

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi

1. Definisi strategi

Kata strategi berasal dari kata “strategos” terdiri dari dua kata *Stratos* yang berarti militer dan *logos* yang berarti memimpin yang berarti *generalship* atau suatu yang dikerjakan oleh para jendral perang untuk memenangkan perang.¹ Strategi adalah suatu rencana yang disusun dan dikelola dengan memperhitungkan berbagai sisi dengan tujuan agar pengaruh rencana tersebut bisa memberikan dampak positif bagi organisasi tersebut secara jangka panjang.²

Menurut Joel Ross dan Michael, “tanpa strategi, organisasi seperti kapal tanpa pengemudi akan berputar-putar”. Strategi dibutuhkan secara aktif membentuk bagaimana bisnis perusahaan akan dilakukan dan membentuk tindakan dan keputusan independen baik manager maupun karyawan secara terkoordinasi, serta “rencana permainan” (tujuan) seluruh perusahaan. Sebuah strategi yang jelas akan beralasan yang berupa keputusan manajemen untuk melakukan bisnis merupakan roadmap untuk

¹Fandy Tjipto, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta:Andioffset,2002),3.

² Irfan Fahmi, *Manajemen Strategis*(Bandung:Alfabeta,2013),2.

mencapai keunggulan kompetitif. Strategi adalah “*game plan*” (rencana tujuan) untuk:

- a. Menarik dan menyenangkan pelanggan
- b. Menjaga posisi pasar
- c. Melakukan operasional
- d. Bersaing dengan sukses
- e. Mencapai tujuan organisasi

Dorongan utama dari strategi perusahaan adalah melakukan gerakan untuk membangun dan memperkuat posisi kompetitif perusahaan dan kinerja keuangan dalam waktu jangka panjang, dan memperoleh keunggulan kompetitif atas pesaing dalam menghasilkan profitabilitas.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah:

- a. Rencana atau tindakan yang menunjukkan pola yang berkembang bagi arah organisasi.
- b. Berkaitan dengan mengejar kegiatan-kegiatan organisasi saat ini menuju pada keadaan yang diinginkan pada masa depan.

- c. Berkaitan dengan sumber daya yang diperlukan untuk melaksanakan rencana atau mengikuti tindakan tertentu.³

Pada dasarnya strategi adalah cara yang hendak ditempuh oleh suatu organisasi dalam melakukan misi dan mencapai tujuannya. Karena strategi akan merupakan titik tolak balik bagi sebuah perusahaan dalam melaksanakan perencanaan yang mengacu pada tujuan dan misi usaha, penentuan strategi harus mempertimbangkan secara cermat diantaranya:

- a. Kekuatan internal usaha
- b. Kelemahan internal usaha
- c. Kesempatan atau peluang bisnis yang tersedia untuk dimanfaatkan untuk mencapai tujuan usaha
- d. Hambatan atau kendala bisnis yang diperkirakan atau mengganggu tujuan usaha

Dengan melihat kekuatan dan hambatan, peluang atau kesempatan, dan ancaman perusahaan dapat menentukan strategi apa saja yang dapat ditempuh dalam melaksanakan misi mencapai tujuan perusahaan. Jenis strategi yang dapat dipilih pada tingkat unit usaha seperti: minimalisasi biaya, diferensiasi produk, konsentrasi pada pasar tertentu, atau gabungan antar ketiganya. Setelah memiliki strategi yang jelas, barulah dirumuskan program yang sesuai untuk melaksanakan

³ Nanang Fattah, *Manajemen Stratejik Berbasis Nilai* (Bandung:PT Remaja Rosdakarya,2015),70.

strategi tersebut. Akhirnya setelah memiliki program yang jelas, barulah disusun anggaran untuk melaksanakan masing-masing program yang bersangkutan.

2. Proses perencanaan strategi

Perencanaan strategi sebagai pemilihan tujuan organisasi, penentuan kebijakan dan program yang diperlukan untuk mencapai sasaran tertentu dalam rangka penetapan metode yang digunakan untuk menjamin agar kebijakan dan program strategis dapat dilaksanakan.⁴ Definisi yang komprehensif ini dapat di padatkan menjadi proses perencanaan jangka panjang yang bersifat formal untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi. Istilah lain yang sering di inginkan untuk menggantikan istilah perencanaan strategis adalah perencanaan komprehensif dan perencanaan jangka panjang.

