

Penyusunan Strategi Bisnis Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Lisnawati^{1*}

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar^{*1}

^{*1}email: lisnalisna097@gmail.com

Artikel Info			
Received: November 11, 2023	Revised: December 24, 2023	Accepted: January 21, 2024	Published: February 27, 2024

Abstract: Islamic business strategy is becoming an increasingly interesting topic for practitioners and academics. In this article we explain business strategy, the concept of Islamic business principles and strategies based on the teachings of the Al-Quran and As-Sunnah. The method used is library research. Apart from that, this article will explain how determining an Islamic business strategy can improve company performance and benefit society as a whole. In short, business strategy can be a good alternative for business management because it provides a strong ethical foundation and promotes greater economic sustainability. The strategic plan of an organization/company is not only for get success in the world (worldly profits) but also profits in the afterlife (ukhrawi benefits) and gain the pleasure of Allah SWT.

Keywords: Business Strategy, Islamic Management.

Abstrak: Strategi bisnis Islam menjadi pembicaraan yang semakin menarik bagi para praktisi dan akademisi. Artikel ini bertujuan untuk memaparkan tentang strategi bisnis, konsep prinsip-prinsip dan strategi bisnis Islam berdasarkan ajaran Al-Quran dan As-Sunnah. Metode yang digunakan adalah penelitian kepustakaan (library research). Selain itu, artikel ini akan menjelaskan bagaimana penentuan strategi bisnis Islam dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan bermanfaat bagi masyarakat secara menyeluruh. Singkatnya, strategi bisnis dapat menjadi alternatif yang baik untuk manajemen bisnis karena memberikan landasan etika yang kuat dan mempromosikan keberlanjutan ekonomi yang semakin baik. Rencana strategis (strategic plan) sebuah organisasi/perusahaan tidak hanya untuk mendapatkan kesuksesan di dunia (profit-duniawi) tetapi juga keuntungan di akhirat (benefit ukhrawi) dan meraih ridha Allah SWT.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, Manajemen Islam.

A. Pendahuluan

Di era globalisasi seperti saat ini, persaingan bisnis menjadi semakin ketat dan kompleks. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki strategi bisnis yang tepat untuk menghadapi perubahan pasar yang cepat dan beragam. Namun, perusahaan hendaknya tidak hanya mengutamakan keuntungan, tetapi juga memperhatikan etika-etika dan prinsip bisnis yang sejalan dengan ajaran Islam. Strategi bisnis Islam didasarkan pada prinsip-prinsip seperti keadilan, kejujuran, tanggung jawab sosial dan transparansi. Sebagaimana didalam Al-Quran Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahan

29. Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Dari ayat diatas kita dapat memahami bahwa keimanan seorang muslim sangat erat kaitannya dengan konsep dia Ketika menjalankan bisnisnya, maka dengan menerapkan strategi bisnis Islam, diharapkan bisnis dapat memperoleh kepercayaan dan dukungan dari konsumen dan masyarakat serta membangun citra positif. Artikel ini juga membahas penerapan strategi bisnis syariah di berbagai sektor ekonomi dan peran penting manajemen dalam menerapkan strategi bisnis Islami dan bagaimana para pemimpin suatu perusahaan memotivasi karyawan mereka untuk mempraktekkan prinsip-prinsip bisnis dalam Islam. Penerapan strategi bisnis Islam tidak hanya membantu perusahaan mencapai tujuan keuangan mereka, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan citra perusahaan di mata konsumen. Oleh

karena itu, strategi bisnis Islam harus menjadi bagian integral dari rencana bisnis setiap perusahaan. untuk memastikan keberhasilan jangka panjang.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian artikel ini adalah studi literatur yang dipakai untuk menghimpun data-data atau sumber-sumber yang memiliki relasi atau hubungan dengan topik yang dipilih dalam sebuah penelitian. Sumber yang didapatkan dari buku, hasil penelitian terdahulu, jurnal, dan website yang dapat dijadikan rujukan dalam penelitian ini.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Strategi Bisnis

