

JoSES: Journal of Sharia Economics Scholar

Volume 2, Nomor 4, December 2024, Halaman 13-16

Licensed by CC BY-SA 4.0

ISSN: [2302-6219](https://doi.org/10.5281/zenodo.14619728)

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14619728>

Koherensi Manajemen Bisnis Syariah Dengan Bisnis Internasional

Mhd Gifari Sitorus¹, Novien Rialdy²

¹⁻²Universitas Mhammadiyah Sumatera Utara

Email: novienrialdy@umsu.ac.id¹, [gifarisitorus@gmail.com](mailto:gifarisorus@gmail.com)².

Abstrak

Artikel ini membahas koherensi antara manajemen bisnis syariah dan bisnis internasional. Bisnis syariah, yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam, berfokus pada aspek halal dan haram dalam praktik bisnis. Di sisi lain, manajemen bisnis internasional melibatkan pengelolaan operasi perusahaan yang beroperasi di berbagai negara. Dengan pendekatan kualitatif dan studi pustaka, penelitian ini menemukan bahwa penerapan manajemen bisnis syariah dalam konteks bisnis internasional dapat meningkatkan keberhasilan dan keberlanjutan usaha, sambil tetap mematuhi prinsip-prinsip syariah.

Kata Kunci: *manajemen syariah, bisnis internasional*

Abstract

This article discusses the coherence between sharia business management and international business. Sharia businesses, which operate based on the principles of Islamic law, focus on the halal and haram aspects of business practices. On the other hand, international business management involves managing the operations of companies operating in different countries. Using a qualitative approach and literature study, this research found that the application of sharia business management in an international business context can increase business success and sustainability, while still complying with sharia principles.

Keywords: *syariah management, international business*

Article Info

Received date: 19 November 2024

Revised date: 19 December 2024

Accepted date: 29 December 2024

PENDAHULUAN

Untuk memberikan keuntungan bersama, maka bisnis diartikan suatu kegiatan komersial perseorangan dalam suatu organisasi yang menciptakan dan menyediakan barang dan jasa kepada orang yang membutuhkan. Operasi peternakan, penangkapan ikan, berkebun, bangunan, distribusi, transportasi, komunikasi, dan layanan lainnya semuanya dapat menghasilkan bisnis. Menurut Brown dan Petrello bisnis sama artinya dengan perusahaan yang menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. dan secara keseluruhan iyalah, operasi bisnis terjadi dalam lingkungan industri atau sosial di mana orang atau sekelompok orang mengelola sumber daya, waktu, dan uang mereka untuk menghasilkan keuntungan dan menimbulkan risiko tertentu. Individu dan kelompok individu menjalankan bisnis dengan tujuan menciptakan nilai melalui produk dan layanan untuk memenuhi permintaan konsumen dan memperoleh keuntungan. Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah seseorang atau organisasi yang menjual berbagai barang atau jasa kepada konsumen dengan tujuan menghasilkan keuntungan. Bisnis adalah aktivitas apa pun yang dilakukan suatu organisasi untuk menghasilkan barang atau jasa dalam upaya memenuhi kebutuhan dasarnya (Martoyo, 2022). Menurut James A.F. Stoner, manajemen merupakan tindakan pengorganisasian, perencanaan, pengarahan, dan pengawasan terhadap upaya anggota organisasi serta pemanfaatan sumber daya organisasi lainnya guna mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya (Supono, 2011).

Sederhananya, manajemen bisnis merupakan administrasi yang efektif dan efisien dari berbagai sektor milik perusahaan untuk mencapai hasil terbaik. Kolaborasi yang baik di dalam sistem

juga diperlukan agar semuanya dapat berfungsi dengan baik; itu tidak dapat berfungsi secara terpisah. Dari sudut pandang konseptual, pengelolaan badan usaha dapat dikaitkan dengan berbagai contoh indikator pengelolaan usaha. Manajemen bisnis harus diterapkan secara efektif sejak awal. Diharapkan dengan menerapkan manajemen bisnis pada sektor lain, maka semuanya akan berjalan dengan baik dan tidak banyak kesalahan yang menimbulkan kekacauan di bidang tersebut. Selain melihat. Dunia bisnis saat ini berkembang dengan cepat, dan karena banyak perusahaan yang hampir sama dan mapan, hal ini tentu saja akan menyebabkan meningkatnya persaingan. Oleh karena itu, dunia usaha harus lebih inventif dan kreatif dalam menjalankan operasionalnya agar dapat bertahan, tumbuh, dan menghasilkan uang sebanyak mungkin (Thian, 2021)