Proses perencanaan strategi meliputi penentuan misi dan tujuan pengambilan profil perusahaan, analisis lingkungan eksternal perusahaan, analisis lingkungan internal, identifikasi kesempatan dan ancaman strategi, pembuatan keputusan strategi, pengembangan strategi perusahaan, implementasi strategi perusahaan, peninjauan kembali dan evaluasi.⁵ Perencanaan strategi memiliki 5 karakter sebagai berikut:

⁴ Rabgkut Ferdy, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta:Gramedia.1997),79.

⁵ Handoko T.Hani, *Manajemen Edisi Kedua* (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta,1998),94.

a. Pertanyaan dasar

Perencanaan strategi berkaitan dengan pertanyaan mendasar dan memberikan jawaban atas pertanyaan seperti: “Dalam bidang usaha apa seharusnya kita bergerak?” dan “Siapa pelanggan kita dan siapa seharusnya?”.

b. Kerangka kerja pembuatan keputusan harian

Perencanaan strategi memberikan kerangka kerja untuk perencanaan yang lebih terinci dan untuk pengambilan keputusan harian

c. Jangka waktu yang panjang

Perencanaan strategi berkenaan dengan kurun waktu yang lebih panjang dibandingkan dengan jenis perencanaan yang lain.

d. Pemutusan pada energi dan sumber daya

Perencanaan strategis membantu memutuskan energi yang sumber daya organisasi pada kegiatan yang sangat diprioritaskan.⁶

e. Keterlibatan manajemen puncak

Perencanaan strategi merupakan aktivitas dimana manajemen puncak harus terlibat aktif. Ini terjadi karena

⁶ Yusanto M.I Dan M.K Widjajakusuma, *Pengantar Manajemen Syariat* (Jakarta: Khairul Bayan 2002),79-80.

hanya manajemen puncaklah yang memiliki visi yang diperlukan untuk mempertmbangkan semua aspek organisasi. Disamping itu, komitmen manajemen puncak juga diperlukan untuk menimbulkan dan mendukung komitmen pada tingkat yang lebih rendah.

Dari beberapa tahapan diatas, dapat disimpulkan bahwa proses perencanaan strategi terdiri atas:

a. Menentukan misi perusahaan

Sebelum menentukan tujuan, suatu perusahaan perlu merumuskan misinya terlebih dahulu. Perumusan misi akan dapat mendasari perumusan tujuan yang hendak dicapai oleh perusahaan. Suatu pernyataan misi adalah membantu pengabsahan fungsinya di dalam masyarakat. Misi adalah maksud atau tujuan dan kegiatan utama yang membuat organisasi memiliki jati diri yang khas sekaligus membedakan dari organisasi lain yang bergerak dalam bidang usaha sejenis.⁷

b. Menentukan tujuan dan sasaran

Tujuan merupakan suatu akhir perjalanan yang dicari organisasi untuk dicapai melalui eksistensi dan operasinya.

Sedangkan sasaran adalah perumusan dari apa yang sedang

⁷ Sondang P.Siagian, *Manajemen Strategi* (Jakarta: PT.Bumi Aksara,2001),43.

dicapai oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu dan yang telah dirumuskan secara spesifik dalam pengertian ada batasan-batasan kuantitatif dan waktu.⁸

c. Analisa lingkungan perusahaan

Analisa lingkungan perusahaan bertujuan untuk dapat mengerti dan memahami lingkungan organisasi sehingga manajemen akan dapat melakukan reaksi secara tepat setiap perubahan dan perusahaan mengharapkan tercapainya tujuan yang diharapkan.

