

**MANAJEMEN STRATEGI RUMAH MAKAN
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

(Studi Kasus Pada Rumah Makan Indonesia di Purwokerto)



SKRIPSI

**Diajukan kepada Jurusan Syari'ah STAIN Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Syari'ah (S.E.Sy)**

Oleh:

AMILLATI

NIM. 062623004

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO**

2013

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amillati
NIM : 062623004
Jenjang : S-1
Jurusan : Syari'ah
Program Studi : Ekonomi Islam

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 20 November 2013

Saya yang menyatakan,



Amillati
NIM. 062623004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Pengajuan Naskah Skripsi
Sdri. Amillati
Lamp : 5 (lima) eksemplar

Purwokerto, 7 Januari 2014

Kepada Yth
Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam
Negeri (STAIN) Purwokerto
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi, maka saya sampaikan naskah skripsi Saudara:

Nama : Amillati
NIM : 062623004
Jurusan : Syari'ah
Prodi : Ekonomi Islam
Judul : **MANAJEMEN STRATEGI RUMAH MAKAN
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada
Rumah Makan Indonesia di Purwokerto)**

Dengan ini memohon agar skripsi Saudara tersebut di atas untuk dapat dimunaqosyahkan dalam rangka memperoleh derajat Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Islam (S.E.Sy).

Demikian atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing



Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.S. I

NIP. 19781231 200801 2 027



PENGESAHAN

**MANAJEMEN STRATEGI RUMAH MAKAN
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus Pada Rumah Makan Indonesia di Purwokerto)**

yang disusun oleh saudara/i: Amillati, NIM : 062623004 Program Studi: Ekonomi Islam, Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Islam STAIN Purwokerto, telah diujikan pada tanggal 19 Desember 2013 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (S. E. Sy) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang

Dr. H. Suraji, M. Ag.
NIP. 19720402 199803 1 002

Sekretaris Sidang

Rina Heriyanti, M. Hum.
NIP. 19720828 199903 2 004

Pembimbing/Penguji Utama

Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M. Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

Anggota Penguji

H. Supriyanto, Lc., M.S.I.
NIP. 19740326 199903 1 001

Anggota Penguji

Marwadi, M. Ag.
NIP. 19751224 200501 1 001

Purwokerto, 19 Desember 2013

Ketua STAIN Purwokerto



Dr. A. Luthfi Hamidi, M. Ag.
NIP. 19670815 199203 1 003

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirrabil'amin..
Sebuah langkah usai sudah..
Satu cita telah kugapai..
Namun...
Itu bukan akhir dari perjalanan..
Melainkan awal dari satu perjuangan..

Setulus hatimu ibu, dan demi alm. ayah tercinta..
Doamu hadirkan keridhaan untukku, petuahmu tuntunkan jalanku..
Pelukmu berkahi hidupku, diantara perjuangan dan tetesan doa malam mu..
Dan seabait doa telah merangkul diriku, menuju hari depan yang cerah..
Kini diriku telah selesai dalam studi sarjana..
Dengan kerendahan hati yang tulus, bersama keridhaan-Mu ya Allah..
Kupersembahkan karya tulis ini untuk yang tercinta, alm. ayah... ibu..
Mungkin tak dapat selalu terucap, namun hati ini selalu bicara, sungguh ku sayang kalian..

Buat adik-adik ku tersayang, Beni...Arin...
Makasih atas motivasi dan doa kalian sayang..
Karena kalian aku tetap bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.



**MANAJEMEN STRATEGI RUMAH MAKAN
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus pada Rumah Makan Indonesia Purwokerto)**

Amillati

Program Studi Ekonomi Islam Jurusan Sya'riah
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Rumah Makan Indonesia telah menjadi rumah makan yang terkenal di Purwokerto, dan merupakan salah satu rumah makan yang bergerak di bidang makanan dengan ciri khas masakan Padang. Rumah makan ini berdiri pada tahun 1992. Rumah makan ini dapat memproduksi sekitar 300 buah kotak dan sekitar 50 orang pengunjung perhari. Perusahaan ini masih tetap bertahan dalam industri rumah makan khas masakan Padang dengan mengandalkan 35 menu makanan dan beberapa menu unggulan tertentu yang disajikan. Rumah Makan Indonesia Purwokerto bersaing dengan rumah makan lainnya baik yang berciri khas masakan padang ataupun berbagai kuliner lainnya. Maka manajemen strategi merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan berhasil tidaknya suatu produk diterima oleh pasar. Maka obyek penelitian kasus ini merumuskan apa yang terjadi dan yang sedang dihadapi perusahaan dalam analisis SWOT serta menganalisis terhadap manajemen strategi yang dijalankan perusahaan perspektif ekonomi Islam.