Strategi Bisnis Menurut KBBI edisi V, istilah strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya untuk melaksanakan kebijakan tertentu dalam perang dan damai atau dapat diartikan juga sebagai sebuah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Sedangkan kata bisnis masuk ke dalam perbendaharaan bahasa Indonesia dari bahasa Inggris yang mana artinya adalah sebagai: *buying and selling commerce trade* yakni jual beli perniagaan dan Perdagangan. Dalam kamus bahasa Indonesia bisnis juga dapat diartikan sebagai usaha dagang usaha komersil di dunia perdagangan dan bidang usaha. Maka dari pengertian diatas kita dapat mengambil kesimpulan, strategi bisnis adalah Strategi untuk menentukan bagaimana suatu perusahaan dapat mencapai tujuan atau goal yang diinginkan serta tujuan dari penetapan strategi adalah suatu bentuk usaha untuk memenangkan persaingan dari competitor(Hutabarat, 2011). Dalam menjalankan aktivitas bisnis sebuah organisasi bisnis seharusnya menetapkan strategi yang digunakan sebagai petunjuk untuk bagaimana organisasi itu bertindak agar tujuan dari organisasi dapat tercapai. Pada umumnya tujuan bisnis adalah agar dapat berperan secara dominan dalam posisi

persaingan diantara kompetitornya diri pasar. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut maka Seorang pebisnis harus bisa meningkatkan poin keunggulan dalam bersaing. Oleh sebab itu strategi bisnis adalah merupakan suatu keputusan untuk mengarahkan Seorang pebisnis agar dapat meningkatkan dan mempertahankan posisinya sebagai yang terunggul dengan terus berupaya melakukan inovasi-inovasi terbaru(Sofjan Assauri, 2018).

2. Bisnis Menurut Pandangan Islam

Menukil dari buku karya Yusanto dan Karebet, Bisnis islami dapat dikatakan sebagai serangkaian kegiatan usaha perdagangan dalam berbagai bentuknya tanpa membatasi jumlah profit yang didapatkan, tetapi dibatasi dalam cara perolehannya dan penggunaan hartanya, harus sesuai dengan aturan-aturan di dalam al-Quran dan As-Sunnah. Asal dari semua perbuatan manusia terikat dengan hukum syariat; wajib, sunnah, mubah, makruh dan haram (Muhammad Ismail Yusanto, 2002). Maka semua kegiatan dalam berbisnis harus tetap mematuhi aturan-aturan dan ketentuan-ketentuan Syariah dan dengan kata lain Syariah menjadi poin utama dalam menjalankan strategi bisnis Dengan ketentuan-ketentuan syariah bisnis Islami mempunyai tujuan untuk mencapai 4 hal yang utama yaitu:

- 1) Target Hasil: Profit (Materi) dan Benefit (Nonmateri)
- 2) Peningkatan Bisnis
- 3) Keberlanjutan
- 4) Keberkahan dan keridhoan Allah

Menurut syech Dr. Yusuf Qardhawi, di dalam kitabnya Malamih Al-Mujtama' Al-Muslim Islam tidak pernah melarang manusia untuk beraktivitas yang sifatnya duniawi tetapi setiap aktivitas tersebut akan dimasukkan ke dalam kategori ibadah kepada Allah jika dilakukan dengan niat yang benar yaitu untuk mencari

keridhaan Allah dengan mematuhi hukum-hukumnya (Yusuf Qardhawi, 2013). Melihat fitrah manusia yang memerlukan harta untuk memenuhi segala hajat dan kebutuhan hidupnya maka manusia harus berusaha untuk memperoleh harta tersebut dan salah satu cara untuk memperoleh harta adalah dengan bekerja sedangkan salah satu dari berbagai macam jenis pekerjaan adalah berbisnis dan Islam sendiri mewajibkan setiap muslim khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Bahkan di dalam Islam wajib hukumnya bagi seorang suami atau ayah untuk mengeluarkan keluarganya dari garis kemiskinan dan mengangkat derajat keluarganya bukan niat untuk sombong tetapi agar dapat bermanfaat bagi orang lain.

Menurut Prof Quraish Shihab Beliau mengatakan bahwa ekonomi dan praktek bisnis itu sangat erat kaitannya dengan akidah dan hukum Islam sehingga seseorang tidak akan memahami ekonomi Islam jika dia tidak memahami aqidah dan Syariah Islam dengan baik. Karena dengan akidah dan kepercayaan itu akan menghasilkan rasa diawasi yang melekat pada dirinya sehingga dia menjalankan perintah dan menjauhi larangan Allah yang tercermin pada kegiatan halal atau haram dan ini juga mendorong penerapan akhlak sehingga akan terjalin hubungan dengan customer yang akan membawanya untuk mendapatkan keuntungan bersama bukan hanya sekedar keuntungan dari satu pihak (M. Quraish Shihab, 2011).