Disamping itu, analisa lingkungan perusahaan bertujuan untuk menganalisa dan mengidentifikasi kecenderungan, faktor dan fenomena utama yang mungkin mempunyai dampak penting terhadap penyusunan strategi diantaranya:

1) Analisa lingkungan internal perusahaan

Analisa lingkungan internal adalah dimana perencanaan strategi mengkaji faktor intern perusahaan untuk menentukan dimana perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan yang berarti, sehingga dapat mengolah peluang secara efektif dalam menghadapi ancaman yang terdapat dalam lingkungan. Faktor-faktor intern

⁸ Moedijiono Imam, *Kepemimpinan Dan Keorganisasian* (Yogyakarta: UII Pres,2002),159.

yang dianalisis meliputi faktor pemasaran, keuangan dan akuntansi, sumber daya manusia, faktor organisasi dan manajemen umum.⁹

- 2) Analisis lingkungan perusahaan eksternal perusahaan
Analisa lingkungan perusahaan adalah meneliti kecenderungan yang sedang berlangsung diluar perusahaan yang bertujuan untuk mengetahui peluang dan ancaman dan menggunakannya sebagai dasar pemilihan alternatif strategi perusahaan sebagai bagian dari proses perencanaan strategis.¹⁰

3. Kendala merumuskan strategi

Perlu diketahui bahwa dalam perumusan strategi tidak semudah yang diperkirakan. Tentunya terdapat kendala-kendala yang menghambat terbentuknya strategi perusahaan yang akan diterapkan oleh perusahaan diantaranya.

- a. Keterbatasan sumber daya finansial

Jika perusahaan ingin melakukan pengembangan produk maupun aktifitas usaha, maka perusahaan mutlak membutuhkan dana yang jumlahnya sesuai dengan kapasitas yang diinginkan.

⁹ Jauch, Larence R. Glueck William F, Manajemen Strategi Dan Kebijakan Perusahaan, (Edisi Ketiga) (Jakarta: Erlangga, 1990),193.

¹⁰ Kotler Philip, Manajemen Pemasaran (Analisis Perencanaan Implementasi Dan Control) (Jakarta: PT Prenhallindo,1997),71.

b. Sikap kearah resiko

Perusahaan sering kali hanya mengakui tingkat resiko minimal dan jarang sekali mengestimasi resiko maksimal, padahal untuk menutup kemungkinan bahwa perusahaan akan menghadapi resiko maksimal.

c. Kemampuan organisasi

Setiap strategi yang akan dirumuskan sebaiknya disesuaikan dengan kemampuan yang dimiliki oleh organisasi.

d. Hubungan saluran

Seringkali perusahaan tidak berhubungan langsung dengan masyarakat konsumen, melainkan melalui berbagai saluran yang dikenal dengan saluran distribusi.

e. Pembahasan persaingan

Tidak jarang strategi yang diterapkan mendapatkan dampak yang tidak diinginkan dari upaya para pesaing di dalam membahas strategi yang dijalankan oleh perusahaan.¹¹

B. Pengembangan Usaha

1. Definisi pengembangan usaha

Dalam kamus besar bahasa Indonesia pengembangan diartikan sebagai berikut:

¹¹ Kusnandi Dan Agustuna Hanafi, *Pengantar Manajemen Strategi* (Universitas Brawijaya: Malang, 1999)

Pengembangan /pe:nem:bang:a/n proses, cara, perbuatan mengembangkan: pemerintah selalu berusaha dalam pembangunan, secara bertahap dan teratur yang mengurus ke sasaran yang dikehendaki, bahasa upaya meningkatkan mutu bahasa agar dapat dipakai untuk berbagai keperluan dalam kehidupan masyarakat modern, masyarakat proses kegiatan bersama yang dilakukan oleh penghuni suatu daerah untuk memenuhi kebutuhannya.¹²

Pengembangan merupakan usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan kemampuan pegawai. Pengembangan lebih ditekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, yang dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku pekerja.

2. Tahapan pengembangan usaha

Dalam melakukan kegiatan pengembangan usaha, seseorang wirausaha pada umumnya melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahap-tahap pengembangan usaha sebagai berikut:

a. Memiliki Ide Usaha

Awal usaha seseorang wirausaha berasal dari suatu ide usaha yang dimiliki seorang wirausaha dapat berasal dari berbagai sumber. Ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan

¹² <https://kbbi.web.id/kembang>, diakses pada 30 juli 2019 pada 09:19

bisnis orang lain dengan pengamatan. Selain itu ide usaha juga dapat timbul karena adanya *sense of business* yang kuat dari seorang wirausaha.

