

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Persaingan Usaha

1. Definisi Persaingan Usaha

Persaingan usaha (bisnis) adalah istilah yang sering muncul dalam berbagai literatur yang menuliskan perihal aspek hukum persaingan bisnis. Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi.¹ Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan. Persaingan usaha juga dapat ditemui dalam UU No.5 tahun 1999 tentang larangan praktek Monopoli dan persaingan tidak sehat. Secara umum, persaingan bisnis adalah perseteruan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula.²

Sedangkan dalam kamus manajemen, persaingan adalah usaha-usaha dari dua pihak/ lebih perusahaan yang masing-masing bergiat”memperoleh pesanan” dengan menawarkan harga/syarat yang paling menguntungkan

¹ Basu Swasta dan Ibnu Sujojto, *Pengantar Bisnis Modern Pengantar Perusahaan Modern* (Yogyakarta: Liberty Offset Yogyakarta, 2000), 22.

² Mustafa Kemal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), 8.

persaingan ini dapat terdiri dari beberapa bentuk seperti, pemotongan harga, iklan/ promosi, variasi dan kualitas, desain, dan segmentasi pasar.³

Dalam kamus manajemen persaingan usaha atau bisnis terdiri dari:

- a. Persaingan sehat (*healthy competition*) yaitu persaingan antara perusahaan-perusahaan atau pelaku bisnis yang diyakini tidak akan menuruti atau melakukan tindakan yang tidak layak dan cenderung mengedepankan etika bisnis.
- b. Persaingan gorok leher (*cut throat competition*) persaingan ini merupakan bentuk persaingan yang tidak sehat, dimana terjadi perebutan pasar diantara beberapa pihak yang melakukan usaha yang mengarah pada praktek menghalalkan segala cara untuk menjatuhkan lawan bisnis sehingga salah satu tersingkir dari pasar, salah satunya dengan menjual barang dibawah harga yang berlaku dipasar.⁴

Islam sebagai sebuah aturan hidup yang khas, telah memberikan aturan-aturan yang rinci untuk menghindarkan munculnya permasalahan akibat praktik persaingan yang tidak sehat. Tiga unsur yang harus dicermati dalam persaingan bisnis adalah:

- a. Pihak-pihak yang bersaing.

Manusia merupakan perilaku dan pusat pengendalian bisnis. Bagi seorang muslim, bisnis yang dilakukan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan harta yang dimilikinya. Harta yang diperolehnya adalah rizki yang diberikan Allah SWT. Tugas manusia adalah berusaha sebaik-baiknya salah satunya

³ B. N. Maribun, *Kamus Manajemen* (Jakarta: Pusat Sinar Harapan, 2003), 276.

⁴ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, 371.

dengan jalan bisnis. Tidak ada anggapan rizki yang diberikan Allah akan diambil oleh pesaing. Karena Allah telah mengatur hak masing-masing sesuai usahanya. Dalam firman Allah SWT dalam Surat AL-Mulk ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ١٥

“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah disegala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”⁵

Keyakinan ini dijadikan landasan sikap tawakal setelah manusia berusaha sekuat tenaga. Dalam hal kerja, Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu melalui mutu produk, harga yang bersaing dan pelayanan total.

b. Segi cara bersaing

Berbisnis adalah bagian dari muamalah, karenanya bisnis tidak lepas dari hukum-hukum yang mengatur muamalah. Dalam berbisnis setiap orang akan berhubungan dengan pesaing. Rosulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing

⁵ Assobar Al- Qur'an dan Terjemahan, Mushaf Al-Qur'an Standart Penulisan kementrian Agama Republik Indonesia, 563.

dengan baik. Ketika berdagang, rosul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaingnya. Dalam berbisnis, harus selalu berupaya memberikan pelayanan terbaik, namun tidak menghalalkan segala cara.⁶

c. Hal-hal yang dipersaingkan dalam persaingan usaha

Globalisasi merupakan sesuatu yang dihadapi. Untuk menghadapi diperlukan keutan-kekuatan atau daya saing untuk memenangkan suatu persaingan usaha.⁷

1. Daya saing kualitas. Baik kualitas dari segi produk atau tempat.

a) Produk. Produk-produk yang akan dipasang kualitasnya harus bisa bersaing dengan baik. Untuk memenangkan persaingan produk (barang/ jasa) yang dijual harus memperhatikan hal-hal berikut :

- 1) Produk yang dijual adalah produk yang diperlukan oleh konsumen (produk yang laku dijual)
- 2) Produk mudah diingat, memiliki arti, disukai dan efisien.
- 3) Resikonya rendah dan mudah diadopsi dalam penggunaannya.

