

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Kemitraan Usaha Rental Mobil

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *strategos*, yang berarti Jenderal. Oleh karena itu kata strategi secara harfiah berarti “Seni dan Jenderal”. Kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi.¹ Secara umum pengertian strategi adalah sebuah proses untuk menentukan rencana sebagai tujuan organisasi dalam jangka panjang. Juga disertai pertimbangan rencana dan upaya agar tujuan dapat tercapai dengan baik. Secara sederhana strategi diartikan sebagai jalan organisasi untuk mencapai tujuan.

Strategi perusahaan merupakan suatu tindakan yang berhubungan dengan manajemen. Manajemen strategi yang baik akan membuat perusahaan lebih percaya diri untuk bersaing dengan perusahaan lainnya. setelah mempertimbangkan upaya dalam bentuk manajemen.² Strategi perusahaan di ciptakan karena adanya daya saing ekonomi yang kuat dan berbagai upaya untuk mempertahankan dan mengembangkan perusahaan agar lebih baik kedepannya.

Menurut Joe Ross dan Michael, “tanpa strategi, organisasi seperti kapal tanpa pengemudi, akan berputar-putar”. Strategi diperlukan untuk membentuk

¹ Rachmat, *Manajemen Strategik* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), 2.

² Nanang Fattah, *Manajemen Stratejik Berbasis Nilai* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 70.

arah perusahaan sesuai tujuan yang diinginkan. Membuat suatu tindakan serta keputusan independen baik karyawan maupun manajer secara terkoordinasi. Perusahaan memerlukan strategi yang jelas dan beralasan untuk mencapai keunggulan kompetitif atas pesaing dalam menghasilkan profitabilitas. Strategi perusahaan biasanya mengalami perubahan seiring dengan jalannya waktu, sesuai dengan kendala dan pengalaman perusahaan yang dimiliki. Harus membuat suatu rencana aksi untuk menjalankan perusahaan dengan strategi yang sudah direncanakan serta memahami kondisi-kondisi yang tidak terduga. Strategi perusahaan harus bisa berubah dan berkembang dengan melihat adanya pesaing, pergeseran tak terduga dalam kebutuhan pelanggan, perkembangan teknologi yang pesat, peluang pasar yang baru, atau kejadian tak terduga lainnya di lingkungan sekitar.

2. Kemitraan

Dilihat dari prespektif etimologis kemitraan diadaptasi dari kata *partnership*. *Partnership* dapat diartikan menjadi persekutuan atau perkongsian.³ Pengertian kemitraan secara umum yaitu kerja sama antara dua individu atau kelompok yang didasari oleh rasa saling percaya, kesepakatan kerjasama untuk mengembangkan usaha atau manfaat tertentu sehingga dapat menghasilkan tujuan perusahaan. Kemitraan dapat menghemat energi untuk mencapai sebuah manfaat atau hasil yang diperoleh jika semua pihak memiliki tujuan yang sama dalam menjalankan kemitraan.

³ Ambar Teguh Sulistiyani, *Kemitraan Dan Model-Model Pemberdayaan* (Yogyakarta: Gava Media Anggota IKAPI DIY, 2017), 129.

a. Tujuan Kemitraan

Tujuan melakukan kemitraan ialah untuk memperluas jangkauan perusahaan agar perusahaan dapat berkembang lebih baik dengan adanya saling memberi manfaat antara pihak yang bermitra. Strategi kemitraan yang dilakukan dapat memberikan keuntungan kepada pihak-pihak yang bermitra. Adapun tujuan yang diinginkan dalam melakukan kemitraan yaitu:⁴

- 1) Meningkatkan pendapatan usaha kecil dan masyarakat
- 2) Meningkatkan keuntungan nilai tambah pada pelaku mitra
- 3) Pemerataan pemberdayaan masyarakat dan usaha kecil
- 4) Peningkatan pertumbuhan ekonomi perdesaan, wilayah dan nasional
- 5) Peluang perluasan kesempatan kerja

Kemitraan bisa dilakukan dengan pihak perseorangan, badan hukum, dan kelompok-kelompok. Semua orang yang berkerjasama harus mempunyai tujuan yang sama atau *subordinate*. Mempunyai kesamaan misi atau tidak memiliki kesamaan misi tetapi dapat saling mengisi atau melengkapi secara *fungsional*.

b. Hubungan Kemitraan

Hubungan kemitraan yaitu suatu bentuk kerjasama antara kedua belah pihak atau lebih dalam berbagi biaya, resiko, dan menggabungkan kompetensinya masing-masing sesuai kesepakatan.⁵ Bentuk

⁴ Mohammad jafar hafsa, *Kemitraan Usaha* (Jakarta: Sinar Harapan, 2000), 10.

