

BAB II LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Pustaka

1. Pengertian Strategi

Menurut Hunger dan Wheelen, Strategi adalah rumusan perencanaan menyeluruh tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing.¹

Strategi bisnis berasal dari dua kata yaitu *strategi* dan *bisnis*. Kata strategi bisa diartikan sebagai siasat atau ilmu perang atau bisa pula diartikan sebagai suatu seni untuk merancang operasi di sebuah peperangan.. Sedangkan bisnis dapat diartikan sebagai usaha, dagang, dan bekerja dengan maksud untuk mencari keuntungan. Jadi berdasarkan pengertian diatas maka strategi bisnis dapat diartikan sebagai suatu teknik yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan.

Strategi melibatkan konsep manajemen dari lingkup bisnis, maksud, tujuan dan isi, yang mana hal penting tersebut digunakan untuk pengembangan strategi dalam mempertahankan keunggulan daya saing, mengimplikasikan serta mengganti strategi untuk menanggapi perubahan baru yang terjadi pada lingkungan merupakan suatu proses yang berkesinambungan.²

Andrew (2004) berpendapat bahwa strategi adalah suatu proses yang digunakan untuk mengevaluasi setiap kekuatan serta kelemahan perusahaan dan bisa digunakan sebagai bahan evaluasi pada setiap terjadinya peluang serta ancaman yang ada dalam lingkungan yang mana harus dihadapi dengan cara memutuskan strategi pasar dengan cara menggunakan produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.³

¹ Hunger David J., Thomas L. Wheelen. *Manajemen Strategis*. Terjemahan: Julianto Agung. (Yogyakarta : Penerbit Andi, 2003) hal. 16

² Herlina, Ninik Endang Purwati, dan Liwaul. *Analisis Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Pengembangan Usaha UD. Mete Mubaraq Lombe Kota Kendari*. Jurnal Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 4 No. 2. Juli 2019. Hal 209-220.

³ Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis*. Rineka Cipta. Jakarta. 2004. Hlm 338 – 339.

Selain pendapat di atas, pendapat lain tentang strategi bisnis adalah proses menentukan rencana jangka panjang agar tercapai tujuan yang diinginkan seperti yang dikemukakan oleh Marrus yang berpendapat bahwa strategi sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai suatu penyusunan, cara atau upaya bagaimana agar ttujuan tersebut dapat dicapai.⁴

Chandler (1962) juga mempunyai definisi serta menjelaskan bahwa strategi adalah tujuan dari sebuah perusahaan yang terdiri dari pendayagunaan serta alokasi semua sumber daya yang krusial yang bisa digunakan untuk jangka panjang dan yang paling penting adalah bisa berguna untuk mencapai sebuah tujuan. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep tersebut antara lain⁵:

a. *Distinctive Competence*

Perusahaan melakukan tindakan yang mana dengan melakukan kegiatan yang lebih baik daripada yang dilakukan oleh pesaingnya. Menurut Day and Wensley, identifikasi *distinctive competence* dalam organisasi dapat dibagi menjadi dua yakni:

- 1) Keahlian tenaga kerja.
- 2) Kemampuan sumber daya.

Dengan adanya dua faktor di atas dianggap mampu membuat sebuah perusahaan bisa unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

b. *Competitive Advantage*

Penyebab adanya keunggulan bersaing adalah adanya pilihan strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk merebut peluang pasar. Salah satu cara yang dapat dilakukan sebuah perusahaan untuk meningkatkan usahanya adalah dengan menggunakan prinsip berbisnis yaitu dengan menentukan produk dengan biaya yang tinggi maupun produk dengan biaya rendah tanpa menggunakan kedua – duanya. Berdasarkan prinsip

⁴ Sedarmayanti. *Manajemen Strategi*. Refika Aditama. Bandung. 2014. Hlm 16.

⁵ *Ibid* hlm. 4 – 5.

tersebut terdapat tiga strategi yang secara umum dilakukan yaitu:

1) Strategi Diferensiasi

Strategi diferensiasi adalah strategi yang digunakan untuk membuat produk entah barang atau jasa yang dianggap unik dan berbeda yang mana ditujukan untuk konsumen yang tidak terlalu memusingkan harga yang ditawarkan.

2) Strategi Keunggulan Biaya Rendah

Membuat produk dengan menekan biaya produksi yang sangat rendah dimaksudkan untuk membuat konsumen peka terhadap perubahan harga benda tersebut.

3) Strategi Fokus

Strategi fokus berarti membuat produk entah barang atau jasa yang bertujuan untuk menyediakan serta memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen.⁶

Dalam manajemen strategis yang baru, Mintzberg mengemukakan 5P yang memiliki arti yang sama dengan strategi yaitu perencanaan (*plan*), pola (*pattern*), posisi (*position*), perspektif (*perspective*), dan permainan atau taktik (*play*). Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1) Perencanaan (*Plan*)

Perencanaan pada sebuah strategi dimaksudkan untuk melakukan arahan, acuan dan gerak langkah yang dilakukan sebuah perusahaan untuk mencapai suatu tujuan di masa depan. Strategi juga menyangkut segala sesuatu yang telah dilakukan di masa lampau, misalnya pola – pola perilaku bisnis yang telah dilakukan di masa lalu.

2) Pola (*Pattern*)

Menurut Mintzberg strategi adalah pola yang selanjutnya disebut sebagai “*intended strategy*” karena belum dilaksanakan dan berorientasi ke masa depan. Atau disebut juga sebagai “*realized strategy*” karena strategi tersebut telah digunakan oleh perusahaan.

⁶ Porter, M.E. Keunggulan Bersaing – menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul. Erlangga. 2012. Hal. 3

3) Posisi (*Position*)

Posisi disini mempunyai arti yang mana sebuah produk ditempatkan di pasar tertentu dimana posisi tersebut menjadi titik bidik antara konsumen dan pelanggan serta masih melihat aspek yang berasal dari lingkungan eksternal.