Segala sesuatu yang berkaitan dengan jual beli yang didasarkan pada hukum Islam atau hukum syariah dianggap bisnis syariah. Istilah “bisnis syariah” berasal dari istilah “bisnis” dan “syariah”. Segala sesuatu yang berhubungan dengan pembelian, penjualan, atau perdagangan dianggap bisnis. Syariah, sebaliknya, mengacu pada asal mula jalan yang lurus. Sedangkan syariah mengacu pada hukum-hukum yang diturunkan Allah SWT kepada semua manusia melalui Rasulullah Muhammad SAW, baik yang berkaitan dengan keimanan, ibadah, akhlak, maupun muamalah. Operasi bisnis syariah lebih dari sekedar pembelian dan penjualan sederhana dengan tujuan menghasilkan keuntungan. Namun, firma ini terutama berfokus pada hukum Islam, yang konsisten dengan Hadis dan Alquran. Oleh karena itu, perusahaan ini terkendala bagaimana menghasilkan keuntungan dan mengembangkannya dengan menggunakan konsep halal dan haram. Jika halal, silakan lakukan; kalau haram hentikan (Parakkasi, 2021)

Manajemen Bisnis Internasional. Administrasi operasi perusahaan dari perusahaan yang melayani pasar dan beroperasi di banyak negara dikenal sebagai manajemen bisnis internasional. Wendell H. McCulloch dan Donald A. Ball mendefinisikan bisnis internasional sebagai perusahaan yang operasinya melampaui batas-batas negara. (Ihwanudin, 2023). Jadi pembahasan dalam artikel ini terkait dengan bagaimana koherensi manajemen bisnis syariah dengan bisnis internasional? Dalam hal ini ada beberapa defenisi dan juga penjelasan dari berbagai literatur untuk dapat menyimpulkan koherensi manajemen bisnis tersebut.baikitu dari segi strategi

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka. Data diambil dari berbagai referensi dan literatur yang relevan untuk menganalisis hubungan antara manajemen bisnis syariah dan bisnis internasional. Peneliti melakukan sintesis informasi dari sumber-sumber tersebut untuk menarik kesimpulan mengenai koherensi dan aplikasi prinsip-prinsip syariah dalam konteks bisnis global.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Koherensi Manajemen Bisnis Syariah dengan Bisnis Internasional

Bisnis yang beroperasi di luar batas negara dianggap terlibat dalam bisnis internasional. Selain perdagangan dan manufaktur global, konsep ini mencakup sektor jasa yang sedang berkembang dalam komunikasi massa, ritel, grosir, keuangan, periklanan, pariwisata, transportasi, dan konstruksi. Setiap kegiatan bisnis yang dilakukan antara dua negara disebut sebagai bisnis internasional. Karena ada banyak jenis bisnis, maka beragam pula cara bisnis dapat dijalankan (Gumilar, 2018). Untuk mempertahankan kendali atas beberapa area sistem waralaba, termasuk manajemen rantai pasokan, pemasaran, dan pengembangan menu, McDonald's juga mengadopsi pendekatan manajemen kegagalan. Hal ini menjamin keseragaman dan konsistensi di antara gerai McDonald's di seluruh dunia sekaligus memungkinkan adaptasi untuk memenuhi kebutuhan pasar regional. Akibatnya, pendekatan waralaba McDonald's di seluruh dunia telah berhasil meningkatkan pangsa pasar dan jangkauan global merek tersebut sekaligus memberikan kesempatan kepada pengusaha lokal untuk menjalankan perusahaan mereka sendiri (Elzagi, 2023)

