

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Manajemen

1. Pengertian Manajemen

Secara etimologis kata manajemen berasal dari bahasa Perancis Kuno *ménagement*, yang berarti seni melaksanakan dan mengatur. Sedangkan secara terminologis para pakar mendefinisikan manajemen secara beragam, diantaranya: Follet yang dikutip oleh Wijayanti mengartikan manajemen sebagai seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain.¹ Menurut Stoner yang dikutip oleh Wijayanti manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya manusia organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Gulick mendefinisikan manajemen sebagai suatu bidang ilmu pengetahuan (*science*) yang berusaha secara sistematis untuk memahami mengapa dan bagaimana manusia bekerja bersama-sama untuk mencapai tujuan dan membuat sistem ini lebih bermanfaat bagi kemanusiaan.²

Schein memberi definisi manajemen sebagai profesi. Menurutnya manajemen merupakan suatu profesi yang dituntut untuk bekerja secara umum, para profesional mendapatkan status mereka karena mereka

¹ Irine Diana Sari Wijayanti, *Manajemen..*(Yogyakarta: Mitra Cendikia, 2008), hlm.1

²Jejen,*Manajemen Pendidikan :Teori,Kebijakan dan Praktik*,(Jakarta: Prenada Media,2015), hlm. 2

mencapai standar prestasi kerja tertentu, dan para profesional harus ditentukan suatu kode etik yang kuat. profesional, karakteristiknya adalah para profesional membuat keputusan berdasarkan prinsip-prinsip.³

Terry memberi pengertian manajemen yaitu suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang kearah tujuan-tujuan organisasional atau maksudmaksud yang nyata.⁴ Hal tersebut meliputi pengetahuan tentang apa yang harus dilakukan, menetapkan cara bagaimana melakukannya, memahami bagaimana mereka harus melakukannya dan mengukur efektivitas dari usaha-usaha yang telah dilakukan.

Dari beberapa definisi yang tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan usaha yang dilakukan secara bersama-sama untuk menentukan dan mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan pelaksanaan fungsi-fungsi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*).

2. Fungsi-Fungsi Manajemen

Menurut Terry fungsi manajemen dapat dibagi menjadi empat bagian, yakni *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pelaksanaan), dan *controlling* (pengawasan):⁵

³H. Melayu S.P. Hasbuan, Manajemen :*Dasar, Pengertian, dan Masalah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), hlm. 2-3

⁴H. Melayu S.P. Hasbuan, Manajemen :*Dasar, Pengertian, dan Masalah...*, hlm. 5

⁵H. Melayu S.P. Hasbuan, Manajemen :*Dasar, Pengertian, dan Masalah...*, hlm. 25-28

a. Perencanaan (*Planning*)

1) Pengertian Perencanaan

Planning (perencanaan) ialah penetapan pekerjaan yang harus dilaksanakan oleh kelompok untuk mencapai tujuan yang digariskan. *Planning* mencakup kegiatan pengambilan keputusan, karena termasuk dalam pemilihan alternatif-alternatif keputusan. Diperlukan kemampuan untuk mengadakan visualisasi dan melihat ke depan guna merumuskan suatu pola dari himpunan tindakan untuk masa mendatang.

2) Proses Perencanaan

Proses perencanaan berisi langkah-langkah:

- a) Menentukan tujuan perencanaan
- b) Menentukan tindakan untuk mencapai tujuan
- c) Mengembangkan dasar pemikiran kondisi mendatang
- d) Mengidentifikasi cara untuk mencapai tujuan
- e) Mengimplementasi rencana tindakan dan mengevaluasi hasilnya.

3) Elemen Perencanaan

Perencanaan terdiri atas dua elemen penting, yaitu sasaran (*goals*) dan rencana (*plan*).

- a) Sasaran yaitu hal yang ingin dicapai oleh individu, kelompok, atau seluruh organisasi. Sasaran sering pula

disebut tujuan. Sasaran memandu manajemen membuat keputusan dan membuat kriteria untuk mengukur suatu pekerjaan.

- b) Rencana adalah dokumen yang digunakan sebagai skema untuk mencapai tujuan. Rencana biasanya mencakup alokasi sumber daya, jadwal, dan tindakan-tindakan penting lainnya. Rencana dibagi berdasarkan cakupan, jangka waktu, kekhususan, dan frekuensi penggunaannya

4) Unsur-Unsur Perencanaan

Suatu perencanaan yang baik harus menjawab enam pertanyaan yang tercakup dalam unsur-unsur perencanaan yaitu:

- a) Tindakan apa yang harus dikerjakan, yaitu mengidentifikasi segala sesuatu yang akan dilakukan
- b) Apa sebabnya tindakan tersebut harus dilakukan, yaitu merumuskan faktor-faktor penyebab dalam melakukan tindakan
- c) Tindakan tersebut dilakukan, yaitu menentukan tempat atau lokasi
- d) Kapan tindakan tersebut dilakukan, yaitu menentukan waktu pelaksanaan tindakan
- e) Siapa yang akan melakukan tindakan tersebut, yaitu menentukan pelaku yang akan melakukan tindakan

f) Bagaimana cara melaksanakan tindakan tersebut, yaitu menentukan metode pelaksanaantindakan.

