

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pengembangan Bisnis

1. Pengertian Strategi

Strategi, berasal dari bahasa Yunani yang mengacu pada konsep "perkataan jendral militer", telah berevolusi menjadi sebuah pola besar yang mencakup tujuan, kebijakan, dan rencana dalam mengarahkan operasi perusahaan.¹ Strategi mencakup pemilihan posisi unik dan bernilai tambah, serta menghadapi tantangan lingkungan bisnis dengan efektif. Perencanaan strategis ini menghubungkan keunggulan perusahaan dengan lingkungan bisnisnya, bertujuan untuk mencapai tujuan utama perusahaan, dan memberikan arahan yang jelas bagi seluruh organisasi.²

Strategi bisnis melibatkan pemilihan posisi unik di pasar, baik melalui pelaksanaan kegiatan yang berbeda dari pesaing, maupun dengan melakukan berbagai bentuk aktivitas atau kegiatan yang sama dengan cara yang berbeda. Analisis industri, pendekatan berbasis sumber daya, dan evaluasi lingkungan persaingan merupakan pendekatan yang digunakan untuk merancang strategi kompetitif. Strategi bisnis juga harus beradaptasi dengan perubahan waktu, dengan fokus pada pengembangan keunggulan kompetitif dan mengidentifikasi potensi ancaman bagi kelangsungan perusahaan.

¹ J.Nijman, *Strategi Pemasaran Modern* (Jakarta: Erlangga, 2013), 2.

² Muhammad Firdaus, *Dasar Dan Strategi Pemasaran Syariah* (Jakarta: Renaisan, 2015), 16.

Guna mengembangkan strategi bisnis yang efektif, para pengusaha perlu memiliki rencana strategis yang membantu menetapkan posisi perusahaan di pasar dan mencapai tujuan yang diinginkan. Keunggulan kompetitif menjadi faktor kunci untuk meraih keuntungan yang signifikan dan kesuksesan jangka panjang. Dengan keterlibatan aktif dalam implementasi strategi dan memastikan bahwa strategi tersebut dijalankan sesuai rencana, manajer akan membantu mencapai kinerja optimal perusahaan, sehingga mengoptimalkan sumber daya perusahaan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.³

2. Pengembangan Bisnis

Pengembangan bisnis yang berkelanjutan adalah fokus utama bagi perusahaan, di mana perusahaan mengadopsi strategi dan aktivitas bisnis yang sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan perusahaan serta pemegang saham. Tujuan utama dari pengembangan bisnis adalah menciptakan keuntungan dengan memanfaatkan peluang bisnis di pasar dan menciptakan lapangan kerja.⁴

Pengembangan bisnis mencakup berbagai bentuk aktivitas yang bertujuan untuk meningkatkan keuntungan, produksi, atau potensi layanan perusahaan. Ini juga melibatkan investasi modal atau waktu yang berdampak pada pertumbuhan dan perluasan perusahaan. Proses

³ Marissan Grace Haque-Fawzi, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori, dan Implementasi* (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021), 53.

⁴ Ririn Tri Puspita Ningrum, "Pengembangan Ekonomi Islam Berbasis Local Wisdom: Upaya Konvergensi Etika Bisnis Islam Dan Tionghoa (Studi Pada Etnis Tionghoa Dimadiun Jawa Timur)," *Al-Mabsut: Jurnal Studi Islam dan Sosial* 10 (2016): 240, <https://doi.org/10.56997/almabsut.v10i2.127>.

pengembangan bisnis mengarah pada perkembangan perusahaan hingga mencapai titik di mana perusahaan dapat menyediakan produk dan layanan kepada pihak eksternal yang membutuhkannya. Dari perspektif pemasaran, pengembangan bisnis melibatkan sebuah bentuk upaya promosi untuk membangun dan mempertahankan hubungan kerja yang terkait dengan tujuan bisnis.⁵