4) Perspektif (*Perspective*)

Jika pola dan posisi cenderung melihat ke bawah dan ke luar, maka sebaliknya perspektif lebih cenderung melihat ke dalam yaitu organisasi.

5) Permainan (*Play*)

Permainan dalam sebuah strategi adalah suatu aksi tertentu untuk memberdaya lawan atau pesaing. Suatu perusahaan akan meluncurkan produk kedua dimana lawan akan berusaha melawan produk kedua tersebut tanpa merusak produk yang pertama.⁷

Strategi merupakan suatu aktivitas yang harus dilakukan secara terus menerus dan senantiasa meningkat di setiap waktu berdasarkan pada sudut pandang serta harapan yang diinginkan oleh konsumen di masa yang akan datang. Strategi yang dihasilkan menjadi acuan penghasil keputusan manajerial untuk menentukan arah kompetisi dengan pesaing. Hal ini yang menjadikan strategi menjadi bagian krusial dalam sebuah organisasi bisnis.⁸

Selain pengertian diatas, strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana yang berintegrasi, luas, disatukan yang saling menghubungkan keunggulan strategi dengan tantangan lingkungan, digunakan untuk memastikan bahwa tujuan utama dari sebuah perusahaan dapat dilaksanakan dan dicapai melalui kegiatan pelaksanaan yang tepat oleh sebuah organisasi.⁹ Pengertian strategi secara umum dan khusus adalah sebagai berikut:

- 1) Pengertian umum strategi merupakan proses penentuan rencana yang dibuat oleh para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang

⁷ Suryana. *Kewirausahaan*. Jakarta. PT. Salemba Empat. 2006. Hal 168.

⁸ Ade Bastian, "Analisis Strategi Bisnis dan Perancangan Strategi Sistem Informasi pada Perguruan Tinggi Swasta (Studi Kasus : Universitas Majalengka, Infotech Journal, Vol. 1, No. 1 (2015), 55.

⁹ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajhadikusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani, 2002), hal 16.

organisasi dimana dalam pelaksanaan tersebut harus disertai penyusunan suatu upaya atau cara yang tepat tentang bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

- 2) Pengertian khusus dari strategi merupakan suatu tindakan yang dilakukan secara terus menerus dan meningkat setiap waktu, dengan memiliki keyakinan bahwa strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi diri (*core competencies*) perusahaan harus memiliki sebuah kompetensi inti untuk memajukan bisnis tersebut.¹⁰

Jadi strategi dapat didefinisikan sebagai cara yang diaplikasikan dalam sebuah usaha untuk mencapai tujuan dan memperhatikan alokasi sumber daya perusahaan, mencocokkan sumber daya dan kapabilitas dengan lingkungan eksternal yang bertujuan untuk jangka panjang. Strategi merupakan faktor yang dapat digunakan sebagai penentu keberhasilan untuk jangka panjang yang digunakan sebuah organisasi.

2. Strategi dalam Perspektif Islam

Nabi Muhammad SAW memiliki banyak pengalaman dalam berdagang/berbisnis, pada saat beliau dirawat dan diasuh oleh Abu Thalib, Nabi Muhammad sering diajak ke pekan-pekan perdagangan, seperti pasar Ukaz, Majannah, dan Dzul Majaz. Hal inilah yang menginspirasi Nabi Muhammad SAW untuk berdagang. Inspirasi untuk berdagang tidak hanya diperoleh dari berkunjung ke pasar-pasar tradisional, namun beliau juga memperoleh inspirasi dari pasar dunia seperti keikutsertaannya dalam rombongan kafilah perdagangan menuju Syam.¹¹

Islam sebagai agama yang mengatur aturan hidup yang khas, dimana aturan tersebut dibuat untuk menghindarkan munculnya masalah persaingan bisnis yang tidak sehat. Ada

¹⁰ Ibid, Hal. 16

¹¹ Muhammad Saifulah, Kajian Sejarah: Etika Bisnis dalam Praktik Mal Bisnis Muhammad. Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam, Nomor II/Edisi II/November 2010, h. 37

tiga unsur yang perlu dicermati dalam membahas persaingan bisnis menurut islam seperti yang diuraikan di bawah ini¹²:

a. Pihak-pihak yang bersaing

Manusia menjalankan bisnis terkait dengan apa yang digelutinya termasuk persaingan yang ada di dalamnya. Bagi seorang muslim, bisnis dilakukan dengan maksud untuk memperoleh serta mengembangkan harta, dimana cara mendapatkannya yaitu dengan cara yang halal dan yang ditetapkan oleh Allah SWT. Tugas manusia hanyalah berjuang mencari nafkah dengan cara berbisnis dan tidak perlu takut akan kekurangan rezeki hanya karena anggapan rezeki tersebut diambil oleh pesaing.¹³

b. Cara bersaing

Cara bersaing dalam menjalankan bisnis harusnya sesuai dengan hukum – hukum yang mengatur tentang masalah muamalah. Dalam hal ini dalam persaingan bisnis pun tidak boleh menggunakan persaingan yang bersifat haram karena akan merugikan banyak pihak. Dalam sebuah bisnis, setiap orang akan berhubungan dengan banyak pihak seperti pesaing bisnis dan rekan bisnis. Alangkah baiknya seorang pebisnis muslim tetap memberikan pelayanan yang terbaik kepada mitra bisnis maupun dengan konsumen.¹⁴

c. Produk (barang dan jasa) yang dipersaingkan

Beberapa keunggulan produk yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing dalam berbisnis meliputi:

1) Produk

Produk usaha bisnis yang dipersaingkan baik barang maupun jasa harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitas terjamin dan berdaya saing tinggi.

2) Harga

Bila ingin memenangkan persaingan, maka para pebisnis harus bersaing secara adil dan joga

¹² Utari Evy Cahyani. Strategi Bersaing dalam Berbisnis Secara Islami. Jurnal At-Tijarah. Volume 2, No. 1, Januari-Juni 2016. Hal 56-70

¹³ Ibid. Hal 56-70

¹⁴ Ibid. Hal 65

mengedepankan jiwa kompetitif. Dalam hal ini para penjual tidak diperbolehkan membanting harga dengan tujuan menjatuhkan pesaing.