5) Klasifikasi Perencanaan

Rencana-rencana dapat diklasifikasikan menjadi:

a) Rencana pengembangan. Rencana-rencana tersebut menunjukkan arah (secara grafis) tujuan dari lembaga atau perusahaan

b) Rencana laba. Jenis rencana ini biasanya difokuskan kepada laba per produk atau sekelompok produk yang diarahkan oleh manajer. Maka seluruh rencana berusaha menekan pengeluaran supaya dapat mencapai laba secaramaksimal

c) Rencana pemakai. Rencana tersebut dapat menjawab pertanyaan sekitar cara memasarkan suatu produk tertentu atau memasuki pasaran dengan cara yang lebih baik

d) Rencana anggota-anggota manajemen. Rencana yang dirumuskan untuk menarik, mengembangkan, dan mempertahankan anggota-anggota manajemen menjadi lebihunggul.

6) Tipe-Tipe Perencanaan

Tipe-tipe perencanaan terinci sebagai berikut:

a) Perencanaan jangka panjang (*Short Range Plans*), jangka waktu 5 tahun atau lebih

- b) Perencanaan jangka pendek (*Long Range Plans*), jangka waktu 1 s/d 2 tahun
 - c) Perencanaan strategi, yaitu kebutuhan jangka panjang dan menentukan komprehensif yang telah diarahkan
 - d) Perencanaan operasional, kebutuhan apa saja yang harus dilakukan untuk mengimplementasikan perencanaan strategi untuk mencapai tujuan strategi tersebut
 - e) Perencanaan tetap, digunakan untuk kegiatan yang terjadi berulang kali (terus- menerus)
 - f) Perencanaan sekali pakai, digunakan hanya sekali untuk situasi yang unik.
- 7) Dasar-Dasar Perencanaan Yang Baik
- Dasar-dasar perencanaan yang baik meliputi:
- a) *Forecasting*, proses pembuatan asumsi-asumsi tentang apa yang akan terjadi pada masa yang akan datang
 - b) Penggunaan skenario, meliputi penentuan beberapa alternatif skenario masa yang akan datang atau peristiwa yang mungkin terjadi
 - c) *Benchmarking*, perbandingan eksternal untuk mengevaluasi secara lebih baik suatu arus kinerja dan menentukan kemungkinan tindakan yang dilakukan untuk masa yang akan datang

- d) Partisipan dan keterlibatan, perencanaan semua orang yang mungkin akan mempengaruhi hasil dari perencanaan dan atau akan membantu mengimplementasikan perencanaan perencanaan tersebut.
- e) Penggunaan staf perencana, bertanggung jawab dalam mengarahkan dan mengkoordinasi sistem perencanaan untuk organisasi secara keseluruhan atau untuk salah satu komponen perencanaan yang utama.

8) Tujuan Perencanaan

Adapun tujuan dari perencanaan adalah :

- a) Untuk memberikan pengarahannya baik untuk manajer maupun karyawan non-manajerial
- b) Untuk mengurangi ketidakpastian
- c) Untuk meminimalisasi pemborosan
- d) Untuk menetapkan tujuan dan standar yang digunakan dalam fungsi selanjutnya.

9) Sifat Rencana Yang Baik

Rencana dikatakan baik jika memiliki sifat-sifat sebagai berikut:

- a) Pemakaian kata-kata yang sederhana dan jelas
- b) Fleksibel, suatu rencana harus dapat menyesuaikan dengan keadaan yang sebenarnya

- c) Stabilitas, setiap rencana tidak setiap kali mengalami perubahan, sehingga harus dijagastabilitasnya
- d) Ada dalam pertimbangan
- e) Meliputi seluruh tindakan yang dibutuhkan, meliputi fungsi-fungsi yang ada dalam organisasi.

b. *Organizing* (Pengorganisasian)

1) Pengertian Pengorganisasian

Organizing berasal dari kata *organon* dalam bahasa Yunani yang berarti alat, yaitu proses pengelompokan kegiatan-kegiatan untuk mencapai tujuan-tujuan dan penugasan setiap kelompok kepada seorang manajer.⁶

Pengorganisasian dilakukan untuk menghimpun dan mengatur semua sumber-sumber yang diperlukan, termasuk manusia, sehingga pekerjaan yang dikehendaki dapat dilaksanakan dengan berhasil.