Pengembangan bisnis juga mencakup semua aktivitas perusahaan yang bertujuan untuk menciptakan nilai dan potensi pendapatan, mengembangkan produk dan teknologi yang dapat dikomersialkan, serta membangun hubungan dengan mitra, konsumen, dan pemangku kepentingan potensial demi kepentingan perusahaan. Dengan demikian, pengembangan bisnis adalah sebuah bentuk proses yang mencakup pada berbagai aktivitas strategis untuk mencapai pertumbuhan, keuntungan, dan pelayanan yang lebih baik dalam bisnis. Tujuannya adalah mencapai keberlanjutan perusahaan dan memberikan manfaat bagi semua pemangku kepentingan.⁶

3. Strategi Pengembangan Bisnis

Menurut Kasali, strategi pengembangan bisnis adalah serangkaian tindakan dan perencanaan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk bisa terus meningkatkan pertumbuhan, memperluas pangsa pasar, dan mencapai tujuan jangka panjang. Strategi ini mencakup berbagai aspek,

⁵ Mislan Sihite, "Bisnis Global," *Jurnal Ilmiah METHONOMI* 2 (2016): 231, <http://methonomi.net/index.php/jimetho/article/view/41/44>.

⁶ Ningrum, "Pengembangan Ekonomi Islam Berbasis Local Wisdom: Upaya Konvergensi Etika Bisnis Islam Dan Tionghoa (Studi Pada Etnis Tionghoa Dimadiun Jawa Timur)," 243.

termasuk proses pengembangan produk baru, penetrasi pasar, diversifikasi atau pengembangan bisnis, dan kemitraan strategis. Tujuan utama dari strategi pengembangan bisnis adalah untuk menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dan para pemangku kepentingannya, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.⁷

Sedangkan menurut Manullang, strategi pengembangan bisnis adalah serangkaian rencana, kebijakan, dan tindakan yang dipergunakan oleh sebuah perusahaan untuk bisa melakukan identifikasi peluang bisnis, menjaga kelangsungan, dan mencapai kesuksesan dalam bisnisnya. Strategi pengembangan bisnis merupakan bagian penting dari strategi bisnis secara keseluruhan dan erat kaitannya dengan model bisnis. Mengevaluasi strategi bisnis adalah sebuah bentuk langkah yang sangatlah penting dalam merancang model bisnis yang berkelanjutan dan berdampak jangka panjang.⁸

Strategi pengembangan bisnis harus memiliki beberapa kualitas, termasuk konsistensi, keselarasan, keunggulan, dan kelayakan. Konsistensi mengacu pada kesesuaian antara tujuan dan kebijakan strategi. Keselarasan berarti strategi dalam pengembangan bisnis harus bisa mencerminkan bagaimana perusahaan merespons perubahan di lingkungan eksternal. Keunggulan berarti strategi harus menciptakan atau meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan di area yang relevan. Kelayakan berarti strategi harus bisa terus mempertimbangkan pada ketersediaannya sumber

⁷ Rhenald Kasali, *Strategi Pengembangan Bisnis di Era Digital* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017), 47.

⁸ M. Manullang, *Strategi dan Kebijakan Bisnis* (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), 29.

daya dan dapat diimplementasikan tanpa berbagai hambatan yang tidak dapat diatasi.⁹

Proses pengembangan strategi bisnis melibatkan beberapa tahapan. Tahap awal adalah analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan, yang mencakup identifikasi peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal serta pemahaman akan kompetensi dan sumber daya internal perusahaan. Tahap berikutnya melibatkan sintesis dan evaluasi data yang dikumpulkan untuk merumuskan berbagai alternatif strategi.

