

**ANALISIS MANAJEMEN PENGELOLAAN USAHA NUJU
COFFEE UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN
PERUSAHAAN MENURUT PERSPEKTIF ISLAM**
(Studi Pada Nuju Coffee)

Skripsi
**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh:

VALEN DESLIENA FITRA
1851040048

Manajemen Bisnis Syariah

Pembimbing I : Dr. Hanif, S.E., M.M

Pembimbing II : Vicky F Sanjaya, S.E., M.Sc



**JURUSAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
2022 M/1443 H**

**ANALISIS MANAJEMEN PENGELOLAAN USAHA NUJU
COFFEE UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN
PERUSAHAAN MENURUT PERSPEKTIF ISLAM**
(Studi Pada Nuju Coffee)

Skripsi
**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh:

VALEN DESLIENA FITRA
1851040048
Manajemen Bisnis Syariah

Pembimbing I : Dr. Hanif, S.E., M.M
Pembimbing II : Vicky F Sanjaya, S.E., M.Sc



JURUSAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
2022 M/1443 H

ABSTRAK

Dalam membuka suatu bisnis tidak dapat kita pungkiri bahwa pesaing bisnis akan selalu ada dalam berwirausaha, dengan ini maka pebisnis dituntut untuk selalu dapat mengerti dan memahami kondisi pasar yang ada. Nuju Coffee berdiri disaat sedang marak maraknya virus corona dan tidak terduga ternyata nuju coffee malah berkembang begitu pesat, karena dengan waktu yang singkat nuju coffee telah membuka tiga cabang dengan waktu yang berdekatan, dikarenakan hal ini maka peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana cara pengelolaan usaha nuju coffee untuk meningkatkan pendapatan perusahaan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, pengumpulan data dilakukan melalui observasi secara langsung, wawancara dengan beberapa owner nuju coffee, dokumentasi aktivitas penelitian, serta membaca dan mengambil dari buku buku yang berkaitan dengan persoalan yang sedang diteliti. Teknik analisis penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data yang berhubungan dengan *balanced scorecard* dan menarik kesimpulan/ verifikasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari hasil wawancara mengenai perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan serta dilihat dari hasil ukur *balanced scorecard* dilihat dari hasil presentase dari tahun sebelumnya ke tahun selanjutnya meningkat maka dapat dikatakan kinerja nuju coffee dalam mengelola usahanya yaitu baik akan tetapi ada yang menurun yaitu dibagian kepuasan karyawan nuju coffee dimana hasil presentasenya mengalami penurunan karena lebih banyaknya karyawan yang keluar ditahun selanjutnya. Pengelolaan Nuju Coffee yang dilakukan oleh owner ownernya sudah sejalan dengan prinsip pengelolaan dalam Islam, tetapi tidak secara formal menerapkan hukum ekonomi Islam.

Kata kunci: Manajemen, Pengelolaan Usaha, Meningkatkan Pendapatan.

ABSTRACT

In opening a business, we cannot deny that business competitors will always exist in entrepreneurship, with this, business people are required to always be able to understand and understand the market conditions. Nuju Coffee was established when the corona virus was rampant and unexpectedly, it turned out that Nuju Coffee was actually growing so rapidly, because in a short time, Nuju Coffee had opened three branches in close proximity, because of this, researchers were interested in knowing how to manage a Nuju Coffee business. to increase company revenue.

This study uses qualitative methods, data collection is carried out through direct observation, interviews with several owners to go to coffee, documentation of research activities, as well as reading and taking from books related to the problem being studied. The analysis technique of this research uses data reduction, data presentation related to the balanced scorecard and draw conclusions/verification.

The results of this study indicate that from the results of interview regarding planning, organizing, actuating, and controlling as well as judging by the results of the balanced scorecard measurement seen from the percentage results from the previous year to the next year, it can be said that the performance of nuju coffee in managing its business is good but there are which decreased, namely the employee satisfaction section towards coffee where the percentage results decreased because more employees left the following year. The management nuju coffee carried out by the owners is in line with management principles in Islam, but does not formally apply Islamic economic.

Keywords: Management, Business Management, Increase Income

SURAT PENYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Valen Desliena Fitra
NPM : 1851040048
Jurusan/Prodi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “**Analisis Manajemen Pengelolaan Usaha Nuju Coffee Untuk Meningkatkan Pendapatan Perusahaan Menurut Perspektif Islam (Studi Pada Nuju Coffee)**” adalah benar benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun plagiat dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar rujukan.

Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 02 Juni 2022

Penulis



Valen Desliena Fitra

1851040048



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Kota Bandar Lampung, 35131

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : "Analisis Manajemen Pengelolaan Usaha Nju Coffee Untuk Meningkatkan Pendapatan Perusahaan Menurut Perspektif Islam (Studi Pada Nju Coffee)"
Nama : Valen Desliena Fitra
NPM : 1851040048
Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqsyahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Hanif, S.E., M.M

NIP. 197048232000031001

Vicky F Sanjaya, S.E., M.Sc

NIP. 199411122019031009

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah

Dr. Ahmad Habibi, S.E., ME

NIP. 197905142003121003



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmim, Sukarame, Kota Bandar Lampung, 35131

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Analisis Manajemen Pengelolaan Usaha Nuju Coffee Untuk Meningkatkan Pendapatan Perusahaan Menurut Perspektif Islam (Studi Pada Nuju Coffee)” disusun oleh Valen Desliena Fitra NPM: 1851040048 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Telah diujikan dalam sidang Munaqasyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: Rabu, 22 Juni 2022.

TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Nasruddin, M. Ag

(.....)

Sekretaris : Sania Nuraziza, M.B.A.

(.....)

Penguji I : Anas Malik, M.E., Sy.

(.....)

Penguji II : Dr. Hanif, S.E., M.M

(.....)

Penguji III : Vicky F. Sanjaya, M.Sc

(.....)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. **UIN RADEN INTAN LAMPUNG** L. M.M., Akt. CA

2008011008



MOTTO

وَيَقَوْمٍ أُوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ
أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿٨٥﴾¹

“Dan wahai kaumku! Penuhilah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan jangan kamu membuat kejahatan di bumi dengan berbuat kerusakan.” (Qs. Hud:85)



¹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 231

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kehadiran Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat-Nya kepada kita semua. Penulisan skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta saya, yaitu H. Zulfikri, S.H. dan Ibu Hj. Sandiaty serta kakak kakak saya yang selama ini selalu memberi semangat serta dukungannya untuk mewujudkan cita citaku, serta yang telah mendidik dan mengajarkan untuk selalu hidup dengan sabar dan jujur.

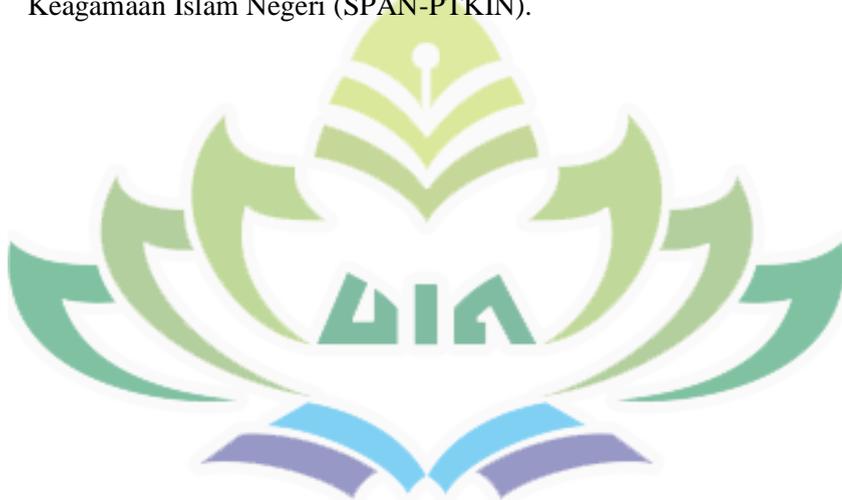
Buat pembimbingku Dr. Hanif, S.E.,M.M dan Vicky F. Sanjaya, S.E., M.Sc serta dosen dosen yang telah mengajarku, dan telah banyak memberi ilmu pengetahuan, sehingga dapat merubah diriku menjadi lebih baik dari sebelumnya sehingga aku bisa menjadi seperti ini.

Dan untuk sahabat sahabatku tercinta terimakasih atas support dan doa yang telah kalian berikan selama ini dan juga teman teman seangkatan dan seperjuangan di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung khususnya jurusan Manajemen Bisnis Syariah kelas A yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu terimakasih atas support, semangat, doa dan sarannya dalam penyusunan skripsi ini. Begitu banyak kenangan yang telah kalian berikan kepada saya selama duduk dibangku kuliah.

Terimakasih kepada kalian semua karena telah membantu serta mendoakan saya, semoga dikemudian hari Allah selalu mengiringi langkah kalian dan diberikan kesuksesan.

RIWAYAT HIDUP

Valen Desliena Fitra dilahirkan di Bandar Lampung, pada tanggal 14 Desember 2000. Penulis merupakan anak terakhir dari lima bersaudara dari pasangan H. Zulfikri, S.H. dan Ibu Hj. Sandiaty. Penulis memulai pendidikan di TK Al-Kautsar Bandar Lampung pada tahun 2005-2006, SD Al-Kautsar Bandar Lampung pada tahun 2006-2012, SMP Al-Kautsar Bandar Lampung pada tahun 2012-2015, SMA Negeri 15 Bandar Lampung pada tahun 2015-2018. Pada tahun 2018, penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung melalui jalur Seleksi Prestasi Akademik Nasional Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (SPAN-PTKIN).



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan akhir praktik umum ini. Praktik umum ini merupakan salah satu mata kuliah wajib sebagai program pengembangan kemampuan lapang yang bertujuan untuk memberikan kesempatan pada mahasiswa untuk mengaplikasikan beragam pengetahuan yang diperoleh selama duduk di bangku perkuliahan sesuai dengan bidang keilmuan. Hal ini sangat penting karena nantinya setelah menyelesaikan kuliah, mahasiswa akan dihadapkan pada dinamika maupun polemik majemuk dalam dunia kerja. Pengalaman tersebut diharapkan mampu membantu mahasiswa untuk mempersiapkan diri di dunia kerja.

Terwujudnya skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi dalam Program Manajemen Bisnis Syariah S1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, dengan judul **“Analisis Manajemen Pengelolaan Usaha Nuju Coffee Untuk Meningkatkan Pendapatan Perusahaan Menurut Perspektif Islam (Studi Pada Nuju Coffee)”** penulisan ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik petunjuk dan masukan secara langsung maupun tidak langsung, terutama dilingkungan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan, mengingat keterbatasan penulis dalam hal pengetahuan, kemampuan, pengalaman dan juga waktu. Namun inilah terbaik yang dapat penulis lakukan dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan bagi penyempurnaan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini. Terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung beserta Wakil Dekan I,II, dan III.

2. Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E. selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
3. Dr. Hanif, S.E., M.M. dan Vicky F. Sanjaya, S.E., M.Sc. selaku pembimbing yang telah dengan sabar dan penuh perhatian meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, nasehat dan bantuannya dengan sangat baik kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan
4. Bapak dan Ibu Dosen pengajar serta Staf Karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah memberikan nekal ilmu pengetahuan selama menempuh pendidikan di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
5. Seluruh Staf Administrasi dan perpustakaan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah memberikan bantuannya kepada penulis.
6. Owner owner Nuju Coffee yang telah memperbolehkan penulis dan bersedia untuk mewawancarai mengenai cara peningkatan pendapatan Nuju Coffee
7. Kedua orang tua tercinta Bapak Zulfikri dan Ibu Sandiaty, serta kakak dan adik penulis yang telah memberikan bantuan materil, moril, motivasi, dukungan dan semangat kepada penulis.
8. Teman – teman seperjuangan selama pengerjaan skripsi, Pegy Pradana, Riana Wahda Kamila, Gabrilla Nur Intan, Dewi Fitri Farika, Ana Rohanah, Agung Prayitno, Erza Harum, Rosdiyana, Hevy Nafa Sabrina, dan Sonia Aftika yang telah banyak membantu dalam melaksanakan penyusunan skripsi ini.
9. Sahabat – sahabat penulis, M. Arrez Octapyano, Azarin Nabila, Elza Rafika, Saphira Andina, Amanda Clara, Elma Nurhaya, Nengah Dayu, Theresia Rosalinda, yang selalu memberi semangat dan menemani dalam suka maupun duka.
10. Teman teman Jurusan Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2018 khususnya kelas A yang telah banyak memberikan

bantuan dan dukungan semangat kepada penulis, semoga kita semua dapa menjadi orang bermanfaat.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini, akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Wassalammualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bandar Lampung 2, Juni 2022

Penulis,

Valen Desliena Fitra
NPM. 1851040048



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
PERSETUJUAN	v
PENGESAHAN	vi
MOTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR DIAGRAM	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang	2
C. Identifikasi Dan Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan penelitian	9
F. Manfaat penelitian	9
G. Kajian Terdahulu.....	10
H. Metode Penelitian.....	19
I. Sistematika Pembahasan	27
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Manajemen Strategi.....	29
B. Pengertian Manajemen	32
C. Fungsi Manajemen	34
D. Pengertian Manajemen Pengelolaan Usaha	47
E. Manajemen Dalam Perspektif Islam	53
F. Balanced Scorecard.....	61

BAB III DESKRIPTIF OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	71
1. Sejarah Nuju Coffee	71
2. Struktur Organisasi Nuju Coffee	72
3. Logo dan Slogan Nuju Coffee	77
4. Visi dan Misi Nuju Coffee.....	78
5. Jam Operasional Nuju Coffee.....	78
6. Sumber Daya Manusia Nuju Coffee	78
B. Penyajian Fakta dan Data Penelitian.....	79
1. Hasil Wawancara.....	79

BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian	87
1. Manajemen Pengelolaan Usaha Nuju coffee untuk Meningkatkan Pendapatan Perusahaan	87
2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Usaha Nuju Coffee untuk Meningkatkan Pendapatan	105
3. Manajemen Pengelolaan Usaha Nuju coffee untuk Meningkatkan Pendapatan Perusahaan Menurut Perspektif Islam	110
4. Pemeriksaan Keabsahan Data.....	121
B. Pembahasan	128

BAB V KESIMPULAN

A. Kesimpulan	135
B. Saran.....	136

DAFTAR RUJUKAN.....	139
----------------------------	------------

LAMPIRAN.....	143
----------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Beberapa Kedai Kopi di Kota Bandar Lampung	5
Tabel 1.2 Data Penelitian Terdahulu	10
Tabel 4.1 Data ROI (<i>Return On Investment</i>) Nuju Coffee.....	89
Tabel 4.2 Data <i>Profit Margin</i> Nuju Coffee.....	90
Tabel 4.3 Data Perolehan Pelanggan Baru (<i>Customer acquisition</i>) Nuju Coffee	91
Tabel 4.4 Data Kemampuan Mempertahankan Pelanggan Lama (<i>Customer Retention</i>) Nuju Coffee.....	92
Tabel 4.5 Data Inovasi Nuju Coffee	95
Tabel 4.6 Data Kepuasan Karyawan Nuju Coffee	98
Tabel 4.7 Data Produktivitas Nuju Coffee.....	99
Tabel 4.8 Data Triangulasi	117



DAFTAR DIAGRAM

1. Diagram Balanced Scorecard..... 104



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Nuju Coffee 75



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai kerangka awal untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai judul penelitian, diperlukannya uraian dalam penegasan arti dan makna dari beberapa istilah yang ada di dalam judul penelitian ini. Dengan adanya penegasan judul ini peneliti mengharapkan agar pembaca terhindar dari kesalahpahaman pengertian, di samping itu langkah ini merupakan proses penekanan terhadap pokok permasalahan yang akan dibahas.

Adapun judul penelitian yang saya ambil untuk di pertegas, yaitu: **ANALISIS MANAJEMEN PENGELOLAAN USAHA NUJU COFFEE UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN PERUSAHAAN MENURUT PERSPEKTIF ISLAM** (Studi Pada Nuju Coffee).

Istilah istilah yang perlu dijelaskan sebagai berikut:

1. **Analisis** adalah (kemampuan menguraikan) adalah menguraikan satuan menjadi unit unit terpisah, membagi satuan mnejadi sub bab atau bagian, membedakan antara dua yang sama, memilih dan mengenai perbedaan (diantara beberapa yang dalam satu kesatuan)¹
2. **Manajemen Pengelolaan Usaha** adalah suatu aktivitas khusus yang menyangkut suatu proses dalam mengatur, mengurus kegiatan usaha yang dijalankan oleh orang orang atau suatu badan secara teratur agar dapat tercapainya tujuan usaha tersebut dan meliputi kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan dan evaluasi.
3. **Meningkatkan Pendapatan** adalah menurunnya ongkos sehubungan penggunaan yang lebih besar *short-term financing* dan berkurangnya *long-term financing*. Dan bisa ditarik kesimpulan yaitu

¹ Abdul Majid, *Implementasi Kurikulum 2013 Kajian Teoretis Dan Praktis*, (Bandung: Interes Media, 2014), 54

kemampuan suatu usaha dalam memutar modal yang ada untuk dapat menghasilkan laba yang sesuai dengan target perusahaan.²

4. Perspektif Islam adalah mengembangkan bidang keilmuan tidak boleh terlepas dari tata nilai Islam. Ilmu pengetahuan dan proses pendidikan, di pihak lain menjadi jembatan untuk memahami hakikat ketuhanan. Sehingga nantinya apapun cara yang dilakukan tidak lepas dari ajaran agama Islam sehingga bukan hanya mendapatkan keuntungan tetapi juga berkah dan pahala.