- 3) Tempat
Tempat harus baik, bersih, sehat dan nyaman agar dapat menarik pelanggan.
- 4) Pelayanan
Pelayanan harus diberikan dengan ramah dan baik agar konsumen nyaman, tapi tidak boleh dengan mendekati maksiat.
- 5) Layanan purna jual
Layanan purna jual ini merupakan layanan yang diberikan kepada konsumen untuk sesuai dengan akad yang telah disepakati.¹⁵

3. Manajemen strategis

Manajemen strategis adalah serangkaian tindakan dan keputusan yang digunakan untuk menentukan kinerja sebuah perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategis terdiri dari pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang), implementasi strategi dan yang terakhir adalah evaluasi serta pengendalian.¹⁶ Berikut ini adalah pembagian serta pengertian dari jenis – jenis manajemen strategis.

a. Pengamatan Lingkungan

Pengamatan lingkungan terbagi menjadi dua yaitu lingkungan eksternal dan lingkungan internal. Lingkungan eksternal terdiri dari variabel – variabel (kesempatan dan ancaman) yang berada diluar organisasi dan tidak secara khusus ada dalam pengendalian jangka pendek dari manajemen puncak. Sedangkan lingkungan internal terdiri dari variabel – variabel (kekuatan dan kelemahan) yang ada di dalam organisasi tetapi biasanya tidak dalam pengendalian jangka pendek dari manajemen puncak.

¹⁵ Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajahadikusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani, 2002). Hal 96.

¹⁶ J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen. *Manajemen Strategis*. Terj: Julianto Agung S. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2003. Hal.4.

b. Perumusan Strategi

Perumusan Strategi adalah rencana jangka panjang yang dikembangkan untuk manajemen efektif yang dapat dilihat dari ancaman lingkungan serta kesempatan, dan dapat dilihat dari kekuatan dan kelemahan sebuah perusahaan. Perumusan strategi meliputi penentuan misi perusahaan, pengembangan strategi, menentukan tujuan – tujuan yang dapat dicapai dan penetapan pedoman kebijakan.

1) Misi

Misi dari sebuah organisasi berisi tentang tujuan serta alasan mengapa sebuah organisasi tersebut hidup. Misi yang disusun dengan baik bisa digunakan sebagai untuk tujuan mendasar dan unik yang dapat membedakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang satu dengan yang lain.

2) Tujuan

Tujuan merupakan hasil akhir dari sebuah aktivitas perencanaan. Selain itu tujuan juga merumuskan apa yang akan diselesaikan dan kapan akan diselesaikan. Pencapaian tujuan merupakan hasil dari menyelesaikan sebuah misi.

3) Pengembangan Strategi

Dalam mengembangkan strategi terkadang dapat dijumpai masalah yang diperdebatkan maupun tidak memperhatikan apa yang dikatakan tetap memperhatikan apa yang dilakukan

4) Kebijakan

Dalam hal ini kebijakan menjadi sebuah pedoman luas yang dapat digunakan sebagai pengambilan keputusan secara menyeluruh. Kebijakan menjadi pedoman bagi perumusan strategi dan implementasi.¹⁷

c. Implementasi Strategi

Implementasi strategi adalah proses dimana manajemen mewujudkan penggunaan strategi dan kebijakannya dalam tindakan melalui program, anggaran,

¹⁷ J. David Hunger. Manajemen Strategis. Terj: Julianto Agung S. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2003. Hal.12.

dann prosedur. Untuk penjelasannya akan diuraikan di bawah ini:

1) Program

Program adalah aktivitas dan langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan program perencanaan. Program melibatkan restrukturisasi perusahaan, budaya internal perusahaan yang terkadang mengalami perubahan serta kegiatan awal dari suatu usaha yang baru.

2) Anggaran

Anggaran adalah program yang dinyatakan dalam bentuk satuan uang, setiap program akan dinyatakan secara rinci dalam bentuk biaya, yang dapat digunakan oleh manajemen untuk merencanakan dan mengendalikan.

3) Prosedur

Prosedur disebut juga sebagai *Standard Operating Procedures (SOP)*. Prosedur adalah sistem langkah atau teknik – teknik yang berurutan yang berfungsi sebagai gambaran secara rinci bagaimana suatu pekerjaan atau tugas harus diselesaikan.¹⁸

d. Evaluasi dan Pengendalian

Evaluasi dan Pengendalian adalah aktivitas perusahaan dari hasil kinerja yang dipantau yang mana sesungguhnya kinerja tersebut sesuai dengan yang diinginkan. Meskipun evaluasi dan pengendalian menjadi yang terakhir dalam sebuah manajemen strategis, tapi hal ini dapat menjadi hal penting dalam sebuah organisasi untuk menunjukkan kelemahan dalam implementasi yang dilakukan sebelumnya dan bisa menjadi acuan untuk kegiatan kedepannya agar lebih baik lagi.¹⁹

4. Pengertian Bisnis

Bisnis secara umum berarti kegiatan dalam masyarakat yang berkaitan dengan industri. Dalam aktivitas bisnis, industri ini berusaha menggunakan sumber daya manusia, material, dan waktu, mengelola risiko. Sedangkan pihak yang menjalankan kegiatan bisnis disebut wirausaha (*entrepreneur*). Menurut Raghieb al-Asfahani dalam *Al-*

¹⁸ *Ibid.* Hal 17 – 18.

