen by the existence of micro, small, medium and large businesses. One business that has intense competition is the culinary business. Culinary is one of the businesses included in the home industry, where the home industry itself is engaged in household businesses that produce food in the form of sewing in Socah Village, Bangkalan. The sewer home industry is quite popular among the people, not only known in a village, but also in demand by people outside the village. In the village of Socah, there are lots of Sewel home industry products being run at the moment. With so many home industry businesses, the level of competition will also be more stringent. This sewing business must always innovate to grab consumers' attention, and get better profits. Therefore, researchers are interested in conducting research to find out how the Competitive Advantage Strategy of the Socah Typical Sewel Home Industry is Viewed from the Perspective of Islamic Business Ethics.

The research was conducted using qualitative methods with a descriptive approach. This is done by observing directly or going down to the field by conducting interviews and observations of the home industry entrepreneurs in Socah Village, Bangkalan Regency. The results of the study show that of the 7 home industry producers, 2 home industries (28.6%) apply a cost leadership strategy. Meanwhile, 3 home industries (42.8%) implemented a differentiation strategy. Of the remainder (28.6%) more focused on strategic focus differentiation. While Islamic business ethics from 7 producers, 2 home industries (28.6%) apply the principle of unity (monotheism), the principle of justice or balance there are 4 producers (57.2%) and 7 or (100%) producers apply the principle of free will , responsibility and compassion.

Keywords: *Competitive Advantage Strategy, Home Industry, Islamic Business Ethics*