Istilah waralaba yang mulai populer di Amerika Serikat, mempunyai padanannya dalam bahasa Indonesia. Kata “waralaba” dalam bahasa Indonesia terdiri dari dua suku kata: “wara” yang berarti “lebih” dan “laba” yang berarti “untung”. Kata "waralaba" mengacu pada peningkatan keuntungan. Istilah Perancis untuk “waralaba” berarti “gratis”. Di Jerman pada tahun 1840, ide ini disebut sebagai hak istimewa yang unik untuk menjual makanan dan minuman (Samadani, 2013).

Istilah "waralaba" diterjemahkan sebagai "hak istimewa atau hak khusus" dalam bahasa Inggris. Sebaliknya, istilah "waralaba" di Amerika mengacu pada kompromi yang dicapai oleh para pihak. Waralaba juga diartikan sebagai hubungan bisnis jangka panjang dan berkelanjutan di mana pemberi waralaba memberikan hak lisensi kepada penerima waralaba, sesuai dengan perjanjian (berdasarkan persyaratan dan batasan), untuk menjalankan bisnis menggunakan merek dagang dan/atau merek layanan pemberi waralaba. Penerima waralaba juga menerima saran dan bantuan dari pemberi waralaba dalam mengatur, memperdagangkan, dan mengelola bisnis yang dilakukan sesuai dengan lisensinya, menurut Tarbutton (1986), mantan Presiden Internasional (Arif, 2021).

Di simpulkan bahwa bisnis internasional yang di lakukan Indonesia yaitu dengan konsep Waralaba yaitu dengan memberikan untung lebih kepada yang bekerja sama dalam jangka panjang dan untung lebih ini tidak di berikan kepada sembarang karna ini adalah hak istimewa untuk pekerjasama dalam jangka panjang dan ini juga atas ahasil kesepakatan atas kedua pihak. Koherensi manajemen bisnis syariah dalam bisnis internasional sangat berpengaruh, dimana penerapan manajemen bisnis syariah ini bisa kita realisasikan dalam bisnis Internasional dimana dalam hal ini juga akan membahas mengenai manajemen syariah.

Manajemen Bisnis Syariah adalah pendekatan dalam pengelolaan bisnis yang mempertimbangkan aspek kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah Islam, seperti larangan riba, maysir, gharar, dan praktik bisnis yang tidak sesuai dengan nilai-nilai agama. Porter 1979 mengungkapkan bahwa Manajemen strategis adalah tentang memilih posisi unik produk dan jasa perusahaan, dengan melakukan hal-hal secara berbeda atau lebih baik daripada pesaing, dan dengan cara yang biasanya menurunkan biaya atau melayani kebutuhan pelanggan dengan lebih baik. Sedangkan menurut Mintzberg (1987). Manajemen strategis menjelaskan makna dan visi perusahaan kepada pemangku kepentingan internal dan eksternal dengan mendefinisikan batas-batas kebijakan perusahaan, dan berkontribusi pada identitas dan budaya perusahaan (Juliansyah, 2020).

Manajemen dalam bisnis Islam menjadi standar utama dalam menjalankan bisnis itu sendiri, karena dengan kita memiliki manajemen kita bisa membuat perencanaan, strategi, pola kerja, pemasaran, pangsa pasar dan perolehan keuntungannya harus benar-benar tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Manajemen yang terpancar dalam bisnis harus memiliki nuansa Islami dengan harapan apa yang kita jalankan akan terhitung sebagai amal ibadah yang akan memberikan kita keberkahan baik di dunia maupun di akhirat.

Islam memberikan panduan kepada manusia dalam melakukan aktivitas bisnis antara lain; Pertama, Planning, yaitu melakukan perencanaan/ gambaran dari sesuatu kegiatan yang akan dilakukan dengan waktu dan metode yang sudah ditentukan. Kedua, Organization, melakukan pengorganisasian tentang fungsi setiap orang, hubungan kerja baik secara vertical atau horizontal Allah SWT. Ketiga, Coordination; melakukan pengaturan sebagai upaya untuk mencapai hasil yang baik dengan seimbang, termasuk diantara langkah-langkah bersama untuk mengaplikasikan planning dengan mengharapkan tujuan yang diidamkan. Keempat, Controlling, yaitu senantiasa melakukan pengamatan dan penelitian terhadap jalannya planning. Dalam pandangan islam menjadi syarat mutlak bagi pimpinan untuk lebih baik dari anggotanya, sehingga kontrol yang ia lakukan akan efektif. Kelima, Motivation, yaitu menggerakkan kinerja semaksimal mungkin dengan hati sukarela, ikhlas dan mengharap ridha Allah SWT. Allah SWT. Keenam, leading; yakni melakukan pengaturan, memimpin segala aktivitas kepada tujuan. Allah SWT. Keenam panduan tersebut merupakan fondasi utama bagi setiap muslim dalam melakukan aktivitas bisnis. Tujuannya agar aktivitas bisnis yang dilakukan sejalan dengan aturan-aturan syariah dan menghasilkan masalah bagi setiap manusia (alvionita, 2023).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bisnis internasional yang dilakukan dengan konsep waralaba dapat meningkatkan keuntungan bagi semua pihak yang terlibat. Koherensi manajemen bisnis syariah dalam praktik bisnis internasional sangat penting, karena penerapan prinsip-prinsip syariah dalam pengelolaan bisnis dapat membantu menciptakan lingkungan bisnis yang lebih etis dan berkelanjutan. Manajemen strategis yang mempertimbangkan aspek syariah, seperti larangan riba dan praktik tidak etis, menjadi kunci dalam mencapai tujuan bisnis yang tidak hanya menguntungkan tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai agama.

SIMPULAN

Manajemen bisnis syariah dan bisnis internasional memiliki hubungan yang erat dan saling mendukung. Penerapan manajemen syariah dalam konteks bisnis internasional tidak hanya meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional, tetapi juga memastikan bahwa semua aktivitas bisnis sejalan dengan prinsip-prinsip Islam. Oleh karena itu, penting bagi pengusaha untuk mengintegrasikan nilai-nilai syariah dalam strategi bisnis internasional mereka guna mencapai keberhasilan jangka panjang dan keberkahan dalam usaha.

REFERENSI

- Alvionita venny. 2023. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bengkulu: CV Brimedia Global
- Anggraeni, R., & Ayuni, R. F. (2021). *Bisnis Waralaba*. Universitas Brawijaya Press.
- Arif, M. E., Anggraeni, R., & Ayuni, R. F. (2021). *Bisnis Waralaba*. Universitas Brawijaya Press.
- Elzagi, V., Yulianto, E., Febiana, A. R., Eviyani, E. R., Yeronica, F., Risvi, H., & Melissa, M. (2023). Analisis Strategi Bisnis Internasional Melalui Model Franchise pada McDonalds's di Pasar Indonesia. *Surakarta Management Journal*, 5(1), 71-77.
- Gumilar, A. (2018). Analisis Bisnis Internasional Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah ADBIS (Administrasi Bisnis)*, 2(2), 141-154.
- Ihwanudin, N., Umiyati, H., Rusmalinda, S., Agustina, M. D. P., Aryani, L., Satmoko, N. D., ... & Rimayanti, R. (2023). *MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL*.
- Juliansyah Noor. 2020. *Manajemen Strategi Konsep dan Model Bisnis*. La Tansya Mashor Publisher.
- Martoyo, A., Susilawati, E., Kusumawardhani, N., Dawis, A. M., Novalia, N., Fransisca, Y., ... & Nurlaila, Q. (2022). *Manajemen Bisnis*. Tohar Media.
- Parakkasi, I. H. I. (2021). *Manajemen Bisnis Syariah*. Penerbit Lindan Bestari.
- Supono, B. (2011). Peranan modal sosial dalam implementasi manajemen dan bisnis. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 11(1)
- Thian, A. (2021). *Pengantar Manajemen Bisnis*. Penerbit Andi.