¹⁹ *Ibid.* Hal 19

Mufradat fi Gharib Alquran, ketiga kata tersebut memiliki makna yang serupa yaitu pengelolaan harta benda dengan tujuan mencari keuntungan.²⁰ Selain menggunakan istilah tersebut, masih banyak lagi istilah lain yang berkaitan dengan perdagangan, seperti *amwal*, *dayn*, *rizq*, *darb*, *shirkah* dan sejumlah istilah yang berarti perintah melakukan perdagangan global.²¹

Kata “Bisnis” dalam Bahasa Indonesia merupakan serapan dari bahasa Inggris yakni kata “*Business*” yang mempunyai makna yaitu kesibukan. Kesibukan yang mempunyai makna khusus yang berhubungan dengan orientasi profit / mendapat keuntungan. Selain itu bisnis juga dapat diartikan sebagai kegiatan yang memproduksi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang bertujuan memperoleh keuntungan. Bisnis juga didefinisikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Kata bisnis menurut bahasa berarti aktivitas yang dilakukan seseorang atau sekelompok dimana mereka melakukan sebuah dan memiliki tujuan utama yakni menghasilkan keuntungan. Kata “Bisnis” sendiri memiliki tiga penggunaan, untuk penggunaan singular atau kata benda tunggal kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan untuk mencari laba atau keuntungan.²² Bisnis dalam arti luas adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang atau jasa demi memenuhi kebutuhan hidup sehari – hari dan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan sebanyak – banyaknya.

Bisnis adalah sebuah aktivitas yang diarahkan dengan maksud untuk meningkatkan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi).²³ Sedangkan menurut arti dasarnya, bisnis memiliki makna sebagai kegiatan membeli dan menjual

²⁰ Ismail Nawawi Uha, *Isu – Isu ekonomi Islam*. Jakarta: VIV Press Jakarta. 2013. Hal 408.

²¹ Mokh. Syaiful Bakri Abdussalam, *Sukses Berbisnis ala Rasulullah* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012). 88.

²² Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Alfabeta. Bandung. 2013. Hal 28

²³ Muhammad dan Akimin, *Etika Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. BPFE. Yogyakarta. 2004, hlm 56.

barang dan jasa. Menurut Skinner bisnis adalah kegiatan pertukaran barang maupun jasa yang saling menguntungkan atau saling memberi manfaat satu sama lain.²⁴

J.S Nimpoena (1985) berpendapat bahwa bisnis dapat dibedakan dalam dua pengertian yakni pengertian yang sempit dan pengertian yang luas. Jika kita mengacu pada pengertian yang sempit maka bisnis tidak lain dari hal yang tidak nyata atau khayalan. Sedangkan pengertian bisnis dalam arti yang luas merupakan usaha yang terkait erat dengan dunia ekonomi dan juga politik. Hal ini disebabkan dunia ekonomi dan dunia politik pada dasarnya merupakan suatu hubungan yang saling tergantung dan efektivitas pada gerak usahanya.²⁵

Bisnis juga dapat didefinisikan sebagai seluruh kegiatan yang diatur oleh orang – orang yang berkecimpung di dalam bidang jual beli dan industry yang menyediakan barang dan jasa untuk mempertahankan serta turut andil dalam memperbaiki standar serta kualitas hidup masyarakat. Bisnis merupakan aktivitas yang cakupannya amat luas, yakni meliputi aktivitass memproduksi barang tambang atau pertanian dari bumi, membuat barang jadi, memproses bahan dasar hingga memiliki nilai guna, menyalurkan barang, menyediakan serta menjual jasa, menjual dan membeli barang dagangan ataupun aktivitas yang berkaitan dengan suatu aktivitas yang bertujuan untuk memperoleh penghasilan.²⁶

Bisnis adalah aktivitas yang menyediakan serta menjual barang atau jasa dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Dalam kegiatan bisnis, sebaiknya yang perlu diperhatikan adalah:

- a. Menentukann tujuan atau arah.
Dalam mengelola sebuah bisnis, manajemen harus mengetahui arah kemana bisnis akan dibawa.
- b. Mengetahui lingkungan bisnis.
Lingkungan bisnis dibedakan menjadi 2 yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan internal terdiri atas pemegang saham, karya manajemen, peralatan fisik dan modal. serta informasi

²⁴ Madnasir. Pengantar Bisnis dan Manajemen, Fakultas Syari'ah IAIN RadennIntan Bandar Lampung. 2007. Hal. 91.

²⁵ Panji Anoraga , Manajemen Bisnis. Rineka Cipta. Jakarta. 2004 , Hal. 34.

²⁶ Gunardi Endro, Redefinisi Bisnis. Suatu Penggalan Etika Keutamaan Aristoteles. (Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo. 1999. Hal. 56.

sedangkah lingkungan eksternal terdiri dua komponen, yaitu lingkungan khusus dan umum.

- c. Mengetahui lingkungan di mana kegiatan bisnis dilakukan. Hal ini berkaitan dengan keadaan pemasok, pesaing, kelompok kepentingan dan konsumen.
- d. Mengetahui lingkungan umum, meliputi berbagai factor yang meliputi kondisi politik, ekonomi, hukum, social budaya, demografi, serta teknologi dan kondisi global.²⁷

Bisnis adalah kegiatan yang dilakukan antara lain untuk menghasilkan dan menyalurkan barang dan jasa bagi kepentingan bersama ataupun masyarakat baik untuk kepentingan produsen dan konsumen atau penjual dan pembeli, dan juga aktivitas yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang diperoleh oleh seorang pengusaha.

Pandangan lain tentang pengertian bisnis merupakan sejumlah total usaha yang meliputi produksi, pertanian, distribusi, transportasi, komunikasi, konstruksi, usaha jasa dan pemerintahan yang bergerak dalam bidang pembuatan barang dan memasarkannya kepada konsumen. Pada pengertian ini tercakup tiga bagian yaitu antara lain usaha perseorangan kecil – kecilan dalam bidang barang dan jasa, usaha perusahaan besar seperti transportasi, pabrik, hotel dan perusahaan media pabrik, dan yang terakhir adalah usaha dalam bidang struktur ekonomi suatu bangsa.²⁸

Menurut jenis kegiatannya bisnis dapat dibedakan menjadi empat macam antara lain:

- a. Bisnis ekstraktif yaitu bisnis yang bergerak dalam bidang pertambangan atau penggalian bahan tambang yang terkandung di dalam perut bumi.
- b. Bisnis agraris yaitu bisnis yang bergerak dalam bidang pertanian yang termasuk juga di dalamnya peternakan, perikanan, kehutanan, perkebunan, peternakan unggas dan perikanan.
- c. Bisnis industri yaitu bisnis yang bergerak dalam bidang industri yang banyak menghasilkan mesin dan peralatan rumah tangga.