2) Ciri-Ciri Organisasi

Ciri-ciri organisasi adalah sebagai berikut:

- a) Mempunyai tujuan dan sasaran
- b) Mempunyai keterikatan format dan tata tertib yang harus ditaati
- c) Adanya kerjasama dari sekelompok orang
- d) Mempunyai koordinasi tugas dan wewenang.

⁶H. Melayu S.P. Hasbuan, Manajemen :*Dasar, Pengertian, dan Masalah...*, hlm. 58

3) Komponen-Komponen Organisasi

Ada empat komponen dari organisasi yang dapat diingat dengan kata “WERE” (*Work, Employees, Relationship* dan *Environment*).

- a) *Work* (pekerjaan) adalah fungsi yang harus dilaksanakan berasal dari sasaran- sasaran yang telah ditetapkan
- b) *Employees* (pegawai-pegawai) adalah setiap orang yang ditugaskan untuk melaksanakan bagian tertentu dari seluruh pekerjaan
- c) *Relationship* (hubungan) merupakan hal penting di dalam organisasi.
- d) Hubungan antara pegawai dengan pekerjaannya, interaksi antara satu pegawai dengan pegawai lainnya dan unit kerja lainnya dan unit kerja pegawai dengan unit kerja lainnya merupakan hal-hal yang peka.
- e) *Environment* (lingkungan) adalah komponen terakhir yang mencakup sarana fisik dan sasaran umum di dalam lingkungan dimana para pegawai melaksanakan tugas-tugas mereka, lokasi, mesin, alat tulis kantor, dan sikap mental yang merupakan faktor-faktor yang membentuk lingkungan.

4) Tujuan Organisasi

Tujuan organisasi merupakan pernyataan tentang keadaan atau situasi yang tidak terdapat sekarang, tetapi dimaksudkan

untuk dicapai pada waktu yang akan datang melalui kegiatan-kegiatan organisasi.⁷

5) Prinsip-Prinsip Organisasi

Williams mengemukakan pendapat bahwa prinsip-prinsip organisasi meliputi :⁸

- a) Prinsip bahwa organisasi harus mempunyai tujuan yang jelas
- b) Prinsip skalahirarki
- c) Prinsip kesatuan perintah
- d) Prinsip pendelegasian wewenang
- e) Prinsip pertanggung jawaban
- f) Prinsip pembagian pekerjaan
- g) Prinsip rentang kendalian
- h) Prinsip fungsional
- i) Prinsip pemisahan
- j) Prinsip keseimbangan
- k) Prinsip fleksibilitas
- l) Prinsip kepemimpinan.

6) Manfaat Pengorganisasian

Pengorganisasian bermanfaat sebagai berikut:

- a) Dapat lebih mempertegas hubungan antara anggota satu dengan yang lain

⁷Hani Handoko, *Manajemen*. (Yogyakarta: BPFE, 2001), hlm. 109

⁸William G. Cochran, *Sampling Techniques*, (Charles E. Tuttle Company Inc Japan, 2002), hlm. 85

- b) Setiap anggota dapat mengetahui kepada siapa ia harus bertanggungjawab
- c) Setiap anggota organisasi dapat mengetahui apa yang menjadi tugas dan tanggung jawab masing-masing sesuai dengan posisinya dalam struktur organisasi
- d) Dapat dilaksanakan pendelegasian wewenang dalam organisasi secara tegas, sehingga setiap anggota mempunyai kesempatan yang sama untuk berkembang
- e) Akan tercipta pola hubungan yang baik antar anggota organisasi, sehingga memungkinkan tercapainya tujuan dengan mudah.

c. *Actuating* (Pelaksanaan)

Pelaksanaan merupakan usaha menggerakkan anggota-anggota kelompok sedemikian rupa, hingga mereka berkeinginan dan berusaha untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan.⁹

d. *Controlling* (Pengawasan)

1) Pengertian Pengawasan

Controlling atau pengawasan adalah penemuan dan penerapan cara dan alat utk menjamin bahwa rencana telah dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

2) Tahap-Tahap Pengawasan

Tahap-tahap pengawasan terdiri atas:

⁹Hani Handoko, *Manajemen...*, hlm. 139

- a) Penentuan standar
 - b) Penentuan pengukuran pelaksanaan kegiatan
 - c) Pengukuran pelaksanaan kegiatan
 - d) Perbandingan pelaksanaan dengan standar dan analisa penyimpangan
 - e) Pengambilan tindakan koreksi bila diperlukan.
- 3) Tipe-Tipe Pengawasan
- a) *Feedforward Control* dirancang untuk mengantisipasi masalah-masalah dan penyimpangan dari standar tujuan dan memungkinkan koreksi sebelum suatu kegiatan tertentu diselesaikan.
 - b) *Concurrent Control* merupakan proses dalam aspek tertentu dari suatu prosedur harus disetujui dulu sebelum suatu kegiatan dilanjutkan atau untuk menjamin ketepatan pelaksanaan suatu kegiatan.
 - c) *Feedback Control* mengukur hasil-hasil dari suatu kegiatan yang telah dilaksanakan.