Berdasarkan dari pengertian pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa maksud proposal ini ialah menyelidiki atau mencari tau mengenai strategi strategi yang telah dijalankan oleh pihak Nuju Coffee agar dapat meningkatkan pendapatan perusahaan sesuai dengan sudut pandang Islam yaitu menjalankan usaha sesuai dengan ajaran Rasulullah SAW sehingga tidak hanya jasmani yang terpenuhi melainkan rohani serta menjalankan usahanya mendapatkan berkah dari Allah SWT, seperti isi dalam surat Al-Jasyiah:18

ثُمَّ جَعَلْنَاكَ عَلَىٰ شَرِيعَةٍ مِّنَ الْأَمْرِ فَاتَّبِعْهَا وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَ
الَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ - ³

“Kemudian Kami jadikan engkau (Nabi Muhammad) mengikuti syariat dari urusan (agama) itu. Maka, ikutlah ia (syariat itu) dan janganlah engkau ikut hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui”

B. Latar Belakang Masalah

Dalam membuka suatu bisnis tidak dapat kita pungkiri bahwa pesaing bisnis akan selalu ada dalam berwirausaha, maka pebisnis harus pintar mengatur strategi yang baik dalam menjalankan bisnisnya

² Alwi Hasan, dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka), 9

³ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 730

dan juga mengetahui adanya peluang dan ancaman yang ada di luar maupun dari dalam usaha karena itu sangat berpengaruh untuk kelangsungan hidup usaha tersebut. Dengan ini maka pebisnis dituntut untuk selalu dapat mengerti dan memahami kondisi pasar yang ada pada saat itu seperti keinginan konsumen, dan juga berbagai perubahan-perubahan atau inovasi yang terdapat di lingkungan bisnis sehingga mampu bersaing dengan pebisnis lainnya dan mencari cara agar dapat meminimalisir ancaman-ancaman yang akan datang.

Dengan demikian pebisnis dituntut untuk dapat memilih dan menetapkan strategi yang dapat digunakan untuk menghadapi para pebisnis lainnya agar perusahaan tidak harus melakukan pengurangan pegawai karena pengeluaran lebih besar dari pendapatan dan parahnya perusahaan mengalami gulung tikar. Dengan adanya persaingan yang begitu ketat membuat pebisnis harus memutar otak agar kinerja organisasi bisnisnya dapat berjalan sesuai yang diinginkan, adanya kondisi seperti ini membuat pebisnis harus hati-hati dalam membuat strategi dan mengambil keputusan yang tepat agar bisnis yang dibangun berjalan dengan baik dan selalu adanya peningkatan pendapatan.

Dalam membuka suatu bisnis tidak bisa sembarangan harus ada suatu proses yang panjang, seperti:

1. Menentukan produk yang diminati banyak orang atau sedang mengikuti trend yang ada pada saat itu, akan tetapi harus mempunyai nilai jual sehingga apabila sudah tidak trend lagi orang akan tetap membelinya,
2. Modal, harus dapat menyesuaikan usaha yang ingin kita bangun dengan modal yang ada.
3. Kemasan, kemasan yang tidak menarik walaupun rasanya enak tetapi itu membuat daya beli konsumen akan berkurang atau bahkan tidak tertarik membeli produk tersebut
4. Harga, harga harus sesuai dengan produk yang kita jual dan juga bisa meriset ke berbagai toko yang menjual barang serupa, sehingga harga yang ditentukan dapat bersaing dengan yang lainnya dan bisa mengundang para pembeli

5. Lokasi, lokasi yang di pilih harus yang strategis atau banyak orang yang melewati jalan tersebut sehingga orang yang lewat akan penasaran dengan produk yang di jual
6. Promosi, pentingnya promosi dalam menjalankan bisnis karena apabila tidak melakukan promosi bagaimana orang akan tau bahwa ada produk baru yang dapat dibeli

Secara harfiah, wira artinya utama, gagah, luhur, berani, teladan atau pejuang. Sedangkan udaha artinya kegiatan yang dilakukan terus menerus dalam mengelola sumber daya untuk menghasilkan barang atau jasa yang akan dijual untuk mendapatkan keuntungan. Jadi wirausaha adalah pejuang yang jadi teladan dalam bidang usaha.⁴

Minuman kopi merupakan salah satu minuman yang diminati oleh banyak orang, bukan hanya untuk kalangan dan umur tertentu melainkan semua orang bisa menikmati minuman satu ini untuk sekedar nongkrong, bercengkrama bahkan melihat pemandangan, tetapi tidak semua orang bisa membuat kopi dengan rasa yang pas terkadang perlu keahlian tertentu untuk membuat rasa kopi itu nikmat, sehingga tidak heran orang-orang keluar rumah hanya untuk membeli kopi yang nikmat.

Pada tahun 2020, kopi di tanah air telah menjadi industri dan diproyeksi terus berkembang. “Prospek kedai kopi sangat bagus, tahun ini akan terus menjamur, kenaikannya bisa 10 sampai 15 persen” kata Head of Marketing PT Toffin Indonesia, Ario Fajar di sela pembukaan pameran, konferensi dan apresiasi Brewfest 2020 di Senayan City Jakarta, dia mengatakan jumlah kopi di Indonesia dalam tiga tahun terakhir meningkat tiga kali lipat dari 1.083 outlet di 2016 menjadi 3.000 outlet pada akhir 2019. Dari jumlah itu, mayoritas di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Medan, hingga Bandung, meski demikian kata dia tidak sedikit kedai kopi mulai merambah kota-kota satelit atau *secondtier* seperti Depok, Lampung, dan Bengkulu.⁵

⁴ Pandji Anoraga & Djoko Sudantoko, *Koperasi, Kewirausahaan, Dan Usaha Kecil*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), 137

⁵ <https://www.beritasatu.com/ekonomi/601687/2020-kedai-kopi-diprediksi-tumbuh-15> di akses pada tanggal 03 Februari 2022

Dengan banyaknya peminat kopi ini membuat minuman kopi ini bisa menjadi salah satu ladang bisnis yang menjanjikan. Usaha minuman kopi sudah lama menjadi usaha yang menjanjikan serta menguntungkan, namun hingga saat ini usaha minuman kopi masih sangat besar dan memiliki peminat yang besar.⁶

Dengan demikian para wirausaha dituntut untuk bisa memilih serta menetapkan strategi yang dapat digunakan untuk menghadapi persaingan yang terjadi, dengan adanya tekanan dalam persaingan yang berat baik itu secara langsung maupun tidak langsung sangat mempengaruhi kinerja organisasi bisnis baik dalam hal teknologi, kebutuhan pelanggan dan siklus produk. Pada saat ini kondisi seperti inilah sangat diperlukannya strategi yang tepat untuk dapat mengambil keputusan maupun langkah langkah tertentu untuk mempertahankan usahanya tersebut. Strategi bersaing juga diperlukan teknik atau cara

Tabel 1.1 Data Beberapa Kedai Kopi di Kota Bandar Lampung

NO	COFFEE SHOP	TAHUN BUKA	ALAMAT
1.	Nuju Coffee	2020	Jalan Jenderal Sudirman
2.	Kedai Kopi Kini	2019	Jalan Arif Rahman Hakim
3.	20kopi	2019	Jalan Wijaya Kusuma
4.	Bun Kopi	2020	Jalan Gajah Mada
5.	Dijou Coffee	2018	Jalan Hos Cokroaminoto
6.	Adiksi Coffee	2019	Jalan Purnawirawan Raya
7.	Piene Coffee	2021	Jalan ZA. Pagar Alam
8.	Doeson Coffee	2019	Jalan Pagar Alam

⁶<https://www.tokomesin.com/pejuang-bisnis-minuman-kopi-dan-analisa-bisnisnya.html> di akses pada tanggal 26 September 2021

9.	Kanara Coffee	2020	Jalan Hos Cokroaminoto
10.	Flip Flop Coffee	2020	Jalan Pulau Sebuku
11.	Matsue Coffee	2020	Jalan Pangeran Antasari

Dapat dilihat dari data tabel di atas, ini hanya sebagian kedai kopi yang berada di kota Bandar Lampung, dengan banyaknya pesaing yang beredar maka hal ini membuat banyaknya yang membuat kedai kopi dengan karakteristik yang berbeda beda. Peneliti sangat tertarik akan perkembangan salah satu kedai kopi yang ada di tabel tersebut yaitu pada Nuju Coffee, karena Nuju Coffee menunjukkan perkembangan yang begitu pesat mengalahkan kedai kopi lainnya yang sudah terlebih dahulu buka. Dalam empat bulan Nuju Coffee telah meraih penjualan sebesar Rp. 42.000.000 dengan total konsumen sebanyak 3.050 orang. Dengan waktu yang singkat Nuju Coffee bisa membuka empat cabang dengan waktu yang berdekatan, hal ini membuat peneliti sangat tertarik akan cara Nuju Coffee dalam mengelola bisnisnya hingga bisa sampai sekarang. Dengan di dasarkan ini, peneliti melakukan pra riset pada tanggal 3 Februari 2022 di kedai kopi Nuju Coffee untuk mendapatkan permasalahan yang ada pada Nuju Coffee dalam menjalankan usahanya.

Hasil wawancara bersama M. Rinaldo Taqarrub sebagai direktur 1 Nuju Coffee mengenai permasalahan dalam pengelolaan usahanya yaitu *“Ehh masalah untuk meningkatkan pendapatan ya contohnya kemarin kita renovasi tuh, tujuan renovasi kemarin kan untuk meningkatkan pelayanan agar customer nyaman kan tapi kan kita ngorbanin satu bulan setengah kita tutup dan punya 15 karyawan yang gak mungkin kita pecat jadi mau gak mau itu kan jadi satu masalah untuk kita tuh gimana caranya ngegajinya sedangkan kita gak ada pemasukan, jadi nuju coffee yang lainnya menanggung beban karyawan karyawan yang ada di cabang yang sedang direnovasi. Adanya pesaing membuat menurun karena kan makin banyak nih tempat tempat baru kayak Hoffman, daja, dll mau gak mau pasar kan pasti terpecah gitu. Pesaing yang sangat sengit menurut kita itu kopi*

*kenangan.*⁷” Dari hasil wawancara tersebut maka disimpulkan bahwa permasalahan yang dihadapi Nuju Coffee yaitu cara peningkatan pendapatan untuk menutupi biaya renovasi dan gaji karyawan di cabang Nuju Coffee yang terletak di singosari selama dua bulan serta persaingan yang ketat bukan hanya di kedai coffee melainkan juga cafe cafe yang baru buka seperti Hoffman lane yang bertema garden cafe dan fore coffee yang baru buka di Mall Boemi Kedaton serta Kopi Kenangan yang berhasil membuat kopi dalam bentuk botol dan dijual di supermarket supermarket yang ada seperti Indomaret, Alhamaret dllnya.

Tidak hanya cara pengelolaan dan strategi yang di ambil saja yang di teliti nantinya tetapi cara Nuju Coffee dalam menjalankan bisnisnya, yaitu sesuai atau tidak dengan yang telah di anjurkan oleh agama kita yaitu Islam serta menjauhkan hal hal yang dilarang oleh agama kita sehingga bisnis yang di bangun akan mendapatkan rahmat dari Allah SWT.

Sektor perniagaan ini di apresiasi Rasulullah SAW. Dalam sabdanya, sebagaimana ditulis Imam al-Suyuthi dalam *al-Jami' al-Shagir* jilid 1 hlm 88: *“Sesungguhnya sebaikbaik usaha adalah usaha pedagang, yaitu pedagang yang apabila mereka berbicara tidak berdusta, diberi kepercayaan tidak berkhianat, berjanji tidak ingkar, membeli tidak mencela, menjual tidak memuji, bila berutang tidak lalai, dan bila berpiutang tidak menyulitkan”* (HR Baihaqi).⁸

Pada suatu ketika di sebuah pasar di pinggir jalan, beliau menemukan seorang pedagang yang sedang menjual setumpuk kurma. Tiba-tiba beliau memasukkan tangannya ke bawah tumpukan kurma itu. Setelah menarik tangannya, lalu beliau bertanya “Kenapa kurma ini basah?” Si pedagang serta-merta menjawab dengan penuh ketakutan, “Ditimpa hujan ya Rasulullah.” Beliau lalu mengusut, “Kalau benar ditimpa hujan kenapa yang basah bagian bawahnya, sementara yang di atas kering?” Pada akhirnya Rasulullah menegaskan *“Barang siapa di antara kalian yang melakukan*

⁷ M. Rinaldo Taqarrub, “Permasalahan Dalam Pengelolaan Nuju Coffee”, *Wawancara*, Februari 3, 2022

⁸ Mustafa Kamal Rokan, *Bisnis Ala Nabi* (Yogyakarta: Bunyan, 2013), Xii

kecurangan dan penikpuan, maka dia tidak termasuk dalam golongan kami” (HR Muslim).⁹

Membuka suatu bisnis tidak hanya memikirkan mengenai pendapatan yang ingin di raih melainkan tetap harus menjalankan bisnis sesuai ajaran Islam. Sehubungan dengan permasalahan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :**“MANAJEMEN PENGELOLAAN USAHA NUJU COFFEE UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN PERUSAHAAN MENURUT PERSPEKTIF ISLAM”**

C. Identifikasi dan Batasan Penelitian

1. Identifikasi Masalah

Dari beberapa uraian di atas yang dipaparkan pada latar belakang, maka dapat di identifikasikan masalah sebagai berikut:

- a. Pendapatan yang berkurang di karenakan pesaingnya bukan hanya dengan kedai kopi saja
- b. Adanya faktor faktor yang mempengaruhi dalam pengelolaan usaha untuk meningkatkan pendapatan

2. Batasan Penelitian

Membuat penelitian ini agar lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipermasalahkan, maka penulis membatasi pembahasan penelitian pada Manajemen Pengelolaan usaha Nuju Coffee untuk Meningkatkan Pendapatan Perusahaan Menurut Perspektif Islam

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah yang diteliti dalam tulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana manajemen Nuju Coffee dalam mengelola bisnis (manajemen) untuk meningkatkan pendapatan?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam manajemen pengelolaan bisnis?

⁹*Ibid*, XV.

3. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap pengelolaan bisnis nuju coffee?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat dikemukakan tujuan peneliti ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui cara manajemen Nuju Coffee dalam mengelola bisnis untuk meningkatkan pendapatan
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam memajemen pengelolaan bisnis Nuju Coffee untuk meningkatkan pendapatan
3. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap bisnis yang dijalan Nuju Coffee dalam mengelola bisnis

F. Manfaat Penelitian

Di harapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun secara praktis, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
 - a. Untuk bisa menambah pengetahuan bagi penulis maupun pembaca mengenai manajemen strategi dan cara mengelola usaha untuk meningkatkan pendapatan menurut perspektif Islam
 - b. Sebagai bahan informasi untuk pihak kampus Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dan juga untuk bahan pertimbangan bagi peneliti yang selanjutnya
2. Manfaat Praktis
 - a. Di harapkan hasil penelitian ini dapat memberikan berupa masukan yang bermanfaat bagi pembaca dan memberikan informasi tambahan mengenai manajemen pengelolaan terkait manajemen pengelolaan usaha Nuju Coffee untuk meningkatkan pendapatan menurut perspektif Islam
 - b. Bisa menjelaskan bahwa hasil penelitian bermanfaat memberikan sumbangan pemikiran bagi pemecahan

masalah yang berhubungan dengan topik atau tema sentral dari suatu penelitian

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut,, peneliti melakukan penelaahan terlebih dahulu terhadap beberapa karya ilmiah yang terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, antara lain:

Tabel 1.2 Data Penelitian Terdahulu

N O	NAMA	JUDUL PENELIT IAN	TAH UN	METODE PENELIT IAN	HASIL
1.	Ferry Andika	Analisa Strategi Marketing Gumati Café Dalam Meningka tkan Konsume n Menurut Perspektif Islam.	2012	Kualitatif	Gumati Cafe sebagai salah satu unit bisnis kuliner di Bogor menggunakan strategi bauran pemasaran. Tulisan ini mencoba menguraikan bagaimana Gumati Cafe menjalankan konsep syariah dalam strategi pemasaran tersebut dengan tujuan mengambil keuntungan dan meraih keberkahan dari Tuhan, meskipun tidak

					<p>menggunakan label syariah dalam penamaan bisnis. Gumati Café menggunakan strategi marketing mix dengan menggunakan konsep 5P (product, price, promotion, place, dan pelayanan) dan menjalankannya sesuai yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW sebagai entrepreneur muslim.</p> <p>Perkembangan Gumati Café semakin banyak konsumen dikarenakan service excellent yang diberikan baik dari layanan maupun fasilitasnya yang menjanjikan kenyamanan dan kepuasan.</p> <p>Terbukti dengan</p>
--	--	--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

					banyaknya yang melakukan reservasi dan pembelian ulang oleh pihak instansi maupun perorangan. ¹⁰
2.	Muhamad Azmi	Manajemen Pengelolaan Usaha Tani Jeruk Dalam Meningkatkan Perekonomian Keluarga Petani Jeruk Menurut Perspektif Ekonomi Islam	2020	Kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan maka peneliti mengambil kesimpulan yaitu, petani jeruk memiliki cara dalam mensejahterakan dan meningkatkan kehidupan anggota keluarganya yang dapat dilihat dari kegiatan perencanaan dan pengawasan yang mencakupi dalam usaha tani jeruk tersebut. Peningkatan perekonomian

¹⁰ Ferry Andika, "Analisa Strategi Marketing Gumati Cafe Dalam Meningkatkan Konsumen Menurut Perspektif Islam," *Jurnal Ekonomi Islam Al-Onfaq*, Volume 3, No. 1, (2012): 96, <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/al-infaq/article/view/63>.

					keluarga petani jeruk menggunakan prinsip ekonomi Islam, maka perekonomian keluarga petani jeruk telah mengalami kemajuan, perubahan, dan perbaikan. ¹¹
3.	Miftahol Arifin, Moh. Kurdi, Syaiful Anwar	Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada	2021	Kualitatif	Penelitian ini dilatar belakangi dengan ketidak stabilan penjualan di bulan bulan terakhir pada Amanda Cafe. Sehingga perlu menerapkan strategi dimana strategi tersebut sesuai dengan era sekarang yaitu strategi digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja yang menjadi kendala

¹¹ Muhammad Azmi, "Manajemen Pengelolaan Usaha Tani Jeruk Dalam Meningkatkan Perekonomian Keluarga Petani Jeruk Menurut Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal ePrints Uniska*, 2020: 1, <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/id/eprint/2950>.