²⁷ Ismail Nawawi Uha, *Isu – Isu ekonomi Islam*. Jakarta: VIV Press Jakarta. 2013. Hal 3.

²⁸ Abdul Wahid al – Faizin dan Nashr Akbar. *Tafsir Ekonomi Kontemporer (Kajian Tafsir Alquran tentang Ekonomi Islam)*. Jakarta: Madani Publishing House, 2010. Hal. 255

d. Bisnis yang bergerak dalam bidang jasa yaitu seperti perbankan, kesehatan, pariwisata, pendidikan.²⁹

Dengan bisnis yang bisa berjalan dengan lancar, bisa memberi sebuah keuntungan serta bisa membuka lapangan pekerjaan yang layak serta bagus bagi semua pihak dan pegawai yang terlibat. Jadi bisnis juga dapat diartikan sebagai urusan, yang berarti ketika memiliki urusan yang penting dan kita dilibatkan untuk menghendaki sesuatu berjalan dengan sukses dan lancar.³⁰

5. Etika Bisnis

Etika berasal dari bahasa Yunani yaitu “*Ethos*” yang berarti adat istiadat atau kebiasaan. Hingga dalam pengertian ini, etika memiliki kaitan yang erat dengan kebiasaan hidup yang baik, entah pada diri sendiri maupun suatu masyarakat atau dalam kelompok masyarakat. Padaasekitar tahun 1970 muncul istilah kata “Etika Bisnis” di Amerika Serikat dan menyebar kebelahan dunia lain dengan sangat cepat. Etika sudah menjadi bahan pembicaraan secara ilmiah yang membahas tentang masalah ekonomi dan bisnis yang mana dua hal tersebut menjadi salah satu topik yang dikembangkan di zaman bisnis modern.³¹

Etika bisnis menjadi suatu bagian penting yang tidak bisa dipisahkan dari kegiatan bisnis yang dilakukan oleh para pelaku bisnis di manapun berada. Etika dan masalah ketaatan hukum yang berlaku menjadi dasar yang penting yang mana setiap pelaku bisnis harus memilikinya karena hal ini biasanya digunakan untuk menentukan tindakan dan perilaku yang sesuai dalam menjalankan bisnisnya. Berkaitan dengan hal tersebut juga disampaikan perihal tanggung jawab bersama bukan hanya tanggung jawab pemilik bisnis. Hal ini diharapkan mampu mewujudkan situasi dan kondisi bisnis yang nyaman, sehat, dan juga bermanfaat bagi yang lain.³²

Bisnis tidak hanya memberi kontribusi yang sangat besar bagi kemajuan ekonomi, sosial, dan budaya tetapi juga akan menumbuhkan konsekuensi yang disebabkan oleh

²⁹ Indriyo Gito Sudarmo. Pengantar Bisnis. Yogyakarta: BPFE. 1999. Hal 3 – 4.

³⁰ Ras mulia Sembiring. Pengantar Bisnis. Bandung: La Goods Publishing. 2014. Hal.2

³¹ Arissetyanto Nugroho dan Agus Arijanto. Etika Bisnis (Business Ethic). Bogor: PT Penerbit IPB Press. 2015. Hal 2 – 4.

³² Arissetyanto Nugroho dan Agus Arijanto. Op Cit. Hal 2.

kegiatan perusahaan. Dalam setiap bisnis memungkinkan terjadinya pelanggaran etika karena orang – orang cenderung merasa dirinya paling kuat dan benar di berbagai situasi. Oleh karena itu kesadaran moral perlu diperhatikan agar setiap keputusan yang dibuat dalam situasi dan kondisi apapun tetap memiliki nilai etika.³³

Dalam pengertian secara sederhana yang dimaksud dengan etika bisnis adalah cara yang digunakan seseorang atau kelompok untuk melakukan kegiatan bisnis yang mana mencakup seluruh aspek yang memiliki kaitan erat dengan individu, masyarakat, perusahaan dan industri. Hal ini didefinisikan tentang bagaimana seseorang bisa menjalankan bisnis secara adil, sesuai dengan hukum yang berlaku dan tidak bergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat. Sedangkan pengertian etika bisnis yang lebih luas adalah dimana setiap kegiatan sudah pasti diatur oleh hukum, bahkan merupakan standar yang lebih tinggi dibandingkan dengan standar minimal ketentuan hukum karena dalam kegiatan bisnis sering kali ditemukan di sebuah wilayah yang mungkin tidak diatur oleh ketentuan hukum yang berlaku.³⁴

6. Maksud Strategi Bisnis

Strategi merupakan bidang manajemen yang sangat penting bagi sebuah perusahaan karena dapat digunakan sebagai alat yang digunakan untuk mengembangkan perusahaan dan memantapkan posisi di dalam persaingan yang semakin ketat. Untuk mencapai sebuah tujuan serta misi perusahaan maka diperlukan sebuah strategi guna mencapai misi dan visi yang akan dikembangkan oleh perusahaan di masa depan. Strategi dibuat untuk mengetahui tentang bagaimana visi manajemen dibuat serta bersaing dengan perusahaan lain di masa yang akan datang.³⁵

Dari pengertian strategi dan bisnis yang telah diuraikan diatas dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis ialah cara yang digunakan suatu perusahaan untuk mencapai tujuan

³³ Aswand Hasoloan. Peranan Etika Bisnis dalam Perusahaan Bisnis. Jurnal Warta Edisi : 57. Juli 2018.