Evaluasi dilakukan dengan menggunakan kriteria finansial dan kualitatif. Selanjutnya, strategi fungsional dikembangkan di berbagai aspek seperti pemasaran, pengembangan produk, operasional, dan keuangan. Tahap terakhir adalah implementasi strategi, yang dipengaruhi oleh faktor seperti pendanaan, persaingan, sistem pengendalian, kepemimpinan, dan motivasi di perusahaan.¹⁰

Ketika proses pengembangan bisnis, ada berbagai jenis produk yang dapat dikembangkan, termasuk barang fisik, jasa, peristiwa, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi, dan gagasan. Penting untuk mempertimbangkan jenis produk yang paling cocok dengan pasar dan kebutuhan konsumen dalam proses pengembangan bisnis. Untuk mencapai tujuan pengembangan bisnis yang berkelanjutan, strategi bisnis harus selalu diperbarui dan disesuaikan dengan perubahan lingkungan dan kebutuhan

⁹ Nur Ika Effendi dkk., *Strategi Pemasaran* (Sumatra Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022), 39.

¹⁰ Tetty Yuliaty, Cut Sarah Shafira, dan Muhammad Rafi Akbar, “Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global,” *mbia : Journal Management, Business, and Accounting* 19 (2020): 178, <https://sniconsulting.co.id/strategi-umkm-untuk-menghadapi-pasar-global/>.

perusahaan. Evaluasi terus-menerus dan penyesuaian strategi merupakan sebuah bentuk langkah kunci untuk menjaga keberlanjutan dan kesuksesan bisnis.¹¹

4. Indikator Strategi Pengembangan Bisnis

Pengembangan bisnis mencakup beberapa indikator penting yang membantu perusahaan dalam meningkatkan efisiensi dan daya saingnya. Berikut adalah beberapa indikator yang digunakan dalam strategi pengembangan bisnis:¹²

a. Pengembangan Produk

Pengembangan produk bertujuan untuk meningkatkan penjualan dengan cara meningkatkan kualitas produk yang sudah ada atau menciptakan produk baru. Perusahaan menerapkan strategi ini dengan melakukan modifikasi atau pengembangan pada produk yang ada untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Tujuannya adalah untuk memberikan kepuasan maksimal kepada pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap produk perusahaan.

b. Pengembangan Pasar Melalui Strategi Pemasaran

Pengembangan pasar melibatkan upaya untuk memperkenalkan produk atau layanan yang sudah ada ke wilayah baru. Strategi ini berfokus pada pemasaran produk yang ada dengan mempertimbangkan keahlian dan keterampilan yang dimiliki dalam operasional. Ini

¹¹ Dahlan Ahmad Fuadi, "Perencanaan Strategis Dan Pengelolaan Sumber Daya Manusia," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 3 (2021): 94.

¹² Dana Budiman, "Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan," *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis* 2 (2022): 130-134.

mencakup upaya untuk menarik pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Dalam strategi pengembangan pasar, berbagai alat pemasaran taktis digunakan untuk menghasilkan respons yang diinginkan dari pasar. Berikut adalah beberapa aspek utama dari strategi pemasaran:

1) Strategi Produk

Strategi produk yakni dengan menyediakan produk yang berkualitas dan menentukan cara yang tepat untuk memasarkannya, termasuk menyempurnakan atau memodifikasi produk untuk memuaskan pelanggan.

2) Strategi Harga

Membuat keputusan terkait penetapan harga yang sepadan dengan kualitas produk dan yang dapat memuaskan para konsumen atau pelanggan. Penyesuaian harga juga dilakukan sesuai dengan kondisi pasar.

3) Strategi Tempat

Strategi tempat adalah memilih lokasi yang luas dan strategis dengan akses jalan yang memadai untuk memudahkan operasional dan kinerja perusahaan.

4) Strategi Promosi

Memberikan informasi yang beragam tentang produk atau layanan untuk menambah nilai dan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan.

c. Pengembangan Modal Usaha

Pengembangan modal usaha berfokus pada peningkatan produktivitas modal untuk memperbaiki kinerja perusahaan. Ini mencakup pengelolaan struktur modal dan manajemen modal kerja yang lebih baik. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa perusahaan memiliki sumber daya yang cukup untuk mendukung operasional dan ekspansi usaha.

d. Pengembangan Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia merupakan aset penting bagi perkembangan dan kemajuan organisasi. Pengembangan kualitas SDM dilakukan melalui pendidikan dan pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kemampuan karyawan, sehingga mereka dapat bekerja lebih efektif dan efisien. Ini juga mencakup pengembangan keterampilan baru yang relevan dengan perubahan dan tuntutan pasar.

