

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI MANAJEMEN BISNIS KULINER
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Pada Usaha Kuliner Adee Kak Nah
di Kecamatan Meureudu)**



Disusun Oleh :

**MAULIDA
NIM. 150602084**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022 M/ 1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Maulida
NIM : 150602084
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkannya.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 4 Januari 2022

Yang menyatakan,



Maulida

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Uin Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk Menyelesaikan Program Studi
Ekonomi Syariah
Dengan Judul:

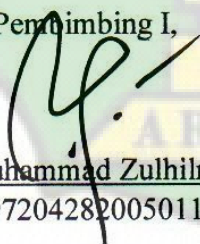
**Analisis Strategi Manajemen Bisnis Kuliner Dalam Perspektif
Ekonomi Islam**
*(Studi Pada Usaha Kuliner Adee Kak Nah
di Kecamatan Meureudu)*

Disusun Oleh:

Maulida
NIM. 150602084

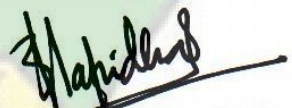
Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi
pada Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-raniry Banda Aceh

Pembimbing I,



Dr. Muhammad Zuhilmi, MA
NIP.197204282005011003

Pembimbing II,



Hafidhah, SE., M.Si., Ak., CA
NIP. 2012108203

Mengetahui
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



Dr. Nilam Sari, M.Ag
NIP. 197103172008012007

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL

Maulida
NIM. 150602084

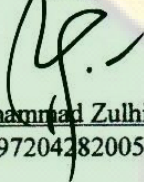
**ANALISIS STRATEGI MANAJEMEN BISNIS KULINER DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Pada Usaha Kuliner Adee Kak Nah
di Kecamatan Meureudu)**

Telah Disidangkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1)
Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry
Dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk
Menyelesaikan Program Studi S1 dalam Bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal: Selasa, 4 Januari 2022 M
2 Jumadil Akhir 1443 H

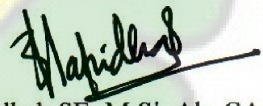
Banda Aceh
Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

Ketua,



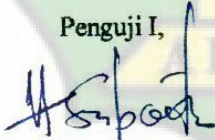
Dr. Muhammad Zulhilmi, MA
NIP. 197204282005011003

Sekretaris,



Hafidhah, SE., M.Si., Ak., CA
NIP. 2012108203

Penguji I,



Dr. Hendra Syahputra, MM
NIP . 197610242009011005


Penguji II,



Junia Farma, M.Ag
NIDN . 2026028803



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bsnis Islam
UIN Ar-Raniry banda Aceh


Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP. 196403141992031003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN**

**Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id Email: library@ar-raniry.ac.id**

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Maulida
NIM : 150602084
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail : Maulidaalmardy4@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

Tugas Akhir KKU Skripsi

yang berjudul:

**ANALISIS STRATEGI MANAJEMEN BISNIS KULINER DALAM PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM (Studi Pada Usaha Kuliner Adee Kak Nah di Kecamatan
Meureudu)**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 4 Januari 2022

Mengetahui

Penulis

Maulida
NIM. 150602084

Pembimbing I

Dr. Muhammad Zuhilmi, MA
NIP.197204282005011003

Pembimbing II

Hafidhan, SE., M.Si., Ak., CA
NIP. 2012108203

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT berkat Rahmat dan Karunia-Nya disertai limpahan nikmat dan pertolongan-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul: “Analisis Strategi Manajemen Bisnis Kuliner Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Usaha Kuliner Adee Kak Nah Di Kecamatan Meureudu)”, yang merupakan salah satu tugas akhir yang wajib ditempuh guna menyelesaikan studi pada Program Strata 1 (S1) Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Shalawat beserta Salam tak lupa pula penulis sanjungkan kepada pangkuan alam kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa kita dari alam Jahiliyah ke alam Islamiyah. Keberhasilan penyusunan Skripsi ini tidak serta merta hanya karena penulis sendiri tetapi dari pertolongan Allah SWT, yang dikirimkan melalui perantara dari berbagai pihak berupa bantuan, bimbingan serta doa. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis sampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry, Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Wakil Dekan I, Dr. Muhammad Zuhilmi. S.Ag., MA selaku Wakil Dekan II dan Dr. Analiansyah, MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

2. Dr. Nilam Sari, M.Ag selaku Ketua Prodi dan Cut Dian Fitri, M.Si., Ak., CA selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah.
3. Muhammad Arifin, Ph.D selaku ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Dr. Muhammad Zulhilmi, S.Ag., M.A. selaku pembimbing I dan Hafidhah, SE.,M.Si.,Ak.,CA. selaku Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk penulis dalam proses bimbingan sehingga Skripsi ini dapat selesai sebagaimana mestinya.
5. Dr. Hendra Syahputra, S.T., M.M. dan Junia Farma., M. Ag selaku dewan penguji sidang yang telah memberikan saran dan masukan untuk menyempurnakan skripsi penulis.
6. Khairul Amri,S.E.,M,Si selaku Penasehat Akademik (PA) selama menempuh pendidikan di Prodi Ekonomi Syariah.
7. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Ekonomi Syariah serta seluruh staff dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
8. Manajer dan Karyawan Usaha Produksi Kue Adee Kak Nah yang telah memberikan informasi terkait penelitian penulis.
9. Teristimewa dengan rasa hormat dan kasih sayang sedalam-dalamnya kepada kedua Orang Tua dan keluarga yang penulis sangat cintai yaitu Ayahanda terhebat Sulaiman dan Ibunda tersayang Mardhiah serta abang Rahmat dan Hidayat serta kakak Rahmi, Idawani dan Asra yang telah

banyak memberikan doa yang berlimpah, dukungan motivasi dan pengorbanannya serta semua jasa yang tak ternilai harganya.

10. Sahabat-sahabatku tercinta yang selalu memberikan semangat kepada penulis, Ajirni, Rizka Maulidya, Riska Amelia, Mickyal Octarina, Septy Ariska, Nurul Fauza.
11. Sahabat seperjuangan Mafazal Muna, Nora Nafisah, Vella Novita, Yusnita, Juraini, Mahyani dan Ovasani, serta teman-teman jurusan ekonomi syariah angkatan 2015 atas segala dukungan dan semangat sehingga dapat menyelesaikan penulisan ini.

Akhirnya atas segala doa, bantuan dan dorongan yang telah diberikan, penulis hanya memohon kepada Allah SWT semoga amal kebaikan saudara sekalian mendapatkan balasan dari Allah SWT. Amin Ya Rabbal 'Alamin

Banda Aceh, 04 Januari 2022
Penulis,

Maulida

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Materi P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987-Nomor:0543b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z̤	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	D			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong

a. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal Rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara hakikat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َـي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌َـو	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

Kaifa : كَيْفَ

Haula : هَوْلَ

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
آي	<i>Fathah dan ya</i>	Ā
يَ	<i>Fathah dan wau</i>	Ī
يِ	<i>Dammah dan wau</i>	Ū

Contoh:

qala: قَالَ

rama: رَمَى

qila: قِيلَ

yaqulu: يَقُولُ

4. Ta Marbutah (ة)

Trasliterasi untuk ta marbutoh ada dua.

- a. Ta *Marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah t.

- b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atas mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta

bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

raudah al-atfal/raudatul atfal : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
al-madinah al-munawwarah/ : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
al-madinatul munawwarah
talhah : طَلْحَةُ

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi. Seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr, bukan Bayrut; dan sebagainya. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Maulida
NIM : 150602084
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam /Ekonomi Syariah
Judul : “Analisis Strategi Manajemen Bisnis Kuliner Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (*Studi Pada Usaha Kuliner Adee Kak Nah di Kecamatan Meureudu*)
Pembimbing I : Dr. Muhammad Zuhilmi, S.Ag., M.A.
Pembimbing II : Hafidhah, S.E., M.Si.,Ak.,CA

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Strategi Manajemen Bisnis Usaha Kuliner dalam Perspektif Ekonomi Islam pada Usaha Adee Kak Nah di Kecamatan Meureudu. Penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian lapangan (*field research*), dengan menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menggunakan pengamatan dan wawancara dalam pengumpulan data di lapangan, sumber data yang dipakai berupa data primer dan data sekunder. Informan dalam penelitian ini berjumlah 8 orang yaitu 1 orang pemilik dan 7 orang karyawan Usaha Kue Adee Kak Nah. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa Strategi manajemen bisnis Usaha Adee Kah Nah meliputi 4 komponen, yaitu *planning, organizing, actuating dan controlling*. *Planning* yang dilakukan dengan memproduksi adee sesuai dengan pesanan supaya tidak berlebihan sehingga kualitas kue Adee tetap terjaga dan selalu baru. Kedua, *Organizing* disini berupa Karyawan yang telah diterima akan diberi bimbingan terlebih dahulu sebelum bekerja, seperti dibimbing cara membuat adee yang enak dan terjaga kualitasnya. Ketiga, *Actuating* disini yaitu membimbing setiap karyawan dalam melakukan setiap tugasnya, mulai dari bekerja tepat waktu. Keempat, *Controlling* berupa mengawasi langsung karyawannya dan menegur langsung apabila terjadi kesalahan yang dilakukan oleh karyawan. Strategi manajemen bisnis sesuai dengan prinsip ekonomi Islam dengan 3 pilar berupa tauhid, syariah dan akhlak.

Kata Kunci : *Strategi Manajemen, Bisnis Kuliner, Ekonomi Islam.*

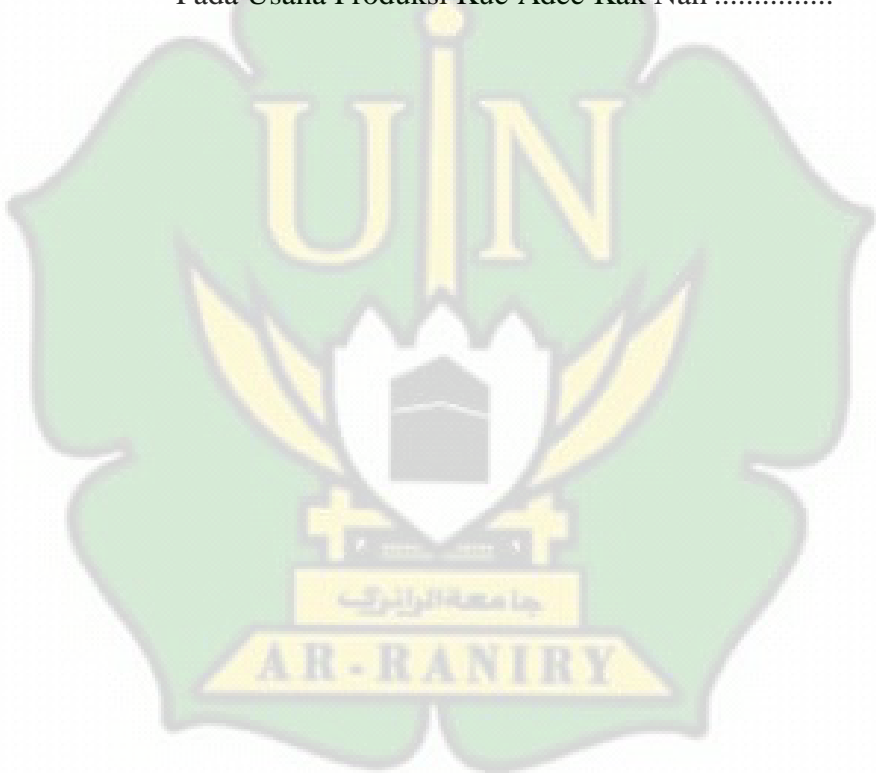
DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL.....	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI....	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITE ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	x
ABSTRAK.....	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	12
1.5 Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
2.1 Konsep Strategi.....	15
2.1.1 Pengertian Strategi... ..	16
2.1.2 Fungsi Strategi.....	16
2.1.3 Jenis-jenis Strategi.....	17
2.2 Manajemen Bisnis	21
2.2.1 Pengertian Manajemen Bisnis.	21
2.2.2 Fungsi Manajemen Bisnis.	24
2.3 Manajemen Bisnis dalam Perspektif Ekonomi islam	33
2.3.1 Pengertian Manajemen Bisnis Dalam Perspektif Islam	33
2.3.2 Prinsip-Prinsip Manajemen Bisnis dalam Ekonomi Islam.....	40
2.4 Penelitian Terkait.	42
2.5 Kerangka Pemikiran	48

BAB III	METODE PENELITIAN.....	49
	3.1 Jenis penelitian	49
	3.2 Lokasi Penelitian	49
	3.3 Informan Penelitian	50
	3.4 Sumber Data	51
	3.5 Teknik Pengumpulan Data	51
	3.6 Operasional Variabel.....	53
	3.7 Metode Analisis Data	54
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
	4.1 Gambaran Umum Usaha Kue Adee Kak Nah	57
	4.1.1 Sejarah Usaha Kue Adee Kak Nah	57
	4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	60
	4.1.3 Karyawan usaha produksi kue adee kak nah.....	62
	4.1.4 visi dan Misi	63
	4.2 Pembahasan Penelitian.....	63
	4.2.1 Strategi Manajemen Bisnis Usaha Kuliner Adee Kak Nah di kecamatan Meureudu.....	63
	4.2.2 Strategi manajemen bisnis pada usaha kuliner Adee Kak Nah di kecamatan Meureudu dalam perspektif Ekonomi Islam.....	70
BAB V	PENUTUP	81
	5.1 Kesimpulan	81
	5.2 Saran	82
	DAFTAR PUSTAKA	83
	LAMPIRAN	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Keuntungan Penghasilan Usaha Kue Adee Kak Nah	10
Tabel 2.1 Penelitian Terkait	46
Tabel 3.1 Operasional Variabel	53
Tabel 4.1 Jumlah Karyawan Dan Jenis Kegiatan Karyawan Pada Usaha Produksi Kue Adee Kak Nah	62



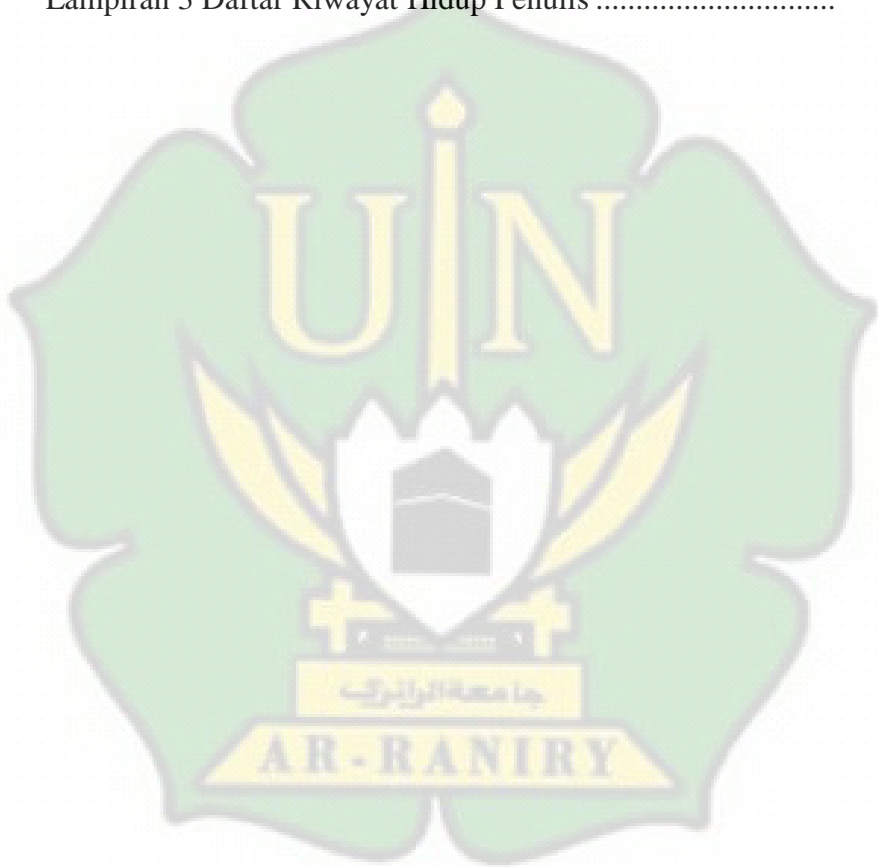
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran.....	48
Gambar 4.1 Struktus Organisasi Perusahaan.....	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara	89
Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian	91
Lampiran 3 Daftar Riwayat Hidup Penulis	93



BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Persaingan usaha semakin hari semakin ketat, Dalam menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin ketat, kondisi tersebut menuntut suatu perusahaan untuk selalu mengelola strategi dengan baik agar dapat bertahan dan terus berkembang di tengah gencarnya persaingan usaha. Persaingan merupakan inti dari keberhasilan atau kegagalan dari suatu perusahaan. Keberhasilan atau kegagalan perusahaan tergantung dari kemampuan mereka menerjemahkan dan menginterpretasikan strategi bersaing yang telah direncanakan sebagai tindakan dari perusahaan dalam menghadapi ketatnya persaingan didunia bisnis. Strategi bersaing itu sendiri merupakan pencarian posisi bersaing yang menguntungkan di dalam suatu industri, arena fundamental tempat persaingan itu terjadi (Veithzal Rivai, 2004).

Merintis usaha merupakan pekerjaan yang mudah dan dapat dilakukan oleh siapapun, kuncinya adalah konsisten dan mempunyai keinginan yang kuat untuk menjadikan usahanya berkembang dan semakin besar, karena kemauan yang kuat untuk menjadi wirausaha saja tidak cukup, akan tetapi butuh kemampuan, keberanian, dan strategi yang tepat untuk menjadi wirausaha yang sukses. Banyak orang yang berkeinginan untuk melakukan bisnis, baik mahasiswa, ibu rumah tangga hingga karyawan dan modal sering menjadi alasan utama batalnya niat untuk memulai usaha. Padahal dalam merintis sebuah usaha tidak sepenuhnya bergantung

pada aspek permodalan karena pada kenyataannya banyak orang memiliki modal namun bingung untuk menentukan investasi yang akan dijalani dalam dunia kewirausahaan (Irham Fahmi, 2013:1).