3. Dalam persepsi Manajemen Strategis Syariah (MSS)

Rencana strategis (*strategic plan*) sebuah organisasi/ perusahaan tidak hanya untuk mendapatkan kesuksesan di dunia (*profit-duniawi*) tetapi juga keuntungan di akhirat (*benefit-ukhrawi*) dan meraih ridha Allah SWT. Dalam konteks ini sebuah rencana strategis harus dirancang dan dipersiapkan bukan hanya berorientasi dunia saja tetapi juga hingga akhirat. Penyusun rencana strategis juga harus memperhatikan target rencananya untuk jangka panjang (hari esok/ akhirat). Dalam pemahaman manajemen,

orang-orang beriman harus membuat perencanaan (*planning*) untuk masa depan yang dilakukan berdasarkan kajian-kajian masa lalu, sekarang, dan prediksi masa datang.

Dalam pemahaman manajemen strategis, dimana perencanaannya juga bersifat strategis dan umumnya penuh dengan strategi, taktik, serta trik untuk memenangkan persaingan, maka penyusunan strategic plan harus dalam koridor syariah, tidak menghalalkan segala cara, dan tetap dalam alur ketakwaan kepada Allah. Perintah bertakwa kepada Allah (*ittaquillah*) ditegaskan menunjukkan betapa pentingnya memperhatikan dan mengevaluasi rencana strategis yang sudah dibuat. Rencana strategis (*strategic plan*) bagi perusahaan hendaklah memperhatikan ketentuan-ketentuan syariah dalam menjalankan ekonomi, bisnis dan perusahaan, sebagaimana diuraikan dalam maqashid syariah di atas yaitu harta atau modal yang dimiliki perusahaan harus memenuhi unsur: 1) perputaran atau sirkulasi, 2) jelas atau legal, 3) keadilan dalam harta, 4) terpeliharanya harta karena terhindar dari kedzaliman. Selanjutnya, pilihan strategi bisnis yang diambil hendaknya tetap dalam koridor syariah (Abdul Halim Usman, 2015)

4. Prinsip – Prinsip Bisnis Dalam Islam

Beberapa prinsip-prinsip dalam berbisnis yang dicontohkan Rasulullah SAW, adalah (Santoso, 2023) :

- a. *Costumer Oriented*, Prinsip ini pada dasarnya adalah usaha untuk selalu menjaga kepuasan dari pelanggan dan untuk menerapkan prinsip ini Rasulullah Shallallahu Alaihi Wasallam menerapkan seperti sikap Amanah, kejujuran, dan keadilan ketika melakukan suatu kontrak bisnis. Dan untuk memuaskan pelanggan maka Nabi Muhammad biasanya akan menunjukkan cacat suatu barang yang diperjualbelikan, menimbang dengan jujur dan adil. dan ada aturan pada hukum Islam yaitu

memberikan hak khیار yaitu meneruskan atau membatalkan suatu transaksi jika ada indikasi penipuan atau merasa dirugikan (Havis Aravik, 2016)

- b. Transparansi terhadap konsumen adalah mengemukakan secara jelas tanpa ada di tutup tutupi mengenai kualitas, kuantitas, komposisi dll tentang suatu produk agar tidak membahayakan dan merugikan konsumen.
- c. Persaingan Yang Sehat Islam mengajarkan untuk memberikan yang terbaik dalam setiap usaha kita dan Islam sangat melarang untuk mematikan dan menjatuhkan usaha orang lain.
- d. Fairness Islam sangat menjunjung tinggi keadilan, termasuk keadilan dalam berbisnis. Maka ketidakadilan dan penipuan terhadap konsumen sangat dilarang karena akan sangat merugikan konsumen.