B. Strategi Bisnis Syariah

1. Pengertian Strategi Bisnis Syariah

Menurut Yusanto dan Karebet dalam bukunya, bisnis Islami dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis yang tidak terbatas dalam jumlah kepemilikan hartanya, baik itu berupa barang maupun jasa, termasuk profit yang diperoleh. Namun, hal yang dibatasi dalam bisnis Islami adalah cara perolehan dan penggunaan hartanya, yang diatur oleh prinsip-prinsip halal dan haram dalam Islam. Dengan kata lain, dalam bisnis Islami, aspek

kuantitas kepemilikan tidaklah menjadi batasan utama, tetapi yang menjadi fokus adalah kehalalan dalam cara memperoleh serta mengalokasikan hasil keuntungan.

Bisnis Islami menekankan pentingnya menjalankan aktivitas bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yang meliputi aturan-aturan yang menetapkan apa yang halal dan haram. Ini mencakup segala aspek dari proses perolehan harta hingga penggunaannya. Dengan demikian, dalam bisnis Islami, tidak hanya mencari sebuah bentuk laba atau keuntungan saja yang dianggap legal, tetapi juga memperhatikan etika, keadilan, dan kesesuaian dengan ajaran agama Islam dalam setiap langkah bisnis yang diambil.¹³

Adapun menurut Jarifin, makna dari strategi bisnis syariah dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas atau kegiatan bisnis yang berusaha mencapai tujuan tertentu dalam kerangka prinsip-prinsip syariah Islam.¹⁴ Sedangkan menurut Herowati, Strategi bisnis syariah merupakan pendekatan dalam menjalankan usaha yang tidak hanya berfokus pada keuntungan materi semata, tetapi juga memperhatikan prinsip-prinsip etika dan moral sesuai dengan ajaran Islam.¹⁵

Setelah itu menurut Abadi, strategi bisnis syariah adalah pendekatan dalam menjalankan bisnis yang mengikuti prinsip-prinsip syariah Islam. Ini melibatkan penggunaan strategi-strategi yang sesuai dengan nilai-nilai agama Islam, seperti keadilan, keberkahan, transparansi, dan kepatuhan

¹³ Yusanti dan Karebet, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani, 2016), 19.

¹⁴ Jarifin, *88 Strategi Bisnis Ala Rasulullah yang Tak Pernah Rugi*, 7.

¹⁵ Rini Herowati, *Manajemen Strategi Bisnis Syariah* (Jakarta: Penerbit Deepublish, 2017), 53.

terhadap hukum-hukum Islam.¹⁶ Adapun menurut Sudarsono, strategi bisnis syariah mencakup berbagai aspek, mulai dari manajemen risiko yang berbasis pada prinsip keadilan dan transparansi, pemasaran yang menghindari produk-produk yang dianggap tidak halal atau meragukan, hingga pengembangan produk dan inovasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.¹⁷

Strategi bisnis syariah ini mengutamakan bahwa semua aktivitas bisnis harus sejalan dengan hukum-hukum Islam, yang mengatur apa yang diperbolehkan (halal) dan apa yang dilarang (haram). Dengan demikian, strategi bisnis syariah bukan hanya berfokus pada pencapaian tujuan komersial, tetapi juga memastikan bahwa setiap langkah dalam operasional bisnis sesuai dengan nilai-nilai dan etika Islam.