Menurut *The American Heritage dictionary*, wirausahaan didefinisikan dengan seseorang yang mengorganisasikan, mengopreasikan dan memperhitungkan resiko untuk sebuah usaha yang mendatangkan laba (Mulyadi, 2009:26). Dalam pengetahuan ini terdapat kata ‘mengorganisasikan’ seorang pelaku usaha dalam skala kecil sekalipun menjalankan kegiatannya akan selalu menggunakan berbagai sumber daya manusia, finansial, peralatan fisik, informasi dan waktu. Dengan demikian seorang pelaku usaha telah melakukan pengorganisasian terhadap sumber daya yang dimilikinya dalam ruang dimensi yang terbatas dan berusaha mengoperasikan sebagai kegiatan bisnis guna mencapai laba (Mulyadi, 2009:27).

Dalam melakukan bisnis usaha seseorang mempunyai tujuan untuk memperoleh laba, namun tujuannya tidak semata-mata karena laba. Islam mewajibkan setiap muslim khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan (Ismail dan Karebet, 2002:17)

Pada dasarnya Bisnis merupakan pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Disamping itu, bisnis merupakan suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi, distribusi atau penjualan barang dan jasa-jasa yang menjadi kebutuhan konsumen. Barang adalah

suatu produk yang secara fisik memiliki wujud sementara jasa merupakan aktivitas-aktivitas yang memberi manfaat kepada konsumen atau pelaku bisnis lainnya (Veithzal Rival & Amiur Nurudin, 2012). Bisnis merupakan segala aktivitas dari berbagai institusi yang menghasilkan barang dan jasa yang diperlukan untuk kehidupan masyarakat sehari-hari (Manullang, 2013:2). Bisnis yang diperbolehkan oleh Islam adalah bisnis yang menghasilkan pendapatan yang halal dan berkah (Hasan, 2009:196). Semakin maju perkembangan jaman dan perubahan pola hidup manusia menyebabkan kebutuhan manusia juga berubah, terutama dalam kebutuhan primer yang salah satunya adalah makanan dan minuman.

Seiring berjalannya bisnis yang semakin pesat, banyak produk yang telah diproduksi untuk bersaing antara satu produsen dengan produsen lainnya. Dengan demikian, para pembisnis dituntut kreatif dalam menciptakan produk atau jasanya. Para pelaku berlomba-lomba melakukan berbagai cara ataupun strategi untuk mempertahankan usaha dan bersaing dengan usaha yang lain. Oleh karena itu, diperlukan strategi terencana agar dapat menghadapi pesaing dengan baik. Kondisi persaingan bisnis tentunya mendorong adanya persaingan bisnis yang semakin ketat, sehingga membuat suatu bisnis tetap bertahan. Siapapun yang mampu bersaing, dialah yang akan memenangkan persaingan itu, namun kategori didalam bisnis Islam, selain bersaing dalam dunia bisnis secara umum, para pembisnis Muslim juga harus lebih

cermat dalam mengkaji aspek-aspek syari'at dalam kegiatan bisnis mereka (Faizah, 2015).

Agama adalah faktor paling berpengaruh secara signifikan terhadap sikap, nilai dan perilaku masyarakat. Spilka dkk. dan Mohiuddin menegaskan bahwa agama memainkan peran yang tidak terpisahkan dalam berbagai bentuk interaksi manusia. Sebagai agama yang komprehensif, Islam mengatur semua aspek kehidupan sebagai sistem terpadu yang secara jelas menekankan pentingnya nilai dan praktiknya untuk mendapatkan ridha dan rahmat Allah SWT. Sementara, di bidang bisnis, kombinasi antara keuntungan dan maksimisasi mashlahah akan membawa bisnis mencapai kesuksesan yang nyata (Mohiuddin, 2012)

Islam merupakan agama yang mengatur berbagai perilaku kehidupan manusia. Tidak hanya mengatur urusan dalam hal peribadahan saja, namun Islam juga mengatur dalam hal urusan sosial dan ekonomi. Islam juga menghalalkan berbagai usaha seperti halnya perdagangan, perniagaan, atau jual beli yang didalamnya termasuk bisnis (Johan, 2009:81). Islam juga memiliki pedoman dalam mengarahkan umatnya dalam menjalankan bisnis tersebut, yaitu Al-Qur'an dan sunnah Nabi. Sebagai sumber ajaran Islam, setidaknya dapat menawarkan prinsip-prinsip umum mengenai penerapan didalam bisnis yang sesuai dengan perkembangan zaman (Muhammad, 2004:7).

Ilmu pengetahuan yang sedang berkembang pada zaman ini sejatinya telah tergambarkan dalam Al-Qur'an yang. Namun sangat disayangkan sekali bahwa faktanya pembuktian tentang ilmu

manajemen yang pastinya juga sudah digambarkan dalam Al-Qur'an ini jarang ditemukan. Hal ini mungkin didasari oleh kurangnya pengetahuan yang dimiliki, atau mungkin sudah tidak adanya ketertarikan dalam membuktikan hal tersebut. Padahal seharusnya disadari bahwa perbedaan yang sangat mendasar dari pelajar yang berbasis islam dengan yang umum itu terletak dari pengetahuannya yang benar-benar didasari oleh islam, terlebih lagi tentang studi yang sedang ia tekuni. Pembahasan tentang teori manajemen yang dijelaskan berdasarkan Al-Qur'an memang memang telah dijelaskan oleh beberapa cendekiawan dalam karyanya namun rata-rata pembahasan tersebut masih cenderung bersifat umum yang lebih mengarah pada manajemen secara keseluruhan saja, masih belum mengarah pada detil teori yang ada dalam manajemen itu sendiri. Ramayulis menyatakan bahwa pengertian yang sama dengan hakikat manajemen adalah al-tadbir (pengaturan). Kata ini merupakan derivasi dari kata dabbara (mengatur) yang banyak terdapat dalam Al-Qur'an (Saefullah, 2012).

Ajaran dan praktik Nabi Muhammad SAW dan para sahabatnya menjadi teladan dalam pengelolaan diri, organisasi dan bahkan negara. Manajemen Islam yang dipraktikkan oleh peradaban Muslim dulu sangat sukses sehingga kaum Muslim mampu menaklukkan setengah dunia (Rafiki & Wahab, 2014). Namun, proses menggali pelajaran dan prinsip memerlukan studi mendalam tentang sejarah dan keaslian dari pihak orang yang melakukan pekerjaan itu. Saat ini, kajian mengenai manajemen

syariah dapat dianggap masih kurang dibandingkan dengan literatur manajemen barat. Apalagi, berbeda dengan ekonomi Islam dan Perbankan Syariah dan Keuangan (IBF), diskusi dan publikasi Manajemen dari perspektif Islam masih jarang dilakukan (Byrnes, 2009).

Apapun bentuk, nama, dan ukuran (besar dan kecilnya) organisasi itu, sudah dapat dipastikan ia memerlukan manajemen, karena manajemen merupakan pengetahuan terapan yang dapat dipergunakan oleh siapa saja, dan dalam bidang apa saja untuk memanej pekerjaan yang meliputi aktivitas merencanakan, mengorganisasikan, menggerakkan, dan mengendalikan aktivitas organisasi. Akan tertib (berjalan baik) apabila manajemennya dilaksanakan dengan baik dan benar. Sebaliknya apabila suatu organisasi manajemennya tidak dilaksanakan dengan baik dan benar, maka dapat dipastikan organisasi itu tidak akan berjalan seperti yang diharapkan (Didin dan Hendry, 2003:4).

Manajemen merupakan suatu ilmu pengetahuan yang mempunyai peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Karena dalam manajemen ini akan ada pembahasan tentang bagaimana bentuk sistem kepemimpinan yang berlaku dalam suatu instansi, tujuan apa yang ingin dicapai oleh instansi tersebut serta bagaimana bentuk usaha atau cara yang akan dilalui demi tercapainya tujuan itu. Sangat mustahil rasanya suatu instansi akan berjalan tanpa adanya manajemen di dalamnya. Sistem manajemen itu sendiri meliputi integrasi dan penyalarsan proses, kemampuan memfokuskan usaha pada proses penting, serta memberikan

semacam kepercayaan terhadap beberapa pihak yang memiliki ketertarikan untuk efektivitas, konsistensi, dan efisiensi organisasi. Semuanya itu akan berdampak positif pada beberapa hal. Pertama terstrukturunya pendekatan guna menyalurkan dan mengintegrasikan proses. Kedua, meminimalisir hambatan lintas fungsional dengan memberikan pemahaman yang lebih baik terkait dengan peran dan tanggung jawab yang diperlukan dalam upaya mencapai tujuan yang sama. Ketiga, memahami adanya saling ketergantungan antar proses sistem. Keempat, upaya Menyusun suatu sistem dalam rangka menjembatani tujuan organisasi dengan cara yang paling efektif dan efisien. Kelima, menentukan dan menghadirkan target yang jelas dalam pengoperasian kegiatan khusus pada suatu sistem. Keenam, terus menerus melakukan evaluasi guna memperbaiki sistem melalui pengukuran. Ketujuh, memahami kemampuan organisasi dalam mengatasi kendala sumber daya (Zian Farodis, 2013).

Kebutuhan suatu lembaga pada manajemen ini merupakan suatu keniscayaan, tidak ada alasan bagi lembaga untuk tidak menggunakan manajemen di dalamnya. Ilmu manajemen apabila dipelajari secara komprehensif dan diterapkan akan memberikan arah yang jelas, langkah yang teratur dan keberhasilan, dan kegagalan akan dapat mudah dievaluasi dengan benar, akurat dan lengkap sehingga dapat dijadikan bahan pembelajaran bagi tindakan selanjutnya (Tim UPI, 2012).

Dalam kehidupan yang semakin lama semakin ketat, kita dituntut untuk dapat mengatur segala sesuatu dengan sistematis.

Dalam menjalankan proses kerja seseorang harus mempunyai pengetahuan tentang manajemen dari pekerjaannya tersebut. Manajemen merupakan seperangkat alat yang digunakan dalam mencapai sebuah tujuan. Oleh karena itu, manajemen harus mampu membuat semua bagian dari suatu organisasi yang luas menjadi satu, terpadu untuk mencapai tujuan akhir. Manajemen adalah proses yang berkesinambungan dan proses pertimbangan serentetan tidakkan, bagian-bagian dari proses itu saling berkaitan satu sama lain (Abdul Rivai dan Darsono, 2015).

Manajemen dapat didefinisikan sebagai suatu proses dalam rangka mencapai tujuan dengan bekerja Bersama melalui orang-orang dan sumber daya organisasi lainnya. G.R. Terry merumuskan manajemen sebagai suatu proses tertentu yang terdiri dari kegiatan-kegiatan untuk merencanakan (*planning*), mengorganisasikan (*organizing*), melaksanakan (*actuating*) dan mengendalikan (*controlling*) manusia atau sumber daya lainnya yang kesemuanya itu dilakukan untuk menentukan dan mencapai tujuan-tujuan organisasi, (Hakim, 2014:2).

Salah satu usaha yang bisa ditekuni adalah bisnis makanan (kuliner), yang merupakan salah satu usaha yang berkembang pesat dan memiliki potensi berkembang yang cukup besar, karena bisnis usaha kuliner di Indonesia semakin hari semakin diminati dengan melihat semakin banyaknya masyarakat yang gemar memburu beberapa aneka menu makanan baik makanan tradisional, nasional, maupun internasional. Hal tersebut dibuktikan dengan semakin banyaknya usaha kuliner yang berdiri dari waktu ke waktu dan

tentunya dengan penawaran menu andalan masing-masing. Sudah banyak pelaku usaha yang meraup untung dari usaha kuliner ini. Namun tidak sedikit pula pelaku usaha kuliner yang bangkrut, karena strategi manajemen yang digunakan kurang tepat.

Dengan banyaknya peminat kuliner di Aceh, akan memberikan peluang-peluang bagi pengusaha bisnis kuliner di Aceh. Salah satu bisnis kuliner di Aceh adalah usaha Kue Adee di Kecamatan Meureudu. Usaha makanan yang digemari saat ini yang merupakan kue khas Aceh yang begitu legit dan disukai banyak kalangan, kue ini berasal dari Meureude, Pidie Jaya. Apabila berkunjung ke Meureudu, akan menjumpai banyak toko dan kios yang menjajakan kue khas ini, di sepanjang jalan utama yang menghubungkan kota Banda Aceh-Medan, dari sekian banyak home industry disini hanya Kue Adee yang paling terkenal, karena kue sejenis bingkang ini menjadi oleh-oleh favorit bagi pengguna jalan yang melintasi kawasan Meureudu.

Kue tradisional sejenis bingkang manis ini, hanya bisa ditemui di Aceh, khususnya di kawasan kabupaten Pidie Jaya. Sebelumnya, Adee memang hanya bisa ditemui di Kabupaten Pidie dan Kabupaten Pidie Jaya. Bahkan sebelum tahun 2004, kue Adee ini hanya bisa ditemui di pasar pada bulan Ramadhan saja, atau bisa dicicipi ditempat-tempat pesta perkawinan. Tapi, sejak tahun 2005 lalu, kue Adee sudah bisa ditemui di daerah-daerah lain, termasuk di Kota Banda Aceh.

Rosnah (46), seorang pengusaha pemilik kue Adee ternama yaitu Adee Kak Nah di Kota Meureudu, Pidie Jaya, mengaku bisnis

kue Adee mulai berkembang saat banyaknya organisasi non pemerintah (NGO) membantu perkembangan bisnis rumahan bagi masyarakat korban bencana gempa dan tsunami Aceh.

Tabel 1.1
Keuntungan Penghasilan Usaha Kue Adee Kak Nah

NO	TAHUN	KEUNTUNGAN
1	2016	Rp144.673.000
2	2017	Rp146.448.000
3	2018	Rp149.572.000
4	2019	Rp155.307.000
5	2020	Rp100.834.000

(Sumber : Usaha Adee Kak Nah)

Berdasarkan table 1.1 mengindikasikan bahwa keuntungan usaha adee kak nah di Kecamatan meureudu dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, akan tetapi pada tahun 2020 terdapat penurunan penghasilan di sebabkan oleh adanya pandemi covid-19, yang mengakibatkan daya beli masyarakat berkurang. Manajemen sangat diperlukan untuk mengatur usaha agar jika terjadi suatu kendala atau hambatan bisa langsung diatasi dan dengan mempelajari manajemen resiko tidak terduga juga bisa diminimalisir. Usaha kue Adee Kak Nah menggunakan marketing yang sangat bagus sehingga bisa bertahan lama dan terus berkembang pesat dan konsumen paling banyak meminati kue

Adee Kak Nah tersebut dibandingkan kue adee lainnya dan usaha kue Adee Kak Nah adalah usaha kue adee yang paling populer saat ini

Di Ibu Kota Provinsi Aceh, Banda Aceh sendiri, Adee kini begitu mudah ditemui, bahkan kue dengan tekstur lembut, gurih, legit, manis, dan beraroma bawang goreng ini sering menjadi panganan sandingan minum kopi di banyak warung kopi di Banda Aceh. Kue Adee saat ini sangat terkenal di Aceh atau di luar Aceh, dan kue ini sekarang sangat diminati oleh semua kalangan masyarakat karena bisa dijadikan oleh-oleh dan bisa juga dijadikan cemilan

Penelitian ini merupakan eksistensi dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Jonathan Gunawan (2011) tentang Analisis Manajemen dan Strategi Bisnis Pada UD. Cahaya Abadi Indah Surabaya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah unit analisis dan periode penelitian. Unit analisis dalam penelitian ini adalah dimana penelitian ini dilakukan di pada Usaha Kuliner kue Adee kak Nah di Kecamatan Meureudu dan dilakukan pada tahun 2021 dengan menggunakan metode Kualitatif. Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya dan temuan awal peneliti tersebut, maka penulis tertarik ingin mengkaji secara mendalam penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Manajemen Bisnis Kuliner dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Usaha Kuliner Kue Adee Kak Nah di Kecamatan Meureudu)”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang penelitian yang telah di uraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi Manajemen bisnis usaha kuliner Adee Kak Nah di kecamatan Meureudu.
2. Bagaimana Strategi manajemen bisnis pada usaha kuliner Adee Kak Nah di kecamatan Meureudu dalam perspektif Ekonomi Islam.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui :

1. Strategi manajemen bisnis usaha kuliner Adee Kak Nah di kecamatan Meureudu
2. Strategi manajemen bisnis pada usaha kuliner Adee Kak Nah di kecamatan Meureudu dalam perspektif Ekonomi Islam

Manfaat Hasil Penelitian

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini akan bermanfaat bagi sebagian pihak, antara lain:

Manfaat Praktis (Operasional)

Berikut adalah manfaat Praktis dari penelitian ini :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau masukan bagi usaha kue adee kak nah di kecamatan meuredu kabupaten pidie jaya untuk mengambil kebijakan atau keputusan dalam melakukan strategi

manajemen bisnis agar terciptanya kepuasan konsumen yang berdampak positif pada usaha.

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan serta dapat membantu pemilik usaha adek kak nah dalam mengambil keputusan.

Manfaat Teoritis (Akademis)

Berikut adalah manfaat Teoritis dari penelitian ini :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan bagi akademis mengenai strategi manajemen bisnis kuliner dalam perspektif ekonomi islam, serta menjadi sumber perbandingan antara teori yang telah dipelajari dengan praktik yang terjadi.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai tambahan referensi atau acuan serta masukan bagi peneliti selanjutnya tentang strategi manajemen bisnis usaha kuliner dalam perspektif ekonomi islam.

Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai isi dari skripsi dengan susunan sistematika pada proposal ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab I merupakan bab pendahuluan yang menjelaskan tentang latar belakang masalah yang akan diteliti, rumusan masalah yang menguraikan pertanyaan penelitian, tujuan

penelitian, manfaat dan kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KERANGKA TEORI

Bab II merupakan bagian yang memuat teori tentang pengertian strategi, manajemen bisnis, fungsi manajemen bisnis, manajemen bisnis dalam perspektif ekonomi islam, penelitian terkait serta kerangka teori yang berisi konsep-konsep yang terkait dan terpenting untuk dikaji sebagai landasan dalam menulis bab dan mengambil kesimpulan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III menguraikan tentang metode penelitian yang digunakan. Pada bab ini terdapat jenis penelitian, lokasi penelitian, informan penelitian, sumber data, Teknik pengumpulan data operasional variabel dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan, yang menjelaskan terhadap jawaban dari rumusan masalah yang telah diajukan pada bab satu.

BAB V PENUTUP

Bab V merupakan bagian terakhir dari penelitian ini. Pada bab ini penulis memberikan kesimpulan dan saran tentang penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Strategi

2.1.1 Pengertian Strategi

Kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani, yaitu “*strategos*” (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin), yang berarti “*generalship*” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang (Sedarmayanti,2014:2). Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran secara khusus (DPN,2006:1092).