⁵ Asep ST Sujana, *Manajemen Minimarket*, cet 1 (Jakarta: Penebar PLUS+, 2012), 78.

perkembangan dalam suatu hubungan kemitraan perlu adanya sebagai berikut:

1) Memiliki tujuan yang sama

Tujuan perusahaan melakukan kemitraan dengan perusahaan lain yaitu untuk dapat hidup dan berkembang. Memudahkan perusahaan untuk menghasilkan barang/jasa yang bermutu dan dapat dinikmati oleh konsumen. Perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari sebuah kerjasama.

2) Saling menguntungkan

Dari setiap pihak harus memiliki penghasilan yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak bermitra. Sering terjadi kegagalan dalam kemitraan karena adanya keuntungan dari salah satu pihak saja dengan merugikan pihak lainnya. Saling menguntungkan adalah motivasi yang kuat untuk perusahaan mencapai tujuannya. Oleh karena itu jika perusahaan ingin menjalankan bisnisnya dengan baik kerjasama harus dilakukan dengan suka rela.

3) Saling mempercayai

Saling mempercayai adalah salah satu bentuk kejujuran itikad antar perusahaan masing - masing. Kepercayaan mempengaruhi perhitungan biaya produksi dan harga barang/jasa yang dihasilkan sebagai bentuk perjanjian yang dilakukan dengan kemitraan.

Kepercayaan antara perusahaan dapat membangun kemitraan dalam jangka panjang.

4) Bersifat terbuka

Bersifat terbuka ialah kedua belah pihak dapat melihat proses usahanya masing-masing dari segi perhitungan harga dan sejenisnya yang akan mempengaruhi pendapatan kedua belah pihak. Pada sifat keterbukaan proses kerjasama akan menimbulkan rasa kepercayaan dan visi yang sama dalam mencapai tujuan perusahaan.

5) Melakukan perbaikan mutu dan harga/biaya dari masa ke masa

Kerjasama perusahaan yang dilakukan oleh kedua belah pihak harus senantiasa terus menerus melakukan peningkatan mutu barang atau jasa sesuai dengan perkembangan zaman sebagai salah satu cara untuk bertahan dalam persaingan bisnis. Ketahanan dalam dunia bisnis akan membantu mengembangkan perusahaan bermitra.

3. Pola Kemitraan

Terjadinya hubungan kemitraan yang didasari oleh pola-pola kemitraan di sesuaikan dengan sifat dan kebutuhan. Melihat kondisi dan tujuan perusahaan. Pola-pola kemitraan akan menciptakan usaha yang lebih kondusif, baik di dalam pembinaan maupun pelaksanaan operasionalnya. Ada beberapa jenis pola kemitraan yaitu:⁶

⁶ Mohammad jafar hafisah. *Kemitraan Usaha* (Jakarta: Sinar Harapan, 2000). 60.

a. Pola Kemitraan Inti Plasma

Pola kemitraan ini adalah hubungan antara individu, anggota, atau kelompok mitra sebagai plasma dengan perusahaan inti yang bermitra usaha. Perusahaan inti biasanya menyediakan lahan, bimbingan teknis, sarana produksi, menampung dan mengatur, menawarkan hasil produksi. selanjutnya kelompok mitra akan bertugas untuk memenuhi kebutuhan perusahaan inti sesuai dengan kontrak yang sudah disetujui. Ada beberapa keunggulan dari pola kemitraan plasma tersebut, antara lain:

- 1) Menjadi saling membutuhkan dan saling memperoleh laba. Usaha kecil sebagai plasma yang mendapatkan pinjaman modal, pembinaan teknis, pengelolaan serta pemasaran yang didapat dari perusahaan mitra. Perusahaan inti dapat mendapatkan bahan baku industri yang baik.
- 2) Akan terjadi peningkatan usaha. Usaha kecil menjadi lebih ekonomis dan efisien karena dengan adanya dukungan perusahaan inti. Kekuatan perusahaan inti serta pemasaran perusahaan meningkat karena dapat mengembangkan komoditas sehingga mampu menghasilkan produksi yang baik serta mampu bersaing dengan pasar yang luas seperti pasar nasional, regional ataupun internasional.
- 3) Dapat mendorong perkembangan ekonomi. Kemitraan inti plasma akan menumbuhkan serta mengembangkan pusat-pusat

perekonomian yang baru. kemitraan inti plasma dapat menyebabkan ekonomi masyarakat normal dan mencegah kesenjangan sosial.⁷

Pola kemitraan inti plasma juga mempunyai beberapa titik kekurangan, yaitu :

- 1) Pihak plasma masih begitu kurang paham mengenai hak dan kewajibannya sehingga perjanjian yang sudah disepakati berjalan kurang baik. Hal ini dapat menyebabkan kerugian pada salah satu pihak. Contohnya beberapa produk plasma tidak terjual pada perusahaan inti. Menyebabkan kredit modal usaha kecil dengan perusahaan inti menjadi tidak terbayar. Menyebabkan usaha yang dijalankan kedua belah pihak menjadi kurang baik.
- 2) Kemitraan yang dilakukan perusahaan inti masih kurang kuat untuk memenuhi fungsi dan kewajibannya sesuai dengan perjanjian yang telah diharapkan oleh plasma.
- 3) Tidak ada kontrak kemitraan yang menjamin hak dan kewajiban komoditas plasma. sehingga perusahaan inti dapat mempermainkan harga komoditas plasma. Terkadang adanya pihak ketiga bisa menjadi jalan pintas atas penyimpangan yang terjadi dalam kontrak kerja.

b. Pola subkontrak

Pola subkontrak merupakan usaha kecil yang memproduksi bahan yang dibutuhkan oleh perusahaan besar sebagai bagian dari produksinya.

⁷ Sumardjo, *Teori Dan Praktik Kemitraan Agribisnis* (Jakarta: Penebar Swadaya, 2004), 16–17.

Perusahaan besar akan memberikan pembinaan pada usaha kecil dan mengembangkan usahanya dalam hal :

- 1) Mengelola sebagian produksi dan bahan baku.
- 2) Mendapatkan bahan baku yang digunakan sebagai bahan produksi secara terus menerus dengan standar produksi.
- 3) Pembinaan dan kemampuan teknis produksi serta manajemen perusahaan.

Kemitraan pola subkontrak ini memiliki keunggulan yang bisa mendukung perkembangan dalam bidang teknologi, modal dan keterampilan serta menjamin pemasaran produk pada kelompok mitra usaha. Selain memiliki keunggulan, pola kemitraan ini juga memiliki beberapa kelemahan yaitu :

- 1) Menjalin kerjasama subkontrak yang sudah lama dapat menyebabkan mengucilkan produsen kecil dan terjadinya permainan persediaan bahan baku dan dalam hal pemasaran.
- 2) Berkurangnya nilai-nilai kemitraan antara dua belah pihak, saling memperkuat usaha masing-masing untuk menghadapi perubahan terjadinya penekanan terhadap harga input yang naik atau harga produksinya yang menurun.
- 3) Menekan kualitas pada barang, kurang diimbangi dengan sistem pembayaran yang sesuai. Hal seperti ini akan berpengaruh pada pembayaran produk perusahaan inti yang sering terhambat dan

perusahaan akan melakukan konsinyasi, selain itu, timbul gejala eksploitasi tenaga kerja bagian produksi.

c. Pola dagang umum

Kemitraan pola dagang umum merupakan hubungan pola kemitraan dengan mitra usaha yang memasarkan hasil dengan kelompok usaha yang mensuplai kebutuhan yang diperlukan oleh perusahaan. Oleh sebab itu pola kemitraan ini perlu adanya struktur pendanaan yang kuat dari pihak yang bermitra, baik usaha besar maupun usaha kecil pembiayaan dilakukan sendiri-sendiri untuk usahanya karena sifat dari kemitraan ini pada dasarnya ialah hubungan membeli dan menjual terhadap produk yang dimitrakan.