Prinsip utama dalam bisnis syariah adalah memastikan bahwa semua aktivitas bisnis berada dalam batasan syariat. Ini berarti bahwa perusahaan harus menghindari transaksi yang melibatkan *riba* (bunga), *gharar* (ketidakpastian), dan *maysir* (judi). Selain itu, bisnis syariah juga harus memprioritaskan keadilan, kejujuran, dan transparansi dalam setiap aspek operasionalnya. Dengan mengikuti prinsip-prinsip ini, perusahaan tidak hanya bertujuan untuk mencapai kesuksesan finansial, tetapi juga keberkahan dan kesejahteraan yang sesuai dengan ajaran Islam.¹⁸

Pada pandangan Islam, bisnis bukan hanya sekadar aktivitas duniawi, tetapi juga menjadi bagian dari ibadah kepada Allah. Artinya, setiap

¹⁶ M. Ridhwan Abadi, *Strategi dan Kebijakan Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2018), 18.

¹⁷ Heri Sudarsono, *Bisnis Syariah: Strategi dan Aplikasi* (Makassar: UII Press, 2019), 24.

¹⁸ Muhammad Sauqi, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Banyumas: CV. Pena Persada, 2021), 3.

tindakan bisnis harus dilakukan dengan niat yang benar, yaitu mencari keridhaan Allah dengan mematuhi hukum-hukum-Nya. Islam mendorong manusia untuk bekerja dan berusaha mencari nafkah halal sebagai bagian dari kewajiban mereka.¹⁹ Hal ini seperti salah satu firman Allah berikut:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۚ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۚ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka itu, disebabkan mereka berkata: 'Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba,' padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan), dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itulah penghuni-penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.” (QS. Al-Baqarah : 188)²⁰

Ayat di atas menekankan pentingnya untuk bisa melakukan sebuah bisnis atau usaha guna bisa mencari berbagai nafkah dengan cara yang halal dan adil, serta tidak melanggar hak-hak orang lain. Adapun strategi bisnis syariah juga berkaitan erat dengan akidah dan syariah Islam. Akidah yang kuat dan pemahaman yang baik tentang syariah Islam membentuk dasar bagi praktik bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Jadi, strategi bisnis syariah adalah usaha untuk mencapai tujuan bisnis dalam kerangka nilai-nilai Islam, dengan mematuhi prinsip-prinsip syariah dalam setiap aspek bisnisnya.²¹

¹⁹ Inayah Swasti Ratih, “Etika Bisnis Islam dalam Manajemen Bisnis Kuliner’,” *Ar-Ribhu*, 1 (2020): 53.

²⁰ Hidayatulloh, *Al-Qur'an Tajwid Kode Transliterasi Per Kata Terjemah Per Kata*, 351.

²¹ Jarifin, *88 Strategi Bisnis Ala Rasulullah yang Tak Pernah Rugi*, 46.

2. Tujuan Strategi Bisnis Syariah

Strategi bisnis syariah bertujuan untuk mencapai empat hal utama, yaitu sebagai berikut:²²

a. Memperoleh Profit Material dan Manfaat Non-Material.

Strategi bisnis syariah tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan finansial semata, tetapi juga untuk mencapai manfaat non-material atau spiritual. Hal ini mencakup aspek kepuasan batin dan keberkahan dalam aktivitas bisnis, serta memperhatikan kesejahteraan sosial dan lingkungan sekitar.

b. Terus Berkembang dalam Bisnis.

Selain mencari keuntungan, strategi bisnis syariah juga menekankan pada berbagai bentuk pertumbuhan dan perkembangan bisnis secara berkelanjutan. Hal ini melibatkan berbagai perihal dalam inovasi, pengembangan produk dan layanan, serta ekspansi pasar yang dilakukan dengan cara atau metode yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

c. Berkelanjutan dalam Jangka Waktu yang Lama

Strategi bisnis syariah memperhatikan aspek keberlanjutan dalam jangka waktu yang panjang. Hal ini mencakup pertimbangan terhadap faktor-faktor ekonomi, sosial, dan lingkungan yang memungkinkan bisnis untuk tetap beroperasi dan berkembang secara berkelanjutan tanpa merugikan pihak lain atau lingkungan sekitar.