³⁴ Arisetyanto Nugroho dan Agus Arijanto. Op cit. Hal. 6

³⁵ Mochamad Ammar Faruq dan Indrianawati Usman. Penyusunan Strategi Bisnis dan Strategi Operasi Usaha Kecil dan Menengah pada Perusahaan Konveksi Scissors di Surabaya. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan. Tahun 7 No.3 Desember 2014. 173 -197.

jangka panjang dalam usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan, atau bidang usaha yang meliputi aktivitas produksi dan penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan perusahaan memperoleh laba.

Pada era globalisasi sekarang ini para pelaku usaha bisa melakukan adaptasi dengan lingkungan baik internal maupun eksternal. Seperti yang dilakukan para UMKM dalam bidang makanan misalnya tentu memiliki strategi bisnis untuk menghadapi persaingan bisnis antar sesama pelaku usaha pada bidang makanan. Namun apakah strategi yang digunakan oleh para pelaku usaha sudah tepat atau belum, karena strategi yang digunakan oleh perusahaan apakah sudah sesuai dengan keadaan pasar yang dihadapi oleh para pelaku usaha.³⁶

Tujuan dari orang berbisnis sudahlah jelas, yaitu membujuk orang agar mau membeli barang atau jasa yang dibuat oleh pelaku usaha. Selain itu barang dan jasa tersebut bisa beredar, berkembang, dan dikenal masyarakat luas sehingga bisa mendapatkan keuntungan yang berlipat ganda. Namun tujuan bisnis yang mendapat keuntungan adalah tujuan yang bersifat kaku, karena sudah pasti setiap perusahaan dan lembaga apapun memiliki tujuan yang sama yaitu bermuara pada keuntungan dari apa yang sudah dikerjakannya.³⁷

Selain itu ada juga tujuan dari bisnis yang sekarang sudah mulai dilakukan para pengusaha dan pebisnis. Biasanya mereka membagi tujuan bisnis ke dalam dua bentuk tujuan yaitu jangka panjang dan jangka pendek. Untuk jangka pendek adalah mendapatkan keuntungan sedangkan bisnis jangka panjang bertujuan untuk menopang kepada hasil yang ingin dicapai oleh perusahaan antara lain:

a. Penguasaan Pasar.

Untuk bisnis besar keuntungan tidak hanya berupa penjualan produk dan jasa seketika, tetapi bagaimana

³⁶ Enny Noegraheni Hindarwati dan Sanny Bella Arifin. Penerapan Strategi Bisnis pada Perusahaan Kontraktor Tiang Pancang di Indonesia. *Jurnal Manajemen Indonesia*. Vol. 15 – No. 3 Desember 2015. Hal 243 – 251.

³⁷ Ras mulia Sembiring. *Pengantar Bisnis*. Bandung: La Goods Publishing. 2014. Hal. 4

tercipta komunitas konsumen yang loyal terhadap produk dan jasanya.

- b. Kemaparan dalam Keuangan Sumber Daya Alam atau Fisik
Perusahaan dalam bisnisnya harus memiliki tujuan jangka panjang untuk mengamankan modal artinya keuntungan harus disimpan sebagai modal awal dalam mengoperasikan perusahaan. Termasuk didalamnya harus memiliki fasilitas peralatan yang lengkap dengan sumber daya yang sudah memadai sehingga tidak lagi adabiaya yang keluar dari kas perusahaan.
- c. Pengembangan Manajer dan Karyawan
Perusahaan juga harus memikirkan bagaimana pengembangan karir dan kualitas kemampuan atau pengetahuan manajer dan para karyawannya. Dengan semakin meningkatnya kemampuan dan keahlian para karyawan, maka perusahaan akan terdorong untuk maju dan meraih kesuksesan di kemudian hari.
- d. Tanggung Jawab Publik
Keberadaan perusahaan harus memberikan manfaat dan efek positif kepada masyarakat sekitar, sehingga mereka merasa senang dan terbantu dengan adanya perusahaan selain itu juga perusahaan dan warga skitar bisa bekerja sama dalam memcegah terjadinya polusi udara, menciptakan lapangan kerja dengan melibatkan warga sekitar.³⁸

Tujuan dari bisnis yang disebut diatas adalah menyediakan produk berupa barang atau jasa demi memenuhi kebutuhan konsumen serta perusahaan dapat memperoleh keuntungan. Dengan pengelolaan sumber daya ekonomi yang dikelola secara efektif dan efisien dapat memberi manfaat bagi perusahaan maupun masyarakat antara lain:

- a. Pengadaan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.
- b. Mendapatkan laba yang besar sehingga bisa menutup biaya yang telah dikeluarkan oleh pengelola bisnis.
- c. Membuat nilai tambah bagi pengelola bisnis dan masyarakat.
- d. Mewujudkan lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

³⁸ Ras mulia Sembiring. Pengantar Bisnis. Bandung: La Goods Publishing. 2014. Hal. 4 – 6.

- e. Meningkatkan kesejahteraan bagi pihak – pihak yang terlibat.³⁹

7. Pengertian Virus Covid-19

Pada bulan desember 2019, kasus pneumonis misterius pertama kali ditemukan di Provinsi Hubei tepatnya di kota Wuhan. Kasus tersebut pertama kali terdeteksi di sebuah pasar ikan di Wuhan tetapi ntuk sumber penularannya belum diketahui secara pasti. Sejak tanggal 31 Desember 2019 hingga 3 Januari 2020 terjadi peningkatan kasus yang sangat pesat dan belum ada satu bulan kasus tersebut ditemukan ternyata virus penyakit tersebut telah menyebar di berbagai provinsi lain di Tiongkok dan juga telah menyebar ke berbagai lintas negara seperti Thailand dan Korea Selatan.⁴⁰

Virus ini dapat menular dari manusia ke manusia lain melalui udara dan telah menyebar secara cepat di dataran China dan lebh dari 190 negara teritori lainnya. Pada bulan Maret 2020 telah ditemukan 634.835 kasus dan 33.106 jumlah kematian di seluruh dunia. Sementara di Indonesia sendiri sudah ditetapkan sebanyak 1.528 kasus dan 136 kematian.⁴¹