⁶ Ismail Yusanto, M. Karebat Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002) 92-93

⁷ Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik* , 44-49.

- 4) Merk/logonya mengingatkan identifikasi produk dan loyalitas konsumen.
- b) *Place* atau tempat. Merupakan tempat menjual produk/ jasa yang diusahakan. Tempat menjual produk/ jasa itu ada bermacam-macam mulai dari pasar tradisional sampai dengan pasar modern seperti supermarket dan mall. Pilihan itu dan berkembang sesuai dengan kemampuan *enterprenuer* yang bersangkutan.

Dalam hal ini pasar juga perlu mendapat perhatian dan pertimbangan yang teliti, diantaranya:

- 1) Melakukan segmentasi pasar yaitu membagi pasar yang heterogen menjadi pasar yang homogen sehingga mudah dimasuki baik berdasarkan geografi maupun demografi.
- 2) Melakukan *targeting*. Langkah ini pada dasarnya adalah mengevaluasi daya tarik setiap segmen pasar yang ada dan menentukan pilihan target/ sasaran pasar paling tepat. Target pasar yang perlu dipertimbangkan dalam hal ini adalah:
 - a. Pasar tunggal
 - b. Pasar selektif
 - c. Pasar masal
 - d. Spesialisasi produk.

3) Melakukann *positioning*, yaitu produk/jasa perusahaan sehingga terlihat berbeda dengan yang dijual perusahaan pesaing yang ditandai oleh:

- a. Perbedaannya penting bagi konsumen
- b. Tidak mudah ditiru
- c. Lebih unggul
- d. Dapat dikomunikasikan
- e. Terjangkau
- f. Menguntungkan

Selain tiga hal tersebut yang perlu diperhatikan, yaitu:

- a. Seberapa besar *market space* (peluang pasar) yang tersedia.
- b. Seberapa besar *market share* (bagian pasar) yang dapat diambil dari *market space* itu.

2. Daya saing harga. Tidak mungkin memenangkan persaingan jika produk sangat mahal harganya. Penentuan harga barang/jasa dalam menyiasati persaingan bisnis perlu sekali mendapat perhatian bagi pebisnis, lebih-lebih bagi seorang *enterprenur* yang baru terjun ke dua bisnis. Ada beberapa alasan mengapa harga perlu memperoleh perhatian, diantaranya:

- a) Harga merupakan komponen yang dapat digunakan untuk meningkatkan volume penjualan

- b) Harga merupakan elemen bauran pemasaran yang paling mudah diubah.
 - c) Strategi dan taktik pesaing memberikan pengaruh besar terhadap penjualan suatu perusahaan.
 - d) Harga merupakan salah satu komponen yang digunakan untuk diferensiasi pada pasar yang telah jenuh dan terjadi komoditas produk.
3. Daya saing *marketing*, dalam hal ini kemampuan mengemas produk sangat dibutuhkan. Promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang menunjang bauran pemasaran lainnya. Komponen-komponen promosi terdiri dari periklanan, hubungan masyarakat, penjualan personal dan promosi penjualan.
4. Daya saing jaringan kerja (*networking*), suatu bisnis tidak akan memiliki daya saing dan kalah jika bermain sendiri tanpa melakukan kerjasama dengan pembisnis lainnya.