B. BISNIS

1. Pengertian Bisnis

Bisnis dalam arti luas adalah suatu istilah umum yang menggambarkan suatu aktivitas dan institusi yang memproduksi barang

dan jasa dalam kehidupan sehari-hari.¹⁰ Menurut Bukhori Alma bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasad pemerintah, yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa kepada konsumen.¹¹

Menurut Louis E. Boone bisnis (*bussines*) terdiri dari seluruh aktivitas dan usaha untuk mencari keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan bagi sistem perekonomian, beberapa bisnis memproduksi barang berwujud sedangkan yang lain memberikan jasa.¹²

Sedangkan perilaku merupakan tindakan seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, bisnis merupakan tindakan individu dan sekelompok orang yang menciptakan nilai melalui penciptaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi.

2. Jenis Bisnis

Menurut Indriyo Gito Sudarmo ada beberapa macam jenis bisnis, untuk memudahkan mengetahui pengelompokannya maka dapat dikelompokkan sebagai berikut:¹³

¹⁰ Amirullah, dan Imam Hardjanto, *Pengantar Bisnis*, Edisi Pertama, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2005), hlm. 2

¹¹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. (Bandung: CV. Alfabeta, 2004), hlm. 2

¹² Louis E. Boone dan David L. Kurtz, *Pengantar Bisnis*, Jilid I, (Jakarta, Erlangga, 2007), hlm. 5

¹³ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Keuangan*, (Yogyakarta: BPFE 2003), hlm. 3

- a. Ekstraktif, yaitu bisnis yang melakukan kegiatan dalam bidang pertambangan atau menggali bahan-bahan tambang yang terkandung di dalam perut bumi.
- b. Agraria, yaitu bisnis yang menjalankan bisnisnya dalam bidang pertanian.
- c. Industri, yaitu bisnis yang bergerak dalam bidang industri.
- d. Jasa, yaitu bisnis yang bergerak dalam bidang jasa yang menghasilkan produk-produk yang tidak berwujud.

3. Elemen Bisnis

Elemen bisnis yang utama dan merupakan sumber daya yang kompetitif bagi sebuah bisnis terdiri dari empat elemen utama yaitu:

- a. Modal, yaitu sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis.
- b. Bahan material, yaitu bahan-bahan yang terdiri dari sumber daya alam, termasuk tanah, kayu, mineral, dan minyak. Sumber daya alam tersebut disebut juga sebagai faktor produksi yang dibutuhkan dalam melaksanakan aktivitas bisnis untuk diolah dan menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat.
- c. Sumber daya manusia, yaitu sumber daya yang berkualitas yang diperlukan untuk kemajuan sebuah bisnis.
- d. Keterampilan manajemen
- e. Suatu bisnis yang sukses adalah suatu bisnis yang dijalankan dengan manajemen yang efektif. Sistem manajemen yang efektif adalah

sistem yang dijalankan berdasarkan prosedur dan tata kerjamaanajemen.

4. Etika Bisnis

a. Pengertian Etika Bisnis

Etika berasal dari kata Yunani yaitu *ethos* yang berarti tempat tinggal, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, watak, perasaan, sikap, cara berpikir. Bentuk jamaknya adalah *ta etha*, yang berarti adat istiadat. Dalam hal ini, kata etika sama pengertiannya dengan moral. Menurut Sukirno Agus dan I Cekik Ardana istilah lain dari etika adalah susila, su artinya baik, sila artinya kebiasaan.¹⁴ Jadi susila berarti kebiasaan atau tingkah laku perbuatan manusia yang baik.

Menurut Lawrence, Weber, dan Post dalam Sukirno Agus dan I Cekik Ardana etika adalah suatu konsepsi tentang perilaku benar dan salah.¹⁵ Etika menjelaskan kepada kita apakah perilaku kita bermoral atau tidak berkaitan dengan hubungan kemanusiaan yang fundamental, bagaimana kita berpikir dan bertindak kepada orang lain dan bagaimana kita inginkan mereka berpikir dan bertindak terhadap kita.