²² Yuliaty, Shafira, dan Akbar, "Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global," 311.

d. Meraih Keridhaan-Nya Allah dalam Setiap Aktivitasnya Bisnis.

Aspek spiritual menjadi fokus utama dalam strategi bisnis syariah. Tujuan utama dari bisnis yang berlandaskan syariah adalah untuk mendapatkan keridhaan Allah dalam setiap aspek dan aktivitas bisnis yang dilakukan. Ini mencakup kepatuhan terhadap hukum-hukum Islam, kesadaran moral, dan integritas dalam semua transaksi dan interaksi bisnis.

3. Aspek-Aspek Strategi Bisnis Syariah

Aspek-aspek strategi bisnis syariah mengacu pada prinsip-prinsip ekonomi syariah dan nilai-nilai keislaman, yang memberikan panduan bagi pelaku bisnis untuk menjalankan usaha mereka dengan cara yang sesuai dengan ajaran Islam. Berikut ini berbagai aspeknya:²³

a. Niat yang baik

Bisnis dalam perspektif syariah harus dimulai dengan niat yang baik, yaitu menganggap bisnis sebagai ibadah dan mencari keridhaan Allah. Dengan memiliki niat yang benar, tujuan bisnis tidak hanya terfokus pada keuntungan materi, tetapi juga pada pahala dan berkah yang diperoleh dari Allah.

b. Berinteraksi dengan akhlak

Akhlak yang baik menjadi pondasi dalam menjalankan bisnis syariah. Pelaku bisnis diharapkan untuk meningkatkan akhlak mereka, seperti kejujuran, amanah, toleransi, dan menepati janji. Hal ini akan

²³ Sri Wulan Hastuti, Pristiyono Pristiyono, dan Abd. Halim, "Penguatan Strategi Bisnis Ukm Melalui Konsep Porter Sebagai Mitigasi Resesi Global," *JESYA : Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah* 6 (2023): 25, <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/1184>.

membantu membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, mitra bisnis, dan karyawan.

c. Percaya pada takdir dan ridha

Salah satu aspek penting dalam bisnis syariah adalah menerima segala hasil bisnis dengan lapang dada, baik yang menguntungkan maupun yang tidak. Pelaku bisnis diharapkan untuk mempercayai bahwa semua yang terjadi adalah bagian dari takdir Allah, dan menjaga sikap sabar dan ridha dalam menghadapinya.

d. Bersyukur

Sikap bersyukur kepada Allah merupakan bagian integral dari bisnis syariah. Pelaku bisnis diharapkan untuk selalu bersyukur atas segala nikmat yang diberikan, termasuk kesuksesan dalam bisnis. Salah satu cara untuk mengekspresikan rasa syukur adalah dengan memberikan zakat, infak, dan sedekah untuk membantu orang-orang yang membutuhkan..

e. Kerja sebagai ibadah

Konsep kerja sebagai ibadah menekankan pentingnya melakukan setiap tindakan dengan ikhlas dan berorientasi pada kebaikan. Dalam bisnis syariah, pelaku bisnis diharapkan untuk merasakan bahwa setiap usaha yang dilakukan merupakan bagian dari pengabdian kepada Allah.

f. Menjaga aturan syariah

Kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah menjadi landasan utama dalam bisnis syariah. Pelaku bisnis harus memastikan bahwa

bisnis mereka selalu mematuhi aturan-aturan syariah dan menghindari praktik-praktik yang diharamkan dalam Islam. Jika diperlukan, konsultasikan dengan cendekiawan Islam atau ahli ekonomi syariah untuk memastikan kesesuaian bisnis dengan ajaran Islam.²⁴

²⁴ Ratih, “Etika Bisnis Islam dalam Manajemen Bisnis Kuliner,” 38.