Terdapat keutungan dalam kemitraan pola dangang umum ini yaitu adanya jaminan harga atas produk yang dihasilkan dan kualitas yang telah disepakati dan ditentukan. Selain itu juga terdapt kelemahan dari kemitraan pola ini yaitu perlu adanya modal yang kuat sebagai modal kerja dalam menjalankan usahanya dan juga pengusaha besar yang menentukan secara sepihak atas harga dan volume yang akan merugikan pengusaha kecil.

d. Pola keagenan

Kemitraan pola keagenan adalah perjanjian kemitraan di mana usaha kecil diberi hak kebebasan dalam pemasaran produk atau jasa dari perusahaan besar sebagai mitranya.⁸ Usaha menengah atau usaha besar

⁸ Mohammad jafar hafisah. *Kemitraan Usaha* (Jakarta: Sinar Harapan, 2000), 75.

yang melakukan kemitraan terhadap usaha kecil akan bertanggung jawab terhadap produk (barang dan jasa) yang produksi selanjutnya usaha kecil bertugas untuk memasarkan barang atau jasa tersebut, dengan disertai tujuan yang telah disepakati di awal.

Keunggulan yang terdapat dari pola kemitraan ini adalah membantu usaha kecil dalam bidang permodalan untuk memenuhi kebutuhan usahanya. Sedangkan kekurangan dari pola kemitraan adalah usaha kecil bisa menentukan harga produk sesuai keinginan sendiri agar harga terlihat lebih tinggi pada pembeli.

B. Pendapatan Usaha

1. Pendapatan

a. Pengertian pendapatan

Pendapatan adalah suatu unsur yang paling utama dari laporan keuangan laba rugi pada suatu usaha. Pendapatan menurut ilmu ekonomi dapat diartikan sebagai nilai maksimum yang bisa dirasakan oleh seseorang dalam satu periode masa awal.⁹ Hal ini menyatakan bahwa pendapatan ialah total kuantitatif pengeluaran pada barang yang dikonsumsi selama satu periode. Secara garis besar pendapatan didefinisikan sebagai jumlah kekayaan masa awal periode ditambah dengan perubahan nilai yang disebabkan bukan dari hasil modal atau hutang.

⁹ Nurul Amalia Sari, 'Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Umkm Di Kota Makassar', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2019).

Pendapatan seseorang dapat disesuaikan dengan jenis pekerjaan yang telah dilakukan sesuai dengan bidang masing-masing atau profesi, misalnya dari pendapatan pengusaha, buruh, pegawai, tukang, dan lain-lain. Pendapatan tersebut diperoleh setelah seseorang menyelesaikan pekerjaannya dan pendapatan tersebut digunakan seseorang untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari juga dapat digunakan sebagai tabungan atau usaha lain. Pendapatan yang diperoleh seseorang setelah menyelesaikan pekerjaannya berbentuk uang. Secara umum pendapatan bisa diartikan sebagai semua penerimaan masyarakat atau negara dari hasil kegiatan yang dilakukan atau tidak dilakukan.

b. Jenis- jenis pendapatan

Pendapatan dapat digolongkan menjadi tiga bagian yang membedakan pendapatan dengan tersebut yaitu :¹⁰

- 1) Upah atau gaji. Imbalan tersebut diperoleh dari orang yang sudah bekerja terhadap orang lain atau perusahaan yang diberikan dalam waktu satu hari, satu minggu maupun satu bulan.
- 2) Pendapatan yang diperoleh dari usaha sendiri merupakan dari hasil produksi usaha yang dimiliki seseorang ataupun organisasi dengan tidak memperhitungkan biaya Kapital.
- 3) Pendapatan yang diperoleh tidak dari hasil kerja atau pendapatan dari usaha lain, dapat disebut pendapatan ini ialah pendapatan

¹⁰ dkk Ferry Christian Ham, 'Analisis Pengakuan Pendapatan Dan Beban Pada PT Bank Perkreditan Rakyat Prisma Dan Manado', *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*, 62.9 (2018).

sampingan misalnya dari pendapatan sewa rumah, gaji pensiunan, bunga dari uang, dan bantuan sumbangan.

