



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2024 Page 1740-1752

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Menilik Konsep Dasar Manajemen Strategis Bisnis di Era Transformasi Digital Berbasis Syariah

Nur Alisa^{1✉}, Pipi Arviana², Nur Azizah³, Sudirman⁴, Rika Dwi ayu Parmitasari⁵

Pasca Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Email: 80500222042@uin-alauddin.ac.id[✉]

Abstrak

Implementasi manajemen strategis merupakan pilihan yang tepat karena dinilai mampu memberikan kemudahan dalam menentukan dan mencapai tujuan organisasi bisnis. Konsep manajemen strategis bisnis muncul sebagaiantisipasi akibat munculnya berbagai macam perubahan yang tidak dapat dihindari. Perubahan tersebut berasal dari beberapa faktor internal maupun eksternal dari lingkungan bisnis yang berdampak pada perubahan selera konsumen seperti adanya pasar bebas, persaingan ketat, inflasi yang meningkat, dan kondisi geografis yang berubah. Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui konsep dasar dalam manajemen strategis pada bisnis khususnya di era transformasi digital perspektif syariah. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan *library research* sebagai metode untuk mengumpulkan data terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen strategis bisnis syariah dilaksanakan berlandaskan pada prinsip-prinsip dalam al-Qur'an dan juga dalam hadis Nabi Muhammad Saw yang tujuannya untuk menggait kebahagiaan tidak hanya di dunia tetapi juga sampai pada akhirat. Salah satu tanda perkembangan era digitalisasi yaitu munculnya berbagai *platform* yang memudahkan seseorang untuk berdagang melalui internet. Namun banyak terjadi penyimpangan dalam transaksinya, untuk menghindari hal tersebut maka perlu pengamalan manajemen strategis yang berbasis syariah dalam bisnis.

Kata Kunci : *Manajemen, strategis, bisnis, syariah*

Abstract

The implementation of strategic management is the right choice because it is considered capable of providing convenience in determining and achieving business organization goals. The concept of business strategic management emerged as an anticipation due to the emergence of various kinds of changes that cannot be avoided. These changes come from several internal and external factors from the business environment that have an impact on changes in consumer tastes such as the existence of a free market, intense competition, rising inflation, and changing geographical conditions. The purpose of this research is to find out the basic concepts in strategic management in business, especially in the era of digital transformation from a sharia perspective. The type of research used is qualitative research with library research method as a technique to collect data. The results showed that sharia business strategic management is carried out based on the principles in the Qur'an and the hadith of the Prophet Muhammad Saw whose goal is to achieve happiness not only in this world but also in the hereafter. One sign of the development of the digitalization era is the emergence of various platforms that make it easy for someone to trade via the internet. However, there are many irregularities in the transaction, to avoid this, it is necessary to practice sharia-based strategic management in business.

Keyword: *Management, strategic, business, sharia.*

PENDAHULUAN

Manusia dinamai sebagai *homo economicus* yang dimana akan senantiasa berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari melalui aktivitas ekonomi. Aktivitas yang dilakukan tersebut berdasarkan pada tujuan yang dimiliki oleh setiap individu yakni mencapai kesejahteraan dan mempertahankan keberlangsungan kehidupan. Hampir semua aktivitas manusia dalam kehidupan mempunyai hubungan erat dan tidak dapat terpisahkan dari kegiatan ekonomi. Manusia akan selalu melakukan aktivitas ekonomi seiring dengan semakin banyaknya kebutuhan dan keinginan manusia yang harus dipenuhi.

Saat ini situasi perekonomian semakin kompleks. Salah satu aktivitas ekonomi yang banyak dilakukan oleh manusia adalah menjalankan aktivitas bisnis baik bertindak sebagai produsen ataupun bergerak dalam bidang perdagangan. Motivasi utama dalam berkegiatan bisnis adalah memperoleh laba atau keuntungan sehingga dapat memperbaiki standar dan kualitas hidup. Sebelum memasarkan sebuah produk ke target pasar maka penting untuk mengatur berbagai unsur elemen dengan melakukan integrasi kerja diantaranya tenaga, materi, modal dan manajemen yang tepat dan cermat yang telah diperhitungkan secara matang baik dalam rentan waktu jangka pendek atau jangka panjang. Tujuan yang hendak dicapai yaitu berusaha mempertahankan dan menumbuhkan kembangkan eksistensi di tengah tingginya tingkat persaingan terutama bisnis yang sejenis.

