

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap bisnis pasti mempunyai manajemen yang diterapkan dalam bisnis guna untuk mengefektifkan dan mengefisienkan dibidang usaha, salah satu yang berpengaruh pada perkembangan dalam bidang teknologi dan informasi seperti aspek ekonomi yang berkaitan terhadap pengelolaan bisnis. Dengan adanya ilmu pengetahuan khususnya internet yang sangat berpengaruh pada perkembangan bisnis sekarang. Dengan adanya kemajuan teknologi yang pesat maka perusahaan dituntut untuk lebih kreatif dalam mempromosikan produk dan jasa yang di sediakannya.

Dalam kegiatan bisnis yang ada pasti selalu menghadapi adanya perubahan akibat krisis multidimensional seperti persaingan antar bisnis semakin ketat, pembisnis membutuhkan langkah-langkah spesifik yang terarah dan pola strategi yang jitu untuk bisa bertahan dan memperluas pasarnya melalui cara yang tepat dan harus berdasarkan banyaknya perubahan lingkungan bisnis yang ada. Proses dalam menentukan langkah-langkah sistematis dan siasat jitu terhadap hal tersebut sering disebut dengan proses manajemen. (Erisman dan Azhar, 2012, Hlm.2).

Dalam kegiatan perekonomian kita dianjurkan untuk berusaha dan mencari karunia Allah SWT, sebagaimana yang dijelaskan pada Q.S Al-

Jumu'ah/10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah SWT dan ingatlah Allah SWT banyak-banyak supaya kamu beruntung”.

Dari kandungan ayat di atas diterangkan bahwa kita diharuskan untuk selalu berusaha dengan bersungguh-sungguh dalam mencari karunia Allah SWT dengan cara yang benar berdasarkan Al-Qur'an dan sunnah. Dalam penerapan seorang pengusaha untuk mencari karunia Allah SWT yaitu membuat bisnisnya menjadi unggul dengan pemilihan dan penerapan strategi yang akurat serta tepat sasaran serta selalu berpegang teguh dengan Al-Qur'an dan sunnah agar mendapatkan karunia dari Allah SWT bahkan mendapatkan keberkahan.

Oleh karena itu menjadi suatu keharusan bagi pebisnis untuk melaksanakan bisnis dengan strategi yang tepat agar dapat tepat sasaran yang efektif disamping itu strategi bisnis yang diterapkan harus dikembangkan sesuai dengan minat para konsumen berdasarkan perkembangan zaman. Sangat banyak industri bisnis yang didukung teori manajemen strategi yang variatif di zaman now saat ini, pada kenyataannya masih saja industri- industri bisnis itu mengalami berbagai masalah rumit di luar dan dalam bisnisnya. Mereka bahkan mengeluarkan biaya besar untuk menerapkan berbagai pola manajemen strategi modern, walau begitu masih saja terasa ada yang kurang

memuaskan.

Sampai saat ini dibanyak riset dan kasus, bisa ditarik kesimpulan bahwa teori manajemen strategi modern masih gagal dalam mengatur watak pribadi seseorang menuju komposisi tim yang lebih baik. Hal tersebut dapat diamati dalam ragam tanda dan komplikasi yang muncul dari praktik manajemen strategi modern antara lain: banyak industri yang cenderung mengabaikan nilai-nilai moral dan etika, menghalalkan segala cara hanya demi meraup keuntungan sebesar-besarnya dengan melakukan penindasan terhadap yang lemah (kapitalis), banyak pembisnis masih berani melakukan berbagai penyelewengan, penyimpangan, manipulasi, muslihat, penggelapan, suap, korupsi, memperkaya diri sendiri, mengabaikan tanggung jawab sosial, saling bersaing secara tidak sehat, saling menjatuhkan, saling menghancurkan pesaing ibarat musuh yang harus dihabisi, serta kecurangan dan kelicikan lainnya agar industrinya sajalah yang keluar sebagai pemenang.

Dengan penerapan strategis pun banyak industri yang berhasil dan sukses secara materi, tetapi masih menghadapi kendala penyimpangan, keserakahan, persaingan yang tidak sehat dan kecenderungan menguasai dan mematikan pesaing. “Penyebab utama terjadinya hal itu adalah tertinggalnya nilai-nilai kebaikan hati dan jiwa dalam teori manajemen strategi itu sendiri. Artinya, teori manajemen strategi yang ada masih jauh dari nilai-nilai spiritual (etika, moral dan agama) yang sebaiknya melekat (*inheren*) dalam teori manajemennya”. (Usman, 2015, hlm.18).

Supaya dapat mengatasi tertinggalnya komponen hati dan jiwa itulah

perlu adanya kesadaran bahwa manajemen strategi syariah merupakan ilmu yang sangat penting yang wajib diterapkan demi tercapainya hubungan antara manusia yang baik dan harmonis agar senantiasa memajukan bisnis industri yang lebih aman dan lebih banyak manfaat. Hubungan antar manusia ini diatur Allah SWT dalam konsep mu'amalah. Hubungan antar sesama manusia dalam berbagai hal dan transaksi termasuk berbisnis, atau yang sering disebut mu'amalah hukum awalnya adalah boleh sampai ada hal-hal yang dilarang- Nya, sampai ada dalil yang menjadi hujjah bahwa suatu perbuatan dihukumi haram atau terlarang.

Tiap kali manusia menjalankan bisnis atau berekonomi, Allah SWT telah menetapkan aturan-aturan dalam menjalankan kehidupan ekonomi. Allah SWT telah menetapkan batasan-batasan perbuatan dan tingkah laku manusia dalam berekonomi sehingga menguntungkan satu insan tanpa mengorbankan hak-hak insan yang lainnya. (Nasution, 2007, hlm. 3). Pada akhirnya, industri bisnis tanpa nilai spiritual itu selalu berkiblat pada nilai-nilai materi dan hanya memiliki visi duniawi semata. Sedangkan industri bisnis Islami lebih berazaskan pada nilai-nilai ketuhanan (tauhid), orientasinya dunia sampai akhirat, dengan kombinasi motivasi bisnis berupa profit duniawi juga benefit ukhrawi serta bonus berupa keberkahan dan ridha Allah SWT. (Usman, 2015, hlm. 18).

Aturan Islam selalu mengutamakan prinsip-prinsip moral dalam berbisnis diantaranya harus jujur dalam menakar komoditas atau barang yang dijual, menjual komoditas yang halal, tidak menyembunyikan kecacatan

komoditas yang seharusnya memang diterangkan, tidak melakukan sumpah palsu, harus longgar dan murah hati, tidak menyaingin penjual lain dengan cara yang busuk, tidak melakukan riba, dan mengeluarkan zakat bila telah sampai nisab dan haulnya.

Prinsip-prinsip itu ada supaya diterapkan dalam kehidupan dunia bisnis agar dapat memperoleh keberkahan bisnis. Keberkahan bisnis meliputi seluruh keuntungan dunia dan akhirat. Keuntungan di dunia berupa banyak hal termasuk laba, relasi yang baik dan menyenangkan, sedangkan keuntungan akhirat berupa nilai ibadah dan pahala karena transaksi yang dilakukan dengan jujur. (Mujahidin, 3007, hlm. 160).

Seiring dengan ketatnya persaingan bisnis, tentu saja harus ada kesinambungan antara orientasi material dan spiritual. Supaya suatu bisnis berkembang pesat, perlu adanya penerapan manajemen strategi yang sesuai dengan industri bisnis tersebut dan tentunya tidak boleh bertentangan dengan norma-norma agama (syariah Islam). Bisnis yang saat ini tidak akan mati dimakan zaman adalah bisnis komputer, mengingat kebutuhan dasar manusia akan alat elektronik yang berhubungan dengan jaringan adalah hal yang begitu penting dan mendasar bagi kehidupan manusia apalagi di zaman modern ini.

Tujuan manajemen strategi yang paling penting bagi bisnis komputer adalah kesuksesan jangka panjang yang terus menerus atau berkelanjutan, pelanggan yang semakin bertambah banyak, dan laba yang terus meningkat. Untuk mendapatkan hal tersebut dibutuhkan implementasi manajemen strategi yang sangat berkaitan dengan bisnis komputer yaitu manajemen produksi,

strategi tempat, strategi harga, strategi promosi, sumber daya manusia berikut pelayanan yang baik, termasuk proses dan bukti fisik bangunan.

Manajemen produksi harus sesuai aturan yang berlaku dengan memperhatikan barang atau alat servis yang baik dan berkualitas terjamin kualitas barangnya dan sebagainya. Tempat yang strategis untuk bisnis komputer biasanya berada di tempat terbuka dan dilalui banyak orang seperti di samping jalan raya, persimpangan jalan, pusat kota, pasar, mall, dan tempat ramai lainnya sehingga menarik banyak pelanggan. Tidak hanya itu, ruangan atau tempat yang nyaman juga merupakan faktor penting bagi pelanggan atau konsumen. Harga biasanya merupakan hal yang paling sering dan paling awal dilirik konsumen, biasanya jika konsumen melihat harga yang sesuai dengan kantongnya maka dia akan segera membeli atau berlangganan. Promosi yang efektif juga sangat mendukung perkembangan bisnis komputer, misalnya dengan melakukan soft launching (peluncuran awal atau pembukaan kecil-kecilan) dengan 6 kreatif, memanfaatkan sosial media, memberikan program-program menarik untuk pelanggan, strategi up sell (penawaran harga tertinggi atau lebih mahal) yang menarik, kerjasama dengan komunitas, email dan mobile marketing (strategi pemasaran digital multi-saluran), blog dan video, stiker promosi di tempat tempat menunggu, dan memastikan pelayanan yang bagus dan barang yang berkualitas sesuai selera pelanggan sehingga memancing testimonial dan promosi tersebar dari mulut ke mulut (Amrun, 2020).

Pelayanan yang baik juga merupakan hal yang sangat penting demi menjaga hubungan pelanggan dengan karyawan maupun pengelola bisnis

komputer agar selalu datang. Langkah- langkah yang sesuai untuk proses bisnis dan bukti fisik bisnis untuk menunjang dan mengevaluasi bisnis pun tak kalah pentingnya. Namun masalah yang sering muncul pada bisnis komputer adalah kurang cermat melakukan survei pasar, padahal tahapan paling awal dari manajemen strategi adalah analisis lingkungan. Selain itu, kadang layanan konsumen yang buruk, barang yang dijual kurang berkualitas tidak sesuai dengan penjelasan yang sudah dipromosikan, identitas bisnis kurang jelas, mengabaikan manajemen dan operasional bisnis, kurang kualitas atau skill sumber daya manusia, kurang memperhatikan strategi pemasaran dan masalah finansial bisnis merupakan kesalahan yang sering terjadi (Maulina, 2020). Supaya hal tersebut tidak terjadi, diperlukan ketelitian dalam setiap aspek luar maupun dalam terhadap manajemen strategi bisnis komputer itu sendiri.

Memulai bisnis komputer tentunya selain modal, dimulai dari survei pasar dan tempat bisnis yang strategis, tidak memaksakan kehendak terhadap fakta di lapangan sehingga tidak menimbulkan idealisme tanpa adanya realita. Perlu diperhitungkan tempat strategis untuk memulai sebuah bisnis komputer. Kota Banjarmasin adalah salah satu tempat yang strategis untuk memulai bisnis maupun membuka cabang bisnis untuk memperluas cakupan bisnis. Di tengah-tengah keramaian kota, Banjarmasin memiliki berbagai macam aneka bisnis servis komputer yang menggaet para konsumen, setiap pebisnis saling mengatur strateginya dalam rangka menggait konsumen yang lebih banyak dan untuk meraih penjualan yang semakin meningkat, seperti halnya BSS

Komputer adalah bisnis komputer yang pertama yang terkenal hampir di seluruh wilayah di daerah Pemurus Baru, Banjarmasin yang menjadi pelopor bisnis komputer pertama yang berdiri di daerah sana lalu barulah kemudian diikuti oleh berdirinya bisnis komputer lainnya, BSS komputer Banjarmasin menyajikan pelayanan servis dan barang yang berkualitas yang sesuai dengan keinginan pelanggan BSS Komputer Banjarmasin yang beroperasi di Jl. Adi Patra 1 No 1B, Kel. Pemurus Baru, Kec. Banjarmasin Selatan Kota Banjarmasin., yang bergerak dibidang penjualan dan jasa servis seperti halnya Komputer, Komponen, Aksesoris, *Networking*, peralatan kantor, *Software*.

Berdasarkan observasi awal wawancara bersama pemilik sekaligus CEO (*Chief Executive Officer*) perusahaan BSS Komputer Banjarmasin, didapati informasi bahwa manajemen strategi di BSS Komputer Banjarmasin sudah cukup baik dan sudah cukup sesuai dengan syariat islam dan sudah mengikuti perspektik ekonomi syariah. Namun peneliti juga mendapati ada beberapa kekurangan-kekurangan perihal manajemen strategi di BSS Komputer Banjarmasin. Kekurangan pertama yaitu dari segi strategi promosi yang penulis rasa kurang efektif karena BSS Komputer belum memanfaatkan media sosial dengan baik, walaupun mereka mengadakan promosi di media sosial tidak sering atau jarang atau kurang update, yang update hanya di market place yang hanya dikelola langsung oleh pemilik. Kemudian pengadaan barang untuk customer yang membutuhkan terkadang tidak tersedia di BSS Komputer Banjarmasin dan harus menunggu/PO barang datang dari

luar kota dahulu seperti misalnya laptop baru, karena di BSS Komputer hanya menjual laptop *second* yang ready dan terakhir permasalahan SDM (Sumber Daya Manusia) dari segi servis para karyawan masih harus meningkatkan skill dan masih harus memerlukan bimbingan dari pemilik/owner nya langsung, tapi itu sekaligus menjadi kelebihan karena mudahnya interaksi antar pemilik dan karyawan dalam budaya perusahaan.

Maka saran dan solusi yang bisa diterapkan pada masalah-masalah BSS Komputer tersebut adalah dengan meningkatkan manajemen strategi bisnis komputer, menerapkan manajemen strategi bisnis yang sesuai dengan syariat Islam dan meningkatkan strategi pemasaran khususnya promosi serta mulai melirik ancaman sebagai sebuah aspek untuk berkembang dan beradaptasi di tengah persaingan bisnis yang semakin kompleks ini.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti ingin mengangkat sebuah judul skripsi dengan judul sebagai berikut. “**Manajemen Strategi Bisnis Komputer Menurut Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Pada BSS Komputer Banjarmasin)**”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana manajemen strategi bisnis komputer di BSS Komputer Banjarmasin ?
2. Bagaimana manajemen strategi bisnis komputer di BSS Komputer Banjarmasin menurut perspektif Ekonomi Syariah ?

C. Tujuan dan Kegunaan

Berdasarkan rumusan diatas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui bagaimana manajemen strategi bisnis komputer di BSS Komputer Banjarmasin.
2. Mengetahui bagaimana manajemen strategi bisnis komputer di BSS Komputer Banjarmasin menurut Perspektif Ekonomi Syariah.

Hasil dari penelitian ini diharapkan berguna: Secara teoritis, guna memberikan kontribusi dalam karya ilmiah terutama yang berkaitan dengan Manajemen Bisnis Komputer, Memperkaya referensi tentang keilmuan terutama dibidang Manajemen Bisnis Komputer perspektif ekonomi syariah. Secara praktis, Menjadi informasi bagi BSS Komputer dalam meningkatkan Manajemen Bisnis untuk kedepannya.

D. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2015, hlm.38). Untuk Memudahkan Pemahaman dalam penelitian ini, penulis perlu memaparkan definisi dari variabel-variabel yang terdapat dalam judul ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Manajemen Strategi Menurut Thomas L.Wheelen J. David Hunger manajemen strategi adalah serangkaian dari pada keputusan majerial dan kegiatan-kegiatan yang menentukan keberhasilan perusahaan

dalam jangka panjang. Kegiatan tersebut terdiri dari perumusan atau perencanaan strategi, pelaksanaan/implementasi, dan evaluasi lingkungan dunia yang mengalami perubahan seperti adanya globalisasi, kontrol masyarakat, perkembangan teknologi, memberikan dampak bagi perkembangan suatu negara maupun bisnis. Kontrol masyarakat terhadap pelaksanaan kegiatan pemerintahan maupun perusahaan, sehingga pemerintah maupun pemimpin perusahaan tidak dapat membuat kebijakan yang mengabaikan kepentingan masyarakat. Oleh sebab itu dalam menjalankan kegiatannya perlu adanya keselarasan antara kompetensi yang dimiliki perusahaan maupun pemerintah dengan lingkungan yang ada di luar organisasi (perusahaan dan pemerintah).

2. Bisnis Menurut Steinfeld (1979) *Business is an institution which produces goods and services demanded by people.*” Artinya bisnis ialah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnis pun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.
3. Ekonomi Syariah adalah ilmu yang mempelajari masalah ekonomi rakyat yang berdasarkan nilai Islam dalam bentuk penerapan konsep nilai Islam dalam menjalankan kegiatan ekonominya. Dalam penelitian ini yang dimaksud Ekonomi Syariah adalah yang telah

diterapkan di BSS Komputer Banjarmasin.

4. BSS Komputer Banjarmasin BSS Komputer Banjarmasin merupakan CV. BSS TECHNO (BSS Komputer) berdiri sejak tahun 2011 dengan akta notaris No. 24/KET.CUTI-MPDN Kota Banjarmasin/X/2011. Bergerak dibidang penjualan barang dan jasa servis yang beroperasi di Jl. Adi Patra 1 No. 1B, RT 007/001 Kel. Pemurus Baru, Kec. Banjarmasin Selatan, Nomor Handpone 08115129394.

E. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini akan dicantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu oleh beberapa peneliti yang sebelumnya mengangkat judul, objek, dan subjek yang bersinggungan dengan peneliti dalam skripsi ini, sebagai berikut:

1. Skripsi oleh Agus Subekti Nim 092323032, jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto, Tahun 2017 dengan judul "*Analisis Penerapan Manajemen Bisnis Syariah PT. Asuransi Takaful Umum Cabang Purwekerto*". Persamaannya pada penelitian ini ialah sama sama meneliti penerapan manajemen di suatu bisnis dengan konsep syariah. Sedangkan perbedaan terletak pada objek yang berbeda.
2. Skripsi oleh Leny Lestary Nim 642015015, jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Palembang tahun 2019 yang berjudul "*Manajemen Strategi Usaha*

Rumah Makan Ditinjau Dari Ekonomi Syariah (Studi Kasus Rumah Makan Bu Darmin Palembang”. Persamaannya terletak pada Manajemen ditinjau dari ekonomi syariah. Sedangkan perbedaannya dari bidang usaha atau objek nya dan peneliti sekarang cakupan lebih luas tidak hanya strateginya saja tapi keseluruhan manajemennya.

3. Skripsi oleh Arif Shaleh Nim 160150234, jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Antasari Banjarmasin tahun 2021 dengan judul “*Manajemen Strategi Bisnis Warung Makan Ditinjau dari Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Warung Makan Simpang Empat Di Kota Banjarmasin)*”. Persamaannya terletak pada manajemen dengan menggunakan ekonomi syariah. Sedangkan perbedaannya terletak pada ruang lingkup yang berbeda penelitian ini lebih luas cakupannya dan objek nya.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi beberapa bab yang setiap babnya memiliki subbab pembahasan sehingga memudahkan pembaca dalam membaca hasil penelitian.

BAB I : Perkembangan yang sangat pesat di dunia bisnis terkhusus di bidang komputer yang sangat banyak bermunculan seperti BSS Komputer Banjarmasin. Maka dengan adanya permasalahan ini penulis tertarik untuk mengkaji studi mengenai manajemen strategi bisnis secara modern dan syariah yang telah ditetapkan oleh penulis bertempat di BSS Komputer

Banjarmasin. Hal inilah yang melatarbelakangi adanya penelitian ini.

BAB II : Menurut Hery, agar sebuah bisnis dapat memperoleh keunggulan kompetitif, suatu bisnis harus mengidentifikasi faktor-faktor kunci keberhasilan utamanya. “Dengan tetap fokus memaksimalkan kinerja dengan faktor tersebut, industri bisnis dapat mencapai keunggulan pasar yang dramatis atas para pesaingnya.” Hal ini juga dipaparkan oleh Humaidi AsssSaidi. RA, bahwa Rasulullah Saw bersabda, “Bersikaplah yang baik dalam mencari dunia, karena semua akan dimudahkan baginya sesuai yang telah dituliskan darinya.”

BAB III : Adapun dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif yang mana data-datanya berupa deskripsi yang berasal dari wawancara, catatan laporan, dokumen dan lainnya. Metode penulisan yang digunakan adalah metode Deduktif-Indusktif, yaitu metode campuran yang penulis gunakan dalam menyajikan kaidah-kaidah atau pendapat secara umum dan khusus sesuai dengan permasalahan yang dibahas.

BAB IV : Pada bab ini berisikan tentang Manajemen Strategi Bisnis BSS Komputer Banjarmasin dan Manajemen Strategi Bisnis BSS Komputer Banjarmasin menurut perspektif Ekonomi Syariah.

BAB V : Penutup berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan di analisis.