Peran pendapatan terhadap perusahaan sangat berpengaruh pada keberlangsungan usaha. Semakin banyak pendapatan perusahaan yang diperoleh maka semakin besar kesempatan perusahaan untuk mengelola perusahaan untuk berkembang. Laporan laba rugi perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh pendapatan karena dengan adanya pendapatan menjadikan sumber kehidupan bagi perusahaan.

Menurut soekartawi pendapatan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, sering kali dijumpai peningkatan pendapatan di sebabkan bertambahnya barang yang dikonsumsi dan kualitas barang tersebut akan menjadi pusat perhatian.¹¹ Misalnya sebelum permintaan bahan pokok belum meningkat, kualitas terlihat kurang baik. akan tetapi setelah permintaan bahan pokok itu meningkat maka kualitas bahan pokok menjadi lebih baik.

c. Sumber pendapatan

Sumber pendapatan dapat diperoleh dari sejumlah dana yang di dapat oleh perusahaan dari pemanfaatan barang produksi yang dikelola, sumber- sumber pendapatan tersebut meliputi :

- 1) Sewa menyewa yang digunakan oleh orang lain, misalnya menyewakan tempat tinggal, kendaraan, tanah.

¹¹ Soekartawi, *Faktor-Faktor Produksi* (Jakarta: Salemba Empat, 2012), 132.

- 2) Menerima upah atau gaji karena telah bekerja kepada orang lain atau menjadi pegawai negeri sipil.
- 3) Menanam modal pada bank untuk mendapatkan keuntungan bunganya, atau investasi kepada perusahaan agar mendapat bagian dari pendapatan yang dikelola perusahaan.
- 4) Keuntungan dari usaha wiraswasta, misalnya dari hasil dagang, berternak, pendapatan perusahaan, bertani.

Tingkat pendapatan dapat mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat. Hubungan antara pendapatan dan konsumsi sangat erat di sebabkan oleh permasalahan ekonomi. Hal ini sudah dibuktikan dengan pengeluaran konsumsi yang meningkat maka pendapatan naik, begitupun sebaliknya jika pendapatan turun maka pengeluaran konsumsi juga ikut turun. Tinggi rendahnya pendapatan tergantung pada tingkat pengelolaan dan konsumen.

2. Usaha Rental/Penyewaan Mobil

Penyewaan merupakan perjanjian di mana pembayaran dilangsungkan atas pemakaian suatu barang atau properti secara sementara oleh penyewa. Rental mobil merupakan salah satu perusahaan dibidang jasa yang menyediakan layanan transportasi menawarkan jasa penyewaan mobil untuk konsumen/pelanggan yang dimana ada perjanjian antara pelanggan dengan perusahaan dimana perusahaan menyepakati barang yang disewakan bisa terpakai agar pihak penyewa bisa memanfaatkan barang dalam jangka waktu

yang sudah di tentukan.¹² Perusahaan dibidang jasa ini dapat membantu masyarakat ketika membutuhkan mobil atau jasa pelayanan lainnya yang diperlukan secara pribadi maupun untuk umum.

Konsumen dalam perjanjian rental mobil berhak memilih jenis kendaraan yang ingin disewa. Berbagai pilihan kendaraan mempengaruhi harga yang ditawarkan pemilik mobil. Konsumen juga berhak menentukan waktu sewa mobil dan harga menentukan lamanya mobil itu disewakan. Semakin lama waktu yang digunakan konsumen terhadap kendaraan mobil, maka semakin banyak pula harga yang harus di bayar. ada beberapa faktor yang mengharuskan masyarakat untuk rental mobil:

- a. Keuntungan fasilitas yang ada dari perjanjian sewa menyewa mobil
- b. Harga beli mobil yang mahal, sehingga masyarakat memilih menyewa daripada membeli
- c. Kebutuhan transportasi yang jarang terjadi, lebih baik menyewa mobil
- d. Ekonomi yang lemah sehingga tidak dapat membeli mobil sendiri
- e. Tidak perlu merawat mobil setiap hari

3. Sistem Kontrak Rental Mobil

Rental mobil merupakan usaha yang memerlukan perjanjian sebelum melakukan transaksi sewa menyewa. Perjanjian Sewa-menyewa telah diatur dalam pasal 1548 sampai dengan pasal 1600 KUH Perdata Sewa menyewa adalah suatu persetujuan, yang mana pihak yang satu mengikatkan diri untuk memberikan kenikmatan suatu barang kepada pihak yang lain selama waktu