5. Penyusunan Strategi Bisnis

Pemahaman tentang strategi perubahan ini penting, yakni harus dalam koridor syariah. Jangan sampai pemilihan strategi bisnis yang dilakukan malah salah arah, bukannya berubah ke arah yang lebih baik malah sebaliknya berubah ke arah yang lebih buruk dan merugikan apalagi sampai terjebak dalam jalan yang semakin menyimpang dari koridor syariah dan terjebak dalam praktik-praktik bisnis haram yang dilarang Allah SWT. Strategi korporat (level pertama) dan strategi bisnis (level kedua) dalam Manajemen Strategis Syariah (MSS) pada dasarnya berupa penetapan dan pemilihan jenis bisnis yang menguntungkan tetapi tidak merugikan pihak lain (Abdul Halim Usman, 2015). Meraih keuntungan dalam bisnis pada prinsipnya dibenarkan oleh syariah. Mengambil keuntungan yang besar sekalipun tidak dilarang sepanjang tidak merugikan bagi pihak lain. Allah SWT melarang mengambil harta orang lain dengan jalan yang batil, kecuali dengan perniagaan (jual beli) yang berlandaskan suka sama suka tanpa paksaan.

Allah SWT juga melarang mengambil keuntungan dari bisnis yang proses dan materinya tidak dibenarkan oleh syariah, atau mengandung barang yang haram baik sebagian maupun seluruhnya (Yuniar Widya & Gandana, 2022). Adapun keuntungan yang diharamkan Islam adalah keuntungan yang mengandung unsur dan praktik bisnis haram, antara lain:

- a. Keuntungan dari bisnis barang dan jasa haram, seperti bisnis minuman keras, bisnis narkoba, jasa kemaksiatan dan pelacuran, perjudian, makanan dan minuman merusak, benda-benda yang membahayakan rohani dan jasmani
- b. Keuntungan dari praktik riba dan rentenir
- c. Keuntungan dengan jalan curang, misalnya menjual barang yang ada cacatnya, atau tidak jujur dalam takaran dan timbangan
- d. Manipulasi dengan cara merahasiakan harga yang berlaku
- e. Keuntungan dengan cara menimbun (ihtikar) dengan tujuan spekulasi untuk menaikkan harga yang membahayakan kepentingan umum.
- f. Keuntungan dengan jual beli berisiko yang berpotensi menimbulkan pertengkaran karena belum jelasnya barang yang diperjualbelikan (misalnya hewan yang masih dalam rahim, burung yang sedang terbang, ikan yang masih dalam air)
- g. Keuntungan dari jual beli barang curian, rampasan, dan sebagainya (penadah).

Dalam penetapan strategi untuk perusahaan (*Business strategy*) pemilihan strategi mengacu pada bisnis utama yang sedang dijalankan saat ini, dan selanjutnya berdasarkan pertimbangan dan analisis lingkungan dan persaingan industry sebagaimana diuraikan dengan berbagai alternatif strategi bisnis dibawah ini (Sofjan Assauri, 2018).

1) Strategi Integrasi

- a. Strategi Integrasi ke Depan (*Forward Integration*) Membuka unit bisnis di bagian hilir dari lini industry yang dijalankan saat ini. Perusahaan mendapatkan kepemilikan atau meningkatkan kontrol atas penyalur atau penjual eceran.
- b. Integrasi ke Belakang (*Backward Integration*) Membuka unit bisnis di bagian hulu lini industry yang dijalankan saat ini. Dalam hal ini perusahaan mendapatkan kepemilikan atau meningkatkan control atas pemasok (*supplier*).
- c. Integrasi Horisontal (*Horizontal Integration*) Mendapatkan kepemilikan atau meningkatkan control atas pesaing (*competitor*) dalam lini industri yang sama.

2) Strategi Intensif

- a. Pengembangan Pasar (*Market Development*) - Memperkenalkan produk-produk yang sudah ada ke daerah pemasaran yang baru (pangsa pasar bertambah luas).
- b. Pengembangan Produk (Produk Development) Meningkatkan penjualan dengan cara memperbaiki atau mengembangkan produk-produk yang sudah ada
- c. Penetrasi Pasar (*Market Penetration*) Meningkatkan pangsa pasar yang ada untuk produk tertentu melalui usaha pemasaran secara besar besaran.

3) Strategi Diversifikasi

- a. Diversifikasi Konsentrik (*Concentric Diversification*) Menambah produk-produk baru yang saling berhubungan untuk pasar yang sama.
- b. Diversifikasi Konglomerat (*Conglomerate Diversification*) Menambah produk-produk baru yang tidak saling berhubungan untuk pasar yang berbeda.