b. Penyaringan Ide/Konsep Usaha

Pada tahap selanjutnya, wirausahawan akan menuangkan ide usaha ke dalam konsep usaha yang merupakan tahap lanjut ide kedalam bagian bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide-ide usaha akan dilakukan melalui suatu aktifitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal maupun yang dilakukan secara informal.

c. Pengembangan Rencana Usaha

Wirausaha adalah orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi untuk memperoleh keuntungan. Maka komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausaha adalah perhitungan proyeksi laba-rugi dari bisnis yang dijalankan. Proyeksi laba-rugi merupakan muara dari berbagai komponen perencanaan bisnis lainnya yaitu perencanaan bisnis yang bersifat operasional. Dalam menyusun rencana usaha, para wirausaha memiliki perbedaan yang mendalam membuat rincian rencana usaha.

d. Implementasi Rencana usaha dan Pengendalian Usaha

Rencana usaha yang telah dibuat baik secara rinci maupun global, tertulis maupun tidak tertulis selanjutnya akan

diimplementasikan dalam pelaksanaan yang akan dilakukan seorang wirausaha. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seseorang akan mengarahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha.¹³

Mengidentifikasi tahapan sangat penting dalam pengembangan usaha dan kapan hal tersebut terjadi. Kadang kita perlu membahas tahapan yang sudah dilakukan. Sehingga pengkaji memahami seberapa cepat usaha telah berkembang sampai pada titik persiapan rencana usaha.

Untuk keperluan perencanaan, menyiapkan jadwal yang jauh lebih rinci sebagai kalender waktu dan tindakan atau kalender implementasi adalah baik. Jadwal ini biasanya dimasukkan ke dalam rencana usaha yang disajikan, rincian ini akan membantu wirausahawan menetapkan rencana kemajuan usaha yang realistis. Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan adalah sebagai berikut: Kemajuan akan terjadi lebih lambat dari yang diantisipasi, khususnya ketika diperlukan kerja sama dari individu atau organisasi eksternal. Meski usaha mungkin dianggap paling penting bagi wirausahawan, tetapi bagi penanam modal usaha, pemberi pinjaman, pemasok atau pengacara mungkin tidak penting. Oleh karena itu mungkin akan terjadi keterlambatan. Batas nyaman yang mencukupi harus selalu dimasukkan dalam perencanaan. Lakukan pendekatan kepada sumber dana dengan baik sebelumnya, dan

¹³ Kustoro Budiarta, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009, 153

biarkan terjadinya keterlambatan dalam penyerahan dan pemasangan perlengkapan.

Dalam menyikapi jadwal tahapan yang penting, tawarkan jadwal yang ambisius tetapi dapat dipenuhi. Dengan cara ini, wirausahawan dapat membangun reputasi untuk mencapai sasaran yang akan meningkatkan kredibilitas dimasa mendatang.¹⁴

3. Tehnik pengembangan usaha

Pengembangan usaha merupakan sejumlah tugas atau proses yang bertujuan untuk menumbuhkan usaha yang dilakukan. Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan beberapa cara diantaranya:

a. Perluasan skala usaha

Beberapa cara umum yang digunakan untuk memperluas skala usaha antara lain:

- 1) Menambah kapasitas mesin dan tenaga kerja serta tambahan jumlah modal untuk investasi. Ketika produksi, seorang wirausaha harus memperhitungkan mengenai prospek pemasarannya.
- 2) Menambah jenis barang atau jasa yang dihasilkan. Pengembangan jenis ini baik dilakukan untuk menurunkan biaya jangka panjang sekaligus menaikkan skala ekonomi.

¹⁴ Brian R, Jay M. Bronstein Dan Patrick T. Pruitt, *The Ernst And Young Business Lan, Penerjemah Irma Andriani*, Jakarta: PT Cahaya Insani Suci, 2008, 227

3) Menambah lokasi usaha ditempat lain

Perluasan skala usaha juga harus memperhatikan beberapa aspek, yaitu:

- a) Produktivitas modal dan tenaga kerja
- b) Biaya tetap dan biaya variabel
- c) Biaya rata-rata
- d) Skala produksi yang paling menguntungkan

Ketika skala usaha sudah berkembang dititik tertinggi, pengembangan skala usaha harus dihentikan. Sebagai gantinya usaha dapat dikembangkan dengan menambah cakupan usaha.