¹² Norma Yunita, *Sistem Informasi Rental Mobil Berbasis Web Pada PT Karya Mobil*, Simpatik: Jurnal Sistem Informasi Dan Informatika, 7.1 (2021), 53–62.

tertentu, dengan pembayaran suatu harga yang disanggupi oleh pihak (Pasal 1548 KUH Perdata). Pengertian lainnya menyebutkan bahwa perjanjian sewa-menyewa adalah persetujuan untuk pemakaian sementara suatu benda, baik bergerak maupun tidak bergerak, dengan pembayaran suatu harga tertentu.¹³

Perjanjian sewa menyewa menimbulkan hak dan kewajiban antara penyewa dengan pihak yang menyewakan. Kewajiban pihak yang menyewakan ialah memberikan pinjaman pada penyewa, sedangkan penyewa memiliki kewajiban untuk membayar pinjaman sewa mobil yang telah digunakan. Kewajiban dan hak selengkapnya dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Kewajiban pihak yang menyewakan
 - 1) Menyerahkan barang pada penyewa
 - 2) Memelihara barang yang disewakan, supaya barang yang disewakan tersebut layak untuk digunakan
 - 3) Memberikan kenikmatan barang pada penyewa selama perjanjian sewa itu berlangsung
- b. Kewajiban pihak penyewa
 - 1) Memakai barang sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati
 - 2) Membayar barang yang disewakan sesuai waktu perjanjian
 - 3) Mengembalikan barang sewa dengan kondisi sesuai dengan kesepakatan

¹³ Claudia Soleman, *Perjanjian Sewa Menyewa Sebagai Perjanjian Bernama Berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Lex Privatum*, 6.5 (2018), 12–17.

C. Manajemen Strategis Syariah

1. Konsep Manajemen Strategis Syariah

Manajemen strategis yaitu suatu rencana yang dibentuk dan diatur dengan mempertimbangkan semua permasalahan yang dapat mempengaruhi rencana agar dapat menghasilkan dampak positif secara jangka panjang.¹⁴ Penerapan manajemen strategis pada perusahaan akan membantu jalannya usaha termasuk dari segi profit yang stabil. Hal ini akan mempengaruhi stabilitas penjualan yang terus mengalami pertumbuhan.

Islam mengajarkan kepada seluruh umat muslim bahwa setiap kegiatan atau aktivitas manusia harus didasari dengan tauhid dan syariat islam. Penerapan manajemen startegis syariah perusahaan akan membuat perusahaan dipandang sebagai sarana untuk memudahkan implementasi islam dalam aktivitas perusahaan. Menurut Yusanto dan Widjajakusuma,¹⁵ manajemen strategis perspektif syariah bagi suatu organisasi atau perusahaan memiliki Sembilan karakter khas yang membedakan dengan manajemen strategis konvensional. Perbedaannya yaitu ditinjau dari aspek- aspek asas, motivasi, orientasi, strategi induk, strategi fungsional operasi, strategi fungsional keungan, strategi fungsional pemasaran, strategi fungsional SDM, sumber daya

Manajemen strategis syariah tauhid berfungsi sebagai azas atau dasar pemikiran sedangkan syariah berfungsi sebagai acuan kegiatan kelompok. Acuan secara syariah yang dapat membandingkan kegiatan yang baik atau

¹⁴ Irham Fahmi, *Manajemen Strategis Teori Dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2015), 3.

¹⁵ Abdul Halim Usman, *Manajemen Startegis Syariah* (Jakarta: PT. Bestari Buana Murni, 2015), 57.

buruk secara islam, dimana kegiatan yang baik yang boleh dikerjakan umat muslim sedangkan yang buruk harus ditinggalkan semata-mata karena Allah SWT. Manajemen strategi syariah sangat memperhatikan halal dan haramnya dalam suatu kegiatan dari pengambilan keputusan hingga pelaksanaan startegi-strategi fungsional yang membedakan dengan manajemen startegis konvensional. Manajemen strategis konvensional hanya berorientasi pada profit duniawi saja, sedangkan manajemen strategis perspektif syariah berorientasi pada profit duniawi hingga benefit ukhrawi dan mengharapkan berkah dan ridha Allah SWT.

2. Karakteristik Manajemen Strategis Syariah

Mengaplikasikan manajemen strategis yang dikendalikan oleh nilai-nilai syariah tentunya akan berbeda dengan manajemen konvensional. Perbedaannya terlihat dari segi penetapan visi, misi dan tujuan, analisis lingkungan eksternal dan internal, analisis syariah dalam pemilihan strategi, hingga penepatan strategi dan implementasi. Ada tiga aspek yang menjadikan unsur sebagai manajemen strategis syariah yang akan menentukan visi, misi dan tujuan perusahaan yaitu azas, orientasi dan motivasi dan beberapa konsep manajemen startegis berupa formulasi startegi, implementasi strategi, dan pengendalian atau evaluasi startegi berbasis syariah.

Berdasarkan penjelasan di atas, manajemen strategis syariah pada dasarnya memiliki perbedaan dengan manajemen strategi konvensional.

Manajemen startegis syariah memiliki empat ciri khas yang membedakan yaitu:¹⁶

a. Azas Tauhid

Azas yaitu dasar yang melandasi segala kegiatan organisasi untuk mencapai tujuannya. Azas yang digunakan dalam manajemen startegis ini adalah tauhid yang berarti penyerahan diri pada kehendak Allah. Pada dasarnya tauhid adalah : *La ilaha illallah* yang artinya tiada tuhan selain Allah. Dalam konteks muamalah (ekonomi), tauhid berimplementasi setiap kegiatan ekonomi harus dilakukan dengan cara-cara yang ditentukan oleh Allah dan meyakini bahwa semua sumber daya yang ada di alam ini merupakan ciptaan dan milik Allah. Tugas sebagai manusia hanyalah pengemban amanah untuk mewujudkan kemakmuran dan kesejahteraan kehidupan manusia.

Ketentuan firman Allah dalam kitab suci Al-Quran mengenai ketuhanan menegaskan bahwa Allah SWT merupakan tuhan yang satu (Esa), tuhan seluruh umat manusia di dunia ini, tidak ada sekutu baginya dan hanya kepada-Nya manusia menyembah, sebagaimana telah di jelaskan dalam Al-Qur an firman Allah SWT sebagai berikut :

إِنَّ هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً ۖ وَأَنَا رَبُّكُمْ فَاعْبُدُونِ (٩٢)

Artinya: “sungguh, (agama tauhid) inilah agama kamu, agama yang satu, dan aku adalah tuhanmu, maka sembahlah aku. “ (QS. Al- Anbiya [21]:92)¹⁷

¹⁶ Abdul Halim Usman. *Manajemen Startegis Syariah* (Jakarta: PT. Bestari Buana Murni, 2015), 66-73.

b. Orientasi Duniawi dan *Ukhrawi*

Orientasi yaitu pendekatan yang digunakan untuk menentukan arah tujuan yang dipilih sebagai wujud cita-cita organisasi. Sebagai penetapan orientasi akan membuat target hasil dan tujuan organisasi tidak hanya berfokus pada salah satu aspek, misalnya profit sebagai aspek duniawi semata, orientasi yang dimaksud dalam manajemen stretegis syariah ini adalah untuk meraih kesejahteraan masyarakat dengan memperoleh keuntungan perusahaan (orientasi duniawi), serta memberi manfaat dan mendapat pahala di akhirat (orientasi *ukhrawi*). Dengan demikian, tujuan perusahaan sejak awal harus dibentuk untuk mencapai kemaslahatan umat bersama. Sebagaimana firman Allah SWT dalam ketentuannya di Al-Quran sebagai berikut :

مَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الْآخِرَةِ نَزِدْ لَهُ فِي حَرْثِهِ ۗ وَمَنْ كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الدُّنْيَا

نُؤْتِهِ مِنْهَا وَمَا لَهُ فِي الْآخِرَةِ مِنْ نَصِيبٍ (٢٠)

Artinya: “Barangsiapa menghendaki keuntungan di akhirat akan kami tambahkan keuntungan itu baginya dan barangsiapa menghendaki keuntungan di dunia kami berikan kepadanya sebagian darinya (keuntungan dunia), tetapi dia tidak akan mendapat bagian dari akhirat.” (QS. Asy-Syura[42]: 20)¹⁸

¹⁷ Departemen Agama *Quran Tajwid* (Jakarta Timur: Magfirah Pustaka, 2006), 330.

¹⁸ Departemen Agama RI *Quran Tajwid* (Jakarta Timur: Magfirah Pustaka, 2006), 485.

c. Motivasi *Mardhatillah*

Motivasi yaitu suatu bentuk dorongan terhadap tindakan dan perilaku manusia untuk mencapai tujuan. Menurut Wibowo, motivasi bersifat jangka panjang, elemen yang terkandung di dalam motivasi meliputi unsur membangkitkan, mengarahkan, menjaga dan menunjukkan intensitas yang terus menerus. Motivasi dalam perusahaan sangat mempengaruhi kinerja manusia untuk mencapai tujuan. Dalam islam motivasi berbuat amal kebaikan adalah yang utama, motivasi *mardhatillah* adalah berharap pahala dan keridhaan Allah SWT. Dalam perusahaan pemberian motivasi *mardhatillah* dalam kinerja akan memacu pada prestasi dan peningkatan kinerja individu atau tim. Allah juga menjanjikan pada umatnya balasan pahala bagi orang-orang yang beriman dan beramal shalih. Dengan ini umat islam akan termotivasi untuk selalu berbuat amal kebajikan dan senantiasa mengikuti ketentuan-ketentuan syariah.

Allah SWT telah menjanjikan balasan bagi orang-orang yang beriman dan beramal shalih, pahala yang di dapat di dunia ataupun pahala yang di dapat di akhirat. Dengan adanya kemudahan yang Allah berikan pada hambanya. Manusia akan termotivasi dan mendorong umat islam untuk selalu berbuat amal kebaikan dan senantiasa mengikuti ketentuan-ketentuan yang ada dalam hukum syariah. Hal telah dijelaskan dalam Al-Quran firman Allah SWT sebagai berikut :

فَاتَهُمُ اللَّهُ ثَوَابَ الدُّنْيَا وَحُسْنَ ثَوَابِ الآخِرَةِ ۗ وَاللَّهُ يُحِبُّ

الْمُحْسِنِينَ (١٤٨)

Artinya: “Maka Allah memberikan mereka pahala di dunia dan pahala yang baik di akhirat. Dan Allah mencintai orang-orang yang berbuat kebaikan.” (QS. Ali-Imran[03]: 148).¹⁹

d. Strategi Berbasis Syariah

Strategi secara islam yaitu mengandung makna pengelolaan agar menjadi lebih baik, dalam prinsip syariah strategi yang digunakan tidak menghalalkan segala cara, terorganisasi rapi dan *itqan* (tepat, tuntas, profesional), serta mengandung kemaslahatan dunia dan akhirat. Penyusunan formulasi strategi dan implementasi dalam konsep manajemen strategis syariah perlu mengutamakan ketentuan hukum dalam ekonomi dan bisnis sesuai prinsip syariah dengan cara tidak menghalalkan segala cara dan mengandung kemaslahatan umat manusia.

Menyusun formulasi strategi dan implementasi secara islami. Dapat memperhatikan ketentuan atau hukum dan aturan halal-haram dalam suatu tindakan ekonomi dan bisnis sesuai dengan penjelasan yang ada dalam Al-Quran. Penggunaan strategi berbasis syariah sangat di tekankan pada perusahaan atau organisasi guna untuk menciptakan cara yang baik dalam mengelola perusahaan atau organisasi. Strategi yang islami perlu diterapkan terhadap setiap aktivitas manusia dalam

¹⁹ Departemen Agama RI *Quran Tajwid* (Jakarta Timur: Maghfirah Pustaka, 2006), 68.

perusahaan atau organisasi, berdasarkan ketentuan firman Allah SWT dalam Al-Quran telah dijelaskan sebagai berikut :

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَمَا نَهَمُ بُنْيَانٌ مَّرْصُومٌ (٤)

Artinya: “sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang berperang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur, mereka seakanakan seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh.” (QS. As-Saff[61]: 04)²⁰

²⁰ Departemen Agama RI *Quran Tajwid* (Jakarta Timur: Magfirah Pustaka, 2006), 551.