					<p>dalam meningkatkan volume penjualan pada Amanda Cafe dan apa saja strategi yang diterapkan dalam cafe tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang menjelaskan tentang strategi pemasaran digital dalam meningkatkan volume penjualan pada Amanda Cafe di era revolusi industry 4.0. dan data di lapangan dengan wawancara kepada informan, observasi di lapangan dengan pedoman observasi yang telah ditentukan, dan dokumentasi di lapangan yang telah ditentukan sebelumnya. Hasil penelitian ini dideskripsikan</p>
--	--	--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

					melalui berbagai informasi dan data temuan di lapangan selama penelitian, mengenai tentang Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Amanda Café Di Era Revolusi Industri 4.0. ¹²
4.	Cempaka Paramita, Fajar Destari, Suhartadi	Pendampingan UKM Warung Ta Cafe: Peningkatan Manajemen Usaha Dalam Menghadapi Persaingan	2022	Kualitatif	Tren bisnis kedai kopi saat ini yang telah menyebar secara nasional, namun sejak era pandemic Covid-19 tak sedikit pelaku usaha kedai kopi terpaksa gulung tikar, terutama ditingkat UKM, karena tidak bisa mengelola usahanya dengan baik. Salah satu

¹² Miftahol Arifin, Moh. Kurdi, Syaiful Anwar., "Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Amanda Café Di Era Revolusi Industri 4.0," *Jurnal MISSY*, Volume 2, No 1, (2021): 32, <https://ejournalwiraraja.com/index.php/MISSY/article/view/1447/1101>. Juni 2021



					<p>UKM coffee shop yang ada di Jember adalah Warung Ta Cafe yang memiliki banyak potensi untuk dikembangkan. Namun pengelolaan usaha tersebut masih belum dilakukan secara professional, sehingga diperlukan pendampingan melalui pemberian konsultasi dan pelatihan manajemen khususnya operasional/ produksi, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia dan manajemen risiko. Bentuk pendampingan usaha ini melalui pemberian konsultasi dan pelatihan</p>
--	--	--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

					intensif serta pendampingan Penambahan beberapa alat produksi utama dan penguatan branding produk agar UKM ini dapat bertahan di tengah persaingan. ¹³
5.	Winda Ikke Tantina	Manajemen Strategi Pengembangan Objek Pariwisata Cafe Sawah	2018	Kualitatif	Sektor pariwisata memerlukan suatu strategi pola pengembangan yang terencana dan tersusun agar potensi yang dimiliki dapat dikelola secara maksimal dan menjadi daya tarik wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pengembangan objek pariwisata cafe sawah yang dilakukan oleh

¹³ Cempaka Paramita, Fajar Destari, Kristian Suhartadi, "Pendampingan UKM Warung Ta Cafe: Peningkatan Manajemen Usaha Dalam Menghadapi Persaingan," *Jurnal Abdimas*, Volume 3, No. 1, (2022): 159, <https://jabb.lppmbinabangsa.id/index.php/jabb/article/view/197/118>

					<p>Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang di jalankan memiliki empat indikator yaitu yang pertama mengembangkan industri pariwisata dengan mengembangkan usaha warung di area wisata. Strategi kedua mengembangkan destinasi pariwisata dengan</p>
--	--	--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

					<p>menyediakan sarana dan prasarana (kantin, toilet, mushola area parkir, dan wahana permainan). Strategi ketiga yaitu pemasaran dan promosi dengan memanfaatkan sosial media. Strategi keempat pengembangan sumber daya pariwisata, yang dalam hal ini adalah pengembangan sumber daya manusia menjadi tenaga terampil dalam bidang pariwisata.¹⁴</p>
--	--	--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

H. Metode Penelitian

Secara umum metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk bisa mendapatkan data data yang diperlukan untuk penelitian dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Komponen komponen yang akan ditempuh peneliti dalam menggali dan menganalisis data untuk jawaban permasalahan, yaitu:

¹⁴ Winda Ikke Tantina. "Pengembangan Objek Pariwisata Cafe Sawah (Studi Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang)," *Jurnal Publika*, Volume 6, No. 1 (2018): 1, <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/27/article/view/22386/20522>

1. Partisipan dan Lokasi Penelitian

Partisipan yang di maksud adalah sebuah informan yang mendukung dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini yang terpilih menjadi informan ialah owner dan karyawan dari Nuju Coffee. Penelitian ini dilakukan di Jl. Jend. Sudirman 10BC, RT.001, Rw. Laut, Enggal, Kota Bandar Lampung, Lampung 35213 pada usaha Nuju Coffee. Alasan penulis mengambil lokasi ini karena masuk ke dalam lokasi yang strategis dan ramai di lalui banyak orang serta penulis ingin mengetahui bagaimana cara Nuju Coffee mengelola bisnisnya.

2. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Dilihat dari permasalahan yang ada maka penelitian ini masuk ke dalam jenis penelitian lapangan (Field research), yaitu sebuah penelitian yang penelitiannya langsung turun ke lapangan dan dalam kehidupan yang sebenarnya. Penelitian kualitatif menuntut sebanyak mungkin kepada penelitiannya untuk melakukan sendiri kegiatan penelitian di lapangan (sebagai tangan pertama yang mengalami langsung di lapangan). Ini tidak hanya akan membantu peneliti dalam memahami konteks dan berbagai perspektif dari orang yang sedang diteliti, tetapi juga supaya mereka yang diteliti menjadi lebih terbiasa dengan kehadiran peneliti ditengah-tengah mereka sehingga “efek pengamat” (*the observer effect*) menjadi seminimal mungkin adanya¹⁵. Peneliti akan berusaha mengungkap secara *faktual* dan *aktual* secara sistematis mengenai peran Analisis Manajemen Pengelolaan Usaha Nuju Coffee Untuk Meningkatkan Pendapatan Perusahaan Menurut Perspektif Islam (Studi Pada Nuju Coffee).

¹⁵Hardani dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta, 2020), 19

b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang menggambarkan objek tertentu serta menjelaskan hal hal yang terkait dengan atau melukiskan secara sistematis fakta fakta atau karakteristik populasi tertentu dalam bidang tertentu secara *factual* dan cermat.¹⁶ Penelitian deskriptif kualitatif ini untuk dapat memperoleh, menafsirkan, dan menguraikan data yang ada bersamaan dengan situasi yang sedang terjadi (apa adanya) tanpa adanya manipulasi pada variabel yang sedang diteliti, sehingga penelitian ini lebih menekankan makna pada hasilnya.

Pada penelitian ini, peneliti hendak menjabarkan dan menggambarkan apa adanya mengenai Analisis Manajemen Pengelolaan Usaha Nuju Coffee Untuk Meningkatkan Pendapatan Perusahaan Menurut Perspektif Islam (Studi Pada Nuju Coffee).

3. Sumber Data

a. Data Primer

Pengertian data primer adalah sebuah data yang langsung didapatkan dari sumber dan diberi kepada pengumpul data atau peneliti.¹⁷ Dengan cara di adakannya wawancara secara langsung dengan subjek penelitian yaitu pemilik usaha serta karyawan yang ada di Nuju Coffee.

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh yaitu data yang sudah diolah terlebih dahulu seperti membaca dari buku buku, jurnal atau melalui google yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Data sekunder yang di ambil untuk penelitian

¹⁶Sariuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,1998),

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 225

ini ialah pengertian yang ada di judul peneliti serta literatur lain yang terkait dengan penelitian.

4. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Menurut Asyari (1983) menyatakan pula bahwa observasi adalah suatu pengamatan yang khusus dan pencatatan yang sistematis yang ditujukan pada satu atau beberapa fase masalah dalam rangka penelitian, dengan maksud untuk mendapatkan data yang diperlukan untuk pemecahan masalah yang dihadapi.¹⁸ Cara ini sangat sesuai untuk mengkaji proses dan perilaku, menggunakan metode ini berarti menggunakan mata dan telinga sebagai jendela untuk merekam data.¹⁹ Atau singkatnya yaitu langsung turun ke lapangan untuk meninjau dan mengamati secara langsung di lokasi penelitian yang terkait dengan judul penelitian

b. Wawancara

Menurut arikunto (1993) wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara.²⁰ Wawancara adalah cara menjangkau informasi atau data melalui interaksi verbal/lisan. Wawancara memungkinkan kita menyusup ke dalam “alam” pikiran orang lain, tepatnya hal hal yang berhubungan dengan perasaan, pikiran, pengalaman, pendapat, dan lainnya yang tidak bisa di amati.²¹ Atau singkatnya yaitu mengumpulkan data

¹⁸ Sapari Imam Asyari, *Suatu Petunjuk Praktis Metodologi Penelitian Sosial* (Surabaya: Usaha Nasional, 1983), 82

¹⁹ Suwartono, *Dasar Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), 41

²⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi revisi II, (Jakarta: Rineka Cipta, 1993), 126.

²¹ *Ibid.* 48.

dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada narasumber yaitu pengelola bisnis Nuju Coffee.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal hal atau variabel variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, leger, agenda dan sebagainya.²² Metode dokumentasi ini merupakan sumber non manusia, yang cukup bermanfaat karena telah tersedia dan juga merupakan sumber yang stabil dan akurat sebagai cerminan situasi atau kondisi yang sebenarnya, serta dapat di analisis scara berulang ulang tanpa mengalami perubahan.²³

Dalam penelitian ini dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan data yang lengkap, seperti dokumen mengenai latar belakang dan kegiatan kegiatan yang dilaksanakan yang berhubungan dengan analisis manajemen pengelolaan usaha Nuju Coffee dalam meningkatkan pendapatan.

Dengan metode ini, peneliti bisa mendapatkan informasi dari sumber tertulis suatu dokumen yang dimiliki narasumber, yang nantinya akan dijadikan sebagai sumber pendukung untuk melihat keberhasilan Nuju Coffee dalam mengelola usaha untuk dapat meningkatkan pendapatan menurut perspektif Islam

d. Studi pustaka

yaitu membaca dan mengambil dari buku buku yang berkaitan dengan persoalan yang sedang diteliti

²² Moh. Nazir. *Metode penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011), 188.

²³ Samsu, *Metode penelitian: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development)* (Jambi: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA), 2017), 99

5. Metode Pengolahan Data

Setelah semua data terkumpul maka peneliti akan melakukan pengolahan data, sehingga data yang didapatkan merupakan data yang benar dibutuhkan dalam menunjang penelitian. Metode pengolahan data ini menjelaskan prosedur pengolahan dan analisis data sesuai dengan pendekatan yang dilakukan. Setelah semua data terkumpul, maka selanjutnya peneliti akan melakukan pengolahan data sehingga nanti data yang di peroleh merupakan data yang benar benar dibutuhkan dalam menunjang penelitian.

a. Tahap Tahap yang digunakan dalam Metode Pengolahan Data:

1. *Editing* (pemeriksaan data)

Editing (pemeriksaan data) adalah seleksi atau pemeriksaan ulang terhadap sumber data yang terkumpul. Setelah sumber data terkumpul maka dilakukan seleksi dengan berbagai macam pengolahan data, yang kemudian dapat diketahui kesalahan jika terdapat ketidaksesuaian.²⁴ Dalam penelitian ini, peneliti melakukan proses *editing* terhadap hasil wawancara narasumber Nuju Coffee.

2. *Analysing* (analisis)

Analysing (analisis) adalah sesuatu yang bersifat uraian, penguraian, dan kupasan.²⁵ Tahap ini ialah tahap menganalisis data data yang sudah diperoleh lalu akan dihubungkan dengan fokus masalah yang diteliti dengan menggunakan kerangka teori yang telah ditetapkan.

3. *Concluding* (Pembuatan Kesimpulan)

Concluding (pembuatan kesimpulan) adalah tahapan terakhir dari prosedur pengolahan data suatu penelitian. Pada tahap ini peneliti akan menyimpulkan hasil penelitiannya secara jelas, kesimpulan ini nantinya akan

²⁴ Husein Suyuti, *Pengantar Metode Rised* (Jakarta: Fajar Agung, 1989), 64

²⁵ Hendro Darmawan, *Kamus Ilmiah Populer Lengkap, dengan EYD dan Pembentukan Istilah serta Akronim Bahasa Indonesia* (Yogyakarta: Bintang Cemerlang, 2011), 737.

menjawab dari rumusan masalah dalam penelitian yang dilakukan. Dalam bahasa Heri Jauhari adalah simpulan. Simpulan merupakan bab terakhir yang berisi jawaban jawaban atas pertanyaan atau masalah penelitian yang diperoleh berdasarkan hasil analisis data.²⁶

b. Analisa Data

Menurut sugiyono, yang dimaksud dengan teknik analisis data adalah proses mencari data, menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.²⁷ Data yang nantinya terkumpul merupakan data kualitatif yaitu data tertulis yang diambil dari hasil wawancara/ observasi ataupun dokumentasi tidak berbentuk angka.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan reduksi data, penyajian data yang berhubungan dengan *balanced scorecard* dan menarik kesimpulan/ verifikasi. Dengan demikian data yang disimpulkan dalam penelitian mungkin akan menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin tidak karena masalah dalam penelitian ini bersifat sementara dan akan berkembang setelah penulis berada di lapangan.

²⁶ Heri Jauhari, *Pedoman: Penulisan Karya Ilmiah* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 42

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010), 335

c. Pemeriksaan Keabsahan Data

Dikarenakan penelitian ini merupakan penelitian kualitatif data yang berhasil di gali, dikumpulkan, dan dicatat dalam kegiatan penelitian yang dimana penelitian harus diusahakan kebenarannya, oleh karena itu peneliti harus memilih dan menentukan cara cara yang tepat untuk mengembangkan validitas data yang diperoleh. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Dalam penelitian ini, validitas dan realibitas data yang akan digunakan oleh peneliti meliputi:

1. Uji Kredibilitas

Merupakan kepercayaan data dalam penelitian kualitatif temuan data dapat dikatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi. Uji kredibilitas dapat dilakukan dengan:

a. Perpanjangan Keikutsertaan

Perpanjangan keikutsertaan ini menuntut peneliti untuk terjun ke dalam lokasi dan dalam waktu yang cukup panjang untuk mendeteksi dan memperhitungkan *distorsi* (penyimpangan).

b. Ketekunan Observasi

Ketekunan observasi ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi karakteristik dan elemen dalam suatu situasi yang sangat relevan dengan permasalahan atau isu yang sedang diteliti dan memfokuskannya secara detail.

c. Trianggulasi

Trianggulasi merupakan teknik yang digunakan untuk menguji keterpercayaan data (memeriksa keabsahan data) dengan memanfaatkan hal hal lain yang ada di luar data tersebut untuk keperluan mengadakan pengecekan atau sebagai

pembandingan terhadap data tersebut.²⁸ Triangulasi terbagi menjadi triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu.²⁹

2. Uji Dependabilitas

Uji dependabilitas merupakan suatu penelitian yang reliabel apabila orang lain dapat mengulangi/mereplikasi proses penelitian tersebut. Uji dependabilitas dalam penelitian kualitatif disebut dengan reliabilitas, dependabilitas dapat dilakukan dengan melihat keseluruhan proses penelitian, caranya dilakukan oleh pembimbing untuk melihat keseluruhan aktivitas peneliti, dimulai dari bagaimana peneliti tersebut mulai melakukan penelitian menemukan masalah.³⁰

I. Sistematika Pembahasan

Untuk dapat memudahkan bagi pembaca dalam menganalisa dan memahami hasil dari penelitian ini, maka dibuatlah satu sistematika penulisan yang dibagi atas beberapa bab sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan yang terdiri dari penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian, dan sistematika penulisan

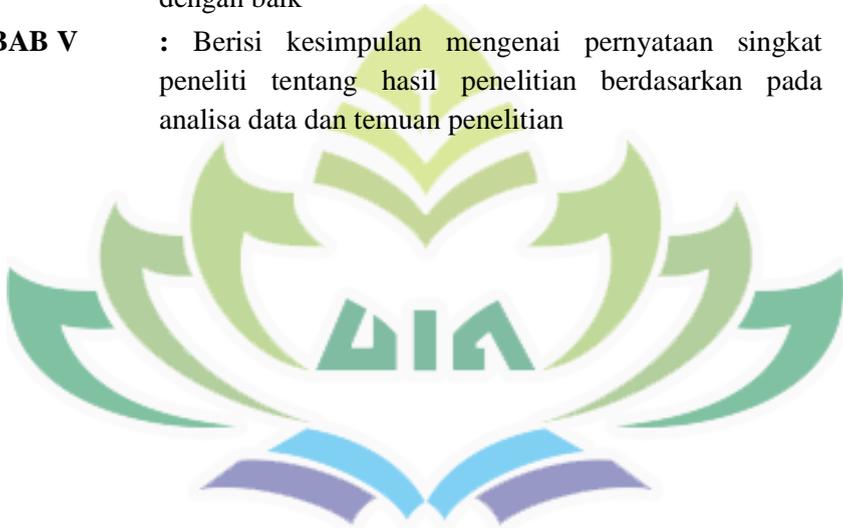
BAB II : Tinjauan teoritis memuat uraian tentang kerangka teori yang relevan dan terkait dengan tema skripsi yang ditulis

²⁸ Samsu, *Op.Cit.*, hal. 100-101

²⁹ Sulistiyono, skripsi: *Studi Kualitatif Deskriptif Perilaku Konsumen Rilis Fisik VYNIL di Yogyakarta*, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), 47

³⁰ *Ibid.*,49

- BAB III** : deskriptif penelitian berisi mengenai gambaran umum lokasi objek penelitian seperti sejarah nuju coffee, struktur organisasi nuju coffee, logo dan slogan, visi dan misi, jam operasional, sumber daya manusia. Dan penyajian fakta dan data penelitian yang berisikan uraian tentang fakta fakta temuan dilapangan yang didukung dengan data data yang ditemukan di lapangan dan mendeskripsikan data sesuai dengan fokus penelitian pertanyaan yang diajukan
- BAB IV** : hasil dan pembahasan yang berisi tentang deskripsi hasil analisis data penelitian yang sudah terorganisasi dengan baik
- BAB V** : Berisi kesimpulan mengenai pernyataan singkat peneliti tentang hasil penelitian berdasarkan pada analisa data dan temuan penelitian



BAB II LANDASAN TEORI

A. Manajemen Strategi

1. Pengertian Manajemen Strategi

Strategi disusun pada dasarnya untuk membentuk *response* terhadap perubahan eksternal yang relevan dari suatu organisasi. Perubahan eksternal tersebut tentunya akan dijawab dengan memperhatikan kemampuan internal dari suatu organisasi. Sampai seberapa jauh suatu organisasi dapat memanfaatkan peluang dan meminimalkan ancaman dari luar untuk memperoleh manfaat yang maksimal dengan mendayagunakan keunggulan organisasi yang dimiliki pada saat ini.

Ketidakmampuan atau ketidakpedulian untuk melihat perubahan lingkungan eksternal ini akan membuat *shock* suatu organisasi, sehingga strategi berguna untuk menjaga, mempertahankan, meningkatkan kinerja serta keunggulan bersaing dari suatu organisasi (Pearce and Robinson, 1996). Beberapa hasil penelitian mengungkapkan bahwa organisasi yang mempunyai strategi yang jelas/ formal, lebih unggul (*outperformed*) kinerjanya dibandingkan dengan organisasi tanpa/ tidak terformulasi dengan jelas strateginya.

Kenoehl Ohmae (Wahyudi, 1996) membandingkan tiga macam proses berfikir yaitu berfikir secara mekanik, intuisi dan strategic. Dari ketiganya dapat disimpulkan bahwa berfikir secara strategic akan menghasilkan penyelesaian yang lebih kreatif dan berbeda bentuknya daripada hanya berfikir secara mekanik dan intuisi, dengan semakin kreatif dalam memecahkan masalah, maka akan semakin kecil tingkat kesalahan yang mungkin timbul di masa yang akan datang dan hal ini akan membuat keuntungan bagi si pembuat keputusan.³¹

Manajemen strategi dapat didefinisikan sebagai ilmu tentang perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya.

³¹ Abd. Rahman Rahim dan Enny Radjab, *Manajemen Strategi*, (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar:2016), 2-3

Sebagaimana tersirat dalam definisi tersebut, manajemen strategi terfokus pada upaya memadukan manajemen, pemasaran, keuangan (akuntansi), produksi (operasi), penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasi. Istilah manajemen strategi dalam buku teks ini sepadan dengan istilah perencanaan strategis.

Strategi manajemen adalah suatu proses yang dirancang secara sistematis oleh manajemen untuk merumuskan strategi, menjalankan strategi, dan mengevaluasi strategi dalam rangka menyediakan nilai nilai yang terbaik bagi seluruh pelanggan untuk mewujudkan visi organisasi. (Bambang, 2003:3) Manajemen strategi adalah suatu proses yang digunakan oleh manager dan karyawan untuk merumuskan dan mengimplementasikan strategi dalam penyediaan customer value terbaik untuk mewujudkan visi organisasi. (Mulyadi, 2011:40)

Manajemen strategi adalah apa yang manager lakukan untuk mengembangkan strategi organisasi. Ini adalah tugas penting, yang melibatkan semua fungsi manajemen dasar perencanaan, pengorganisasian, memimpin, dan pengendalian. (Mulyadi, 2011:40) manajemen strategi adalah serangkaian dari pada keputusan managerial dan kegiatan kegiatan yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang, kegiatan tersebut terdiri dari perumusan atau perencanaan strategi, pelaksanaan dan evaluasi. (Wheelen,2010:105)

Dari beberapa pendapat tersebut, dapat diambil pengertian bahwa manajemen strategi adalah proses strategi yang dirancang oleh manajemen untuk merumuskan strategi, melaksanakan strategi tersebut, dan evaluasi. Kegiatan tersebut untuk menentukan keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang, dan dapat mencapai tujuannya.³²

2. Tujuan Manajemen Strategi

³² Anam Miftakhul Huda dan Diana Elvianita Martanti, *Pengantar Manajemen Strategik*, (Bali: Jayapangus Press, 2018), 2

- a. Melaksanakan dan mengevaluasi strategi yang dipilih secara efektif dan efisien
- b. Mengevaluasi kinerja, meninjau dan mengkaji ulang situasi serta melakukan berbagai penyesuaian dan koreksi jika terdapat penyimpangan di dalam pelaksanaan strategi
- c. Senantiasa memperbarui strategi yang dirumuskan agar sesuai dengan perkembangan lingkungan eksternal
- d. Senantiasa meninjau kembali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bisnis yang ada
- e. Senantiasa melakukan inovasi atas produk agar selalu sesuai dengan selera konsumen

Manfaat manajemen strategi adalah dengan menggunakan manajemen strategi sebagai suatu kerangka (*frame work*) untuk menyelesaikan setiap masalah strategis di dalam perusahaan, terutama yang berkaitan dengan persaingan, maka para manager diajak untuk berfikir lebih kreatif atau berfikir secara strategik.

Ada beberapa manfaat yang diperoleh organisasi jika mereka menerapkan manajemen strategi, yaitu:

- a. Memberikan arah jangka panjang yang akan dituju
- b. Membantu organisasi beradaptasi pada perubahan perubahan yang terjadi
- c. Membuat suatu organisasi menjadi lebih efektif
- d. Mengidentifikasi keunggulan komparatif suatu organisasi dalam lingkungan yang semakin berisiko
- e. Aktivitas pembuatan strategi akan mempertinggi kemampuan perusahaan untuk mencegah munculnya masalah dimasa datang
- f. Keterlibatan karyawan dalam pembuatan strategi akan lebih memotivasi mereka pada tahap pelaksanaannya
- g. Aktivitas yang tumpang tindih akan dikurangi

- h. Keengganan untuk berubah dari karyawan lama dapat dikurangi

B. Pengertian Manajemen

Manajemen pada dasarnya belum memiliki definisi yang baku dan tetap serta disetujui secara universal. Meskipun demikian, istilah manajemen ini diartikan dalam definisi yang memiliki pokok pengertian yang sama satu dan lainnya, meskipun terdapat beberapa penambahan dan pengurangan. Sebagai contoh, Mary Parker Follet mendefinisikan manajemen sebagai seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Definisi ini berarti bahwa seorang manager bertugas mengatur dan mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi.

Ricky W. Griffin mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien. Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal. Perbedaan penafsiran kata manajemen ini hanya pada keluasan definisi semata, sedangkan substansinya adalah sama, yaitu bagaimana mengatur atau mengelola sesuatu agar berjalan atau mencapai tujuan yang diharapkan dengan cara yang ditetapkan sedemikian rupa.³³

Management berasal dari kata *to manage* yang berarti mengatur. Dalam hal mengatur, akan timbul masalah, problem, proses dan pertanyaan tentang apa yang diatur, siapa yang mengatur, mengapa harus diatur dan apa tujuan pengaturan tersebut. Manajemen juga menganalisa, menetapkan tujuan/sasaran serta mendeterminasi tugas tugas dan kewajiban kewajiban secara baik, efektif, dan efisien.³⁴

³³ Lilis Sulastrri, *Manajemen Sebuah Pengantar Sejarah, Tokoh, Teori, dan Praktik*. (Bandung: La Goods Publishing, 2012), 9

³⁴ Candra Wijaya, Muhammad Rifa'I, *Dasar Dasar Manajemen Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif dan Efisien* (Medan: Perdana Publishing, 2016), 14

Manajemen merupakan proses memperoleh suatu tindakan dari orang lain untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Aktivitas managerial itu dilakukan oleh para manager sehingga dapat mendorong sumber daya personil bekerja memanfaatkan sumber daya lainnya sehingga tujuan organisasi yang disepakati bersama dapat tercapai.

Secara terminologi, pengertian manajemen adalah sebagai berikut:

1. Menurut George Terry, manajemen adalah suatu tindakan perbuatan seseorang yang berhak menyuruh orang lain mengerjakan sesuatu, namun tanggung jawab tetap berada di tangan yang menyuruh (Terry George, 1972:10)
2. Menurut Frederick Taylor manajemen adalah seni yang ditentukan untuk mengetahui dengan sungguh sungguh apa yang dikehendaki dan menyuruh orang mengerjakan sesuatu dengan sebaik baiknya dengan cara yang semudah mudahnya (Taylor, 1974:2)
3. Menurut Harold Kontz dan Cril O'Donnell, manajemen adalah usaha mencapai suatu tujuan tertentu melalui kegiatan orang lain, di mana manager mengadakan koordinasi atas sejumlah aktivitas dengan orang lain yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penempatan, penggerakan, dan pengendalian (Koontz & O'Donnell, 1995:3)
4. Menurut Sheldon (1949), manajemen yang sebenarnya adalah fungsi dalam suatu industri yang berhubungan dengan pelaksanaan kebijakan; yang dibatasi administrasi dalam organisasi pekerja untuk suatu tujuan khusus (Sheldon: 32)
5. Menurut Petter F. Ducker, manajemen adalah multifungsi yang penting untuk mengatur bisnis dan manager dalam suatu usaha (Ducker, 1954: 17)
6. Ralph Currier Davis, mendefinisikan manajemen sebagai fungsi dari pemimpin eksekutif, di manapun posisinya. Hal ini mengandung pengertian bahwa seluruh kegiatan yang dilakukan dikendalikan seorang pemimpin dalam rangka mencapai tujuan yang ditetapkan

7. Prof. Oey Liang Lee, manajemen diartikan sebagai seni dalam perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengoordinasian, dan pengontrolan atas sumber daya manusia dan alam untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan terlebih dahulu (Hasibuan, 2007: 4-5).³⁵

Dalam perspektif lebih luas, manajemen adalah suatu proses pengaturan dan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki organisasi melalui kerjasama para anggota untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Berarti manajemen merupakan perilaku anggota dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuannya. Dengan kata lain, organisasi adalah wadah bagi operasionalisasi manajemen. Karena itu di dalamnya ada sejumlah unsur pokok yang membentuk kegiatan manajemen, yaitu: unsur manusia (*men*), barang barang (*materials*), mesin (*machines*), metode (*methods*), uang (*money*) dan pasar atau (*market*). Keenam unsur ini memiliki fungsi masing masing dan saling berinteraksi atau mempengaruhi dalam mencapai tujuan organisasi terutama proses pencapaian tujuan secara efektif dan efisien.³⁶ Dari definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa manajemen yaitu koordinasi semua sumber daya melalui proses perencanaan, pengorganisasian, penetapan tenaga kerja, pengarahan dan pengawasan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya sehingga meminimalisir hal hal yang tidak di inginkan.

C. Fungsi Manajemen

Secara basisnya manajemen memiliki fungsi dalam menata setiap aktifitas yang ada agar memiliki daya dan ketepatan yang dihasilkan tertuju pada sasaran-sasaran yang telah ditargetkan. Tepat guna, tepat waktu, dan berujung pada tepat sasaran. Dalam sebuah organisasi dan perusahaan, fungsi ini akan menjadi roda yang berputar konsisten pada porosnya jika dibarengi dengan perawatan-perawatam dan pemahaman-pemahaman dalam menanganinya. Karena manajemen memang telah mempunyai fungsi dari awalnya dan akan langsung memandu kita pada pemanfaatan fungsi tersebut, sisanya adalah

³⁵ Nurzazin, *Dasar Dasar Manajemen Pendidikan Islam*. (Malang: Edulitera, 2018), 48-49

³⁶ Candra Wijaya, dan Muhammad Rifa'I, *Op.Cit.*, 15-16

terhadap orang-orang diposisi manajerialnya. Dalam hal ini adalah manager.³⁷

Fungsi manajemen itu sendiri mengandung arti bahwa dari berbagai elemen dasar yang ada dan sedang di dalam proses manajemen itu sendiri yang menjadi sebuah patokan bagi manajemer untuk melaksanakan tugasnya. Sampai saat ini, masih belum ada *consensus* di antara baik praktisi maupun para teoritis mengenai apa yang menjadi fungsi-fungsi manajemen, sering pula disebut sebagai unsur-unsur manajemen.³⁸

Dari penjelasan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa fungsi manajemen merupakan serangkaian kegiatan manajerial yang diawali dari sebuah perencanaan hingga evaluasi, agar tercapainya tujuan dari sebuah organisasi. Sehingga disetiap organisasi tentunya selalu menerapkan fungsi-fungsi manajemen ini agar mencapai tujuan efektif dan efisien.³⁹

Fungsi dari manajemen dan bisnis merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan dalam kegiatan bisnis. Fungsi manajemen bisnis terdiri beberapa hal. Fungsi manajemen ini merupakan tahapan-tahapan yang dijalankan oleh sebuah organisasi bisnis untuk menjalankan bisnis, dan organisasi agar dapat mencapai tujuan dari organisasi yakni efektif dan efisien. Fungsi manajemen menurut Hendry Fayol ada lima, yaitu merancang, mengorganisasikan, memerintah, mengoordinasikan, dan juga mengendalikan. Akan tetapi saat ini kelima fungsi tersebut diringkas menjadi empat fungsi menurut George R. Terry, yaitu⁴⁰

1. *Planning* (Perencanaan)

Sebelum melakukan kegiatan, setiap orang pasti akan melakukan proses perencanaan sesuai dengan tujuan. Pada proses

³⁷ Haris Nurdiansyah dan Robbi Saepul Rahman, *Pengantar Manajemen*, (Yogyakarta: Diandra Kreatif, 2019),

22

³⁸ M. Anang Firmansyah dan Budi W. Mahardika, *Pengantar Manajemen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 8

³⁹ Ali Sadikin, dkk, *Pengantar Manajemen dan Bisnis*, (Yogyakarta: K-Media, 2020), 10

⁴⁰ Undang Ahmad Kamaludin, *Etika Manajemen Islam*, (Bandung : CV. Pustaka Setia, 2009), 31

ini juga dilakukan kegiatan yang terkait dengan kegiatan apa yang akan dilakukan, siapa yang melakukan dan bertanggung jawab, dan dimana kegiatan tersebut dilakukan.⁴¹

Dalam fungsi ini, manajemen berperan untuk menetapkan tujuan atau sasaran yang hendak dicapai oleh organisasi, lalu merencanakan cara terbaik demi mencapai tujuan tersebut. Tergantung dari skala perusahaan, perencanaan ini biasanya dilakukan selama beberapa kali, yakni untuk kepentingan perusahaan secara keseluruhan dan di *breakdown* lagi secara lebih detail untuk masing masing divisi. Perencanaan bisa dibilang merupakan langkah terpenting dari keseluruhan proses manajemen bisnis. Karena tanpa adanya perencanaan yang matang maka proses bisnis tidak akan berjalan sesuai dengan harapan terlebih lagi sesuai dengan tujuan.⁴²

Dalam melakukan perencanaan ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain sebagai berikut:

- 1) Hasil yang ingin dicapai
- 2) Orang yang akan melakukan
- 3) Waktu dan skala prioritas
- 4) Dana.⁴³

Allah Swt menciptakan alam semesta dengan hak dan perencanaan yang matang, disertai dengan tujuan yang jelas. Perhatikan firman Allah berikut:

وَمَا خَلَقْنَا السَّمَاءَ وَالْأَرْضَ وَمَا بَيْنَهُمَا بَاطِلًا ۗ ظَنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا فَوَيْلٌ لِلَّذِينَ كَفَرُوا مِنَ النَّارِ⁴⁴

“Kami tidak menciptakan langit dan bumi serta apa yang ada di antara keduanya secara sia sia. Itulah anggapan orang

⁴¹ Dian Ani Nugroho, *Pengantar Manajemen Untuk Organisasi Bisnis, Publik dan Nirlaba*, (Malang: UB Press, 2017), 7

⁴² Ali Sadikin, dkk, *Op.Cit.*, 15

⁴³ Didin Hafidhuddin, Hendri Tanjung, *Op.Cit.*, 78

⁴⁴ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 662.

orang yang kufur. Maka, celakalah orang-orang yang kufur karena (mereka akan masuk) neraka”(Shad:27)

Makna batil pada ayat di atas adalah sia-sia tanpa tujuan dan direncanakan. Perencanaan itu sesungguhnya merupakan aturan dan kegunaan Allah. Semuanya direncanakan, tidak ada sesuatu pun yang tidak direncanakan. Bahkan usia manusia juga direncanakan. Kalau Allah saja sudah membuat perencanaan dalam segala sesuatu, maka kita pun juga di dalam melakukan pekerjaan harus melalui perencanaan yang matang.⁴⁵

2. *Organizing* (Pengorganisasian)

Organizing atau pengorganisasian dapat pula dirumuskan sebagai keseluruhan aktivitas manajemen dalam mengelompokkan orang-orang serta penetapan tugas, fungsi, wewenang, serta tanggung jawab masing-masing dengan tujuan terciptanya aktivitas-aktivitas yang berfaya-guna dan berhasil-guna dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan.⁴⁶

Pengorganisasian juga dapat dilakukan dengan menentukan tugas apa yang harus dikerjakan, siapa yang harus mengerjakannya, siapa yang bertanggung jawab atas tugas tersebut, hingga pada tingkatan mengambil keputusan. Dalam manajemen bisnis kita harus dapat menempatkan orang yang tepat pada tempat yang tepat. Misal pada posisi bidang pemasaran tentunya harus diisi oleh orang yang berkompeten pada bidang pemasaran. Kenapa demikian? Hal itu dilakukan agar pekerjaan atau tugas yang dilimpahkan dapat dikerjakan secara efektif dan efisien.⁴⁷

Adanya pengorganisasian untuk memudahkan manager dalam melakukan pengawasan dan menentukan orang-orang yang dibutuhkan untuk melaksanakan tugas-tugas yang telah dibagi-bagi tersebut. Akan tetapi bagi seorang muslim yang bertauhid ketika berorganisasi, ia akan selalu mendasarkan pada perintah

⁴⁵ *Ibid.*, hal 88

⁴⁶ M. Anang Firmansyah dan Budi W. Mahardika, *Op.Cit.*, 11

⁴⁷ Ali Sadikin, dkk, *Op.Cit.*, 16

Allah Swt bahwa sesungguhnya kaum muslimin harus tetap bekerja sama.⁴⁸ Sebagaimana firman-Nya

وَأَعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا وَاذْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَى شَفَا حُفْرَةٍ مِّنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُم مِّنْهَا كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ⁴⁹

“Berpegangteguhlah kamu semuanya pada tali (agama) Allah, janganlah bercerai cerai, dan ingatlah nikmat Allah kepadamu ketika kamu dahulu bermusuhan, lalu Allah mempersatukan hatimu sehingga dengan karunia-Nya kamu menjadi bersaudara. (ingatlah pula ketika itu) kamu berada di tepi jurang neraka, lalu Allah menyelamatkan kamu dari sana. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu agar kamu mendapat petunjuk.” (Ali-Imran:103)

3. Actuating (Pengimplementasian)

Actuating atau pergerakan merupakan fungsi pokok manajemen. *Actuating* merupakan kegiatan untuk menggerakkan anggota anggota kelompok untuk melaksanakan pekerjaan sesuai dengan tugas masing masing. Fungsi ini juga bisa dikatakan sebagai pengarahan. Yang mengambil tanggung jawab sebagai pemberi pengarahan yakni dilakukan oleh manager pada masing masing divisi. Pengarahan yang diberikan berupa *influencing* dan *motivating*.⁵⁰

Pengarahan adalah suatu tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota kelompok mempunyai kesadaran berusaha untuk mencapai sasaran yang sesuai dengan perencanaan managerial dan

⁴⁸ Undang Ahmad Kamaludin *Op.Cit.*, 150

⁴⁹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an,2019), 84

⁵⁰ Ali Sadikin, dkk, *Op.Cit.*, 16

usaha usaha organisasi.⁵¹ Pemimpin yang baik adalah pemimpin yang dapat mengarahkan bawahannya dalam kebaikan. Selain mempunyai sifat yang amanah, ciri manajemen Islami adalah seorang pemimpin yang harus bersikap lemah lembut terhadap bawahannya.⁵² Sesuai dengan firman Allah

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ
بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ
أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ⁵³

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta berdebatlah dengan mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.”(An-Nahl:125)

4. *Controlling* (Pengawasan)

Agar semua proses manajemen berjalan sesuai dengan rencana dan target, maka perlu dilakukan fungsi pengendalian, diantaranya menentukan standar prestasi anggota, mengukur prestasi yang dicapai, membandingkan standar atas pencapaian prestasi, serta melakukan perbaikan apabila terjadi penyimpangan atau pekerja yang tidak sesuai dengan standar prestasi.⁵⁴ Pengawasan yang berasal dari diri, yang bersumber dari tauhid dan keimanan kepada Allah Swt. orang yakin bahwa Allah pasti mengawasi hamba-Nya, maka orang itu akan bertindak baik hati. Ketika sendiri, dia yakin Allah yang kedua, dan ketika berdua dia yakin Allah yang ketiga.

⁵¹ Undang Ahmad Kamaluddin, *Op.Cit.*, 33

⁵² Abdul Aziz, *Manajemen Investasi Syari'ah*, (Bandung: Alfabeta, 2010),

⁵³ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an,2019), 391

⁵⁴ Ali Sadikin, dkk, *Op.Cit.*, 16

أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ مَا يَكُونُ
 مِنْ نَجْوَى ثَلَاثَةٍ إِلَّا هُوَ رَابِعُهُمْ وَلَا خَمْسَةٍ إِلَّا هُوَ سَادِسُهُمْ
 وَلَا آدْنَىٰ مِنْ ذَلِكَ وَلَا أَكْثَرَ إِلَّا هُوَ مَعَهُمْ أَيْنَ مَا كَانُوا ثُمَّ
 يُنَبِّئُهُمْ بِمَا عَمِلُوا يَوْمَ الْقِيَامَةِ إِنَّ اللَّهَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ⁵⁵

“Apakah engkau tidak memperhatikan bahwa Allah mengetahui apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi? Tidak ada pembicaraan rahasia antara tiga orang, kecuali Dialah yang keempatnya dan tidak ada lima orang, kecuali Dialah yang keenamnya. Tidak kurang dari itu atau lebih banyak, kecuali Dia bersama mereka di mana pun mereka berada. Kemudian, dia memberitakan apa yang telah mereka kerjakan kepada mereka pada hari Kiamat. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.” (Al-Mujadilah: 7)

Ini adalah pengawasan yang paling efektif, yang berasal dari dalam diri. Ada sebuah hadis yang menyatakan, artinya “Bertakwalah Anda kepada Allah, di mana pun Anda berada”. Takwa itu tidak mengenal tempat. Takwa itu bukan sekadar di masjid, bukan sekadar di atas sajadah, tetapi yang namanya takwa itu adalah juga ketika beraktivitas, ketika di kantor, ketika di meja perundingan dan ketika melakukan berbagai macam perbuatan.

Takwa semacam inilah yang mampu menjadi pengawasan yang paling efektif. Takwa seperti ini hanya mungkin tercapai jika para manager bersama sama dengan para karyawan, melakukan kegiatan kegiatan ibadah secara intensif. Intinya adalah bagaimana menghadirkan Allah dalam kehidupan sehari hari. Itu yang disebut dengan pengawasan yang sangat kuat, yang berasal dari dalam diri dan bukan semata mata dari luar.⁵⁶

⁵⁵ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 802

⁵⁶ Didin Hafidhuddin, Hendri Tanjung, *Op.Cit.*, 167-168

1. Kegiatan Kegiatan dalam Fungsi Manajemen

Apabila menggunakan fungsi fungsi manajemen menurut Nickles dan McHugh, maka beberapa kegiatan yang terkait dengan setiap fungsi manajemen adalah sebagai berikut:

a. Fungsi Perencanaan

- Menetapkan tujuan dan target bisnis
- Merumuskan strategi untuk mencapai tujuan dan target bisnis tersebut
- Menentukan sumber sumber daya yang diperlukan
- Menetapkan standar/indikator keberhasilan dalam pencapaian tujuan dan target bisnis

b. Fungsi Pengorganisasian

- Mengalokasikan sumber daya, merumuskan dan menetapkan tugas, dan menetapkan prosedur yang diperlukan
- Menetapkan struktur organisasi yang menunjukkan adanya garis kewenangan dan tanggung jawab
- Kegiatan perekrutan, penyeleksian, pelatihan, dan pengembangan sumber daya manusia/ tenaga kerja
- Kegiatan penempatan sumber daya manusia pada posisi yang paling tepat

c. Fungsi Pengimplementasian

- Mengimplementasikan proses kepemimpinan dan pemberian motivasi kepada tenaga kerja agar dapat bekerja secara efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan
- Memberikan tugas dan penjelasan rutin mengenai pekerjaan
- Menjelaskan kebijakan yang ditetapkan

d. Fungsi Pengawasan

- Mengevaluasi keberhasilan dalam pencapaian tujuan dan target bisnis sesuai dengan indikator yang telah ditetapkan
- Mengambil langkah klarifikasi dan koreksi atas penyimpangan yang mungkin ditemukan
- Melakukan berbagai alternative solusi atas berbagai masalah yang terkait dengan pencapaian tujuan dan target bisnis.⁵⁷

2. Prinsip Prinsip Manajemen

Setiap manager harus memiliki komitmen terhadap prinsip prinsip manajemen ketika mengimplementasikan tugas dan tanggung jawabnya. Karena dengan prinsip manajemen ini akan mendukung kesuksesan manager dalam meningkatkan kinerjanya. Dengan menggunakan prinsip prinsip manajemen, manager dapat menghindari kesalahan kesalahan dalam menjalankan pekerjaannya, dan kepercayaan pada diri sendiri pun akan semakin besar, paling tidak dengan prinsip tersebut manager dapat mengurangi ketidakbenaran dalam pekerjaannya.

Menurut Henry Fayol dalam malayu (2002), prinsip prinsip umum manajemen (*general principles of management*), adalah

a. Pembagian Kerja

Prinsip ini sangat penting, karena adanya *limit factors*, artinya adanya keterbatasan keterbatasan manusia dalam mengerjakan semua pekerjaan, yaitu:

- Keterbatasan waktu
- Keterbatasan pengetahuan
- Keterbatasan kemampuan
- Keterbatasan perhatian

Keterbatasan keterbatasan ini mengharuskan diadakannya pembagian pekerjaan. Tujuannya untuk memperoleh efisiensi organisasi dan pembagian kerja yang berdasarkan spesialisasi

⁵⁷ Nashar *Op.Cit.*, 16

sangat diperlukan, baik pada bidang teknis maupun pada bidang kepemimpinan.⁵⁸

b. Wewenang

Manager harus memberikan perintah sehingga tugas selesai.

c. Disiplin

Setiap orang dalam organisasi harus mentaati dan menghormati aturan organisasi

d. Kesatuan Komando/ Perintah

Setiap karyawan harus menerima instruksi dari satu orang. Jika karyawan menjadi bawahan dari beberapa manager cenderung terjadi konflik dan kekacauan wewenang

e. Mengutamakan kepentingan umum di atas kepentingan pribadi

Kepentingan pribadi harus tunduk dengan kepentingan organisasi

f. Upah

Kompensasi untuk karyawan harus adil bagi karyawan dan pemilik perusahaan

g. Sentralisasi

Sentralisasi adalah mengurangi peran bawahan dalam pembuatan keputusan. Sedangkan desentralisasi adalah peningkatan peran bawahan dalam pembuatan keputusan.⁵⁹

h. Hirarkis

Perintah harus berjenjang dari jabatan tertinggi ke jabatan terendah dengan cara yang berurutan

i. Order

Asas ini dibagi atas *material order* dan *social order*, artinya keteraturan dan ketertiban dalam penempatan barang barang dan karyawan. *Material order* artinya barang barang atau alat alat organisasi perusahaan harus ditempatkan pada

⁵⁸ Candra Wijaya dan Muhammad Rifa'I, *Op.Cit.*, 21

⁵⁹ Suhadi Winoto, *Dasar Dasar Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta: Bildung, 2020), 8

tempat yang sebenarnya, jangan disimpan di rumah. *Social order* artinya penempatan karyawan harus sesuai dengan keahlian atau bidang spesialisasinya.

j. Keadilan

Pemimpin harus berlaku adil terhadap semua karyawan dalam pemberian gaji dan jaminan sosial, pekerjaan dan hukuman

k. Inisiatif

Seorang pimpinan harus memberikan dorongan dan kesempatan kepada bawahannya untuk berinisiatif, dengan memberikan kebebasan agar bawahan secara aktif memikirkan dan menyelesaikan sendiri tugas tugasnya.⁶⁰

l. Stabilitas staf

Tingkat perputaran karyawan (keluar atau masuk) uang tinggi tidak baik bagi pelaksanaan fungsi fungsi organisasi

m. Semangat korps

Menumbuhkan semangat tim akan memberikan rasa kesetiaan pada organisasi. Iklim organisasi dituntut dapat menciptakan kebanggaan, kesetiaan, dan rasa memiliki organisasi yang tercermin pada semangat korps.⁶¹

Hubungan kerja yang dijalin antara pengusaha dengan karyawannya, harus dilandasi dengan rasa kasih sayang, saling membutuhkan, tolong menolong. Maksud dari kalimat di atas ialah pengusaha menolong karyawan untuk menyediakan lapangan pekerjaan dan karyawan menerima rezeki berupa upah (gaji) dari atasannya. Demikian pula bawahan menyediakan tenaga serta kemampuannya untuk membantu menyelesaikan pekerjaan yang diberikan oleh atasan, sehingga atasan mendapatkan rezeki berupa laba berkat kerjasama yang telah dijalani dengan bawahan.⁶²

⁶⁰ Candra Wijaya dan Muhammad Rifa'I, *Op.Cit.*, 23-24

⁶¹ Suhadi *Op.Cit.*, 9

⁶² Muh.Said, *Pengantar Ekonomi Islam ; Dasar-dasar dan Pengembangannya*, (Pekanbaru : Suska Press, 2008), 55.

Seorang atasan harus mempunyai jiwa kemandirian kuat, mampu menynergikan berbagai potensi dalam organisasinya, memiliki sifat kreatif dan inovatif, memiliki intuisi kuat untuk menangkap dan menciptakan peluang, serta memiliki keberanian untuk menghadapi risiko atas kesuksesan dan kegagalan bisnis.⁶³

Serta mempunyai gaya dasar kepemimpinan yaitu perilaku mengarahkan dan perilaku mendukung. Perilaku mengarahkan dapat dirumuskan sebagai sejauh mana seorang pemimpin melibatkan dalam komunikasi satu arah. Bentuk pengarahan dalam komunikasi satu arah ini antara lain, menetapkan peranan yang seharusnya dilakukan pengikut, memberitahukan pengikut tentang apa yang seharusnya bisa dikerjakan, di mana melakukan hal tersebut, bagaimana melakukannya, dan melakukan pengawasan secara ketat kepada pengikutnya.

Perilaku mendukung adalah sejauhmana seorang pemimpin melibatkan diri dalam komunikasi dua arah, misalnya mendengar, menyediakan dukungan dan dorongan, memudahkan interaksi, dan melibatkan para pengikut dalam pengambilan keputusan.⁶⁴

Pelaku manajemen harus mendekati diri kepada karyawan karyawan yang ada serta memberikan arahan arahan dan aturan kerja yang telah ditetapkan untuk melatih karyawan agar tetap konsekuen dan tekun. Suasana kerja yang tidak disertai dengan aturan yang tegas hanya akan menimbulkan kekacauan dalam aktivitas bekerja.⁶⁵

Manajemen memiliki kedekatan dalam aspek kehidupan manusia dan bisnis. Dalam konteks bisnis, manajemen dapat dibagikan dalam empat bidang utama, walaupun dalam bisnis tertentu bidang bidang itu dapat berkembang sesuai dengan skala perusahaan dan strategi yang dikembangkan. Empat bidang tersebut yaitu:

a. Bidang Pemasaran

Bidang pemasaran atau yang dikenal juga sebagai manajemen pemasaran merupakan salah satu bidang

⁶³ Jaharuddin dan Bambang Sutrisno, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Jakarta Selatan: Salemba Diniyah, 2019), 217

⁶⁴ Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2019), 318

⁶⁵ Muh.Said, *Op.Cit.*,

terpenting dalam membangun bisnis. Bidang pemasaran merupakan ujung tombak bagi perusahaan atau bisnis dalam kegiatan bisnis untuk memperoleh laba atau keuntungan.

Fungsi pemasaran ialah:

Penjualan, pembelian, pengangkutan, pembelanjaan, penanggungan resiko, standarrisasi, dan informasi pasar

b. Bidang Operasional

Bidang produksi adalah suatu bidang yang ada dalam perusahaan yang bertugas mengatur kegiatan kegiatan yang diperlukan bagi terselenggaranya proses produksi. Bidang produksi dalam menjalankan tugasnya tidak berdiri sendiri melainkan bekerja sama dengan bidang lainnya seperti bidang keuangan, bidang pemasaran dan bidang sumber daya manusia. Adapun tugas tugas utama bidang produksi dalam perusahaan meliputi:

- Perencanaan produk
- Perencanaan luas produk
- Perencanaan lokasi pabrik
- Bahan baku
- Perencanaan tenaga kerja
- Pengawasan kualitas

c. Bidang Keuangan

Bidang keuangan juga memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan aktivitas aktivitas perusahaan, dari bidang pemasaran dan produksi akan berjalan lancar apabila dapat dukungan di bidang keuangan yang mengatur tentang kebutuhan finansial. Tugas utama bidang keuangan meliputi:

- Mencari sumber pendanaan
- Mengalokasikan dana yang diperoleh secara efektif dan efisien⁶⁶

d. Bidang Sumber Daya Manusia

Bagian dari manajemen yang berfokus perhatiannya pada faktor produksi tenaga kerja dalam suatu organisasi agar tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai secara optimal. Tugas utama bidang Sumber Daya Manusia meliputi:

- Pengadaan pegawai
- Pemilihan tenaga kerja
- Penyeleksian pegawai untuk menentukan posisi jabatan yang pas dengan kemampuan
- Mengadakan pelatihan dan pendidikan untuk sumber daya manusia
- Menyediakan fasilitas, kesejahteraan dan gaji yang memuaskan
- Melakukan rotasi jabatan
- Memotivasi pegawai dengan memberikan penghargaan kepada pegawai yang berprestasi
- Melakukan pemberhentian dan pension pegawai.⁶⁷

D. Pengertian Manajemen Pengelolaan Usaha

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia menyebutkan bahwa pengelolaan ialah proses, cara, bahkan perbuatan mengelola, sedangkan mengelola berarti proses yang menyelenggarakan atau memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan tersebut agar dapat dikelola dengan baik dan berjalan lancar, efektif dan efisien dalam mencapai tujuan.⁶⁸

⁶⁶ Amirullah Imam Hardjanto, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2005), 104.

⁶⁷ Ananta Dwi, dkk, *Makalah Manajemen*, 2016, 16-17

⁶⁸ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), cet. Ke-4, 657

Pengelolaan asal kata dari mengelola, sedangkan mengelola berarti menggandakan. Menggandakan adalah menganalisa dan menghubungkan hubungan berbagai informasi atau data untuk disajikan dalam bentuk yang dapat dipakai dan dimanfaatkan. Pengelolaan adalah suatu upaya untuk mengatur atau mengendalikan aktivitas berdasarkan konsep konsep dan prinsip prinsip untuk mensukseskan tujuan agar tercapai secara lebih efektif dan efisien.⁶⁹

Untuk mengelola suatu usaha maka diperlukannya mempelajari mengenai faktor penyebab keberhasilan serta kegagalan. Menurut Murphy dan Peek yang diterjemahkan dalam bukunya oleh Bukhari Alam, ada delapan anak tangga yang meliputi keberhasilan seorang wirausaha dalam mengembangkan profesinya, yaitu:

1. Kerja keras

Kerja keras merupakan modal keberhasilan seorang wirausaha. Setiap pengusaha yang sukses menempuh kerja keras yang sungguh sungguh dalam usahanya

2. Kerjasama dengan orang lain

Kerjasama dengan orang lain dapat diwujudkan dalam lingkungan pergaulan sebagai langkah pertama untuk mengembangkan usaha. Seorang wirausaha harus murah hati, mudah bergaul, ramah dan disenangi masyarakat dan menghindari perbuatan yang merugikan orang lain

3. Penampilan yang baik

Penampilan yang baik ditekankan pada penampilan perilaku yang jujur dan disiplin

4. Yakin

Seorang wirausaha harus dapat yakin kepada diri sendiri, yaitu keyakinan untuk maju dan dilandasi ketekunan serta kesabaran

5. Pandai membuat keputusan

Seorang wirausaha harus dapat membuat keputusan. Jika dihadapkan pada alternatif sulit, dengan cara pertimbangan

⁶⁹ Hadari Nawawi, *Organisasi Sekolah dan Pengelolaan Kelas*, (Jakarta: PT. Tema Baru, 1989), cet. Ke-3, 135

yang matang, jangan ragu ragu dalam mengambil keputusan yang baik sesuai dengan keyakinan

6. Mau menambah ilmu pengetahuan

Dengan menambah ilmu pengetahuan, terutama di bidang usaha, diharapkan seorang wirausaha dapat mendukung kemampuan dan kemajuan dalam usaha

7. Ambisi untuk maju

Tanpa ambisi yang kuat, seorang wirausaha tidak akan dapat mencapai keberhasilan. Ambisi yang kuat, harus diimbangi dengan usaha yang keras dan disiplin diri yang baik

8. Pandai berkomunikasi

Seorang wirausaha harus dapat menarik orang lain dengan tutur kata yang baik, sopan, jujur, dan percaya diri. Dengan demikian akan member kesan kepada orang lain menjadi tertarik dan orang akan percaya dengan apa yang disampaikan

Penyebab kegagalan dalam usaha pada umumnya disebabkan oleh 4 faktor utama, antara lain:

1. Kurangnya dana untuk modal
2. Kurangnya pengalaman dalam bidang bisnis
3. Tidak adanya perencanaan yang tepat dan matang
4. Tidak cocoknya minat terhadap bidang usaha yang sedang digelutinya.⁷⁰

Pengelolaan bisa juga di artikan sebagai manajemen, yaitu suatu proses kegiatan yang dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha usaha yang dilakukan para anggota organisasi dan penggunaan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditentukan.⁷¹

⁷⁰ Irjus, dkk, *Pendidikan kewirausahaan dan etika bisnis* (Purwokerto: CV Pena Persada, 2020) 57-58

⁷¹ Soewarno Handayani, *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen*, (Jakarta: Gunung Agung, 1995), 9

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Usaha adalah kegiatan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud seperti perbuatan, pekerjaan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya untuk mencapai sesuatu. Serta usaha merupakan kegiatan di bidang perdagangan dengan maksud untuk mendapatkan keuntungan.⁷²

Usaha merupakan kegiatan manusia untuk meraih keuntungan serta memenuhi kebutuhan hidupnya. Manusia yang unggul adalah manusia yang melakukan usaha dengan didasari ajaran agama Islam, dan bertaqwa kepada Allah serta membawa keseimbangan hidupnya seperti yang diajarkan oleh Rasulullah SAW, yang terdapat dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah (Al-Hadis).⁷³

Usaha merupakan salah satu cara untuk dapat meningkatkan kesejahteraan hidup manusia, agama Islam telah banyak memberi petunjuk mengenai untuk berusaha, banyak hadis Nabi Muhammad yang berhubungan dengan kegiatan usaha, ketika seseorang melakukan aktivitas usaha diawali dengan membaca doa terlebih dahulu, maka muncul kesadaran bahwa Allah Maha Kuasa.⁷⁴

1. Pengertian Manajemen dalam Islam

Dalam Islam, sesuatu diawali dengan bismillah dan diakhiri dengan alhamdulillah. Artinya, dalam tataran manajemen Islam, segala bentuk usaha diawali dan diakhiri karena Allah Swt. Begitu juga hasilnya, tidak hanya untuk kepentingan usaha, tetapi karena Allah Swt. Membahas definisi manajemen, jika direlevansikan dalam Islam, Al-Qur'an dengan tegas mengabarkan pengaturan bumi dan seisinya dengan memberikan wewenang kepemimpinan bagi umat manusia, diajarkan untuk senantiasa bertanggung jawab atas tugas dan wewenangnya, tidak menggunakan wewenang pada jalan yang salah, dan tidak melempar tanggung jawab kepada orang lain. Dalam

⁷² Muhadjir Effendy, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kelima*, Aplikasi Luring resmi Badan Pengembangan Bahasa dan Perakuan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 2016.

⁷³ Ariyadi, "Bisnis dalam Islam", *Jurnal Hadratul Madaniyah*, Vol 5, Issue 1 Tahun 2018, 13 – 14.

⁷⁴ Andi Darussalam, "Paradigma Bisnis Islam Prespektif Hadis", *Jurnal TAHDIS* Vol. 6, No. 1 Tahun 2015, 24.

manajemen Islam, seorang manager atau pemimpin tidak bisa lepas dari perbuatannya, Al-Qur'an menjelaskan

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ⁷⁵

“Siapa yang mengerjakan kebaikan seberat zarah, dia akan melihat (balasan)-nya. Siapa yang mengerjakan kejahatan seberat zarah, dia akan melihat (balasan)-nya” (Al-Zalzalah: 7-8)

Dan bagi mereka yang menduduki jabatan, baik sebagai manager atau pemimpin, semuanya merupakan amanah dan ujian yang harus dijalankan untuk kemashlahatan bersama dan kemajuan, sebagaimana firman-Nya,

وَهُوَ الَّذِي جَعَلَكُمْ خَلَيفَةَ الْأَرْضِ وَرَفَعَ بَعْضَكُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِّيَبْلُوَكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ إِنَّ رَبَّكَ سَرِيعُ الْعِقَابِ وَإِنَّهُ لَغَفُورٌ رَّحِيمٌ⁷⁶

“Dialah yang menjadikan kamu sebagai khalifah khalifah di bumi dan Dia meninggikan sebagian kamu beberapa derajat atas sebagian (yang lain) untuk menguji kamu atas apa yang diberikan-Nya kepadamu. Sesungguhnya Tuhanmu sangat cepat hukuman-Nya. Sesungguhnya Dia maha Pengampun lagi Maha Penyayang”. (Al-An’am: 165)

Ayat tersebut memberikan isyarat bagi manajer atau pemimpin, agar senantiasa bertanggung jawab, tidak sombong, dan arogan. Tidak seperti banyak yang kita lihat, biasanya para pemimpin ingin menang sendiri, bahkan melimpahkan kesalahan pada bawahan demi kepentingannya. Hal ini secara Qur’ani tidak berlaku, sebab setiap diri

⁷⁵ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an,2019), 905

⁷⁶ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an,2019), 204

akan bertanggung jawab, tidak hanya itu, bahkan seorang pemimpin akan dimintai pertanggungjawaban atas kepemimpinannya, sebagaimana firman-Nya,

كُلُّ أَمْرٍ بِمَا كَسَبَ رَهِيْنٌ⁷⁷

“Setiap orang terikat dengan apa yang dikerjakannya.” (Ath-Thur:21)

Dalam manajemen Islam, kewajiban pemimpin tidak hanya memperhatikan dan melindungi karyawan, namun sebaliknya, karyawan juga memiliki tanggung jawab kepada atasannya. Allah Swt. berfirman,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ⁷⁸

“Wahai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nabi Muhammad) serta ululamri (pemegang kekuasaan) di antara kamu (An-Nisa:59)

Selain itu, Allah Swt. juga mengajarkan untuk senantiasa bertanggung jawab menunaikan hak dan kewajiban atas pekerjaan, usaha, dan dirinya sendiri. Dia juga memerintahkan dalam pekerjaan agar senantiasa efektif dan efisien. Maksudnya, dalam mencapai tujuan, pengeluaran lebih kecil dari pendapatan, bermutu, tepat sasaran, berbelanja sesuai keperluan, dan kikir dari keberhasilan atau kekayaan yang diperoleh.⁷⁹

Definisi manajemen dalam Islam adalah sebagai ilmu sekaligus teknik (seni) kepemimpinan. Hal ini manajemen dalam arti mengatur sesuatu agar dilakukan dengan baik, tepat, dan terarah. Manajemen

⁷⁷ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 768

⁷⁸ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 118

⁷⁹ Nurzazin, *Op.Cit.*, 54-56

yang tepat merupakan watak yang melekat dalam hidup⁸⁰. Manajemen dipandang sebagai perwujudan amal saleh yang harus bertitik tolak dari niat baik. Niat baik tersebut akan memunculkan motivasi untuk mencapai hasil yang baik demi kesejahteraan bersama. Paling tidak, ada empat landasan untuk mengembangkan manajemen menurut pandangan Islam yaitu, kebenaran, kejujuran, keterbukaan, keahlian. Seorang manager harus memiliki keempat sifat utama itu agar manajemen yang dijalankannya mendapatkan hasil yang maksimal. Hal yang paling penting dalam manajemen berdasarkan pandangan Islam adalah harus ada sifat atau jiwa kepemimpinan⁸¹.

E. Manajemen Dalam Perspektif Islam

Ciri yang terdapat di manajemen Islami ialah amanah. Jabatan merupakan amanah yang harus di jaga serta di pertanggung jawabkan kepada Allah SWT.⁸² perilaku pembahasan pertama dalam manajemen syariah adalah perilaku yang terkait dengan nilai-nilai keimanan dan ketauhidan. Jika setiap perilaku orang yang terlibat dalam sebuah kegiatan dilandasi dengan nilai tauhid, maka diharapkan perilakunya akan terkendali dan tidak terjadi perilaku KKN (Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme) karena menyadari adanya pengawasan dari yang Maha Tinggi, yaitu Allah Swt. yang akan mencatat setiap amat perbuatan baik maupun yang buruk.⁸³

Hal ini berbeda dengan perilaku dalam manajemen konvensional yang sama sekali tidak terikat bahkan terlepas dari nilai nilai tauhid. Orang orang yang menerapkan manajemen konvensional tidak merasa adanya pengawasan melekat, kecuali semata mata pengawasan dari pimpinan atau atasan. Setiap kegiatan dalam manajemen syariah, diupayakan menjadi amal saleh yang bernilai abadi. Istilah amal saleh tidak semata mata diartikan “perbuatan baik” seperti yang dipahami

⁸⁰ M. Said, *Filsafat Pendidikan Islam* (Medan: Mitra Pustaka, 2011), 8

⁸¹ Abdul Aziz, *Manajemen Investasi Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), 21.

⁸² Undang Ahmad Kamaluddin, *Etika Manajemen Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 2009), 40

⁸³ Didin Hafidhuddin, Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2003), 5.

selama ini, tetapi merupakan amal perbuatan baik yang dilandasi iman, dengan beberapa persyaratan sebagai berikut:

1. Niat yang ikhlas karena Allah. Suatu perbuatan, walaupun terkesan baik, tetapi jika tidak di landasi keikhlasan karena Allah, maka perbuatan itu tidak dikatakan sebagai amal saleh. Niat yang ikhlas hanya akan dimiliki oleh orang-orang yang beriman. Berdasarkan firman Allah

وَمَا أَمْرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ لَا حُنَفَاءَ
وَيَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيُؤْتُوا الزَّكَاةَ وَذَلِكَ دِينُ الْقِيَمَةِ⁸⁴

“Mereka tidak diperintah, kecuali untuk menyembah Allah dengan mengikhhlaskan ketaatan kepada-Nya lagi hanif (istikamah), melaksanakan salat, dan menunaikan zakat. Itulah agama yang lurus (benar)” (Al-Bayyinah: 5)

2. Tata cara pelaksanaan sesuai dengan syariat. Suatu perbuatan yang baik tetapi tidak sesuai dengan ketentuan syariat, maka tidak dikatakan sebagai amal saleh. Sebagai contoh, seorang yang melakukan sholat ba'diyah ashar. Kelihatannya perbuatan itu baik, tetapi tidak sesuai dengan ketentuan syariat, maka ibadah itu bukan amal saleh bahkan dikatakan bid'ah
3. Dilakukan dengan penuh kesungguhan. Perbuatan yang dilakukan asal-asalan tidak termasuk amal saleh. Sudah menjadi anggapan umum bahwa karena ikhlas (sering disebut dengan istilah lillahi ta'ala), maka suatu pekerjaan dilakukan dengan asal-asalan, tanpa kesungguhan justru sebaliknya, amal perbuatan yang ikhlas adalah amal yang dilakukan dengan penuh kesungguhan. Keikhlasan seseorang dapat dilihat dari kesungguhannya dalam melakukan perbuatannya. Jadi, bukti keikhlasan itu adalah dengan kesungguhan, dengan mujahadah.⁸⁵

⁸⁴ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 904

⁸⁵ Didin Hafidhuddin, Hendri Tanjung, *Op.Cit.*, 5

Orang yang tidak bisa menjaga amanat atau menyalahgunakan amanat (berkhianat) itu akan berdosa disisi Allah Swt serta mendapatkan hukuman didunia maupun di akhirat. Dengan demikian jelaslah bahwa hak dan kewajiban seseorang dalam memanajemen secara tegas di atur di dalam hukum syari'ah dan tidak boleh di tentang.

Islam sebagai risalah samawi yang universal, datang untuk menanganai kehidupan manusia dalam berbagai aspek, baik dalam aspek spiritual, maupun aspek material. Artinya, Islam tidak hanya akidah, tetapi juga mencakup sistem politik, sosial, budaya, dan perekonomian yang ditujukan untuk seluruh manusia. Inilah yang diungkapkan dengan istilah: Islam adalah *ad-din* yang mencakup masalah akidah dan syariah. Sebagai agama yang sempurna Islam dilengkapi dengan sistem dan konsep ekonomi. Sistem ini dapat dipakai sebagai panduan bagi manusia dalam melakukan kegiatan ekonomi.⁸⁶

Pemikiran manajemen dalam Islam muncul setelah Allah Swt menurunkan risalahnya kepada Muhammad Saw Rasul akhir zaman. Pemikiran manajemen dalam Islam bersumber dari nash nash Al-Qur'an dan petunjuk petunjuk As-Sunnah dan berasaskan nilai nilai kemanusiaan yang berkembang di masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan maksud kehadiran Islam di tengah tengah umat manusia sebagai pembawa rahmat (*rahmatan lil alamin*) bagi semua makhluk di muka bumi.

Berbeda dengan manajemen konvensional, manajemen yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis Nabi (Sunnah) ini sarat dengan nilai yang diatur dalam syariah Islam. Oleh karenanya lebih dikenal dengan manajemen Islam atau lebih populer dengan sebutan manajemen syariah atau yang dipandu oleh aturan yang boleh dilakukan dan yang tidak boleh dilakukan. Oleh karena itu manajemen syariah adalah manajemen yang tidak bebas nilai, karena manajemen syariah tidak hanya berorientasi pada kehidupan dunia, tetapi juga

⁸⁶ Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), 1

berorientasi kepada kehidupan di akhirat (nanti di sana), yang hanya bisa dipahami dalam sistem kepercayaan agama Islam.⁸⁷

Kesuksesan Muhammad Saw. Dalam melakukan bisnis dilandasi oleh dua hal pokok, yaitu kepribadian yang amanah dan terpercaya, serta pengetahuan dan keterampilan yang mumpuni. Dua hal pokok ini (amanah dan ilmu) pula yang menjadikan Nabi Yusuf mampu membangun kesejahteraan masyarakat. Kedua hal pokok ini merupakan pesan moral yang bersifat universal yang uraiannya antara lain sebagai berikut:

1. *Shiddiq*

Yaitu benar dan jujur, tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi bisnis. Rasulullah Saw. Bersabda yang artinya *“Hendaknya kalian selalu berusaha menjadi orang yang benar dan jujur, karena kejujuran akan melahirkan kebaikan (keuntungan). Dan kebaikan akan menunjukkan jalan ke surga. Jika seseorang terus berusaha menjadi orang yang jujur, maka pasti dicatat oleh Allah sebagai orang yang selalu jujur. Jauhilah dusta dan menipu, karena dusta itu akan melahirkan kejahatan dan kejahatan akan menunjukkan jalan ke neraka. Jika seseorang terus menerus berdusta, maka akan dicatat oleh Allah sebagai orang yang selalu berdusta.”* (HR Mutafaqun Alaih)

Larangan berdusta, menipu, mengurangi takaran timbangan, dan mempermainkan kualitas, akan menyebabkan kerugian yang sesungguhnya, baik di dunia ini maupun di akhirat nanti.

2. Kreatif, berani, dan percaya diri

Yaitu berusaha untuk mencari dan menemukan peluang peluang bisnis yang baru yang prespektif dan berwawasan masa depan, dengan tidak mengabaikan prinsip kekinian.

Sifat ini merupakan paduan antara amanah dan fathanah, yang sering diterjemahkan dalam nilai nilai bisnis dan manajemen dengan bertanggung jawab, transparan, tepat waktu, memiliki

⁸⁷ Ma'ruf Abdullah, *Manajemen berbasis Syariah*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2012), 2

manajemen bervisi, manager dan pimpinan cerdas, dasar produk dan jasa, serta belajar berkelanjutan.

3. *Tabligh*

Yaitu mampu berkomunikasi dengan baik yang juga diterjemahkan dalam Bahasa manajemen dengan supel, cerdas, deskripsi tugas, delegasi wewenang, kerja tim, cepat tanggap, koordinasi, kendali dan supervise.

4. *Istiqamah*

Yaitu secara konsisten menampilkan dan mengimplementasikan nilai nilai di atas walau banyak mendapatkan godaan dan tantangan. Hanya dengan istiqamah dan mujahadah, peluang peluang bisnis yang prospektif dan menguntungkan akan selalu terbuka lebar.⁸⁸

Untuk tetap bisa bertahan dan meraih sukses dalam dunia bisnis dan bidang professional lainnya, kerja keras, kesempurnaan managerial dan stabilitas keuangan masih belum memadai karena kesuksesan bisnis juga tergantung pada kualitas produksi produksinya.⁸⁹ Manajemen syariah yang berkualitas dapat diterapkan dengan:

1. Bekerja dengan sungguh sungguh (mujahadah)
2. Istimrar (terus menerus) tidak asal asalan dan tidak cepat bosan
3. Tidak boleh berhenti belajar untuk meningkatkan kualitas, pemahaman dan budaya kerja
4. Dilakukan secara bersama sama (berjama'ah) sistem jama'ah inilah sistem yang khas yang tidak dimiliki umat lain.⁹⁰

Untuk dapat bersaing dengan produk setiap usaha juga harus dapat meningkatkan pemasaran secara Islami. Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan

⁸⁸ Didin Hafiduddin, *Op.Cit.*, hal. 59-60

⁸⁹ Didin Hafiduddin, *Op.Cit.*, hal. 55

⁹⁰ Undang Ahmad Kamaluddin, *Op.Cit.*, hal. 41

jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi.

Pengertian pemasaran menurut Kotler adalah suatu proses sosial dan managerial yang didalamnya, setiap individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk dengan pihak lain. Sedangkan menurut Santon pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.⁹¹

Sehingga secara umum pemasaran adalah suatu kegiatan menyeluruh, terpadu, dan terencana, yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan saling bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen, klien, mitra, dan masyarakat umum. Tujuan utama pemasaran adalah membuat penjualan yang laris. Caranya adalah mengetahui dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan mereka sehingga produk atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan mereka.

Pemasaran syariah atau *marketing syariah* adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari suatu inisiator kepada *stakeholders* yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam. Artinya bahwa dalam *marketing syariah*, seluruh proses baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*) tidak boleh ada hal hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip prinsip muamalah yang Islami. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip prinsip muamalah Islami tidak terjadi dalam suatu interaksi atau

⁹¹ Fauzan, *Manajemen Pemasaran Syariah Sebuah Pengantar*, (Yogyakarta: CV. Bildung Nusantara, 2019), 26

dalam proses suatu bisnis, maka bentuk transaksi apa pun dalam pemasaran dapat dibolehkan.

Hal ini berarti bahwa dalam pemasaran syariah, seluruh proses, baik proses penciptaan, penawaran, maupun perubahan nilai (*value*), tidak boleh ada hal hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip prinsip muamalah Islam. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip prinsip muamalah Islam tidak terjadi dalam suatu transaksi atau dalam proses suatu bisnis, maka bentuk transaksi apapun dalam pemasaran dapat dibolehkan.⁹²

Ada empat (4) karakteristik marketing syariah yang dapat menjadi panduan bagi para pemasar, yaitu:

1. *Teistis (rabbaniyah)*

Salah satu ciri khas syariah marketing yang tidak dimiliki dalam pemasaran konvensional yang dikenal selama ini adalah sifatnya yang religius (*diniyyah*)

2. *Etis (akhlaqiyyah)*

Keistimewaan yang lain dari syariah marketing yaitu sangat mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kegiatannya.

3. *Realistis (al-waqi'yyah)*

Syariah marketer adalah para pemasar profesional dengan penampilan yang bersih, rapi, dan bersahaja, apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakannya. Mereka bekerja dengan profesional dan mengedepankan nilai nilai religius, kesalehan, aspek moral, dan kejujuran dalam segala aktivitas pemasarannya

4. *Humanistis (al-insaniyyah)*

Dengan memiliki nilai *humanistis* syariah marketer menjadi manusia yang terkontrol, dan seimbang (*tawazun*) bukan manusia yang serakah yang menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan yang sebesar besarnya. Bukan menjadi manusia yang bisa bahagia di atas penderitaan orang

⁹² *Ibid.*, 27-28.

lain atau manusia yang hatinya kering dengan kepedulian sosial.⁹³

Selain itu seorang pengusaha tidak hanya bersaing dalam harga tetapi juga kualitas produk yang dimiliki. Untuk itu setidaknya produk yang dimiliki mempunyai nilai lebih meskipun tidak termasuk dalam kategori produk produk unggulan.⁹⁴ Membangun bingkai kompetitif ke dalam pabrik bisnis, secara krusial penting untuk kesuksesan jangka panjang. Beberapa cara untuk mendapatkan sisi ini dengan mengetahui lebih dari competitor, membuat produk yang sulit atau tidak mungkin ditiru, mampu memproduksi atau mendistribusikan produk secara lebih efisien, memiliki lokasi yang lebih baik, atau menawarkan layanan pelanggan yang unggul.⁹⁵

Faktor yang memberikan keuntungan persaingan kepada pengusaha dibandingkan para pesaing antara lain, ialah:

1. Pelayanan yang lebih baik
2. Tempat yang menarik
3. Kualitas yang lebih baik dengan harga sama
4. Jaminan yang lebih baik dalam keselamatan pemakaian produk
5. Pemberian informasi produk dan advertensi yang lebih baik dan menarik
6. Susunan toko yang lebih menarik
7. Tampilan kemasan yang lebih menarik.⁹⁶

Sifat yang harus dimiliki manager untuk menciptakan perusahaan yang memiliki daya saing, seperti:

1. Seorang manager harus fokus dengan visi dan misi perusahaan tersebut sehingga kegiatan yang dilakukan tidak keluar dari visi dan misi yang telah dibangun perusahaan

⁹³ *ibid*

⁹⁴ Didin Hafiduddin, *Op.Cit.*, 63

⁹⁵ Jaharuddin, dan Bambang Sutrisno, *Op.Cit.*, 228

⁹⁶ Pandji Anoraga, *Op.Cit.*, 45

2. Seorang manager harus terus belajar untuk menambah ilmu untuk pengetahuan serta mendapatkan informasi informasi yang akurat
3. Manager harus bisa membangun jaringan kerja dan juga bisa bekerja sama dengan tim
4. Seorang manager dalam mengelola sesuatu usaha harus sensitif terhadap semua aspek manajemen terutama pada perencanaan

Karena perencanaan merupakan masuk ke dalam hal yang terpenting dari tahapan awal sebelum mengambil keputusan, sehingga keputusan yang akan di ambil tidak salah langkah. Tanpa perencanaan maka usaha tidak bisa berjalan begitu juga dengan fungsi manajemen yang lain seperti pengorganisasian, pengarahan, dan evaluasi saling berhubungan antara satu sama lain. Keterkaitan ini membuat seorang manager harus melakukan kegiatan sebaik mungkin sesuai tahap tahapnya.⁹⁷

F. *Balanced Scorecard*

1. *Pengertian Balanced Scorecard*

Konsep *balanced score card* berkembang sejalan dengan perkembangan implementasi konsep tersebut. Beberapa pengertian *balanced scorecard* oleh para ahli adalah sebagai berikut: *Balanced scorecard* sebagai suatu sistem pendekatan untuk mengukur kinerja yang dilakukan oleh perusahaan melalui kerangka kerja pengukuran yang di dasarkan atas empat perspektif yaitu: keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, dan proses pembelajaran dan pertumbuhan.⁹⁸

Balanced scorecard merupakan suatu konsep yang bertujuan untuk mendukung perwujudan visi, misi, dan strategi perusahaan dengan menekankan pada empat

⁹⁷ Undang Ahmad Kamaluddin, *Op.Cit.*, 53

⁹⁸ Freddy Rangkut, *SWOT Balanced Scorecard, teknik menyusun strategi komporat yang eksekutif plus cara mengelola kinerja dan resiko*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2013), 204

kajian yaitu perspektif keuangan (*financial*), pelanggan (*customer*), bisnis internal (*internal business*), serta pembelajaran dan pertumbuhan (*learning and growth*) dengan target bersifat jangka panjang.⁹⁹

Balanced scorecard adalah alat bantu dalam melakukan penilaian kinerja yang konsepnya berupa keseimbangan antara perspektif keuangan dan perspektif non-keuangan, sebagai bagian dari strategi organisasi di masa mendatang. Penerapan *balanced scorecard* membantu para manager untuk menilai kesuksesan unit bisnis mereka dalam melakukan aktivitas penciptaan *value* pada masa kini dengan selalu memperhatikan kepentingan di periode selanjutnya.¹⁰⁰

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dari para ahli maka penulis menyimpulkan pengertian dari *balanced scorecard* sebagai suatu sistem informasi yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan dengan tujuan untuk dapat mencapai visi, misi serta strategi perusahaan yang berdasarkan dengan empat perspektif, yaitu perspektif keuangan (*financial*), pelanggan (*customer*), bisnis internal (*internal business*), serta pembelajaran dan pertumbuhan (*learning and growth*).

2. Keunggulan dan Kelemahan *Balanced Scorecard*

Manajemen dalam sebuah organisasi diharapkan mampu menafsirkan adanya dampak tren perubahan lingkungan bisnis yang kompleks terhadap visi, misi, dan tujuan organisasi. Organisasi yang memanfaatkan *Balanced scorecard* sebagai alat manajemen mempertimbangkan beberapa kelebihanannya untuk diterapkan pada organisasi. Kelebihan tersebut antara lain:

- a. Memperjelas dan menerjemahkan visi dan strategi organisasi

⁹⁹ Irham Fahmi, *Manajemen Kinerja: Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 225

¹⁰⁰ Wirawan, *Evaluasi Teori, Model, Standar, Aplikasi dan Profesi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012)

Pengguna *balanced scorecard* akan dapat mempermudah organisasi dalam menerjemahkan visi dan strategi organisasi. Empat perspektif dalam pengukuran kinerja mendorong organisasi untuk jauh lebih fokus mencapai tujuan organisasi melalui empat perspektif tersebut.

b. Komprehensif

Balanced scorecard merupakan salah satu alat pengukuran kinerja yang bersifat komprehensif. Aspek aspek yang dinilai di dalamnya tidak hanya berkuat pada penilaian kuantitatif, tetapi juga kualitatif. Selain itu elemen dalam *balanced scorecard* tidak hanya mengulas dan terbatas pada perspektif keuangan, tetapi juga tiga perspektif lainnya, yaitu pelanggan, bisnis internal serta pembelajaran dan pertumbuhan.

c. Koheren

Sasaran strategik yang ditetapkan dalam ketiga perspektif keuangan dan non keuangan harus memiliki hubungan sebab akibat atau kausal, baik secara langsung maupun tidak langsung. *Balanced scorecard* telah membangun hubungan sebab akibat di antara sasaran strategik lainnya.

d. Seimbang

Keseimbangan dalam penyusunan sistem perencanaan strategik akan menjadi hal mutlak dalam menghasilkan kinerja keuangan yang sesuai dengan harapan organisasi, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang

e. Terukur

Sasaran strategik yang terukur dalam perencanaan strategik akan menghasilkan tercapainya berbagai sasaran strategik yang telah dihasilkan oleh suatu sistem dalam organisasi

- f. Meningkatkan umpan balik untuk pengambilan keputusan strategik

Empat perspektif yang komprehensif dan terukur dalam *balanced scorecard* akan mempermudah organisasi dalam mengidentifikasi dan mengelompokkan hasil dari umpan balik sebagai dasar pengambilan keputusan

- g. Adanya kesamaan dan keseimbangan pengukuran antara *hard objectives measure* dan *softer more subjective measure*

Pernyataan ini berarti bahwa *balanced scorecard* menggunakan ukuran hasil yang objektif dan mudah didapatkan, yaitu yang berasal dari ukuran perspektif keuangan serta menggunakan ukuran hasil subjektif (ukuran yang sulit didapatkan) yang berasal dari ukuran hasil pada pelanggan, bisnis internal, serta pertumbuhan dan pembelajaran.

- h. Ada keseimbangan

Balanced scorecard menggunakan tolak ukur *lag indicator* (kinerja masa lalu yang berorientasi pada ukuran hasil untuk mengukut pencapaian tujuan) dan *lead indicator* (kinerja masa depan yang berorientasi pada ukuran pemicu hasil sebagai petunjuk sebab tercapainya ukuran hasil).¹⁰¹

Kedelapan keunggulan penggunaan *balanced scorecard* dalam pengukuran kinerja tentunya akan sangat menguntungkan bagi suatu organisasi. Namun dalam menyusun *balanced scorecard* bukan hal yang mudah. Banyak organisasi yang mengalami kegagalan dalam penyusunan *balanced scorecard* karena beberapa hal berikut:

¹⁰¹ Suci R.M Koesomowidjojo, *Balanced Scorecard Model Pengukuran Kinerja Organisasi dengan Empat Perspektif*, (Jakarta: Raih Asa Sukses (Penerbar Swadaya Group), 2017), 79-83

1. Jumlah staf yang terlibat dalam penyusunan *balanced scorecard* tidak memadai
2. Proses penyusunan *balanced scorecard* yang dianggap hanyalah sebagai rutinitas belaka
3. Hasil dari pelaksanaan *balanced scorecard* tidak digunakan sebagai baham evaluasi sehingga hanya menjadi penghuni *database* organisasi
4. Minimnya komitmen pimpinan dalam pelaksanaan *balanced scorecard*
5. Proses penyusunan dokumen *balanced scorecard* yang terlalu lama akibat kompetensi penyusun tidak sesuai standar
6. *Balanced scorecard* hanyalah digunakan untuk keperluan pemberian kompensasi.¹⁰²

3. Pengukuran Kinerja Perusahaan dengan *Balanced Scorecard*

Cara pengukuran kinerja bisnis dalam *balanced scorecard* adalah mengukur secara seimbang antara perspektif yang satu dengan perspektif yang lainnya dengan tolak ukur masing masing perspektif. Skor dalam tabel keseimbangan adalah skor standar, jika kinerja semua aspek dalam perusahaan adalah “baik”.

1. Perspektif keuangan

Perspektif keuangan adalah pengukuran kinerja keuangan mengindikasikan apakah strategi perusahaan, penerapannya, dan pelaksanaannya memberikan kontribusi pada peningkatan yang mendasar. Oleh karena itu perspektif keuangan tidak memiliki inisiatif strategik untuk mencapai sasaran strategik, sasaran strategik dari perspektif keuangan adalah *shareholder value* seperti meningkatnya ROI (*Return on Investment*), pertumbuhan pendapatan perusahaan, dan berkurangnya biaya produksi.

¹⁰² *Ibid*, 83

Perspektif keuangan, pengukuran menggunakan ROI dan *Profit Margin*

a. ROI (*Return On Investment*)

Tingkat pengambilan investasi dari pendapatan operasi atau yang biasa disebut dengan ROI yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal yang di investasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan laba bersih.

$$\text{ROI} = \frac{\text{EAT}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

b. *Profit Margin*

Profit margin digunakan untuk melihat besar kecilnya laba usaha dalam hubungannya dengan penjualan untuk mengetahui efisiensi perusahaan.

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{EAT}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

2. Perspektif Pelanggan

Perspektif pelanggan merupakan perusahaan mengidentifikasi dan mendefinisikan pelanggan dan segmen pasarnya. Perspektif ini memiliki beberapa pengukuran utama dari *outcome* yang sukses dengan formulasi dan penerapan strategi yang baik. Sasaran strategik dari perspektif *customer* ini adalah *firm equity* diantaranya adalah meningkatnya kepercayaan *customer* atas produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan, kecepatan layanan yang diberikan dan kualitas hubungan perusahaan dengan *customer*.

Pengukuran kinerja pada perspektif ini adalah tingkat kepuasan pelanggan dengan cara mengukur seberapa besar kepuasan pelanggan terhadap pelayanan perusahaan

- a. Tingkat Perolehan Pelanggan Baru (*Customer Acquisition*) mengukur tingkat keberhasilan perusahaan dalam menarik pelanggan baru.

$$\text{Customer acquisition} = \frac{\text{Jumlah pelanggan baru}}{\text{Jumlah total pelanggan}} \times 100\%$$

- b. Kemampuan mempertahankan pelanggan lama (*customer retention*) mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan lama.

$$\text{Customer retention} = \frac{\text{Jumlah pelanggan lama}}{\text{Jumlah total pelanggan}} \times 100\%$$

- c. Tingkat kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) mengukur tingkat kepuasan para pelanggan terhadap layanan perusahaan.

3. Perspektif Proses Bisnis Internal

Perspektif bisnis internal merupakan proses internal yang harus dilakukan adalah proses yang berhubungan dengan penciptaan barang dan jasa sehingga dapat menarik dan mempertahankan pelanggan di pasar yang akhirnya dapat memuaskan ekspektasi pemegang saham. Perbedaan fundamental antara pendekatan tradisional dan *balanced scorecard* sebagai berikut pendekatan tradisional bertujuan untuk memantau dan meningkatkan proses bisnis yang telah ada. Sementara pendekatan *balanced scorecard* akan selalu mengidentifikasi keseluruhan proses yang baru perusahaan harus memenuhi tujuan keuangan dan pelanggannya. Sasaran strategis dari perspektif proses bisnis ini adalah *organizational capital* seperti meningkatnya kualitas proses layanan kepada *customer*, komputerisasi proses layanan kepada *customer*, dan penerapan infrastruktur

teknologi yang memudahkan pelayanan kepada *customer*. Perspektif ini komponen pengukuran yang digambarkan yaitu proses inovasi, proses operasi dan layanan purna jual.

a. Proses inovasi

Proses inovasi untuk mengetahui jumlah produk atau jasa baru yang ditawarkan perusahaan dibandingkan dengan produk atau jasa yang sudah ada. Semakin tinggi nilai yang dihasilkan maka semakin baik inovasi yang dilakukan oleh perusahaan.

$$\text{Inovasi} = \frac{\text{Produk baru yang ditawarkan}}{\text{Total produk yang sudah ada}} \times 100\%$$

b. Proses operasi

Proses operasi adalah proses untuk membuat dan menyampaikan produk/jasa. Aktivitas ini dibagi menjadi dua bagian: 1) proses pembuatan produk, dan 2) proses penyampaian produk kepada pelanggan. Proses operasi untuk mengetahui waktu yang dipakai dalam proses penyampaian produk dibandingkan produk yang diterima pelanggan.

4. Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran

Perspektif pertumbuhan dan pembelajaran merupakan perspektif pembelajaran dan pertumbuhan ini mengidentifikasi infrastruktur yang harus dibangun perusahaan untuk membentuk pertumbuhan dan perkembangan perusahaan di jangka panjang. Sasaran strategik dari perspektif pembelajaran dan pertumbuhan adalah *human capital*.

Kepuasan karyawan merupakan prakondisi untuk meningkatkan produktivitas, tanggung jawab, kualitas, dan pelayanan kepada konsumen. Unsur yang dapat diukur dalam kepuasan karyawan adalah ketertiban pekerja dalam mengambil keputusan, pengakuan, akses untuk mendapatkan informasi,

dorongan untuk bekerja kreatif, dan menggunakan inisiatif, serta dukungan dari atasan. Retensi karyawan merupakan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan selama mungkin pekerja yang diminati perusahaan. Karyawan merupakan investasi jangka panjang bagi perusahaan. Jadi, seorang karyawan yang bukan karena keinginan perusahaan merupakan *loss* pada *intellectual capital* dari perusahaan. Retensi karyawan diukur dengan persentase *turnover* di perusahaan.

$$\text{Retensi karyawan} = \frac{\text{Jumlah karyawan keluar}}{\text{Total jumlah karyawan}} \times 100\%$$

- a. Produktivitas, untuk mengetahui produktivitas karyawan dalam periode tertentu. Produktivitas pekerja merupakan hasil dari pengaruh keseluruhan dari peningkatan keahlian dan moral, inovasi, proses internal, dan kepuasan pelanggan. Tujuannya adalah untuk menghubungkan *output* yang dihasilkan oleh pekerja dengan jumlah pekerja yang seharusnya untuk menghasilkan *output* tersebut.¹⁰³

$$\text{Produktivitas} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Jumlah karyawan}} \times 100\%$$

¹⁰³ Mulyadi, *Balanced Scorecard: Alat Manajemen Komtemporer untuk Pelipatgandaan Kinerja Keuangan Perusahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 419



DAFTAR RUJUKAN

Buku:

- Abdullah, Ma'ruf. 2012. *Manajemen Berbasis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Anoraga. Pandji. 2002. *Koperasi Kewirausahaan dan Usaha Kecil*. Jakarta: PT. Rineke Cipta
- Arikunto, Suharsimi. 1993. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asyari, Sapari Imam. 1983. *Suatu Petunjuk Praktis Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Usaha Nasional
- Aziz, Abdul. 2010. *Manajemen Investasi Syari'ah*. Bandung: Alfabeta
- Darmawan, dkk. 2011. *Kamus Ilmiah Populer Lengkap, dengan EYD dan Pembentukan Istilah serta Akronim Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Bintang Cemerlang
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Effendy. Muhadjir. 2016. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kelima, Aplikasi Luring Resmi Badan Pengembangan Bahasa dan Perukuran, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia*
- Fauzan. 2019. *Manajemen Pemasaran Syariah Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: CV. Bildung Nusantara.
- Firmansyah, Anang dan Mahardhika, Budi W. *Pengantar Manajemen* Yogyakarta: Deepublish, 2018
- Handyaningrat Soewarno. 1995. *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen*. Jakarta: Gunung Agung.
- Hardani. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hardjanto. Amirullah Imam. 2005. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Huda, Anam Miftakhul, dan Diana Elvianita Martanti. *Pengantar Manajemen Strategik*. Bali: Jayapangus Press

- Hendrin Tanjhung, Didin Hafidhuddin. 2003. Manajemen Syari'ah dalam Praktek. Jakarta: Gema Insani.
- Irjus, dkk. 2020. Pendidikan Kewirausahaan dan Etika Bisnis. Purwokerto: CV Pena Persada.
- Jaharuddin dan Bambang Sutrisno. 2019. Pengantar Ekonomi Islam. Jakarta Selatan: Salemba Diniyah.
- Jauhari. Heri. 2015. Pedoman: Penulisan Karya Ilmiah. Bandung: Pustaka Setia.
- Kamaludin. Undang Ahmad. 2009. Etika Manajemen Islam. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Kementrian Agama RI, 2019, Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019, Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Nawawi, Hadari. 1989. Organisasi Sekolah dan Pengelolaan Kelas. Jakarta: PT. Tema Baru.
- Nazir. Moh. 2011. Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Nugroho. Dian Ani. 2017. Pengantar Manajemen Untuk Organisasi Bisnis, Publik dan Nirlaba. Malang: UB Press.
- Nurdiansyah. Haris dan Robbi Saepul Rahman. 2019. Pengantar Manajemen. Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Nurzazin, 2018. Dasar Dasar Manajemen Pendidikan Islam. Malang: Edulitera.
- Mashar, Indah Kusuma Dewi, Ali. Nilai Nilai Profetik dalam Kepemimpinan Modern pada Manajemen Kinerja. Yogyakarta: Gre Publishing, 2019.
- Rahim. Abd. Rahman dan Enny Radjab. 2016. Manajemen Strategi. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rokan, Mustafa Kamal. 2013. Bisnis Ala Nabi. Yogyakarta: Bunyan
- Rozalinda. 2017. Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi. Depok: Rajawali Pers.
- Sadikin. Ali, Dkk. 2020. Pengantar Manajemen dan Bisnis. Yogyakarta: K-Media.
- Said. M. 2011. Filsafat Pendidikan Islam. Medan: Mitra Pustaka.

- Said. Muh. 2008. Pengantar Ekonomi Islam: Dasar-Dasar dan Pengembangannya. Pekanbaru: Suska Press.
- Samsu. 2017. Metode Penelitian: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development). Jambi: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).
- Sinn, Ahmad Ibrahim Abu. Manajemen Syariah: Sebuah Kajian Historis dan Kontemporer. 3rd ed. Jakarta: Rajawali Press, 2012.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sulastri. Llis. 2012. Manajemen Sebuah Pengantar Sejarah, Tokoh Teori, dan Praktik. Bandung: La Goods Publishing.
- Suwartono. 2014. Dasar Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Suyuti, Husein. 1989. Pengantar Metode Rised. Jakarta: Fajar Agung
- Thoha, Miftah. 2019. Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wijaya. Candra dan Muhammad Rifa'i. 2016. Dasar Dasar Manajemen mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi secara Efektif dan Efisien. Medan: Perdana Publishing.
- Winoto. Suhadi. 2020. Dasar Dasar Manajemen Pendidikan. Yogyakarta: Bildung.
- Mashar, Indah Kusuma Dewi, Ali. Nilai-Nilai Profetik dalam Kepemimpinan Modern pada Manajemen Kinerja. Yogyakarta: Gre Publishing.
- Mashar, Indah Kusuma Dewi, Ali. 2019. Nilai-Nilai Profetik Dalam Kepemimpinan Modern Pada Manajemen Kinerja. Yogyakarta: Gre Publishing.
- Torang. Syamsir. 2016. Organisasi & Manajemen (Perilaku, Struktur, Budaya, & Perubahan Organisasi). Bandung: Alfabeta

Jurnal:

- Andika, Ferry, 2012. Analisa Strategi Marketing Gumati Cafe dalam Meningkatkan Konsumen Menurut Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Islam Al-Onfaq*. Volume 3, No 1
- Arifin, Miftahol. 2021. Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Amanda Cafe di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal MISSY*, Volume 2, No 1.
- Ariyadi. 2018. Bisnis dalam Islam. *Jurnal Hadratul Madaniyah*. Volume 5, No 1.
- Azmi, Muhammad. 2020. Manajemen Pengelolaan Usaha Tani Jeruk dalam Meningkatkan Perekonomian Keluarga Petani Jeruk menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Eprints Uniska*.
- Dsrussalam. Andi. 2015. Paradigma Bisnis Islam Prespektif Hadis. *Jurnal TAHDIS*, Volume 6, No 1.
- Dwi. Ananta. 2016. Makalah Majalah.
- Hapsari, Hepi. 2018. Optimalisasi Manajemen Usaha Lebah Madu untuk Meningkatkan Pendapatan Keluarga. *Dharmakarya* 7, No 1 <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v7i1.11878>.
- Kifliyanto Tampil, Masye S Pangkey, Novie Palar. 2021. Pengelolaan Pasar Tradisional Towo'e di Kecamatan Tahuna Kabupaten Sangihe pada Pandemi Covid 19. *Jurnal Administrasi Publik VII*, No 101.
- Riyadi, Fuad. 2016. Urgensi Manajemen dalam Bisnis Islam. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 3, No 1 <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1472>.

Wawancara:

- Dwi Cahyo, Prio. "Evaluasi Pelaksanaan Usaha Nuju Coffee", *Wawancara*. 22 Maret 2022.
- Fransisca, Licya. "Rvaluasi Pelaksanaan Usaha Nuju Coffee", *Wawancara*. 22 Maret 2022.
- Kukuh S. Ridho. "Evaluasi Pelaksanaan Usaha Nuju Coffee". *Wawancara*. 22 Maret 2022

- M. Alfarisi. “Evaluasi Pelaksanaan Usaha Nuju Coffee”. *Wawancara*. 22 Maret 2022.
- Ramanda, M. Oki. “Perencanaan Pengelolaan Usaha Nuju Coffee”. *Wawancara*. 22 Maret, 2022
- Riendika, M. Amsyar. “Pelaksanaan Usaha Nuju Coffee”. *Wawancara*. 3 Februari 2022.
- Taqarrub, M. Rinaldo. “Struktur Organisasi Nuju Coffee”, *Wawancara*. 3 Februari 2022

Web:

<https://www.beritasatu.com/ekonomi/601687/2020-kedai-kopi-diprediksi-tumbuh-15>

<https://www.tokomesin.com/peluang-bisnis-minuman-kopi-dan-analisa-bisnisnya.html>

Link Google Drive Rekaman Wawancara:

<https://drive.google.com/drive/folders/1nwaOU3A0BXeOI1fRfME3uh1L7bUd2scM>