b. Perluasan cakupan usaha

Perluasan cakupan usaha atau diversifikasi usaha dilakukan dengan mengembangkan jenis usaha baru diwilayah usaha yang baru, serta dengan jenis produk yang baru dan bervariasi.

c. Perluasan dengan kerjasama, penggabungan dan espansi baru

Ada beberapa jenis perusahaan dengan cara ini, yaitu:

1) *Joint Venture*

Adalah bentuk kerjasama beberapa perusahaan dari negara yang berbeda menjadi satu perusahaan untuk mewujudkan konsentrasi kekuatan-kekuatan yang lebih padat.

2) *Merger*

Adalah proses penggabungan dua perusahaan menjadi satu perusahaan. Salah satu perusahaan tersebut akan tetap berdiri dengan nama yang sama, sementara perusahaan yang lain akan hilang, dan kekayaan menjadi milik perusahaan yang baru.

3) *Holding company/Akuisisi*

Adalah penggabungan beberapa perusahaan dengan salah satu perusahaan yang bertujuan untuk memiliki saham dari perusahaan yang lain dan bisa mengatur perusahaan tersebut.

4) Sindikat

Sindikata adalah kerjasama antara beberapa orang bermodal untuk mendirikan perusahaan besar.

5) Kartel

Merupakan kesepakatan tertulis antara beberapa perusahaan yang sejenis untuk mengatur dan mengendalikan beberapa hal dengan tujuan menekankan persaingan dan meraih kemenangan.¹⁵

¹⁵ <https://dokumen.tips/dokuments/teknik-pengembangan-usaha.html>, diakses pada 28 Januari 2020 pada pukul 11:10

C. Bisnis Islam

1. Pengertian bisnis Islam

Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Karenanya manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan itu. Salah satunya melalui bekerja, sedangkan salah satu dari ragam bekerja adalah berbisnis.

Islam mewajibkan setiap muslim khususnya yang memiliki tanggungan, untuk “bekerja”. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, Allah SWT melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia untuk mencari rezeki.

Disamping itu dianjurkan untuk mencari rezeki, Islam sangat menekankan (mewajibkan) aspek kehalalannya, baik dari segi perolehannya maupun pendaayagunaannya (pengelola dan pembelanjaan).¹⁶ Dalam konsep Islam bahwa bisnis termasuk kegiatan muamalah, kegiatan yang berhubungan sesama manusia itu cukup banyak waktu, aktivitas dalam bermuamalah sangat penting untuk menghidupkan semangat Islam dalam amal dan ibadah sosial.¹⁷

¹⁶ Muhammad Ismail Yusanto Dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam* (Jakarta: Gema Insani, 2002), 17

¹⁷ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 3

Bisnis merupakan suatu kata populer dalam kehidupan sehari-hari, setiap hari jutaan manusia melakukan kegiatan bisnis sebagai produsen maupun sebagai konsumen. Kaum produsen dan orang-orang lain bergerak dalam kegiatan bisnis berhasil membuat keuntungan dan memperbesar nilai bisnisnya yang semakin lama semakin meningkat. Dalam zaman modern sekarang ini dunia bisnis semakin kompleks, membutuhkan banyak waktu bagi mereka yang ingin mempelajarinya serta mempraktekkan sampai berhasil.¹⁸

Dalam kamus bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan, dan bidang usaha. Skinner mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang dan jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Adapun dalam pandangan Straub dan Attner bisnis tidak lain adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit. Barang yang dimaksud adalah suatu produk secara fisik memiliki wujud sedangkan jasa adalah aktivitas fisik yang memberi manfaat kepada konsumen atau pelaku bisnis lainnya.¹⁹

Bisnis berarti sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, distribusi, usaha jasa dan pemerintahan yang bergerak dalam bidang

¹⁸ Buchari Almanonni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2009), 115

¹⁹ Muhammad Ismail Yusanto Dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam* (Jakarta: Gema Insani, 2002), 15

membuat dan memasarkan barang dan jasa konsumen. Istilah bisnis ini pada umumnya ditekankan pada tiga hal yaitu:

- a. Usaha perseorangan kecil-kecilan
- b. Usaha perusahaan besar seperti pabrik, hotel dan sebagainya
- c. Usaha dalam bidang struktur ekonomi suatu negara

Secara singkat dapat dinyatakan bisnis ialah suatu lembaga yang menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan orang lain.