- c. Diversifikasi Horizontal (*Horizontal Diversification*) Menambah produk baru yang tidak berhubungan dengan tujuan memuaskan pelanggan yang sama.

6. Penyusunan Strategi Fungsional

Rasulullah SAW mencontohkan dalam menjalankan strategi bisnisnya menggunakan strategi fungsional, yaitu strategi operasi/ produksi, dan menggunakan apa yang saat ini dikenal dalam manajemen strategi pemasaran, strategi keuangan, dan strategi sumber daya manusia.

a. Strategi Operasi/ Produksi

Strategi operasi/ produksi adalah salah satu strategi fungsional Manajemen operasi/ produksi merupakan proses berkesinambungan yang secara efektif menjalankan fungsi-fungsi manajemen untuk mengintegrasikan berbagai sumber daya secara efisien dalam mencapai tujuan perusahaan. Strategi operasi/ produksi merupakan strategi untuk mengubah masukan menjadi keluaran yang bernilai Strategi operasi/ produksi sangat terkait dengan produksi, operasional peralatan dan fasilitas, serta sumber daya untuk menggerakkan roda bisnis. Istilah produksi digunakan untuk memproses input dan keluaran berupa barang yang terlihat kasat mata atau berwujud (*tangible*), sedangkan istilah operasi digunakan untuk memproses input dan keluaran yang berupa jasa yang tidak kasat mata atau tidak berwujud (*intangible*). Untuk produk yang berbentuk jasa, manajemen produksinya disebut manajemen operasi. Manajemen operasi mengandung pengertian yang lebih luas, karena istilah ini juga dipakai dalam perusahaan manufaktur.

Dalam pemahaman manajemen strategis syariah yang landasan operasionalnya senantiasa dalam koridor syariah, strategi operasi/ produksi hendaknya tetap memerhatikan hal-hal yang dibenarkan dalam ketentuan

syariah. Berikut ini disajikan beberapa ketentuan operasional/ produksi yang sesuai syariah dan dicontohkan oleh Rasulullah SAW:

1. Menjalankan usaha dengan sikap/ cara yang baik (*Do the things right*)

Dalam menjalankan operasional bisnis hendaknya dengan sikap dan cara yang baik dan benar (*do the things right*), sebagaimana sabda Rasulullah SAW, "Bersikaplah yang baik dalam mencari dunia, karena semua akan dimudahkan baginya sesuai yang telah dituliskan darinya." (HR. Ibnu Majah). Hadits ini menunjukkan bahwa dalam menjalankan bisnis hendaknya menghindari persaingan tidak sehat, sikap tamak dan ingin menguasai (monopoli), saling mematikan pesaing, bahkan dengan menghalalkan segala cara agar dirinyalah yang muncul sebagai pemenang. Hadits ini mengingatkan pula bahwa rezeki manusia memang sudah ditentukan Allah SWT. Jadi tidak perlu dilakukan dengan cara yang tidak benar dan jauh dari koridor syariah. Jika kita menjalankan operasional bisnis dengan cara yang baik dan benar maka semuanya akan dimudahkan oleh Allah SWT. Dalam perspektif manajemen modern, yang dimaksud adalah *Good Corporate Governance* (Tata kelola perusahaan yang baik).

2. Menjalankan usaha yang baik dan benar (*Do the right things*)

Hendaknya menjalankan jenis bisnis dan usaha yang baik, produknya baik, halal, dan bermanfaat buat kemaslahatan orang banyak. Produk tersebut dijalankan dengan prinsip dan tata kelola yang baik, transparan, jujur dan benar. Rasulullah SAW menekankan pentingnya menjalankan usaha yang baik dan perdagangan yang jujur. Dari Ibnu Umar RA berkata, "Rasulullah SAW pernah ditanya mengenai usaha apakah yang paling baik? Beliau menjawab: "Usaha seseorang dengan tangannya sendiri, dan perdagangan yang jujur." (HR. Thabrani)

