

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Definisi Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi merupakan cara yang dilakukan seseorang atau sekelompok berupa rencana agar tujuan dapat tercapai sesuai dengan keinginan. Dalam pengertian lain bahwa strategi adalah suatu tindakan yang dilakukan seseorang atau kelompok dengan memanfaatkan keahlian dan kekayaan yang ada agar bisa mencapai kebutuhan yang diinginkan. Ada banyak cara yang dilakukan agar hasil dapat tercapai sesuai keinginan.¹

Asal mula kata strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* (*stratos*) yang artinya militer dan *ag* yang berarti memimpin. Jadi, strategi adalah suatu keahlian yang dimiliki oleh seorang pemimpin. Strategi bisa dikatakan sebuah cara dibuat sesuai rencana.² Strategi merupakan hal yang dilakukan agar rencana tersebut sesuai dengan tahapan yang telah dibuat. Hal tersebut digunakan untuk bersaing mengalahkan pesaing dengan jenis usaha sama.

¹Fatihudin, Didin, and Anang Firmansyah. *Pemasaran Jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)*. Deepublish, 2019.

²Satria, Budi, and Dhian Tyas Untari. "Strategi Bisnis Online di Bekasi; Kasus Pada Bisnis Cloting Line." *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen* 18.1 (2022): hlm 23

Usaha dikatakan berhasil jika sudah menerapkan strategi dan profitabilitas tinggi. Kegunaan dilakukannya strategi ini agar usaha mampu mengasah keahlian dan usaha lain yang bergerak dibidang yang sama. Hal tersebut dilakukan agar usaha tersebut unggul daripada yang lainnya.³

Cara dalam menetapkan keputusan yang diambil perlu adanya tujuan yang dibuat. Jika tujuan tersebut sudah dibuat maka usaha akan memerintahkan semua tenaga pekerja untuk berusaha semaksimal mungkin agar usaha dapat berjalan dengan baik. Usaha yang menggunakan cara *differentiation strategy* dapat memberikan dampak pada semua tenaga kerja dan usahanya bisa bersaing dengan baik.⁴ Setiawan Hari Purnomo mengemukakan pendapatnya bahwa strategi berasal dari kata *generalship*. Penjelasan dalam bahasa indonesia *generalship* adalah kemampuan dalam bidang militer atau pemimpin.⁵ Secara terminologi bahwa strategi merupakan pemikiran seseorang terkait cara kerja seseorang dengan membuat sebuah rencana dan tujuan yang akan dicapai dimasa yang akan datang saling respon terkait persaingan usaha.⁶

³Hitt michael, dkk, Manajemen Strategis, (Jakarta: Erlangga, 1997), hlm.137.

⁴Seputro, Adji. "Manajemen Strategi Dalam Pemberdayaan Ekonomi Bagi Masyarakat Menengah Kebawah Dalam Rangka Menangkal Paham

2. Ciri-ciri Strategi Yang Dipilih

Dalam menetapkan cara setiap tahapannya harus memenuhi ketetapan yang telah dibuat. Ketetapan tersebut dikatakan strategi (*strategic decision*) jika sesuai dengan ciri-ciri berikut:

- a. Ketetapan strategi harus berhubungan dengan inti pembahasan misalnya seperti tujuan, keinginan, harapan yang akan dituju dan cara agar tujuan dapat tercapai.
- b. Ketetapan berhubungan dengan usaha secara menyeluruh. Oleh sebab itu, yang bertugas membuat ketetapan tersebut manajemen yang berada di atas berkewajiban menetapkan sebuah cara.
- c. Ketetapan harus memberikan pengaruhh bagi semua lingkungan yang memberikan pengaruh besar bagi perkembangan usaha.⁷

Radikalisme Dan Terorisme Di Era Revolusi Industri 4.0." *Jurnal Ekbis* 20.2 (2019)hlm. 1264

⁵Agustinus Wahyudi s, *Manajemen Strategik*, (Jakarta : Binarupa Aksara, 1996), hlm. 20

⁶Rachmat, *Manajemen Strategik*, (CV Pustaka Setia: bandung, 2014), hlm.30

⁷Mulyadi, *System Terpadu Pengelolaan Kinerja Personel Berbasis Balanced Scorecard*, (Yogyakarta : Upp Stim Ykpn, 2018) Hlm.141

3. Jenis Strategi

a. Strategi Adaptif

Miles dan Snow mengemukakan pendapatnya bahwa strategi adaptif digunakan sebuah usaha agar bisa mencapai tujuan yang diinginkan sehingga dapat berpengaruh positif bagi lingkungan sekitar. Terdapat empat cara yang digunakan sebagai berikut:⁸

a) *The Prospector Strategy* merupakan ciptaan baru yang akan berpengaruh dimasa yang akan datang sehingga membuat produk yang belum pernah ada sebelumnya dan akan menarik konsumen untuk membelinya. Competitive strength dari prospector strategy yaitu keahlian melaksanakan penelitian mengenai lingkungan yang sedang terjadi sehingga membuat produk sesuai dengan keadaan sekitar. Perusahaan yang menerapkan strategi ini akan berpengaruh bagi pesaing yang dihadapi akan kesulitan membaca strategi atau produk yang akan dibuat.

b) *The Defender Strategy*, merupakan sebuah cara yang dilakukan agar menemukan tempat penjualan yang membuat produk sedikit. Defender strategi digunakan membuat

⁸Ralahallo, Fransiska Natalia. "Generic Competitive Strategy." *Jurnal Benchmark* 1.1 (2012):hlm. 52

berhasilnya perusahaan menjadi pemimpin dalam usahanya dengan memanfaatkan teknologi baru.

- c) *The Analyzer Strategy*, merupakan cara untuk meneliti usaha sebelum beroperasi. Melihat dahulu produk yang banyak disukai konsumen dan meniru ide produk yang telah berhasil. Penelitian yang dilakukan dengan mengamati kejadian yang telah berlalu kemudian memperbaiki kesalahan yang terjadi. Biasanya strategi ini digunakan dalam dunia penerbangan. Hampir semua maskapai meniru maskapai lain agar dapat menarik minat konsumen.
- d) *Reactor Strategy*, merupakan cara yang digunakan untuk memberikan pengaruh kepada lingkungan sekitar. Tanggapan yang tidak sesuai disebabkan karena sumber daya yang kurang sehingga tidak bisa mengembangkan kekayaan yang dimiliki. Tidak memiliki keahlian dalam menyesuaikan dengan lingkungan yang semakin maju.⁹

⁹Ariyanto Pudja, *Adaptasi Masyarakat Di Tempat Yang Baru*, (Jakarta : Depdikbud, 1989) Hlm. 24

b. Strategi Survival

Suharto mengemukakan pendapatnya bahwa strategi menjalani kehidupan dari berbagai tekanan yang dialami oleh angkutan kota dan taksi online dapat dilakukan dengan strategi bertahan hidup. Terdapat tiga cara yang diterapkan yaitu:¹⁰

a) Strategi Aktif

Strategi aktif merupakan cara mempertahankan kehidupan dengan cara apapun agar bisa menjalani kehidupan. Dengan memanfaatkan semua kekayaan yang diperoleh agar bisa memberikan hasil yang memuaskan. Strategi aktif merupakan cara yang diterapkan bagi keluarga yang kekurangan dengan memanfaatkan keahlian keluarganya.

b) Strategi Pasif

Strategi pasif merupakan cara yang dilakukan agar bisa hidup dengan cara mengurangi biaya yang dikeluarkan saat hidup. Misalnya mengurangi biaya makan, minum, gaya dan lainnya yang tidak penting digunakan dalam menjalani kehidupannya.

¹⁰Suharto, E. Kemiskinan dan Perlindungan Sosial di Indonesia.(Bandung:Alfabet,2009),hlm.30

c) Strategi Jaringan

Strategi jaringan merupakan cara yang digunakan melalui media sosial. Suharto mengemukakan pendapatnya bahwa strategi jaringan merupakan cara yang dilakukan agar hidup tetap berjalan sesuai yang diharapkan dengan menambah teman.¹¹ Kusnadi mengemukakan pendapatnya bahwa strategi jaringan dilakukan dengan saling bersosialisasi dengan masyarakat sehingga menambah rasa persaudaraan dan membantu seseorang yang lagi kesusahan.¹²

B. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam Menghadapi Persaingan

Berdasarkan syariat islam persaingan usaha mempunyai beberapa prinsip yang harus diterapkan sebagai berikut:

1. Prinsip dasar halal

Prinsip utama yang harus dipatuhi umat islam dalam menjalankan bisnis yaitu menjual barang yang halal. Larangan melakukan kegiatan yang dilarang dalam islam setiap transaksinya. Di dalam Al-Qur'an menjelaskan bahwa manusia dilarang melakukan kegiatan usaha yang menimbulkan kerugian bagi orang lain.

¹¹Suharto, E. Kemiskinan dan Perlindungan Sosial di Indonesia.(Bandung:Alfabeta.2009),hlm,31 - 32

¹²Kusnadi. Akuntansi Keuangan Menengah (*Intermediate*) (Prinsip, Prosedur, dan Metode). (Malang. Universitas Brawijaya.2000),hlm.146

Seperti transaksi yang mengharapkan keuntungan melebihi batas ketidakjelasan, keburukan, kerusakan dan menyakiti orang lain. Sesuai dengan fikih yang telah ditetapkan oleh para ulama bahwa dalam berwirausaha diperbolehkan dalam islam tetapi harus sesuai dengan norma yang berlaku. Islam menganjurkan manusia untuk berusaha dan berdagang dengan sesuai dengan perintah yang telah dijelaskan dalam Al-Qur'an. Semua transaksi diperbolehkan asalkan tidak ada dalil yang tidak membolehkan melakukan transaksi jual beli. Usaha transportasi dalam agama islam dianjurkan untuk dijalankan karena bermanfaat bagi orang lain. Memudahkan orang dalam bepergian sehingga tidak lagi berjalan kaki. Asalkan usaha tersebut tidak ada unsur yang dapat merugikan orang lain.

2. Prinsip dasar tayyib (baik)

Tayyib (baik) merupakan semua yang dilakukan untuk kebaikan orang lain dan diperbolehkan dilakukan agar semua tujuan dapat terlaksana. Menerapkan sikap terpuji dengan selalu berbuat baik kepada siapapun. Mendapatkan keuntungan sewajarnya dan selalu menjual produk yang halal agar memperoleh keberkahan setiap langkah menjalani usahanya sehingga selalu mendapatkan ridha dari Allah SWT.

- a. Ihsan merupakan sikap seseorang berbuat baik kepada siapapun dalam menjalankan usaha dengan selalu memberikan layanan terbaik dan mengutamakan kepuasan konsumen. Menjauhi sikap yang dapat merugikan orang lain sehingga akan berdampak pada usaha yang sedang dijalankan.
- b. Tawazun merupakan sikap seimbang antara harta dunia dan akhirat. Semua kekayaan makan dimanfaatkan dengan baik sehingga menghasilkan dengan adil dan seimbang. Semua pelaksanaannya harus mengutamakan kewajiban dan hak semua pekerja yang terlibat dalam usaha tersebut sehingga tidak ada kecemburuan semua pekerja. Harus memperhatikan kewajiban sesuai dengan ketentuan yang sudah disetujui saat menjalin kerja sama. Usaha transportasi yang ada saat ini sudah menjalankan usahanya dengan bekerja sama dan adil terhadap hasil yang didapatkan.

C. Strategi kompetitif

Strategi Kompetitif merupakan cara yang dilakukan untuk membuat perencanaan agar bisa menghadapi persaingan. Strategi ini dijalankan bertujuan agar bisa menambah daya tarik konsumen, menghadapi pesaing dan mempertahankan di

pasaran.¹³ Kompetitif merupakan cara yang dilakukan suatu usaha berbeda dengan usaha lainnya dari segi produk ataupun layanan yang diberikan. Kelebihan usaha yang dijalankan akan memberikan keunikan tersendiri daripada pesaing lainnya sehingga pesaing kesulitan mengalahkan usaha tersebut.¹⁴ Terdapat beberapa jenis strategi kompetitif sebagai berikut:¹⁵

1. Strategi *cost leadership* merupakan cara yang dilakukan untuk membuat produk sesuai dengan bahan dan biaya yang tidak terlalu mahal. Biasanya produk yang dihasilkan untuk konsumen yang menjadikan harga sebagai patokan utama. Yang menentukan keputusan untuk membeli adalah harga yang diberikan. Cara yang digunakan perusahaan agar bisa memberikan kelebihan produknya daripada usaha lainnya.

2. Strategi pembedaan produk dan jasa (*differentiation*)
Strategi yang dilakukan sebuah perusahaan agar bisa mengetahui kelebihan bertujuan agar bisa mengalahkan pesaing. Cara yang dilakukan untuk membuat keunikan tersendiri akan memberikan hasil sesuai yang diinginkan.

¹³Arif, Moh Erfan, and Rila Anggraeni. *Strategi Bisnis*. Universitas Brawijaya Press, 2023.

¹⁴Adhelia Kusuma Prasasti, "Analisis Keunggulan Bersaing Berdasarkan Metode Five Forces Porter Pada Hotel Pelangi Malang," *Journal of Chemical Information and Modeling* 43, no. 1 (2020): hlm7728.

¹⁵Pamungkas, Damar Purba. "Analisis competitive force dan competitive strategy sistem informasi kuliner di Indonesia (Studi Kasus: Kulina. id)." *Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO)* 1.2 (2016):hlm. 120

3. Strategi inovasi (*innovation*)

Strategi yang digunakan untuk mengalahkan usaha lain dengan membuat terobosan baru sehingga menghasilkan keunikan tersendiri. Hal tersebut bertujuan agar bisa menyaingi pesaing lain yang bergerak dibidang sama. Oleh sebab itu, perlu adanya evaluasi setiap tahapan produksi agar bisa menghasilkan produk yang sesuai dengan harapan.

4. Strategi tumbuh (*growth*)

Strategi yang digunakan agar perusahaan bisa berkembang ke luar daerah. Hal tersebut bertujuan dapat memudahkan ketika menawarkan produk ke setiap daerah. Perusahaan akan membuka cabang baru di wilayah lain agar bisa mengembangkan produk yang telah dibuatnya.

5. Strategi kerjasama (*alliance*)

Strategi yang dilakukan perusahaan dengan menggunakan sistem informasi. Hal yang dilakukan dengan menjalin hubungan kerja sama dengan konsumen dan pemasok agar usaha dapat mengalami perkembangan.

D. Strategi Bersaing Dalam Islam

Islam menganjurkan umatnya dalam membuat usaha agar dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan syarat semua usaha harus sesuai dengan aturan islam dan tidak bertentangan dengan ajaran islam. Islam memperbolehkan manusia mengembangkan usaha dengan menerapkan berbagai

strategi agar kehidupannya bisa terus berjalan. Hal tersebut dilakukan sesuai dengan aturan dalam islam. Larangan membohongi konsumen atau membuat kerugian kepada orang lain.¹⁶ Islam memperbolehkan melakukan segala macam cara untuk bertahan hidup asalkan tidak membuat orang lain dirugikan. Kegiatan memasarkan produk diperbolehkan asalkan tidak ada unsur kebohongan dan menyakiti orang lain. Islam menetapkan sebuah aturan khusus agar tidak adanya persoalan yang mengakibatkan adanya persaingan yang tidak diperbolehkan dalam islam. Terdapat unsur yang ada dalam persaingan dalam islam yaitu:¹⁷

1. Pihak Bersaing

Setiap usaha pasti mempunyai saingan yang sejenis atau tidak sejenis usahanya. Persaingan dalam islam harus memanfaatkan harta dengan sebaik mungkin dan bermanfaat untuk orang banyak. Setiap manusia dibeikan rezeki berbeda-beda sesuai dengan kemampuan melakukan usahanya. Manusia hanya berusaha dengan semaksimal mungkin agar usahanya tetap bertahan ditengah persaingan yang semakin banyak. Apalagi saat ini banyak sekali yang mendirikan usaha yang sejenis. Hal ini dijelaskan dalam ayat Al-Qur'an Al-Mulk ayat 15.

¹⁶Romi Adetio Setiawan, *The Future of Islamic Banking and Finance in Indonesia: Performance, Risk and Regulation* (Taylor and Francis, 2023)

¹⁷Cahyani, Utari. "Strategi Bersaing Dalam Berbisnis Secara Islami." *At-tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* 2.1 (2016): hlm. 92

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا
وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”¹⁸

2. Cara Bersaing

Setiap usaha yang dijalankan mempunyai aturan yang harus dipatuhi. Perusahaan pasti mempunyai saingan sehingga tidak boleh melakukan persaingan tidak sehat. Dengan menghalalkan segala macam cara agar bisa memenangkan persaingan. Hal tersebut akan bertentangan dengan syariat islam dan dapat merugikan banyak orang bahkan pesaing. Islam menganjurkan manusia untuk selalu bekerja sama sehingga menambah pertemanan yang akan berpengaruh positif bagi usaha tersebut. Oleh karena itu, setiap pemilik usaha harus bisa memberikan layanan dan apa yang dibutuhkan konsumen yang membuat rasa puas terhadap apa yang diberikan. Apapun usahanya harus memberikan yangt terbaik agar usaha tersebut maju dan berkembang sesuai harapan yang diinginkan.

¹⁸Dapertemen Agama RI, Al-Qur'an Dan Terjemahannya, Bandung: Diponorogo,2008, Surah Al-Mulk AYAT 15.

3. Produk yang dipersaingkan

Berbagai kelebihan yang diterapkan agar bisa menghadapi pesaing sebagai berikut :

a. Produk

Produk merupakan suatu yang diperjual belikan oleh pemilik usaha berdasarkan keinginan konsumen. Produk yang dijual harus halal dan tidak ada bahaya yang dapat merugikan konsumen lain. Hal tersebut agar tidak ada unsur kebohongan, kualitas sesuai harga dan bersikap jujur setiap proses produksinya.

b. Harga

Harga merupakan uang yang dibayarkan kepada konsumen bertujuan mendapatkan keuntungan. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan kualitas bahan yang digunakan agar bisa menghasilkan produk dengan kualitas bagus. Tidak boleh menjelekan pesaing yang dapat menimbulkan hal yang tidak diinginkan. Bersainglah secara sehat agar semua yang dilakukan selalu mendapatkan ridha Allah SWT.

c. Tempat

Tempat merupakan lokasi yang dijadikan tempat usaha sehingga dapat memberikan rasa nyaman, aman dan bersih ketika konsumen berkunjung atau melakukan transaksi.

d. Pelayanan

Pelayanan yang diberikan kepada konsumen dengan sikap ramah dan murah senyum agar bisa memberikan kenyamanan konsumen. Selalu memberikan apa yang dibutuhkan konsumen sehingga akan merasa ingin terus membeli produk yang dijual.¹⁹

E. Strategi Pemasaran

Assauri mengemukakan pendapat bahwa strategi pemasaran adalah sebuah cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan dengan cara menawarkan produk kepada orang lain.²⁰ Jika kebutuhan konsumen tidak terpenuhi maka perlu adanya analisis kepuasan konsumen dengan menentukan target pasar sehingga mengetahui cara memasarkan produk yang telah disediakan. Tujuan adanya strategi pemasaran agar bisa memberikan rasa puas bagi konsumen sehingga pemasaran penting dilakukan. Perlu adanya analisa apa yang dibutuhkan konsumen sehingga dapat menambang rasa keinginan untuk membeli produk yang telah ditawarkan kepada konsumen.

¹⁹Diyanti, Yulihar. *Analisis swot sebagai strategi meningkatkan daya saing usaha tahu di desa hajoran kecamatan sungai kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan*. Diss. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018.hlm 35

²⁰Faturrahman, Faturrahman, Syahrani Syahrani, And Junaidi Junaidi. "Pengaruh Promosi Produk Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank (Studi Kasus Pada Bank Btn Kcp Kapuas)." *Jurnal Proceeding: Islamic University Of Kalimantan* (2023):Hlm257

F. Penetapan Harga

Adiwarman Karim mengemukakan pendapatnya bahwa harga ditetapkan berdasarkan kesepakatan antara pembeli dan penjual. Adanya permintaan dan penawaran yang dilakukan dengan syarat saling menyetujui ketetapan yang telah dibuat. Tidak ada yang saling terpaksa dalam memutuskan harga agar tidak ada yang merasa dirugikan.²¹ Harga merupakan sejumlah uang yang diberikan kepada pembeli ke penjual dengan berharap mendapatkan barang yang dibeli. Untuk harga ditetapkan sesuai dengan:

1. Barang atau jasa yang akan dijual
2. Memberikan layanan yang terbaik
3. Memberikan kepuasan kepada konsumen.²²

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa harga adalah hal yang utama dalam melakukan pemasaran. Harga menjadi penentu sah atau tidaknya transaksi jual beli. Penetapan harga menjadi sebuah persoalan dalam perusahaan karena harga bukan sepenuhnya keinginan konsumen, melainkan kesepakatan pihak yang berwenang menetapkan harga yaitu pemerintah. Dalam menetapkan harga harus mengetahui kondisi luar dan dalam produk tersebut agar bisa menilai harga

²¹Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam* (edisi 3), (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm.152

²²Igir, Friani Gloria, Johny RE Tampi, and Henny Taroreh. "Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Grand Max pick up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 6.002 (2018).

yang cocok ditetapkan. Harga menjadi komponen utama dalam memberikan pengaruh bagi keadaan pasar sehingga bisa menambah angka penjualan dan untung yang didapatkan perusahaan.

G. Strategi Sesuai Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam

Terdapat beberapa prinsip syariah dalam pengembangan manajemen adalah sebagai berikut:

1. Prinsip amanah.

Amanah adalah menjalankan sesuai dengan apa yang diciptakan. Kekayaan yang diciptakan Allah SWT adalah sebuah titipan yang harus dijaga dan dimanfaatkan dengan sebaik mungkin. Hal tersebut agar menjaga kesejahteraan di dunia dan akhirat. Allah menciptakan semua kekayaan bertujuan agar manusia dapat mengolah dan mendapatkan hasil untuk menjalani kehidupannya. Semua yang dilakukan di muka bumi ini ada pertanggungjawaban di akhirat nanti. Oleh karena itu, harus berhati-hati dalam melakukan apapun.

2. Prinsip kepemilikan terbatas.

Semua yang ada di bumi ini mempunyai batas keinginan sehingga semua tidak dilakukan secara bebas. Batasan tersebut sesuai apa yang dimiliki manusia sesuai dengan apa yang diinginkan. Islam melarang manusia

mendapatkan rezeki dengan cara yang haram karena akan berdampak pada manusia itu sendiri.

3. Prinsip kerjasama dalam kebaikan.

Harus adanya kerja sama antar sesama manusia agar bisa menyelesaikan persoalan dengan mudah. Harus saling berbuat baik agar apa yang dilakukan di dunia ini bernilai manfaat sehingga dapat dijadikan bekal di akhirat nanti. Pemilik usaha harus bisa menjalin kerja sama dengan pemasok agar bisa menambah dan mengembangkan usahanya sehingga terus berjalan sesuai apa yang diinginkan.

4. Prinsip tanggung jawab sosial.

Apapun yang dilakukan adanya pertanggungjawaban sehingga hal yang berhubungan dengan ketetapan harus dianalisa secara mendalam. Hal tersebut bertujuan agar tidak menyimpulkan yang tidak sesuai dengan kebutuhan. Prinsip tanggungjawab harus dimiliki pemilik usaha agar bisa memberikan kesejahteraan bagi setiap karyawannya dan tidak ada penindasan menimbulkan kekacauan sebuah usaha.

5. Prinsip kepemilikan bersama.

Semua yang diberikan kepada masyarakat harus dimanfaatkan bersama dan berguna bagi semua orang. Apapun yang ditetapkan harus berdasarkan musyawarah bersama sehingga tidak adanya konflik yang dapat

merugikan banyak pihak. Oleh karena itu, semua harus dibicarakan terlebih dahulu sebelum memutuskan.

6. Prinsip distribusi ekonomi.

Pemilik usaha yang telah berhasil dan memperoleh kekayaan melebihi batas (nisab) harus membayar zakat. Semua kekayaan yang dimiliki ada hak orang lain yang harus dikeluarkan kepada orang yang lebih membutuhkan. Oleh karena itu, harta tersebut harus disisihkan atau berupa zakat yang diberikan kepada orang yang membutuhkan.

7. Prinsip keadilan.

Islam menganjurkan bersikap adil kepada siapapun tanpa memandang jabatan. Semua harus berlaku adil dalam mengambil keputusan atau menetapkannya. Semua manusia di bumi ini sama tidak ada yang kaya atau miskin. Harus adil saat mengambil keputusan berdasarkan dampak yang akan terjadi.²³

²³Krishna Adityangga. Membumikan Ekonomi Islam. (Yogyakarta: Pilar Media, 2006), hlm. 21

H. Kerangka Berpikir

Agar penelitian lebih mudah dipahami terdapat penjelasan kerangka berpikir sebagai berikut:

Gambar Kerangka Berpikir 2.1