2. Tujuan bisnis Islam

Dalam pandangan Islam, tujuan memperoleh laba, suatu kegiatan bisnis sebagai kerangka terstruktur di dalamnya sistem sosial dan sistem ekonomi secara teratur. Oleh karena itu ada lima tahapan yang perlu dipertimbangkan, yaitu:

- a. Bisnis dilakukan tidak hanya sekedar mencari uang sendirian, tetapi bisnis juga mencari dan menginginkan tercapainya tujuan lain seperti teori dibutuhkan dalam rangka kelangsungan dan eksistensi bisnis secara berkelanjutan atau untuk waktu yang panjang.
- b. Memfokuskan pada tujuan keuntungan optimal. Orientasi tujuan keuntungan optimal adalah tujuan jangka panjang dan dilakukan dengan cara penggunaan sumber daya ekonomi yang benar dan

logis setelah memenuhi kebutuhan dan keinginan pihak-pihak stakeholder.

- c. Pendukung tercapainya keuntungan optimal, yaitu untuk memenuhi kebutuhan dan kegiatan masyarakat yang sebenarnya. Tahap ini penting, karena majunya bisnis ditentukan oleh masyarakat, khususnya masyarakat konsumen.
- d. Menjawab persoalan-persoalan umat manusia pada umumnya, yaitu mencapai tujuan kesejahteraan secara ekonomi dan sosial.
- e. Mendirikan bisnis sebagai lahan ibadah mu'amalah mencari ridha Allah, yang sesuai dengan amanah yang diemban manusia dilahirkan dimuka bumi oleh Allah sang Maha Pencipta seluruh alam, yaitu manusia dipercaya oleh Allah untuk mengolah alam dengan benar dan baik kemaslahatan umat manusia. Kemaslahatan manusia dapat berupa : hidup bersama, berdampingan secara harmonis.

3. Prinsip-prinsip pengembangan bisnis Islam

Untuk meraih keberkahan atas nilai transenden seseorang pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip yang telah digariskan dalam islam, antara lain:

- a. Jujur

Dalam bisnis untuk membangun kerangka kepercayaan itu seseorang pelaku bisnis harus mampu berbuat jujur atau adil, baik

terhadap dirinya ataupun orang lain. Kejujuran harus direalisasikan antara lain dalam praktik penggunaan timbangan yang tidak membedakan antara kepentingan pribadi (penjual) dan orang lain (pembeli).

b. Menjual barang yang baik mutunya

Salah satu cacat etis dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggung jawab dalam dunia bisnis. Padahal tanggung jawab yang diharapkan adalah tanggung jawab yang berkesinambungan antara memperoleh keuntungan dan memenuhi norma dasar masyarakat baik berupa hukum maupun etika atau adat. Menyembunyikan mutu sama halnya dengan berbuat curang dan bohong. Kualitas produk yang dimaksudkan sebagai jaminan bahwa produk suatu komoditas sesuai apa yang dijanjikan oleh produsen, baik melalui informasi maupun iklan.

c. Dilarang menggunakan sumpah

Sering kali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam kalangan pedagang kelas bawah apa yang dikenal obral sumpah. Mereka terlalu mudah menggunakan sumpah dengan maksud untuk menyakinkan pembeli bahan barang dagangannya benar berkualitas, dengan harapan agar orang terdorong untuk membelinya.

d. Longgar dan bermurah hati

Dalam transaksi kontak antara penjual dan pembeli dalam hal ini penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Dengan seorang penjual akan mendapat berkah dalam penjualan dan akan diminati pembeli.

e. Membangun hubungan baik antar kolega

Islam menekankan hubungan konstruksi antar siapapun, antar pelaku dalam bisnis. Islam tidak menghendaki dominasi yang satu dengan yang lain, baik dalam bentuk monopoli, oligopoly maupun dalam bentuk lain yang tidak mencerminkan rasa keadilan atau pemerataan pendapatan.

f. Menetapkan harga dengan transparan (kewajaran harga)

Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Untuk itu menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam islam agar tidak terjerumus dalam riba. Kendati dalam dunia bisnis kita tetap ingin memperoleh prestasi (keuntungan), namun hak pembeli harus dihormati

Dalam arti penjual harus bersikap toleran terhadap kepentingan pembeli, terlepas apakah ia sebagai konsumen tetap mampu bebas. Adanya ketidakadilan harga jelas bertentangan dengan nilai aksimatika kesatuan, kesetimbangan, kebajikan, pertanggung jawaban dan kebenaran. Harga yang tidak adil jelas menjadi

pemicu ketidakseimbangan pasar serta tidak mempawa pada kebajiakn umum sebaliknya mengakibatkan timbulnya kondisi-kondisi yang tidak menentu sehingga mendorong terhadap munculnya kezaliman pada praktik bisnis.²⁰

4. Pengembangan bisnis Islam

Pengembangan bisnis islam merupakan cara, perbuatan untuk mengembangkan suatu kegiatan menurut prinsip bisnis Islam. Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan untuk memungkinkan manusia mencari nafkah. Allah melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan oleh seluruh manusia. Hal tersebut diterangkan didalam Al-Qur'an:

وَ جَعَلْنَا النَّهَارَ مَعَ شَا (١١)

“Dan Kami jadikan siang untuk mencari penghidupan”²¹

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ دَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ

وَإِلَيْهِ النُّشُورُ (١٥)

²⁰ Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN,2004), 162-163

²¹ QS. An-Naba,78:11

“Sesungguhnya Kami telah menempatkan kamu sekalian di muka bumi dan Kami adakan bagimu di muka bumi (sumber) penghidupan. Amat sedikitlah kamu bersyukur”²²

Dari paparan diatas dapat dipahami bahwa bisnis Islam merupakan serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak membatasi jumlah kepemilikan, termasuk profitnya, namun membatasi cara perolehan dan pendayagunaan hartanya.²³

Pengembangan bisnis yang memerlukan modal dalam Islam harus berorientasi syariah. Sebagai pengendali agar bisnis berada dijalur yang benar sesuai dengan ajaran Islam, dengan kendali syariat aktivitas bisnis diharapkan bisa mencapai 4 hal utama:

- a. Target hasil merupakan *profit* materi dan *benefit* non-materi. Tujuan perusahaan tidak hanya untuk mencapai *profit* setinggi-tingginya, tetapi juga harus dapat memperoleh atau memberikan *benefit* (keuntungan atau manfaat) non materi kepada internal organisasi perusahaan dan eksternal (lingkungan), seperti terciptanya persaudaraan, kepedulian sosial.

Benefit yang dimaksudkan bukanlah semata-mata memberikan manfaat kebendaan, tetapi juga dapat bersifat

²² QS. Al-Mulk,67: 15

²³ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN Malang,2007),46-48.

non materi. Islam memandang bahwa tujuan suatu amal perbuatan tidak hanya berorientasi pada *qimah madiyah*. Pengelolah usaha juga dapat memberikan manfaat yang bersifat kemanusiaan melalui kesempatan kerja, bantuan sosial.

b. Pertumbuhan, artinya terus meningkat.

Jika *porfit* materi dan *benefit* non materi telah dicapai sesuai target, perusahaan akan mengupayakan pertumbuhan atau kenaikan terus menerus dari setiap *porfit* materi dan *benefit* non materi tersebut. Hasil perusahaan akan diupayakan agar tumbuh meningkat setiap tahunnya, upaya pertumbuhan itu dijalankan dalam koridor syariat.

c. Keberlangsungan, dalam kurun waktu selama mungkin.

Belum sempurna orientasi manajemen suatu perusahaan bila hanya berhenti pada pencapaian target hasil pertumbuhan. Oleh karena itu perlu diupayakan terus agar pertumbuhan target hasil yang diraih dapat dijaga keberlangsungannya dalam kurun waktu yang cukup lama.

d. Keberkahan dan keridhaan Allah.

Faktor keberkahan dalam mencapai ridha Allah merupakan puncak kebahagiaan hidup manusia muslim. Bila ini

tercapai, yakni adanya niat ikhlas dan cara yang sesuai dengan tuntunan syariat.²⁴

²⁴ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN Malang, 2007), 49-50.