

**STRATEGI PENGELOLAAN BISNIS SYARI'AH PADA INDUSTRI KECIL
MENENGAH (IKM) DI TANJUNG BALAI****Samrin¹, Saparuddin Harahap², Isnaini Harahap²**Email: samrin@dosen.pancabudi.ac.id, saparuddin@uinsu.ac.id, isnaini.harahap@uinsu.ac.id¹Fakultas Sosial Sains, Universitas Pembangunan Panca Budi²Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara**ABSTRAK**

Strategi pengelolaan bisnis syari'ah menjadi tema menarik seiring dengan perkembangannya terus meningkat. Terdapat 3 (tiga) model yang berkembang: 1) Sole proprietorships, 2) Partnership, dan 3) Muḍarabah, bentuk kerjasama dimana pemilik modal (shahibul mal) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (muḍarib) dengan perjanjian di awal. Paper ini menganalisa model pengelolaan bisnis syari'ah yang dikembangkan oleh Industri Kecil Menengah (IKM) sebagai unit usaha dengan pembiayaan prinsip syari'ah. Banyaknya unit usaha ini dapat mempengaruhi model pengelolaan bisnis yang diterapkan, dan model pengelolaan tersebut dapat mempengaruhi hasil usaha yang dijalankan. Dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, penelitian ini menemukan bahwa Industri Kecil Menengah (IKM) menggunakan beberapa model bisnis sesuai dengan jenis usaha yang dijalankan, yaitu kepemilikan tunggal dan kemitraan serta model kombinasi keduanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis perbandingan dalam penerapan *model bisnis Syariah hamper sama pada Industri Kecil Menengah (IKM).Pertama*, IKM menggunakan beberapa model bisnis, sesuai dengan tipeusaha yang dijalankan. Artinya, tipe dan jenis usaha yang dijalankan mempengaruhi model bisnis yang diterapkan. Tetapi ada satu konsep yang dijadikan dasar pijakan dalam berbisnis, yaitu IKM tidak melulu mencari keuntungan (*profit oriented*), namun juga ada nilai manfaat (*benefit oriented*). Beberapa variasi model bisnis yang diterapkan oleh IKM, yaitu: 1) *Sole proprietorship*. *Kedua*, model pengelolaan bisnis yang diterapkan perusahaan dapat menentukan keberhasilan sebuah usaha/bisnis. Oleh karena itu menjadi sangat penting bagi IKM untuk memberikan perhatian pada model pengelolaan bisnis yang dijalankannya.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, Bisnis Syariah**PENDAHULUAN**

Perkembangan bisnis Islam (syari'ah) kini kian marak dan menjamur di Indonesia. Salah satu pendorongnya adalah karena adanya kesadaran masyarakat yang mayoritas Muslim untuk menggunakan dan memanfaatkan produk-produk (barang maupun jasa) yang *halāl* dan *tayyib*. Maka peran produsen atau perusahaan-perusahaan bisnis berbasis syari'ah menjadi sebuah alternatif yang cukup menjanjikan. Perkembangan itu di satu sisi patut disyukuri, namun di sisi lain juga perlu diwaspadai. Karena bukan tidak mungkin berbagai variasi produk syari'ah yang bermunculan saat ini ternyata tidak lebih dari sekedar 'berganti nama' saja. Artinya, secara paradigmatik sebuah perusahaan bisa saja tetap berpijak pada konsep bisnis sekuler-kapitalistik, tapi dipoles dengan label-label syari'ah atau tepatnya label etika Islami, seperti: jujur, amanah dan sejenisnya. Hasilnya, yang penting bagi perusahaan tersebut adalah mendapatkan *market share* yang menguntungkan di pasar syari'ah. Inilah tantangan bagi pengusaha Muslim dalam mengembangkan bisnis yang syar'i. Bukan sekedar polesan, tapi juga asas, konsep, manusia, implementasi dan hasil yang benar-benar menampilkan karakter bisnis berbasis syari'ah yang utuh, unik dan barakah.

Tak dapat dipungkiri, industri kecil menengah (IKM) merupakan pilar ekonomi bagi suatu negara berkembang seperti Indonesia. Dengan semangat mengembangkan ekonomi kreatif melalui penciptaan nilai tambah dapat menjawab tantangan industri yang ramah lingkungan (Affif, 2012). Sayangnya, dalam menghadapi perubahan bisnis, pebisnis industri kecil menengah (IKM) lebih mengedepankan sisi persaingan satu sama lain demi mengejar pertumbuhan usaha, bersaing demi keunggulan kompetitif, berebut pangsa pasar, dan berjuang

menciptakan diferensiasi. Hingga tidak jarang persaingan di pasar antara pebisnis ini membawa konsekuensi kebangkrutan.

Sebagaimana dicatatkan oleh Kim dan Moubourgne (2005) bahwa pebisnis dalam suatu industri menggunakan berbagai upaya untuk mengatasi perubahan pasar dengan membuat batasan-batasan pasar secara sengaja guna menghambat dan meminimalisir pebisnis baru. Pebisnis yang sudah berkecimpung dalam industri tersebut secara aktif terus melindungi pangsa pasar yang telah mereka raih. Gambaran persaingan seperti ini menandakan terjadinya situasi persaingan industri yang ketat. Kim dan Moubourgne, (2005) menyebutnya sebagai samudera berdarah-darah atau samudera merah. Intinya ruang pasar yang semakin sesak, prospek laba dan pertumbuhan usaha menurun, produk sudah identik dengan komoditas.

Terdapat beberapa prinsip bisnis dalam Islam yang tidak boleh diabaikan oleh para pelaku bisnis, baik secara pribadi maupun sebagai kelompok bisnis, yaitu: tidak boleh menggunakan cara-cara yang bathil dan merusak,¹ tidak boleh melakukan kegiatan usaha dalam bentuk perjudian atau ada kemiripandengan perjudian,² tidak saling menzalimi dan saling merugikan,³ tidak berlakucurang dalam takaran, timbangan ataupun pemalsuan kualitas,⁴ dan tidak mempergunakan cara-cara yang ribawi atau dengan sistem bunga.⁵ Prinsip-prinsip ini menjadi dasar utama dalam pengelolaan bisnis syari'ah yang dilakukan oleh pengusaha atau perusahaan. Namun dengan berbagai model bisnis yang saat ini berkembang, tidak menutup kemungkinan prinsip tersebut dilanggar sehingga berpotensi merugikan pihak lain. Islam sangat melarang yang demikian itu terjadi. Dalam konteks itulah, maka model-model pengelolaan bisnis Islam menarik untuk diteliti.

TINJAUAN PUSTAKA

Model Pengelolaan Bisnis Syari'ah

Secara umum, istilah bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien.⁶ Secara historis, kata bisnis berasal dari bahasa Inggris, yaitu "*business*", dari kata dasar "*busy*" yang artinya "sibuk". Sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Dalam kamus bahasa Indonesia, bisnis adalah usaha dagang, usaha komersial.⁷ Bisnis sendiri memiliki dua pengertian yang berbeda, yakni: *pertama*, bisnis adalah sebuah kegiatan, dan *kedua*, bisnis adalah sebuah perusahaan. Menurut Hughes dan Kapoor, bisnis merupakan kegiatan usaha individu yang terorganisir untuk memperoleh laba atau menjual barang dan jasa guna mendapat keuntungan dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.⁹ Ebert mengartikan bisnis sebagai sebuah organisasi yang mengelola barang dan jasa untuk mendapatkan laba.¹⁰ Dalam Islam, bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).¹¹ Terdapat beberapa ayat di dalam al-Qur'an yang berbicara mengenai bisnis, di antaranya: al-Baqarah [2]: 282; al-Nisā' [4]: 29; al-Taubah [9]: 24; al-Nūr [24]: 37; Fāṭir [35]: 29; al-Şaff [61]: 10, dan al-Jumu'ah [62]: 11.

Al-Qur'an menjelaskan tentang konsep bisnis dengan beberapa kata yang diantaranya adalah kata: *al-tijārah* (berdagang, berniaga), *al-bay'ū* (menjual), dan *tadāyantum* (muamalah).¹² Kata *tijārah* dalam al-Qur'an dapat ditemui dalam Surat al-Baqarah [2]: 282, al-Nisa [4]: 29, al-Taubah [9]: 24, al-Nūr [24]: 37, Fāṭir [35]: 29, al-Şaff [61]: 10, dan al-Jumu'ah [62]: 11. *Al-ba'i* adalah lawankata dari *al-shira'* (beli). *Al-ba'i* secara etimologi berarti menjual.¹³ Kata *al-bay'* disebutkan dalam Surat al-Baqarah [2]: 254, 275. Sementara kata *tadāyantum* disebut satu kali dalam Surat al-Baqarah [2]: 282. Al-Qur'an juga seringkali menyebut bisnis dengan menggunakan kata-kata jual-beli, untung-rugi dan lainnya sebagaimana dalam Surat al-Taubah [9]: 111.

Bisnis dalam al-Qur'an baik yang terambil dari terma *tijārah*, *al-bay'*, *ishtarā*, maupun *tadāyantum*, tidak hanya menjelaskan bisnis dalam sifat material, tetapi juga immaterial. Wirausaha Muslim sebagai pelaku bisnis harus bekerja sesuai profesionalitas dan tetap menjalankan perintah Allah. Dalam konteks inilah al-Qur'an menawarkan keuntungan dengan suatu bursa yang tidak pernah mengenal kerugian, yaitu *tijārah lan tabūrā*.¹⁴ Karena bisnis berbasis syari'ah adalah kegiatan bisnis yang dilakukan oleh seseorang dengan berlandaskan syariat agama Islam, dimana setiap cara memperoleh dan menggunakan harta yang mereka dapatkan harus sesuai dengan aturan agama Islam (halal dan haram). Dalam bisnis Islam seseorang harus selalu mengingat dan menyerahkan semua hasil usaha yang telah dilakukan kepada Allah. Dengan berserah diri kepada Allah dan menganggap kerja sebagai ibadah seseorang akan selalu ikhlas dalam bekerja inilah yang dimaksud dengan *tawhīd ulūhiyyah*

Prinsip Dasar dan Orientasi Bisnis dalam Islam

Terdapat empat prinsip (aksioma) dalam ilmu ekonomi Islam yang mesti diterapkan dalam bisnis syari'ah, yaitu: tauhid (*unity/kesatuan*), keseimbangan atau kesejajaran (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), dan tanggung jawab (*responsibility*).¹⁶ Tauhid mengantarkan manusia pada pengakuan terhadap keesaan Allah selaku Tuhan semesta alam. Oleh sebab itu, segala aktifitas –khususnya dalam muamalah dan bisnis– hendaklah mengikuti aturan Allah.¹⁷ Sedangkan keseimbangan, keadilan atau kesejajaran (*equilibrium*) merupakan konsep yang menunjukkan adanya keadilan sosial. Ajaran Islam berorientasi pada terciptanya karakter manusia yang memiliki sikap dan perilaku yang seimbang dan adil dalam konteks hubungan antara manusia dengan diri sendiri, dengan orang lain (masyarakat) dan juga dengan lingkungan.¹⁸ Sementara dengan kehendak bebas, manusia mempunyai suatu potensi dalam menentukan pilihan-pilihan yang beragam, karena kebebasan manusia tidak dibatasi. Namun kehendak bebas itu harus sejalan dengan kemaslahatan kepentingan individu, terlebih lagi pada kepentingan umat. Tanggung jawab (*responsibility*), ini terkait erat dengan tanggung jawab manusia atas segala aktivitas yang dilakukan kepada Tuhan dan juga tanggung jawab kepada manusia sebagai masyarakat. Kebebasan dalam melakukan bisnis oleh manusia tidak lepas dari pertanggungjawaban yang harus diberikan atas aktivitas yang dilakukan sesuai dengan apa yang ada dalam al-Qur'an bahwa setiap individu bertanggung jawab atas segala aktivitasnya.

Selain 4 (empat) aksioma yang telah disebutkan di atas, Beekun menambahkan yang kelima, yaitu *benovelence* atau dikenal dengan *Ihsan*,²⁰ yaitu kehendak untuk melakukan kebaikan hati dan meletakkan bisnis pada tujuan berbuat kebaikan. Sedangkan orientasi bisnis dalam Islam adalah untuk mencapai empat hal utama, yaitu target hasil berupa *profit materi* dan *benefit-nonmateri*, pertumbuhan, keberlangsungan, dan keberkahan. Target hasil *profit-materi* dan *benefit-non materi* artinya bahwa bisnis tidak hanya untuk mencari profit (*qimah madiyah* atau nilai materi), tetapi juga memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan atau manfaat) non materi kepada internal organisasi perusahaan dan eksternal (lingkungan), seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya.

Selain memperoleh profit dan benefit, bisnis dalam Islam juga memiliki orientasi pertumbuhan, keberlangsungan, dan keberkahan. Artinya, bahwa perusahaan harus berupaya menjaga pertumbuhan agar selalu meningkat, dengan tetap berada dalam koridor syari'ah, bukan menghalalkan segala cara. Apa yang sudah dicapainya tersebut harus terus dipertahankan keberlangsungannya, sehingga perusahaan dapat *exis* dalam kurun waktu yang lama. Pada akhirnya, apa yang sudah dicapainya tersebut juga harus memunculkan keberkahan. Artinya, bisnis syari'ah menempatkan berkah sebagai tujuan inti, karena ia merupakan bentuk dari diterimanya segala aktivitas manusia.

Model Pengelolaan Bisnis dalam Islam

Persaingan bisnis saat ini semakin ketat. Agar organisasi dapat terus bertahan dalam menjalankan bisnis, maka harus melakukan perbaikan dan inovasi terus menerus. Menurut Giesen, Berman, Bell dan Blitz, sebagaimana dikutip oleh Melina mengatakan bahwa “*anticipating massive change across diverse industries, top-performing CEOs are focusing on business model innovation as a path to competitive power and growth*”. Ini menunjukkan betapa pentingnya inovasi model bisnis dalam kekuatan kompetitif dan pertumbuhan perusahaan. Suatu model bisnis menggambarkan pemikiran tentang bagaimana sebuah organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai-nilai, baik itu ekonomi, sosial, ataupun bentuk-bentuk nilai lainnya. Maka istilah model bisnis dipakai untuk ruang lingkup yang luas dalam konteks formal dan informal untuk menunjukkan aspek inti suatu bisnis, termasuk mencakup maksud dan tujuan, apa yang ditawarkan, strategi, infrastruktur, struktur organisasi, praktik-praktik niaga, serta kebijakan-kebijakan dan proses-proses operasional.

Pada umumnya, definisi model bisnis memasukkan penciptaan nilai pelanggan sebagai salah satu elemen inti. Penciptaan nilai pelanggan yang dibahas disebutkan dalam berbagai istilah seperti “desain penciptaan nilai” atau “menciptakan nilai”, tetapi makna utama dari istilah-istilah itu sama. Model bisnis harus menjelaskan bagaimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggannya. Rasulullah adalah pelaku bisnis yang sangat berhasil di zamannya. Ada dua prinsip utama yang patut dicontoh dari perjalanan bisnis Rasulullah. *Pertama*, uang bukanlah modal utama dalam berbisnis, dan *kedua*, modal utama dalam usaha adalah membangun kepercayaan dan dapat dipercaya (*al-amīn*).²⁶ Bisnis dalam Islam merupakan segala macam kegiatan bisnis yang tidak terbatas (dalam hal kuantitas) kepemilikan barang atau jasa termasuk keuntungan, tetapi dapat terbatas dalam hal cara mendapatkan dan cara penggunaan (sesuai dengan hukum syari’ah Islam). Bisnis Islam yang dikendalikan oleh hukum syari’ah cukup jauh berbeda dengan bisnis konvensional, dalam hal cara untuk mendapatkan kekayaan dan bagaimana menggunakannya.

Bisnis Islam yang sesuai syari’ah bertujuan untuk mencapai *falāh* sebagai tujuan hidup setiap Muslim. Maka dalam pengelolaan bisnis syari’ah tidak hanya memandang aspek material, namun lebih ditekankan pada aspek spiritual. Dalam konteks duniawi, *falāh* merupakan konsep yang multidimensi dan memiliki implikasi pada aspek perilaku individual atau mikro dan perilaku kolektif atau makro. Adapun untuk mencapai *falāh* tersebut dikenal konsep *maṣlahah*. *Maṣlahah* adalah segala bentuk keadaan, baik material maupun nonmaterial, yang mampu meningkatkan kedudukan manusia sebagai makhluk yang paling mulia. Menurut al-Shatibi, *maṣlahah* adalah dasar kehidupan manusia dan terdiri atas 5 (lima) hal, yaitu agama (*dīn*), jiwa (*nafs*), intelektual (*‘aql*), keluarga dan keturunan (*nasl*) dan harta (*māl*).

Model bisnis pada entitas bisnis Islam bersumber dari prinsip-prinsip dan asas ekonomi bisnis Islam sebagai sumber rujukannya. Dari proses dan pengalaman dalam pengembangan ekonomi bisnis, melahirkan kristalisasi system nilai yang menggerakkan perilaku bisnis kolektif dalam naungan organ entitas bisnis Islam. Paduan antara ajaran agama sebagai sumber rujukan, kristalisasi perilaku bisnis dan tempaan dunia bisnis, melahirkan suatu model bisnis yang kemudian disebut model bisnis Islam.

Menurut Muhammad Akram Khan, terdapat tiga model penting dalam organisasi bisnis menurut ekonomi Islam, yaitu:

- a. *Sole Proprietorship* merupakan suatu usaha yang dijalankan sendiri oleh perorangan tanpa menggunakan bentuk usaha yang terpisah dan tersendiri. *Sole proprietorships* adalah bentuk paling sederhana dari organisasi usaha. Semua hak yang dimiliki usaha tersebut merupakan hak yang dimiliki oleh si pemilik. Demikian pula, semua kewajiban atau hutang yang ditanggung oleh usaha tersebut secara hukum merupakan kewajiban atau hutang dari si pemilik. Aset dan laba yang dihasilkan oleh usaha dimiliki oleh si

pemilik yang secara pribadi berkewajiban membayar pajak apapun yang harus dibayar berkenaan dengan aset dan laba tersebut.

- b. *Partnership* merupakan suatu usaha yang dikembangkan secara bersama-sama oleh dua orang atau lebih untuk mendistribusikan keuntungan dari hasil usaha yang dijalankan oleh mereka. Implikasi dari definisi tersebut adalah bahwa pihak yang menjalankan *partnership* sama-sama mengeluarkan sumber daya yang dimiliki masing-masing. Bagi hasil menjadi tujuan utama bentuk usaha ini. Keuntungan akan didistribusikan pada proporsi yang sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak. Selain itu kerugian juga akan ditanggung oleh semua pihak. Pada prinsipnya Islam menghendaki keadilan dan kejujuran dalam bertransaksi. Tidak ada aturan baku yang menentukan dalam sistem bagi hasil apakah 50:50, 60:40, 70:30 dan seterusnya. Prinsipnya yang bekerja paling gigit harus menerima lebih banyak dari yang tidak berbuat.
- c. *Muḍarabah* merupakan suatu usaha dalam bentuk kerjasama antara dua atau lebih pihak dimana pemilik modal (*ṣāhib al-māl*) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (*muḍarib*) dengan suatu perjanjian di awal. Bentuk ini menegaskan kerjasama dengan kontribusi seratus persen modal dari pemilik modal dan keahlian dari pengelola. Transaksi jenis ini tidak mewajibkan adanya wakil dari *ṣāhib al-māl* dalam manajemen proyek. Sebagai orang kepercayaan, *muḍarib* harus bertindak hati-hati dan bertanggung jawab atas kerugian yang terjadi akibat kelalaian dan tujuan penggunaan modal untuk usaha halal. Sedangkan, *ṣāhib al-māl* diharapkan untuk mengelola modal dengan cara tertentu untuk menciptakan laba yang optimal.

METODE PENELITIAN

Data

Data penelitian ini menggunakan data kualitatif yang mengukur model bisnis syariah yaitu :

- a. Konsep Masalah, yaitu bagaimana bisnis yang dikembangkan tidak hanya berorientasi mencari keuntungan (*profit oriented*), tetapi juga ada manfaat lain yang hendak dicapai (*benefit oriented*). Melalui konsep masalah inilah perusahaan berupaya menjaga pertumbuhan agar selalu meningkat. Hal itu diterapkan dengan adanya unit usaha Takessa (Tabung Kesehatan Sultan Agung) dan SA Radio yang lebih pada pencapaian benefit dari pada profit.
- b. Konsep Keberkahan, yaitu sebagai tujuan tertinggi yang hendak diraih. Maka cara-cara bisnis yang diterapkan harus sesuai dengan ajaran Islam dan tidak melanggar larangan-larangan dalam Islam. IKM berusaha secara maksimal mengawal setiap kegiatannya agar tidak bertentangan dengan hukum-hukum syariat Islam

TEKNIK ANALISIS DATA

Teknik analisa data menggunakan metode deskriptif kualitatif yang merupakan metode yang digunakan dengan merumuskan perhatian terhadap pemecahan masalah yang dihadapi, dimana data yang dikumpulkan, disusun dan diinterpretasikan sehingga dapat memberikan informasi tentang pencatatan, perolehan dan penggolongan masalah yang ada dalam IKM tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Langkah-langkah untuk mewujudkan Strategi Model Bisnis

Prinsip 1 : Merekonstruksikan Batasan Pasar

Dalam sebuah strategi selalu melibatkan peluang dan resiko, baik itu inisiatif pada samudra merah maupun samudra biru. Namun saat ini, medan persaingan sangat tidak seimbang, dengan kecenderungan lebih berat pada alat dan kerangka kerja analisis untuk

berhasil dalam persaingan samudra merah. Dalam hal ini, menjelaskan bahwa perusahaan harus mengambil tindakan untuk melangkah melampaui ruang pasar yang ada, namun perusahaan belum mengambil keputusan dari rekomendasi – rekomendasi ini secara serius.

Secara khusus, Kim dan Mauborgne (2005) menemukan enam pendekatan dasar untuk membentuk ulang batasan-batasan pasar, yang disebut sebagai kerangka kerja enam jalan. Enam jalan ini menentang enam asumsi pokok yang mendasari strategi di banyak perusahaan, yang membuat perusahaan terus terperangkap untuk berkompetisi dalam samudera merah.

Tabel 3 Kerangka Kerja Enam Jalan

	Kompetisi pada Samudera Merah	Penciptaan Samudera Biru
Industri	Fokus pada pesaing dalam industri	Jalan 1 : Mencermati Industri-Industri Alternatif
Kelompok Strategis	Fokus pada posisi kompetitif dalam kelompok strategis	Jalan 2: Mencermati Kelompok-Kelompok Strategis dalam Industri
Kelompok Pembeli	Fokus pada melayani kelompok pembeli secara lebih baik	Jalan 3: Mencermati Rantai Pembeli
Cakupan produk atau penawaran jasa	Fokus pada memaksimalkan nilai produk dan penawaran jasa dalam batasan-batasan industri	Jalan 4: Mencermati Penawaran Produk dan Jasa Pelengkap
Oriental-Fungsional-Emosional	Fokus pada memperbaiki kinerja harga dalam orientasi fungsional-emosional industrinya	Jalan 5: Mencermati Daya Tarik Emosional atau Fungsional bagi Pembeli
Waktu	Fokus pada adaptasi terhadap tren-tren eksternal yang terjadi	Jalan 6: Mencermati Waktu

Sumber: Kim dan Mauborgne (2005)

Prinsip 2: Fokus pada Gambaran Besar, Bukan pada Angka

Prinsip ini merupakan kunci untuk mengurangi resiko perencanaan investasi tenaga dan waktu yang terlalu besar dengan hasil hanya berupa langkah taktis samudra merah. Disini, kita mengembangkan pendekatan alternatif bagi proses perencanaan strategis kanvas strategi. Pendekatan ini secara konsisten menghasilkan strategi yang membuka kreativitas dari beragam jenis orang dalam satu organisasi, membuka perusahaan kepada samudra biru, dan mudah dipahami serta dikomunikasikan untuk bisa diterapkan secara efektif.

Prinsip 3: Menjangkau Melampaui Permintaan Yang Ada

Hal ini merupakan komponen kunci dalam inovasi nilai. Untuk mencapai hal ini perusahaan harus menentang dua praktek strategic konvensional. Pertama, berfokus pada konsumen yang ada. Kedua, dorongan mempertajam segmentasi demi mengakomodasi perbedaan di pihak pembeli. Pihak non konsumen terdiri dari non konsumen tingkat pertama, non konsumen tingkat kedua dan non konsumen tingkat ketiga terhadap pasar.

Prinsip 4: menjalankan Rangkaian strategis secara benar

Ketika strategi telah didapat dan menghasilkan kurva nilai yang baru, langkah selanjutnya adalah membuat suatu model bisnis yang kuat. Hal ini dilakukan untuk memastikan apakah strategi yang didapat mampu menghasilkan pertumbuhan dan laba yang sehat. Untuk membangun Blue Ocean Strategy, perusahaan perlu mengujinya terhadap empat hal. Keempat hal adalah utilitas pembeli, harga, biaya dan pengadopsian.

Prinsip 5 Mengatasi Hambatan Utama Organisasi

Terdapat empat rintangan dalam organisasi bagi eksekusi strategi yang telah ditetapkan yaitu: rintangan kognitif, rintangan sumber daya, rintangan politik dan rintangan motivasional.

Prinsip 6: mengintegrasikan Eksekusi ke Dalam Strategi

Pada prinsip ke enam terdapat beberapa pengaruh yang ditimbulkan oleh proses adil terhadap sikap dan perilaku orang ketika manajemen mengeksekusi strategi.

Relasi Pengelolaan Bisnis Syariah dengan Perkembangan IKM yang Dikelola

Secara umum, model usaha yang diterapkan oleh sebuah industri tergantung pada jenis usaha yang dikelola. Usaha yang dikembangkan IKM di TanjungBalai adalah industry kulit kerang, industry sapu lidi dan industry eceng gondok. Semua bisnisnya menggunakan pembiayaan berbasis syariah.

PEMBAHASAN

Analisis perbandingan dalam penerapan *model bisnis Syariah hampir sama pada Industri Kecil Menengah (IKM). Pertama*, IKM menggunakan beberapa model bisnis, sesuai dengan tipe usaha yang dijalankan. Artinya, tipe dan jenis usaha yang dijalankan mempengaruhi model bisnis yang diterapkan. Tetapi ada satu konsep yang dijadikan dasar pijakan dalam berbisnis, yaitu IKM tidak melulu mencari keuntungan (*profit oriented*), namun juga ada nilai manfaat (*benefit oriented*). Beberapa variasi model bisnis yang diterapkan oleh IKM, yaitu: 1) *Sole proprietorship*. *Kedua*, model pengelolaan bisnis yang diterapkan perusahaan dapat menentukan keberhasilan sebuah usaha/bisnis. Oleh karena itu menjadi sangat penting bagi IKM untuk memberikan perhatian pada model pengelolaan bisnis yang dijalankannya.

Pengelolaan Takessa yang berujung pada kerugian menunjukkan kurang tepatnya analisa yang dilakukan dalam menentukan model pengelolaan bisnisnya. Juga pengelolaan Pumanisa sebaiknya diterapkan sistem pelaporan satu kasir agar lebih akurat dan maksimal profitabilitasnya. 2) Perlunya dilakukan dialog yang intensif sebagai edukasi kepada masyarakat maupun pelaku usaha mengenai model bisnis syaria'ah yang belum banyak dikenal. Edukasi kepada masyarakat akan mampu menciptakan pasar syaria'ah yang kuat karena masyarakat dapat mengetahui beragam model-model bisnis syaria'ah, dan diarpakan akan lebih memilih model bisnis syaria daripada model bisnis konvensional. Edukasi terhadap pelaku usaha akan mendorong berkembangnya model-model bisnis syaria'ah yang dikembangkan karena dapat memudahkan semua pihak dalam memilih usaha dengan model pengelolaan bisnis yang akan diterapkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Analisis perbandingan dalam penerapan *model bisnis Syariah hamper sama pada Industri Kecil Menengah (IKM). Pertama*, IKM menggunakan beberapa model bisnis, sesuai dengan tipe usaha yang dijalankan. Artinya, tipe dan jenis usaha yang dijalankan mempengaruhi model bisnis yang diterapkan. Tetapi ada satu konsep yang dijadikan dasar pijakan dalam berbisnis, yaitu IKM tidak melulu mencari keuntungan (*profit oriented*), namun juga ada nilai manfaat (*benefit oriented*).
2. Ada beberapa variasi model bisnis yang diterapkan oleh IKM, yaitu: 1) *Sole proprietorship*. *Kedua*, model pengelolaan bisnis yang diterapkan perusahaan dapat menentukan keberhasilan sebuah usaha/bisnis bersumber dari permodalan yang di atur dalam syariah. Oleh karena itu menjadi sangat penting bagi IKM untuk memberikan perhatian pada model pengelolaan bisnis yang dijalankannya.

Saran yang direkomendasikan peneliti kepada beberapa pihak setelah dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. IKM dalam enjalankan bisnisnya perlu mempertimbangkan dengan baik pelaksanaan ide strategi yang telah disusun dengan kaedah syariah sebagai upaya untuk mengembangkan industri kreatif

- berbasis syariah.
2. IKM dalam pelaksanaan strategi-strategi yang diterapkan harus memahami dengan baik filsafat bisnis syariah sehingga pelaksanaan strategi ini dapat berjalan secara efektif.
 3. IKM juga harus melakukan kajian yang mendalam mengenai sudut pandang syariah modern yang dapat diimplementasikan, seperti membuat produk yang memiliki keunikan islami, mendaftarkan produknya dengan label HALAL, menentukan harga yang berdasarkan margin keuntungan menurut syariah Islam.
 4. Peneliti selanjutnya perlu melakukan kajian lebih mendalam mengenai efektivitas dan efisiensi dalam pelaksanaan strategi enterprener syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Affif, Faisal, (2012), “Blue Ocean Strategy dan Ekonomi Kreatif”, Rangkaian Kolom Kluster I, Jakarta: Binus University.
- Antonio, Muhammad Syafii, *Muhammad saw–The Super Leader Super Manager*. Jakarta: Prophetic Leadership and Management Centre, 2007
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Jumlah Perusahaan Industri Mikro dan Kecil Menurut Provinsi 2013 -2015*. (Retrified from <https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1004/15-02-2018>)
- David, Fred R. (2006). *Strategic Management Concepts & Cases 9th ed*. New Jersey: Prentice Hall
- Ghazaly, Abdul Rahman, *Fiqih Muamalah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010
- Hermawan, Aj dan Rachel Jessica Pravitasari. 2013. *Business Model Canvas (Kanvas Model Bisnis)*. (Retrified from akselerasi.id/media/Materi_13_-_Business_Model_Canvas.pdf/ 15-02-2015)
- Khan, Muhammad Akram, *Types of Business Organisation in an Islamic Economy*, An introduction to Islamic Economics & Finance, CERT Publication SDN, BHD: Kuala Lumpur 2008
- Kim, W Chan dan Renée Mauborgne. (2005). *Blue Ocean Strategy (Strategi Samudera Biru) Ciptakan Ruang Pasar Tanpa Pesaing dan Biarkan Kompetisi Tidak Lagi Relevan*. PT. Serambi Ilmu Semesta. Jakarta
- Kim, Chan W. &Mauborgne, Renee. (2005). *ValueInnovation : A Leap Into The Blue Ocean*. Retrieved December 1, 2016
- Lasher, R Lemuel (2004). *Blue Ocean Strategy*. CSC World. New York
- Moleong, L.J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif (edisi revisi)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ostewalder, Alexander dan Pigneur, Yves. 2010. *Business Model Generation*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Sito Vera Sylvia Saragi (2018). Strategi Bisnis Model Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Studi Kasus Di Industri Kecil Dan Menengah (Ikm) Bir Pletok Bu Lina Di Kelurahan Ciracas, Jakarta Timur). *Journal of Economics and Business Aseanomics (JEBA)* Volume 2 No. 1, Januari - Juni 2018