Infeksi Covid-19 dapat menimbulkan gejala ringan, sedang hingga berat. Gejala klinis utama yang muncul yaitu demam (suhu >38 derajat celcius), batuk, dan kesulitan bernapas. Selain itu dapat disertai dengan sesak memberat, fatigue, myalgia, gejala gastrointestinal seperti diare dan gejala saluran napas yang lain. Setengah dari pasien timbul sesak dalam satu minggu. Pada kasus berat perburukan secara cepat dan progresif, seperti ARSD, syok septik, asidosis metabolik yang sulit dikoreksi dan pendarahan atau disfungsi sistem koagulasi dalam beberapa hari.⁴²

Merespon pandemi Covid-19, pemerintah Indonesia mulai menerapkan pembatasan dengan kebijakan social distancing (jaga jarak sosial) dan menghindari kerumunan sejak awal Maret 2020. Kebijakan itu telah menurunkan secara drastis terhadap aktivitas dan pergerakan orang di kota-kota besar. Hal

³⁹ Madnasir dan Khoiruddin. *Etika Bisnis Islam*. Fakultas Syariah IAIN Raden Intan Bandar Lampung. 2012. Hal. 21.

⁴⁰ Aityo Susilo, C. Martin Rumende dkk. *Coronavirus Disease 2019: Tinjauan Literatur Terkini*. Jurnal Penyakit Dalam. Vol 7, No. 1. Maret 2020. Hal 45-67.

⁴¹ Aityo Susilo, C. Martin Rumende dkk. Op Cit. Hal. 45 – 67.

⁴² Yuliana. Corona virus diseases (Covid-19); Sebuah Tinjauan Literatur. *Wellness and Healthy Magazine*. Vol. 2 No. 1., Februari 2020, Hal. 187-192

ini dapat dilihat dari menurunnya jumlah penumpang pada berbagai sarana transportasi seperti pesawat, bis, ojek online dan sebagainya.⁴³

Selain itu dampak covid yang paling merugikan adalah di sektor ekonomi nasional entah itu pendapatan negara yang berkurang, PHK massal di beberapa perusahaan, pendapatan masyarakat yang menurun drastis dan juga kerugian yang tak bernilai jika perusahaan menjual aset dengan harga yang sangat murah.

Selain sektor ekonomi, dampak pandemi juga mengakibatkan banyak sekali tindak kejahatan, potensi terjadinya keributan akibat krisis ekonomi juga dapat saja terjadi. Sekolah dan perkuliahan terpaksa diliburkan dalam jangka waktu yang tidak bisa ditentukan, memaksa para siswa untuk belajar dari rumah yang mana belum bisa efektif untuk kegiatan belajar mengajar.

8. **Kebangkitan Ekonomi Pasca Pandemi covid – 19**

Seperti yang telah tertulis diatas bahwa pandemi covid-19 menimbulkan dampak yang cukup besar dan menghantam hampir di semua sektor kehidupan dan pariwisata menjadi salah satu sektor yang cukup merasakan dampaknya. Inilah yang dirasakan oleh Café Kopi Tjolo yang mana lokasinya berada di kawasan wisata Sunan Muria dan pendapatan yang menurun drastis selama pandemic covid-19 ini.

Kawasan pariwisata yang ditutup saat pandemi covid-19 ini membuat para pelaku bisnis terpaksa menutup tempat usaha mereka. Dengan adanya kebijakan protokol kesehatan yang ketat juga menjadi salah satu penyebab ditutupnya kawasan pariwisata adalah karena tempat pariwisata yang identik dengan keramaian dan bisa menjadi salah satu *cluster* penyebaran covid-19. Jika terjadi peningkatan penularan maka akan menghambat pemulihan ekonomi pasca pandemi covid-19.

Kini kasus harian covid-19 di Kota Kudus sudah berangsur turun dan sudah memasuki PPKM Level 2 yang mana semua sektor baik perdagangan, pariwisata, sekolah, dan pusat perbelanjaan sudah mulai menerapkan normal baru tetapi tetap masih memperhatikan protokol kesehatan yang ketat.

⁴³ Wibowo Hadiwardoyo. *Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19*. Journal of Business and Entrepreneurship. Vol. 2 No. 2. April 2020. Hal. 83-92.

Pemerintah juga mengajak warga masyarakat kota Kudus terutama yang bermata pencaharian sebagai pedagang di kawasan wisata untuk segera melaksanakan vaksinasi dengan harapan Kudus bisa secepatnya pulih dan perekonomian bisa bangkit dan berjaya kembali.

Konsep yang digunakan untuk membangkitkan gairah wisata di Indonesia yang nyaman dan aman selama pandemi covid-19 adalah adanya sosialisasi kepada masyarakat, menerapkan protokol kesehatan yang tepat serta pembinaan kepada masyarakat maupun pengelola wisata mengenai konsep wisata yang aman dan nyaman saat pandemi covid-19 dan menerapkan standar operasi onl prosedur dalam pelayanan wisata dan yang terakhir adalah pendampingan dan pengawasan secara berkelanjutan.⁴⁴

B. Penelitian Terdahulu

Tabel Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti, Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1.	Herlina, Ninik Endang Purwati dan Liwaul, Analisis Strategi Bisnis Usaha Mikro dan Kecil Menengah (UMKM) dalam Pengembangan Usaha UD. Mete Mubaraq Lombe Kota Kendari. Sumber : Internet http://ojs.uho.ac.id/index.php/BUSSINESUHO/article/view/9461)	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi bisnis yang digunakan meliputi dimensi pemasaran, produksi, dan keuangan sudah menunjukkan hasil yang bagus. • Untuk 	<ul style="list-style-type: none"> • Peneliti an tersebut dilakukan di sebuah tempat usaha yang memproduksi makanan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan UMKM sebagai objek penelitian. • Memahas strategi bisnis yang digunakan.

⁴⁴ Choirul Anam. Wisata Halalan Thoyyiban. Kebangkitan Pasca Pandemi Covid-19 di Indonesia. Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan. Vol 1, No. 2, 2021. Hal 135-142.