Persaingan adalah keadaan ketika organisasi berperang atau berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti, konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumberdaya yang dibutuhkan. Perusahaan industri adalah perusahaan yang kegiatannya mengelola bahan-bahan baku menjadi barang jadi. Perusahaan industri menarik (membeli) barang dari pasar faktor produksi, misalnya bahan baku, kemudian mengelolanya dan

mengeuarkannya (menjual) ke pasar dengan bentuk yang lain menjadi barang yang siap untuk dijual.⁸

Agar produk/ jasa dapat bertahan pada keunggulan bersaing sampai pada beberapa periode atau waktu, mau tidak mau pembisnis harus berupaya bagaimana agar segmentasi, target, dan possi dan mengenali dengan baik melalui analisis SWOT guna mengetahui secara pasti apakah benar bahwa memperpanjang keunggulan bersaing terutama terhadap produk/jasa yang menjadi kompetitor atau pesaing terdekat. Hal yang perlu dilakukan oleh seorang pengusaha adalah bagaimana cara menyusun starteg untuk mengembalikan atau memperpanjang keunggulan apabila suatu produk/jasa mengalami penurunan.⁹

2. Faktor Pendorong Persaingan

Menurut Porter, persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan sebuah usaha atau perdagangan. Menurut porter, ada lima faktor persaingan bisnis yang dapat menentukan kemampuan bersaing

1. Kekuatan tawar pembeli

Mencakup faktor-faktor pembeli, seperti informasi pembeli. Daya tawar-menawar pembeli mempengaruhi harga yang ditetapkan pedagang.

⁸ Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Komperatif* (Jakarta:Erlangga, 2005), 86.

⁹ Ismail Yusanto, dan M. Karabet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, 96.

2. Kekuatan pemasok atau *Supplier*

Biasanya sedikit jumlah pemasok, semakin penting produk yang dipasok, maka semakin kuat posisi tawarnya. Demikian juga dengan kekuatan keempat yaitu tawar pembeli, dimana kita bisa melihat bahwa semakin besar pembelian, semakin banyak pilihan yang tersedia bagi pembeli dan pada umumnya akan membuat posisi pembeli semakin kuat.

3. Ancaman produk pengganti

Mencakup faktor-faktor seperti biaya perpindahan dan loyalitas pembeli menentukan kadar sejauh mana pelanggan cenderung untuk membeli suatu produk pengganti.

4. Ancaman pendatang baru

Ini merupakan seberapa mudah atau sulit bagi pendatang baru untuk memasuki persaingan bisnis. Biasanya semakin tinggi hambatan masuk, semakin rendah ancaman yang masuk dari pendatang baru.¹⁰

B. Manajemen Syariah

1. Definisi Manajemen Syariah

Manajemen berasal dari kata “*to manage*” yang berarti mengatur, mengurus, dan mengelola. Dalam arti tersebut secara substantif, makna manajemen mengandung unsur-unsur kegiatan yang bersifat

¹⁰ Michael E. Porter, *Strategi Bersaing*, Terj. Sigid Suyatno (Jakarta: Karisma, 2007), 27.

pengelolaan. Secara umum manajemen dapat diartikan sebagai ilmu dan seni untuk mengatur proses pemanfaatan SDM secara efektif yang didukung sumber lainnya dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan.¹¹

Pada dasarnya, definisi manajemen dalam Islam tidak jauh dari pemahaman diatas. Manajemen dianggap sebagai ilmu sekaligus seni kepemimpinan.¹² Menurut Ahmad Ibrahi abu Sin manajemen dipandang sebagai pengetahuan yang dikumpulkan dan diterima yang berhubungan dengan kebenaran-kebenaran universal tentang manajemen.

Hal yang paling penting dalam manajemen berdasarkan pandangan Islam adalah harus memiliki sifat *ri'ayah* (jiwa kepemimpinan). Jiwa kepemimpinan menurut pandangan Islam merupakan faktor utama dalam konsep manajemen. Watak dasar ini merupakan bagian penting dari manusia sebagai *khalifah fi al ardh*. Dari berbagai pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah suatu pengelola untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai yaitu kesejahteraan bersama.¹³

Menurut Didin dan Hendri, manajemen dapat dikatakan telah memenuhi syariah bila:

1. Manajemen ini mementingkan perilaku yang terkait dengan nilai-

¹¹ Kadar Nurzaman, *Manajemen Perusahaan* (Bandung: Pustaka Setia, 201), 7.

¹² Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, 34.

¹³ Ahmad Ibrahim Abu Sin, *Manajemen Syariah: Sebuah Kajian Historis dan Kontemporer* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008) , 28.

nilai keimanan dan ketauhidan

2. Manajemen syariah pun harus mementingkan adanya struktur organisasi. Yang dijelaskan dalam QS. Al – An’am: 165

وَهُوَ الَّذِي جَعَلَكُمْ خَلَائِفَ الْأَرْضِ وَرَفَعَ بَعْضَكُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ
لِّيَبْلُوَكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ إِنَّ رَبَّكَ سَرِيعُ الْعِقَابِ وَإِنَّهُ لَغَفُورٌ رَّحِيمٌ ١٦٥

“Dan Dialah yang menjadikan kamu sebagai khalifah-khalifah di Bumi dan Dia mengangkat (derajat) sebagian kamu diatas yang lain, untuk mengujimu atas (karunia) yang diberikan-Nya kepadamu. Sesungguhnya Tuhanmu sangat cepat memberi hukuman, dan sungguh Dia Maha Pengampun, Maha Penyayang.”¹⁴

3. Manajemen syariah membahas soal sistem, sistem ini disusun agar perilaku-perilaku didalanya berjalan dengan baik.

Dalam pandangan ajaran Islam, segala sesuatu harus dilakukan secara rapi. Benar, tertib, dan teratur. Proses-prosenya harus diikuti dengan baik. Sesuatu tidak boleh dilakukan secara asal-asalan. Hal ini merupakan prinsip utama dalam ajaran Islam. Arah pekerjaan yang jelas, landasan yang mantap, dan cara-cara mendapatkannya yang transparan merupakan amal perbuatan yang dicintai Allah SWT, sebenarna manajemen dalam arti mengatur segala sesuatu agar dilakukan dengan baik, tepat, dan tuntas merupakan hal yang disyariatkan dalam ajaran

¹⁴ Assobar Al- Qur’an dan Terjemahan, Mushaf Al-Qur’an Standart Penulisan kementrian Agama Republik Indonesia, 150.

Islam.¹⁵

2. Fungsi dan Proses Manajemen

Pada umumnya manajemen dibagi menjadi beberapa fungsi yaitu merencanakan, mengorganisasikan, mengawasi dan mengendalikan kegiatan dalam rangka usaha untuk mencapai tujuan yang diinginkan secara efektif dan efisien. Fungsi dari manajemen diantaranya perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*), dan pengendalian (*controlling*)

1. Perencanaan

Perencanaan dapat diartikan sebagai suatu proses untuk menentukan tujuan serta sasaran yang ingin dicapai dan mengambil langkah-langkah strategis guna mencapai tujuan tersebut. Melalui perencanaan seorang manajer akan dapat mengetahui apa saja yang harus dilakukan dan bagaimana cara untuk melakukannya.¹⁶

Jenis-jenis perencanaan adalah diantaranya:

a. Perencanaan jangka panjang dan perencanaan jangka pendek.

Pengelompokan perencanaan jangka panjang dan jangka pendek ini berdasarkan pada jangka waktu penggunaannya. Kedua jenis perencanaan tersebut lebih mengacu pada upaya untuk mengatasi permasalahan yang akan datang. Perencanaan jangka pendek merupakan perencanaan untuk jangka waktu satu tahun atau kurang dari setahun. Sedangkan perencanaan jangka panjang

¹⁵ Didin Hafidhuddin dan Hendr Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, 3-4.

¹⁶ Amirullah dan Haris Budiyo, *Pengantar Manajemen*, 12.

merupakan perencanaan dengan jangka waktu 5 tahun atau lebih. Perencanaan jangka pendek biasanya bersifat operasional dan sebaliknya perencanaan jangka panjang bersifat strategis.

b. Perencanaan strategis atau perencanaan operasional

Perencanaan strategis merupakan suatu rencana jangka panjang dalam rangka mencapai tujuan strategis. Rencana strategis dapat dipandang sebagai rencana secara umum yang menggambarkan pengalokasian sumber daya, prioritas, dan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuan strategis.

Sedangkan perencanaan operasional memiliki ruang lingkup yang biasanya lebih sempit dibandingkan dengan perencanaan strategis. Perencanaan operasional dapat diartikan sebagai pendefinisian tentang apa yang harus dilakukan untuk mengimplementasikan perencanaan strategis dan untuk mencapai tujuan strategis tersebut. Adapun jenis-jenis dari perencanaan operasional tersebut meliputi diantaranya; perencanaan produksi, perencanaan keuangan, perencanaan fasilitas, dan perencanaan pemasaran.¹⁷

2. Pengorganisasian

Pengorganisasian merupakan proses pemberian perintah pengalokasian pekerjaan, wewenang, sumber daya serta pengaturan kegiatan secara terkoordinir kepada individu dan kelompok untuk

¹⁷ Ibid., 96-98.

menetapkan rencana sehingga mereka dapat mencapai sasaran organisasi.¹⁸ Sasaran yang berbeda memerlukan struktur yang berbeda pula sehingga para manajer harus menyesuaikan struktur organisasi dengan sasaran dan sumber dayanya, proses yang disebut desain organisasi atau perancangan organisasi. Yang tidak kalah penting setelah struktur organisasi dibentuk sesuai dengan kekhususan organisasi, ialah mencari staf(*staffing*) yang cocok dengan jumlah dan waktunya.¹⁹

Kata kunci dalam mengorganisasi adalah koordinasi yang menjamin pengalokasian semua pekerjaan sampai habis kepada setiap orang di dalam organisasi berjalan dengan baik tanpa teriadinya eksekusi tumpang tindih atau overlapping yang tidak produktif. Dalam batas tertentu tumpang tindih pekerjaan dengan tujuan efisiensi dan optimalisasi peran sangat dianjurkan. Namun, yang perlu dihindari adalah akibat-akibatnya yang kontra produktif. Oleh karena itu diperlukan upaya koordinasi.²⁰

3. Pengarahan

Pengarahan adalah proses untuk menumbuhkan semangat pada karyawan agar dapat bekerja keras dan giat serta membimbing mereka dalam melaksanakan rencana untuk mencapai tujuan yang efektif dan efisien. Melalui pengarahan,

¹⁸ Ibid., 13.

¹⁹ Sentot Imam wahjono, *Manajemen Tata Kelola Organisasi Bisnis*, (Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2008), 4-5.

²⁰ Ibid, 7.

seorang manajer menciptakan komitmen, mendorong usaha-usaha yang mendukung tercapainya tujuan. Ketika gairah kerja karyawan menurun, seseorang manajer segera mempertimbangkan alternatif untuk mendoong kembali semangat kerja mereka dengan memahami faktor penyebab menurunnya gairah kerja. Fungsi ini merupakan fungsi paling kritis(paling menentukan keberhasilan) dari keseluruhan fungsi manajemen.²¹

Pokok-pokok masalah yang dipelajari pada fungsi pengarahan adalah:

a. Tingkah laku manusia

Manajemen adalah mencapai tujuan melalui kegiatan orang-orang lain. Berarti pimpinan menyuruh para bawahannya untuk mengerjakan kegiatan-kegiatan dalam mencapai tujuan perusahaan.

b. Hubungan manusiawi

Hubungan manusiawi adalah hubungan antara orang-orang yang dilakukan dalam suatu organisasi. Dalam kehidupan berorganisasi harus didasarkan atas kebutuhan, kepentingan, hormat-menghormati, saling membutuhkan dan kerjasama diantara semua pihak untuk mencapai tujuan.

c. Komunikasi

Komunikasi merupakan hal yang terpenting dalam manajemen,

²¹ Ibid., 13.

karena proses manajemen baru terlaksana jika komunikasi dilakukan, pemberian perintah, laporan, informasi, saran, dan menjalin hubungan-hubungan yang dapat dilakukan dengan komunikasi saja, tanpa komunikasi proses manajemen tidak terlaksana.²²

4. Pengendalian

Pengendalian dimaksudkan untuk melihat apakah organisasi sudah sesuai dengan rencana sebelumnya. Fungsi pengendalian mencakup di antaranya:

- 1) Menetapkan standar prestasi kerja.
- 2) Mengukur prestasi kerja saat ini.
- 3) Membandingkan prestasi kerja dengan standarnya.
- 4) Mengambil tindakan korektif bila ada penyimpangan.²³

3. Konsep Manajemen Syariah

Manajemen syariah dapat diartikan sebagai perilaku yang terkait dengan nilai-nilai keimanan dan ketauhidan. Hal ini berbeda dengan perilaku dalam manajemen konvensional yang sama sekali tidak terkait bahkan terlepas dari nilai-nilai tauhid. Konsep syariah (Pemikiran) manajemen bersumber dari nash-nash Al-quran dan sunnah sebagai pengelolaan unsur-unsur manajemen dapat menggapai target yang dituju. Firman Allah SWT dalam Surat Az-Zalzalah: 7-8 ,²⁴

²² Sentot Imam wahjono, *Manajemen Tata Kelola Organisasi Bisnis*, 7.

²³ Ibid., 8.

²⁴ Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktik* , 5.

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ۖ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ۝٨

“Barang siapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrah pun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya. Dan barang siapa yang mengerjakan kejahatan seberat dzarrah pun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya pula.”

Implentasi nilai-nilai Islam terwujud pada difungsikannya Islam sebagai kaidah berfikir dan kaidah amal (tolak ukur perbuatan) dalam seluruh kegiatan organisasi.²⁵ Perbuatan yang baik sebagai amal perbuatan baik yang dilandasi iman dengan persyaratan diantaranya

a. Niat yang ikhlas karena Allah SWT

Sesuatu perbuatan walaupun terkesan baik, tetapi jika tidak dilandasi keikhlasan karena Allah SWT, maka perbuatan tersebut bukan dikatakan sebagai amal shaleh. Niat yang ikhlas hanya akan dimiliki oleh orang-orang yang beriman.

b. Tata cara pelaksanaannya sesuai dengan syariat.

Sesuatu perbuatan yang baik tetapi tidak sesuai dengan syariat, maka tidak dikatakan sebagai amal shaleh.

c. Dilakukan dengan penuh kesungguhan

Perbuatan yang dilakukan dengan asal-asalan tidak termasuk amal shaleh. Sudah menjadi anggapan banyak orang, amal perbuatan yang ikhlas adalah amal yang dilakukan dengan penuh kesungguhan bukan yang dilakukan secara asal-asalan. Keikhlasan seseorang dapat dilihat

²⁵ Kuat Ismanto, *Manajemen Syariah: Implementasi TQM Dalam Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 22.

dari kesungguhan dalam melakukan sesuatu dengan penuh kesungguhan, yang melakukan segala sesuatu sesuai tanggung jawabnya dimana ia melakukan sesuatu.²⁶

Dalam implementasi selanjutnya, nilai-nilai Islam ini akan menjadi payung strategis sehingga taktis seluruh aktivitas organisasi sebagai keidah berfikir, aqidah dan syari'ah difungsikan sebagai asas atau landasan pola pikir dan berkreaitivitas, sedangkan sebagai kaidah amal, syariah difungsikan sebagai tolak ukur organisasi.

Tolak ukur syariah digunakan untuk membedakan aktivitas yang halal dan haram. Hanya kegiatan yang halal saja yang dilakukan oleh seorang muslim. Sementara yang haram akan ditinggalkan semata-mata untuk menggapai keridhaan Allah SWT. Nilai-nilai syariah menjadi tolak ukur strategis bagi perusahaan syariah. Aturan syariah diturunkan oleh Allah SWT untuk manusia dalam melaksanakan segala aktivitasnya, termasuk aktivitas bisnis.²⁷

4. Implementasi Syariah Dalam Fungsi Manajemen

Seperti yang telah dikemukakan diatas bahwa peran syariah Islam adalah pada cara pandang dalam implementasi manajemen. Dimana standar yang diambil dalam setiap fungsi manajemen terkait dengan hukum-hukum syara' (syariat Islam). Fungsi manajemen sebagaimana kita ketahui bahwa ada empat yang utama, yaitu: perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan.

²⁶ Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktik* , 6.

²⁷ Kuat Ismanto, *Manajemen Syariah: Implementasi TQM Dalam Lembaga Keuangan Syariah* , 22.

1. Implementasi syariah dalam perencanaan

Berikut ini adalah beberapa implementasi syariah dalam fungsi perencanaan:²⁸

a) Perencanaan bidang SDM

Permasalahan utama bidang SDM adalah penetapan standart perekrutan SDM. Implementasi syariah pada bidang ini dapat berupa penetapan profesionalisme yang harus dimiliki oleh seluruh komponen SDM perusahaan. Kreteria profesional menurut syariah adalah harus memenuhi 3 unsur, yaitu *kafa'ah* (ahli di bidangnya), *amanah* (bersungguh-sungguh dan bertanggung jawab), dan memiliki etos kerja yang tinggi (*himmatul 'amal*).

b) Perencanaan bidang keuangan

Pemasalahan utama bidang keuangan adalah penentapan sumber dana dan alokasi pengeluaran. Implemantasi syariah pada bidang ini dapat berupa penetapam syarat kehalalan dana, baik sumber masukan maupun alokasinya. Maka, tidak pernah direncanakan misalnya, peminjaman dana yang mengandung unsur riba, atau pemanfaatan dana yang menyimpang dari syariat Islam.

c) Perencanaan bidng operasional/ produksi

Implementasi syariah pada bidang ini berupa penetapan beban masukan prosuksi dan proses yang akan dilangsungkan. Misalnya, nahan yang dikelola/ diproduksi dapat dipastikan kehalalannya.

²⁸ Ismail Yusanto dan M. Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam* , 84-85.

Sementara proses produksinya ditetapkan berlangsung secara aman dan tidak bertetangan dengan syariah.

d) Perencanaan bidang pemasaran

Implementasi syariah pada bidang ini dapat berupa penetapan segmentasi pasar, *targeting* dan *positioning*, juga termasuk promosi. Semisal, dalam promosi tidak melakukan kebohongan, penipuan.

2. Implementasi syariah dalam pengorganisasian.

Implementasi syariah dalam pengorganisasian, terutama tampak pada aspek pengelolaan SDM, yaitu:

a) Alokasi SDM

Alokasi SDM dilakukan dengan memperhatikan prinsip-prinsip profesionalisme (*amanah, kafa;ah, dan himmah*) serta ditentukan oleh akad kejelasan yang telah di buat sebelumnya. Harus dihindari penempatan SDM yang tidak sesuai dengan kemampuan atau keahlian dan dengan akad yang telah dibuat.

b) Kejelasan Tugas dan Wewenang

Kejelasan tugas dan wewenang masing-masing bidang yang diterima oleh para SDM pelaksana berdasarkan kesanggupan dan kemampuan masing-masing sesuai dengan aqad pekerjaan tersebut..²⁹

3. Implementasi syariah dalam pengarahan

Implementasi syariah dalam fungsi pengarahan adalah

²⁹ Ibid., 109.

merupakan tugas utama dari fungsi kepemimpinan. Fungsi kepemimpinan sebagai pembimbing, pengarah, pemberi solusi dan fasilitator, maka implementasi syariah dalam fungsi pengarah dapat dilaksanakan pada dua fungsi utama dari kepemimpinan itu sendiri, yakni fungsi pemecahan masalah (pemberi solusi) dan fungsi sosial(fasilitator).

Dimana dalam fungsi pemecahan masalah mencakup dalam pemberian pendapat, informasi dan solusi dari permasalahan yang tentu saja selalu disandarkan pada syariah. Sedangkan fungsi sosial berhubungan dengan interaksi antar anggota dalam menjaga suasana kebersamaan yang terjadi berada agar dalam koridor *amar ma'ruf nahi munkar*.³⁰

4. Implementasi syariah dalam pengawasan

Fungsi manajerial pengawasan adalah untuk mengatur dan mengoreksi prestasi kerja bawahan guna memastikan bahwa tujuan organisasi disemua tingkat dan rencana yang didesain untuk mencapainta sedang dilaksanakan. Pengawasan membutuhkan persyaratan adanya pencapaian yang jelas dan matang serta struktur organisasi yang tepat.

Dalam konteks ini, implementasi syariah diwujudkan melalui ketaaqwaan individu (SDM) yang menjadi pilar utama dengan sesuai arah yang telah ditetpkan serta tidak bertentangan dengan syariah

³⁰ Ibid., 121.

Islam.³¹

5. Prinsip-Prinsip (Kaidah) Dalam Manajemen Syariah

Beberapa prinsip atau kaidah dan teknik manajemen yang ada perlu diperhatikan menurut syariah Islam sebagai berikut:

1. Prinsip *Amar Ma'ruf nahi Munkar*

Setiap muslim wajib melakukan perbuatan yang *ma'ruf*, yaitu perbuatan yang baik dan terpuji seperti perbuatan tolong-menolong (*ta'awun*), menegakkan keadilan di antara manusia, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mempertinggi efisiensi, dan lain-lain. Sedangkan perbuatan *munkar* (keji), harus di jauhi dan bahkan harus dibantas. Menyeru kepada kebajikan (*amar ma'ruf*) dan mencegah kemunkaran (*nahi munkar*) adalah wajib³². Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-Imran (3) ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ
الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

“Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang *ma'ruf* dan mencegah dari yang *munkar*, merekalah orang-orang yang beruntung.”³³

Ayat ini di perintahka agar supaya diantara umat Islam ada

³¹ Ibid., 148.

³² Vithzal Rivai, M.B.A, *Islamic Banksing: Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), 478.

³³ Assobar Al- Qur'an dan Terjemahan, Mushaf Al-Qur'an Standart Penulisan kementrian Agama Republik Indonesia, 63.

segolongan yang terlatih di bidang dahwah yang dengan tegas menyerukan kebikan, menyerukan kepada yang *ma'ruf* (baik) dan mencegah dari yang *munkar* (keji). Untuk melaksanakana prinsip tersebut, ilmu manajemen harus dipelajari dan dilaksanakan secara sehat, baik secara bijak maupun secara ilmiah.

2. Kewajiban menegakkan kebenaran

Ajaran islam adalah metode Ilahi untuk menegakkan kebenaran dan menghapus kebatilan. Kebenaran (*haq*) menurut ukuran dan norma Islam. Telah tersiratkan dalam firman Allah dalam Surat Al-Imran (3) ayat 60:

الْحَقُّ مِنْ رَبِّكَ فَلَا تَكُنَ مِنَ الْمُمْتَرِينَ

“ (apa yang telah kami ciptakan itu), itulah yang benar, yang datang dari Tuhanmu, karena itu jangan kamu termasuk orang-orang yang ragu-ragu.”

Manajemen sebagai suatu metode pengelolaan yang baik dan benar, untuk menghindari kesalahan dan kekeliruan dan menegakkan kebenaran yang di taati oleh manusia.

3. Kewajiban menegakkan keadilan.

Hukum syariah mewajibkan kita menegakkan keadilan, kapan dan dimanapun. Allah berfirman dalam Surat An-Nisa' (4) ayat 58:

وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ

“Apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil.”

Semua perbuatan harus dilakukan dengan adil, adil dalam menimbang, bertindak, dan menghukum. Adil ini dilakukan dimanapun dan dalam keadaan apapun, baik di waktu senang maupun waktu susah.³⁴

4. Kewajiban menyampaikan amanat.

Allah dan Rosul-Nya memerintahkan kepada setiap muslim untuk menunaikan amanah. Kewajiban menunaikan amanah telah dinyatakan oleh Allah SWT dalam Surat An-Nisa' (4) ayat 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا

“Sesungguhnya Allah menyeru kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya.”

Ayat ini mengandung perintah agar selalu menyampaikan amanat. Mengenai kewajiban menyampaikan amanat dibidang muamalah seperti hak dan kewajiban seseorang dalam manajemen secara tegas diatur di dalam hukum syariah yang telah ditetapkan dalam dalil-dalil Allah SWT.³⁵

³⁴ Vithzal Rivai, M.B.A, *Islamic Banksing: Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), 479.

³⁵ Ibid., 479.