3. Lebih mengutamakan produktivitas

Rasulullah SAW lebih mengutamakan produktivitas daripada hanya sekedar pemilikan. Sabda Rasulullah SAW: "Barang siapa memiliki tanah, maka tanamlah atau supaya ditanami oleh saudaranya dan janganlah dia menyewakannya." (HR. Bukhari dan muslim). Dari Hadits ini dapat disimpulkan bahwa strategi produksi dalam Islam mengutamakan proses perubahan masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*) yang lebih bernilai atau lebih bermaslahat. Bahkan disebutkan pula Rasulullah SAW memberi contoh sistem bagi hasil (*mudharabah*) yang menguntungkan kedua pihak dengan pembagian fifty-fifty atau win-win solution sebagai wujud penghargaan terhadap pihak yang menjalankan operasional bisnis. Sebagai Seorang pebisnis maka harus mempunyai karakter yang baik dan mental yang kuat untuk mencapai kesuksesan. dan di samping itu yang lebih utama adalah Seorang pebisnis harus mempunyai prinsip pegangan dan strategi untuk membangun bisnisnya.

b. Strategi Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah proses pelaksanaan dari perwujudan, pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang- barang, jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi. Untuk itu diperlukan strategi pemasaran sebagai dasar untuk menyusun rencana pemasaran (*marketing plan*) yang berfungsi mempengaruhi tingkat, waktu dan komposisi permintaan untuk membantu perusahaan mencapai sasaran strategisnya. Strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terarah untuk memperoleh hasil yang maksimal melalui konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) terhadap pasar target/ sasaran(Windi Kartini, 2022). Strategi pada bauran pemasaran terdiri dari: strategi produk, strategi harga, strategi tempat/ lokasi, dan strategi promosi, yang dikenal dengan 4-P : *product, price, place, promotion*. Strategi pemasaran juga meliputi segmentasi, pembedan pasar, dan penentuan posisi, yang dikenal dengan istilah STP

(*Segmenting, Targeting, Positioning*). Strategi pemasaran syariah dalam konsep bauran pemasaran (4-P) dapat diuraikan sebagai berikut:

a) Strategi Produk (*Product*)

Istilah produk dalam Islam adalah sesuatu yang dihasilkan dari proses produksi yang baik, bermanfaat, dapat dikonsumsi, berdaya guna dan dapat menghasilkan perbaikan material, moral dan spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang dalam Islam bukan merupakan produk dalam pengertian Islam. Barang dalam ekonomi konvensional adalah barang yang dapat dipertukarkan. Tetapi barang dalam ekonomi Islam adalah barang yang dapat dipertukarkan dan juga berdaya guna secara moral. Unsur-unsur ini sangat relevan dengan ajaran Islam yang menekankan aspek kemanfaatan dan kemaslahatan.

b) Strategi Harga (*Price*)

Strategi harga dalam Islam mengacu pada firman Allah SWT dalam Al-Quran surat an Nisa: 29 terjemahnya:

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan (jual-beli) yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu..."

Mencari harta diperbolehkan dengan cara berniaga atau jual beli atas dasar suka sama suka (*ridha*). Karena jual beli yang dilakukan secara paksa tidak sah walaupun disertai pembayaran. Strategi harga yang dilakukan Rasulullah SAW selain unsur kesepakatan (suka sama suka), juga tidak menyaingi harga orang lain, tidak berbohong, dan tidak memotong jalan pedagang untuk menjual ke pasar tanpa mengetahui harga pasar yang berlaku.

Dalam pemahaman manajemen modern maupun syariah, harga yang baik adalah harga yang sesuai dengan mekanisme pasar. Harga yang baik bagi semua pihak adalah harga yang tepat atau kompetitif, dengan telah

memasukkan faktor biaya, persaingan dan permintaan , sehingga menjadi harga yang disepakati oleh semua pihak. Dengan strategi harga yang Islami yang dicontohkan Rasulullah SAW seperti itu akan tercipta kestabilan ekonomi dan kesejahteraan bersama.

c) Strategi Tempat (*Place/ Distribution*)