		<p>strategi di bidang sumber daya manusia masih kurang baik karena tidak ada perekrutan karyawan dalam usaha tersebut.</p>		
2.	<p>Mochamad Ammar Faruq dan Indrianawati Usman, Penyusunan Strategi Bisnis dan Strategi Operasi Usaha Kecil dan Menengah Pada Perusahaan Konveksi Scissors di Surabaya. Sumber : Internet https://e-journal.unair.ac.id/JMTT/article/view/2710</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi konveksi scissor yang sesuai adalah strategi inovasi dan variasi produk serta fleksibilitas dan ketepatan waktu pengiriman untuk memenuhi permint 	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian dilakukan pada usaha konveksi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sama-sama membahas strategi bisnis dalam penelitian ini.

		<p>aan konsumen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dalam strategi ini, konveksi scissor sebaiknya memperbaiki produk yang sudah ada dan mengembangkan yang baru dengan memberi harga murah dalam upaya meningkatkan penjualan. 		
3.	<p>Ade Bastian, Analisis Strategi Bisnis dan Perancangan Strategis Sistem Informasi pada Perguruan Tinggi Swasta (Studi Kasus : Universitas Majalengka). Sumber : Internet https://jurnal.unma.ac.id/index.php/infotech/article/view/35</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Untuk meningkatkan daya saing bisnis dengan perguruan tinggi yang lain 	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian tersebut dilaksanakan akan di lingkungan kampus Universitas Majalengka. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sama-sama menggunakan strategi bisnis sebagai subjek penelitian.

		<p>UNMA mengen- gkan proses bisnis internal, dan menam- bah nilai kerjasa- ma peningk- atan mutu, akadem- i dengan pihak- pihak terkait, mengev- aluasi serta menge- mbangk- an sistem informa- si untuk lingkun- gan internal dan masyara- kat. Dan juga memper- baiki kualitas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fokus terhada- p strategi bisnis dan sistem informa- si. 	
--	--	--	--	--

		dan pengembangan sistem informasi.		
4.	<p>Enny Noegrahani Hendarwati dan Sandy Bella Arifin, Penerapan Strategi Bisnis Pada Perusahaan Kontraktor Tiang Pancang di Indonesia. Sumber : Internet https://journals.telkomuni-versity.ac.id/ijm/article/view/721</p>	<ul style="list-style-type: none"> • PT Wahana Cipta Concrete secara efektif sudah memanfaatkan peluang yang ada dengan baik, dan sudah meminimalkan potensi pengaruh negative dari ancaman eksternal yang ada. • Mampu menggunakan kekuatan dan mengatasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian tersebut berada di sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang tiang pancang yaitu PT Wahana Cipta Concrete. 	<ul style="list-style-type: none"> • Penerapan strategi bisnis yang dilakukan memiliki persamaan terhadap penelitian ini.

		kelemahannya dengan baik.		
5.	<p>Choirul Anam Wisata <i>Halalan Thoyyiban</i>: Kebangkitan Pasca Pandemi Covid-19 di Indonesia Sumber : Internet http://conference.um.ac.id/index.php/esp/article/view/677</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat lima strategi yang dapat dilakukan pemerintah dalam mewujudkan wisata <i>halalan thoyyiban</i> di Indonesia. Yaitu, sosialisasi kepada masyarakat dan pemangku kepentingan; pembangunan infrastruktur; penerapan protokol kesehatan; 	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian tersebut membahas wisata <i>halalan thoyyiban</i>. 	<p>Penelitian tersebut juga berkaitan dengan dampak Covid-19</p>

		<p>pembinaan kepada masyarakat; dan pendampingan secara berkelanjutan.</p>		
6.	<p>Rizqi Rahmawati, Kaukabilla Alya Paragu Potensi Pemulihan Pariwisata Halal di Ponorogo (Analisis Strategi pada Masa Pandemi Covid-19). Sumber :Internet https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/joie/article/view/2781</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi yang digunakan adalah Protokol Kesehatan berbasis CHSE yaitu <i>Cleanliness</i> (Kebersihan), <i>Health</i> (Kesehatan), <i>Safety</i> (Keamanan), dan <i>Environment</i> (Ramah Lingkungan) 	<ul style="list-style-type: none"> • Objek penelitian adalah Periwisata Halal di Ponorogo 	<p>Sama-sama membahas Analisa Strategi pada Masa Pandemi Covid-19</p>

C. Kerangka Berpikir

Penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah menjadikan tempat usaha makanan dan minuman di Kudus sebagai objek penelitian. Selain itu, fokus penelitiannya adalah penggunaan strategi bisnis yang dilakukan oleh pemilik usaha makanan dan minuman.

Untuk meneliti penggunaan strategi, penulis menggunakan teori yang dikemukakan oleh Hunger dan Wheelen, untuk menentukan dan menggunakan strategi hendaknya harus melakukan perumusan strategi terlebih dahulu dimana strategi ini terdiri dari pertama menentukan misi perusahaan, kedua menentukan tujuan yang dapat dicapai, ketiga yaitu pengembangan strategi dan keempat adalah penetapan pedoman kebijakan.⁴⁵ Setelah perumusan strategi maka yang harus dilakukan selanjutnya adalah mewujudkan strategi dan kebijakan dalam tindakan melalui program, anggaran, dan prosedur. Maka dari itu penggunaan strategi pada bisnis sangat krusial dan setiap pelaku usaha baik barang ataupun jasa harus memiliki strategi bisnis yang tepat agar usahanya bisa berjalan dengan baik.

Selain itu juga dalam agama Islam berbisnis juga harus mempunyai beberapa hal wajib yang harus dimiliki oleh para pelaku usaha seperti halal, thayyib, kejujuran, kewajaran, keseimbangan, bersaing secara sehat, etos kerja dan professional.

⁴⁵ J. David Hunger. Manajemen Strategis. Terj: Julianto Agung S. Yogyakarta:Penerbit Andi. 2003. Hal 25.

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir