

**LAPORAN PENELITIAN
PENELITIAN INTEGRATIF FAKULTAS EKONOMI**

**KLUSTER:
PENELITIAN PENGEMBANGAN KONSEP EKONOMI ISLAM
TEMATIK (P2KEIT)**

JUDUL:

**STRATEGI DAN *KEY SUCCES FACTORS* MANAJEMEN BISNIS:
PENDEKATAN SPIRITUALITAS
(Studi Kasus di PO Haryanto Kudus)**

Nomor SP DIPA	:	DIPA/025.04.2.423812/2017
Tanggal	:	14 November 2016
Satker	:	UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
Kode Kegiatan	:	2132.008
Kode Sub. Kegiatan	:	2132.008.006
Kegiatan	:	Penelitian yang Bermutu
MAK	:	522151



Oleh

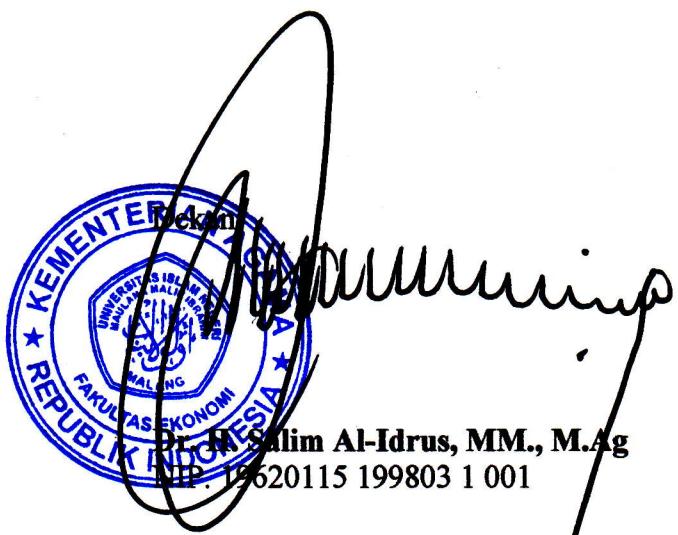
SLAMET, SE., MM., PhD
NIP. 19660412 199803 1 003

**KEMENTERIAN AGAMA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2017**

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Penelitian ini disahkan oleh Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Pada Agustus 2017



Peneliti,



H. Slamet, SE, MM., PhD
NIP. 19660412 199803 1 003

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini ::

Nama : H. Slamet, SE., MM., PhD
NIP : 19660412 199803 1 003
Unit Kerja : Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
Penelitian : Judul
Strategi Dan *Key Succes Factors* Manajemen Bisnis: Pendekatan Spiritualitas (Studi Kasus di PO Haryanto Kudus).

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur jiplakan, maka saya diproses sesuai dengan peraturan perundungan yang berlaku.

Malang, 15 Agustus 2017
Peneliti,


H. Slamet, SE, MM., PhD
NIP. 19660412 199803 1 003

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan samodra rokhmat, hidayah, dan inayahNya kepada peneliti, sehingga penelitian dengan judul “Strategi Dan *Key Succes Factors* Manajemen Bisnis: Pendekatan Spiritualitas (Studi Kasus Di Po Haryanto Kudus) dapat diselesaikan.

Dengan terselesainya penelitian ini, tak lupa tim peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan dukungan untuk melakukan penelitian;
2. Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan dukungan material;
3. Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang;
4. Teman-teman di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang tidak disebut satu persatu;

Semoga amal shaleh yang diberikan kepada tim peneliti, mendapatkan balasan dari Allah SWT. Amin.

Malang, Agustus 2017

peneliti,

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Kontek Penelitian	1
B. Fokus Kajian	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Istilah	9
BAB II : LANDASAN TEORITIK	10
A. Konsep Strategi	10
B. Konsep Manajemen Bisnis Dalam Islam	15
C. Konsep Spiritualias	23
D. Konsep Key Success Factors	28
BAB III : METODE PENELITIAN	33
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	33
B. Jenis dan Sumber	35
C. Teknik Pengumpulan Data	35
D. Instrumen Penelitian	37
E. Analisis Data	38
F. Pengecekan Keabsahan Data	40
BAB IV : PAPARAN DATA HASIL PENELITIAN	42
A. Sejarah Singkat Perusahaan Otobus Haryanto	42

B.	Paparan Data Hasil Penelitian	45
C.	Pembahasan Bisnis Manajemen Dalam Islam	56
D.	Ringkasan	71
BAB V	: PENUTUP	72
DAFTAR PUSTAKA	78

BAB I

PENDAHULUAN

A. KONTEKS PENELITIAN

Perusahaan Otobus Haryanto atau sering disebut orang PO Haryanto adalah salah satu dari sekian Perusahaan Otobus (PO) yang ada di Indonesia. PO Haryanto merupakan perusahaan transportasi darat dengan alat transportasi utama berupa bus dengan tenaga kerja utamanya adalah Supir¹, kondektur², kernet³, montir⁴, dan tenaga pendukungnya lainnya. PO Haryanto sebagai perusahaan otobus berdiri sejak tahun 2002 yang berkantor pusat di Jalan Kiai Mojo Nomor 107 Panunggangan Kota Tangerang dan Jalan Lingkar Luar Ngembal Kudul Jawa Tengah. Ia merupakan perusahaan otobus yang sukses dalam manajemen bisnisnya,

PO Haryanto merupakan perusahaan otobus yang mempunyai cerita panjang dan unik dari kisah sukses dibandingkan dengan perusahaan otobus sejenis yang ada di Indonesia⁵. Kisah sukses PO Haryanto diawali dari seorang yang bernama Haryanto. Haryanto adalah seorang anak petani di daerah Kudus

¹Supir adalah pengemudi profesional yang dibayar oleh majikan untuk mengemudikan kendaraan bermotor (dikutip dari terjemahan bebas www.wikipedia.com).

² Kondektur adalah orang yang memeriksa karcis atau menarik ongkos dan sebagainya (di kereta api, bus) (dikutip dari Kamus Bahasa Indonesia).

³ Kernet adalah pembantu Supir yang tugas utamanya adalah membantu dan mendampingi Supir dalam mengawasi selama dalam perjalanan dan melakukan perbaikan jika terjadi kerusakan kecil selama dalam perjalanan.

⁴ Montir adalah orang yang tugas utamanya adalah memperbaiki kendaraan bermotor baik perbaikan ringan atau perbaikan berat.

⁵ Dikutip dari berbagai sumber.

yang merantau ke Jakarta dan berprofesi sebagai angota TNI dengan pangkat terakhir adalah kopral. Sambil mengabdi di kesatuan TNI, dengan alasan ekonomi, Haryanto mencari kerjaan tambahan sebagai sopir angkot di wilayah tangerang ketika sore dan malam hari. Mobil angkot yang ia jalankan adalah milik sendiri yang dibeli dari tabungannya sebesar Rp 1.000.000,- (satu juta rupiah) pada tahun 1984. Selama 20 tahun mengabdi di kesatuan, dengan alasan ekonomi dan untuk menekuni bisnisnya, Haryanto akhirnya memutuskan untuk pensiun dini dari TNI dan lebih fokus pada usaha bisnis yang semakin berkembang.

Dari kerja keras sebagai sopir angkot pribadinya tersebut, usaha Haryanto terus berkembang dan memiliki beberapa angkot. Mengutip dari berbagai sumber, Haryanto pada tahun 1990 telah membuka Showroom mobil angkot bekas dengan berbagai tipe di wilayah Tangerang. Pada tahun 2002, semenjak pensiun dari TNI, Haryanto mengembangkan jasa transportasi darat berupa perusahaan otobus yang diberi nama PO Haryanto dengan bantuan pinjaman dari bank BRI sebesar Rp 3 milyar rupiah dan digunakan untuk membeli 6 unit bus. Awal pengoperasian PO Haryanto pada jurusan Cikarang - Cimone kelas Ekonomi alias non-AC. Mengutip dari website PO Haryanto, saat ini PO Haryanto telah memiliki lebih dari 150 unit bus dengan berbagai merk dan tipe yang dioperasikan dengan berbagai rute Jakarta ke beberapa daerah wilayah Jawa Tengah dan Jawa Timur dengan jumlah karyawan sekitar 600 orang dengan berbagai profesi, diantaranya adalah sopir, kondektur, dan kernet dan tenaga pendukung administrasi lainnya.

Mengelola bisnis perusahaan otobus sangat berbeda dengan manajemen perusahaan pada umumnya, terutama pada manajemen sumber daya manusia. Yang mana sumber daya manusia pada perusahaan otobus adalah crew bis, diantaranya sopir, kernet, dan montir. Banyak cerita dan kisah tersendiri terkait perilaku dan *mindset* para *crew* bis, khususnya di Indonesia. Merujuk hasil penelitian Nugroho, dkk⁶, hasil penelitiannya menyebutkan bahwa secara umum pengemudi bus AKAP (Antar Kota Antar Propinsi) adalah seorang laki-laki/pria dengan mayoritas usia 41-50 tahun dan mayoritas pengemudi bus AKAP memiliki tingkat pendidikan akhir setara SMU/MA, dengan penghasilan rata-rata Rp. 1.000.000,00 – Rp. 2.000.000,00. Berdasarkan kajian Media Online^{7,8,9} menyebutkan bahwa, sebagian besar perilaku sopir bus AKAP ugal-ugalan, raja jalanan, kurang memperhatikan keselamatan dan kenyamanan penumpang, dan kurang memperhatikan hak-hak penumpang. Dan tidak sedikit para sopir bis atau sopir angkutan umumnya lainnya meninggalkan ibadah dengan segala kerepotan dan waktu yang harus dikehjari, apalagi jika bis menggunakan trayek jarak jauh dengan waktu istirahat relatif sedikit dan singkat.

⁶ Nugroho, Adi Lukito., Sulistio, Harnen., dan Kusuma, Amelia. 1998. Karakteristik Pengemudi Dan Model Peluang Terjadinya Kecelakaan Bus Antar Kota Antar Propinsi. *Jurnal Rekayasa Sipil*. Volume 6, No. 1 – 2012 ISSN. pp. 42-54.

⁷ Kompasiana. 2015. "Ngeri-ngeri Sedap", Sensasi Naik Bis Ekonomi AKAP. Diupload tanggal 24 Juni 2015. di akses melalui http://www.kompasiana.com/wardhanahendra/ngeri-ngeri-sedap-sensasi-naik-bis-ekonomi-akap_552c46e36ea83426418b458a

⁸Media online. Diakses dari <http://www.organisasi.org/1970/01/perilaku-supir-dan-kenek-angkutan-umum-angkot-bis-yang-tidak-disukai-penumpang.html>. Perilaku Supir dan Kenek Angkutan umum yang Tidak Disukai Penumpang.

⁹ DetikNews. 2015. *Dear Pemprov DKI, Ini Serentetan Keluhan dan Saran Pengguna Kopaja AC*. diakses melalui <https://news.detik.com/berita/2910047/lrt-dearltgt-pemprov-dki-ini-serentetan-keluhan-dan-saran-pengguna-kopaja-ac>

Memang tidak semua sopir bis mempunyai perilaku dan sikap sebagaimana tersebut di atas, tetapi pandangan masyarakat umum selama ini adalah sebagaimana beberapa data tersebut di atas. Namun demikian, ada yang cukup menarik dibalik cerita tentang mengelola para sopir angkutan umum, khususnya di Indonesia. Keberhasilan PO Haryanto adalah menerapkan aspek spiritualitas ke dalam manajemen bisnisnya. Kebijakan dan langkah strategis tersebut iaterapkan kepada semua lini pegawai, tidak saja pada pegawai administrasi yang notabene setiap hari dan setiap jam kerja duduk di kantor, tetapi juga diterapkan kepada crew bis yaitu sopir, kernet dan montir.

Merujuk hasil penelitian Fernando dan Jackson¹⁰ yang dilakukan di Sri Lanka dengan mengambil informan para pemimpin bisnis yang berlatar belakang agama Buda, Kristen, Hindu dan trasdisi Agama Islam. Ia menyatakan bahwa pemimpin bisnis melibatkan aspek spiritualitas dalam tempat kerja dikaitkan dengan kualitas pengambilan keputusan. Meskipun mereka memiliki berbagai alat manajemen yang dapat digunakan dalam menghadapi situasi manajemen bisnis sehari-hari, tetapi pada saat sulit, manajemen sebagai alat bisnis perlu dilengkapi dan dikaitkan dengan berbagai realitas transendental, kewujudan Tuhan, dan kebenaran yang lebih kuat dan lebih baik. Temuan penelitian menunjukkan bahwa aspek agama atau spiritualitas memainkan peranan penting dan mempengaruhi kualitas keputusan bisnis, emosional, dan motivasi para pemimpinan bisnis di Sri Lanka, khususnya dalam proses pengambilan keputusan bisnis. Hal ini diperkuat

¹⁰ Fernando, Mario dan Jackson, Brad. 2006. The Influence of Religion-Based Workplace Spirituality on Business Leaders Decision Making: An Inter-Faith Study. Journal of Management and Organization. Volume 12, Issue 1., June 20016. pp-23-39

oleh pandangan Cavanagh¹¹ yang menyatakan bahwa aspek spiritualitas memungkinkan pelaku bisnis mendapatkan perspektif yang lebih terintegrasi dengan perusahaan, keluarga, tetangga, masyarakat dan diri sendiri. Yang mana, saat ini muncul kecenderungan orang bekerja menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam aspek spiritualitasnya. Sehingga muncul konsensus pentingnya aspek spiritualitas harus masuk ke dalam kerja, dengan cara mengakui keberadaan Allah, pentingnya doa, pentingnya orang lain dan dunia yang berkelanjutan. Implikasi dari konteks ini adalah banyak manajer perusahaan mendorong spiritualityas di tempat kerja, dan mengintegrasikan antara misi dan spiritualitas.

Aspek spiritualitas dalam manajemen bisnis atau spiritualitas di tempat kerja, merupakan kebutuhan manusia yang universal¹². Ashar¹³ juga memperkuat pentingnya aspek spiritual dalam manajemen bisnis baik secara individu maupun secara organisasi. Secara individu ada hubungan yang kuat antara aspek spiritualitas dengan keberhasilan atau kesuksesan bisnis. Ia menyatakan secara tegas, untuk mencapai keberhasilan dalam bisnis, maka harus memasukkan aspek spiritualitas dalam manajemen bisnisnya. Keberhasilan bisnis tidak sekedar masalah materialistik, kekuasaan, atau simbol, tetapi ia lebih menekankan keseimbangan dan keutuhan dalam mendefinisikan kesuksesan. Len¹⁴ menjelaskan

¹¹ Cavanagh, F., Gerald. 1999. Spirituality for Managers; Context and Critique. Journal of Organization Change Management. Vol. 12 Iss:3. pp.188-199.

¹² Fry, W., Louis. 2003. Toward a Theory Spiritual Leadership. The Leadership Quarterly. Volume 14. Issue 6. December 2003. pp. 693-727.

¹³ Ashar, Hanna. 2004. Success and Spirituality in the New Business Paradigm. Journal of Management Inquiry. Volume 13. Nomor 3. September 2004. pp. 249-260.

¹⁴ Len Tischler. 1999. The Growing Interest in Spirituality in Business: A long-Term Socia-Economic Explanation. Journal of Organization Change Management. Volume. 12. Issue 4. pp.273-2890.

banyak fenomena baru dalam dunia bisnis, seperti pekerja hanya semata-mata tidak lebih hanya mencari uang dari pekerjaannya, berdaya dan berpartisipasi. Hal ini pentingnya aspek spiritualitas secara berkelanjutan harus mampu terintegrasi dalam manajemen bisnis.

Oleh sebab itu, PO Haryanto mempunyai langkah strategis dalam manajemen bisnisnya. Yaitu mengintegrasikan aspek spiritualitas ke dalam manajemen bisnis jasa transportasi darat. Mengutip dari berbagai kisah sukses PO Haryanto, Haryanto sebagai pemilik perusahaan otobus tersebut mempunyai pandangan sendiri, yaitu (1) bahwa bisnis tidak akan berhasil jika tanpa bantuan Allah SWT; (2) mendidik para sopir tidak ugal-ugalan dan tidak diproses penumpang; (3) armadanya tidak begitu saja dipercayakan kepada sopir tetapi juga diperiksa sendiri kondisi busnya dan sambil mendengarkan keluhan penumpang; (4) mewajibkan kepada semua *crew* busnya untuk berhenti ketika waktu sholat tiba; (5) tidak berhenti saat waktu sholat, sopir dan keneknya tidak digaji selama 1 kali perjalanan; (6) tidak membayar gaji para *crew* yang tidak memberhentikan armadanya pada waktu sholat 5 waktu tiba, terutama sholat shubuh; (7) setiap tahun, memberikan *reward* sebagai tradisi perusahaan kepada semua pegawai, tidak terlepas *crew* bis untuk pergi haji yang dibiaya oleh perusahaan; (8) bagi yang tekun ibadah, perusahaan membagi reward selain haji, yaitu membagi tiket untuk beribadah umroh; (9) ditengah-tengah kantor dan garasi berdiri megah masjid; (10) perusahaan setiap waktu sholat tiba, diwajibkan berhenti kerja untuk melaksanakan ibadah 5 waktu; dan (11) Haryanto sebagai

pemilik selalu memberi tauziah kepada para pegawainya tentang nilai-nilai keagamaan dan kerja^{15,16,17,18,19,20,21,22,23}.

Berdasarkan data-data tersebut di atas, ada keunikan manajemen bisnis yang diterapkan oleh PO Haryanto tersebut, yang bertolak belakang dengan beberapa manajemen perusahaan otobus lazimnya. PO Haryanto adalah perusahaan yang sukses di bidang bisnis jasa transportasi darat dengan cara mengintegrasikan aspek spiritualitas ke dalam manajemen bisnisnya. Berangkat kondisi tersebut di atas, antara kelaziman dan kenyataan dalam manajemen bisnis, khususnya manajemen bisnis perusahaan otobus, ada fakta yang menarik untuk diungkap tentang manajemen bisnis pada PO Haryanto. Oleh sebab itu, peneliti bermaksud untuk mengungkap dan mengkaji tentang manajemen bisnis yang ada di PO Haryanto.

B. FOKUS PENELITIAN

Dalam rangka menghasilkan hasil penelitian yang lebih fokus dan produktif dalam kajian dan pengungkapan hasil penelitian, maka perlu

¹⁵<https://www.facebook.com/notes/haryanto-mania-/sejarah-po-haryanto-serta-kisah-singkat-haji-haryanto/10151457697984854>

¹⁶<https://www.kaskus.co.id/thread/51bbf1e748ba54a661000001/kisah-sukses-po-haryanto/>

¹⁷<http://www.duniabis.com/2016/04/sejarah-bus-haryanto-atau-perusahaan.html>

¹⁸<http://pencatatsejarah.blogspot.co.id/2015/03/kisah-po-haryanto.html>

¹⁹<http://imotorium.com/2016/07/24/mengenal-po-haryanto-buah-manis-doa-usaha-ikhtiar-dan-tawakal-seorang-purnawira-tni/>

²⁰<https://www.youtube.com/watch?v=-AP06JoPc58>

²¹<http://www.muslimdaily.net/artikel/tak-berhenti-saat-waktu-shalat-bus-haryanto-tak-berikan-gaji-sopirnya.html>

²²<http://www.dream.co.id/orbit/haryanto-anak-buruh-tani-sukses-dirikan-perusahaan-otobus-150313j.html>

²³<http://seputarkudus.com/2016/06/po-haryanto-miliki-ratusan-armada-bus.html>

dirumuskan suatu pertanyaan penelitian yang dikemas dalam bentuk fokus penelitian. Adapun fokus penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana konsep spiritualitas dijadikan pendekatan dalam mengembangkan bisnis di PO Haryanto ?
2. Apa saja prinsip dan Nilai Islam apa saja yang muncul dalam manajemen bisnis jasa transportasi darat yang dikembangkan oleh PO Haryanto?
3. Apa yang menjadi faktor kunci keberhasilan (*Key success factors*) dalam manajemen bisnis PO Haryanto dengan konsep spiritualitas?

C. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengungkapkan dan memetakan serta mengkaji konsep spiritualitas dalam manajemen bisnis PO Haryanto.
2. Mengidentifikasi sekaligus menganalisis prinsip-prinsip dan nilai-nilai Islam sebagai aspek spiritualitas yang wujud dalam manajemen bisnis PO Haryanto.
3. Mengungkapkan dan memetakan serta menganalisis *key success factors* yang menjadi kunci utama dalam keberhasilan bisnis PO Haryanto yang menerapkan konsep spiritualitas dalam manajemen bisnisnya.

D. MANFAAT PENELITIAN

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, khususnya bagi peneliti yaitu mengembangkan kajian keilmuan. Salah tugas

akademisi adalah mengkaji fenomena sosial yang berkembang saat ini. Yang mana, aspek spiritualitas saat ini menjadi faktor pendorong keberhasilan dalam manajemen bisnis, dan hal ini menjadi satu kekuatan utama dalam manajemen bisnis. Beberapa waktu belum menjadi perhatian serius, baik kalangan akademisi maupun praktisi.

E. DEFINISI ISTILAH

1. Strategi. Strategi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah langkah-langkah, proposisi nilai, pola, dan model manajemen bisnis jasa transportasi yang dikembangkan oleh PO Haryanto yang melibatkan aspek spiritualitas sebagai pendekatan dalam manajemen bisnisnya;
2. *Key Success Factors*. *Key Success Factors* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah faktor-faktor kunci keberhasilan PO Haryanto dalam menjalankan bisnis jasa transportasi darat, yang mana dalam manajemen bisnisnya, PO Haryanto menggunakan pendekatan spiritualitas. Faktor kunci apa saja yang menjadikan PO Haryanto hingga hari ini mampu bersaing dan berdaya saing hingga saat ini;
3. Manajemen bisnis. Yang di maksud manajemen bisnis adalah proses mengelola sumber daya bisnis jasa transportasi darat, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengawasan bisnis jasa transportasi darat. Sumber daya bisnis jasa transportasi darat meliputi armada bis, crew bis (sopir, kondektur dan kernet), tenaga administrasi, tenaga montir, agen tiket, material suku cadang bis, dan sistem.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. KONSEP STRATEGI

1. Definisi Strategi

Strategi merupakan bagian penting dalam manajemen bisnis yang berorientasi pada masa depan perusahaan. Terdapat banyak pakar yang telah mendefinisikan strategi, Kotler¹ mendefinisikan strategi adalah perekat yang bertujuan untuk membangun dan memberikan proposisi nilai yang konsisten dan membangun citra yang berbeda kepada pasar sasaran. Boyd² menyebutkan bahwa strategi adalah pola fundamental dari tujuan sekarang dan yang direncanakan, penggerahan, sumber daya, dan interaksi dari organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan lain. Sementara menurut Learned, Christensen, Andrews, dan Guth sebagaimana dikutip Rangkuti³, strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing.

Adapun tujuan dari strategi yaitu⁴ : (1) *Distinctive Competence*, yaitu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya dengan cara mengembangkan keahlian tenaga kerja dan kemampuan sumber dayalainnya; dan (2) *Competitive*

¹ Kotler, Philip. 2004. *Marketing Insight From A to Z*, Erlangga. Jakarta. p.191.

² Boyd, dkk 2000. *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Oriental Global: Jilid 1*, Jakarta:Erlangga. p.29.

³ Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. p.3.

⁴ Ibid., p.4

Advantage, yaitu kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya dengan cara *cost leadership*, diferensi, danfokus.Sedangkan Stoner, dkk.⁵, strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda, yaitu (1) organisasi ingin lakukan (*intends to do*), dan (2) apa yang dilakukan organisasi (*eventually does*).Ia menambahkan, berdasarkan perspektif yang pertama, strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya.Dalam hal ini manajer yang berperan aktif dalam merumuskan strategi organisasi. Sedangkan perspektif yang kedua, strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Dalam hal ini setiap perusahaan pasti memiliki strategi meskipun strategi tersebut tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Hal ini diterapkan bagi para manajer yang bersifat reaktif yaitu hanya menaggapi dan menyesuaikan diri pada lingkungan.

Strategi dalam konsteks Islam, konsep strategi berkaitan erat dengan peristiwa yang pernah dialami Rasulullah. Beberapa peristiwa membuktikan bahwa konsep strategi bersumber dari ajaran Islam, diantaranya adalah (1) peristiwa perang / jihad, (2) peristiwa fathu Mekkah, (3) dan strategi bermuamalah Rasulullah. Pada peristiwa perang badr, Allah SWT mewajibkan agar kaum muslimin agar tidak mundur dan segera mengatur strategi baru dalam

⁵ Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. ANDI, Yogyakarta Regina, & Belousova, R. 2005. Origin and Definition of Interactive Marketing. *Engineeringeconomics .Manajemen* . p.65.

perang. Secara implisit telah disebutkan dalam QS Al-Anfal:15-16, yang artinya "*Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bertemu dengan orang-orang yang kafir yang sedang menyerangmu, Maka janganlah kamu membelakangi mereka (mundur). Dan barang siapa yang membelakangi mereka (mundur) di waktu itu, kecuali berbelok untuk (siasat) perang atau hendak menggabungkan diri dengan pasukan yang lain, Maka Sesungguhnya orang itu kembali dengan membawa kemurkaan dari Allah, dan tempatnya ialah neraka Jahannam. dan Amat buruklah tempat kembalinya*". Kata kunci pada ayat tersebut adalah "*berbelok untuk (siasat) perang*" yang dapat ditafsirkan sebagai perintah untuk melakukan rencana atau strategi perang.

Berdasarkan dari beberapa pandangan di atas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah proses penentuan suatu rencana yang berfokus pada tujuan jangka panjang dan disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Dalam Islam, strategi tidak bertentangan dengan norma dan ajaran Islam, bahkan perencanaan strategi dalam segala hal merupakan sesuatu yang sangat dianjurkan dalam Islam agar hal yang direncanakan dapat dicapai dengan baik.

2. Ciri – Ciri Strategi yang Baik

Strategi yang efektif adalah strategi yang mendorong terciptanya keselarasan yang sempurna antara organisasi dengan lingkungannya dan dengan

pencapaian strateginya⁶. Merujuk Chan⁷, ada 3 (tiga) ciri strategi yang baik, yaitu (1) fokus. Setiap strategi yang hebat memiliki fokus dan suatu profil strategis harus dengan jelas menunjukkan fokus; (2) divergensi. Ketika strategi suatu perusahaan dibentuk secara reaktif dalam usaha mengikuti irama kompetisi, strategi ini akan kehilangan keunikannya. Dengan menerapkan empat langkah : menghilangkan, mengurangi, meningkatkan, dan menciptakan; dan (3) moto yang memikat. Sebuah strategi yang baik memiliki moto yang jelas dan memikat. Sebuah moto yang bagus tidak hanya harus mampu menyampaikan pesan secara jelas, tapi juga mengiklankan penawaran/produk secara jujur.

Kemudian Bruce Henderson⁸ menambahkan bahwa jika suatu bisnis tidak mempunyai keunggulan yang khas dibandingkan dengan rival-rivalnya, maka ia tidak memiliki alasan untuk tetap berdiri. Dalam arti kata lain, perusahaan memiliki strategi yang sama dengan pesaing, maka berarti perusahaan tersebut tidak memiliki strategi apapun. Perusahaan akan memiliki strategi yang unik bila (1) mereka telah menentukan sasaran pasar dan kebutuhan yang jelas, (2) mengembangkan proposisi nilai yang berbeda dan unggul bagi pasar tertentu, dan (3) mengatur sebuah jaringan pemasokan yang berbeda untuk menyampaikan proposisi nilai tersebut pada sasaran pasarnya. Nirmalya Kumar⁹ menyebut sebagai 3V: (1) *value target*; (2)*value proposition*, dan (3) *value network*.

⁶ Griffin, R. W. 2004. *Manajemen*. Jakarta: Erlangga. p.226

⁷ Chan, W. Kim & Renee Mauborgne. 2005. *Blue Ocean Strategi (Strategi Samudera Biru) Terjemahan Satrio Wahono*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta. p.65

⁸ Dikutip oleh Philip Kotler dalam bukunya *Marketing Insight From A to Z*, tahun 2004. Erlangga.Jakarta. p. 191.

⁹Ibid, p. 193.

3. Faktor - Faktor Kegagalan dalam Strategi

Ada beberapa alasan perusahaan gagal menjalankan strategi perusahaannya¹⁰, yaitu : (1) strategi yang tidak *actionable*, hal ini terutama diakibatkan karena tidak adanya sosialisasi strategi. Ini bisa disebabkan karena manajemen tidak mampumengkomunikasikan tersebut atau memang tidak mengkomunikasikannya samasekali; (2) tidak adanya hubungan antara sumberdaya dan strategi, hal fatal yang kerap terjadi ketika organisasi makin membesar adalah tidak dilakukannya perencanaan strategi sumber daya manusia agar tercipta keselarasan antara tujuan, visi, dan kompetensi individu dengan organisasi disetiaptingkatan; (3) tidak terhubungnya anggaran dengan strategi. Anggaran menjadi pusat dalam proses manajemen, orang-orang digerakkan oleh anggaran. Dalam situasi di mana strategi tidak terhubung dengan baik ke anggaran maka pencapaian individu dan organisasi menjadi tidak selaras dengan sasaran strategi; (4) kelemahan sistem pembelajaran stretegis yang amat minim dibanding evaluasi kerja operasional. Ini berarti, perusahaan tidak saja kehilangan momentum untuk mengevaluasi efektivitas strateginya secara kontinyu, bawmun yang lebih parah lagi, perusahaan tidak mampu membuat skenario keunggulan perusahaan di masadatang.

¹⁰ Yuwono, S., Sukarno, E., & Ichsan, M. 2002. *Petunjuk Praktis Penyusunan Balanced Scorecard Menuju Organisasi yang Berfokus pada Strategi*. Jakarta: PT GramediaPustaka Utama. p.14

B. KONSEP MANAJEMEN BISNIS DAN ISLAM

1. Definisi Manajemen Bisnis

Manajemen dapat dipandang dari beberapa perspektif, pertama manajemen sebagai ilmu pengetahuan, maka manajemen memiliki kerangka ilmu yang sistematis, mencakup kaidah-kaidah, konsep, prinsip yang dapat digunakan secara *universal* bagi semua situasi manajerial. Kedua, manajemen dapat diterapkan pada semua bentuk organisasi baik organisasi korporasi maupun organisasi publik¹¹. Istilah manajemen mengacu pada kata "*to manage*" yang berarti mengatur, mengurus atau mengelola. Merujuk James A.F. Stoner¹² menyatakan bahwa *management is the process of planning, organizing, leading and controlling the effort of organization member and using all other organizational resources to achieve stated organizational goals.* Dengan kata lain, manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengawasan terhadap usaha-usaha anggota organisasi dan penggunaan semua sumber-sumber organisasi lainnya untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Selain itu, Gibson, dkk¹³ menyatakan bahwa manajemen adalah proses dari seseorang atau beberapa individu untuk mengkoordinasi kegiatan-

¹¹ Wibowo, Sampurno. 2009. Pengantar Manajemen Bisnis. Politeknik Telkom. Bandung. p. 3.

¹² Stoner, A.F., James. 1982. Management. Prentice Hall International, Inc. Englewood Cliffs, New York. p.8.

¹³ Gibson, James L, John M. Ivancevich dan James H. Donnelly Jr, 2000. Organizations: Behaviour, Structure and Process, McGraw-Hill Companies Inc, Boston.

kegiatan dari orang lain untuk memperoleh hasil yang tidak dapat dilakukan seorang individu saja.

Selain itu, Bartol dan Mactin¹⁴ menyatakan, manajemen ialah proses mencapai tujuan organisasi dengan melaksanakan empat fungsi utama, yaitu : perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengarahan dan pengawasan. Merujuk kepada Goerge & Jones¹⁵ berpendapat bahwa manajemen ialah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan sumber daya manusia dan sumber-sumber lain untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif. Manakala, Stoner & Wankel¹⁶ berpendapat bahwa manajemen ialah proses perencanaan, pengorganisasian, memimpin dan mengendalikan usaha-usaha anggota-anggota organisasi serta menggunakan sumber daya lain dalam rangka mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Selain itu ada yang mendefinisikan manajemen sebagai satu seni melakukan kerja melalui sumbangan orang lain¹⁷.

Manajemen dalam konteks Islam, secara definitif atau takrif tidak disebutkan khusus dalam al-Quran. Tetapi dapat ditelusuri dari makna perkataan "Yudabbiru". Merujuk ahli bahasa, istilah "Yudabbiru" sebagaimana disebutkan dalam QS Yunus:3; QS Yunus:31; QS al-Ra'd:2; dan QS al-Sajadah:5. Intinya

¹⁴ Bartol, M.Kathrun & Mactin, C.David. 2003. *Management*. Boston: McGraw-Hill.

¹⁵ George, M.Jennifer & Jones, R.Gareth. 2006. *Contemporary management, creating value in organizations*. 4th Edition. Boston: McGraw-Hill.

¹⁶ Stoner, A.F., James & Wankel, Charles. 1986. *Management*. 3rd. Edition. New Jersey: Prentice-Hall.

¹⁷ Harahap, Sofyan, Syafri. 1996. *Manajemen Kontemporer*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

adalah Allah SWT adalah mengatur, menentukan dan mengurus segala urusan terkait dengan isi alam semesta ini dengan sempurna¹⁸.

Al-Buraey¹⁹ menegaskan, walaupun tiada perkataan khusus tentang manajemen dalam al-Quran, namun penggunaan perkataan *yudabbiru* dalam bahasa Arab dapat diartikan mengarah, mengendalikan, mengurus, melaksanakan, mengatur, dan mengawal. Merujuk Ahmad Ibrahim²⁰, manajemen dalam Islam tidak jauh berbeda dari definisi yang sudah difahami secara umum. Dengan demikian, manajemen dalam Islam dimaksudkan membangun kemampuan individu atau organisasi untuk memaksimalkan komposisi penggunaan sumber daya organsiasi dan sumber daya manusia yang diberikan Allah bagi menghasilkan produk yang diinginkan²¹.

Sementara bisnis merupakan suatu istilah untuk menjelaskan segala aktivitas berbagai institusi dari yang menghasilkan barang dan jasa yang perlu untuk kehidupan masyarakat sehari-hari²², ia didefinisikan sebagai suatu sistem yang memproduksi barang dan/atau jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat²³. Merujuk Griffin dan Ebert, bisnis merupakan suatu organisasi yang

¹⁸Ab. Mumin, Ab. Ghani. 2006. Sistem pengurusan Islam: tinjauan menyeluruh dari aspek konsep. Dlm. Ab. Mumin Ab. Ghani & Fadilah Mansor (penyt.). *Dimensi pengurusan Islam (mengurus kerja dan mengurus modal insan)*, hlm. 1-21. Kuala Lumpur: Universiti Malaya.

¹⁹Al-Buraey, A.Muhammad. 1986. *Islam landasan alternatif administratif pembangunan*. Jakarta: CV. Rajawali.

²⁰Ahmad Ibrahim, Abi Sinn. 1991. *Pengurusan dalam Islam*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

²¹ Al-Habshi, 1989. *Islam Ekonomi dan Pengurusan*. Penerbit: Hizbi, Petaling Jaya Malaysia.

²²Manullang, M. 2002. *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta : Gadjah Mada University Press. p.8

²³ Chwee Huat T. 1990. Pengantar Bisnis. <http://definisipengertian.blogspot.com/2010/10/pengertian-bisnis.html>.

menyediakan barang atau jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan²⁴. Sementara, merujuk Amirullah dan Imam Hardjanto²⁵, bisnis adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu atau sekelompok individu (organisasi) yang menciptakan nilai (*create of value*) melalui penciptaan barang dan jasa (*create of goods and service*) untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi. Bisnis adalah seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung di dalam bidang perindustrian dimana sebuah perusahaan atau organisasi melakukan perbaikan-perbaikan standar serta kualitas produk mereka²⁶.

Dalam konteks ajaran 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)²⁷. Tujuan berbisnis yang sesungguhnya adalah dipersembahkan dalam rangka beribadah kepada Allah dan termotivasi untuk memperoleh ridha, pahala, dan barokah dari Allah. Oleh karena itu pula, paradigma demikian tentu harus merupakan derivasi ibadah yang berdimensi vertical ke dalam ibadah yang berdimensi horizontal yang harus dijalankan dengan cara yang sesuai Syariat-Nya

²⁴ Griffin dan Ronald J.Ebert, "Bisnis", Buku Satu, Edisi ke-4, Jakarta, 1996, p.15

²⁵ Amirullah, dan Imam Hardjanto, 2005. Pengantar Bisnis, Edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta. p.23.

²⁶ Wibowo, Sampurno. 2009. Pengantar Manajemen Bisnis. Politeknik Telkom. Bandung. p. 3.

²⁷ Yusanto, Muhammad Ismail dan Muhammad Karebet Widjajakusuma. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press. p.18.

dan sunnatullah²⁸. Melakukan bisnis sesungguhnya mencari nafkah, Allah SWT melapangkan bumi dan menyediakan berbagai fasilitas yang dapat digunakan oleh manusia untuk mencari nafkah sebagai bagian untuk mencari rezeki. Hal ini sebagaimana tersurat dalam QS Al Mulk:15 dan QS. Al A'raaf: 10.

Dengan demikian, Dengan demikian, manajemen bisnis sesungguhnya proses mengelola sumber daya bisnis dalam rangka menciptakan nilai melalui penciptaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen atau pelanggan atau masyarakat, melalui proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengawasan terhadap business process atas pengelolaan sumber daya yang dikelola. manajemen bisnis ialah suatu kegiatan mengatur penjualan produk-produk agar dapat memberikan keuntungan sebesar besarnya pada para pelakunya²⁹. Manajemen bisnis berguna untuk membantu para pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya agar dapat menghindari adanya resiko mendapatkan kerugian dalam bisnis tersebut³⁰.

2. Prinsip dan Nilai Manajemen Bisnis dalam Islam

Sebagaimana telah disebutkan di atas, bahwa bisnis merupakan suatu istilah umum yang menggambarkan suatu aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Oleh sebab itu, dalam konteks Islam, manajemen bisnis perlu ada prinsip yang dapat

²⁸ Muslich. 2007. Bisnis Syariah Perspektif Mu'ammalah dan Manajemen. Yogyakarta: UPP STIM YKPN. p.1.

²⁹ Amirullah, dan Imam Hardjanto, *Pengantar Bisnis*, Edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2005, p.2.

³⁰ *Ibid*, p.8.

dijadikan landasan dalam pendayagunaan seluruh sumber daya manajerial sebagai upaya untuk mencari keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan bagi sistem perekonomian, beberapa bisnis memproduksi barang berwujud sedangkan yang lain memberikan jasa³¹. Merujuk Sonny Keraf³² menyatakan ada beberapa nilai dan prinsip yang harus dijalankan dalam manajemen bisnis, yaitu (1) prinsip otonomi. Ia merupakan sikap dan kemampuan manusia dalam mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan; dan (2) kejujuran. Jujur dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak. Jujur dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. Jujur dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan; (3) keadilan. Prinsip ini menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai kriteria yang rasional obyektif serta dapat dipertanggungjawabkan; (4) saling menguntungkan. Prinsip ini diperlukan untuk menguntungkan semuapihak; (5) integritas moral. Hal ini dapat dihayati sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan agar perlu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik pimpinan atau orang-orangnya maupun perusahaannya.

Prinsip dasar manajemen bisnis dalam konteks Islam menegaskan bahwa segala sesuatu itu dibolehkan, kecuali ada larangan dalam al-Quran dan Hadits, sehingga dapat mengilhami dan mendorong siapapun untuk

³¹ Louis E. Boone dan David L. Kurtz. 2007. *Pengantar Bisnis*, Jilid I, Penerbit Erlangga, Jakarta. p.5..

³² Sonny Keraf. 1998. *Etika Bisnis : Tuntutan dan Relivansinya*. Kanisius, Yogyakarta. p.34.

melakukan inovasi dan kreatifitas (*ijtihad*) dalam memajukan bisnis³³. Kebebasan bermuamalah tersebut wajib diikuti dengan identifikasi terhadap larangan yang tegas mencakup haram terhadap objek bisnisnya (*haram lidzatihi*) maupun prosesnya. Keharaman proses bisnis mencakup antara lain: *tadlis* (penipuan), *gharar* (ketidak-jelasan), *ikhtikar* atau *hoarding* (rekayasa pasar dengan mengurangi pengadaan komoditas), *ba'i najasy* (rekayasa pasar dengan menciptakan permintaan palsu), *riba*, *maysir* (perjudian), *risywah* (penyuapan), serta tidak sahnya akad³⁴.

Prinsip manajemen bisnis dalam Islam berlaku bagi setiap pelaku pembisnis dalam melakukan kegiatan bisnis. Hal ini berarti berkait-erat dengan sistem nilai yang dianut oleh masing-masing masyarakat³⁵. Lebih lanjut ia mempertegas prinsip bisnis yang berlaku di China, sangat dipengaruhi oleh sistem nilai masyarakat China. Sistem nilai masyarakat Eropa, mempengaruhi prinsip-prinsip bisnis yang berlaku di Eropa.

Dalam sejarah Rasulullah saw, sesungguhnya telah ada prinsip dalam manajemen bisnism, beberapa contoh manajemen bisnis Rasulullah SAW, diantaranya (1) customer oriented. Rasulullah selalu menerapkan prinsip customer oriented, yaitu prinsip bisnis yang selalu menjaga kepuasan

³³ Muhammad Djakfar. 2008. *Etika Bisnis Islami: Tatakan Teoritis dan Praktis*, UIN Malang Press.Malang. p.86.

³⁴*Ibid*, p. 87.

³⁵ Keraf, Sonny. A. 1998. *Etika Bisnis, Tuntutan dan Relevansinya*, Yogyakarta : Kanisius. p.73.

pelanggan³⁶. Untuk melakukan prinsip tersebut Rasulullah menerapkan nilai-nilai kejujuran, keadilan dan amanah dalam melaksanakan kontrak bisnis. Selain itu prinsip customer oriented juga memberikan kepuasan kepada konsumen atas hak meneruskan atau membatalkan transaksi, jika terjadi indikasi penipuan atau merasa dirugikan³⁷; dan (2) transparansi. Prinsip transparansi menekankan nilai kejujuran dan keterbukaan dalam bisnis merupakan kunci keberhasilan. Prinsip kejujuran dan keterbukaan berlaku terhadap mitra kerja; (3) persaingan Sehat. Islam melarang persaingan bebas yang menghalalkan segala cara karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah Islam. Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan, yang berarti bahwa persaingan tidak lagi berarti sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik bagi usahanya, sebagaimana tersurat dalam QS. Al Baqarah:188.

Manajemen bisnis dalam konteks Islam, sedikitnya ada 5 (lima) aspek yang harus menjadi perhatian, diantaranya³⁸ :

- a. Kebebasan individu. Manusia memiliki kesempatan yang luas untuk mengembangkan kreativitas dan melakukan inovasi dalam kehidupan dunia. Sebagai khalifah di muka bumi, manusia harus mampu mengelola bumi dengan baik, sesuai dengan tuntunan Allah SWT dan Rasulullah SAW.

³⁶ Afzalurrahman. 1997. *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*, Jakarta : Yayasan Swarna Bhumi. p.19.

³⁷ Muslich. 2010. *Etika Bisnis Islami*; Yogyakarta: Ekonisia Fakultas EkonomiUII. p. 215.

³⁸Brodjonegoro, S. tth. Pengertian Manajemen Bisnis. di akses melalui https://www.academia.edu/23590895/pengertian_manajemen_bisnis.

Manusia jangan sampai membuat kerusakan di muka bumi. Hal ini sebagaimana tersurat dalam QS. Al-Qashash:77 dan *QS.At-Takatsur*:

- b. Hak terhadap harta. Dalam Islam, syariah telah mengatur kepemilikan harta seseorang yang didasarkan atas kemaslahatan. Dengan harta seseorang menimbulkan saling menghargai dan menghormati. Harta dalam kontek Islam harta hanyalah merupakan titipan Allah, sebagaimana tersurat dalam QS. *An-Nisa*: 29;
- c. Jaminan sosial. Dalam sistem syariah telah diatur tentang harta yang dimiliki oleh setiap individu yaitu ada hak-hak kaum mustahiq (anak yatim, fakir, dan orang miskin) dan kesejahteraan masyarakat secara umum yang dapat diberikan melalui zakat, infaq, sadakah;
- d. Larangan menumpuk kekayaan dan pentingnya mendistribusikan kekayaan. Dalam kontek sistem ekonomi Syariah, seseorang dilarang dengan alasan apapun menumpuk kekayaan dan tidak mendistribusikannya kepada orang lain. Ekonomi syariah sangat menganjurkan kepada pemeluknya untuk mendistribusikan kekayaan mereka. Sumber daya alam adalah hak manusia yg digunakan manusia untuk kemaslahatan kehidupan mereka; dan
- e. Kesejahteraan individu dan masyarakat. Kesejahteraan individu dan masyarakat secara umum menjadi perhatian dalam Islam, sebagaimana tersurat dalam QS. *Abas*:25-32.

C. KONSEP SPIRITUALITAS

1. Definisi Spiritualitas

Merujuk Tischler³⁹ mengatakan bahwa spiritualitas mirip atau dengan suatu cara, berhubungan dengan emosi atau perilaku dan sikap tertentu dari seorang individu. Menjadi seorang yang spiritual berarti menjadi seorang yang terbuka, memberi, dan penuh kasih. Spiritualitas adalah kebutuhan bawaan manusia untuk berhubungan dengan sesuatu yang lebih besar dari diri manusia itu. Istilah "sesuatu yang lebih besar dari manusia" adalah sesuatu yang diluar diri manusia dan menarik perasaan akan diri orang tersebut. Sementara merujuk Ashmos⁴⁰ (2000) mendefinisikan spiritualitas di tempat kerja sebagai suatu pengenalan bahwa karyawan memiliki "kehidupan dalam" yang memelihara dan dipelihara oleh pekerjaan yang bermakna yang mengambil tempat dalam konteks komunitas. Pengertian spiritualitas di tempat kerja dari Ashmos memiliki tiga komponen, yaitu kehidupan dalam (inner life), pekerjaan yang bermakna, dan komunitas. Ashmos ingin menekankan bahwa spiritualitas di tempat kerja bukan tentang agama, walaupun orang terkadang mengekspresikan kepercayaan agama mereka di tempat kerja.

Spiritualitas merupakan cara menjadikan sesuatu melalui kesadaran yang mengandung dimensi transenden dan memiliki karakteristik beberapa nilai yang dapat diidentifikasi terhadap diri sendiri, kehidupan, dan apapun yang

³⁹ Tischler, L. 2002. Linking Emotional Intelligence, Spirituality and Workplace Performance: Definitions, Models and Ideas for Research. *Journal of Managerial Psychology*. 17 (3). p.203.

⁴⁰ Ashmos, D, P. 2000. Spirituality at Work: A conceptualization and measure. *Journal of Management Inquiry*. 9 (2). p.134.

dipertimbangkan seseorang sebagai yang kuasa⁴¹. Fernando⁴² mengatakan, spiritualitas dapat diartikan sebagai perasaan akan tujuan, makna, dan perasaan terhubung dengan orang lain.

2. Komponen dan Aspek Spiritualitas

Dengan kehadiran konsep-konsep baru tentang kecerdasan, maka IQ tidak lagi bermakna *intelligence quotient*, melainkan *intellectual quotient*. Perubahan ini sebagai bandingan dengan istilah EQ (*emotional quotient*), MQ (*Moral quotient*), dan SQ (*spiritual quotient*). Pengertian spiritualitas⁴³ dikaitkan dengan pemahaman, pengalaman, dan praktik kehidupan sehari-hari (implementasi) nilai-nilai spiritualitas. Kecerdasan Spiritual (Spiritual Quotient disingkat SQ) adalah kecerdasan untuk memecahkan persoalan makna dan nilai, yaitu kecerdasan untuk menempatkan perilaku dan hidup dalam konteks makna yang lebih luas dan kaya, kecerdasan untuk menilai bahwa tindakan atau jalan hidup seseorang lebih bermakna dibanding dengan yang lain⁴⁴.

Mengukur Kecerdasan Spiritual Individu yang cerdas secara spiritual melihat kehidupan ini lebih agung dan sakral, menjalaninya sebagai sebuah

⁴¹Elkins, D. N., dkk. 1988. Toward a Humanistic-phenomenological spirituality: Definition, description and measurement. *Journal of Humanistic Psychology*. 28 (4): p. 5-18

⁴² Fernando, M. 2006. The influence of religion-based workplace spirituality on business leaders' decision making: An inter-faith study. *Journal of Management and Organization*. 12 (1): 23

⁴³Kashdan, T.B., and John B. Nezlek. 2012. Personality and Social Psychology. Bulletin. Whether, When, and How Is Spirituality Related to Well-Being? Moving Beyond Single Occasion Questionnaires to Understanding Daily Process. DOI: 10.1177/0146167212454549. Published by Sage.

⁴⁴Zohar, Danah, dan Marshall, Ian, 2001. SQ: Memanfaatkan Kecerdasan Spiritual Dalam Berfikir Integralistik Dan Holistik Untuk Memaknai Kehidupan, Jakarta: Pustaka Mizan. 2007, hal. 36

panggilan (vocation) untuk melakukan sesuatu yang unik, menemukan ekstase kehidupannya dari pelayanan kepada gagasan-gagasan yang bukan pemuasan diri sendiri (*self gratification*) melainkan kepada tujuan luhur dan agung, yang bahkan sering keluar dari dunia ini, bersifat abadi dan eksatologis. Kehidupan menjadi lebih sebagai instrument ketimbang tujuan akhir. Secara khusus, Zohar⁴⁵ mengidentifikasi sepuluh kriteria mengukur kecerdasan Spiritual seseorang, yaitu: (1) kesadaran diri; (2) spontanitas, termotivasi secara internal; (3) melihat kehidupan dari visi dan berdasarkan nilai fundamental; (4) holistik, melihat sistem dan universalitas; (5) kasih sayang (rasa berkomunitas, rasa mengikuti aliran kehidupan); (6) menghargai keragaman; (7) mandiri, teguh melawan mayoritas; (8) mempertanyakan secara mendasar; (9) menata kembali dalam gambaran besar; dan (10) teguh dalam kesulitan.

Menurut Khavari⁴⁶, ada beberapa aspek yang menjadi dasar kecerdasan spiritual, yaitu: Sudut pandang spiritual-keagamaan, artinya semakin harmonis relasi spiritual-keagamaan kita kehadirat Tuhan, semakin tinggi pula tingkat dan kualitas kecerdasan spiritual seseorang, yaitu : (1) sudut pandang relasi sosial-keagamaan, artinya kecerdasan spiritual harus direfleksikan pada sikap-sikap sosial yang menekankan segi kebersamaan dan kesejahteraan sosial; dan (2) sudut pandang etika sosial. Semakin beradab etika sosial manusia semakin berkualitas kecerdasan spiritualnya.

⁴⁵ Ibid.

⁴⁶Khavari, Khalil A. 2000. Spiritual Intelligence (A Practical Guide to PersonalHappiness), Canada: White Mountain Publications.

Merujuk hasil penelitian Elkins⁴⁷, ada9 (sembilan) komponen spiritualitas seseorang, yaitu: (1) dimensi transenden. Individu spiritual percaya akan adanya dimensi transenden dari kehidupan; (2) makna dan tujuan dalam hidup Individu yang spiritual memahami proses pencarian akan makna dan tujuan hidup. Dari proses pencarian ini, individu mengembangkan pandangan bahwa hidup memiliki makna dan bahwa setiap eksistensi memiliki tujuannya masingmasing; (3) misi hidup Individu merasakan adanya panggilan yang harus dipenuhi, rasa tanggung jawab pada kehidupan secara umum; (4) kesakralan hidup Individu yang spiritual mempunyai kemampuan untuk melihat kesakralan dalam semua hal hidup. Pandangan hidup ini tidak lagi dikotomi, antara yang sakral dan yang sekuler, atau yang suci dan yang duniawi, namun justru percaya bahwa semua aspek kehidupan suci sifatnya dan bahwa yang sakral dapat juga ditemui dalam hal-hal keduniaan; (5) nilai-nilai material Individu yang spiritual menyadari akan banyaknya sumber kebahagiaan manusia, termasuk pula kebahagiaan yang bersumber dari kepemilikan material. Oleh karena itu, individu yang spiritual menghargai materi seperti kebendaan atau uang namun tidak mencari kepuasaan sejati dari hal-hal material tersebut; (6)altruisme Individu yang spiritual menyadari akan adanya tanggung jawab bersama dari masing-masing orang untuk saling menjaga sesamanya (our brother's keepers); (7) idealisme Individu yang spiritual memiliki kepercayaan kuat pada potensi baik manusia yang dapat diaktualisasikan dalam berbagai aspek kehidupan. Memiliki keyakinan bukan saja pada apa yang terlihat sekarang namun juga pada hal baik yang dimungkinkan dari hal itu, pada kondisi

⁴⁷ Elkins, D. N., dkk. 1988. Toward a Humanistic-phenomenological spirituality: Definition, description and measurement. Journal of Humanistic Psychology. 28 (4): p. 5-18

ideal yang mungkin dicapai; (8) kesadaran akan peristiwa tragis Individu yang spiritual menyadari akan perlu terjadinya tragedi dalam hidup seperti rasa sakit, penderitaan atau kematian; dan (9) pandangan, kepercayaan dan nilai-nilai yang dianutnya. Pada komponen ini individu menilai efek dari spiritualitasnya, dan biasanya dikaitkan dengan hubungannya terhadap diri sendiri, orang lain, alam, kehidupan, dan apapun yang dipersepsikannya sebagai aspek transenden.

Dalam spiritualitas, Schreurs⁴⁸ menyatakan ada tiga aspek spiritualitas, yaitu aspek eksistensial, aspek kognitif, dan aspek relasional. *Pertama*, aspek eksistensial. Aspek ini mengandung makna bahwa seseorang bersifat egosentrik dan defensif. Aktivitas yang dilakukan seseorang pada aspek ini dicirikan oleh proses pencarian jati diri; *Kedua*, aspek kognitif. Aspek ini bermaksud bahwa seseorang mencoba untuk menjadi lebih reseptif terhadap realitas transenden. Disebut aspek kognitif karena aktivitas yang dilakukan pada aspek ini merupakan kegiatan pencarian pengetahuan spiritual; dan *Ketiga*, aspek relasional. Aspek ini merupakan tahap kesatuan dimana seseorang merasa bersatu dengan TuhanNya.

D. KONSEP KEY SUCCESS FACTORS

1. Definisi Key Success Factors

“Critical success factor (CSF) is the term for an element that is necessary for an organization or project to achieve its mission. It is a critical factor or activity required for ensuring the success of a company or an organization. The

⁴⁸ Schreurs, A. 2002. Psychotherapy and Spirituality: Integrating the Spiritual Dimension into Therapeutic Practice. London: Jessica Kingsley Publishers.

term was initially used in the world of data analysis, and business analysis”⁴⁹.

Critical Success Factors atau CSF's atau Key Success Factors (KSF) merupakan faktor kunci atau kritis keberhasilan sesuatu yang harus dikerjakan. Yang mana, tanpa adanya faktor kunci tersebut, maka sesuatu tidak akan sukses atau berhasil. Merujuk Mardiasmo⁵⁰ KSF adalah suatu area yang mengidentifikasi kesuksesan kinerja unit kerja organisasi. Sedangkan, Tripomo⁵¹ KSF adalah faktor-faktor internal organisasi (sumber daya dari kompetensi) yang paling kritis atau yang paling penting, yang mungkin digunakan oleh suatu organisasi dalam suatu industri sebagai alat utama untuk menangani peluang dan ancaman agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan (meningkatkan posisi persaingan).

Dalam kontek Islam, KSF adalah taqwa, baik untuk di dunia ini maupun untuk di akhirat nanti⁵². Untuk sukses di dunia, tersurat dalam QS. *Al-A'raf*: 96. Yang artinya "*Dan kalau kiranya penduduk negeri-negeri ini beriman dan bertaqwa, niscaya akan kami bukakan atas mereka karunia-karunia dari langit dan bumi, tetapi mereka dustakan, maka Kami siksa mereka lantaran apa yang mereka kerjakan*". Sementara, untuk sukses di akhirat nanti, sebagaimana tersurat dalam QS. Ali-Imran: 133, yang artinya "*Dan bersegeralah kamu kepada ampunan dari Tuhanmu dan kepada surga yang luasnya seluas langit dan bumi yang disediakan untuk orang-orang yang bertaqwa*".

⁴⁹ Sumber bebas diakses melalui www.wikipedia.com

⁵⁰ Mardiasmo. 2004. Akuntansi Sektor Publik. Penerbit Andi. Yogyakarta. p.125

⁵¹ Tripomo, Tejo dan Udan. 2005. Manajemen Strategik. Bandung: Penerbit Rekayasa Sains. p.89.

⁵² Syahminan Zaini, *Kunci Sukses Kehidupan Seorang Muslim* (Jakarta: Kalam Mulia, 1997), 13.

Kisah sukses Rasulullah Sebagai pedagang, nabi Muhammad saw merupakan seorang pedagang yang sukses. Kesuksesannya ditempuh melalui perjalanan panjang yang dimulai dari belajar tentang dunia perdagangan pada usia 12 tahun, mulai merintis usaha sendiri dengan berjualan secara kecil-kecilan berbagai kebutuhan penduduk Mekkah pada usia 17 tahun, selanjutnya pada usia 25 tahun beliau mendapat kepercayaan untuk menjalankan bisnis milik Khadijah, seorang pedagang kaya di Mekkah⁵³. Oleh sebab itu, untuk menjadi sukses dalam melaksanakan apapun, maka perlu merujuk kepada Rasulullah, sebagaimana termaktub dalam QS Al-Ahzab:21, yang artinya "Sesungguhnya telah ada pada diri Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu iaitu bagi orang yang mengharap rahmat Allah dan kedatangan hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah." Adapun sifat Rasulullah SAW yaitu Siddiq (QS An-Najm:4-5); (2) Amanah (QS Al-A'raaf:68); (3) Tabligh (QS al-Jin:28; QS 'Abasa:1-2); dan (4) Fathanah.

2. Identifikasi Key Success Factors (KSF)

Mengidentifikasi KSF sebuah aktivitas bukanlah sesuatu yang mudah, perlu alat bantu dalam melakukan identifikasi KSF dari suatu pekerjaan atau proyek. Merujuk Tripomo⁵⁴, alat bantu untuk yang dapat digunakan dalam melakukan idenfitikasi KSF, diantaranya :

⁵³ Kasmir. 2007. *Kewirausahaan*. (Jakarta: Raja Grafindo Perkasa. p. 27-28.

⁵⁴ Tripomo, Tejo dan Udan. 2005. Manajemen Strategik. Bandung: Penerbit Rekayasa Sains. p.92.

- a. Daftar faktor internal kunci fungsional. Identifikasi KSF dengan menyajikan faktor-faktor yang biasanya menjadi variabel analisis internal. Daftar tersebut akan membantu tim perumus KSF untuk mengingat unsur-unsur internal organisasi yang harus didefinisikan diperiksa karena berpotensi menjadi KSF;
- b. Historis. Informasi tentang sejarah pertumbuhan organisasi sendiri dan organisasi pesaing penting untuk dipelajari, yaitu peristiwa maupun keputusan penting dan perubahan kinerja yang sudah dialami organisasi. Faktor-faktor apa saja yang penting dan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan maupun kegagalan organisasi yang berada pada industri tertentu;
- c. Kerangka *Balanced Score Card* (BSC). BSC mengalami perkembangan dalam implementasinya tidak hanya sebagai alat pengukur kinerja eksekutif, tetapi meluas sebagai 15 pendekatan dalam menyusun rencana strategi, diantaranya: prospektif proses bisnis internal, keuangan, konsumen dan pembelajaran serta pertumbuhan;
- d. Rantai Nilai (*Value Chain*). Rantai nilai atau value chain adalah cara memandang secara sistematis serangkaian kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk memuaskan pelanggan yang dilayani. Setiap perusahaan dapat dipandang sebagai sekumpulan kegiatan bernilai (*value activities*) yang dilakukan untuk merancang, menghasilkan, memasarkan, dan menyampaikan produk maupun jasanya;
- e. Tahapan evaluasi industri. Mengidentifikasi faktor kunci keberhasilan dengan kerangka acuan pada tahapan evaluasi industri yang menyajikan empat

tahapan yaitu: pengembangan awal, pertumbuhan, ketidakpastian, dan tahapan kejemuhan; dan

- f. Opini (praktisi, stakeholder utama, tenaga ahli).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. JENIS DAN PENDEKATAN PENELITIAN

Penelitian ini tergolong jenis penelitian kualitatif, merujuk Moleong¹ (2007) sebagaimana mengutip pendapat *Bogdan Taylor*, bahwa penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Dikatakan penelitian kualitatif dalam penelitian ini karena unit analisis hasil penelitian berupa ungkapan-ungkapan verbal dari informan berdasarkan hasil wawancara dan gambaran fenomen hasil obervasi yang dilakukan di objek penelitian yaitu PO. Haryanto.

Penelitian kualitatif lebih memperhatikan pada pembentukan teori substantif berdasarkan konsep-konsep yang timbul dari data empiris. Dalam penelitian kualitatif peneliti merasa tidak tahu tentang apa yang tidak diketahui, sehingga desain yang dikembangkan selalu merupakan kemungkinan yang terbuka akan berbagai perubahan yang diperlukan dan fleksibel terhadap kondisi yang ada di lapangan pengamatannya.²

Adapun pendekatan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Merujuk

¹ Moleong, Lexy J. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosda Karya.

² Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2005. Hlm. 91

Bogdan dan Bikien³, studi kasus merupakan pengujian secara rinci terhadap satu latar atau satu orang subjek atau satu tempat penyimpanan dokumen atau satu peristiwa tertentu. Sementara, Surachrnad⁴ membatasi pendekatan studi kasus sebagai suatu pendekatan dengan memusatkan perhatian pada suatu kasus secaraintensif dan rinci. Dalam penelitian, studi kasus di lakukan di PO Haryanto yang berkantor pusat di Tangerang dan Cabang di Kudus.

Lebih rinci studi kasus adalah meliputi: (1). Sasaran penelitiannya bisa berupa manusia, peristiwa, latar dan dokumen; (2) sasaran-sasaran tersebut ditelaah secara mendalam sebagai suatu totalitas sesuai dengan latar atau konteksnya masing-masing dengan maksud untuk memahami berbagai kaitan yang ada di antara variable-variabelnya.⁵ Studi kasus digunakan jika peneliti ingin memahami tentang masalah organisasi yang rumit atau penyebab kerancuan dan pengaruh perubahan. Pada intinya, studi kasus memungkinkan peneliti memusatkan perhatian pada satu hal yang cukup dapat ditangani untuk dimengerti dengan segala kerumitannya.⁶ Studi kasus memusatkan diri pada satu unit tertentu dari berbagai fenomena. Dari ciri yang demikian memungkinkan studi ini dapat amat mendalam sehingga kedalaman data menjadi pertimbangan dalam penelitian model ini. Karena itu, studi kasus bersifat mendalam dan tepat sasaran, untuk mencapai maksud ini seringkali

³ Bogdan, Robert C. dan Biklen Kopp Sari, 1982, Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods. Allyn and Bacon, Inc.: Boston London.

⁴ Surachmad, Winarno. 1982. Pengantar Penelitian Ilmiah. Bandung: Tarsito.

⁵ Syamsudin dan Vismaia, *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa*, Bandung: Rosdakarya, 2007. Hlm. 176

⁶ Ibid

peneliti membutuhkan waktu yang relatif lama.⁷

B. JENIS DATA DAN SUMBER

Data dalam penelitian ini adalah berjenis data kualitatif, sebab data yang didapat peneliti dan yang dianalisis berupa kata-kata atau ungkapan dari informan. Merujuk Prastowo⁸, terdapat dua macam jenis data yang dapat ditemukan di lapangan yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Sementara sumber data dalam penelitian ini adalah subyek darimana data yang diperoleh⁹. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dari sumber data primer. Menurut Daniel¹⁰ data primer adalah data yang penanggung jawab terhadap pengumpulan dan penerbitannya berada pada satu tangan.

C. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui :

1. Wawancara (*Interview*). Wawancara menurut Daniel¹¹ merupakan kegiatan atau metode pengumpulan data yang dilakukan dengan bertatap langsung dengan responden. Pendekatan wawancara yang digunakan adalah pendekatan wawancara tidak terstruktur, artinya antara peneliti dan yang diteliti dalam suasana yang tidak formal. Sehingga pengambilan data dapat dilakukan

⁷ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana. 2007. Hlm. 68

⁸ Prastowo, A. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.p.24.

⁹ Arikunto, Suharsimi. 1998. *Proseditur Penelitian*. Rineka Cipta. Jakarta

¹⁰ Daniel, Moehar (2005) Metode Penelitian Sosial Ekonomi, Jakarta, penerbit Bumi Aksara. p.114.

¹¹ Ibid. p.143.

melalui diskusi. Adapun informan utama dalam penelitian ini adalah pemilik PO Haryanto yaitu Bapak H. Haryanto, crew bis, tenaga montir, tenaga administrasi, dan penumpang.

Tabel 1
Identifikasi Instrumen Wawancara

No	Informan	Kontek Wawancara
1	Pemilik / Manajer	Landasan filosofis, kebijakan, maksud, tujuan dan strategi mengintegrasikan aspek spiritualitas ke dalam dalam manajemen bisnis jasa transportasi darat "PO Haryanto". Prinsip dan nilai Islam yang diterapkan dalam manajemen bisnis.
2	Crew bis / tenaga kerja lain	Kebijakan perusahaan dan standar operasional prosedur yang mengintegrasikan aspek spiritualitas kedalam operasional jasa transportasi. Nilai-nilai spiritual yan muncul ketika menjalankan kebijakan dan standar operasional prosedur dalam menjalankan tugas. Dan hambatan yang terjadi ketika melaksanakan kebijakan.
3	Penumpang	Nilai-nilai apa yang muncul ketika naik PO Haryanto. Pengalaman penumpang ketika naik PO Haryanto, khususnya berkaitan dengan nilai-nilai spiritual.

2. Observasi. Merujuk Wirartha¹² (2006: 248), observasi sebagai studi yang disengaja dengan sistematis tentang fenomena sosial dan gejala-gejala alam dengan jalan pengamatan dan pencatatan. Dalam penelitian, obervasi yang dilakukan terhadap fenomena lingkungan baik dalam perusahaan maupun di luar perusahaan, khususnya fenomena PO Haryanto yang berkaitan langsung

¹² Wirartha, I Made, (2006) Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi, Yogyakarta, Penerbit Andi. p.248.

perilaku keagamaan atau kegiatan yang berkaitan dengan spiritualitas.

Observasi ini yang dilakukan diinternal perusahaan dan luar internal perusahaan.

Tabel 2
Identifikasi Instrumen Observasi

No	Objek Observasi	Kontek Observasi
1	Lingkungan kerja	Sarana dan prasarana ibadah, suasana kerja, nilai-nilai spiritual.
2	Operasional Jasa transportasi	Nilai-nilai spiritual dan hak-hak spiritual pengguna jasa transportasi PO Haryanto.

D. INSTRUMEN PENELITIAN

Instrumen dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri sebagai instrumen kuncinya. Hal ini dibenarkan dan dinyatakan oleh Herdiansyah¹³ yang menyatakan bahwa peneliti adalah intrumen kunci dalam penelitian kualitatif. Validitas instrumen dalam penelitian kualitatif tergantung pada sejauh mana peneliti menguasai konsep dan model teoritik.

Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif, sehingga kehadiran peneliti adalah suatu hal yang mutlak. Kehadiran peneliti di lokasi berperan sebagai instrument kunci, karena peneliti bertindak sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data.¹⁴ Kehadiran peneliti bukan ditujukan untuk mempengaruhi subyek tetapi untuk mendapatkan data dan informasi yang akurat serta meyakinkan. Keberadaan peneliti adalah sebagai pengamat nonpartisipatif,

¹³ Herdiansyah, Haris. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial, Jakarta, Penerbit Salemba Empat. p.15.

¹⁴ Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009, hlm. 8

dimana peneliti telah mengamati bagaimana konsep spiritualitas diterapkan dalam manajemen bisnis, khususnya manajemen bisnis yang bergerak dalam jasa transportasi darat.

E. ANALISIS DATA

Metode analisis data yang digunakan peneliti adalah teknik analisis data yang dikembangkan Miles & Huberman¹⁵, yang menggunakan empat komponen analisis yaitu pengumpulan data, reduksi data, *display* data dan kesimpulan atau verifikasi.

Setelah data terkumpul, peneliti dapat mengagregasi, mengorganisasi dan mengklasifikasikan data menjadi unit-unit yang dapat dikelola.¹⁶ Agregasi merupakan proses mengabstraksi hal-hal khusus menjadi hal-hal umum untuk menemukan pola umum data. Data dapat diorganisasikan secara kronologi, kategori atau dimasukkan ke dalam tipologi. Analisis data dilakukan mulai peneliti di lapangan, waktu pengumpulan data dan setelah semua data terkumpul atau setelah selesai dari lapangan.¹⁷

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pengumpulan data penelitian, dalam hal ini peneliti merekam data lapangan dalam bentuk catatan lapangan, menafsirkan catatan tersebut, dan menyeleksi data yang relevan dengan fokus masalah yang

¹⁵ Miles, M.B. dan Huerman, A.M. 1994. Qualitative Data Analysis. California: SAGE Publication, Inc.

¹⁶ Ibid, hlm. 186

¹⁷ Ibid.,

diteliti. Selama proses reduksi data peneliti melanjutkan ringkasan, pengkodean dan menemukan tema. Reduksi data berlangsung selama penelitian di lapangan sampai pelaporan penelitian selesai. Reduksi data merupakan analisis yang tajam untuk mengorganisasikan data. Dengan demikian kesimpulannya dapat diverifikasi untuk dijadikan temuan penelitian terhadap masalah yang diteliti.¹⁸

2. Display Data

Penyajian data yang telah diperoleh dalam bentuk matriks atau daftar kategori setiap data yang diperoleh. Data penelitian yang sangat banyak dianalisis dan disusun secara sistematis dan simultan sehingga data yang diperoleh dapat menjelaskan atau menjawab masalah yang diteliti.¹⁹

3. Kesimpulan dan verifikasi

Bagian terakhir dari analisis adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti mulai mencari arti benda-benda, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan akhir tergantung pada besarnya kumpulan catatan lapangan, pengkodean, penyimpanan, dan metode pencarian ulang yang digunakan serta kecakapan peneliti. Penarikan kesimpulan adalah bagian dari konfigurasi yang utuh. Pembuktian kembali atau verifikasi dapat dilakukan untuk mencapai pemberian dan persetujuan, sehingga validitas dapat dicapai.²⁰

¹⁸ Iskandar, *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*, Jakarta: GP Press, 2009. Hlm. 223

¹⁹ Ibid.,

²⁰ Hamid Patilima, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2007, hlm. 97

F. PENGECEKAN KEABSAHAN DATA

Pengecekan keabsahan data merupakan konsep penting yang bertujuan untuk menjamin dan meyakinkan pihak lain, bahwa temuan penelitian benar-benar absah. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode triangulasi. Triangulasi adalah pendekatan multimetode yang dilakukan peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data.²¹ Ada 4 macam triangulasi yang digunakan sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, antar peneliti, dan teori.²² Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis triangulasi, yakni triangulasi sumber data dan triangulasi metode.

1. Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya, selain melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat (*participant observation*), dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi, gambar atau foto. Masing-masing cara itu akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (*insights*) yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti. Berbagai pandangan itu akan melahirkan keluasan pengetahuan untuk memperoleh kebenaran handal.²³
2. Triangulasi metode dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Sebagaimana dikenal, dalam penelitian

²¹ Mudjia Rahardjo, *Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif*. (www.MudjiaRahardjo.com) diakses pada 05 April 2011

²² Ibid.,

²³ Ibid.,

kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan survei. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, dalam hal ini peneliti menggunakan metode wawancara bebas dan wawancara terstruktur. Dalam beberapa hal peneliti menggunakan wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya. Selain itu, peneliti juga menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut. Melalui berbagai perspektif atau pandangan maka diharapkan hasil penelitian ini mampu mendekati kebenaran. Karena itu, triangulasi tahap ini juga dilakukan terhadap beberapa informasi yang diperoleh dari subjek atau informan penelitian diragukan kebenarannya.²⁴ Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber data dan metode, bertujuan untuk untuk menggali informasi yang lebih dalam terkait dengan *key success factors* dalam manajemen bisnis dengan pendekatan konsep spiritual. Adapun beberapa sumber dan metode yang dimaksud adalah wawancara dengan pihak pendiri atau pemilik dan manajemen, wawancara dengan *key stakeholders*, observasi beberapa unit yang berhubungan dengan penerapan aspek spiritual ke dalam manajemen bisnis, dokumen, arsip, wawancara kepada informan yang berbeda, lain sebagainya.

²⁴ Ibid.,

BAB IV

PAPARAN DATA HASIL PENELITIAN

A. SEJARAH SINGKAT PERUSAHAAN OTOBIS "HARYANTO"

Sejarah berdirinya Perusahaan Otobus (PO) Haryanto Kudus merupakan perjalanan panjang yang di awali dengan mobil angkutan kota daihatsu pada tahun 1984. PO Haryanto diambil dari nama pemiliknya yaitu Bapak Haryanto. Beliau adalah anggota Tentara Nasional Indonesia (TNI) di kesatuan angkatan udara kostrad di Tangerang. Bapak Haryanto sewaktu menjadi anggota TNI di didik menjadi pengemudi yang tugasnya mengangkut meriam, beras untuk konsumsi dan perminyakan. Seiring dengan perkembangan waktu dan kebutuhan ekonomi keluarga, selain sebagai anggota TNI tetap, Bapak Haryanto mempunyai kerja sambilan yaitu menjadi sopir angkutan kota di daerahnya. Pada tahun 1984 dengan modal kurang dari satu juta, Bapak Haryanto memberanikan diri membeli mobil angkutan kota buatan daihatsu. Disela-sela waktu bekerja sebagai sopir kendaraan militer dikesatuannya, Bapak Haryanto meluangkan waktunya menjadi sopir angkutan kota.



Bapak Haryanto pada waktu itu tidak mempunyai banyak waktu istirahatnya demi menafkahi keluarganya, beliu juga bekerja sambilan yang lain yaitu sebagai perwakilan bus PO Sumber Urip yang dilakukan sejak tahun 1990 sampai dengan tahun 2000. Dari hasil kerja kerasnya, angkutan Bapak Haryanto terus bertambah banyak hingga mencapai 100 unit. Dari hasil usaha tersebut, Bapak Haryanto mendapatkan jutaan rupiah setiap harinya. Selain usaha yang sudah dilakukan di atas, tahun 1990, Bapak Haryanto membuka Showroom mobil di daerah Tangerang. Showroom yang khusus menjual mobil angkutan kota dari berbagai merk. Mobil angkutan kota yang dijualnya sangat diminati oleh pembeli sehingga setiap bulan terjual 20-30 unit mobil.

Pada tahun 2002 dan tepatnya berumur 43 tahun, Bapak Haryanto mengundurkan diri dari kesatuan dan mendapatkan pensiun sebesar Rp 800.000,- per bulan. Sejak setelah pensiun inilah, Bapak Haryanto menekuni dan mendirikan Perusahaan Otobus (PO) yang diberi nama "PO Haryanto", dengan pinjaman dari bank sebesar 3 (tiga) miliar yang digunakan untuk membeli 5 (lima) unit bus yang masing-masing unit harganya Rp 800.000.000,-. Adapun rute bus "PO Haryanto" yaitu jurusan Cikarang-Cimone dengan kelas ekonomi. Namun, dengan tingkat onkupansi penumpang sepi, maka strategi bisnis dirubah menjadi kelas eksekutif dengan jurusan atau rute yaitu Jakarta-Kudus, Jakarta-Jepara dan Jakarta-Pati PP.

Pada saat ini "PO Haryanto" memiliki 90 (sembilan puluh) bus eksekutif yang melayani rute atau jurusan Jakarta-Kudus-Surabaya-Madura-Solo-Pati-Ponorogo-Blora. Selain digunakan untuk melayani penumpang umum, juga melayani atau disewakan untuk kepentingan pariwisata. Selain juga memiliki 150 angkutan kota dengan melayani trayek daerah tangerang, Bapak Haryanto juga memiliki showroom mobil, 2 (dua) rumah makan besar yang berada di daerah Jawa Barat dan Jawa Tengah.



Bapak Haryanto sebagai seorang muslim menyadari betul bahwa strategi bisnisnya tidak akan berhasil tanpa bantuan Allah SWT. Oleh sebab itu, sebagai rasa syukur berkembang bisnis, Bapak Haryanto juga memberangkatkan sopirnya ke Tanah Suci baik haji maupun umrah.



B. PAPARAN DATA HASIL PENELTIAN

Upaya membangun strategi bisnis berbasis spiritual di PO Haryanto merupakan jalan panjang yang ditempuh oleh pendiri atau pemiliknya. Ketika peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Haryanto selaku pemilik, selain memberikan keterangan dan penjelasan tentang bagaimana membangun strategis bisnis dengan pendekatan spiritual, beliau juga menganjurkan untuk mempelajari dan menela'ah tulisan-tulisan beliau yang ada blog. Perjalanan panjang membangun strategi bisnis berbasis spiritual di PO Haryanto ini memang tidak bisa diungkapkan dengan beberapa kalimat, tetapi memerlukan sebuah tela'ah yang mendalam. Bapak Haryanto telah menuliskan ide-ide, gagasan dan pemikiran beliau dalam bentuk tulisan-tulisan. Sebagaimana beliau ungkapkan:

“Semua strategi itu sudah saya tulis di dalam mengembangkan perusahaan ini saya tidak menggunakan teori-teori yang mungkin ada di buku-buku yang kamu pelajari di bangku kuliah....”¹

Berdasarkan dokumen-dokumen yang terkait dengan pengembangan bisnis menggambarkan perjuangan panjang yang dimulai pada tahun 1984, ketika perusahaan masih memiliki satu angkutan kota. Bapak Haryanto mengungkapkan bahwa manajemen bisnis bersifat terbuka, tidak berusaha menutupi apapun yang telah dilakukan oleh perusahaan. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Haryanto :

“Sistem manajemen bisnis ini bersifat terbuka, sehingga strategi yang digunakan untuk membangun perusahaan ini juga terbuka, semua sudah saya tulis di blog, yang itu bisa dibaca semua orang”²

¹ Wawancara tanggal 19 Agustus 2017

² Hasil wawancara dengan pihak manajemen, pada 19 Agustus 2017

Hasil tela'ah dokumen yang telah peneliti lakukan menunjukkan bahwa perjuangan membangun strategi bisnis berbasis spiritual di PO Haryanto adalah perjuangan panjang sehingga diperlukan perenungan yang dalam dan analisis yang tajam, karena basis perubahan bisnis mulai dari satu angkutan umum menjadi banyak bus sekarang ini, sesungguhnya juga hasil pembacaan dan perenungan peluang bisnis.

Strategi membangun strategi bisnis berbasis spiritual di PO Haryanto di bawah ini merupakan hasil telaah dokumen, baik yang berbentuk buku, tabloid, jurnal, maupun artikel perusahaan. Dari hasil telaah tersebut, dapat disimpulkan adanya strategi dan taktik yang digunakan oleh manajemen PO Haryanto dalam membangun kampus bilingual ini. Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah rencana besar dan bersifat konseptual yang menjadi basis kemajuan dan pembangunan strategi bisnis berbasis spiritual di PO Haryanto. Sedangkan taktik adalah serangkaian kegiatan implementatif dalam melaksanakan strategi. Kedua kegiatan ini berjalan beriringan dan berhasil membawa strategi bisnis berbasis spiritual di PO Haryanto yang memiliki keunggulan-keunggulan dan *brand image* bagus di mata *key stakeholders*.

Filosofi dalam Membangun strategi bisnis berbasis spiritual di PO Haryanto dalam perspektif *key stakeholders* menunjukkan bahwa ada sembilan keunggulan strategi bisnis berbasis spiritual di PO Haryanto yang secara otomatis diingat dan menjadi daya tarik *key stakeholders*. Strategi bisnis berbasis spiritual di PO Haryanto tersebut dibangun dalam kurun waktu yang cukup lama. Strategi bisnis berbasis spiritual di PO Haryanto yang demikian sangat jauh jika

dibandingkan dengan citra Islam sebagai agama yang membawa misi *rahmatan lil alamiin*. Upaya membangun strategi bisnis berbasis spiritual di PO Haryanto merupakan cara untuk menampilkan citra Islam yang sesungguhnya. Menurut Bapak Haryanto, Islam adalah agama yang memiliki 5 misi yang ingin dibangun, yaitu :

“Upaya membangun strategi bisnis berbasis spiritual di PO Haryanto sesungguhnya adalah untuk menampilkan citra Islam yang sesungguhnya. Islam itu memiliki 5 misi, yaitu yang *pertama*, Islam ingin agar umatnya kaya ilmu. ayat yang pertama kali turun adalah *Iqro'*, perintah membaca. Di sana disebut *asmaul husna*, yaitu *al-Khaliq*, yang artinya pencipta. *Kedua*, Islam ingin menjadikan umatnya menjadi umat yang unggul. Ciri-ciri unggul itu, adalah dia mengenal dirinya dan Tuhannya, bisa dipercaya (jujur), *tazkiyatun nafs*, dan selalu berfikir untuk berbuat baik. *Ketiga*, Islam ingin membuat tatanan sosial yang adil, atau konsep ‘*Adalah* (keadilan). *Keempat*, Islam adalah sebagai tuntunan untuk membangun ritual, ritual itu sesungguhnya untuk membangun spiritual. Dan, sekarang masyarakat masih memandang Islam di urutan ke empat ini, yaitu mengurusi tentang ritual, padahal ritual itu adalah untuk meningkatkan spiritual. Tetapi masyarakat malah menjadikan ritual ini sebagai bahasan pokok Islam, didiskusikan, diseminarkan, diperdebatkan. Harusnya kegiatan ritual ini tidak diperdebatkan karena tujuan sesungguhnya adalah untuk membangun spiritual. Yang kelima, adalah *amal shalih*. Hal ini juga seringkali dimaknai lain oleh orang-orang, arti sesungguhnya dari amal itu adalah perbuatan, shalih itu artinya benar dan baik, jadi amal shalih itu adalah amal yang baik, baik itu adalah professional. Jadi artinya adalah berbuat dengan professional, bekerja secara professional. Selama ini masyarakat juga salah mengartikan, amal shalih dimaknai sebagai kotak amal.”³

Pandangan Bapak Haryanto cukup luas tersebut seringkali belum dipahami oleh masyarakat. Mayoritas masyarakat muslim memang masih memandang Islam sebatas ritual, yaitu menyangkut kelahiran, kematian, pernikahan, dan hal-hal lain yang bersifat ritual. Pandangan masyarakat yang masih sangat sempit ini

³ Wawancara dengan Bapak Haryanto.

berimplikasi terhadap masih mencakup hal-hal yang bersifat ritual, seperti fiqh, tauhid, akhlak, dll.

Citra yang ingin dibangun di kampus Islam ini, menurut Bapak Haryanto adalah citra Islam yang sesungguhnya, yang menggambarkan Islam sebagai agama yang membawa misi *rahmatan lil alamiin*. Menurut beliau, bahwa selama ini Islam hanya dimaknai sebatas ritual, sehingga sangat sempit sekali. Nilai-nilai Islam, misi Islam yang berjumlah lima sebagaimana di sebut di atas belum terealisasikan. Dan sebagai Bapak Haryanto, beliau ingin membangun citra tersebut melalui kampus ini. Sebagaimana beliau ungkapkan:

“Saya ingin menampilkan citra Islam yang mulia tersebut melalui kampus ini. Bagaimana menjadikan dosen dan mahasiswa menjadi kaya ilmu dan unggul, itu memerlukan waktu yang panjang dan kerja yang professional.”⁴

Keinginan menampilkan citra Islam sebagaimana dimaksud tersebut selaras dengan tujuan hadirnya PO Haryanto, yang sesungguhnya memiliki tujuan yang mulia, yaitu agar Islam difahami bukan sekedar sebagai agama, melainkan sebagai pedoman hidup dan *rahmatan lil alamin*:

“Spiritual dibangun adalah supaya Islam betul-betul difahami melalui riset dan pengembangan keilmuan. Dan perubahan perusahaan menjadi PO adalah sebuah keinginan untuk menampilkan bahwa Islam bukan sekedar agama. Kalau generasi Islam tidak bisa mengenalkan al-Qur'an dan Hadis. Dengan al-Qur'an dan Hadist, Islam mengantarkan umatnya memiliki pribadi unggul.”⁵

Semangat ini yang menumbuhkan keyakinan dan tekad untuk membangun bisnis. Selain itu, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat

⁴ Wawancara dengan Manajemen Perusahaan, pada 21 Agustus 2017.

⁵ Dokumen.

cepat dan bersifat global berdampak pada tuntutan, tantangan dan kebutuhan masyarakat yang demikian kompleks dan melakukan perubahan dan pengembangan secara terus-menerus dan berkesinambungan.

Untuk dapat memainkan peran-peran strategisnya di masa mendatang sebagai PO Haryanto, berkemauan keras untuk mencapai cita-cita besarnya, yakni perusahaan angkutan darat dengan berbagai keunggulannya. Dengan kata lain dia menjadi top leader dalam bisnis angkutan darat dengan berbasis spiritual. Ini semua bisa dilakukan jika ada tekad dan semangat yang menggelora serta langkah-langkah strategis menuju perubahan (*change*), pertumbuhan (*growth*) dan reformasi (*reform*) di segala bidang yang terencana sistematis dan berkesinambungan.

Keinginan untuk mengembangkan Strategi bisnis berbasis spiritual juga didasari adanya pemahaman terhadap al-Qur'an bahwa Al-Qur'an berisi ilmu pengetahuan yang sangat luas, menyangkut seluruh isi kehidupan manusia, bukan hanya sebatas fiqh, tauhid, akhlaq, tarikh dan bahasa Arab. Al-Qur'an merangkum ilmu umum dan ilmu agama sekaligus. Sehingga perlu dilakukan konstruksi kembali tentang pengelompokan ilmu agama dan ilmu umum (dikotomik ilmu). Karena cara pandang dikotomik akan memberikan gambaran betapa sempitnya wilayah kajian Islam.⁶

Berdasarkan pemikiran tentang perlunya rekonstruksi paradigma keilmuan, maka Strategi bisnis berbasis spiritual mengintegrasikan agama dan pelaku bisnis. Yakni sebagai wujud dan gambaran pelaku muslim dalam berbisnis,

⁶ Buletin Bus

karena PO Haryanto memiliki izin rute untuk mayoritas masarakat muslim. Hal ini disampaikan oleh Bapak Haryanto :

“Saya berpikir bahwa cara yang paling tepat untuk memberikan gambaran Islam secara utuh dan luas itu, tidak ada jalan lain kecuali, mengubah menjadi pelaku dan mengajarkan kepada pelaku bisnis. Melalui bentuk perusahaan berbasis spiritual, maka Islam akan menjadi tampak luas, universal dan sempurna. Ajaran Islam, yaitu al Qurán dan hadits akan dijadikan sebagai sumber ilmu pengetahuan yang semestinya. Pikiran-pikiran seperti itulah, di antaranya yang mendorong untuk mengubah pelaku bisnis yang Islami.⁷

Hal ini juga didasari pemahaman terhadap hadits Rasullullah Saw. yang artinya: “*Barang siapa yang menghendaki keunggulan duniawi, maka hendaklah dengan ilmu, barang siapa yang menghendaki kejayaan di akhirat, maka hendaklah dengan ilmu, dan siapa saja yang menghendaki keduanya, maka hendaklah dengan ilmu.*” Hal ini dipahami bahwa untuk membentuk sebuah peradaban yang unggul, dapat diciptakan dengan ilmu pengetahuan.⁸

Selain itu, keinginan tersebut juga berdasarkan pemahaman terhadap sejarah bahwa terdapat dua kategori cendikiawan dalam dunia Islam, yaitu para ilmuwan dan para ulama’. Keduanya memiliki kajian keilmuan yang berbeda karena sumber kajiannya berbeda. Para Ulama’ mayoritas hanya mengkaji *ayat-ayat qouliyah* dan bersumber pada teks, sejarah dan pemikiran ulama terdahulu. Sedangkan para ilmuwan hanya mengkaji tentang *ayat-ayat kauniyah* yang bersumber pada hasil riset, eksperimen dan penalaran logis. Ke depan, perlu digagas adanya pendidikan yang bisa menyatukan dua kecendikiawanan tersebut. Dalam sejarah tercatat para ‘ulama’ yang sekaligus adalah ilmuwan, seperti al-

⁷ Blog <http://duniabus.com>)

⁸ Ibid.

Kindi dalam bidang filsafat, Ibnu Sina dalam kedokteran, al-Biruni dalam fisika dan kedokteran, al-Khawarizmi dalam matematika, al-Ghazali dalam filsafat dan etika, Ibnu Khaldun dalam sejarah dan ilmu sosial, dan masih banyak lagi. Konsep baru pendidikan tersebut perlu menyatukan *ayat-ayat qouliyah* dan *ayat-ayat kauniyah*, yang keduanya diposisikan sebagai sumber ilmu secara bersama-sama.⁹

Berbagai Strategi bisnis berbasis spiritual merupakan ekspresi dari semangat yang tumbuh dari pendiri perusahaan untuk mengembangkan cita-cita luhur dan besar, yang pada umumnya disandang oleh umat Islam, yaitu agar memiliki perusahaan yang dalam operasionalnya menggunakan pendekatan nilai-nilai Islam yang yang sesuai dengan kebutuhan dan ideal sebagaimana dicitacitakan. Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Haryanto:

“Perusahaan yang Islami adalah perusahaan yang dibangun berdasarkan ajaran Islam dan cita-cita seperti itu tidak bisa ditahan, apalagi dihalang-halangi. Cita-cita seperti itu menjadi kekuatan yang luar biasa yang selalu mencari peluang untuk tumbuh. Semangat seperti itu tidak pernah bisa dipadamkan, ia akan selalu menunggu kesempatan tumbuh.”¹⁰

Cita-cita luhur untuk membangun perusahaan berbasis Islam secara umum dimiliki oleh mayoritas umat Islam, di setiap mereka hidup selalu berlomba-lomba membangun perusahaan. Keinginan dan cita-cita tersebut datang dari internal perusahaan yang memiliki penguasaan Islam yang mendalam untuk terus mengembangkan perusahaan yang Islami.

⁹ Ibid.

¹⁰ Ibid..

1. Konsep Dasar Dalam Membangun Bisnis Berbasis Spiritual

PO Haryanto, sebagai perusahaan angkutan darat yang berbasis Islam selalu menggunakan al-Qur'an dan hadis sebagai landasan berfikir, bergerak, dan mengambil keputusan. Sumber utama dan acuan yang paling pokok tentang bagaimana mengembangkan perusahaan diperoleh dari al-Qur'an dan Hadis. Demikian pula strategi bisnis, PO Haryanto bersumber dari al-Qur'an dan al-Hadits. Sebagaimana yang diungkapkan Bapak Haryanto:

"Teori-teori tentang pengembangan perusahaan berbasis spiritual sebetulnya sudah sedemikian banyak ditemukan, baik yang berasal dari barat maupun dari dalam negeri sendiri. Tetapi, dari berbagai pengetahuan atau informasi itu ternyata belum sejelas sebagaimana yang diperoleh dari kitab al-Qur'an."¹¹

Teori-teori pengembangan strategi bisnis yang dimaksud oleh Bapak Haryanto mengacu pada *sirah nabawiyah*, atau sejarah Nabi Muhammad dalam membangun bisnis yang Islami. Sejarah membangun bisnis Islam di Makkah dan Madinah telah terbukti berhasil dengan bimbingan Allah SWT yang terangkum dalam al-Qur'an, sehingga untuk membangun perusahaan maka bisa dipastikan bisa berhasil jika dilakukan dengan professional dan mengikuti ajaran al-Qur'an.

Lebih lanjut Bapak Haryanto mengungkapkan:

"Al-Qur'an diturunkan melalui Rasullullah Muhammad dapat dilihat sebagai petunjuk dalam melakukan proses kebangkitan masyarakat. Kebangkitan yang dimaksudkan dalam hal ini adalah munculnya suasana hidup kembali (*revival*) sebuah peradaban besar. Semua isi al-Qur'an sesungguhnya menyangkut kebangkitan peradaban itu. Namun, sebatas pengembangan dalam skala kecil yaitu menghidupkan kembali perusahaan, cukup berbekalkan beberapa ayat al-Qur'an yang turun pada fase awal, yaitu QS. Al-Alaq 1-5, dan al-Muddatsir 1-7."¹²

¹¹ Dokumen

¹² Ibid.

Pemahaman yang dalam tentang surat al-Alaq 1-5 dan Surat al- Muddatsir 1-7 sebagai wahyu yang pertama turun, kemudian menjadikan kedua surat ini sebagai petunjuk dan pedoman tentang langkah-langkah membangun perusahaan berbasis spiritual menjadi perusahaan yang unggul. Dalam memahami wahyu yang turun pertama kali tersebut, Bapak Haryanto memiliki pemahaman yang berbeda, yaitu kedua surat ini difahami sebagai arah dan petunjuk untuk mengembangkan bisnis Islam.

Surat al-Alaq 1-5 dan surat al-Muddatsir 1-7 diturunkan pada masa awal Rasullullah Saw. akan berdakwah untuk menyeru orang agar masuk Islam. Sehingga ke dua surat ini sesungguhnya cukup memberikan arahan dan bimbingan bagi siapa saja yang ingin membangun perusahaan. Kedua surat inilah yang kemudian digunakan Bapak Haryanto untuk mengembangkan dan membangun strategi bisnis berbasis spiritual.

Gambaran tentang konsep perusahaan berbasis spiritual merupakan hasil perenungan yang dalam tentang sirah nabawi, perjalanan Rasulullah Saw. dalam membangun bisnis Islam. Melalui perenungan yang dalam terkait dengan perjuangan Nabi pada awal masa perjuangan, Bapak Haryanto membaca dan merenungkan isi wahyu yang pertama turun, yang berisi tentang perintah untuk membaca. Dari perenungan inilah kemudian lahir konsep bisnis yang tidak boleh melupakan sang khaliq sebagai landasannya.

“Kerangka konseptual yang saya maksud saya gambarkan sebagai sebuah segi tiga. Garis datar bagian bawah yang membentuk segi tiga, menggambarkan bahwa semua gerakan selalu bersumber dari inspirasi dan kekuatan penggerak. Sumber inspirasi dan kekuatan penggerak, berada pada kedua ujung garis datar tersebut. Ujung

sebelah kanan dan ditarik garis puncak, saya gunakan untuk menggambarkan bahwa dalam membangun gerakan selalu bersumber dari hasil pemahaman yang mendalam terhadap fenomena yang ada. Proses pemahaman itu dilakukan melalui kegiatan yang disebut dengan qiro'ah atau perintah iqro'.”¹³

Setelah memaparkan tentang kegiatan pembacaan atau *iqro'*, Bapak Haryanto melanjutkan tentang konsep pengembangan perusahaan selanjutnya, yaitu hasil dari renungan yang dalam tentang surat al-Muddatsir, yaitu surat yang turun ke-dua setelah surat al-Alaq. Dari surat al-Muddatsir ini, lahir beberapa fase yang harus dilalui untuk mengembangkan sebuah perusahaan, sebagaimana yang Bapak Haryanto jelaskan:

“Dimulai dari kegiatan membaca pada ujung garis datar sebelah kanan menuju garis puncak digunakan untuk menggambarkan fase-fase gerakan menuju puncak tujuan hidup manusia, yaitu ridho Allah. Fase-fase itu setelah iqro' maka melahirkan kesadaran. Istilah kesadaran diambil dari kata *mudatsir*. Kata *mudatsir* sendiri berarti berselimut. Istilah berselimut menggambarkan seseorang yang pasif, tidak banyak bergerak, dan dengan panggilan hai orang yang berselimut maka melahirkan kesadaran.”¹⁴

Setelah proses pembacaan dan perenungan, maka seseorang diharapkan untuk sadar dan bangkit. Istilah orang yang berselimut yang tercantum dalam surat al-Muddatsir diartikan sebagai orang yang pasif, tidak banyak gerak dan tidak memiliki kesadaran untuk bangkit. Sehingga perintah untuk bangkit yang ditujukan bagi orang berselimut sesungguhnya merupakan perintah untuk sadar dan bangkit dari kemalasan dan sifat pasif. Lebih lanjut beliau menjelaskan:

“Tatkala orang menjadi sadar, maka lahirlah semangat untuk bangkit. Dalam bahasa al Qur'an disebut qiyam atau dengan kalimat perintah qum. Selanjutnya, kebangkitan akan melahirkan

¹³ Dokumen.

¹⁴ Ibid..

semangat juang. Akan tetapi, dalam setiap perjuangan selalu dipersyaratkan adanya jiwa dan raga bersih atau disebut *ath thoharoh*. Dalam al Qur'an disebut : *wa syiyabaka fathohhir*. Berjuang atau jihad harus dilakukan untuk mengagungkan asma Allah dan juga diliputi oleh suasana sabar. Demikian pula suasana *thohhir* atau bersih, dapat dimaknai bersih dari hal-hal yang bersifat angkara murka, dholim, mungkar dan sifat subyektif atau mengharap sesuatu yang tidak mungkin terjadi. Sudah barang tentu, karena fase-fase yang digambarkan ini bukan merupakan suasana riil melainkan menyangkut kehidupan batin, maka fase-fase itu tidak mungkin dapat dipahami secara linier dan berurut dari satu fase ke fase berikutnya, melainkan bisa jadi, fase-fase itu berulang pada bagian-bagian tertentu tumbuh dan berkembang dan berpengaruh pada fase yang lain.”¹⁵

Konsep yang dikembangkan tersebut telah teruji berhasil membangun, mengembangkan dan mengantarkan PO Haryanto menjadi perusahaan angkutan darat yang terpercaya dan sukses dengan mengalami perkembangan cepat dan pesat. Dari keberhasilan membangun dan mengembangkan perusahaan, maka *brand image* PO Haryanto ikut terbangun, sehingga membangun bisnis dengan professional dan jelas, akan berimplikasi keberhasilan PO Haryanto.

Secara umum, Bapak Haryato membangun strategi bisnis berbasis spiritual g melalui beberapa cara, yaitu : (1) *Being the first*; (2) *Being different*; (3) *Being the best*; (4) *Do the best*; dan (5) *Tell to other people*



¹⁵ Ibid..

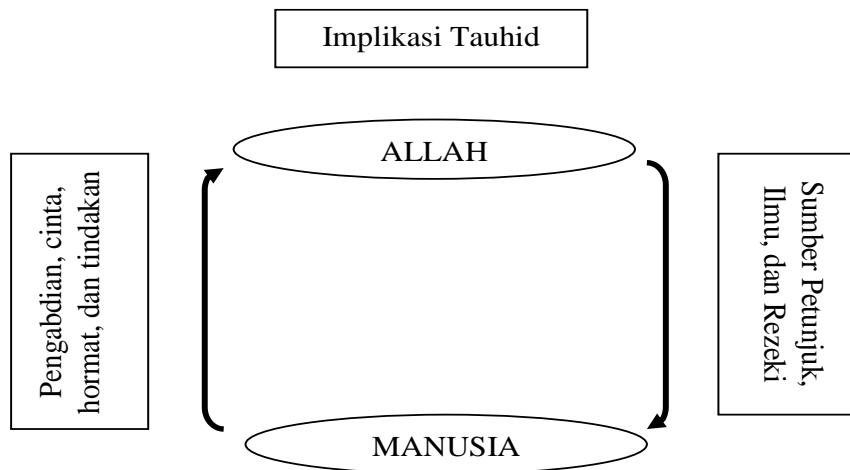
Salah satu bukti keunikan pada perusahaan otobus PO Haryanto yaitu mewajibkan sopirnya untuk memberi kesempatan para penumpangnya menunaikan ibadah shalat. Bapak Haryanto mempunyai peraturan/kebijakan yaitu mewajibkan para pengemudinya untuk memberikan kesempatan pada penumpang untuk melaksanakan shalat 5 waktu terutama shalat subuh. “Semua crew bus PO. Haryanto wajib memberi kesempatan penumpang dan melaksanakan shalat 5 waktu, terutama shalat subuh. Bagi yang melanggar, 1 crew tidak mendapatkan gaji untuk 1 PP. Tidak saja hanya mewajibkan seluruh crew-nya shalat, Bapak Haryanto juga secara rutin memberangkatkan sopir-sopirnya menunaikan haji ke Tanah Suci. Tradisi memberangkatkan karyawannya itu terus ia pelihara hingga sekarang. Bagi karyawan yang taat dan tekun beribadah, Haryanto tak segan-segan membagi tiket untuk beribadah haji. Bapak Haryanto adalah salah satu contoh pengusaha sukses di bidang transportasi dengan mengembangkan prinsip-prinsip dan nilai-nilai Islam.

B. PEMBAHASAN KONSEP MANAJEMEN DALAM ISLAM

Konsep adalah abstraksi dari sebuah ide atau gambaran mental, yang dinyatakan dalam sebuah kata atau simbol. Berdasarkan beberapa pendapat di atas, maka dapat di rumuskan satu konsep manajemen dalam Islam melalui kajian kritis. Merujuk konsep manajemen manajemen yang dirumuskan barat didasarkan pada pemikiran rasional, analitik, kausalitas, dan probabilitas bukan bersumber dari nilai-nilai *ilahia*. Ilmu manajemen yang dipelopori oleh Frederik Taylor, Henry Fayol, dan lainnya misalnya, berlandaskan prinsip kapitalis, dengan

asumsi bahwa manusia adalah makhluk rasional dan persoalan ekonomi dapat dijadikan faktor utama untuk meningkatkan produktitas. Manusia dibentuk untuk tidak memikirkan aspek transendental. Hal ini bertentangan dengan pendapat Mohd. Affandi Hassan (1990), yang menyatakan bahwa manajemen dalam Islam berlandaskan ajaran tauhid dan menghapuskan *al-fasad* untuk mencapai *al-falah*. Islam sebagai cara hidup yang komprehensif dapat memberikan petunjuk terbaik ke arah budaya kerja yang cemerlang. Selain membawa pandangan tauhid, Islam juga memberikan etos kerja yang dapat dijadikan landasan motivasi dan wahana pembinaan sikap manajemen yang baik. Etos dalam makna ini adalah nilai dan norma yang dapat dijadikan pola sikap terhadap kerja dan membentuk watak para staf.

Merujuk pada YPEIM (2005), tauhid pada hakikatnya bukan sekedar suatu faham atau ide yang hanya bersifat konseptual tetapi ia merupakan metode integrasi. Penghayatan tauhid dapat menghasilkan integritas pribadi manusia. Kepribadian yang memiliki integritas merupakan ciri oleh keserasian yang harmonis antara pemikiran, perasaan, dan tindakan. Tidak terjadi konflik antara pemikiran dengan tindakan yang dilakukan. Gambar berikut menggambarkan implikasi tauhid, khususnya dalam konsep manajemen.



Sumber : Akademi Pengurusan YPEM (2005)

Gambar 4.1.

Implikasi Tauhid terhadap Manusia

Sementara berdasarkan beberapa konsep manajemen konvensional di atas, semata-mata tujuan hidup hanya berorientasi masalah materi yaitu menekankan produktivitas. Sehingga yang terjadi adalah manusia mengabaikan etika, tanggungjawab sosial dan nilai-nilai kemanusiaan. Hal ini bertolak belakang dengan teori faham hubungan manusia, yang menyatakan bahwa manusia adalah insan sosial yang perlu berinteraksi, tingkahlaku, cara berfikir dan pedoman hidup dipengaruhi oleh masyarakat sekitar, dan untuk memenuhi keperluannya manusia harus bekerja. Dalam sistem manajemen yang harus ditegaskan bahwa lokus dan fokusnya adalah manusia. Sebagaimana ditegaskan Wan Liz Ozman (1996); Azman (2003), manajemen sangat terkait dengan nilai-nilai kemanusiaan, kesejahteraan dan kemaslahatan umat manusia.

Teori birokrasi yang dikembangkan oleh Max Weber, misalnya, yaitu mengembangkan teori rasional yang sesuai dengan masyarakat industri yang berprinsip sistem hirarki dan pembagian pekerjaan yang jelas, kekuasaan mengikuti hirarki, hubungan antara pimpinan dan bawahan didasarkan peraturan untuk meningkatkan produktivitas. Hal ini terjadi mengesampingkan unsur kemanusiaan, bakat, dan kemampuan manusia. Selain itu, beberapa ciri konsep manajemen konvensional, yaitu (1) peramalan (*forecasting*) dalam menentukan estimasi penggunaan sumber daya organisasi untuk kemajuan organisasi dan didasarkan pada hubungan sebab dan akibatnya; (2) pengorganisasian hanya didasarkan pada hubungan kemanusiaan antara pihak manajemen dengan pekerja; (3) pimpinan dalam hal membuat keputusan hanya terbatas untuk meningkatkan produktivitas material; (4) pengawasan, terbatas pengawasan yang bersifat kepentingan-kepentingan yang bersifat ekonomi; dan (5) *feed back* (umpan balik), bersifat jangka pendek. Pendekatan yang digunakan adalah efektifitas dan efisiensi, yaitu melakukan suatu pekerjaan yang tepat (*do the right things*) menjadi langkah awal bagi pencapaian tujuan manajemen.

Manajemen dalam Islam tidak menolak secara mentah-mentah terhadap konsep manajemen yang dikembangkan barat, Islam mengakui dan menggunakan kebenaran konsep pengurusan sebagai ilmu pengetahuan dari barat, dengan catatan tidak melemahkan dan tidak bertentangan dengan akidah Islam (Widjajakusuma & Yusanto 2002). Hal yang mirip sama juga disampaikan oleh Ibn Rushd (dalam Mohd. Nasir 2005) juga menyatakan bahwa "*sekiranya bangsa asing telah menguasai ilmu tersebut (falsafah), maka merupakan suatu kewajipan*

yang jelas ke atas kita (orang Islam) supaya mempelajari dan mengambil faedah daripada apa yang telah mereka kuasai. Tidak kira sama ada bangsa tersebut beragama Islam atau tidak. Kita wajib membaca buku-buku mereka, meneliti dan menilai apa sahaja yang dijadikan teori. Sekiranya apa yang diperkatakan itu betul, kita terima, dan sebaliknya jika salah kita tolak”.

Dalam pandangan Islam, manajemen sebagai proses harus berpedoman pada satu model manajemen yang pernah dilakukan oleh Rasulullah saw yaitu tercapai kesejahteraan dan kebahagiaan umat manusia. Yang patut menjadi perhatian manajamen dalam Islam yaitu harus mengandung minimal empat elemen utama yaitu : (1) tauhid; (2) ibadah atau amal shaleh; (3) khalifah; dan (4) kesuksesan, dengan mengedepankan prinsip as-syura, adil, dan kebebasan menyampaikan pendapat.

Dengan demikian, definisi manajemen barat tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen dalam Islam adalah sebuah proses mengelola sumber daya organisasi secara efektif dan efisien melakukan fungsi perencanaan, pengorganisasian, kepimpinan, pengendalian dan pengawasan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan bantuan orang lain. Oleh karena manajemen sebagai proses, maka selama proses harus mengandung nilai-nilai dan prinsip-prinsip yang selaras dengan ajaran Islam, yaitu :

1. Dasar. Manajemen dalam Islam mendasarkan diri pada nilai-nilai tauhid yaitu semua yang dalam di langit dan di bumi, tiada yang dapat memberi syafaat di sisi Allah tanpa izin-Nya (QS al-Baqarah:255). Tauhid merupakan keimanan,

dan keyakinan terhadap keesaan Allah dengan segala kesempurnaan-Nya.

Sehingga terwujud keseimbangan di antara dunia dan akhirat. Menentukan arah tujuan yang hendak dicapai sepatutnya dilakukan secara seimbang, baik merangkumi kepentingan manusia maupun kepentingan jangka panjang organisasi dalam bentuk keuntungan. Selain daripada itu perlu ada keseimbangan dalam mendistribusikan sumber daya organisasi yang terbatas;

2. Tujuan organisasi. Keuntungan didasarkan tanggungjawab sosial, keberhasilan bukan saja untuk diri, organisasi atau negara, tetapi untuk umat manusia. Sehingga terwujud :

- a. *Mashlahah* yaitu menentukan tujuan organisasi perlu mempertimbangkan nilai-nilai kemanusiaan, kesejahteraan dan kemaslahatan masyarakat, dengan kata lain melakukan kebaikan demi masyarakat (anggota organisasi) dan menghindari masalah yang berakibat merugikan kepentingan masyarakat atau anggota organisasi;
- b. Keadilan (*adl'*). Meletakkan sesuatu masalah harus pada tempatnya dan memberikan kepada semua yang berhak akan haknya, pemilik itu sebagai individu atau kelompok, tanpa melebihi atau mengurangi dan tidak pula berlaku penyelewengan atau menzalimi hak orang lain;
- c. Bertanggungjawab (*mas'uliyah*). Harus bertanggungjawab terhadap apa yang dijalankan berhasil atau gagal, sebagai seorang pimpinan harus bertanggungjawab terhadap keputusan atau terhadap anggota organisasi. Tanggungjawab muncul akibat kesadaran individu bahwa setiap aktiviti

- yang dijalankan oleh seseorang individu akan memberi kesan kepada kepentingan individu yang lain;
- d. Kesejahteraan (*al-falah*). Tujuan setiap manusia hidup di dunia ini, yaitu kesuksesan dunia akhirat. *Al-falah* merupakan satu dari prinsip Islam dalam mencapai keberhasilan dengan memahami hakikat manusia hidup sebagai khalifah;
 - e. Amanah. Melaksanakan tugas adalah suatu amanah dan tujuan kerja adalah untuk mendapatkan keridhaan Allah SWT. Tugas adalah amanah, memerlukan pelaksanaan terbaik dengan sifat terpuji, seperti dedikasi yang tinggi, tekun, cermat, ikhlas dan kompeten.
3. Corak manajemen Syura sebagai corak pengurusan yang abadi (*timeless*). Unsur-unsur luar dalam pengurusan boleh disesuaikan dengan Islam (*adaptable*);
4. Motivasi. Untuk mendapatkan keredaan Allah SWT (*mardhatillah*) selain daripada memenuhi tuntutan majikan. Mengabdikan diri kepada Allah SWT sebagai khalifah. Kerja berdasarkan kepada niat dan keikhlasan bekerja dan kerja sebagai satu ibadah;
5. Ukuran prestasi, bersifat multidimensi yaitu bersifat ekonomi, tanggungjawab sosial, dan spiritual; dan
6. Tawakal. Sebagai manusia beriman, setelah menjalankan usaha yang dijalankan secara baik dan mengakui semua kekurangan serta tidak dapat menghasilkan yang terbaik tanpa bantuan *ilahi*. Pada masa inilah manusia diwajibkan untuk bertawakal.

Adapun ciri-ciri manajemen dalam Islam, yaitu (1) nilai-nilai mutlak dan nilai-nilai universal; (2) menentang *al-fasad* dan menegakkan *al-falah*; (3) konsep baik dan buruk berdasarkan kepada wahyu; (4) metodologi dan pemikiran pengurusan berdasarkan kepada al-Quran dan as-Sunah, selain daripada sumber ijihad, ijmak dan lain-lain; (5) budaya kerja berdasarkan kepada etika Islam yang abadi, tetapi dinamik dan luwes; (6) fokus kepada pembinaan peribagi dan akhlak insan; (7) syumul dan menyeluruh dengan mengambil kira faktor sosial, ekonomi, politik, budaya dan sistem nilai dalam sesbuah masyarakat; (8) konsep bersepadu yang mengintegrasikan pembangunan insan melalui pembinaan akal, intelektual, jasmani, rohani dan emosi; dan (9) terikat dengan hukum-hakam agama apabila membuat keputusan, seperti halal-haram, sunat, harus, makruh, termasuk siyarah syariah.

Berdasarkan urain tersebut di atas, maka konsep manajemen dalam Islam, yaitu :

“proses mengelola sumber daya atau input organisasi secara efisien dan efektif yang dilandasi oleh jiwa sebagai khalifah dan berpedoman syariah untuk mewujudkan kesejahteraan dan kebahagiaan (*al-falah*) bagi seluruh umat manusia dan/atau stakeholder yang diridhai Allah SWT”.

Untuk mewujudkan penggunaan sumber daya organisasi secara efisien, efektif, sistematik dan efektif harus dilakukan melalui fungsi-fungsi dan pendekatan, yaitu :

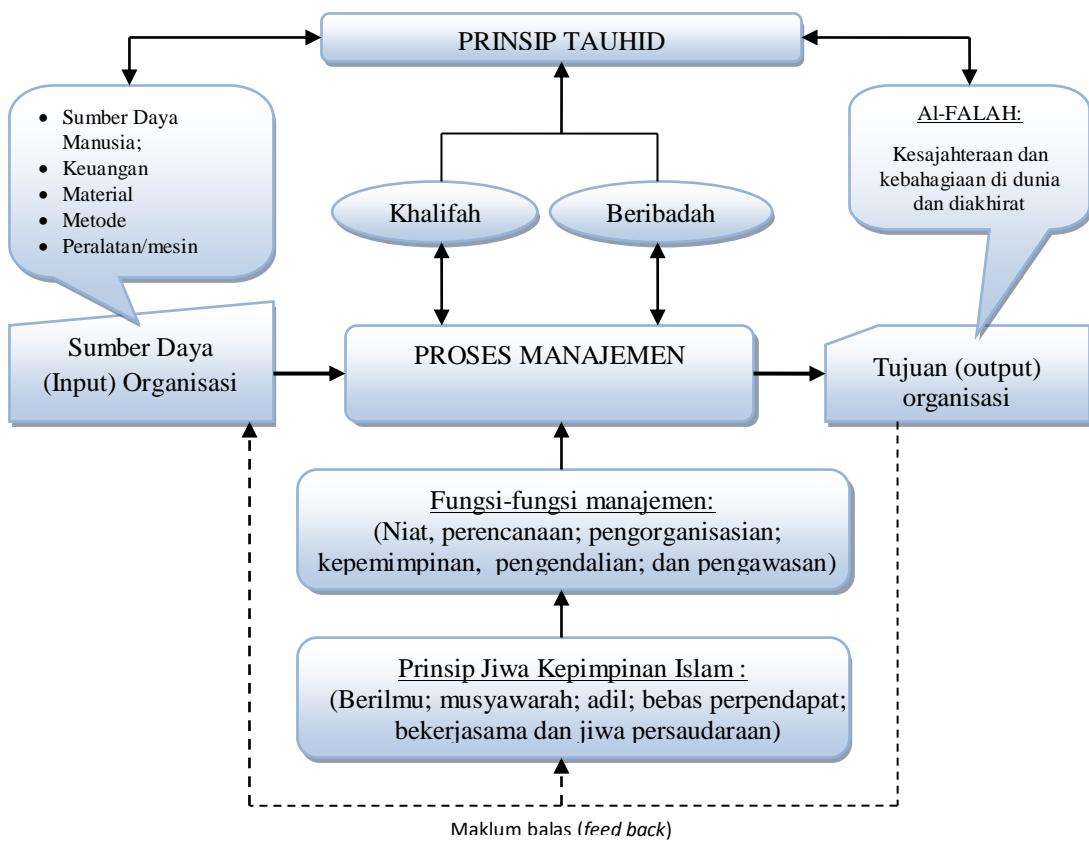
“perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, motivasi, pengendalian, dan pengawasan dengan mengedepankan prinsip tauhid, berilmu, musyawarah (*syuura*), kemaslahatan (*mashlahah*), keadilan (*adl*’), bertanggungjawab (*mas’uliyah*), keseimbangan (*tawazun*), kesejahteraan

(*al-falah*), prioritas (*awlawiyat*), bertahap (*tadarruj*), amanah, dan tawakal.

A. PENGEMBANGAN MODEL MANAJEMEN BISNIS DALAM ISLAM

Model adalah rencana, representasi, atau deskripsi yang menjelaskan suatu objek, sistem, atau konsep, yang seringkali berupa penyederhanaan atau idealisasi. Bentuknya dapat berupa model fisik (maket, bentuk prototipe), model citra (gambar rancangan, citra komputer), atau rumusan matematis (<https://id.wikipedia.org/wiki/model>). Model merupakan gambaran inti yang sederhana yang dapat mewakili dari pikiran yang besar. Berdasarkan uraian konsep manajemen dalam Islam yang telah dipaparkan dan dibahas sebagaimana sub bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa konsep manajemen berasaskan prinsip Islam adalah :

Berdasarkan kajian di atas, secara skema konsep manajemen dalam Islam dapat digambarkan sebagai berikut :



Sumber : temuan hasil penelitian (diolah)

Gambar 4.2

Model Manajemen Islam

Dari gambar di atas, dapat dijelaskan bahwa :

1. Kekayaan di dunia ini diperoleh melalui sumber-sumber daya sebagai input organisasi, seperti: sumber manusia, keuangan, material, metode, mesin dan informasi adalah menjadi hak mutlak Allah SWT;
2. Manusia sebagai khalifah diamanahkan untuk mengelola sumber daya yang ada di muka bumi dan sebagai ibadah kepada Allah SWT, yang berpandukan syariah Islam sesuai dengan fitrah hakikat hidup manusia, yang kesemuanya kembali kepada kewujudan Allah SWT yaitu prinsip Tauhid;

3. Untuk mencapai tujuan organisasi yaitu kesejahteraan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat (al-falah), diperlukan keputusan penggunaan sumber daya atau input organisasi secara efisien, cekap, sistematik dan efektif melalui perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan;
4. Untuk memperlancar proses dari fungsi manajemen harus didukung dengan prinsip-prinsip kepimpinan Islam yaitu (1) manajer harus berilmu; (2) pengambilan keputusan penting dilakukan secara musyawarah; (3) berlaku adil kepada semua orang; (4) bebas bersuara atau pendapat untuk menguatkan seseorang untuk berusaha semaksimal mungkin untuk mendapatkan kefahaman dalam menyatakan pandangan; (5) bekerjasama dengan semua orang; dan (6) jiwa persaudaraan dimaksudkan untuk saling menghormati dan menghargai kepada pihak-pihak lain;
5. Apa pun hasil daripada proses manajemen selalu berpulang kepada paradigma tauhid yaitu menjalankan urusan keduniaan berdasarkan kepada ketakwaan dan keimanan kepada Allah SWT.

Adapun fungsi-fungsi manajemen dalam Islam, meliputi :

1. Niat. Secara bahasa niat berarti maksud (*al-Qashd*) (Abi Ishaq dalam Riyani, 2013). Merujuk Riyani (2013), niat mengandung hati sanubari sewaktu melakukan amal perbuatan menjadi kriteria yang menentukan nilai dan status hukum amal yang dilakukannya. Tujuan utama disyariatkannya niat adalah untuk membedakan antara perbuatan-perbuatan ibadat dengan perbuatan adat dan untuk menentukan tingkatan ibadat satu sama lain. Menurut ajaran Islam

- setiap tindakan atau kegiatan harus diawali dengan niat. Merujuk salah satu hadist menyatakan bahwa sesungguhnya nilai dari semua tindakan yang dilakukan sangat ditentukan oleh niatnya. Niat merupakan komitmen hati dan kesungguhan untuk melakukan sesuatu. Niat atas pekerjaan yang didasarkan kepada Allah juga membawa implikasi bahwa kesadaran tentang adanya Allah muncul sejak mengawali pekerjaan yang menjadi amanahnya;
2. Perencanaan. Perencanaan merupakan sejumlah kegiatan yang ditentukan sebelumnya untuk dilaksanakan pada suatu periode tertentu dalam rangka mencapai tujuan yang ditetapkan. Perencanaan merupakan tahap awal dalam manajemen baik konvensional maupun Islam yang diawali dengan penetapan tujuan organisasi yang realistik dengan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan organisasi. Selain itu, harus diidentifikasi beberapa kendala atau resiko yang mungkin muncul. Dalam konteks Islam, perencanaan merupakan kewajiban bagi setiap manusia. Adapun dasar dalam perencanaan meliputi (1) perlu dilakukan oleh pihak-pihak yang mempunyai keahlian dan kompetensi dalam bidang perencanaan. Hal ini sudah ditegaskan dalam QS al-Nahl:43 yang artinya "tanyakan kepada ahl al-dhikr jika kami tidak tahu"; (2) data dan informasi berdasarkan fakta; (3) dirumuskan secara kolektif; (3) adanya kesediaan untuk mendengarkan pendapat orang lain; dan (4) peka terhadap masalah yang mungkin muncul dan akan terjadi.

Dalam konteks Islam, perencanaan sangat dianjurkan kepada semua umat manusia untuk melakukan perencanaan, meskipun secara definitif dalam al-Quran tidak disebutkan secara khusus, tetapi dapat ditafsirkan dalam QS al-

Hasyr:18 yang artinya "Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap dirimemperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan". Sesungguhnya perencanaan dalam Islam bukanlah hal yang baru, karena Rasulullah telah melakukan konsep perencanaan semasa beliau melakukan hijrah dari Mekah ke Madinah, semasa menjadi komanda perang, dan semasa melakukan dakwah. Rasulullah s.a.w tidak pernah lupa daripada mempersiapkan diri dan umatnya untuk menghadapi masa hadapan dengan segala daya upaya yang ada, yang selalu disertai jiwa bertawakal kepada Allah SWT (Al-Qardhawy 2003), untuk melaksanakan takdir yang telah tertulis baginya (al-Ismail 2002).

3. Pengorganisasian. Pengorganisasi merupakan proses penyusunan struktur organisasi sesuai dengan tujuan, sumber dan lingkungannya atau dengan kata lain, pengorganisasi adalah kegiatan menetapkan, menggolongkan dan mengatur berbagai kegiatan yang diperlukan. Dalam kontek Islam, pengorganisasi pernah dilakukan semasa Rasulullah dalam memimpin perang. Dalam awal peperangan, Rasulullah s.a.w telah melakukan pengorganisasian melalui tiga ekspedisi, yaitu pasukan *pertama* dipimpin oleh Hamzah bin Abdul Muthalib dengan 30 orang pasukan berkuda; *kedua*, dipimpin oleh Ubaidah bin Haris memimpin 60 orang pasukan berkuda; dan *ketiga*, dipimpin oleh Sa'ad bin Abi Waqash bersama 20 orang pasukan berkuda menuju Mekah (an-Nabhani 2006).

4. Kepemimpinan. Kepemimpinan merupakan proses mempengaruhi pihak lain dalam mencapai tujuan organisasi. Oleh karena kepemimpinan merupakan proses, maka kepemimpinan yang baik adalah ketika merujuk proses kepemimpinan yang pernah dilakukan Rasulullah Saw. Sebagaimana QS Al-Ahzab:21 yang berbunyi "Sesunggunya pada diri Rasulullah saw. terdapat contoh tauladan bagi mereka yang menggantungkan harapannya kepada Allah dan Hari Akhirat serta banyak berzikir kepada Allah". Nilai-nilai personalitas kepemimpinan dalam Islam perlu merujuk kepada personal Rasulullah saw, yaitu Siddiq (jujur), Amanah (dapat dipercaya), Tabligh (apa adanya), dan Fahtanah (cerdas). Adapun nilai-nilai kepemimpinan beliau meliputi (1) kecakapan membaca kondisi dan merancang strategi (visioner); (2) visioner dan futuristic. Sejumlah hadits menunjukkan bahwa Rasul SAW. adalah seorang pemimpin yang visioner, berfikir demi masa depan (sustainable); (3) mengawali dengan memimpin dirinya sendiri; (4) memimpin dengan suri teladan; (5) menggunakan kalbunya; (6) memimpin dengan tulus dan menafkahkan jiwa raganya untuk kemaslahatan umat (tanggungjawab; (7) pengorbanan; (8) kerja keras; (9) kewenangan melayani; (10) keteladanan dan kepeloporan).
5. Pengendalian dan pengawasan. Pengendalian merupakan salah satu fungsi manajemen yang bertujuan untuk mengendalikan pelaksanaan agar sesuai dengan perencanaan berdasarkan rencana kerja, instruksi kerja, standar prosedur, pedoman, dan peraturan yang berlaku. Pengendalian dan pengawasan memang merupakan dua fungsi yang dapat dilakukan secara

bersama-sama. Tetapi pengendalian berbeda dengan pengawasan. Pengawasan merupakan bagian dari pengendalian yang bertujuan untuk melakukan pemeriksaan setelah pelaksanaan selesai. Sementara, pengendalian dilakukan ketika pekerjaan sedang dalam proses. Proses pengendalian yang baik, jika (1) adanya pekerjaan yang telah dan akan dikerjakan; (2) adanya alat sebagai standar pekerjaan; (3) dilakukan monitor, menilai dan mengoreksi pelaksanaan pekerjaan; (4) menghindarkan dan memperbaiki kesalahan, penyimpangan dan penyalahgunaan; (5) mengukur tingkat efektivitas dan efisiensi kerja; dan (6) berorientasi pada peningkatan mutu dan sebagai alat *feedback*.

Dalam konteks Islam, pengendalian sudah pernah dilakukan semasa pemerintah Rasulullah, misalnya Umar bin Khattab (ra) selaku khalifah yang digunakan untuk mengatakan tentang hukuman cambuk yang dia terima di masa kanak-kanak dari ayahnya karena tidak bisa benar merawat unta keluarga selama grassing mereka di masa kecilnya. Sama, ‘Umar digunakan untuk menetapkan kriteria standar yang jelas dari harapan untuk pejabat-Nya, menegakkan kriteria ini, mengevaluasi kinerja mereka dan meningkatkan atau menurunkan mereka sebagai hadiah dari kinerja mereka. Sebagaimana Jabnoun (1994), Umar bin Khattab (ra) tidak menghadiri manajemen sekolah untuk pelatihan, tapi pendidikan, kebijaksanaan pribadi, dan perusahaannya Nabi secara khusus, memungkinkan dia untuk menguasai seni manajemen. Umar digunakan untuk menentukan luas peran komandan dan para gubernur. Dia juga memastikan bahwa mereka mengikuti arah umum, sementara

memungkinkan mereka kebebasan individu operasional mereka. ‘Umar digunakan untuk menyediakan mereka di antara ditunjuk-Nya, yang menemukan tugas mereka sulit, sumber daya tambahan agar mereka untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

B. RINGKASAN

Manajemen dalam Islam sesungguhnya mirip sama dengan konsep manajemen yang berkembang selama ini. Yang mana, konsep dan model manajemen selama ini banyak pihak mengatakan bersumber dan dirumuskan oleh Barat. Tetapi, ketika dilakukan kajian kritis, sesungguhnya konsep manajemen itu sendiri bersumber dari Islam. Hal ini dapat diidentifikasi dari sejarah Rasulullah saw. meskipun dalam Al-Qur'an secara eksplisit tidak disebutkan, tetapi bisa dikaji dari perkataan *Yudabbiru* sebagai termaktub dalam QS ar-Ra'd:2 dan QS Shaa'd:27.

Perbedaan yang menyolok dari manajemen konvensional dan Islam adalah terletak pada kandungan konsepnya. Manajemen konvensional tidak mengandung nilai-nilai dan prinsip-prinsip yang sepatutnya dijadikan pedoman dalam proses manajemen. Sementara, manajemen dalam Islam mengandung nilai-nilai dan prinsip-prinsip yang harus dijadikan pedoman bagi semua orang (manager) dalam menjalankan atau menggerakkan organisasi. Hal didasarkan bahwa manusia dalam bersikap dan bertindak serta bertingkah laku di bimbing dan dibangun oleh ilmu pengetahuan. Disinilah kemudian, pentingnya konsep dan model manajemen dalam Islam harus di bangun dan di rumuskan.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil informasi, data, temuan dan pembahasan, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

Pertama, Key Succes Factors strategi bisnis berbasis spiritual adalah sebagai perusahaan angkutan darat yang mengintegrasikan nilai-nilai spiritual adalah pendalaman nilai-nilai Islam itu sendiri yang dilakukan secara operasional di semua lini. Keberhasilan terbangun ditinjau dari keadaan awal pada tahun 1984 semenjak awal dimulainya bisnis angkutan kota.

Kedua, strategi bisnis dalam membangun spiritualitas bagi yang terlibat dalam perusahaan merupakan gabungan dari nilai-nilai Islam, beberapa teori manajemen dan branding. Secara garis besar kegiatan tersebut dibagi menjadi 2 tahap, formulasi strategi dan implementasi strategi. Formulasi strategi berlandaskan pada QS. Al-Alaq:1-5. Dalam formulasi strategi ini ditekankan pada perumusan “*reason for being*”, sehingga kegiatannya meliputi; membaca dan menganalisis posisi perusahaan, merumuskan cita-cita besar perusahaan strategis bisnis untuk mencapainya. Dari formulasi strategi ini, kemudian dilanjutkan tahap kedua, yaitu implementasi strategi, bersumber dari QS. Al-Muddatsir ayat 1-7. Didalamnya terdiri dari beberapa kegiatan, yaitu: implementasi dari formulasi strategi. Sedangkan kegiatan intinya yaitu menggerakkan seluruh elemen atau creww bus PO Haryanto, serta pembentukan tata nilai dan budaya. Adapun

strategi PO Haryanto yang telah diimplementasikan, misalnya memberi peluang sholat lima waktu bagi semua penumpangnya.

Ketiga, Setiap upaya dan strategi bisnis yang digunakan untuk membangun *brand image* PO Haryanto, secara umum akan menghadapi beberapa kendala, baik terkait dengan perangkat keras (*tangible aspect*) maupun perangkat lunak (*intangible aspect*). Kendala-kendala yang dihadapi dalam perjalanan membangun PO Haryanto yaitu harapan seluruh crew bus dengan menjauhkan organisasi dari medan keputusasaan. Meskipun Bapak Haryanto menyatakan bahwa tidak ada kendala, namun beliau mengungkapkan bahwa perusahaan yang mengalami banyak kendala dan tidak bisa berkembang dengan pesat biasanya karena pemimpinnya tidak memiliki jiwa dan pikiran yang besar serta skill komunikasi yang baik. Dengan membangun jiwa, dan hal-hal yang terkait, seperti *mindset*, spiritualitas, kejujuran, kerja keras, niat ikhlas, tanggung jawab, rasa cinta terhadap perusahaan dan kemampuan berkomunikasi, maka kendala apapun yang dihadapi akan bisa segera diatasi. Aspek *intangibles* yang harus dimiliki oleh setiap pimpinan perusahaan adalah berpikir dan berjiwa besar, serta kemampuan berkomunikasi yang baik. Kebesaran fikiran dan jiwa seorang pemimpin harus melebihi besarnya kemungkinan kendala yang dihadapi, sehingga kendala tersebut tidak akan menghambat pembangunan dan pengembangan strategi perusahaan.

B. Implikasi Teoritis

Proposisi Pertama.

Sebuah perusahaan yang mengendapangkan nilai-nilai spiritualitas memiliki berbagai keunggulan yang berbeda dari konsumen yang berbeda. Sehingga

keunggulan yang dibangun sebuah perusahaan harus mampu memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen secara menyeluruh. Keunggulan yang dibangun oleh lembaga harus berdasarkan pada aspek fungsional dan emosional. Namun demikian, perusahaan yang mengedepankan Islam memiliki nilai tambah dengan adanya keunggulan dari aspek spiritual. Keunggulan dari aspek spiritual tersebut menjadi daya tarik tertinggi yang bisa mengangkat perusahaan mencapai *brand spiritual* atau *brand religion*.

Keunggulan yang dibangun oleh sebuah lembaga yang berhasil dikomunikasikan dengan baik akan menjadi asosiasi di benak konsumen. Asosiasi-asosiasi tersebut akan menjadi *brand image* perusahaan. secara umum, perusahaan membangun keunggulan-keunggulan perusahaan dari dua aspek, yaitu aspek fungsional dan emosional. Demikian pula konsumen memilih perusahaan yang memiliki berbagai keunggulan dari aspek fungsional dan emosional.

PO Haryanto memiliki nilai tambah dengan adanya nilai-nilai spiritual yang dibangun di perusahaan tersebut. Adanya harapan dari konsumen untuk memperoleh manfaat spiritual sangat tinggi, sehingga semakin banyak dan tinggi keunggulan dari aspek spiritual yang dibangun maka semakin tinggi *brand image* perusahaan. Nilai spiritual yang dibangun harus seimbang dengan nilai fungsional dan emosional.

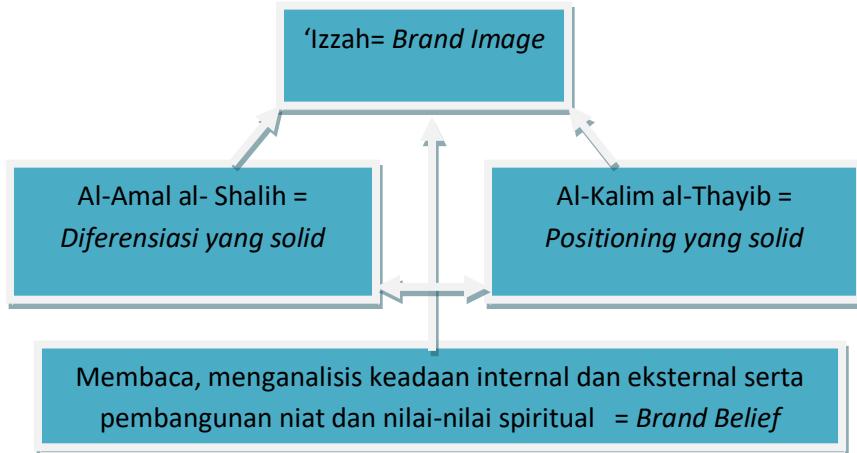
Proposisi Kedua

Strategi membangun perusahaan yang mengedepankan spiritualitas pada intinya merupakan serangkaian usaha untuk membuat visi, misi, tujuan dan jargon perusahaan kemudian bekerja secara profesional untuk merealisasikannya. Hal ini sesuai dengan konsep PDB (Positioning-Diferensiasi-Brand) yang dikemukakan oleh Hermawan Kartajaya. Teori PDB secara umum memiliki kesamaan konsep dengan QS. Al-Fathir:10 yaitu tentang pemerolehan *izzah* (kemuliaan) melalui dua indikator, yaitu al-kalim al-thoyib dan al-amal al-shalih. Adapun untuk konsep membangun perusahaan yang Islami, konsep PDB merupakan bagian dari formulasi dan implementasi strategi perusahaan yang memerlukan beberapa teori lain, seperti manajemen strategic, manajemen perubahan, penggalian *brand belief* atau penataan niat dan nilai-nilai spiritual.

Proposisi di atas menunjukkan bahwa konsep membangun *brand image* perusahaan adalah dengan membangun *positioning* yang solid. *Positioning* memiliki kesepadan dengan kalimat thoyibah, yaitu adanya kalimat yang baik dan jujur yang digunakan sebagai alat untuk memposisikan perusahaan di benak konsumen. *Positioning* tersebut harus jujur dan dapat dipertanggung jawabkan, dan untuk mendukung *positioning* tersebut maka perlu ditindak lanjuti dengan adanya kegiatan yang berbeda untuk mencapai janji yang telah diucapkan dalam *positioning*. Demikian pula *kalimat thoyibah* perlu diikuti dengan amal yang shalih. dari *positioning* yang diikuti *diferensiasi* kemudian menghasilkan *brand image* yang baik. Demikian pula dengan kalimat thayibah yang diikuti dengan amal shalih akan naik menuju kemuliaan (*izzah*).

Konsep PDB maupun QS. Al-Fathir:10 dapat diaplikasikan sebagai strategi dalam membangun *brand image* perusahaan diawali dengan membangun startegi *brand belief*. *Brand belief* merupakan kepercayaan awal dan motivasi dalam melakukan seluruh aktivitas. Dalam konsep Islam *brand belief* ini memiliki kesamaan konsep dengan penataan niat sebagai motivasi untuk melakukan suatu amal.

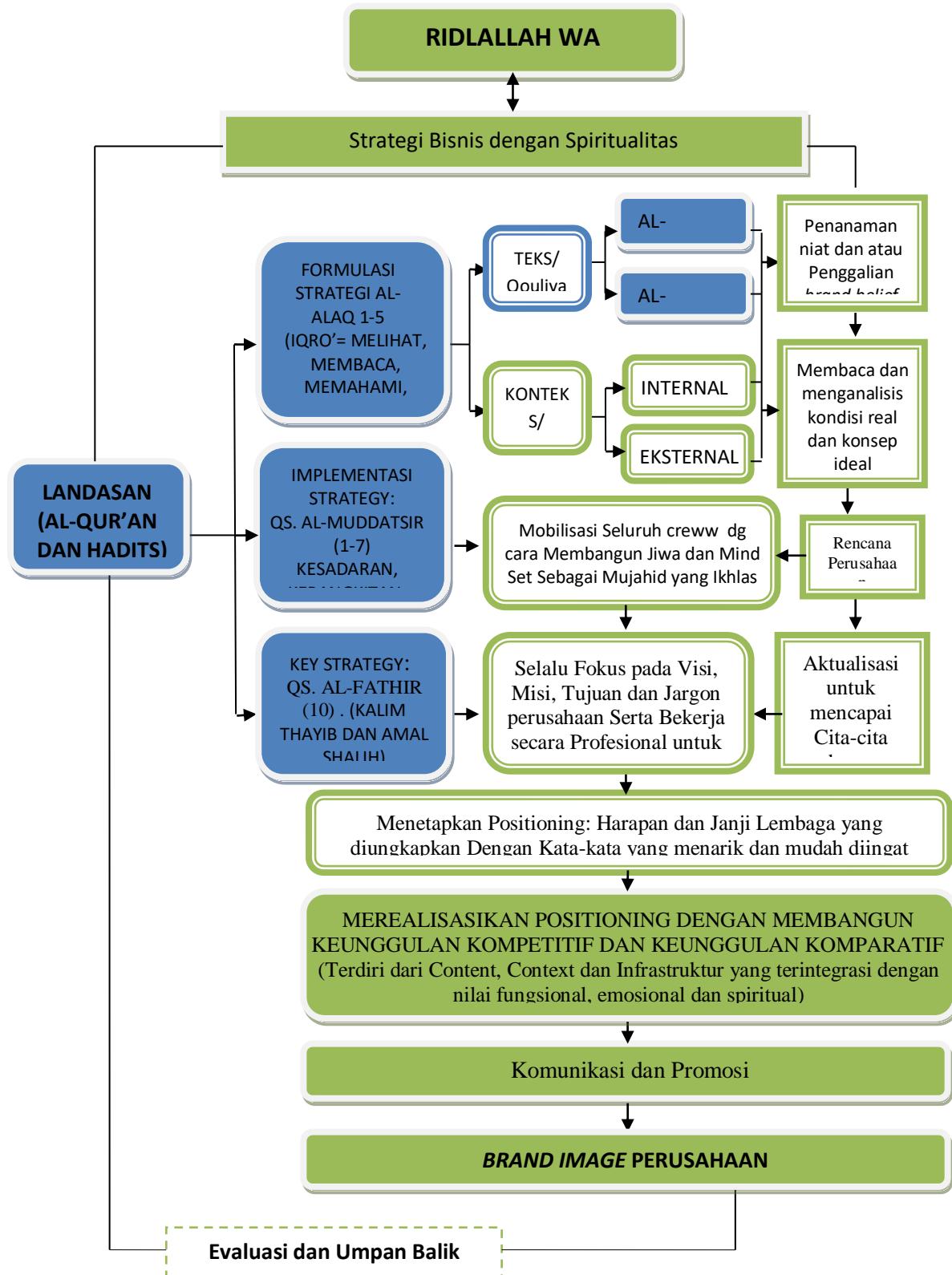
Jika digambarkan adalah sebagai berikut:



Gambar 6.1
 Formulasi Strategi Membangun *Brand Image Perusahaan*
 (Diadaptasi dari QS. Al-Fathir:10 dan Teori PDB Hermawan Kartajaya)

Adapun secara keseluruhan, untuk membangun *brand image* PO Haryanto, peneliti menggabungkan konsep dari QS. Al-Fathir ayat 10, teori PDB Hermawan Kartajaya, strategi bersaing, manajemen strategic, manajemen perubahan dan data hasil penelitian, maka formulasi strategi tersebut adalah sebagai berikut.

Formulasi Key Succes Factors Strategi Bisnis Berbasis Spiritualitas PO Haryanto:



DAFTAR PUSTAKA

- Ab. Mumin, Ab. Ghani. 2006. Sistem pengurusan Islam: tinjauan menyeluruh dari aspek konsep. Dlm. Ab. Mumin Ab. Ghani & Fadilah Mansor (penyt.). *Dimensi pengurusan Islam (mengurus kerja dan mengurus modal insan)*, hlm. 1-21. Kuala Lumpur: Universiti Malaya.
- Afzalurrahman. 1997. *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*, Jakarta : Yayasan Swarna Bhumy.
- Ahmad Ibrahim, Abi Sinn. 1991. *Pengurusan dalam Islam*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Al-Buraey, A.Muhammad. 1986. *Islam landasan alternatif administratif pembangunan*. Jakarta: CV. Rajawali.
- Al-Habshi, 1989. *Islam Ekonomi dan Pengurusan*. Penerbit: Hizbi, Petaling Jaya Malaysia.
- Amirullah, dan Imam Hardjanto. 2005. *Pengantar Bisnis*, Edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2005.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Proseditur Penelitian*. Rineka Cipta. Jakarta
- Ashar, Hanna. 2004. Success and Spirituality in the New Business Paradigm. *Journal of Management Inquiry*. Volume 13. Nomor 3. September 2004. pp. 249-260.
- Ashmos, D, P. 2000. Spirituality at Work: A conceptualization and measure. *Journal of Management Inquiry*. 9 (2). p.134.
- Bartol, M.Kathrun & Mactin, C.David. 2003. *Management*. Boston: McGraw-Hill.
- Bogdan, Robert C. dan Biklen Kopp Sari, 1982, *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*. Allyn and Bacon, Inc.: Boston London.
- Boyd, dkk 2000. *ManajemenPemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Oriental Global: Jilid 1*, Jakarta:Erlangga.

- Brodjonegoro, S. tth. *Pengertian Manajemen Bisnis*. di akses melalui https://www.academia.edu/23590895/pengertian_manajemen_bisnis.
- Burhan Bungin. 2007. *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana.
- Cavanagh, F., Gerald. 1999. Spirituality for Managers; Context and Critique. *Journal of Organization Change Management*. Vol. 12 Iss:3. pp.188-199.
- Chan, W. Kim & Renee Mauborgne. 2005. *Blue Ocean Strategi (Strategi Samudera Biru) Terjemahan Satrio Wahono*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta.
- Chwee Huat T. 1990. *Pengantar Bisnis*. <http://definisipengertian.blogspot.com/2010/10/pengertian-bisnis.html>.
- Daniel, Moehar. 2005. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Jakarta, penerbit Bumi Aksara.
- DetikNews. 2015. Dear Pemprov DKI, Ini Serentetan Keluhan dan Saran Pengguna Kopaja AC. diakses melalui <https://news.detik.com/berita/2910047/ltigtdearlgtg-pemprov-dki-ini-serentetan-keluhan-dan-saran-pengguna-kopaja-ac>
- Elkins, D. N., dkk. 1988. Toward a Humanistic-phenomenological spirituality: Definition, description and measurement. *Journal of Humanistic Psychology*. 28 (4): p. 5-18.
- Fernando, M. 2006. The influence of religion-based workplace spirituality on business leaders' decision making: An inter-faith study. *Journal of Management and Organization*. 12 (1): p. 23.
- Fernando, Mario dan Jackson, Brad. 2006. The Influence of Religion-Based Workplace Spirituality on Business Leaders Decision Making: An Inter-Faith Study. *Journal of Management and Organization*. Volume 12, Issue 1., June 20016. pp-23-39.
- Fry, W., Louis. 2003. Toward a Theory Spiritual Leadership. *The Leadership Quarterly*. Volume 14. Issue 6. December 2003. pp. 693-727.
- George, M.Jennifer & Jones, R.Gareth. 2006. *Contemporary management, creating value in organizations*. 4th Edition. Boston: McGraw-Hill.

- Gibson, James L, John M. Ivancevich dan James H. Donnelly Jr, 2000. *Organizations: Behaviour, Structure and Process*. McGraw-Hill Companies Inc, Boston.
- Griffin dan Ronald J.Ebert, 1996. *Bisnis*, Buku Satu, Edisi ke-4, Jakarta.
- Griffin, R. W. 2004. *Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Hamid Patilima. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Harahap, Sofyan, Syafri. 1996. *Manajemen Kontemporer*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Herdiansyah, Haris. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta, Penerbit Salemba Empat.
- Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar. 2006. *Metodology Penelitian Sosial*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Iskandar. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*, Jakarta: GP Press.
- Kashdan, T.B., and John B. Nezlek. 2012. *Personality and Social Psychology*. Bulletin. Whether, When, and How Is Spirituality Related to Well-Being? Moving Beyond Single Occasion Questionnaires to Understanding Daily Process. DOI: 10.1177/0146167212454549. Published by Sage.
- Kasmir. 2007. *Kewirausahaan*. (Jakarta: Raja Grafindo Perkasa).
- Keraf, Sonny. A. 1998. *Etika Bisnis, Tuntutan dan Relevansinya*, Yogyakarta : Kanisius.
- Khavari, Khalil A. 2000. *Spiritual Intelligence (A Practical Guide to PersonalHappiness)*. Canada: White Mountain Publications.
- Kompasiana. 2015. "Ngeri-ngeri Sedap", Sensasi Naik Bis Ekonomi AKAP. Diupload tanggal 24 Juni 2015. di akses melalui http://www.kompasiana.com/wardhanahendra/ngeri-ngeri-sedap-sensasi-naik-bis-ekonomi-akap_552c46e36ea83426418b458a.
- Kotler, Philip. 2004. *Marketing Insight From A to Z*, Erlangga. Jakarta.
- Len Tischler. 1999. The Growing Interest in Spirituality in Business: A long-Term Socia-Economic Explanation. *Journal of Organization Change Management*. Volume. 12. Issue 4. pp.273-2890.

- Louis E. Boone dan David L. Kurtz. 2007. *Pengantar Bisnis*, Jilid I, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Manullang, M. 2002. *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Mardiasmo. 2004. *Akuntansi Sektor Publik*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Miles, M.B. dan Huerman, A.M. 1994. *Qualitative Data Analysis*. California: SAGE Publication, Inc.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Mudjia Rahardjo. 2011. *Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif*, (www.MudjiaRahardjo.com).
- Muhammad Djakfar. 2008. *Etika Bisnis Islami: Tatara Teoritis dan Praktis*, UIN Malang Press.Malang.
- Muslich. 2007. *Bisnis Syariah Perspektif Mu'ammalah dan Manajemen*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Muslich. 2010. *Etika Bisnis Islami*; Yogyakarta: Ekonisia Fakultas EkonomiUII.
- Nugroho, Adi Lukito., Sulistio, Harnen., dan Kusuma, Amelia. 1998. Karakteristik Pengemudi Dan Model Peluang Terjadinya Kecelakaan Bus Antar Kota Antar Propinsi. *Jurnal Rekayasa Sipil* . Volume 6, No. 1 – 2012 ISSN.
- Nurul Zuriah. 2005. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Philip Kotler dalam bukunya *Marketing Insight From A to Z*, tahun 2004. Erlangga.Jakarta.
- Prastowo, A. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Regina, & Belousova, R. 2005. Origin and Definition of Interactive Marketing. *Engineeringeconomics .Manajemen*

- Schreurs, A. 2002. *Psychotherapy and Spirituality: Integrating the Spiritual Dimension into Therapeutic Practice*. London: Jessica Kingsley Publishers.
- Sonny Keraf. 1998. *Etika Bisnis : Tuntutan dan Relivansinya*. Kanisius, Yogyakarta.
- Stoner, A.F., James & Wankel, Charles. 1986. *Management*. 3rd. Edition. New Jersey: Prentice-Hall.
- Stoner, A.F., James. 1982. *Management*. Prentice Hall International, Inc. Englewood Cliffs, New York.
- Sugiyono. 2009. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Surachmad, Winarno. 1982. *Pengantar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Tarsito.
- Syahminan Zaini. 1997. *Kunci Sukses Kehidupan Seorang Muslim*. Jakarta: Kalam Mulia.
- Syamsudin dan Vismaia. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa*, Bandung: Rosdakarya.
- Tischler, L. 2002. Linking Emotional Intelligence, Spirituality and Workplace Performance: Definitions, Models and Ideas for Research. *Journal of Managerial Psychology*. 17 (3).
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. ANDI, Yogyakarta
- Tripomo, Tejo dan Udan. 2005. *Manajemen Strategik*. Bandung: Penerbit Rekayasa Sains.
- Wibowo, Sampurno. 2009. *Pengantar Manajemen Bisnis*. Politeknik Telkom. Bandung.
- Wirartha, I Made. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta, Penerbit Andi.
- Yusanto, Muhammad Ismail dan Widjajakusuma, Muhammad Karebet. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press.

Yuwono, S., Sukarno, E., & Ichsan, M. 2002. *Petunjuk Praktis Penyusunan Balanced Scorecard Menuju Organisasi yang Berfokus pada Strategi*. Jakarta: PT GramediaPustaka Utama.

Zohar, Danah, dan Marshall, Ian, 2001. *SQ: Memanfaatkan Kecerdasan Spiritual Dalam Berpikir Integralistik Dan Holistik Untuk Memaknai Kehidupan*. Jakarta: Pustaka Mizan. 2007.

Media Online :

<http://imotorium.com/2016/07/24/mengenal-po-haryanto-buah-manis-doa-usaha-ikhtiar-dan-tawakal-seorang-purnawira-tni/>

<http://pencatatsejarah.blogspot.co.id/2015/03/kisah-po-haryanto.html>

<http://seputarkudus.com/2016/06/po-haryanto-miliki-ratusan-armada-bus.html>

<http://www.dream.co.id/orbit/haryanto-anak-buruh-tani-sukses-dirikan-perusahaan-otobus-150313j.html>

<http://www.duniabis.com/2016/04/sejarah-bus-haryanto-atau-perusahaan.html>

<http://www.muslimdaily.net/artikel/tak-berhenti-saat-waktu-shalat-bus-haryanto-tak-berikan-gaji-sopirnya.html>

<https://www.facebook.com/notes/haryanto-mania-/sejarah-po-haryanto-serta-kisah-singkat-haji-haryanto/10151457697984854>

<https://www.kaskus.co.id/thread/51bbf1e748ba54a661000001/kisah-sukses-po-haryanto/>

<https://www.youtube.com/watch?v=-AP06JoPc58>

Media online. Diakses dari <http://www.organisasi.org/1970/01/perilaku-supir-dan-kenek-angkutan-umum-angkot-bis-yang-tidak-disukai-penumpang.html>. Perilaku Supir dan Kenek Angkutan umum yang Tidak Disukai Penumpang.

www.wikipedia.com



**SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
Nomor : Un.3.5/PP.00.9/ 217 /2017
Tentang:**

**PELAKSANAAN PENELITIAN INTEGRATIF FAKULTAS EKONOMI
"KLUSTER PENELITIAN INTEGRASI SAINS DAN ISLAM (PISI)" TAHUN 2017**

DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

- Menimbang : 2. Bahwa salah satu bentuk dari penyelenggaraan Tri Dharma Perguruan Tinggi adalah peningkatan kemampuan dosen dalam menyusun karya ilmiah khususnya bidang penelitian. Penelitian tersebut sebagai salah satu sarana untuk meningkatkan kreatifitas dan profesionalisme dosen, untuk itu perlu adanya pelaksanaan penelitian integratif kluster penelitian integrasi sains dan islam (PISI) di Fakultas Ekonomi.
- Menimbang : 2. Bahwa mereka yang namanya tersebut dalam lampiran keputusan ini dipandang memenuhi syarat dan mampu melaksanakan tugas sebagai peneliti dilingkungan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Menimbang : 3. Berdasarkan pertimbangan pada huruf b maka perlu ditetapkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Mengingat : 1. Undang Undang Nomor 20 tahun 2003 Tentang Sistem pendidikan Nasional
- Mengingat : 2. Undang-Undang Nomor 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi
- Mengingat : 3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 19 tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan.
- Mengingat : 4. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi.
- Mengingat : 5. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2004 tanggal 21 Juni 2004 tentang Perubahan STAIN Malang menjadi UIN Malang.
- Mengingat : 6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 69 Tahun 2009 tentang perubahan nama Universitas Islam Negeri Malang menjadi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Mengingat : 7. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 49 Tahun 2014 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.
- Mengingat : 8. Keputusan Menteri Keuangan Nomor 68/KMK.C5/2008 tentang Penetapan UIN Malang sebagai Badan Layanan Umum
- Memperhatikan : a. Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Nomor Un.3.5/PP.00.9/321/2016, tanggal 1 April 2016, tentang Pedoman Pendidikan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Memperhatikan : b. Berdasarkan Rapat Pimpinan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang tanggal 14 Februari 2017 tentang pelaksanaan penelitian integratif kluster penelitian integrasi sains dan islam (PISI) di Fakultas Ekonomi Tahun 2017 di Lingkungan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
- MEMUTUSKAN**
- Menetapkan Pertama : Kegiatan Pelaksanaan Penelitian Integratif Kluster penelitian integrasi sains dan islam (PISI) Fakultas Ekonomi Tahun 2017 di Lingkungan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Tahun Anggaran 2017 seperti yang tersebut pada terlampir.
- Kedua : Kegiatan tersebut dilaksanakan pada tanggal 27 Februari 2017 s.d 16 September 2017, tempat pelaksanaan penelitian sesuai dengan tempat penelitian.
- Ketiga : Tugas narasumber adalah melaksanakan kegiatan dan membuat laporan penelitian dan pengembangan iptek sesuai dengan bidang penelitian, menyusun karya tulis ilmiah hasil penelitian dan pengembangan dan/ atau hasil pemikiran ilmiah, meningkatkan pengetahuan, ketrampilan, dan keahlian yang berhubungan dengan tugas dan fungsinya sesuai dengan bidang penelitian dan/ atau kepkarannya.

Keempat : Segala pembiayaan yang dikeluarkan sebagai akibat pelaksanaan Keputusan ini dibebankan kepada DIPA UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Tahun Anggaran 2017, Nomor : DIPA-025.04.2.423812/2017 Tanggal 7 Desember 2016.

Kelima : Keputusan ini berlaku sejak saat penetapannya dan apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan akan dibetulkan sebagaimana mestinya.

Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan diindahkan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Malang
Tanggal : 21 Februari 2017



Tembusan Yth :

1. Para Wakil Dekan
2. Para Ketua Jurusan
3. Kabag Umum
4. Para Kasubag



Lampiran : Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
Nomor : Un.3.5/PP.00.9/ /2017-
Tanggal : 21 Februari 2017

PELAKSANAAN PENELITIAN INTEGRATIF FAKULTAS EKONOMI
"KLUSTER PENELITIAN INTEGRASI SAINS DAN ISLAM (PISI)" TAHUN 2017

No	Nama Narasumber	NIP	Keterangan
1	Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si	19720212 200312 1 003	Dosen PNS
2	H. Slamet, SE., MM., Ph.D	19660412 199803 1 003	Dosen PNS
3	Dr. Indah Yuliana, SE., MM	19740919 200312 2 004	Dosen PNS
4	Dr. Siswanto, SE., M.Si	19750906 200604 1 001	Dosen PNS
5	Nanik Wahyuni, M.Si	19720322 200801 2 005	Dosen PNS
6	Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag	19711211 199903 1 003	Dosen PNS
7	Yayuk Sri Rahayu, SE., MM	19770826 200801 2 011	Dosen PNS
8	M. Fatkhur Rozi, MM	19760118 200901 1 003	Dosen PNS
9	Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.El	19750707 200501 1 005	Dosen PNS
10	Irmayanti Hasan, ST., MM	19770503 200312 2 001	Dosen PNS
11	Fani Firmansyah, SE., MM	19770123 200912 1 001	Dosen PNS
12	Drs. Agus Sucipto, MM	19670816 200312 1 001	Dosen PNS
13	Muhammad Sulhan, SE, MM	19740604 200604 1 002	Dosen PNS
14	Syahirul Alim, SE., MM	19771223 200912 1 002	Dosen PNS
15	Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag	19620115 199803 1 001	Dosen PNS
16	Dr. H. Ahmad Djalaluddin, Lc., MA	19730719 200501 1 003	Dosen PNS
17	Hj. Meldona, SE., MM	19770702 200604 2 001	Dosen PNS
18	Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar, M.Ag	19490929 198103 1 004	Dosen PNS
19	H. Aunur Rofiq, Lc, M.Ag, Ph.D	19670908 200003 1 001	Dosen PNS
20	Dr. Ilfi Nurdiana, S.Ag., M.Si	19711108 199803 2 002	Dosen PNS
21	Dr. Hj. Umrotul Khasanah, S.Ag., M.Si	19670227 199803 2 001	Dosen PNS