Ketatnya persaingan dalam dunia organisasi profit merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindari khususnya di era digital seperti sekarang ini. Melihat fenomena yang sedang terjadi, para konsumen kini cenderung memilih untuk melakukan transaksi jual beli pada *platform* berbasis *online* yang dinilai lebih praktis dibandingkan berbelanja langsung ke pasar. Hal ini menyebabkan pasar menjadi sepi pembeli. Melihat perkembangan teknologi dan media sosial yang semakin diminati menyebabkan banyak pedagang beralih ke penjualan digital agar dapat mempertahankan bisnisnya. Setiap pelaku ekonomi bisnis dituntut mampu menghadapi dan mengikuti berbagai arus, situasi, tantangan dan resiko tak terduga yang kemungkinan akan terjadi.

Gambar.1



Sumber data: <https://www.statista.com/forecasts/251635/e-commerce-users-in-indonesia>

Berdasarkan Gambar 1. yang dilansir oleh statista.com tentang angka pengguna *e-commerce* di Indonesia yang dimulai dari tahun 2018 hingga 2027 tersebut menunjukkan bahwa jumlah pengguna pasar *online* di Indonesia terus mengalami peningkatan selama beberapa tahun terakhir. Indikator ini diperkirakan pada tahun 2027 akan mencapai titik puncak penggunaan pasar *e-commerce* yang diperkirakan mencapai 244,67 juta pengguna pada masa yang akan datang. Guna dapat menyiasati penjualan yang semakin menurun karena kehadiran berbagai *platform* belanja ini, para pedagang beralih agar dapat bersaing di era digital dengan menerapkan manajemen strategis berbasis digital yang tepat. Beberapa cara dalam memasarkan produk di era digital ini diantaranya menggunakan teknologi, media sosial, aplikasi, dan *digital marketing*.

Ketika menjalankan sebuah bisnis baik secara individu atau kelompok perlu mengimplementasikan sebuah konsep manajemen sehingga mampu untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Manajemen strategis dalam usaha yaitu sebuah proses dan tingkatan manajemen yang berkaitan dengan upaya pengembangan kemampuan pada sebuah organisasi. Menurut Rukun Santoso kegiatan berupa perumusan, penjadwalan berbagai kegiatan, implementasi, evaluasi dalam mengelola sebuah bisnis sangat

diperlukan dengan melalui manajemen strategis agar bisnis mampu beroperasi dan terarah dengan baik. Oleh karena itu, pemahaman dan penerapan tentang manajemen strategis bermanfaat dalam pencapaian tujuan bisnis karena didalamnya menjadi dasar dalam pengambilan keputusan sebagai perwujudan atas visi dan misi bisnis.

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Aryan Eka Prastya Nugraha dan Indri Muniawaty pada tahun 2018 dengan judul *Sharia Digital Business: Strategi dan Pengembangan Bisnis Berkelanjutan*, memiliki persamaan bahwa strategi bisnis digital syariah harus sesuai kaidah dan tidak melakukan pelanggaran agama seperti riba, *gharar*, *maysir*. Adapun perbedaan penelitian yaitu fokus penelitian terdahulu pada pembahasan strategis manajemen yang berbasis syariah pada bisnis berkelanjutan beberapa tahun ke depan yang mungkin banyak diminati. Sedangkan pada penelitian ini fokusnya terhadap konsep dasar dalam penerapan manajemen strategis pada bisnis khususnya di era transformasi digital saat ini perspektif syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Kokom Komariah dengan judul *Strategi Manajemen Syariah dalam Menghadapi Era Digital dan Memenangkan Persaingan Pasar di Samarinda Kalimantan Timur (Studi Kasus Pada Perumahan Sharinata City)*, persamaannya dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama membahas manajemen strategis syariah dengan menggunakan teknologi era digital, sedangkan perbedaannya, fokus penelitian pada penelitian terdahulu yaitu penggunaan manajemen strategi syariah dalam upaya memenangkan pasar sedangkan penelitian ini hanya membahas tentang konsep strategi manajemen itu sendiri.

Sistem manajemen yang banyak digunakan oleh pelaku ekonomi muslim masih mengadopsi sistem manajemen konvensional, namun bukan berarti sistem manajemen dalam Islam tidak ada. Semua aktivitas manusia memiliki tuntunan yang telah diatur secara sempurna dalam Islam termasuk aturan dalam menjalankan aktivitas ekonomi bisnis. Hakikatnya, bisnis syariah berarti seperangkat aktivitas bisnis memberikan kebebasan dari segi jenis akan tetapi memberikan batasan pada cara memperoleh dan penggunaannya. Setiap pelaku bisnis diberikan kesempatan untuk melakukan bisnis apa saja dalam berbagai bentuk untuk memperoleh harta namun tetap memperhatikan aturan-aturan yang sesuai dengan koridor Islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu jenis penelitian yang sifatnya memberikan gambaran atau deskripsi dan cenderung menggunakan analisis yang dalam mengenai masalah yang dibahas berdasarkan data yang telah diperoleh dalam proses penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode studi pustaka (*library research*) dengan mengumpulkan berbagai literatur yang dianggap relevan terhadap pokok pembahasan seperti buku, jurnal, dan referensi sejenisnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Manajemen Strategis

Istilah awal dari kata strategi mengarah pada kegiatan kemiliteran yang digunakan oleh para jendral ketika membuat perencanaan untuk mengalahkan musuh sehingga meraih kemenangan dalam peperangan. Penggunaan strategi sebenarnya bertujuan untuk mencapai kemenangan dalam pertempuran dalam kondisi yang tepat waktu serta sasaran dengan memanfaatkan sumber daya yang ada secara optimal. Namun seiring berkembangnya zaman, kini istilah strategi banyak digunakan dalam berbagai bidang termasuk di bidang ekonomi. Pada bidang ekonomi, strategi diasumsikan sebagai cara untuk memenangkan persaingan pasar dan mengalahkan kompetitor dan lain sebagainya.

Kata strategi menurut bahasa berakar dari bahasa Yunani Kuno yaitu *strategos* yang merupakan gabungan dari dua suku kata yakni *stratos* berarti militer dan *ag* berarti memimpin. Maksudnya, strategi merupakan sesuatu yang dilakukan dengan merencanakan sesuatu hal yang hendak dilaksanakan untuk memenangkan persaingan. Secara umum, strategi menjadi jalan yang digunakan untuk mencapai tujuan. Strategi adalah rencana yang disusun baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang.

Sedangkan istilah kata manajemen secara bahasa berasal dari bahasa Perancis kuno yaitu *menagement* yang berarti sebuah seni untuk mengerjakan dan mengatur. Pengertian manajemen lain, dikatakan istilahnya diambil dari bahasa Inggris yaitu *to manage* yang bersinonim dengan kata *to hand* yang berarti mengatur atau mengurus, *to control* yang berarti memeriksa dan *to guide* artinya memandu. Sebagian ahli juga menyebutkan bahwa kata manajemen berasal dari bahasa Italia yaitu *maneggiare* yang berarti mengendalikan dengan tangan. Secara garis besar, manajemen diartikan sebagai rangkaian kegiatan mengelola, mengatur dan menyusun berdasarkan sumber daya yang dimiliki. Menurut George R. Terry, definisi manajemen adalah suatu rangkaian proses kerangka kerja yang dimana melibatkan pembimbingan atau pengarahan terhadap sekelompok orang yang memiliki tujuan organisasi yang nyata.

Manajemen strategis merupakan gabungan dari dua kata yaitu manajemen dan strategi yang memiliki pengertiannya masing-masing. Manajemen strategis merupakan sistem ilmu yang memadukan berbagai fungsi manajemen (*planning, organizing, actuating* dan *controlling*) yang saling memengaruhi dengan tujuan membuat keputusan organisasi secara strategis demi mencapai tujuan yang efektif dan efisien. Menurut Fred R. David dan Forest R. David memberikan pengertian manajemen strategis adalah gabungan ilmu dan seni yang terformulasi, diimplementasikan dan dievaluasi pada suatu organisasi dalam kesempatan mencapai tujuan yang diinginkan. Titik fokus definisi ini menekankan pada proses pembuatan keputusan dan koordinasi setiap unsur fungsional baik lingkup internal maupun eksternal perusahaan/bisnis.

Elemen penting menentukan strategis yaitu manajemen. Jika tidak memiliki manajemen strategis yang jelas otomatis organisasi tidak memiliki panduan untuk mencapai tujuan yang menyebabkan kebingungan dan ketidakpastian. Manajemen strategis mempunyai manfaat bagi organisasi: (1) memberikan kesempatan untuk merencanakan dan lebih mempersiapkan diri untuk meraih tujuan masa depan, (2) mendukung organisasi menjadi lebih unggul dan kompetitif, (3) mengintensifkan sumber daya secara optimal untuk tujuan jangka panjang, (4) membantu dalam memprediksi dan meminimalisir resiko, (5) Memperluas kolaborasi dan koordinasi agar terintegrasi dengan baik.

Manajemen Strategis Bisnis Syariah

Para ahli ekonomi Islam menyampaikan kritik terkait praktik manajemen konvensional sebagai alat kapitalisme. Mereka menyatakan bahwa tujuan utama manajemen konvensional semata-mata hanya untuk mencari dan memaksimalkan keuntungan yang diperoleh, artinya manajemen ini terlalu mengedepankan materiil dan profitabilitas. Manajemen strategis konvensional orientasinya pada aspek keduniaan dan melalaikan nilai-nilai spiritual. Berbeda dengan konsep manajemen syariah yang urgensinya adalah menciptakan kegiatan halal baik dari segi produk, cara memperoleh dan bernilai manfaat. Selain itu, manajemen strategis syariah juga sangat menjunjung tinggi etika dalam berbisnis yang meletakkan konsumen sebagai mitra pengembangan bisnis bukan objek target penjualan semata seperti pada manajemen konvensional.

Setiap bisnis mempunyai kebebasan menentukan strategi manajemennya masing-masing yang menurutnya mampu menjadi jalan agar dapat mempertahankan keberlanjutan usaha. Seiring majunya perekonomian dan bisnis, permasalahan terkait penyimpangan tidak dapat dihindari. Implementasi manajemen strategis berdasarkan syariah bermaksud untuk mempelajari, menguji dan menelaah segala proses yang sifatnya terus berlanjut dalam rangka membimbing dan mengendalikan sehingga dapat mendukung pencapaian dan

tujuan usaha agar tidak keluar dari syariat Islam. Keberadaan manajemen strategis bisnis menghasilkan arah yang lebih jelas untuk meninjau, mengontrol dan mengevaluasi segala kegiatan pelaksanaan strategi dan tingkat keberhasilan operasionalnya.

Islam merupakan *rahmatan lil alamin* yang didalamnya berisi ajaran holistik dan sempurna sebagai pemandu segala aspek kehidupan umat manusia di dunia baik masalah ibadah maupun muamalah. Keberadaan manajemen bisnis syariah memiliki karakteristik yang mencolok dibanding manajemen bisnis konvensional. Manajemen strategis syariah adalah manajemen yang berfungsi menata organisasi yang tujuan akhirnya mengarah kepada satu tujuan yaitu meraih ridha Allah. Seluruh ajaran Islam tertuang dalam al-Qur'an dan as-Sunnah sehingga dapat dikatakan keduanya menempati posisi sebagai referensi utama dalam tata kelola bisnis syariah. Al-Qur'an memberikan petunjuk secara eksplisit mengenai jenis-jenis aktivitas bisnis yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh setiap pelaku ekonomi. Adapun Nabi Muhammad Saw. yang mengaplikasikan langsung dengan memberikan contoh tauladan kepada umatnya bagaimana cara mengelola bisnis yang benar menurut ajaran agama Islam.

Manajemen strategis dijalankan dengan maksud merencanakan segala sesuatu yang hendak dilaksanakan dan melaksanakan yang telah direncanakan sebelumnya terkait dengan aktivitas bisnis. Manajemen strategis membahas tentang gambaran besar yang mengidentifikasi tujuan bisnis. Melalui manajemen strategis ini dapat memberikan gambaran secara tegas tentang arah, tujuan, dan langkah sebuah perusahaan. Istilah manajemen dalam Islam diistilahkan dengan kata yang dinukil dari bahasa Arab yaitu تَدْبِيرٌ yang bermakna pengaturan. Kata tersebut termasuk bentuk *mashdar* dari akar kata kerja يُدَبِّرُ - يُدَبِّرُ yang berarti mengatur. Penggunaan kata tersebut telah banyak disebutkan dalam al-Qur'an diantaranya dalam Q.S. As-Sajdah/32:5

يُدَبِّرُ الْأَمْرَ مِنَ السَّمَاءِ إِلَى الْأَرْضِ ثُمَّ يَعْرُجُ إِلَيْهِ فِي يَوْمٍ كَانَ مِقْدَارُهُ أَلْفَ سَنَةٍ مِمَّا تَعُدُّونَ

Terjemah: "Dia mengatur segala urusan dari langit ke bumi, kemudian (segala urusan) itu naik kepada-Nya pada hari yang kadarnya (lamanya) adalah seribu tahun menurut perhitunganmu".

Eksistensi manajemen strategis syariah dipandang sebagai sarana untuk membuka jalan implementasi islam khususnya dalam bidang manajemen. Syariat Islam menjadi payung strategis hingga taktis yang menjadi dasar dalam penentuan kebijakan. Definisi manajemen strategis syariah menurut Abdul Halim Usman adalah rentetan proses aktivitas manajemen yang bernuansa Islami yang meliputi proses perumusan formulasi, implementasi dan penilaian atas hasil yang diperoleh atas kebijakan strategis organisasi

yang mengantarkan kepada pencapaian tujuan duniawi dan ukhrawi. Faktor kepemimpinan sebagai pilar utama penilaian tingkat keberhasilan manajemen strategi syariah.

Islam mensyariatkan untuk mengatur semua hal dengan baik, terarah dan tepat. Pada bisnis syariah, manajemen sebagai elemen dasar yang pasti ada dalam proses yang menjadi patokan dalam melaksanakan kegiatan. Manajemen strategis dalam bisnis syariah memiliki peran penting yang menjadi sarana untuk menentukan langkah ke depan ketika menjalankan bisnis dengan cara memahami situasi sehingga dapat berjalan sesuai dengan syariat Islam yang *halalan* dan *toyyiban*.

Praktik manajemen strategis syariah dituntun oleh nilai transedental (aturan halal-haram), cara pengambilan keputusan dan pelaksanaan strategi fungsional. Konsep manajemen strategis syariah sangat membantu untuk diimplementasikan pada dunia bisnis. Proses pengambilan keputusan pada manajemen strategis syariah atas suatu permasalahan senantiasa berlandaskan pada kaidah-kaidah yang tidak pernah melewati batas atas apa yang telah ditetapkan oleh Allah.

Proses dan Fungsi Manajemen Strategis Bisnis Syariah

Proses terwujudnya tujuan suatu organisasi bisnis harus melalui beberapa tahapan atau proses manajemen strategis. Konsep dasar proses manajemen strategis menurut Hunger dan Wheelen mencakup empat elemen dasar yaitu: (1) pengamatan terhadap lingkungan, (2) merumuskan strategi, (3) eksekusi strategi, (4) evaluasi dan pengendalian. Pengamatan lingkungan organisasi bisnis krusial dilakukan untuk menentukan strategi yang tepat karena lingkungan internal dan eksternal yang senantiasa mengalami perubahan dinamis. Perumusan formulasi strategi terdiri atas pencetus visi, misi, tujuan, kebijakan dan strategi. Selanjutnya penerapan apa yang telah dicanangkan sebelumnya dan terakhir melakukan evaluasi untuk menilai keberhasilan dan *feedback* yang diperoleh.

Pada bidang ekonomi, manajemen dan bisnis merupakan dua konsep yang saling berkaitan dan membutuhkan satu sama lain. Suatu bisnis tanpa adanya manajemen yang baik, maka akan sulit meraih tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Begitu pula manajemen strategis, tanpa adanya bisnis tentu tidak akan dapat terealisasi karena hanya menjadi teori belaka tanpa aplikasi yang nyata. Tujuan dari manajemen strategis bisnis syariah untuk memberikan petunjuk dan mengatur jalannya bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam. Singkatnya, sebuah bisnis sebaiknya dilandasi oleh manajemen-manajemen yang berbasis syariah yang tujuannya tidak lain untuk mencapai *falah* (kebahagiaan) baik di dunia maupun di akhirat. Adapun fungsi manajemen dalam mengatur tata kelola aktivitas bisnis menurut George Terry antara lain:

Pertama, perencanaan atau التخطيط merupakan tindakan awal dalam bagian

manajemen berupa penentuan gambaran terhadap suatu kegiatan dan penetapan tujuan yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang dengan estimasi waktu beserta metode yang digunakan. Kegiatan perencanaan bermaksud untuk mengoptimalkan penggunaan dana, sarana, sumber daya secara holistik agar mencapai hasil yang diharapkan secara efektif dan efisien.

Kedua, pengorganisasian atau **التَّظْمِيمُ** merupakan serangkaian usaha yang bertujuan menciptakan hubungan fungsional pada setiap elemen organisasi agar nantinya menjalankan fungsi sesuai dengan tugasnya masing-masing. Pada fungsi kedua ini, sosok pemimpin bijak sangat dibutuhkan yang dinilai mampu mengkoordinasikan manajemen strategis yang tepat. Tugas seorang pemimpin kepada personil diantaranya mendelegasikan pekerjaan, menentukan metode kerja, wewenang dan tanggung jawab setiap unit kerja supaya sumber daya beroperasi secara optimal.

Ketiga, pengarahan atau **التَّنْشِيقُ** merupakan usaha untuk menggerakkan semua unsur anggota untuk mengerjakan bagian tugas yang akan direalisasikan setelah pembagian tugas ditentukan melalui perorganisasian. Tiga aspek pokok pengarahan yaitu kepemimpinan memberikan arahan dengan cara yang mendidik, motivasi positif dan mengembangkan komunikasi agar menunjukkan sikap kooperatif.

Keempat, pengawasan atau **الرِّقَابَةُ** merupakan manajemen fungsi yang memperbaiki suatu hal yang tidak lurus, mengoreksi dan membenarkan yang sesuai dengan apa yang dianjurkan dalam syariat. Pengawasan atau evaluasi berarti memberikan penilaian atas kinerja yang telah dilakukan dan selanjutnya dapat melaksanakan pengawasan lebih lanjut sesuai dengan prosedur organisasi bisnis. Hal ini berguna untuk menilai ketepatan tingkat pencapaian, memberikan masukan atas perbaikan dan penyempurnaan strategi selanjutnya.

Konsep Dasar Manajemen Strategis Bisnis Syariah di Era Digital

Kemunculan *e-commerce* atau pedagang online di era digital yang melakukan transaksi komoditas secara elektronik dengan memanfaatkan teknologi dan internet sesungguhnya memberikan warna baru dalam model bisnis itu sendiri. Peluang dan potensi terlihat sangat besar dan terbuka lebar. Setiap kegiatan yang dilakukan oleh seorang muslim selalu disandarkan pada tauhid dan syariat Islam. Sebagai muslim taat yang menerapkan syariat Islam dalam kehidupan, perlu mendorong pembangunan praktik manajemen strategi spiritual sebagai panduan dalam transaksi pada *e-commerce* sehingga dapat menciptakan suasana bisnis yang aman, nyaman dan ramah bagi masyarakat.

Bisnis yang bernuansa Islami berarti menjalankan kegiatan usaha yang semuanya berlandaskan kepada prinsip-prinsip dalam al-Qur'an dan hadis Nabi. Prinsip tersebut

berarti bermuamalah dengan mengutamakan etika dan akhlak seperti menjauhi praktik riba, tidak bertindak zalim kepada pihak lain dengan mengambil haknya, *gharar* (menipu), *jalalah* (ketidakjelasan) dan praktik penyimpangan lainnya. Sebagai contoh praktik penyimpangan yang sering terjadi di era digital seperti sekarang ini yaitu banyaknya penipuan yang dilakukan oleh pedagang yang berjualan di *platform online* yang dimana mereka memberikan barang yang tidak sesuai dengan apa yang menjadi permintaan dari pembeli. Hal ini tentu tidak dibenarkan dalam Islam karena merugikan pihak pembeli dan memberikan keuntungan bagi pedagang. Maka dari itu pentingnya rambu-rambu yang menjadi pedoman dalam melakukan transaksi bisnis.

Manajemen Strategis Syariah semestinya diimplementasikan secara terpadu agar tujuan dapat tercapai dengan pengoptimalan hasil dan kinerja yang diinginkan. Abdul Halim Usman menyebut teori *Five Power of Sharia Strategic Management* (Lima Kekuatan Manajemen Strategis Syariah) sebagai upaya dalam implementasi manajemen berbasis syariah yang dapat digunakan landasan keputusan dalam pengelolaan bisnis:

Pertama, azas tauhid atau ketuhanan, yang dimana meyakini secara mutlak bahwa segala aktivitas bisnis yang dijalankan semuanya atas izin Allah sebagai Maha Pengatur dan senantiasa mengawasi kegiatan yang dilakukan. Menunjukkan sikap berserah diri dan yakin tujuan akan berhasil diraih.

Kedua, orientasi pada dunia sekaligus akhirat, menetapkan tujuan utama bisnis yaitu selain berambisi untuk meraih keuntungan duniawi untuk melanjutkan penghidupan, juga bertujuan untuk meraih manfaat ukhrawi. Hal ini berdampak pada ketenangan dan ketentraman dalam aktivitas sehingga merasakan kebahagiaan lahiriyah dan batiniyah.

Ketiga, motivasi *mardhatillah*, meniatkan seluruh aktivitas bisnis yang dilakukan semata-mata sebagai sarana untuk mencari pahala dan meraih ridha Allah. Hal ini akan memberikan motivasi bagi seluruh unsur dalam manajemen untuk mencapai tujuan dunia dan akhirat.

Keempat, keyakinan ubudiyah ketika bekerja, memercayai bahwa berbisnis merupakan salah satu kegiatan ibadah karena salah satu bentuk ikhtiar dalam mempertahankan hidup. Allah pun mencintai hamba-Nya yang mau berusaha dan tidak berpangku tangan pada orang lain.

Kelima, kesadaran ihsaniyah pada saat bekerja, meyakini bahwa seluruh gerak gerik akan senantiasa dalam pengawasan Allah. Hal ini jika diamalkan akan membentuk perilaku dapat dipercaya dan jujur tanpa harus diawasi oleh manajemen tingkat atas.

Visi dan misi bisnis tergambar pada isi strategi induk perusahaan yang menerapkan manajemen strategis syariah yang tidak hanya semata-mata hanya mencari keuntungan

dunia yang sifatnya sesaat saja, melainkan juga meraih keuntungan kekal yang bisa membawa sampai akhirat dengan menjadikan ibadah untuk mencari ridha Allah melalui aktivitas tersebut. Strategi syariah bermakna bahwa pengelolaan yang dibenarkan sesuai syariat yang dimana memisahkan antara aktivitas halal-haram, terorganisir rapi dan mengandung kemaslahatan. Namun saat ini praktik penyimpangan dalam bisnis terutama bagi pedagang yang berjualan *online* sangat rawan terjadi. Untuk menghindari hal berikut prinsip-prinsip yang sebaiknya dipegang dalam menjalankan praktik bisnis Islam, diantaranya:

1. Halal yaitu mencari rezeki dengan cara yang dibolehkan dalam Islam.
2. *Tayyib* yaitu menawarkan produk yang baik, memberikan manfaat dari segi zatnya dan tidak mengandung unsur keharaman didalamnya seperti mengandung khamr dan mengandung najis.
3. Kejujuran yaitu mengutamakan keterbukaan kepada pembeli mengenai karakteristik produk yang ditawarkan secara apa adanya sesuai dengan fakta walaupun pembeli tidak dapat melihatnya secara *zahir*. Adanya informasi yang benar dan lengkap terkait kualitas produk.
4. Kewajaran yaitu mengambil keuntungan secara adil dengan tidak mengambil profit yang berlipat ganda terutama jika produk tersebut sedang langka dan dibutuhkan oleh masyarakat.
5. Seimbang yaitu melakukan bisnis dengan tetap menyelaraskan antara mencari penghidupan duniawi dan menyiapkan bekal menuju akhirat.
6. Bersaing dengan sehat yaitu tidak saling menjatuhkan orang lain terutama kompetitor. Manajemen strategis syariah menekankan bahwa kompetitor bukanlah pihak yang harus dikalahkan namun kehadirannya memacu untuk menjadi lebih baik. Untuk mengungguli kompetitor sehingga dapat memenangkan pasar seperti dengan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.
7. Etos kerja yaitu sikap optimisme yang dapat memberikan motivasi dalam bekerja sehingga tujuan dapat tercapai. Nabi Muhammad Saw telah mencontohkan budaya kerja yang harus dimiliki oleh pelaku ekonomi yaitu *shiddiq, amanah, fatanah, dan tabligh*.
8. Profesional yaitu mampu menempatkan diri dan komitmen terhadap aktivitas bisnis yang dijalankan.

Jika seluruh prinsip-prinsip diatas menjadi landasan dalam berperilaku dalam menjalankan manajemen bisnis maka akan memberikan manfaat yakni meminimalisir praktik penyimpangan yang memberikan dampak kerugian bagi pembeli bahkan

pedagang itu sendiri, tercapainya tujuan yang telah direncanakan dan kualitas kerja yang maksimal.

SIMPULAN

Islam mengajarkan bahwa segala sesuatu yang hendak dilakukan harus dikerjakan dengan tertib, benar dan tuntas. Manajemen strategis berbasis syariah adalah seperangkat tindakan dan keputusan yang sebelumnya dirumuskan oleh manajemen puncak dan dilaksanakan oleh semua bagian unsur organisasi bisnis dalam rangka meraih tujuan yang berlandaskan pada syariat-syariat Islam. Manajemen strategis berbasis syariah yang diimplementasikan pada bisnis terkhusus di era transferomasi digital saat ini menekankan pada perilaku atau etika yang bersumber dari ajaran agama Islam (al-Qur'an dan hadis) agar terhindari dari penyimpangan yang bertentangan dengan syariat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifudin, *Manajemen strategik teori dan implemntasi* (Banyumas: Pena Persada, 2021)
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Diponegoro, 2014)
- Feliyani, Nani, "Manajemen Ekonomi Syariah dalam Fungsi-Fungsi Bisnis Islam," *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6.1 (2021), 84 <<https://doi.org/10.30736/jesa.v6i1.106>>
- Hamid, Rahmat Solling dkk, *Manajemen Strategis: Konsep dan Aplikasi dalam Bisnis* (Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia, 2023)
- Harto, Budi. dkk., *Dasar Manajemen Bisnis* (Batam: Cindekia Mulia Mandiri)
- Komariah, K, "Strategi Manajemen Syariah Dalam Menghadapi Era Digital Dan Memenangkan Persaingan Pasar Di Samarinda Kalimantan Timur," *Darul Ulum: Jurnal Ilmiah Keagamaan, Pendidikan dan Kemasyarakatan*, 10.2 (2019), 115–36 <<http://stitdukotabaru.ac.id/ejournal/index.php/darululum/article/view/27%0Ahttps://stitdukotabaru.ac.id/ejournal/index.php/darululum/article/download/27/15>>
- Latifah, Eny, *Pengantar Bisnis Islam* (Grobogan: Sarnu Untung, 2020)
- Maleha, Yanti Nova, "Manajemen Bisnis Dalam Islam," *Economica Sharia*, 1.2 (2016), 43–53
- Mardalis, Ahmad, Imron Rosyadi, dan Muhammad Sholahuddin, "Fungsi Manajemen dalam Islam," *Urecol:University Research Colloquium 2017*, 6.1 (2017), 147–50
- Mesiono dan Mursal Azis, *Manajemen dalam Perspektif Ayat-Ayat Al-Qur'an* (Medan: Perdana Publishing, 2020)
- Muna, Muhammad Niltal, "Implementasi Manajemen Strategik Syariah di BMT Amanah Ummah," *JESTT*, 2.16.1.2015 (2015), 1052–68
- Nofiani, Panca Windi, dan Mansur Chadi Mursid, "Pentingnya Perilaku Organisasi Dan

- Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Era Digital," *Jurnal Logistik Bisnis*, 11.2 (2021), 71–77
<<https://ejournal.poltekpos.ac.id/index.php/logistik/article/view/1563>>
- Nugraha, Aryan Eka Prastya, dan Indri Murniawaty, "Sharia Digital Business : Strategi Dan Pengembangan Bisnis Berkelanjutan," *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6.2 (2018), 241 <<https://doi.org/10.21043/equilibrium.v6i2.3623>>
- Rahyu, T. Puji, *Pelaku Kegiatan Ekonomi*, I (Semarang: Alprin, 2019)
- Ramayulis, *Ilmu Pendidikan Islam* (Jakarta: Kalam Mulia, 2008)
- Sakdiyah, Halimatus dan Abdul Rohman, "MINAT PENGUNJUNG DITINJAU PERSPEKTIF SYARIAH," 1.4 (2022), 1–22
- Santoso, Rukun, dkk., *Konsep dan Implementasi Manajemen Strategi*, ed. oleh Suwandi (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022)
- Sedjati, Retina Sri, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: Deepublish)
- Setiawan, H C B, dan B D Komara, "Manajemen Bisnis Syariah Berbasis Kewirausahaan di Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Sidoaro," *Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah*, 02.01 (2020), 20–31
- Toha, Mohamad, dan Khoirur Rozikin, "Implementasi Maqasid Al-Shari'ah Dalam Manajemen Strategis Syariah," *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 5.1 (2020), 35–41
<<https://doi.org/10.30736/jesa.v5i1.75>>
- Ulum, Misbahul, "Prinsip-Prinsip Jual Beli Online dalam Islam dan Penerapannya pada e-Commerce Islam di Indonesia," *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 17.1 (2020), 49–64
<<https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i1.1115>>
- Umar, Husein, *Strategic Management in Action* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008)
- Usman, Abdul Halim, *Manajemen Strategis Syariah* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2015)
- Wheelen, Thomas dan David Hunger, *Strategic Management And Public Policy* (USA: Addition, 1989)
- Yam, Jim Hoy, *Manajemen Strategi: Konsep dan Implementasi*, 2 ed. (Makassar: Nas Media Pustaka)
- Zakariah, M. Askari, Vivi Afriani dan Zakariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research and Development (R n D)* (Kolaka: Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warahmah, 2020)