Menurut Muslich etika bisnis dapat diartikan sebagai pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal

¹⁴Sukirno Agus dan I Cekik Ardana. *Etika Dunia Bisnis dan Profesi*. (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 127-128

¹⁵Sukirno Agus dan I Cekik Ardana. *Etika Dunia Bisnis dan Profesi...*, hlm. 130

dan secara ekonomi atau sosial, dan pengetrapan norma dan moralitas ini menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis.¹⁶

Etika bisnis terkait dengan masalah penilaian terhadap kegiatan dan perilaku bisnis yang mengacu pada kebenaran atau kejujuran berusaha. Chandra R., menambahkan bahwa perubahan-perubahan besar dalam oraktik pengelolaan bisnis dewasa ini menyebabkan perhatian terhadap etika bisnis semakin penting.¹⁷

Oleh karena itu, etika bisnis merupakan pengetahuan pedagang tentang tata cara pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas melalui penciptaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi.

b. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis

Etika bisnis memiliki prinsip-prinsip yang bertujuan memberikan acuan cara yang harus ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya. Muslich menyatakan bahwa prinsip-prinsip etika bisnis meliputi:¹⁸

1) Prinsip Ekonomi

Perusahaan secara bebas memiliki wewenang sesuai dengan bidang yang dilakukan dan pelaksanaannya dengan visi dan misi yang dimilikinya dalam menetapkan kebijakan perusahaan harus

¹⁶Muslich. *Etika Bisnis Islami*. (Yogyakarta: Ekonesia, 2004), hlm. 9

¹⁷Murti Sumarni dan John Soeprihanto, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), hlm.

¹⁸Muslich. *Etika Bisnis Islami...*, hlm. 18-20

diarahkan pada upaya pengembangan visi dan misi perusahaan yang berorientasi pada kemakmuran, kesejahteraan para pekerja, komunitas yangdihadapinya.

2) Prinsip Kejujuran

Kejujuran menjadi nilai yang paling mendasar dalam mendukung keberhasilan kinerja perusahaan. Dalam hubungannya dengan lingkungan bisnis, kejujuran diorientasikan kepada seluruh pihak yang terkait dengan aktivitas bisnis. Dengan kejujuran yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka masyarakat yang ada di sekitar lingkungan perusahaan akan menaruh kepercayaan yang tinggi bagi perusahaantersebut.

3) Prinsip Niat Baik dan Tidak Niat Jahat

Prinsip ini terkait erat dengan kejujuran. Tindakan jahat tentu tidak membantu perusahaan dalam membangun kepercayaan masyarakat, justru kejahatan dalam berbisnis akan menghancurkan perusahaan itu sendiri. Niatan dari suatu tujuan terlihat cukup transparan misi, visi dan tujuan yang ingin dicapai dari suatu perusahaan.

4) Prinsip Adil

Prinsip ini menganjurkan perusahaan untuk bersikap dan berperilaku adil kepada pihak-pihak bisnis yang terkait dengan sistem bisnis tersebut.

5) Prinsip Hormat Pada Diri Sendiri

Prinsip hormat pada diri sendiri adalah cermin penghargaan yang positif pada diri sendiri. Hal ini dimulai dengan penghargaan terhadap orang lain. Menjaga nama baik merupakan pengakuan atas keberadaan perusahaan tersebut.

Prinsip etika bisnis menurut Sonny Keraf dalam Sukirno Agus dan I Cekik Ardana mengatakan bahwa setidaknya ada lima prinsip yang dijadikan titik tolak pedoman perilaku dalam menjalankan praktik bisnis, yaitu:¹⁹

1) Prinsip Otonomi

Prinsip otonomi menunjukkan sikap kemandirian, kebebasan, dan tanggungjawab. Orang yang mandiri berarti orang yang dapat mengambil suatu keputusan dan melaksanakan tindakan berdasarkan kemampuan sendiri sesuai dengan apa yang diyakininya, bebas dari tekanan, hasutan, dan ketergantungan kepada pihak lain.

2) Prinsip Kejujuran

Prinsip kejujuran menanamkan sikap bahwa apa yang dipikirkan adalah apa yang dikatakan, dan apa yang dikatakan adalah yang dikerjakan. Prinsip ini juga menyiratkan kepatuhan dalam melaksanakan berbagai komitmen, kontrak, dan perjanjian yang telah disepakati.

¹⁹Sukirno Agus dan I Cekik Ardana. *Etika Dunia Bisnis dan Profesi...*, hlm. 137-139

3) Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan menanamkan sikap untuk memperlakukan semua pihak secara adil, yaitu suatu sikap yang tidak membedakan dari berbagai aspek baik dari aspek ekonomi, hukum, maupun aspek lainnya

4) Prinsip Saling Menguntungkan

Prinsip saling menguntungkan menanamkan kesadaran bahwa dalam berbisnis perlu ditanamkan prinsip *win-win solution*, artinya dalam setiap keputusan dan tindakan bisnis harus diusahakan agar semua pihak merasa diuntungkan.

5) Prinsip Integritas Moral

Prinsip integritas moral adalah prinsip untuk tidak merugikan orang lain dalam segala keputusan dan tindakan bisnis yang diambil.

Prinsip ini dilandasi oleh kesadaran bahwa setiap orang harus dihormati harkat dan martabatnya. Prinsip-prinsip etika bisnis di atas tidak hanya digunakan pada sebuah perusahaan atau organisasi perdagangan, akan tetapi dapat pula digunakan pada usaha yang dikelola pedagang kaki lima, hal ini dikarenakan setiap bisnis yang dijalankan oleh pedagang kaki lima harus didasarkan pada prinsip-prinsip tersebut agar tidak melanggar hak-hak konsumen.

1. Pengertian

Ada beribu-ribu alasan mengapa masyarakat bisnis harus berhubungan ke internet, dan memang salah satu segmen internet yang sangat cepat pertumbuhannya adalah bidang komersial. Internet memang menciptakan suatu lingkungan sebagai lahan untuk melakukan bisnis.²⁰ Terdapat banyak cerita mengenai bisnis kecil dan besar yang berhasil meningkatkan investasi mereka yang relatif kecil dengan mengeluarkan biaya-hubungan ke internet. Mereka mencari informasi pada internet, memelihara hubungan dengan para pelanggan, atau menyediakan layanan online dan membuka toko maya.

Dari segi bahasa, toko *online* berasal dari dua suku kata, yakni toko dan online. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, toko berarti sebuah tempat atau bangunan permanen untuk menjual barang-barang (makanan, minuman, dan sebagainya). Sedangkan *online* yang terjemahan bahasa Indonesianya adalah dalam jaringan atau disingkat daring menurut wikipedia adalah keadaan di saat seseorang terhubung ke dalam suatu jaringan atau sistem yang lebih besar. Jadi berangkat dari dua pengertian secara bahasa tersebut kita dapat mengartikan toko *online* sebagai tempat terjadinya aktivitas perdangan atau jual beli barang yang terhubung ke dalam suatu jaringan dalam hal ini jaringan internet.²¹

²⁰ Tracy LaQuey, *Sahabat Internet: Pedoman bagi Pemula untuk Memasuki Jaringan Global*, edisi 2, (Bandung, ITB, 2003), hlm. 17

²¹ Muhammad Yusuf dan Ahmad Yusuf, *1 Jam Membuat Toko Online dengan JoomlaVirtuemart*, (Yogyakarta, Expert, 2012), hlm. 1

menjadi bisnis yang berpeluang besar karena tidak adanya batas pasar. Semua orang di seluruh penjuru dunia dapat mengakses bisnis website kita. Pasar menjadi sangat besar. Bisnis ini juga buka 24 jam, dan tidak membatasi waktu.

Bisnis *online* memang berbeda dengan bisnis konvensional, yang membedakan adalah sarana yang digunakan. Jika dalam bisnis konvensional (*offline*), para pihak yang berperan dalam bisnis bertemu dan berinteraksi langsung di suatu tempat di dunia nyata, maka pada bisnis *online* para pihak yang berperan dalam dunia bisnis *online*.

bertemu dan berinteraksi di dunia maya melalui internet tanpa batasan waktu dan wilayah. Salah satu faktor terpenting dalam bisnis *online* adalah kepercayaan. Artinya, antara pihak harus memiliki rasa kepercayaan terhadap satu sama lain. Selama menjalankan bisnis *online*, antara pihak memang tidak bertemu secara langsung.

Untuk pasar Indonesia sendiri peluang bisnis *online* sangat menggiurkan. Hal ini dikarenakan pengguna internet di Indonesia semakin lama semakin bertambah pesat.

2. Marketing

Dalam dunia bisnis pemasaran merupakan hal yang sangat penting, karena dengan pemasaran inilah produk yang dihasilkan akan diketahui oleh konsumen. Dalam pemasarannya biasanya *permemanfaatkan*

beberapa layanan dan aplikasi yang tersedia dalam komputer ataupun smartphone yang mereka miliki, antara lain seperti:²²

a. Facebook

Facebook merupakan situs jejaring sosial yang saat ini sedang *booming* di dunia maya. Facebook merupakan karya dari *Mark Elliot Zuckerberg* bersama kawannya, *Dustin Moskovitz* dan *ChHughes*, saat belajar di Harvard University pada tahun 2004. Pada Februari 2004. langsung membuka account facebook. Pada tahun 2005, Zuckerberg resmi menamakan perusahaannya yaitu Facebook. Awalnya facebook dikenal dari mulut ke mulut di antara para siswa di Amerika Serikat, selanjutnya menyebar ke sekolah lain dan universitas lain di Amerika Serikat, sampai akhirnya terkenal di seluruh dunia.

Keuntungan menggunakan media ini untuk toko *online* adalah sebagai berikut:

- a) Tidak Mengeluarkan Dana Tambahan
- b) Toko online pada *facebook* sangat mudah melakukan marketing dikarenakan banyaknya pengguna *facebook* dan adanya tag function di photo album pada *facebook* sehingga kemungkinan toko *online* dapat ditemui oleh teman atau teman dari teman

Sedangkan kelemahan menggunakan media ini antara lain:

- 1) *Facebook* page sangat sukar untuk dimodifikasi dalam hal design dan page management-nya sehingga toko *online* tidak akan

²²Wikan Pribadi, *Blog Peneur: Menjadi Enterpreneur dan Mengembangkan Bisnis Lewat Blog*, (Jakarta : Bukune, 2009), hlm. 31-32

mempunyai banyak kreativitas kecuali apabila menguasai *facebook framework*. Bahkan orang IT sendiri belum banyak yang menguasai bahasa ini.

2) Kurangnya keprofesionalan dan keyakinan pembeli apabila mereka melakukan pembelian pertama

b. Twitter

Twitter hingga saat ini masih menjadi kenikmatan tersendiri untuk para neeter. Sudah banyak pengguna internet yang beralih menggunakan layanan ini. Ada banyak hal tentunya yang menyebabkan perubahan gaya hidup masyarakat internet dengan memutuskan untuk migrasi ke dalam *twitter*. Mulai dari tampilan yang simpel dan mudah dioperasikan hingga fitur realtime yang interaktif. Karena perkembangannya, maka banyak sekali layanan atau aplikasi yang beredar di dalam internet untuk semakin memudahkan user dalam memanfaatkan layanan *twitter* ini.

Salah satu alasan pelaku bisnis memanfaatkan layanan ini adalah komplitnya fasilitas yang diberikan, karena dalam menu utama langsung bisa digunakan untuk melakukan post tweet atau melihat tweet, mentions, melihat direct message, ataupun melihat daftar *following* dan *followers*.

Selain itu, keuntungan dari layanan ini adalah langsung bisa mengunggah foto yang langsung bisa dihubungkan dengan *facebook*,

sehingga ini akan menghemat waktu user dalam memasarkan produknya dan cukup efisien.

c. Instagram

Instagram merupakan salah satu aplikasi atau fitur unggulan yang ada di smartphone yang memudahkan para pengguna untuk berbagi foto. Sistem sosial di dalam instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut instagram. Dengan demikian, interaksi antar sesama pengguna instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya.

Kebanyakan dari pelaku bisnis lebih suka menggunakan layanan ini, hal ini dikarenakan instagram dalam meng-share foto langsung bisa ditautkan dengan *facebook* dan *twitter*, sehingga mereka tidak perlu membagikan foto-foto produknya satu per satu dari berbagai macam layanan, dengan instagram semua langsung bisa diatasi. Hal ini sangat memudahkan pebisnis dalam mempromosikan produknya karena sangat hemat waktu.

Dalam memasarkan dan mempromosikan suatu produk, seorang muslim dilarang berlebihan dengan sumpah palsu, bombastis, tetapi harus realistis. Karena jika dilakukan dengan penuh bombastis, dapat menyesatkan dan mengecoh konsumen. Jika suatu saat konsumen menyadari akan kebohongan suatu produk, maka secara pasti mereka akan

meninggalkannya. Akibatnya, produksi akan mengalami penurunan, dan tentu saja keuntungan akan semakin kecil.

Hal ini sesuai dengan hadits Nabi Muhammad SAW:

Artinya: “Nabi bersabda: sumpah palsu (bombastis sehingga menjadikan laku barang yang dijual) mendatangkan keluasan tetapi menghilangkan keuntungan (HR. Bukhari).”²³

Islam menganjurkan agar dalam melakukan promosi, nilai kebenaran dan kejujuran harus dijunjung tinggi untuk mewujudkan suatu tujuan luhur dalam berbisnis. Sebab pada dasarnya promosi mempunyai fungsi memberikan informasi yang lengkap dan akurat kepada masyarakat tentang sesuatu yang dipromosikan.

Seorang pedagang harus berlaku jujur, menjelaskan cacat barang dagangan yang ia ketahui, yang tidak terlihat oleh pembeli. Demikian halnya dengan kualitas produk harus sesuai dengan apa yang disampaikan produsen baik melalui informasi atau promosi. Suatu hal yang tidak perlu diperhatikan ialah bagaimana hebatnya biaya promosi, jika tidak diikuti dengan produk yang bermutu dan kondisi yang ada adalah kedustaan, maka pemasaran tidak akan berhasil.²⁴

²³Ifi Nur Diana, *Hadis-hadis Ekonomi*, (Malang: UIN Malang Press, 2008), hlm. 325

²⁴Ifi Nur Diana, *Hadis-hadis Ekonomi...*, 326

3. Keuntungan dan Kelemahan Internet Dalam Perdagangan Online

Berikut beberapa keunggulan dan kelemahan internet dalam perdagangan *online*:²⁵

1) Keunggulan

a) Potensi Ceruk Pasar Yang Luas

Perdagangan *online* mampu menjangkau pasar yang lebih luas dibandingkan perdagangan *offline*. Melalui jaringan internet, dapat membantu pemasaran dan penetrasi secara *online*, yang dijalankan hingga mencakup semua daerah bahkan sampai ke lintas negara.

b) Biaya Operasional Dapat Dihemat

Biaya operasional yang cenderung lebih murah dibandingkan perdagangan berbasis *offline*. Perdagangan *online* dapat dikerjakan dari rumah dan dari mana saja, tidak terlalu membutuhkan biaya operasional yang relatif terlalu tinggi layaknya perdagangan *offline*.

c) Mampu Operasional 24 Jam

Jam kerja perdagangan online tidak terbatas, bahkan nonstop 24 jam. Karena dalam menjalankan perdagangan online yang bekerja adalah sistem, sehingga tugas pemilik atau pelaku usaha hanya memberikan *follow up* atas permintaan yang telah diterima sistem.

²⁵Tim PT. Saint Technologies Indonesia, *Menuju Perdagangan Komoditi Online: Ftradings sebagai Software Pendukung Perdagangan Komoditi Online*, (Jakarta: Pustaka El-Syarif, 2011), hlm. 58-59.

d) Kemudahan Pelayanan Pada Konsumen

Mudahnya pelayanan yang diberikan kepada para konsumen, dengan fasilitas online yang mendukung. Misalnya untuk pembayaran dapat dilakukan dengan mencantumkan nomor rekening bisnis anda, sehingga hasil omset penjualan dapat langsung diterima.

e) Modal Relatif Kecil

Dalam bisnis *online*, modal bukanlah hal utama bagi para pelaku dan pemilik. Karena banyak peluang yang dapat dijalankan dengan modal relatif kecil bahkan tanpa modal sama sekali, modal utama yang seharusnya dimiliki adalah fasilitas komputer dan adanya jaringan internet.

f) Tidak Perlu Gudang dan Tempat Yang Luas Untuk Stok Barang

Keunggulan lain dari bisnis via internet ini seringkali para pelaku tidak perlu memiliki tempat khusus untuk menyimpan barang atau gudang besar untuk stok barang, sehingga bisa menghemat biaya gudang atau sewa tempat.

g) Media Promosi Yang Efektif

Promosi secara online relatif lebih efektif, karena dalam menjalankan perdagangan online para pelaku mampu membidik target pasar dengan menyesuaikan *content* yang *up to date*. Jadi, dengan adanya informasi yang ada pada situs, kita bisa memetakan pangsa pasar yang akan dituju. Tinggal menyesuaikan target

pasarnya dan tentu berkurang beban dalam bertransaksi seperti umumnya sales atau marketing yang harus berhadapan langsung dengan calon pembeli.

2) Kekurangan

Disamping keunggulan seperti tersebut di atas, internet juga mempunyai beberapa kelemahan secara umum, antara lain:²⁶

a) Serangan Virus

Salah satu masalah dalam dunia internet adalah ancaman virus yang selalu berkembang. Berbagai macam virus yang telah tersebar secara bevariatif, khususnya menyebar lewat jaringan internet baik secara e-mail maupun file yang diunduh.

b) Tindak Kejahatan Internet (*Cybercrime*)

Tindak kejahatan yang terjadi di internet barangkali terjadi, misalnya hacking yaitu proses masuk secara ke situs tertentu yang dilakukan oleh hacker. Selain itu juga cracking, yaitu kegiatan hacking yang tidak hanya masuk secara paksa, namun juga mengambil dan merusak data dari situs tersebut

c) Ketergantungan Pada Jaringan Telepon, Satelit dan ISP

Fasilitas jaringan telepon, satelit, dan ISP menjadi sangat berpengaruh terhadap pemakaian internet. Namun berkat perkembangan teknologi yang terjadi, kini banyak operator seluler yang menambahkan internet sebagai basis layanan utamanya.

²⁶Tim PT. Saint Technologies Indonesia, *Menuju Perdagangan Komoditi Online: Ftradings sebagai Software Pendukung Perdagangan Komoditi Online...*, hlm. 60-63