Strategi merupakan aspek penting bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan dan mencapai tujuan perusahaan. Strategi yang tepat dan efektif merupakan kunci perusahaan untuk tetap bertahan dalam industri dan memungkinkan untuk memenangkan persaingan dengan para kompetitornya. David (2013:41) berpendapat bahwa Strategi adalah sarana untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, manajemen produk, penetrasi pasar, pengendalian, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan.

Pearce Robinson (2008: 6) berpendapat bahwa Strategi adalah rencana jangka panjang perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis agar dapat mencapai tujuan perusahaan/

organisasi. “Strategi adalah formula/ kiat/ cara/ siasat untuk mencapai tujuan.” (Budiyanto, 2013: 22)

Menurut Rangkuti (2015:5) Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut :

1. *Distinctive Competence*: tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Suatu perusahaan yang memiliki kekuatan yang tidak mudah ditiru oleh perusahaan pesaing dipandang sebagai perusahaan yang memiliki *Distinctive Competence*.
2. *Competitive Advantage*: kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dilakukan perusahaan untuk merebut peluang pasar.

2.1.2 Fungsi Strategi

Assauri (2013:7-8) menjelaskan bahwa fungsi strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Untuk itu, terdapat beberapa fungsi yang harus dilakukan, yaitu :

1. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain.

2. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
3. Memanfaatkan keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
4. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang.
5. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atas aktivitas organisasi kedepan.
6. Menanggapi dan beraksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu.

2.1.3 Jenis-jenis Strategi

Racmat (2014) menyebutkan bahwa strategi dapat dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu :

1. Strategi Integrasi Vertikal (*Vertical Integration Strategy*) Adalah kombinasi dari proses produksi, penjualan, atau proses ekonomi lainnya yang secara teknologi berbeda dalam batas-batas satu perusahaan tunggal. Strategi Integrasi Vertikal dibedakan menjadi :
 1. Strategi Integrasi ke Depan (*Forward Integration Strategy*) Strategi integrasi ke depan berkaitan dengan usaha untuk memperoleh kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas distributor
 2. Strategi Integrasi ke Belakang (*Backward Integration Strategy*) Strategi integrasi ke belakang merupakan suatu

strategi perusahaan agar pengawasan terhadap bahan baku dapat ditingkatkan, apabila para pemasok sudah dinilai tidak menguntungkan perusahaan, seperti keterlambatan dalam pengadaan bahan, kualitas bahan yang menurun, biaya yang meningkat sehingga tidak lagi dapat diandalkan (Umar, 2010:30).

3. Strategi Integrasi Horizontal (*Horizontal Integration Strategy*) Strategi ini bermaksud agar perusahaan meningkatkan pengawasan terhadap para pesaing perusahaan walaupun harus memilikinya. Jadi, tujuan strategi ini adalah untuk mendapatkan kepemilikan atau meningkatkan pengendalian para pesaing (Umar, 2010:31).
2. Strategi Intensif (*Intensive Strategy*) Strategi ini dapat digunakan pada saat menentukan strategi atas produk baru atau penawaran produk baru di pasar yang ada maupun pasar yang baru (Rachmat, 2014:144). Strategi ini dibedakan menjadi 3 yaitu :
 - a. Strategi Penetrasi Pasar (*Market Penetration Strategy*) Penetrasi pasar adalah strategi yang mengusahakan peningkatan pangsa pasar untuk produk atau jasa yang ada di pasar saat ini melalui upaya pemasaran yang lebih besar (Rachmat, 2014:145).
 - b. Strategi Manajemen Pasar (*Market Development Strategy*) Strategi ini bertujuan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang ada sekarang ke daerah-daerah

yang secara geografis merupakan daerah baru (Umar,2010:32).

- c. Strategi Manajemen Produk (*Product Development Strategy*) Manajemen produk adalah strategi yang mengupayakan peningkatan penjualan dengan cara memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa yang ada saat ini (Rachmat,2014:145). Strategi manajemen produk biasanya mencakup tiga jenis kegiatan, yaitu mengembangkan dan meluncurkan produk baru, mengembangkan variasi mutu produk lama, dan mengembangkan model dan bentuk-bentuk tambahan terhadap produk lama tersebut (Siagian, 2004:147). Inovasi-inovasi baru sangat diperlukan untuk memuaskan konsumen mengingat kepuasan konsumen cenderung akan sering berubah seiring dengan berubahnya kemampuan ekonomi dan pola hidup masyarakat (Johan, 2011:23).
3. Strategi Diversifikasi (*Diversification Strategy*) Strategi ini menuntut perusahaan untuk tumbuh dengan cara menambahkan produk atau divisi yang berbeda dengan produk atau divisi yang sudah ada (Umar, 2010:25). Hal ini biasanya dilakukan saat perusahaan berada pada industri yang telah terkonsolidasi dan pertumbuhannya menjadi terbatas. Dengan diversifikasi, perusahaan berpeluang tumbuh besar lagi (Amir, 2011:135). Strategi diversifikasi dibagi menjadi dua, yaitu :

- a. Strategi Diversifikasi Terkait/ Konsentrik (*Concentric Diversification Strategy*) Strategi ini dapat dilakukan dengan cara menambah produk atau jasa baru, tetapi masih saling berhubungan. Strategi ini dapat dilaksanakan apabila perusahaan memiliki posisi bersaing yang kuat, tetapi daya tarik industrinya rendah (Umar, 2010:25).
 - b. Strategi Diversifikasi Tidak Terkait/ Konglomerat (*Conglomerat Diversification Strategy*) Strategi ini dapat dilakukan dengan cara menambah produk atau jasa baru yang tidak saling berhubungan (Umar, 2010:34).
4. Strategi Defensif (*Defensive Strategy*) Disamping strategi *integrative*, *intensive*, dan *diversification*, perusahaan dapat juga melakukan strategi bertahan (*defensive strategy*) (Umar, 2010:34), yang terdiri atas :
- a. Strategi Penciutan (*Retrenchmen Strategy*) Strategi ini merupakan strategi untuk melakukan perubahan besar dalam perusahaan untuk memperbaiki kinerja yang sedang menurun, terutama pada kritis uang atau laba.
 - b. Strategi Divestasi (*Divestiture Strategy*) Divestasi merupakan strategi menjual perusahaan atau komponen utama dari perusahaan.
 - c. Strategi Likuidasi (*Liquidation Strategy*) Likuidasi adalah menjual seluruh aset perusahaan secara terpisah-pisah untuk kekayaan berwujudnya (Rachmat,2014:146).

2.2 Manajemen Bisnis

2.2.1 Pengertian Manajemen Bisnis

Secara konseptual teoritis kata manajemen berasal dari bahasa Inggris yang terdiri atas dua kata “*man*” dan “*age*”, yang biasa dimaknai sebagai usia di mana seseorang menjadi laki-laki. Secara historis, laki-laki memang memegang tanggung jawab utama untuk mengelola bisnis keluarga serta seluruh kewajiban keluarga selain bisnis. Manajemen juga bisa diartikan sebagai seni karena menjadi pemanfaat dan organisator dari bakat manusia (*the art getting things done through people*). Manajemen selain disebut sebagai seni, juga bisa disebut sebagai ilmu karena merupakan pengetahuan yang terorganisasi dalam mempraktikkan manajemen (Amin dan Tim FEBS FEUI, 2010: 46).

Manajemen juga sering diartikan dari kata *to manage* yang secara umum berarti mengurus. Menurut Stonner, manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan mengawasi usaha-usaha dari anggota organisasi dan dari sumber-sumber organisasi lainnya untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan (Rivai, Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda Arfa, 2012: 192).

Ricky W. Griffin mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan pengorganisasian, pengkoordinasian dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran (*goals*) secara efektif dan efisien. Efektif berarti tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sedangkan efisien berarti tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisasi sesuai dengan jadwal.

(Undang Ahmad Kamaludin dan Muhammad Alfian, 2010: 27). Menurut James A.F. Stoner yang dikutip oleh Subandi manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian upaya anggota organisasi dan menggunakan semua sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. (Agus Sabandi, 2009) Manajemen diartikan sebagai perencanaan, pengorganisasian, melaksanakan dan mengendalikan upaya organisasi dengan segala aspeknya agar tujuan organisasi tercapai secara efektif dan efisien. (Nanang Fatah, 2008)

menurut Robbins dan Coulter (2009: 8), Manajemen adalah proses mengkoordinasikan aktivitas-aktivitas kerja sehingga dapat diselesaikan secara efisien dan efektif dengan dan melalui orang lain. Sedangkan menurut Nickels, James M. McHug, dan Susan M. McHug (2009: 233), Manajemen (*management*) adalah proses yang digunakan untuk mencapai tujuan organisasi melalui perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian orang dan sumber-sumber daya operasional lainnya. Menurut Solihin (2009: 4), manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian dari berbagai sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Jadi, Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian serangkaian aktivitas untuk mencapai tujuan perusahaan.

Tidak hanya perusahaan besar saja yang mempunyai strategis manajemen, tetapi perusahaan kecilpun sebaiknya dikelola dengan menggunakan manajemen strategis. Manajemen strategis

merupakan sekumpulan keputusan dan tindakan yang dirancang untuk mencapai sasaran perusahaan. Menurut Fuad Riyadi (2015) ada beberapa langkah yang perlu dilakukan dalam merumuskan strategi manajemen, yaitu:

1. Mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh pelaku bisnis dimasa depan
2. Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh pembisnis dalam menjalankan misinya
3. Merumuskan faktor-faktor ukuran keberhasilan (keysuccess facttors) dari strategi strategi yang dirancang berdasarkan analisi sebelumnya.
4. Menentukan tujuan dan target, terukur, serta mengevaluasi berbagai alternatif strategi dengan mempertimbangkan sumberdaya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi.
5. Memilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

Menurut Heri Sudarsono (2002: 6-7) manajemen dibutuhkan oleh semua organisasi, karena tanpa manajemen semua usaha akan sia-sia dan mencapai tujuan akan lebih sulit. Ada tiga alasan utama perlunya adanya manajemen:

1. Untuk mencapai tujuan. Manajemen dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi dan pribadi,

2. Untuk menjaga keseimbangan diantara tujuan-tujuan yang saling bertentangan. Manajemen dibutuhkan untuk menjaga keseimbangan antara tujuan-tujuan, saran-saran dan kegiatan-kegiatan yang saling bertentangan dari pihak-pihak yang berkepentingan dalam organisasi, seperti karyawan, manajemen, pelanggan.
3. Untuk mencapai efisiensi dan efektivitas. Suatu kerja organisasi dapat diukur dengan banyak cara yang berbeda. Salah satu cara yang umum adalah efisiensi dan efektivitas.

2.2.2 Fungsi Manajemen Bisnis

Berbicara masalah manajemen tentunya tidak bisa lepas dengan empat Komponen yang ada yaitu (POAC) *Planning* (perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *Actuating* (pelaksanaan) dan *Controlling* (pengawasan). George R Terry dalam buku *Principles of Management* (Prastuti, 2014), Fungsi Manajemen adalah elemen-elemen dasar yang akan selalu ada dan melekat di dalam proses manajemen yang akan dijadikan acuan oleh manajer dalam melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan. fungsi Manajemen mencakup empat fungsi utama, yaitu:

1. *Planning* (perencanaam)

Perencanaan adalah fungsi dasar (fundamental) manajemen karena organisasi, kepegawaian, kepemimpinan, dan pengawasan pun harus terlebih dahulu direncanakan. Hasil perencanaan baru akan diketahui pada masa depan. Agar resiko yang ditanggung itu relatif kecil, hendaknya semua kegiatan, tindakan, dan kebijakan

direncanakan terlebih dahulu. Perencanaan ini adalah masalah memilih, artinya memilih tujuan, dan cara terbaik untuk mencapai tujuan tersebut dari beberapa alternatif yang ada. Tanpa alternatif, perencanaan pun tidak ada. Perencanaan merupakan kumpulan dari beberapa keputusannya (Melayu Hasibuan, 2008).

Setiap organisasi memiliki sasaran yang akan dicapai, baik yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang. Oleh karena itu fungsi perencanaan dilakukan pada awal kegiatan yang akan dilakukan organisasi. Fungsi perencanaan berkaitan dengan permasalahan sejauh mana tujuan dapat dicapai, baik dilihat dari aspek ekonomi, sosial maupun lingkungan politik. Dengan demikian, fungsi perencanaan memberikan arah yang jelas dalam upaya mencapai sasaran yang ditetapkan (Eeng & Epi, 2007).

Perencanaan adalah sebuah proses perdana ketika hendak melakukan pekerjaan baik dalam bentuk pemikiran maupun kerangka kerja agar tujuan yang hendak dicapai mendapatkan hasil yang optimal. Perencanaan adalah salah satu fungsi awal dari aktivitas manajemen dalam mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Anderson memberikan definisi perencanaan adalah pandangan masa depan dan menciptakan kerangka kerja untuk mengarahkan tindakan seseorang di masa depan (Syafarudin dan Irwan, 2005).

Menurut F. E. Kast dan Jim Rosenzweig, perencanaan adalah suatu kegiatan yang terintegrasi yang bertujuan untuk memaksimalkan efektifitas keseluruhan usaha-usaha, sebagai suatu sistem sesuai dengan tujuan organisasi yang bersangkutan. Fungsi

perencanaan antara lain untuk menetapkan arah dan strategi serta titik awal kegiatan agar dapat membimbing serta memperoleh ukuran yang dipergunakan dalam pengawasan untuk mencegah pemborosan waktu dan faktor produksi lainnya (Syafiie, 2002).

Kesimpulan dari beberapa pendapat para ahli perencanaan adalah pekerjaan mental untuk memilih sasaran, kebijakan, prosedur dan program yang diperlukan untuk mencapai apa yang diinginkan pada masa yang akan datang (Melayu Hasibuan, 2008).

Adapun dalam pandangan Islam perencanaan ini merupakan aktifitas manajemen yang paling krusial, bahkan ia adalah langkah awal untuk menjalankan manajemen sebuah pekerjaan. Ia sangat berpengaruh terhadap unsur-unsur manajemen lainnya, seperti merealisasikan perencanaan dan pengawasan agar bisa mewujudkan tujuan yang direncanakan (Ahmad, 2008).

Hiks dan Guelt (Mariono, 2008) menyatakan bahwa perencanaan berhubungan dengan:

1. Penentuan dan maksud – maksud organisasi
2. Perkiraan- perkiraan lingkungan di mana tujuan hendak dicapai
3. Penentuan pendekatan dimana tujuan dan maksud organisasi hendak dicapai.

Menurut Nanang Fatah (2008) dalam setiap perencanaan selalu terdapat tiga kegiatan yang meskipun dapat dibedakan, tetapi tidak dapat dipisahkan antara satu dengan yang lainnya dalam proses perencanaan. Ketiga kegiatan itu adalah:

- 1) Perumusan tujuan yang ingin dicapai

- 2) Pemilihan program untuk mencapai tujuan itu
- 3) Identifikasi dan pengarahan sumber yang jumlahnya selalu terbatas

Menurut Engkoswara dan Komariah, (2012). Perencanaan yang baik dilakukan untuk mencapai:

1. “*Protective benefits*” yaitu menjaga agar tujuan-tujuan, sumber dan teknik/metode memiliki relevansi yang tinggi dengan tuntutan masa depan sehingga dapat mengurangi resiko keputusan.
2. “*Positive benefits*” yaitu produktivitas dapat meningkat sejalan dengan dirumuskannya rencana yang komprehensif dan tepat.

Perencanaan yang baik akan dicapai dengan mempertimbangkan kondisi diwaktu yang akan datang dalam mana perencanaan dan kegiatan yang akan diputuskan akan dilaksanakan, serta periode sekarang pada saat rencana di buat. Perencanaan merupakan aspek penting dari pada manajemen. Keperluan merencanakan ini terletak pada kenyataan bahwa manusia dapat mengubah masa depan menurut kehendaknya. Manusia tidak boleh menyerah pada keadaan dan masa depan yang menentu tetapi menciptakan masa depan itu. Masa depan adalah akibat dari keadaan masa lampau. Keadaan sekarang dan disertai dengan usaha-usaha yang akan dilaksanakan. Dengan demikian landasan dasar Perencanaan adalah kemampuan manusia untuk secara sadar memilih alternatif masa depan yang akan dikehendaknya dan kemudian mengarahkan daya upayanya untuk mewujudkan masa

depan yang dipilihnya, dalam hal ini manajemen yang akan diterapkan seperti apa, sehingga dengan dasar itulah maka suatu rencana akan terealisasikan dengan baik. (bukhari, 2005)

Menurut Bukhari (2005) Adapun kegunaan perencanaan adalah sebagai berikut :

- 1) Karena perencanaan meliputi usaha untuk memetakan tujuan atau memformulasikan tujuan yang dipilih untuk dicapai, maka perencanaan haruslah bisa membedakan poin pertama yang akan dilaksanakan terlebih dahulu.
- 2) Dengan adanya perencanaan maka memungkinkan kita mengetahui tujuan yang akan di capai.
- 3) Dapat memudahkan kegiatan untuk mengidentifikasi hambatan– hambatan yang akan mungkin timbul dalam usaha mencapai tujuan.

2. *Organizing* (Pengorganisasian)

Setelah mendapat kepastian tentang tujuan, sumberdaya dan teknik/metode yang digunakan untuk mencapai tujuan, lebih lanjut manajer melakukan upaya pengorganisasian agar rencana tersebut dapat dikerjakan secara sukses. Pengorganisasian adalah proses mengatur, mengalokasikan dan mendistribusiakan pekerjaan, wewenang dan sumber daya diantara anggota organisasi. Stoner menyatakan bahwa mengorganisasikan adalah proses memperkerjakan dua orang atau lebih untuk bekerja sama dalam cara terstruktur guna mencapai sasaran spesipik atau beberapa sasaran. (Engkoswara dan Komariah, 2012).

Menurut Terry (2012) pengorganisasian merupakan kegiatan dasar dari manajemen dilaksanakan untuk mengatur seluruh sumber-sumber yang dibutuhkan termasuk unsur manusia, sehingga pekerjaan dapat diselesaikan dengan sukses. Organisasi dalam pandangan Islam bukan semata-mata wadah, melainkan lebih menekankan pada bagaimana sebuah pekerjaan dilakukan secara rapi. Organisasi lebih menekankan pada pengaturan mekanisme kerja (Didin & Hendri, 2003). Organisasi adalah sistem kerjasama sekelompok orang untuk mencapai tujuan bersama. Dalam sistem kerjasama ini diadakan pembagian untuk menetapkan bidang-bidang atau fungsi-fungsi yang termasuk ruang lingkup kegiatan yang akan diselenggarakan. Menurut Nanang fatah (2008) Sistem ini harus senantiasa mempunyai karakteristik antara lain:

- 1) Ada komunikasi antara orang yang bekerja sama
- 2) Individu dalam organisasi tersebut mempunyai kemampuan untuk bekerja sama
- 3) Kerja sama itu ditunjukkan untuk mencapai tujuan.

Ajaran Islam senantiasa mendorong para pemeluknya untuk melakukan segala sesuatu secara terorganisir dengan rapi, sebab bisa jadi suatu kebenaran yang tidak terorganisir dengan rapi akan dengan mudah bisa diluluhlantakkan oleh kebatilan yang tersusun rapi. Ali Bin Talib berkata: “Kebenaran yang tidak terorganisasi dapat dikalahkan oleh kebatilan yang terorganisasi”. Dalam sebuah organisasi tentu ada pemimpin dan bawahan. Sementara itu pengorganisasian dalam kaitannya dengan pendidikan Islam,

Ramayulis (2008) menyatakan bahwa “Pengorganisasian dalam pendidikan Islam adalah proses penentuan struktur, aktivitas, interkasi, koordinasi, desain struktur, wewenang, tugas secara transparan, dan jelas. Dalam lembaga pendidikan Islam, baik yang bersifat individual, kelompok, maupun kelembagaan. Sebuah organisasi dalam manajemen pendidikan Islam akan dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan tujuan jika konsisten dengan prinsip-prinsip yang mendesain perjalanan organisasi yaitu kebebasan, keadilan, dan musyawarah. Jika kesemua prinsip ini dapat diaplikasikan secara konsisten dalam proses pengelolaan lembaga pendidikan Islam akan sangat membantu bagi para manajer pendidikan Islam”.

3. *Actuating* (Pelaksanaan)

Actuating (Pelaksanaan) berarti merangsang anggota-anggota kelompok melaksanakan tugas-tugas dengan antusias dan kemauan yang baik. Tugas menggerakkan dilakukan oleh pemimpin. Pergerakan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seorang manajer dan karyawan untuk mengawali dan melanjutkan kegiatan yang ditetapkan oleh unsur perencanaan dan pengorganisasian agar tujuan-tujuan dapat tercapai. *Actuating* adalah menggerakkan dan memberikan perintah-perintah melakukan kerja terhadap seluruh bawahan untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi. *Actuating* memiliki arti penting dalam penyelenggaraan kegiatan organisasi karena juga merupakan inti dari manajemen. Tanpa adanya pergerakan, maka rencana yang

telah tersusun tidak dapat terlaksana karena tidak ada tenaga pendorong bagi pelaksana untuk melakukan tugas-tugasnya dan bersedia melakukan kerjasama. (Terry, 2012)

Pelaksanaan kerja merupakan aspek terpenting dalam fungsi manajemen karena merupakan pengupayaan berbagai jenis tindakan itu sendiri, agar semua anggota kelompok mulai dari tingkat teratas sampai terbawah berusaha mencapai sasaran organisasi sesuai dengan rencana yang ditetapkan semula, dengan cara yang baik dan benar. Adapun istilah yang dapat dikelompokkan kedalam fungsi pelaksanaan ini adalah *directing*, *commanding*, *leading* dan *coornairing*. Pelaksanaan kerja sudah barang tentu yang paling penting dalam fungsi manajemen karena merupakan pengupayaan berbagai jenis tindakan itu sendiri, agar semua anggota kelompok mulai dari tingkat teratas sampai terbawah berusaha mencapai sasaran organisasi sesuai rencana yang telah ditetapkan semula, dengan cara terbaik dan benar. Karena tindakan pelaksanaan sebagaimana tersebut di atas, maka proses ini juga memberikan *motivating* untuk memberikan penggerakan dan kesadaran terhadap dasar dari pada pekerjaan yang mereka lakukan, yaitu menuju tujuan yang ingin dicapai, disertai memberikan motivasi-motivasi baru, bimbingan atau pengarahan, sehingga mereka bisa menyadari dan timbul kemauan untuk bekerja dengan tekun dan baik (George. dan Leslie, 2014).

Hadari Nawawi (2014) menyatakan bimbingan berarti memelihara, menjaga dan menunjukkan organisasi melalui setiap personal, baik secara struktural maupun fungsional, agar setiap

kegiatan tidak terlepas dari usaha mencapai tujuan. Dalam realitasnya, kegiatan bimbingan dapat berbentuk sebagai berikut:

- a. Memberikan dan menjelaskan perintah
- b. Memberikan petunjuk melaksanakan kegiatan
- c. Memberikan kesempatan meningkatkan pengetahuan, ketrampilan/kecakapan dan keahlian agar lebih efektif dalam melaksanakan berbagai kegiatan organisasi.
- d. Memberikan kesempatan ikut serta menyumbangkan tenaga dan pikiran untuk memajukan organisasi berdasarkan inisiatif dan kreativitas masing – masing.
- e. Memberikan koreksi agar setiap personal melakukan tugas-tugasnya secara efisien.

4. Controlling (Pengawasan)

Controlling atau pengawasan, sering juga disebut pengendalian. Pengendalian adalah salah satu fungsi manajemen yang berupa mengadakan penilaian, bila perlu mengadakan koreksi sehingga apa yang dilakukan bawahan dapat diarahkan ke jalan yang benar dengan maksud dan tujuan yang telah digariskan semula. Pengawasan adalah salah satu fungsi dalam manajemen untuk menjamin agar pelaksanaan kerja berjalan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan dalam perencanaan. *Controlling* adalah upaya agar tindakan yang dilaksanakan terkendalikan dan sesuai dengan instruksi, rencana, petunjuk, pedoman serta ketentuan-ketentuan yang telah disepakati bersama. Pengendalian atau pengawasan pelaksanaan bisnis pada hakekatnya dilaksanakan

untuk mengawasi dan mengetahui sampai di mana usaha bisnis yang sudah dilakukan oleh tiap pelaksana bisnis sejalan dengan tugas- tugas yang telah diberikan (Akhmad Nur Zaroni, 2007: 176).

Menurut Engkoswara dan Komariah (2012) Pengawasan/ pengendalian adalah proses untuk memastikan bahwa aktivitas sebenarnya sesuai dengan aktivitas yang direncanakan. Proses pengendalian dapat melibatkan beberapa elemen yaitu:

1. Menerapkan standar kinerja.
2. Mengukur kinerja.
3. Membandingkan unjuk kerja dengan standar yang ditetapkan.
4. Mengambil tindakan korektifsaat terdeteksi penyimpangan.

Dalam al Quran pengawasan bersifat transendental, jadi dengan begitu akan muncul *inner dicipline* (tertib diri dari dalam). Itulah sebabnya di zaman generasi Islam pertama, motivasi kerja mereka hanyalah Allah kendatipun dalam hal-hal keduniawian yang saat ini dinilai cenderung sekuler sekalipun (Syafiie, 2002).

2.3 Manajemen Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam

2.3.1 Pengertian Manajemen Bisnis dalam Perspektif Islam

Defenisi manajemen dalam terminologi Islami menurut Yunus (1973) dimaknai dari istilah bahasa Arab kata “yudabbiru” diartikan mengarahkan, mengelola, melaksanakan, menjalankan, mengatur atau mengurus. Asal katanya adalah dari “dabbara,” yang artinya mengaturkan dan “mudabbir” artinya orang yang

pandai mengatur atau pengatur dan “mudabbar” yang diatur (Mesiono, 2019:69).

Dalam perspektif Islam, manajemen merupakan suatu kebutuhan yang tak terelakkan dalam memudahkan implementasi Islam pada kehidupan pribadi, keluarga, dan masyarakat. Oleh karena itu, manajemen sering dianggap sebagai ilmu sekaligus teknik (seni) kepemimpinan. Akan tetapi secara umum tidak ada pengertian baku apa yang disebut sebagai manajemen Islami. Kata manajemen dalam bahasa Arab adalah Idara yang berarti “berkeliling” atau “lingkaran”. Dalam konteks bisnis bisa dimaknai bahwa “bisnis berjalan pada siklusnya”, sehingga manajemen bisa diartikan kemampuan manajer yang membuat bisnis berjalan sesuai dengan rencana (Amin dan Tim FEBS FEUI, 2010: 66).

A. Riawan Amin mendefinisikan manajemen dalam Islam sebagai “*Getting God will done by the people*” atau melaksanakan keridaan Allah SWT melalui orang (Amin, 2004: 14). Sementara Veithzal, Amiur, dan Faisar, (2012: 186-187) menyatakan bahwa manajemen dalam perspektif Islam memiliki dua pengertian, yaitu sebagai ilmu, dan sebagai aktivitas. Sebagai ilmu, manajemen dipandang sebagai salah satu ilmu umum yang tidak berkaitan dengan nilai, peradaban sehingga hukum mempelajarinya adalah fardu kifayah. Sedangkan sebagai aktivitas ia terikat pada aturan dan nilai atau hadlarah Islam. Ramayulis (2008) juga menyatakan bahwa yang sama dengan hakikat manajemen adalah at-tadbir (pengaturan). Kata ini merupakan derivasi dari kata dabbara (mengatur) yang banyak terdapat dalam Alquran.

Firman Allah dalam surah As-Sajdah Ayat 5 yang berbunyi:

يُدَبِّرُ الْأَمْرَ مِنَ السَّمَاءِ إِلَى الْأَرْضِ ثُمَّ يَعْرُجُ إِلَيْهِ فِي يَوْمٍ كَانَ مِقْدَارُهُ أَلْفَ سَنَةٍ مِّمَّا تَعُدُّونَ

Artinya: *“Dia mengatur urusan dari langit ke bumi, kemudian (urusan) itu naik kepadanya dalam satu hari yang kadarnya adalah seribu tahun menurut perhitungan”* (QS. As-Sajdah [32] : 5) .

Dalam tafsir karangan Al-Muyassar ayat diatas menjelaskan bahwa Allah mengatur urusan seluruh makhluk dari langit ke bumi, kemudian urusan dan pengaturan tersebut naik kepada Allah dari bumi ke langit pada hari yang kadarnya seribu tahun dari hari dunia yang dihitung manusia. Ayat diatas merupakan sebuah paparan tentang keterkaitan manajemen dengan Al-Qur’an, meskipun masih secara umum tentang manajemen setidaknya ayat tersebut menjadi sebuah bukti penguat bahwa pada dasarnya manajemen ini sudah terdapat pembahasannya dalam Al-Qur’an, sekaligus menjadi motivasi bagi para ilmuwan manajemen selanjutnya untuk mencari rumusan teori manajemen dalam Al-Qur’an yang lebih detil lagi. Dalam ajaran islam manajemen dipandang sebagai perwujudan amal shaleh yang harus bertitik tolak dari niat yang baik. Niat yang baik tersebut akan memunculkan motivasi aktivitas untuk mencapai hasil yang optimal demi kesejahteraan bersama (M.A. Athoilah, 2010:18).

Ada empat landasan untuk mengembangkan manajemen menurut pandangan Islam, yaitu: Kebenaran, kejujuran, keterbukaan, keahlian. Seorang manajer harus memiliki empat sifat

utama itu agar manajemen yang dijalankannya mendapatkan hasil yang maksimal. Yang paling penting dalam manajemen berdasarkan pandangan Islam adalah harus ada jiwa kepemimpinan. Kepemimpinan menurut Islam merupakan faktor utama dalam konsep manajemen. (Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, 2003)

Manajemen menurut pandangan Islam merupakan manajemen yang adil. Batasan adil adalah pemimpin tidak menganiaya bawahan dan bawahan tidak merugikan pemimpin maupun perusahaan yang ditempati. Bentuk penganiayaan yang dimaksudkan adalah mengurangi atau tidak memberikan hak bawahan dan memaksa bawahan untuk bekerja melebihi ketentuan. Seyogyanya kesepakatan kerja dibuat untuk kepentingan bersama antara pimpinan dan bawahan. Jika seorang manajer mengharuskan bawahannya bekerja melampaui waktu kerja yang ditentukan, maka sebenarnya manajer itu telah mendzalimi bawahannya. Dan ini sangat bertentangan dengan ajaran Islam (Djalaluddin Ahmad, 2007:202).

Di lihat dari sisi bisnis Islam, maka diartikan sebagai suatu bentuk bisnis yang mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam. Oleh karena itu, praktiknya dalam Islam itu bersifat universal, artinya semua negara dapat melakukan atau mengadopsi sistem bisnis Islam (Nova, 2016), dalam hal sebagai berikut:

1. Menetapkan imbalan yang akan diberikan masyarakat sehubungan dengan pemberian jasa yang dipercayakan kepadanya.

2. Menetapkan imbalan yang akan diterima sehubungan dengan penyediaan jasa kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan baik untuk keperluan investasi maupun modal kerja.
3. Menetapkan imbalan sehubungan dengan kegiatan usaha lainnya yang lazim dilakukan oleh bisnis Islami.

Menurut Akhmad Nur Zaroni (2007) Tujuan Manajemen Bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai empat hal utama :

1. Target hasil profit-materi dan benefit-nonmateri artinya bahwa bisnis tidak hanya untuk mencari profit (qimah madiyah atau nilai materi) setinggi tingginya tetapi juga harus dapat memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan atau manfaat) non materi kepada internal organisasi perusahaan eksternal (lingkungan). Seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya.
2. Benefit, yang dimaksudkan tidaklah semata memberikan manfaat kebendaan, tetapi juga dapat bersifat non materi. Islam memandang bahwa tujuan suatu perbuatan baik tidak hanya berorientasi pada qimah madiyah.
3. Pertumbuhan, jika profit materi dan profit non materi telah diraih, perusahaan harus berupaya menjaga pertumbuhan agar selalu meningkat. Upaya peningkatan ini juga harus selalu dalam koridor syariah, bukan menghalalkan segala cara.

4. Keberlangsungan, target yang telah dicapai dengan pertumbuhan tiap tahunnya harus dijaga keberlangsungannya agar perusahaan dapat berkembang dalam rukun waktu yang lama.
5. Keberkahan, semua tujuan yang telah mencapai tidak akan berarti apa-apa jika tidak ada keberkahan di dalamnya, maka bisnis Islam menempatkan berkah sebagai tujuan inti, karena ia merupakan bentuk dari diterimanya segala aktivitas manusia.

Bisnis Islami merupakan unit usaha, dimana menjalankan usahanya berpatokan kepada prinsip-prinsip syariah Islam, dengan mengacu kepada Al-Qur'an dan hadist. Prinsip Islam dimaksudkan di sini adalah beroperasi atau dalam menjalankan praktik bisnis mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya cara bermuamalah secara Islam, misalnya, menjauhi praktik yang mengandung *riba* (bunga), *dzulm* (merugikan hak orang lain), *gharar* (tipuan), *dharar* (bahaya), dan *jahalal* (ketidakjelasan) serta praktik-praktik mendzalimi orang lain lainnya.

Bisnis merupakan suatu istilah untuk menjelaskan segala aktivitas berbagai institusi dari yang menghasilkan barang dan jasa yang perlu untuk kehidupan masyarakat sehari-hari (Manullang, 2002: 8). Secara umum 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. Adapun sektor-sektor ekonomi bisnis

tersebut meliputi sektor pertanian, sektor industri, jasa, dan perdagangan (Muslich, 2004 : 46).

Lebih khusus Skinner mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Menurut Anoraga dan Soegiastuti, bisnis memiliki makna. Adapun dalam pandangan Straub dan Attner, bisnis tak lain adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit (Yusanto dan Karebet, 2002 : 15).

Adapun 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) (Yusanto dan Karebet, 2002 : 18).

Abdul Mannan (2012) mengatakan ada tiga pilar utama dalam agama Islam yaitu:

1. Tauhid

Tauhid berarti keyakinan akan kebenaran keesaan Allah, dan tidak mempersekutukannya dengan sesuatu apapun. Perjanjian teguh manusia dengan Allah yang berisi tentang kesediaan manusia untuk tunduk dan patuh secara sukarela tanpa keragu-raguan pada kehendak Allah Esensi dari Iman kepada Allah adalah keyakinan dalam diri dan mengakui tentang keesaan Allah (Tauhid).

2. Syariah

Pengertian syariah secara bahasa adalah aturan, ketentuan atau undang-undang Allah yang berisi tata cara pengaturan perilaku manusia dalam hubungannya kepada Allah, kepada manusia dan kepada alam sekitarnya untuk mencapai keridhoaan Allah, yaitu selamat dunia dan akhirat. syariah memiliki ruang lingkupnya sendiri. Ruang lingkup dari syariah meliputi aspek ibadah dan aspek muamalah.

3. Akhlak

pengertian akhlak dari segi bahasa maupun penggunaannya dalam Al-Quran dapat didefinisikan sebagai tindakan membentuk atau membiasakan perbuatan. Akhlak adalah perilaku yang dimiliki oleh manusia, baik akhlak yang terpuji atau akhlakul karimah maupun yang tercela atau akhlakul madzmumah. Dalam prakteknya akhlak bisa dikatakan buah atau hasil dari akidah yang kuat dan syari'at yang benar. Allah SWT mengutus Nabi Muhammd SAW tidak lain dan tidak bukan adalah untuk memperbaiki akhlak. (Alim, 2011 : 124)

2.3.2 Prinsip-Prinsip Manajemen Bisnis dalam Ekonomi Islam

Menurut Humayon Dar sebagaimana dikutip A. Riawan Amien dan Tim FEBS FEUI, (2010: 68) bahwa *Islamic Management* setidaknya dibangun atas 8 (delapan) prinsip, yaitu :

- a. Manejer diperlukan untuk identifikasi dan/atau mendefinisikan fungsi objektif dari perusahaan dan digunakan untuk membuat

strategi operasi yang konsisten. Untuk memastikan pemenuhan terhadap aturan syariah, manajemen mengadopsi pernyataan misi yang menegaskan bahwa karakter dari perusahaan tetap dominan.

- b. Definisi dari hak-hak yang jelas dan tidak ambigu serta spesifikasi tanggung jawab dari masing-masing kelompok pelaku dalam perusahaan adalah penting demi penggunaan sumber daya yang efektif dan efisien. Tujuannya untuk menghindari moral hazard dan pemenuhan kepentingan pribadi yang terjadi setiap hari dalam realitas bisnis.
- c. Pengakuan dan perlindungan hak dari seluruh pihak yang berkepentingan (*stakeholders*), dan tidak hanya kepentingan pemegang saham (*shareholders*), merupakan fundamental menurut cara Islam dalam mengelola bisnis.
- d. Manajer harus mengumpulkan, memproses, meng-update dan memperlihatkan, kapan pun hal itu diperlukan, informasi dalam operasional bisnis untuk kebermanfaatan pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) dari perusahaan.
- e. Merencanakan mekanisme insentif seperti profit yang berhubungan dengan paket remunerasi dan bonus yang berhubungan dengan kinerja dan monitoring yang efektif adalah penting untuk pengelolaan yang sukses.
- f. Pembuatan keputusan yang merupakan proses horizontal di mana hal ini dengan kualifikasi yang benar setelah dikonsultasikan dengan pemimpin.

- g. Pengembangan kualitas sumber daya manusia melalui persuasi, edukasi, dan penciptaan lingkungan yang tepat dalam sebuah perusahaan merupakan hal yang fundamental dalam manajemen Islam.
- h. Minimalisasi transaksi dan monitoring biaya penting bagi daya saing perusahaan Islam dalam pasar yang didominasi oleh perusahaan konvensional.

2.4 Penelitian Terkait

Berikut ini adalah beberapa penelitian yang relevan tentang Analisis Strategi Manajemen Bisnis Kuliner Dalam Perspektif Ekonomi Islam telah banyak dilakukan oleh peneliti, di antaranya adalah :

Jonathan Gunawan (2013) melakukan penelitian tentang Analisa Manajemen Dan Strategi Bisnis Pada UD. Cahaya Abadi Indah Di Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan fungsi manajemen, lingkungan internal dan eksternal serta menyusun rencana strategi bisnis di masa mendatang. Penelitian yang dilakukan dengan metode kualitatif ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara ke beberapa orang informan dari pihak perusahaan. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa UD. Cahaya Abadi Indah memiliki kendala pada pengelolaan aspek pemasaran dan sumber daya manusia. Dari hasil analisis, strategi bisnis yang tepat digunakan oleh UD. Cahaya Abadi Indah di masa mendatang adalah *best-*

value focus yang memiliki fokus terhadap pelayanan dan kualitas produk yang diberikan kepada pelanggan.

Arnesih (2016) melakukan penelitian yang berjudul Strategi Manajemen Keuangan Dalam Rumah Tangga (Berbasis Ekonomi Syariah). Penelitian ini di latar belakangi oleh fakta bahwa Perekonomian yang terjadi akhir-akhir ini membuat pusing kepala terutama para ibu rumah tangga yang harus bijak dalam mengelola keuangan. Hal ini akibat naiknya harga kebutuhan pokok. Hasil penelitian ini penulis menyampaikan bahwa secara umum manajemen keuangan dalam rumah tangga sangat penting, karena hal tersebut salah satu penentu kecukupan keuangan keluarga yang dimiliki oleh setiap rumah tangga, dan ukuran kesehatan keuangan keluarga. dari manajemen keuangan rumah tangga ini kita dapat melihat apakah keuangan keluarga kita dalam keadaan sehat atau sakit: 1. Pentingnya mengelola keuangan dalam sebuah rumah tangga secara Islami 2. Mengetahui keberadaan ekonomi yang sehat dalam sebuah rumah tangga 3. Mengelola pemberian Allah sesuai dengan Fungsinya

Nurhadi (2019) melakukan penelitian yang berjudul manajemen strategi pemasaran bauran (*marketing mix*) perspektif ekonomi syariah. Manajemen Pemasaran adalah analisis, perencanaan implementasi, dan pengawasan program yang dirancang untuk membuat, dan menangani pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan Perusahaan, seperti laba, tarif penjualan, bagian pasar, dan sebagainya. Bauran Pemasaran merupakan gabungan

dari variabel atau aktivitas yang menjadi inti dari sistem pemasaran. Artinya bauran pemasaran merupakan sekumpulan variabel yang dapat digunakan perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen. Komponen yang mendasari bauran pemasaran adalah: 1). tempat; 2). Produk; 3). Harga; 4). Promosi. Strategi bauran pemasaran, dalam Islam harus memperhatikan standar keharaman dalam Islam, baik haram dari segi zat, haram selain zat, dan tidak sahnya akad. Empat aspek pemasaran dalam Islam yaitu: 1). Aspek produk; 2). Aspek harga; 3). Aspek atau tempat distribusi; 4). Aspek promosi. Keempatnya harus mematuhi hukum Islam dan tidak melanggar etika bisnis Islam.

Amir Mardani (2020) melakukan penelitian yang berjudul *Manajemen Strategi Islami Dalam Menghadapi Persaingan Pasar Di Homastas Pakong Pamekasan*. Toko Homastas merupakan salah satu jenis yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga masyarakat. Lokasi penelitian di toko Homastas di Pakong Sumenep milik bapak H. Jouhari selaku informan. Dari hasil penelitian bahwa toko Homastas adalah jenis usaha perorangan yang berperan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Pakong Pamekasan. Persaingan merupakan sesuatu yang lumrah dalam segala bidang termasuk dalam bidang usaha. Untuk menghadapi persaingan tersebut, toko Homastas melakukan beberapa langkah diantaranya: toko Homastas membuat perencanaan yang matang, kemudian melakukan perorganisasian terhadap sumber daya yang di milikinya. Disamping hal tersebut, untuk menghadapi persaingan pasar dan untuk menjadikan toko Homastas menjadi pilihan utama

yang dituju masyarakat, maka toko Homastas melakukan identifikasi selera pasar dan identifikasi pemasaran produk.

Ika Fitriyani, Nining Sudiyarti, M. Nur Fietroh (2020) yang berjudul Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi Covid-19. Usaha Mikro Kecil dan Menengah sektor perdagangan saat ini dihadapi pada masalah menurunnya penjualan, sulitnya mendapat bahan baku, menghambatnya produksi dan distribusi, mengalami kesulitan permodalan, minimnya pengetahuan teknologi informasi dan terhambatnya jaringan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi manajemen bisnis para pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa pasca pandemi Covid-19 dengan merujuk atas pertanyaan yang diajukan oleh Pedersen dan Ritter (2020) yaitu: *position*, *plan*, *perspective*, *project*, dan *prepare*. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif, metode pengumpulan data menggunakan wawancara terstruktur dan bertahap. Jumlah Responden adalah 27 orang. Teknik analisis data menggunakan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menjelaskan bahwa strategi manajemen bisnis pasca Covid-19 bagi pelaku UMKM dapat memberikan peningkatan dan manajemen keberlanjutan usaha yang baik dengan menerapkan penguatan manajemen di bidang pemasaran, SDM, keuangan dan operasional sebagai langkah strategis untuk menciptakan eksistensi usaha yang efisien dan efektif. Kesimpulan penelitian ini adalah pelaku UMKM dituntut untuk memiliki manajemen pengetahuan yang baik dan *absorptive capacity* untuk meningkat kinerja bisnisnya.

Adapun hasil dekripsi dari penelitian sebelumnya dapat dilihat dalam tabel 2.1 berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

No	Peneliti	Metode penelitian	Hasil penelitian
1	Jonathan Gunawan (2013)	Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UD. Cahaya Abadi Indah memiliki kendala pada pengelolaan aspek pemasaran dan sumber daya manusia. Dari hasil analisis, strategi bisnis yang tepat digunakan oleh UD. Cahaya Abadi Indah di masa mendatang adalah <i>best-value focus</i> yang memiliki fokus terhadap pelayanan dan kualitas produk yang diberikan kepada pelanggan.
2	Arnesih (2016)	Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif dengan metode Deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum manajemen keuangan dalam rumah tangga sangat penting, karena hal tersebut salah satu penentu kecukupan keuangan keluarga yang dimiliki oleh setiap rumah tangga, dan ukuran kesehatan keuangan keluarga. dari manajemen keuangan rumah tangga ini kita dapat melihat apakah keuangan keluarga kita dalam keadaan sehat atau sakit : 1. Pentingnya mengelola keuangan dalam sebuah rumah tangga secara Islami 2. Mengetahui keberadaan ekonomi yang sehat dalam sebuah rumah tangga 3. Mengelola pemberian Allah sesuai dengan Fungsinya

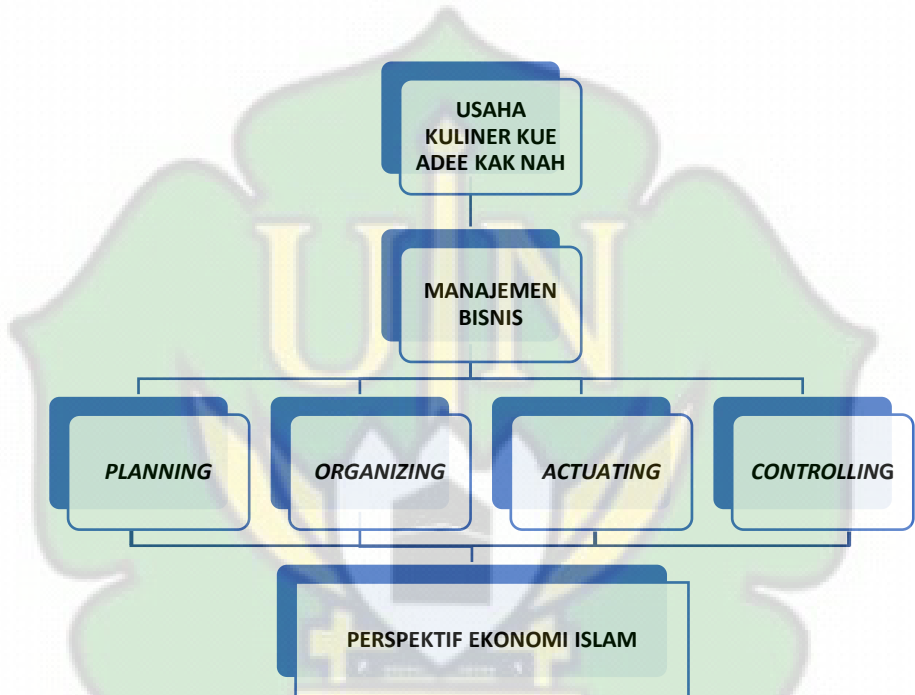
Tabel 2.1 - Lanjutan

No	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
3	Nurhadi (2019)	Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Manajemen Pemasaran adalah analisis, perencanaan implementasi, dan pengawasan program yang dirancang untuk membuat, dan menangani pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan Perusahaan, seperti laba, tarif penjualan, bagian pasar, dan sebagainya.
4	Amir Mardani (2020)	Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif	Untuk menghadapi persaingan usaha, toko Homastas membuat perencanaan yang matang, kemudian melakukan perorganisasian terhadap sumber daya yang di miliknya. Disamping hal tersebut, untuk menghadapi persaingan pasar dan untuk menjadikan toko Homastas menjadi pilahan utama yang di tuju masyarakat, maka toko Homastas melakukan identifikasi selera pasar dan identifikasi pemasaran produk.
5	Ika Fitriyani, Nining Sudyarti, M.Nur Fietroh (2020)	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif	strategi manajemen bisnis pasca Covid-19 bagi pelaku UMKM dapat memberikan peningkatan dan manajemen keberlanjutan usaha yang baik dengan menerapkan penguatan manajemen di bidang pemasaran, SDM, keuangan dan operasional sebagai langkah strategis untuk menciptakan eksistensi usaha yang efisien dan efektif. Kesimpulan penelitian ini adalah pelaku UMKM dituntut untuk memiliki manajemen pengetahuan yang baik dan absorptive capacity untuk meningkatkan kinerja bisnisnya.

2.5 Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka pemikiran atau alur berpikir dalam penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran



Sumber : Data diolah (2021)

Keterangan :

Strategi manajemen bisnis Usaha Kue Adee Kak Nah meliputi *planning*, *organizing*, *actuating* dan *controlling*. Dari ke empat strategi manajemen bisnis diatas kemudian di analisis dengan perspektif ekonomi islam untuk menelaah strategi manajemen bisnis usaha kue adee kak nah sesuai dengan prinsip ekonomi islam.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian lapangan (*field research*), dengan menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menggunakan pengamatan dan wawancara dalam pengumpulan data di lapangan (Moleong,2018). Dengan kaitannya penelitian ini, maka yang menjadi fokus kajian adalah Usaha Kue Adee Kak Nah Meureudu Pidie Jaya berdasarkan data-data yang diperoleh oleh peneliti baik data primer maupun data sekunder.

Didalam melaksanakan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi dan memotret situasi sosial secara menyeluruh, luas, dan mendalam (Sugiono,2018). Sedangkan penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian (Herdiansyah,2010:9). Pendiskripsian penelitian tersebut berdasarkan pada Usaha Kue Adee Meureudu Pidie Jaya.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di industri rumahan Usaha Kue Adee Kak Nah di kecamatan Meureudu Kabupaten Pidie Jaya. Usaha kue adee kak nah adalah usaha yang memproduksi kue adee

atau sejenis bingkang dan sudah berdiri dari tahun 1982 dan mulai mengembangka label merek pada tahun 2005. Peneliti mengambil lokasi penelitian di usaha Kue Adee Kak Nah karena usaha kue Adee Kak Nah menggunakan marketing yang sangat bagus sehingga bisa bertahan lama dan terus berkembang pesat dan konsumen paling banyak meminati kue Adee Kak Nah tersebut dibandingkan kue adee lainnya dan usaha kue Adee Kak Nah adalah usaha kue adee yang paling populer saat ini (Adee Kak Nah, 2021).

3.3 Informan Penelitian

Penentuan informan dalam penelitian ini didasarkan atas pihak-pihak yang menguasai masalah, memiliki data dan bersedia memberikan data, disamping itu penentuannya pun didasarkan atas kriteria tujuan dan manfaatnya. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive*, dimana hanya orang-orang atau pihak-pihak tertentu saja yang akan dijadikan tujuan peneliti sebagai sumber informasi.

Sugiyono (2018:48) menyatakan bahwa dalam penelitian kualitatif tidak dikenal dengan konsep populasi dan sampel. Sumber informasi untuk penelitian kualitatif adalah informan atau narasumber yang terkait dengan permasalahan penelitian dan oleh peneliti dianggap mampu memberikan informasi dan data. Dalam penelitian ini informan ada 8 yaitu pemilik atau pengelola beserta 7 karyawan Usaha Kue Adee Kak. Pemilihan informan berdasarkan waktu kerja, yang rata-rata bekerja lebih dari 10 tahun.

3.4 Sumber Data

Data merupakan keterangan-keterangan tentang suatu hal, dapat berupa sesuatu hal yang diketahui atau anggapan. Sumber data adalah subyek dari mana asal data penelitian itu diperoleh, berdasarkan sumbernya penelitian ini dibagi menjadi:

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau katakata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subyek yang dapat dipercaya, misalnya dari individu dan perseorangan. Contohnya adalah hasil wawancara, semua data ini merupakan data mentah yang kelak akan diproses untuk tujuan-tujuan tertentu sesuai kebutuhan (Husein Umar, 2002).

3.4.1 Data Sekunder

Data Sekunder adalah teknik pengumpulan data berupa riset yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca buku-buku, jurnal, dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan judul skripsi.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Ahmad Tanzeh, 2009:57). Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

3.5.1 Wawancara

Wawancara adalah cara mencari informasi atau data melalui interaksi verbal/lisan, wawancara memungkinkan kita menyusup ke dalam “alam” pikiran orang lain, tepatnya hal-hal yang berhubungan dengan perasaan, pikiran, pengalaman, pendapat dan lainnya yang tidak bisa diamati (Suwartono, 2014). Wawancara yang penulis lakukan bertujuan untuk mencari informasi terkait strategi manajemen bisnis pada Usaha Kue Adee Kak Nah di kecamatan Meureudu tersebut dengan melontarkan berbagai pertanyaan untuk mendapatkan informasi yang akurat.

3.5.2 Observasi

Metode observasi (pengamatan) merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa, tujuan dan perasaan (Ghony dan Almanshur, 2012:165). Penggunaan metode ini dengan tujuan agar mendapatkan data yang lebih sehingga hasil penelitian dapat diperkuat dengan fakta dilapangan. Observasi dilakukan selama proses wawancara dan selama peneliti berada di tempat penelitian yaitu tempat produksi Kue Adee Kak Nah

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah penelusuran dan perolehan data yang diperlukan melalui data yang telah tersedia. Biasanya berupa data statistik, agenda kegiatan, kebijakan, sejarah dan hal lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Kelebihan teknik dokumentasi ini adalah karena data tersedia, siap pakai, serta hemat biaya dan

tenaga (Mahi M, 2011). Teknik dokumentasi yang penulis lakukan dengan mengabadikan gambar atau foto pada saat penulis melakukan observasi dan wawancara dilapangan.

3.6 Operasional Variabel

Variabel-variabel pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Berikut merupakan tabel operasional variabel:

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Alat Ukur
1	<i>Planning</i> (perencanaan)	Perencanaan dapat diartikan sebagai suatu proses untuk menentukan tujuan serta sasaran yang ingin dicapai dan mengambil langkah-langkah strategis guna mencapai tujuan (Henry Fayol, 2010)	<ul style="list-style-type: none"> • Apa perencanaan pada usaha kuee adee kak nah? • Apa tujuan pertama didirikan usaha kue adee kak nah? • Apa tujuan atau target jangka pendek dan jangka Panjang pada usaha adee kak nah? • Apa yang anda lakukan untuk mencapai tujuan tersebut? • Bagaimana anda bisa mempertahankann penjualan? • Adakah Penghambat perencanaan tersebut?
2	<i>Oganizing</i> (Pengorganisasian)	Pengorganisasian adalah kegiatan dasar dari manajemen dilaksanakan untuk mengatur seluruh sumber-sumber yang dibutuhkan termasuk unsur manusia, sehingga pekerjaan dapat diselesaikan dengan sukses (Terry, 2012)	<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana anda menyeleksi atau merekrut pekerja? • Bagaimana anda memberikan pelatihan atau bimbingan terhadap pekerja? • Bagaimana anda menyesuaikan posisi kerja sesuai kemampuan masing-masing? • Bagaimana alat komunikasi antar karyawan dan anda? • Bagaimana cara anda memimpin karyawan?

No	Variabel	Definisi Variabel	Alat Ukur
3	<i>Actuating</i> (Pelaksanaan)	Pergerakan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seorang manajer dan karyawan untuk mengawasi dan melanjutkan kegiatan yang ditetapkan oleh unsur perencanaan dan pengorganisasian agar tujuan-tujuan dapat tercapai. (terry, 2012).	<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana aturan yang anda berikan kepada pekerja? • Bagaimana anda memberikan bimbingan serta motivasi terhadap pekerja? • Bagaimana anda memberikan arahan dalam bekerja terhadap pekerja? • Apakah komunikasi terjalin dengan baik? • Bagaimana praktik dalam pemesana produk?
4	<i>Controlling</i> (Pengendalian)	Fungsi Pengawasan dan Pengendalian adalah proses pengamatan dari pada pelaksanaan seluruh kegiatan organisasi untuk menjamin agar semua pekerjaan yang sedang dilakukan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya. (Akhmad Nur, 2007)	<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana anda mengawasi pekerja dalam pekerjaan? • Apa saja kendala atau hambatan dalam pekerjaan? • Apakah perkerja melakukan pekerjaan dengan baik? • Tindakan apa saja yang di lakukan jika ada penyimpangan pekerja?

Sumber: Data diolah (2021)

3.7 Metode Analisis Data

Setelah semua kegiatan penelitian selesai dilakukan maka selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap semua data yang diperoleh selama penelitian. Tujuan analisis data adalah untuk menjawab permasalahan penelitian yang telah dirumuskan.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini digunakan dua pendekatan, yaitu pendekatan kualitatif.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. (Sugiyono, 2018:333) menyatakan Analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, setelah terjun ke lapangan, dan berlangsung terus setelah sampai penulisan hasil penelitian. Analisis data menjadi pegangan bagi peneliti selanjutnya sampai jika mungkin, teori yang *grounded*. Namun dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih difokuskan selama proses di lapangan bersama dengan pengumpulan data. Analisis data kualitatif model Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2018 :334) terdapat 3 tahap yaitu:

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang telah jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer mini, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. kalau penelitian kualitatif penyajian data bias dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar

kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3. Menarik Kesimpulan atau Verifikasi

Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan yang kredibel.

Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Usaha Kue Adee Kak Nah

4.1.1 Sejarah Usaha Kue Adee Kak Nah

Tidak ada bukti yang pasti tentang asal usul Adee Meureudu, namun dari beberapa sumber menyatakan bahwa makanan khas ini berasal dari India yang dibawa oleh masyarakat India pada saat mulai mendiami wilayah Aceh terutama wilayah Meureudu. Masyarakat mengenal mereka dengan India Klieng yang tinggal di Dayah Klieng memperkenalkan makanan mereka dengan nama Martabak India, lama-kelamaan berasimilasi dengan kondisi makanan masyarakat khas Aceh sehingga kue yang sampai dikenal oleh masyarakat Aceh dengan Kue Adee atau bingkang dalam bahasa Indonesia (Zuraida, 2014).

Perkembangan Adee di wilayah ini baru dikenal saat industri pembuatan Adee dengan label merek Kak Nah yang melanjutkan usaha keluarganya yang telah berdiri dari tahun 1982 yang memperkenalkan produknya secara luas dimasyarakat, mempromosikan produk Adee Meureudu sampai lebih dikenal dari diminati oleh masyarakat Aceh dibandingkan dengan Kue Adee lainnya. Produksi Adee Kak Nah yang pertama membuka usaha industri kecil pembuatan Adee sehingga Adee ini menjadi icon pemerintah kabupaten Pidie Jaya (Zuraida, 2014).

Periode perintisan pada tahun 1982 usaha bingkang khas daerah Pidie Jaya atau lebih dikenal dengan sebutan Adee dimulai oleh sebuah keluarga Sawiyah Syeikh yang merintis usaha rumahan

dalam memenuhi usaha hidupnya. Awalnya usaha ini dijalankan secara coba-coba yang dijual diwarung kopi dan kantin sekolah didesanya. Pada awal perintisan usaha masih sangat sederhana dengan peralatan dan sumber daya seadanya.

Keadaan ini terus berlanjut sampai meninggal Sawiyah Syeikh, dan usaha tersebut dilanjutkan oleh anaknya. Setelah meninggalnya Sawiyah Syeikh, kegiatan usaha ini dialihkan kepada Rosnah yang menjalankan usaha dengan suaminya dan mulai merintis usaha berdasarkan pengalaman berdasarkan orang tuanya dan melakukan berbagai inovasi dalam memproduksi Adee saat itu untuk menambah cita rasa ciri khas serta memperluas area penjualan.

Walaupun peningkatan pelanggan pada tahun 1992-1998 dengan inovasi yang masih sederhana namun usaha ini belum mempunyai label merek, masyarakat saat itu lebih mengenal usaha ini dengan nama Adee Kak Nah. Penamaan merek produksi keluarga ini melekat erat pada pelanggan karena merupakan usaha keluarga pertama yang memasarkan produk Adee secara luas di Kecamatan Meureudu sehingga masyarakat lebih mengenal nama pemilik produk ini dengan nama Kak Nah terutama pengusaha warung kopi di Kecamatan Meureudu. Penamaan merek produk ini tersebar luas dikalangan pelanggan warung kopi sehingga informasi produk ini tersebar luas dikalangan masyarakat (Zuraida, 2014).

Disisi lain peningkatan jumlah pelanggan yang sebagian besar masyarakat Kecamatan Meureudu meningkatkan jumlah

pesanan dan permintaan dikalangan masyarakat kelas menengah ke atas, jumlah pelanggan masih didominasi oleh keluarga kecil menengah, ini disebabkan pada masa itu belum adanya kemasan yang menarik konsumen, kemasan produk masih menggunakan kantong plastik untuk menjual produk sehingga kurang menarik perhatian konsumen kelas atas (orang kaya berpendidikan) lagi pula belum adanya registrasi pada POM menyebabkan kalangan kelas atas untuk menjadikan produk ini sebagai oleh-oleh famili mereka terutama famili dan kerabat di luar Aceh. Penggunaan kemasan plastik mengakibatkan hasil produksi Adee tidak tahan lama sehingga penganan untuk oleh-oleh untuk keluarganya di luar kota kurang diminati oleh masyarakat saat itu (Zuraida, 2014).

Berbagai pelatihan diberikan baik berupa pengelolaan keuangan industri kecil untuk meminimalisir beban dan biaya produksi, pengolahan produksi atau lebih dikenal dengan manajemen produksi terutama penggunaan bahan baku yang lebih efektif untuk meningkatkan produksi dan pelatihan strategi pemasaran. Baik pelatihan yang dilakukan di Kabupaten Pidie, pelatihan di kota Banda Aceh, maupun studi banding dengan berbagai daerah seperti Palembang dan Jawa akhir tahun 2005.

Dilihat dari pelatihan manajemen pemasaran yang merupakan pengaruh yang besar dalam kebangkitan usaha Adee keluarga Rosnah. Faktor utamanya adalah penggunaan kemasan yang menarik perhatian konsumen dari mulai penggunaan label merek dagang yaitu dari Balai POM dengan Izin Depkes P-IRT NO. 306111803003 mengakibatkan minat masyarakat semakin hari

semakin bertambah, meluasnya informasi kepada masyarakat mengakibatkan meningkatnya penjual secara drastis dan pelanggan semakin hari semakin bertambah banyak terutama dari kalangan menengah ke atas sebagai penganan dan oleh-oleh untuk saudara dari jauh (Pemilik Home Industri, 10 oktober 2021).

Penggunaan kemasan dari kotak berlabel merek dagang juga membawa pengaruh besar bagi pertumbuhan penjual. Hal ini dibuktikan sampai tahun 2007 industri kecil ini rata-rata memproduksi Kue Adee 400 sampai 500 loyang per hari dengan menggunakan tenaga kerja lebih dari 30 orang dengan menggunakan upah 200 per loyang. Peningkatan ini merupakan awal pertumbuhan yang menggembirakan karena sebelum tsunami perusahaan hanya memproduksi 20 sampai 30 loyang per hari itupun pada bulan Ramadhan. Pada tahun 2010 Kue Adee Kak Nah mendapat sertifikat Halal dari MPU (Majelis Permusyawaratan Ulama dengan No. 14200000030817, setelah pengujian dan pembahasan dan terus diperpanjang setiap 2 tahun sekali.

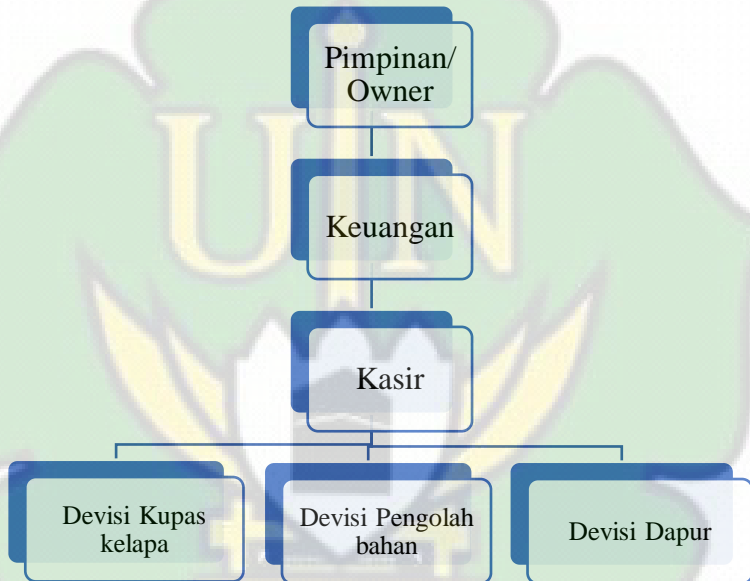
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Keberhasilan suatu perusahaan atau industri dalam mencapai tujuannya didukung oleh sistem manajemen yang baik. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan suatu struktur organisasi. Susunan organisasi yang baik akan memperlancar koordinasi antar individu dan grup sehingga menjadi lebih efektif dan efisien. Setiap perusahaan memiliki struktur organisasi yang berbeda-beda, hal ini tergantung pada besar kecilnya perusahaan. Produksi Usaha Kue

Adee Kak Nah mempunyai struktur organisasi yang berbentuk garis, yang artinya suatu bentuk organisasi yang di pandang sebagai kekuasaan tunggal.

Adapun struktur organisasi usaha Adee Kak Nah dapat dilihat pada gambar 4.1

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Usaha Adee Kak Nah



(Sumber: Usaha Adee Kak Nah)

Gambar 4.1 menjelaskan bahwa perusahaan ini dipimpin oleh seorang pimpinan/owner dan memperkerjakan sebanyak 35 orang karyawan yang memiliki bidang masing-masing seperti pada bagian pengupas kelapa sebanyak 6 orang yang terdiri dari laki-laki, devisi pengolahan bahan sebanyak 22 orang terdiri dari perempuan dan terakhir devisi dapur sebanyak 7 orang yang terdiri dari laki-laki.

4.1.3 Karyawan Usaha Kue Adee Kak Nah

Karyawan dalam produksi Kue Adee Kak Nah ini terdiri dari seorang pimpinan atau owner dan mempekerjakan 35 orang karyawan yang memiliki bidang masing-masing yang terdiri dari 22 perempuan dan 13 laki-laki.

Adapun jumlah karyawan dan jenis kegiatan karyawan pada usaha produksi Kue Adee Kak Nah dapat dilihat pada tabel 4.1

Tabel 4.2
Jumlah karyawan dan jenis kegiatan karyawan pada usaha produksi Kue Adee Kak Nah

Jenis pekerjaan	Laki-laki	Perempuan
Devisi Kupas kelapa	6	
Devisi Pengolah bahan		22
Devisi Dapur	7	
Jumlah	13	22

(Sumber: Usaha Adee Kak Nah)

Karyawan pada usaha produksi Kue Adee Kak Nah hampir semuanya dari ibu rumah tangga dan umurnya pun berkisar dari 25 tahun sampai 45 tahun. Status perkawinan karyawan usaha kue adee kak nah ada yang sudah menikah dan juga belum menikah. Mereka berkerja mulai pukul 09.00 WIB dan sampai pukul 20.00 WIB. karyawan Usaha Kue Adee Kak Nah ada yang mulai bekerja semenjak usaha tersebut dibuka dan ada juga yang baru saja bergabung.

4.1.4 Visi dan Misi

Untuk menunjang usahanya industri rumahan Kue Adee Kak Nah memiliki visi dan misi sebagai berikut:

1. Visi

Kue Adee Kak Nah unggul dalam cita rasa, higienis, tanpa bahan pengawet serta menjadi ikon Pidie Jaya.

2. Misi

- a. Meningkatkan daya saing di pasar lokal maupun nasional.
- b. Meningkatkan hasil produksi dengan mengandalkan bahan baku lokal, halal dan higienis.
- c. Meningkatkan kesejahteraan para pekerja.
- d. Menjalinkan kerja sama dengan instansi pemerintah.

4.2 Pembahasan Penelitian

4.2.1 Strategi Manajemen Bisnis Usaha Kuliner Adee Kak Nah di kecamatan Meureudu.

Strategi manajemen bisnis usaha adee kah Nah meliputi 4 komponen, yaitu *planning, organizing, actuating dan controlling*.

1. *Planning* (Perencanaan)

Menurut Henry Fayol (2010) Perencanaan dapat diartikan sebagai suatu proses untuk menentukan tujuan serta sasaran yang ingin dicapai dan mengambil langkah-langkah strategis guna mencapai tujuan tersebut. Melalui perencanaan seorang manajer akan dapat mengetahui apa saja yang harus dilakukan dan bagaimana cara untuk melakukannya.

Pada fungsi manajemen perencanaan, perencanaan awal yang dilakukan oleh pihak Usaha Kue Adee Kak Nah adalah memproduksi kue Adee yang sesuai dengan pesanan pelanggan supaya tidak menyebabkan produksi yang berlebihan. Hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas kue adee tetap terjaga dan selalu baru, dan menghindari kue adee menjadi basi apabila tidak laku. Kue Adee bisa disimpan selama 2 sampai 3 hari pada suhu ruangan, apabila dimasukan kedalam kulkas kue Adee bisa bertahan selama seminggu. Pada masa pandemi ini, target dari produksi Usaha Kue Adee Kak Nah adalah mempertahankan penjualan saja, dikarenakan pada masa pandemi covid-19 penjualan kue adee turun drastis diakibatkan kurangnya daya beli masyarakat.

Hasil wawancara dengan Manajer yakni Ummi Yati Rizky mengatakan “Untuk perencanaan sekarang, kita hanya mengerjakan apa yang sudah kita *planning* di awal, memproduksi Adee sesuai pesanan saja dikarenakan pada masa covid-19 penjualannya menurun, dan Untuk target kita hanya mempertahankan penjualan, apalagi akibat pandemi sekarang, jadi penjualan sangat turun drastic, jadi untuk masalah target, untuk mempertahankan penjualan saja sudah Alhamdulillah” (Ummi Yati Rizky: 2021)

Pada tahun 2019, terjadinya pandemi covid-19, akibat dari pandemi ini terjadinya penurunan produksi akibat dari bekurangnya pembeli, yang sebelumnya jumlah memproduksi adee 800-1000 loyang perhari, akan tetapi sekarang hanya memproduksi sekitar 400-500 loyang per hari. Hal ini juga mengakibatkan penurunan pendapatan yang membuat gaji pegawai ikut dikurangi dari yang

sebelum pandemi jumlah gaji pegawai sekitar Rp800.000 sampai Rp1.000.000 perminggu, kini hanya bisa sampai Rp400.000 sampai Rp600.000 perminggu. Hal ini dilakukan agar dapat tetap mempertahankan jalannya usaha dan tetap bisa mempertahankan pegawai tanpa adanya PHK.

Untuk mempertahankan penjualan kue adee, Usaha Kue Adee Kak Nah menjaga rasa dan kualitas produk yang bagus, dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan. Di masa pandemi ini pun pemilik usaha tetap berusaha sebaik mungkin untuk tetap mempertahankan karyawan dengan tidak melakukan PHK walaupun pendapat penjualan kue Adee berkurang, akan tetapi alternatif yang dilakukan untuk menjaga keseimbangan usaha dengan mengurangi gaji karyawan. Perencanaan pada usaha kue adee juga mengarahkan semua sumberdaya untuk mencapai tujuan, baik dari sumber daya manusia maupun dari produk yang dihasilkan.

2. *Organizing (Pengorganisasian)*

Menurut Terry (2012) pengorganisasian merupakan kegiatan dasar dari manajemen dilaksanakan untuk mengatur seluruh sumber-sumber yang dibutuhkan termasuk unsur manusia, sehingga pekerjaan dapat diselesaikan dengan sukses.

Manajemen pengorganisasian dalam Usaha Kue Adee Kak Nah melibatkan pemilik usaha dan karyawan. Karyawan pada Usaha Kue Adee Nah sebanyak 35 orang yang didominasi oleh perempuan. Dalam merekrut karyawan, pemilik usaha hanya menerima saudara dan masyarakat terdekat khususnya masyarakat meureudu, dan tidak ada kriteria khusus dalam menyeleksi

karyawan, karena tujuan direkrutnya saudara dan masyarakat sekitar untuk membantu ekonomi masyarakat sekitar dan saudara terdekatnya. Karyawan yang telah diterima akan diberi bimbingan terlebih dahulu sebelum bekerja, seperti dibimbing cara bagaimana membuat Adee yang enak dan terjaga kualitasnya (Umami Yati : 2021).

Untuk menjaga hubungan antara berbagai fungsi dan faktor-faktor fisik yang ada dalam usaha Kue Adee Kak Nah, Adee Kak Nah membagi tugas antara karyawan yang satu dengan yang lainnya agar setiap karyawan memiliki fokus sendiri dengan tugas yang mereka terima. Jadi proses yang ada tidak terganggu dengan banyaknya pesanan (Umami Yati : 2021).

Pembayaran upah yang diberikan kepada karyawan ditentukan dengan jumlah kue Adee yang dicetak oleh karyawan dan pembayaran upah akan dilakukan dalam seminggu sekali yaitu pada setiap hari senin. Hal ini dilakukan supaya dalam seminggu karyawan mendapatkan pendapatan tanpa harus menunggu lama (Karyawan 7, 2021).

Komunikasi yang terjalin antara pemilik dan karyawan bisa dikatakan sangat lancar, karena pemilik usaha kue adee selalu berkomunikasi langsung dengan karyawan. Apabila muncul suatu masalah, maka pemilik usaha akan menegur langsung karyawan yang menyebabkan masalah, akan tetapi apabila karyawan tersebut masih juga sering melakukan kesalahan, tindakan yang diambil oleh pemilik usaha dengan memberhentikan karyawan tersebut. (Karyawan 4 : 2021)

Dalam pengambilan keuntungan, semua tempat harganya sama dan penjual Kue Adee Kak Nah tidak mengambil keuntungan diluar batas yang di tentukan oleh pihak Kue Adee Kak Nah, jadi para penjual bersaing secara sehat, tanpa danya kecurangan atau persaingan harga antar penjual. Saat ada pembeli yang membeli banyak Kue Adee Di Adee Kak Nah untuk di jual kembali, mereka akan memberi harga lebih murah, harga adee yang ukuran kecil seharga Rp17.000 dan kue adee yang ukuran besar seharga Rp27.000, sedangkan saat dijual Kembali yang ukuran kecil seharga Rp23.000 dan yang ukuran besar seharga Rp35.000. berarti penjual mengambil keuntungan untuk kue Adee yang kecil sekitar Rp6.000 dan untuk kue Adee yang besar sekitar Rp8.000. (Umy Yati, 2021)

3. Actuating (Pelaksanaan)

Pergerakan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seorang manajer dan karyawan untuk mengawali dan melanjutkan kegiatan yang ditetapkan oleh unsur perencanaan dan pengorganisasian agar tujuan-tujuan dapat tercapai. Actuating adalah menggerakkan dan memberikan perintah-perintah melakukan kerja terhadap seluruh bawahan untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi (Terry, 2012)

Pada tahap *Actuating*, pemilik usaha akan membimbing setiap karyawan dalam melakukan setiap tugasnya, mulai dari bekerja tepat waktu, menyelesaikan masalah internal antar karyawan, dan menyelesaikan penyelewengan yang terjadi ditempat kerja. Arahan yang diberikan serta merta untuk

keberlangsungan usaha terjalin teratur dan aman. Dari bimbingan dan arahan menyebabkan setiap karyawan mengetahui tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Arahan yang diberikan pada karyawan adalah bimbingan prakerja dan bimbingan setelah bekerja. Pemilik Adek Nah juga memberikan motivasi kepada setiap karyawan. Motivasi yang diberikan berupa kenyamanan kerja, kenyamanan beribadah, dan *reward* dari hasil bekerja maksimal.

Dasi hasil wawancara dengan Manajer Usaha Adek Nah mengatakan “saya akan memberikan motivasi, apalagi dalam bekerja pasti ada masalah internal seperti masalah antar karyawan atau ada penyelewengan, itu akan saya selesaikan secara langsung agar tidak mempengaruhi kinerja mereka.”

Karyawan 5 selaku karyawan Adek Nah juga mengatakan bahwasannya dalam bekerja mereka harus tepat waktu. Dan apabila ada masalah yang terjadi pemilik akan menyelesaikan langsung masalah tersebut. Untuk arahan apa yang harus dilakukan sudah dijelaskan diawal melamar pekerjaan sehingga tidak ada arahan khusus setiap hari dikarenakan setiap karyawan sudah paham apa yang harus dikerjakan.

Karyawan 6 juga mengatakan bahwa semua aturan sudah dijelaskan diawal bekerja, bahwa bekerja harus tepat waktu dan bagi karyawan laki-laki jam bekerja lebih telat dibandingkn dengan karyawan perempuan karna tugas karyawan laki-laki memanggang kue setelah adonan diolah oleh karyawan perempuan dan mereka juga dibayar dengan jumlah produksi kue Adek Nah yang dipanggang.

4. *Controlling* (Pengawasan)

Pengawasan adalah salah satu fungsi dalam manajemen untuk menjamin agar pelaksanaan kerja berjalan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan dalam perencanaan. *Controlling* adalah upaya agar tindakan yang dilaksanakan terkendalikan dan sesuai dengan instruksi, rencana, petunjuk, pedoman serta ketentuan-ketentuan yang telah disepakati bersama. Pengendalian atau pengawasan pelaksanaan bisnis pada hakekatnya dilaksanakan untuk mengawasi dan mengetahui sampai di mana usaha bisnis yang sudah dilakukan oleh tiap pelaksana bisnis sejalan dengan tugas-tugas yang telah diberikan (Akhmad Nur Zaroni, 2007)

Dalam melakukan *controlling*, setiap hari Manajer Usaha Adee Kak Nah memantau karyawan melalui CCTV, dan Manajer Usaha Kue Adee Kak Nah selalu melakukan pengawasan secara langsung dengan menghampiri karyawan dalam setiap proses produksi, guna melihat hambatan-hambatan saat bekerja sehingga apabila dalam proses produksi ada yang kurang tepat, pemilik Usaha Kue Adee Kak Nah dapat langsung memberikan arahan, sehingga kesalahan dalam proses produksi dapat diminimalisasi dan hambatan-hambatan yang timbul bisa diselesaikan dengan cepat. Jika Permasalahan yang timbul dalam bekerja yang disebabkan oleh karyawan akan dipanggil secara langsung dan diberikan peringatan dan apabila kesalahan tersebut terus dilakukan maka karyawan yang bersangkutan akan diberhentikan. Pengontrolan dilakukan untuk meminimalisir terjadinya masalah-masalah dalam bekerja. Umami Yati (2021)

Dasi hasil wawancara dengan Manajer Usaha Adee Kah Nah menyatakan, Apabila karyawan melakukan kesalahan maka akan saya panggil secara langsung untuk menegurnya dan apabila kesalahan tersebut terus-menerus dilakukan maka akan saya keluarkan supaya bisa menjadi pelajaran bagi yang lainnya. Ummi Yati (2021)

Karyawan 2 juga mengatakan apabila ada karyawan terus-menerus terlambat maka akan kena sanksi pemotongan gaji atau dipecat. Karyawan 3 juga mengatakn selama 12 tahun bekerja di usaha kue Adee Kak Nah ada beberapa karyawan yang dipecat dengan alasan terus-menerus terlambat dan tidak menghimbau teguran dari atasan.

4.2.2 Strategi manajemen bisnis pada usaha kuliner Adee Kak Nah di kecamatan Meureudu dalam perspektif Ekonomi Islam

Perencanaan pada dasarnya adalah proses pengambilan keputusan bagaimana masa depan organisasi dan bagaimana organisasi tersebut akan mencapai tujuannya. Pengorganisasian adalah seperangkat kegiatan yang diterapkan untuk membangun hubungan fungsional antar komponen organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan Diantaranya adalah pendelegasian pekerjaan, pengelompokan, pengaitan dan penentuan tugas individu, metode kerja, wewenang dan tanggung jawab secara tepat. Dengan demikian semua sumber daya dapat diberdayakan dan saling bekerjasama sehingga dapat beroperasi secara keseluruhan secara optimal.

Pergerakan adalah manajer mendayagunakan secara efisien sumber daya manusia, membimbing dan mengkoordinasikan personil dalam menyelesaikan tugas mereka masing-masing, yang mencakup komunikasi dua arah antara manajer dan karyawan, motivasi karyawan, dengan pemantauan dan penilaian kerja terus-menerus. Pengawasan adalah mengendalikan proses yang kompleks dan berkelanjutan yang melibatkan sejumlah besar aktivitas yang berorientasi pada analisis dan pengecekan apakah pelaksanaannya berjalan sesuai rencana, mengidentifikasi kemungkinan penyimpangan dan menghilangkan penyimpangan tersebut dalam setiap proses organisasi. W. Byrnes (2009)

Islam memiliki tiga pilar yaitu tauhid, syariah dan akhlak. Tauhid adalah keyakinan dasar umat Islam itu Berarti pembentukan Kesatuan Allah. Syariah dapat digambarkan sebagai kode etik Muslim berdasarkan Al-Qur'an dan Hadis. Akhlak mengacu pada praktik kebajikan, moralitas dan tata krama.

Paradigma Tauhid dapat mengatasi masalah integrasi dalam organisasi dan memberikan pemahaman intelektual tentang kesatuan penciptaan dan eksistensinya. Dalam ekonomi, tauhid berimplikasi adanya kemestian setiap kegiatan ekonomi untuk bertolak dan bersumber dari ajaran Allah. Dalam usaha kue Adee kak Nah, pilar tauhid tercermin dari pemberian waktu ibadah, Ketika waktu shalat datang maka para karyawan di berikan waktu sekitar 30 menit atau disesuaikan untuk melaksanakan shalat. Dalam hal produksi, distribusi juga sudah

sesuai dengan prinsip Islam tidak ada unsur riba dan tidak unsur pemaksaan dalam praktek jual-beli.

Sebuah studi yang dilakukan oleh Sharif dan Ismail (2011) menyimpulkan bahwa transformasi sistem manajemen syariah dalam paradigma Tauhid menyelaraskan semangat Tauhid (Ketuhanan) dengan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan. Fungsi manajerial terintegrasi dengan dunia dan akhirat (al-Akhirah) dan (Al-Duniya). Dengan kesadaran spiritual ini, sistem manajemen yang terus berkembang dan berkelanjutan akan mencapai misi dan tujuan perusahaan dengan menerapkan nilai-nilai saling memperkuat yang disebut sebagai mengajak kepada kebaikan dan pencegahan kejahatan.

Paradigma Syariah dalam etika bisnis terdapat pada prinsip ekonomi islam bahwa Islam tidak membatasi bentuk dan macam usaha bagi seseorang dalam memperoleh harta, dan Islam tidak membatasi kadar banyak atau sedikit hasil yang dicapai oleh usaha seseorang. Hukum dasar bemuamalah dalam Islam adalah boleh melakukan segala macam usaha asalkan tidak ada dalil yang melarangnya. Setiap orang leluasa melakukan usaha dengan sekuat tenaga untuk mebcapai hasil sebanyak mungkin yang dapat dicapai. Didalam berbisnis kejujuran juga merupakan suatu nilai etika yang mendasar dalam Islam.

Pada Usaha Kue Adee Kak Nah, sikap kejujuran ditunjukkan pada setiap transaksi, pemilik usaha bersikap jujur pada produk yang dijual dengan menjaga kualitas kue Adee sehingga konsumen tidak merasa tertipu dengan produk yang

dibeli. Sikap keadilan dan transparansi juga bisa dilihat dari metode pembayaran gaji pegawainya, gaji yang diberikan kepada pegawai sesuai dengan jumlah Adee yang di produksi oleh pegawai dan pembayaran juga dilakukan setiap minggu. Perjanjian sistem pembayaran gaji pegawai sudah dilakukan diawal kontrak kerja sehingga tercerminnya sikap transparansi antar kedua belah pihak.

Dari segi pengambilan keuntungan, semua tempat harganya sama dan penjual Kue Adee Kak Nah tidak mengambil keuntungan diluar batas yang di tentukan oleh pihak Kue Adee Kak Nah, jadi para penjual bersaing secara sehat, tanpa adanya kecurangan atau persaingan harga antar pejual. Hal ini tercermin kejujuran dari pihak penjual

Paradigma akhlak merupakan pilar yang ketiga dalam Islam. Dimana akhlak tercermin dari sikap dan perilaku seseorang. Wujud dari akhlak yang baik dalam berbisnis tercermin dalam terbangunnya transaksi yang fair dan bertanggung jawab. Sikap fair dan bertanggung jawab dalam bisnis Usaha Kue Adee Kak Nah ditunjukkan apabila terdapat kue Adee yang tidak laku sehingga menjadi basi, maka kerugian akan ditanggung bersama antara pemilik usaha dengan penjual kue Adee.

Islam mengintegrasikan praktik keagamaan dalam kegiatan bisnis dengan ibadah pribadi. Menggabungkan praktik- praktik ini dengan niat baik disebut ibadah. seperti keuangan Islam, sertifikasi halal, motivasi Islam dalam pekerjaan, pendidikan Islam, Islam

Pelatihan bisnis, jaringan syariah (jemaah), pembayaran zakat, kejujuran, niat baik (niyyah), dedikasi, kreativitas, optimisme, Komitmen, kegigihan dan kerja keras. Pelaksanaan aturan Islam dalam dunia bisnis dan manajemen pada suatu organisasi bertujuan untuk mencapai al-falah (kesuksesan di dunia ini dan akhirat). G. M. Mohiuddin (2012)

Implementasi *Planning* dalam nilai-nilai Islam yang terkandung dalam Al-Qur'an terhadap prinsip manajemen terhadap pentingnya suatu perencanaan, terdapat dalam Al Qur'an. Di antaranya adalah Q.S. Surat Al Hasyr ayat 18:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ۖ اتَّقُوا اللَّهَ ۖ وَتَتَنظَّرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan” (Q.S. Al Hasyr[59]:18).

Dalam tafsir Abu Yahya (2016) mengatakan bahwa ayat ini merupakan asas introspeksi diri, dan sepatutnya seorang hamba memeriksa amal yang dikerjakannya. Ketika melihat ada yang cacat maka disusul dengan mencabutnya dan berusaha menjauhi hal-hal yang bisa menyebabkan melakukan kecacatan itu. Sayyid Quthb (2003) menambah renungan terhadap hal yang telah kita lakukan itu pasti akan menyadarkan hamba tentang tempat-tempat kelemahannya, tempat-tempat kekurangannya, dan tempat-tempat kelengahannya. Dengan mengetahui hal-hal tersebut maka kita bisa

melakukan perbaikan terhadap diri atau organisasi kita pada masa yang akan datang.

Dari ayat diatas bisa diperhatikan bahwasannya Allah menyuruh setiap umatnya untuk selalu merencanakan apa yang ingin kita lakukan kedepan supaya lebih terarah, seperti strategi manajemen yang dilakukan oleh pemilik Usaha Adee Kah Nah bahwasannya dalam mengambil keputusan selalu melakukan perencanaan yang matang, mulai dari memiliki tujuan didirikan usaha adee sampai kepada produk yang diperjual belikan. Produk yang diperjual belikan memiliki kualitas yang baik sehingga konsumen tidak merasa tertipu dengan produk yang dibeli. Kejujuran menjadi hal yang wajib ada dalam setiap jiwa pemilik dan karyawan di Adee Kak Nah.

Proses *Organizing* yang menekankan pentingnya tercipta kesatuan dalam segala tindakan sehingga tercapai tujuan juga telah dicontohkan di dalam Al Qur'an. Firman Allah dalam Q.S An-Nisa' ayat 58 :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا ۚ وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا ۙ بَصِيرًا

Artinya: *“Sungguh Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum diantara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh Allah sebaik-baik yang memberikan pengajaran kepadamu, Sungguh Allah maha mendengar lagi maha melihat”. (Q.S. An-Nisa’[3]:58).*

Ibnu Katsir (2003) dalam menafsirkan ayat ini menyatakan Allah mengabarkan bahwa Dia memerintahkan untuk menunaikan amanat kepada ahlinya. *Organizing* ini merupakan fungsi manajemen yang bertujuan untuk memberikan tugas-tugas kepada orang yang tepat. Fungsi ini akan berpengaruh besar terhadap keberhasilan suatu kegiatan manajemen. Jika tugas itu tidak diberikan kepada orang yang ahlinya, maka tentu saja orang itu tidak akan bisa menyelesaikan tugas itu secara maksimal. Dalam Al Quran banyak ayat yang memberikan gambaran bahwa memang seharusnya kita memberikan tugas kepada orang yang ahli dalam bidangnya

Dalam menjalankan fungsi *organizing* dalam manajemen, bahwa tugas yang akan diberikan harus sesuai dengan kesanggupannya dan sesuai dengan tugas yang telah ditetapkan. Dalam bisnis melibatkan banyak pihak, terdiri dari pemilik, karyawan dan konsumen. Dalam pengorganisasian Usaha Kue Adee Kah Nah yang melibatkan semua pihak, setiap dari mereka melakukan tugas dan kewajiban sesuai yang telah ditetapkan. Bahkan sebelum mulai bekerja, setiap karyawan akan dibimbing terlebih dahulu. Pembimbingan bertujuan untuk tercapainya pengorganisasian yang baik, karena pengorganisasian yang baik akan menghasilkan hasil usaha yang tepat sasaran. Organisasi dinyatakan efektif apabila tujuan anggota organisasi dan organisasi memiliki tujuan yang sama.

Implementasi *Actuating* tertuang dalam Q.S. As-Shaff : 2-3, menjelaskan tentang pedoman dasar terhadap proses

pembimbingan, pengarahan ataupun memberikan peringatan dalam bentuk *actuating* ini. Q.S. As-Shaff : 2-3

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ . كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ .الصف:

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman, mengapa kamu mengatakan apa yang tidak kamu kerjakan. Amat besar kebencian disisi Allah bahwa kamu mengatakan apa-apa yang tidak kamu kerjakan”*. (Q.S. As-Shaff[61]:2-3)

Dalam tafsir Ibnu Katsir (2003) dikatakan bahwa ini merupakan pengingkaran terhadap orang yang menjajikan sesuatu, lalu ia tidak memenuhinya. Oleh karena itulah maka ada sebagian dari ulama’ salaf berpendapat atas dalil ayat ini bahwa diwajibkan bagi seseorang menunaikan apa yang telah dijanjikannya secara mutlak tanpa memandang apakah yang dijanjikannya itu berkaitan dengan kewajiban atautkah tidak. Dalam surat tersebut diterangkan bahwa Allah sangat benci terhadap orang yang mengatakan apa yang tidak ia kerjakan.

Jika ditarik ke dalam ilmu manajemen maka yang dimaksud orang yang mengatakan apa yang tidak ia kerjakan, makna kontekstualnya bisa diartikan sebagai orang yang hanya bisa merencanakan saja tanpa adanya realisasi terhadap perencanaan tersebut. Dalam ayat ini juga digambarkan bahwa Allah membenci orang tersebut, kita bayangkan saja bagaimana reaksi seorang manajer atau pimpinan yang mengetahui ada salah satu dari karyawannya tidak melaksanakan tugas sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Sehubungan dengan melaksanakan tugas

dengan baik, hendaknya seorang mukmin melakukannya dengan sungguh-sungguh.

Memberikan bimbingan dan arahan tugas merupakan hal pokok yang harus dilaksanakan oleh pimpinan dalam menciptakan suasana kerjasama dalam sebuah tim untuk mencapai tujuan organisasi. Selain itu juga memberikan apresiasi atas keberhasilan dan memberikan peringatan akan potensi kegagalan apabila tidak melaksanakan kegiatan sebagaimana yang telah direncanakan. Dalam Usaha Adee Kak Nah, pemilik usaha membimbing setiap karyawannya untuk bekerja tepat waktu, bersikap jujur dan bekerja sesuai dengan porsinya masing-masing. Pemilik usaha juga selalu berusaha memotivasi karyawan, bahkan pada masa *covid-19* dimana penjualan menurun, pemilik usaha tetap berusaha untuk mempertahankan para karyawan tanpa ada karyawan yang di PHK. Apabila terjadi suatu perselisihan dalam kegiatan usaha maka pemilik Usaha Adee Kak Nah akan memperingati secara langsung karyawannya. Pentingnya sikap saling menghormati dan mengingatkan dalam manajemen *actuating* guna melaksanakan tugas agar terlaksana dengan efektif dan efisien, karena peran semua komponen sangat berpengaruh dan saling mempengaruhi dalam tercapainya tujuan.

Pada fungsi manajemen *Controlling* implementasinya terdapat dalam pengawasan yang bersifat transendental, maka akan muncul *inner dicipline* (tertib diri dari dalam). Mengenai fungsi pengawasan, Allah SWT berfirman di dalam Q.S Al-Isra' : 13

وَكُلَّ إِنْسَانٍ أَلْزَمْنَاهُ طَائِرَهُ فِي عُنُقِهِ ۗ وَنُخْرِجُ لَهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ كِتَابًا يَلْقَاهُ مَنْشُورًا

Artinya: *“Tiap-tiap manusia itu telah kami ditetapkan amal perbuatannya (sebagaimana tetapnya kalung) pada lehernya. Kami keluarkan baginya pada hari kiamat suatu kitab yang dijumpainya terbuka.” (Q.S Al-Isra’[17]:13).*

Dalam menafsirkan ayat ini Sayyid Quthb (2003) menyatakan bahwa ini adalah sebuah kata kiasan tentang ketetapan amal setiap manusia, seolah amal perbuatannya menempel pada lehernya, untuk menggambarkan bahwa setiap amalnya akan menyertai dirinya dan tidak akan terlepas dengannya

Di ayat tersebut digambarkan bahwa setiap catatan tentang semua yang dikerjakan oleh seorang hamba dikalungkan pada leher mereka masing-masing. Dalam gambaran ini Allah benar-benar melakukan pengawasan secara terus menerus tanpa adanya keteledoran sedikitpun, sehingga apabila nantinya diminta pertanggungjawaban sang hamba tak dapat lagi mengelak. Allah melakukan pengawasan terhadap para hamba-Nya yang nantinya akan dimintai pertanggungjawaban atas apa yang telah dikerjakan.

Allah selalu mengawasi apa yang dilakukan oleh hambanya, setiap perbuatan kita akan memberikan akibat kepada diri kita sendiri, perbuatan baik akan mendapatkan rahmat Allah dan perbuatan yang buruk akan diberikan kesusahan kepada diri kita. *Controlling* dalam Usaha Adee Kah Nah yang dilakukan pemilik usaha adee kak nah yaitu memantau karyawan melalui CCTV, dan terkadang mengawasi secara langsung dengan menghampiri

karyawan guna melihat hambatan-hambatan saat bekerja. Jika ada masalah yang timbul dalam bekerja maka karyawan akan dipanggil secara langsung dan diberikan peringatan dan apabila kesalahan tersebut terus dilakukan maka karyawan yang bersangkutan akan diberhentikan.

Pengawasan dilakukan agar dapat meminimalisir kesalahan yang mungkin akan timbul, dan untuk meluruskan suatu masalah yang terjadi dan mengoreksi kesalahan-kesalahan yang timbul. Adanya pengawasan dapat memperkecil timbulnya hambatan. Hambatan yang telah terjadi agar dapat segera diketahui yang kemudian dapat dilakukan pbaikannya. Pengawasan harus selalu dilakukan untuk memastikan apa yang telah dikerjakan, jangan sampai apa yang dilakukan menyalahi atau berbeda dengan aturan yang ada. Dengan adanya pengawasan ini diharapkan mampu untuk mengurangi kesenjangan-kesenjangan yang ada.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan :

1. Strategi manajemen bisnis dalam melaksanakan fungsi manajemen pihak Usaha Adee Kah Nah meliputi 4 komponen, yaitu *planning, organizing, actuating dan controlling* adalah dengan memproduksi adee sesuai dengan pesanan supaya tidak berlebihan sehingga kualitas adee tetap terjaga. Karyawan yang telah diterima akan diberi bimbingan terlebih dahulu sebelum bekerja, seperti dibimbing cara membuat adee yang enak dan terjaga kualitasnya, dan Upah yang dibayarkan kepada karyawan sesuai dengan jumlah adee yang diproduksi dan setiap karyawan akan dibayar perminggu. Pemilik usaha juga membimbing setiap karyawan dalam melakukan setiap tugasnya, mulai dari bekerja tepat waktu, menyelesaikan masalah internal antar karyawan, dan menyelesaikan penyelewengan yang terjadi ditempat kerja dan juga mengawasi langsung karyawannya dan menegur langsung apabila terjadi kesalahan yang dilakukan oleh karyawan.
2. Islam memiliki tiga pilar yaitu tauhid, syariah dan akhlak. Paradigma Tauhid dalam Usaha Kue Adee Kak Nah tercermin dari pemberian waktu untuk ibadah, Produksi, distribusi juga sudah sesuai dengan prinsip Islam tidak ada unsur riba dan tidak unsur pemaksaan dalam praktek jual-beli. Paradigma Syariah pada Usaha Kue Adee Kak Nah,

adanya sikap kejujuran dan transparansi ditunjukkan pada setiap transaksi dan pemberian gaji. Paradigma akhlak ditunjukkan dengan sikap bertanggung jawab, apabila ada kue Adee yang tidak laku atau basi maka kerugian akan di tanggung bersama.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Usaha Kue Adee Kak Nah agar lebih menjaga mutu barang sehingga ke depannya tidak terjadi lagi hal yang membuat pembeli kecewa contohnya Kue Adee Kak Nah cepat basi atau tidak tahan lama. Dan usaha Kue Adee Kak Nah agar lebih memikirkan target kedepannya agar usaha tetap bertahan dan berkembang.
2. Usaha Kue Adee Kak Nah kedepannya agar dapat memperhatikan karyawan dalam bekerja, seperti membagi waktu karyawan seperti sift pada setiap karyawan, dan menjaga agar karyawan tetap nyaman bekerja. Dan usaha Kue Adee Kak Nah agar memiliki struktur yang jelas agar perusahaan lebih tertata.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Rafiki and K. A. Wahab, (2014), “*Islamic values and principles in the organization: A review of literature*,” *Asian Soc. Sci.*, vol. 10, no. 9, pp. 1–7.
- Abdul Mannan, (2012). *Aswaja Akidah Umat Islam Indonesia*, Kediri : PP.
- Abdul Rivai, dan Darsono Prawironegoro, (2015), *Manajemen Strategis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ahmad Ibrahim Abu Sinn, (2008). *Manajemen Syariah Sebuah Kajian Historis dan Kontemporer*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada., Ed. 1-2.
- Akhamad Nur Zaroni. (2007), *Bisnis dalam Perspektif Islam*, *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. IV, No. 2.
- Alim, Muhammad. (2011). *Pendidikan Agama Islam: Upaya Pembentukan Pemikiran dan Kepribadian Muslim*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Amin, A. Riawan dan Tim PEBS FEUI, (2010), *Menggagas Manajemen Syariah; Teori dan Praktik The Celestial Management*, Jakarta: Selemba Empat.
- Amin, A. Riawan, (2004), *The Celestial Management*, Jakarta: Senayan Abadi Publishing.
- Amir, Taufik M. (2011), *Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi*, Jakarta : Rajawali Pers.
- Arifin, Johan, (2009), *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press.
- Assauri, Sofjan, (2013), *Strategic Management: Sustanble Competitive Advantage*, Jakarta: Rajawali Press.
- Budiyanto, M. E. (2013), *Sistem Informatisi Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

- David A. (2013), *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi 8. Jakarta: Salemba Empat.
- Departemen Pendidikan Nasional (DPN), (2006), *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga, Jakarta: Balai Pustaka.
- Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung, (2003), *Manajemen Syariah dalam Prkatik*, Jakarta : Gema Insani.
- Djalaluddin, Ahmad. (2007). *Manajemen Qur'ani; Menerjemah Ibadah Ilahiyah dalam Kehidupan*. Malang: Malang Press.
- Eeng Ahmad dan Epi Indriani, (2007). *Bimbingan Kompetensi Ekonomi*, Bandung: Grafindo Media Pratama.
- Faisal, Sanafiah. (2007), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Fathom, Abdurrahman. (2011), *Metodelogi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Fayol, Henry. (2010). *Manajemen Public Reliation*. Jakarta : PT. Elex Media.
- Fuad Riyadi, (2015), *Urgensi Manajemen Dalam Bisnis Islam, Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol. 3, No. 1.
- G. M. Mohiuddin, (2012), "Management views in Islamic literature: A conceptual analysis on the way of new management dimension," *Int. J. Manag.*, vol. 3, no. 2.
- George R. Terry dan Leslie W. Rue. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen (Principles Of Management)*. Ter. G.A. Ticoalu. Jakarta : Bumi Aksara.
- H Malayu Hasibuan, (2006). *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta: Bumi Angkasa, Ed Revisi.
- Hadari Nawawi, (2014), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Gadjah Mada Yogyakarta.
- Hakim Abdul, (2014), *Dinamika Manajemen Sumber daya Manusia Dalam Organisasi*, Semarang, EF Press Digimedia.

- Hasan, Ali, (2009), *Manajemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hendiansyah, Haris, (2010), *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Heri Sudarsono, (2002), *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Ekonisia.
- Idrus, M. (2009), *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Erlangga.
- Irhami Fahmi. (2013), *Kewirausahaan : Teori, Kassa dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Ismail Solihin. (2009). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Johan, Suwinjo, (2011). *Studi Kelayakan Manajemen Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kasir, Ibnu, (2003). *Tafsir Ibnu Kasir*, Bogor: Pusataka Imam As-Syafi'I, Jilid 2.
- M. bukhari, dkk, (2005). *Azaz – Azaz Manajemen*. Yogyakarta : Aditya Media.
- M. Ismail Yusanto & M. Karabet Widjajakusuma, (2002). *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta : Gema Insani Press.
- M.A. Athoilah, (2010). *Dasar-dasar Manajemen*. Bandung : C.V Pustaka Setia.
- Manullang, M., (2013). *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Pt Indeks.
- Manullang. (2002). *Dasar-Dasar Manajemen*, Penerbit Ghalia Indonesia.
- Mariono, dkk., (2008). *Manajemen dan Kepemimpinan Pendidikan Islam*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Marwan, Abu Yahya bin Musa. (2016). *Tafsir Al-Quran Hidayatul Insan, tafsir Al-Quran Al-karim*, www.tafsir.web.id, jilid 4
- Mesiono, (2019). *Islam dan Manajemen*. Medan: Perdana Publishing.

- Moleong, Lexy J., (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Roskarya.
- Muhammad, (2004). *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Mulyadi Nitisusastro. (2009). *Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta.
- Muslich, (2004). *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta : Ekonesia.
- Nanang Fatah. (2008). *Landasan Manajemen Pendidikan*, Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Nova Yanti Maleha, (2016). *Manajemen Bisnis Dalam Islam*, Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 1 No. 2.
- Nurotul Faizah, Fita, (2015). *Analisis Strategi Manajemen Bisnis Islam Pada Umkm Mekar Abadi Kabupaten Grobogan*, Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Walisongo Semarang.
- Nuryadin, Asli. (2012). *Manajemen Perusahaan*. Yogyakarta : Laksbang.
- Pearce Robinson, (2008). *Manajemen Strategi Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Jilid 1 Jakarta Binrupa Aksara.
- Prastuti, T. (2014). *Analisis Manajemen dalam Optimalisasi Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Luwu Timur*. Skripsi. Makasar : Universitas Hasanuddin.
- Prof. Dr. H. Engkoswara Dan Dr. Hj. Aan Komariah, M.Pd., (2012). *Administrasi Pendidikan*. Bandung : ALFABETA.
- Quthb, Sayyid. (2003). *Tafsir Fi Zhilali Quran* , Jakarta: Gema Insani Press, Jilid 11
- Quthb, Sayyid. (2003). *Tafsir Fi Zhilali Quran* , Jakarta: Gema Insani Press, Jilid 7.
- Rachmat, (2014). *Manajemen Strategik*. Bandung: Cv Pustaka Setia, Cet. Ke- 1.

- Ramayulis, (2008). *Ilmu Pendidikan Islam*, Jakarta: Kalam Mulia.
- Rangkuti, Freddy, (2015). *Analisis Swot : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rivai, Veithzal, Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda Arfa. (2012). *Islamic Business and Economic Ethics; Mengacu Pada Al-Qur'an dalam Bisnis, Keuangan, dan Ekonomi*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Saefullah, (2012). *Manajemen Pendidikan Islam*, Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sedarmayanti. (2014). *Manajemen Strategi*, Bandung: Pt Refika Aditama.
- Siagian, Sondang P., (2004). *Manajemen Stratejik*, Jakarta: Pt Bumi Aksara.
- Subandi, Agus. (2009). *Ekonomi Pembangunan*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Syafarudin dan Irwan Nasution. (2005). *Manajemen Pembelajaran*, Jakarta: Quantum Teaching.
- Syafiie, (2002). *Al-Qur'an Dan Ilmu Administrasi*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Terry, George R. (2012). *Prinsip-Prinsip Manajemen*, Penerjemah J-Smith D.F.M. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Tim Dosen Administrasi Pendidikan UPI. (2012). *Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, Husein, (2010). *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, Jakarta: Rajawali Pres.
- Undang Ahmad Kamaludin dan Muhammad Alfan. (2010). *Etika Manajemen Islam*, Bandung: Pustaka Seti.

- Veithzal Rivai. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- W. Byrnes, (2009). *Management and the Arts*. Burlington: Focal Press.
- Wijaya, Tony. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa : Desain Servqual, QFD, Dan Kano*. Jakarta : PT. Indeks.
- Yusanto dan Karabet, (2002). *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta : Gema Insan.
- Zian Farodis, (2013). *Panduan Manajemen Pendidikan ala Harvard University*, Jogjakarta : Diva press.
- Zuraida. (2014). *Perkembangan Industri Kecil Pembuatan Kue Adee Di Kecamatan Meureudu Kabupaten Pidie Jaya*. Skripsi Sarjana Pendidikan Universitas Syiah Kuala.



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

DAFTAR PERTANYAAN

Nama :

Umur:

Jenis pekerjaan :

Planning

1. Apa perencanaan pada usaha kuee adee kak nah?
2. Apa tujuan pertama didirikan usaha kue adee kak nah?
3. Apa tujuan atau target jangka pendek dan jangka Panjang pada usaha adee kak nah?
4. Apa yang anda lakukan untuk mencapai tujuan tersebut?
5. Bagaimana anda bisa mempertahankan penjualan?
6. Adakah Penghambat perencanaan tersebut?

Organizing

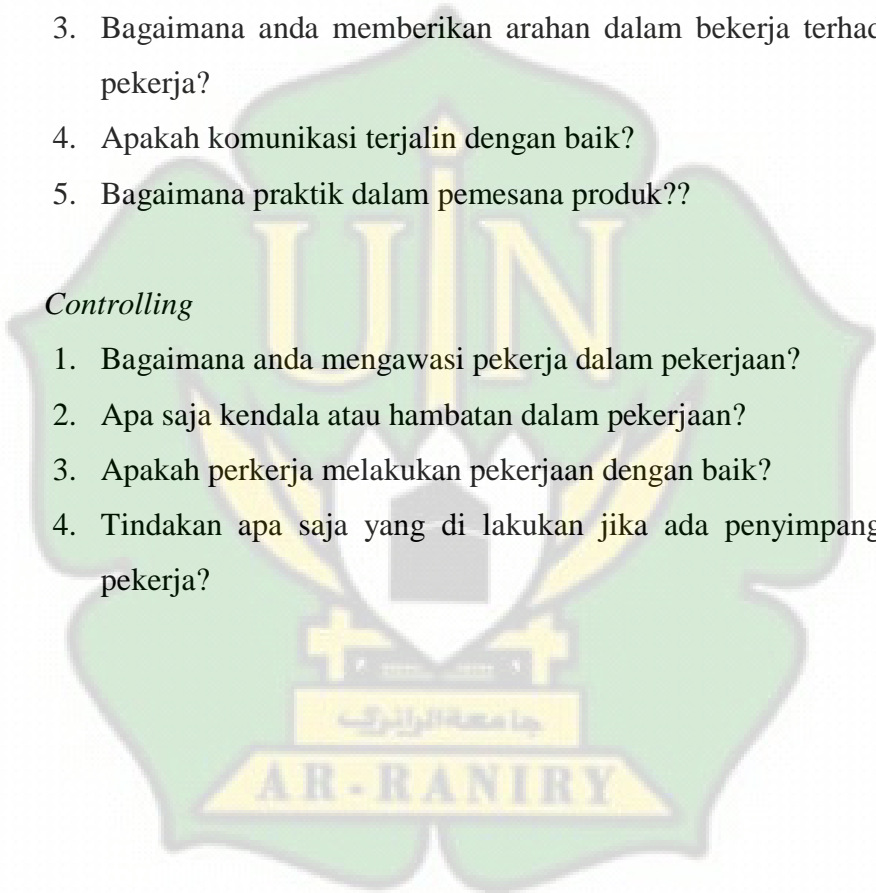
1. Bagaimana anda menyeleksi atau merekrut pekerja?
2. Bagaimana anda memberikan pelatihan atau bimbingan terhadap pekerja?
3. Bagaimana anda menyesuaikan posisi kerja sesuai kemampuan masing-masing?
4. Bagaimana alat komunikasi antar karyawan dan anda?
5. Bagaimana cara anda memimpin karyawan?

Actuating

1. Bagaimana aturan yang anda berikan kepada pekerja?
2. Bagaimana anda memberikan bimbingan serta motivasi terhadap pekerja?
3. Bagaimana anda memberikan arahan dalam bekerja terhadap pekerja?
4. Apakah komunikasi terjalin dengan baik?
5. Bagaimana praktik dalam pemesanan produk??

Controlling

1. Bagaimana anda mengawasi pekerja dalam pekerjaan?
2. Apa saja kendala atau hambatan dalam pekerjaan?
3. Apakah perkerja melakukan pekerjaan dengan baik?
4. Tindakan apa saja yang di lakukan jika ada penyimpangan pekerja?



LAMPIRAN 2

DOKUMENTASI PENELITIAN