Strategi tempat (*place/ distribution*) untuk pemasaran dalam Islam yang dianjurkan oleh Rasulullah SAW adalah di pasar. Pasar ialah tempat untuk melakukan transaksi jual beli. Rasulullah SAW melarang menyongsong membeli barang dagangan sebelum dibawa ke pasar, agar pedagang mengetahui harga pasar yang berlaku. Dalam pengertian manajemen modern, strategi pemilihan tempat ini memiliki makna yang lebih luas dari sekadar pasar dalam bentuk fisik, karena saat ini telah banyak pasar online di dunia maya (*virtual market*). Hal ini tidak menjadi persoalan, karena Islam menggariskan, bahwa substansi pasar dalam perniagaan adalah terwujudnya transparansi, adanya para pihak (penjual dan pembeli), adanya barang, kesepakatan/ keridhaan, dan ijab qabul. Keberadaan barang tetap menjadi unsur penting agar tidak terjadi praktik penipuan atau penyimpangan yang melanggar kaidah dalam berbisnis serta melanggar syariah.

d) Strategi Promosi

Strategi promosi adalah strategi komunikasi produk antara perusahaan dengan konsumen. Tujuannya untuk menjelaskan tentang produk kepada konsumen melalui promosi penjualan, iklan, dan publisitas. Promosi yang dilakukan Rasulullah SAW lebih menekankan pada hubungan dengan pelanggan, meliputi; pemberian pelayanan yang baik, relationship dan komunikasi yang terjalin baik, penampilan yang menawan, pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, tanggap terhadap masalah, menciptakan

keterlibatan dan berintegrasi, serta mendapatkan kepercayaan konsumen. Rasulullah SAW pada saat berbisnis sangat memahami pelanggannya, dan untuk mendapatkan kepercayaan beliau mengandalkan akhlak atau budi pekertinya. Beliau juga menawarkan pilihan dalam memasarkan produknya.

D. Simpulan

Strategi bisnis adalah Strategi untuk menentukan bagaimana suatu perusahaan dapat mencapai tujuan atau goal yang diinginkan dan tujuan dari penetapan strategi adalah suatu bentuk usaha untuk memenangkan persaingan dari competitor. Rencana strategis (*strategic plan*) sebuah organisasi/ perusahaan tidak hanya untuk mendapatkan kesuksesan di dunia (*profit-duniawi*) tetapi juga keuntungan di akhirat (*benefit ukhrawi*) dan meraih ridha Allah SWT. Dalam konteks ini sebuah rencana strategis harus dirancang dan dipersiapkan bukan hanya berorientasi dunia saja tetapi juga hingga akhirat Dalam penetapan strategi untuk perusahaan (*Business strategy*) pemilihan strategi mengacu pada bisnis utama yang sedang dijalankan saat ini, dan selanjutnya berdasarkan pertimbangan dan analisis lingkungan dan persaingan industry sebagaimana diuraikan dengan berbagai alternatif strategi bisnis.

E. Daftar Pustaka

- Abdul Halim Usman. (2015). *Manajemen strategis syariah : teori, konsep dan aplikasi*. Zikrul Hakim.
- Havis Aravik. (2016). *Ekonomi Islam*. Empat Dua.
- Hutabarat, J. M. H. (2011). *Strategi pendekatan komprehensif dan terintegrasi 'strategic experience' dan 'operational excellence' secara simultan*. UI Press.
- M. Quraish Shihab. (2011). *Membumikan Al-Qur'an 2*. Lentera Hati.
- Muhammad Ismail Yusanto, M. K. W. (2002). *Menggagas bisnis islam* (cet 1). gema Insani.

- Santoso. (2023). *Strategi Bisnis Islam dalam Meningkatkan Penjualan PAda UMKM Next Level Apparel di Desa Suluk.*
- Sofjan Assauri. (2018). *Strategic Management Sustainable Competitive Advantages* (Ekonomi/Manajemen,). Rajawali Pers .
- Windi Kartini. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Penjualan Produk di Toko Bazmart 2 Pangkalan Kerinci Kab. Pelalawan. *Manajemen Ekonomi Dan Bisnis.*
- Yuniar Widya, H., & Gandana, D. (2022). Strategi Pengembangan Bisnis Menurut Perspektif Ekonomi Islam dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Home Industry Amanah Jaya Mandiri di Caringin Kecamatan Babakan Ciparay. *Jurnal Riset Perbankan Syariah (JRPS)* , 1(1), 29–34. <https://doi.org/10.29313/jrps.v1i1.742>
- Yusuf Qardhawi. (2013). *Malamih AlMujtama' Al-Muslim Alladzinunsyiduhu. Terjemahan: Abdus Salam Masykur dan Nurhadi.* (cet-1.). Era Adicitra Intermedia.