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui manajemen strategi Rumah Makan Indonesia perspektif ekonomi Islam, (2) mengetahui lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) perusahaan dalam manajemen strateginya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi serta tehnik penganalisa data yang digunakan adalah tehnik analisa deskriptif dan analisis SWOT.

Berdasarkan hasil penelitian dari analisis ekonomi Islam, Rumah Makan Indonesia menggunakan prinsip *khilafah* (Kepemimpinan), *Syari'ah*, *kafa'ah himmalyul a'mal* (beretos kerja tinggi), serta *keberkahan* dan *keridhaan* Allah. Analisis SWOT diperoleh strategi SO, ST, WO, WT, diantaranya perusahaan perlu penguatan dan perluasan pangsa pasar dengan menambah cabang di daerah ekspansi pasar dalam usaha meningkatkan penetrasi produk dan meningkatkan volume penjualan produk, serta dapat mengefektivitaskan jalur distribusi agar produk kuliner RMI Purwokerto dapat diterima semua kalangan masyarakat. Selain itu RMI Purwokerto secara kontineu meningkatkan kualitas produk namun harga tetap terjangkau (ekonomis). Untuk menjaga stabilitas perusahaan, RMI Purwokerto meningkatkan kualitas kemampuan SDM serta selalu mengevaluasi strategi yang telah dijalankan.

Kata Kunci: Manajemen, Strategi, Rumah Makan Indonesia, Ekonomi Islam.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 158 tahun 1987 Nomor 0543 b/u/1987 tanggal 10 September 1987 tentang pedoman transliterasi Arab-Latin dengan beberapa penyesuaian menjadi berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	sa	ṣ	es (dengan titik diatas)
ج	jim	j	je
ح	ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	zak	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)

ط	ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	...'	koma terbalik keatas
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	ki
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wawu	w	we
ه	ha	h	ha
ء	hamzah	'	apostof
ي	ya	y	ye

2. Vokal

1) Vokal tunggal (monoftong)

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	a	a
ِ	Kasroh	i	i
ُ	Dammah	u	u

Contoh: كَتَبَ - kataba

يَذْهَبُ - yazhabu

فَعَلَ - fa'ala

سُئِلَ - su'ila

2) Vokal rangkap (diftong)

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

1.	Fathah + Ya mati	ditulis	ai
	كَيْفَ	ditulis	<i>Kaifa</i>
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	au
	هَوَلَ	ditulis	<i>haulā</i>

3. Maddah

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

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
آ...إ...ي	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ي...ي	kasroh dan ya	ī	i dan garis di atas
و	dammah dan wawu	ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla

قِيلَ - qīla

رَامَى - ramā

يَقُولُ - yaqūlu

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

1) *Ta marbutah* hidup

ta marbutah yang hidup atau mendapatkan *harakat, fathah, kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah /u/.

2) *Ta marbutah* mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat *harakat sukun*, transliterasinya adalah /h/.

3) Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h)

contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	Raudah al-Atfāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	al-Madīnah al-Munawwarah
طَلْحَةُ	Talhah

5. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda

syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

نَزَّلَ - nazzala

6. Kata Sandang.

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* dengan kata sandang yang diikuti huruf *qamariyyah*.

- 1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah*, kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- 2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah*, ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf *syamsiyyah* maupun huruf *qamariyyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung atau hubung.

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu

القَلَمُ - al-qalamu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun itu, hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila Hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Hamzah di awal	أَكَلَ	Akala
Hamzah di tengah	تَأْخُذُونَ	ta'khudzūna
Hamzah di akhir	النَّوْءُ	an-nāu'u

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dua cara; bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan. Namun penulis memilih penulisan kata ini dengan perkata.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ : wa innallaaha lahuwa khair ar-raziqin
فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَأَلْيَسَا : fa aufu al-kaila wa al-mizana

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan serta kekuatan kepada kita semua, sehingga kita selalu diberi keridhoan dalam bertindak dan keberhasilan dalam berkarya. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Muhammad SAW, kepada para sahabatnya, tabi'in dan seluruh umat Islam seluruh jagat raya yang senantiasa mengikuti semua ajarannya.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Terutama kepada:

1. Dr. A. Luthfi Hamidi, M.Ag., Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto.
2. Drs. Rohmad, M. Pd., Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto.
3. Drs. H. Ansori, M.Ag., Wakil Ketua II Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto.
4. Dr. Abdul Basit, M.Ag., Wakil Ketua III Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto.
5. Drs. H. Syufa'at, M.Ag., Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto.
6. Ahmad Dahlan, M.S.I., Ketua Prodi Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto.
7. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si, sebagai pembimbing yang dengan penuh kesabarannya membimbing penyusun sampai skripsi ini selesai melalui pengarahan dan diskusi.
8. Seluruh Dosen Ekonomi Islam dan Jurusan Syariah yang telah mengajar dan membimbing selama proses kuliah.

9. Segenap Dosen dan Staff Akademik STAIN Purwokerto.
10. Segenap Staff Perpustakaan STAIN Purwokerto.
11. Manager Rumah Makan Indonesia yang sudah menyempatkan waktunya untuk membantu penulis dalam penelitian di lapangan.
12. Kedua orang tua saya yang tercinta Ayah Alm.Abdullah Ubaid, Ibu Siti Khotijah yang telah merawat dan mendidik, adik-adikku tersayang Beni Zakaria Ar-Ridhlo, Darin Diahbina Nirmala Putri dan segenap keluarga besar dengan doa kalian sehingga saya dapat menyelesaikan studi.
13. Teman-teman Prodi EI angkatan 2006, terimakasih atas motivasi dan diskusi yang sangat membantu penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini, tentunya banyak kekurangan dan kesalahan, namun demikian semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang membutuhkan. Amiin.

Purwokerto, 24 November 2013

Penyusun,



Amillati

NIM. 062623004

DAFTAR ISI

HELMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN.....	
PERSEMBAHAN.....	
ABSTRAK.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	v
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	
DAFTAR GAMBAR.....	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
D. Kajian Pustaka.....	9
E. Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II MANAJEMEN STRATEGI RUMAH MAKAN	
A. Manajemen.....	13
1. Pengertian Manajemen.....	13
2. Tujuan dan Fungsi Manajemen.....	16
3. Unsur-unsur Manajemen.....	22
4. Manajer dan Tugasnya.....	23
B. Strategi.....	28

1. Pengertian Strategi	28
2. Tingkatan Strategi	29
3. Karakteristik Strategi	31
4. Proses Manajemen Strategi	32
C. Manajemen Strategi Dalam Ekonomi Islam	35
1. Nilai dasar dan Prinsip Etika Bisnis Islam	35
2. Pengertian Manajemen Strategi Dalam Islam	37
3. Implementasi Manajemen Strategi Dalam Islam.....	40

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	44
B. Sumber Data.....	44
C. Teknik Pengumpulan Data.....	45
D. Teknik Analisis Data.....	46

BAB IV MANAJEMEN STRATEGI RUMAH MAKAN INDONESIA PURWOKERTO DALAM MENGGUNAKAN ANALISIS PERSPEKTIF ISLAM

A. Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal	48
1. Sejarah Perusahaan.....	48
2. Visi Misi dan Tujuan	49
3. Budaya Perusahaan	50
4. Struktur Organisasi dan Manajemen Umum	50
B. Lingkungan Eksternal Perusahaan.....	56
1. Faktor Ekonomi.....	56
2. Faktor Lingkungan Operasional.....	58
C. Proses Manajemen Strategi Rumah Makan Indonesia.....	60

1. Menetapkan Arah dan Misi Rumah Makan.....	60
2. Memahami Lingkungan Internal dan Eksternal.....	61
3. Merumuskan Strategi	62
4. Implementasi Strategi.....	63
5. Mengevaluasi dan Mengawasi Strategi.....	64

D. Analisis Manajemen Strategi Rumah Makan Indonesia Perspektif

Ekonomi Islam.....	65
1. Tahapan Analisis Lingkungan Organisasi	65
2. Formulasi Strategi	66
3. Implementasi Strategi.....	68
4. Evaluasi dan Kontrol Terhadap Keputusan-Keputusan Strategis Organisasi Yang Memungkinkan Pencapaian Tujuannya Di Masa Depan.....	69
5. Analisis Rumah Makan Indonesia Menggunakan Analisis SWOT	70

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	78
B. Saran-saran	80
C. Kata penutup	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Nilai Dasar dan Prinsip Umum Etika Bisnis Islami	35
Tabel 2. Matrik Diagram Analisa SWOT	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peranan Manager	28
Gambar 2. Tingkatan Strategi	30
Gambar 3. Pilihan Analisis berdasarkan Analisis SWOT	47
Gambar 4. Struktur Organisasi Rumah Makan Indonesia	51

BAB I

PENDAHULUAN



A. Latar Belakang Masalah

Makanan merupakan kebutuhan pokok manusia, selama penduduk masih ada maka kebutuhan makanan akan tetap meningkat. Semakin meningkatnya kebutuhan makanan tersebut maka akan mendatangkan peluang bisnis oleh para pengusaha, salah satunya adalah bisnis rumah makan. Bisnis ini banyak diminati pengusaha karena dianggap memiliki tingkat pengembalian investasi yang relatif cepat dan memenuhi kebutuhan primer masyarakat.

Setiap bisnis rumah makan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, dan mampu bersaing. Hal tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba perusahaan. Usaha ini hanya dapat dilakukan apabila perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, melalui usaha mencari dan membina langganan, serta usaha menguasai pasar.

Bisnis restoran atau rumah makan di Indonesia mulai banyak dikembangkan dengan sistem usaha *franchise* atau waralaba (penggunaan merk terkenal). Sistem ini dianggap menguntungkan karena merupakan sistem perdagangan yang kebal resesi ekonomi. Manajemen dan tingkat profitabilitas perusahaan dapat stabil, sehingga bisa memberikan keuntungan timbal balik antara perusahaan induk dan perusahaan yang melakukan

berjasama dengan *franchising*. Selain itu, semakin banyak perusahaan yang melakukan *franchise* dengan membuka cabang – cabang baru di daerah, maka usaha yang dijalankan akan semakin cepat dikenal karena masyarakat akan mudah memperoleh produk yang diinginkan. Hal ini disebabkan oleh sistem yang mengharuskan cabang mempunyai perusahaan yang sama dengan perusahaan induk. Semua yang ada di perusahaan induk ada di setiap perusahaan cabang, walaupun perusahaan cabang tersebut masih baru.

Standar yang diberikan oleh perusahaan induk tidak saja menyangkut masalah makanan, tetapi juga menyangkut sistem pelayanan, promosi, desain interior, persyaratan lokasi, manajemen, budaya perusahaan dan lain sebagainya. Sistem *franchise* pada dasarnya adalah salah satu metode perluasan pasar yang dilakukan oleh perusahaan yang telah mapan dan punya nama. Sistem ini cocok untuk strategi pengembangan usaha karena perusahaan tidak saja mampu mengembangkan sayapnya sampai ke seluruh penjuru dunia. Salah satu industri rumah makan yang sering dikembangkan dengan sistem usaha *franchise* adalah industri rumah makan ayam seperti *Kentucky Fried Chicken (KFC)*, *California Fried Chicken (CFC)*.¹

Pemerintah tentunya akan mendukung dengan kebijakan yang menciptakan stabilitas usaha, sekaligus berkesinambungan untuk jangka panjang. Mendorong tumbuhnya bisnis dan UMKM di daerah, kebijakan tersebut juga diarahkan pada investasi berbasis keunggulan daerah.

¹ Yekti Rahajeng, "Manajemen Strategi Pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Karang Malang", <http://jurnal.skripsi.com>, diakses tanggal 8 Januari 2013.

"Banyumas juga mendapat penghargaan dua tahun berturut - turut dengan program yang diterapkan untuk mendorong tumbuhnya usaha kecil menengah." Salah satu peserta pameran dari King Auto Interior Indonesia Delwin mengatakan, potensi bisnis waralaba memang besar, tetapi butuh untuk merubah mindset. Di kota-kota besar, bisnis waralaba cepat tumbuh dan berkembang. Purwokerto yang memiliki potensi besar, baik dilihat dari pertumbuhan ekonomi dan penduduk tentu menjadi peluang tersendiri untuk mengembangkan usaha waralaba sesuai keahlian maupun potensi.²

Rumah Makan Indonesia telah menjadi rumah makan yang terkenal di Purwokerto, dan merupakan salah satu rumah makan yang bergerak di bidang makanan dengan ciri khas masakan Padang. Rumah makan ini berdiri pada tahun 1992. Yang lokasi awalnya adalah sebuah warung yang berada di komplek alun - alun Purwokerto yang didirikan oleh Bapak Buntoro Kadarusman sebagai pemilik sekaligus pendiri yang gigih dan tekun sehingga banyak pelanggannya. Dan pada tahun 1994 pindah di Jl. Overste Isdiman sampai sekarang karena tempatnya lebih besar dan strategis, selain itu juga luas parkirannya. Rumah makan ini sudah mempunyai 21 orang karyawan dan cabang rumah makan ini berada di Tegal tepatnya di Jl. Jenderal Sudirman.³

² Pameran oleh Kadin Jateng, waralaba terbukti tahan krisis, <http://suaramerdeka.com>, diakses tanggal 5 Maret 2012 pukul 09.00.

³ Wawancara dengan Ibu Dani manajer Rumah Makan Indonesia pada tanggal 8 Januari 2012

Rumah Makan Indonesia dalam meningkatkan pemasaran yang maksimal melakukan promosi lewat koran, banner, dan spanduk di seluruh kabupaten Banyumas secara intensif. Penekanan pada promosi disebabkan pada cita rasa masakan agar dapat menjaring pelanggan sesuai dengan segmentasi pasar yang dituju perusahaan. Rumah makan ini dapat memproduksi sekitar 300 buah kotak dan sekitar 50 orang pengunjung perhari. Perusahaan ini masih tetap bertahan dalam industri rumah makan khas masakan Padang dengan mengandalkan 35 menu makanan dan beberapa menu unggulan tertentu yang disajikan. Rumah makan ini bersaing dengan rumah makan khas padang seperti rumah makan sederhana.

Menghadapi persaingan tersebut, tentunya Rumah Makan Indonesia tidak sembarangan dalam mememanajemenkan rumah makan tersebut. Manajemen di sini diartikan sebagai proses pengkoordinasian sumber daya yang dimiliki sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan. Manajemen mempunyai empat fungsi dasar yaitu planning, organizing, actuating, dan controlling dalam penggunaan sumberdaya organisasi. Karena itu aplikasi manajemen organisasi hakikatnya adalah juga amal perbuatan sumber daya manusia organisasi yang bersangkutan. Dalam pandangan ajaran Islam, segala sesuatu harus dilakukan secara rapi, benar, tertib, dan teratur. Proses - prosesnya harus diikuti dengan baik. Sesuatu tidak boleh dilakukan secara asal - asalan. Hal ini merupakan prinsip utama dalam ajaran Islam.⁴

⁴ Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktek*, (Jakarta: Pustaka Insani, 2003), hlm. 1.

Islam telah menggariskan bahwa dalam usaha bisnis tersebut haruslah berorientasi bagi pencapaian ridho Allah SWT, implementasi nilai-nilai Islam terwujud pada fungsi norma inilah sesungguhnya nilai utama usaha bisnis pada seluruh aktivitas dunia usaha sebagai kaidah berpikir dan kaidah amal dan syariat difungsikan sebagai asas atau landasan pola pikir dalam *Entrepreneur* (Wirausaha).

Adapun sebagai kaidah amal, syariat difungsikan sebagai tolok ukur kegiatan bisnis. Tolok ukur syariat digunakan untuk membedakan bisnis yang halal atau haram. Hanya kegiatan bisnis yang halal saja yang dilakukan oleh seorang muslim, sedangkan yang haram akan ditinggalkan semata-mata untuk mencapai keridhaan Allah SWT.⁵

Sebagaimana telah dijelaskan oleh Al-Qur'an tentang petunjuk atau berdagang dan beberapa kegiatan lain agar seseorang dapat diberi kebutuhan pokok sehari-harinya dan Al-Qur'an juga memberi motivasi untuk berbisnis pada ayat-ayat berikut:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ عَرَقَتِ
فَاذْكُرُوا اللَّهَ عِندَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْتُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ
مِّن قَبْلِهِ لَمِنَ الضَّالِّينَ ﴿١٨٨﴾

Artinya : "Tidak ada dosa bagimu untuk mencapai karunia (rizki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari Arafat berdzikirlah kepada Allah sebagaimana yang ditunjukkan kepadamu. Dan

⁵ Mohammad Ismail Yusanto dan Karabet Widjaja Kusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, Gema Insani Press, 2002), hlm. 118.

*seandainya kamu sebelum itu, benar-benar termasuk orang yang sesat.*⁶
(QS. Al Baqarah [2]:198).

Manajemen strategi merupakan keputusan manajerial dan kegiatan-kegiatan yang mengarah pada penetapan kinerja jangka panjang organisasi, yang meliputi analisa lingkungan internal dan eksternal, disertai perumusan visi dan misi serta tujuan organisasi guna menghadapi lingkungan tersebut. Lingkungan disini termasuk dalam lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Kemajuan suatu usaha merupakan tujuan penting dalam suatu organisasi atau perusahaan. Berbagai strategi dan upaya - upaya yang berorientasi untuk memajukan usaha tersebut tentunya tidak pernah terlepas dari kegiatan ataupun usaha manajemen dalam mengatur serta mengendalikan usaha - usaha guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Situasi dan kondisi lingkungan yang selalu berubah - ubah dapat mengakibatkan atau mempengaruhi perusahaan, baik itu kesempatan yang menguntungkan maupun ancaman atau resiko yang merugikan. Perusahaan dituntut untuk selalu bersikap tanggap dan mampu mengikuti serta menyesuaikan diri terhadap lingkungan tersebut. Oleh karena itu, diperlukan suatu cara yang sistematis untuk menilai situasi dan kondisi di sekitar perusahaan. Dari kebutuhan inilah lahir konsep analisis SWOT yang memiliki peranan penting dalam menetapkan suatu strategi perusahaan. SWOT analisis merupakan cara yang sistematis didalam melakukan analisis terhadap wujud

⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: PT Intermasa, 1974),
hal. 31

ancaman dan kesempatan agar dapat membedakan keadaan lingkungan yang akan datang sehingga dapat ditemukan masalah yang ada.

Setiap organisasi bisnis dihadapkan kepada kedua jenis "lingkungan", yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Makin besar suatu perusahaan atau organisasi, makin kompleks pula bentuk, jenis, dan sifat interaksi yang terjadi dalam menghadapi kedua jenis "lingkungan" tersebut. Untuk proses pengambilan keputusan yang semakin sulit dan rumit maka diperlukan manajemen stratejik. Manajemen stratejik adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.⁷ Manajemen stratejik merupakan suatu proses yang dinamik karena ia berlangsung secara terus - menerus dalam suatu organisasi. Strategi manajemen dimaksudkan agar organisasi menjadi satuan yang mampu menampilkan kinerja tinggi karena organisasi yang berhasil adalah organisasi yang tingkat efektivitas dan produktivitasnya makin lama makin tinggi.⁸

Dari uraian latar belakang tersebut penulis tertarik menulis penelitian skripsi dengan judul "Manajemen Strategi Rumah Makan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Rumah Makan Indonesia Purwokerto)."

⁷ Sondang P. Siagian, *Manajemen Stratejik*, (Jakarta : Bumi Aksara, 1998), hlm. 15.

⁸ *Ibid*, hlm. 27.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, rumusan masalahnya yaitu:

1. Bagaimana Manajemen Strategi Rumah Makan Indonesia Purwokerto perspektif ekonomi Islam?
2. Bagaimana Analisis SWOT Manajemen Strategi Rumah Makan Indonesia Purwokerto?

C. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui manajemen strategi Rumah Makan Indonesia Purwokerto perspektif ekonomi Islam.
- b. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Rumah Makan Indonesia Purwokerto.

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai bahan masukan bagi pimpinan perusahaan dalam membuat kebijakan terutama dalam mengevaluasi efektifitas dari manajemen strategi yang telah dijalankan selain itu perusahaan dapat mengetahui kelemahan, kekuatan, serta peluang, ancaman yang dihadapi perusahaan sehingga kedepannya dapat lebih berhati-hati lagi dalam menentukan suatu kebijakan yang terkait dengan manajemen strategi.

- b. Bagi Akademis, mendukung pelaksanaan program wacana keilmuan dan keislaman yaitu pendidikan, penelitian dan pengabdian terhadap masyarakat serta untuk para penyusun dalam meneliti suatu penelitian selanjutnya.
- c. Bagi penulis sendiri, penelitian ini merupakan tahap pembelajaran mengaplikasikan teori-teori yang telah diperoleh di bangku kuliah terhadap bisnis kuliner di Purwokerto.

B. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka ini dimaksudkan untuk mengemukakan teori-teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Dari segi ini, maka kajian pustaka akan menjadi dasar pemikiran dalam penyusunan penelitian. Penulis juga akan melakukan penelaahan terhadap penelitian-penelitian yang relevan, kemudian penulis melihat sisi lain yang berbeda dengan penelitian sebelumnya.

Dalam skripsi Yekti Rahajeng, mahasiswi Universitas Brawijaya yang berjudul "*Manajemen Strategi Pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Malang*", disebutkan strategi - strategi fungsional yang dapat digunakan RM ABWS Malang antara lain dalam bidang operasional atau produksi meliputi penerapan manajemen mutu, meningkatkan pelayanan konsumen, meningkatkan efektivitas produksi, serta pengaturan layout tempat usaha secara efisien. Dibidang keuangan meliputi melakukan evaluasi kondisi keuangan perusahaan, dan pembuatan perencanaan anggaran. Dibidang

perumusan meliputi memperkuat jaringan pemasaran dan meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan. Serta di bidang SDM meliputi peningkatan kualitas SDM, dan mempertahankan loyalitas karyawan serta penetapan *job description* yang jelas.⁹ Sedangkan penelitian yang penulis ambil dengan judul "*Manajemen Strategi Rumah Makan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Rumah Makan Indonesia di Purwokerto)*" mempunyai persamaan dalam hal manajemen strategi dan yang membedakan milik penulis menjelaskan dalam hal perspektif ekonomi Islam.

Dalam skripsi Nurlalela, mahasiswi Universitas Jenderal Sudirman yang berjudul "*Penerapan Manajemen Strategi Dalam Pengambilan Keputusan Pada Perusahaan Meubel Budi Group Purwokerto*", disebutkan pemilihan strategi yang paling menguntungkan bagi perusahaan Meubel Budi Group dengan menggunakan analisis SWOT dalam penelitian ini hanya menguraikan secara teoritis tentang analisis kualitatif perumusan strategi, pada matrik ini digambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki yang akan menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi yaitu strategi *Strengths Opportunities* (SO), strategi *Strengths Threats* (ST), strategi *Weakness Opportunities* (WO), dan strategi *Weakness Opportunities* (WT). Selain itu juga menggunakan Matrik Perencanaan Strategi Kuantitatif / QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*), analisis strategi untuk mengevaluasi pilihan strategi alternative

⁹ Yekti Rahajeng, "Manajemen Strategi Pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Gunung Wunging". <http://jurnal.skripsi.com>, diakses tanggal 8 Januari 2013 pukul 09.00.

secara obyektif, berdasarkan faktor - faktor sukses utama internal - eksternal yang telah didefinisikan sebelumnya.¹⁰ Penelitian tersebut sama dengan penulis yaitu dengan analisis SWOT.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dan mendapatkan pemahaman secara komprehensif, maka hasil penelitian akan penulis susun dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I adalah Pendahuluan yang berisi gambaran awal penelitian, yang meliputi: Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Kajian Pustaka, dan Sistematika Penulisan.

Bab II menjelaskan tentang Manajemen Strategi Rumah Makan yang berisi mengenai beberapa teori - teori yang berhubungan dengan yang akan diteliti, yaitu pengertian Manajemen, Tujuan dan Fungsi Manajemen, Unsur - Unsur Manajemen, pengertian Manajer dan tugasnya, pengertian Strategi, Tingkatan - Tingkatan Strategi, Karakteristik Strategi, Proses Manajemen Strategi, Manajemen Strategi dalam Ekonomi Islam meliputi : pengertian Strategi dalam Ekonomi Islam tentang nilai dasar dan prinsip umum etika bisnis Islami.

Bab III yaitu tentang Metode Penelitian yang meliputi : Jenis Penelitian, Metode Pengumpulan Data, Sumber Data, dan Metode Analisis Data.

¹⁰ Nurlaela, "Penerapan Manajemen Strategi Dalam Pengambilan Keputusan Pada Perusahaan Meubel Budi Group Purwokerto", diakses tanggal 14 Januari 2013 pukul 08.00.

Bab IV merupakan gambaran manajemen Rumah Makan Indonesia tentang lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan, proses manajemen strategi Rumah Makan Indonesia. Selain itu juga menjelaskan tentang analisis manajemen strategi Rumah Makan Indonesia perspektif Ekonomi dan analisis Rumah Makan Indonesia menggunakan analisis SWOT tentang faktor internal dan faktor eksternal.

Bab V adalah penutup yang berisi kesimpulan dan saran - saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dan penutup.

Bagian akhir dari skripsi yang terdiri dari daftar pustaka, lampiran - lampiran, serta daftar riwayat hidup.



BAB II

MANAJEMEN STRATEGI RUMAH MAKAN

A. Manajemen

1. Pengertian Manajemen

Manajemen berasal dari kata *to manage* yang berarti mengatur. Pengaturan dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen itu. Yang diatur adalah semua unsur-unsur manajemen yang terdiri dari *man, money, methods, materials, machines, and market*, disingkat dengan 6 M dan semua aktivitas yang ditimbulkannya dalam proses manajemen itu. 6M diatur agar lebih berdaya guna, berhasil guna, terintegrasi, dan terkoordinasi dalam mencapai tujuan yang optimal. Yang mengatur 6M adalah pemimpin dengan wewenang kepemimpinannya melalui instruksi atau persuasi, sehingga 6M dan semua proses manajemen tertuju serta terarah kepada tujuan yang diinginkannya. Mengatur 6M melalui proses dari urutan fungsi - fungsi manajemen perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. 6M diatur dalam suatu organisasi atau perusahaan, karena organisasi merupakan "alat" dan "wadah" (tempat) untuk mengatur 6M dan semua aktivitas proses manajemen dalam mencapai tujuannya.¹¹

Manajemen di sini diartikan sebagai proses pengkoordinasian sumberdaya yang dimiliki sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan. Manajemen mempunyai empat fungsi dasar yaitu *planning, organizing,*

¹¹ Malayu S. P. Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah Edisi Revisi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm. 1-2.

actuating, dan controlling dalam penggunaan sumber daya organisasi. Karena itu aplikasi manajemen organisasi hakikatnya adalah juga amal perbuatan sumber daya manusia organisasi yang bersangkutan. Dalam pandangan ajaran Islam, segala sesuatu harus dilakukan secara rapi, benar, tertib, dan teratur. Proses - prosesnya harus diikuti dengan baik. Sesuatu tidak boleh dilakukan secara asal - asalan. Hal ini merupakan prinsip utama dalam ajaran Islam.

Manajemen merupakan bagian dari syariah. Dalam pandangan Islam, segala sesuatu harus dilakukan secara rapi, benar, tertib, dan teratur. Proses-prosesnya harus diikuti dengan baik. Sesuatu tidak boleh dilakukan secara asal-asalan. Hal ini merupakan prinsip utama dalam ajaran Islam. Rasulullah SAW bersabda dalam sebuah hadis yang diriwayatkan Imam Thabrani:

﴿إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ الْعَمَلَ أَنْ يُتَّقَنَهُ﴾ رواه الطبراني.

Artinya: "Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang yang jika melakukan sesuatu pekerjaan, dilakukan secara Itqan (tepat, terarah, jelas dan tuntas)." (HR Thabrani)

Arah pekerjaan yang jelas, landasan yang mantap, dan cara-cara mendapatkannya yang transparan merupakan amal dalam arti mengatur segala sesuatu agar dilakukan dengan baik, tepat, dan tuntas merupakan hal yang disyariatkan dalam ajaran Islam.¹²

¹²Didin Hafidhuiddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktek*, (Jakarta: Gemma Insani, 2003), hlm. 1.

Demikian pula dalam hadist riwayat Imam Muslim dan AbiYa'la, Rasulullah SAW bersabda :

﴿إِنَّ اللَّهَ كَتَبَ الْإِحْسَانَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ...﴾ رواه المسلم

Artinya: "Allah SWT mewajibkan kepada kita untuk berlaku ihsan dalam segala sesuatu." (HR Muslim)

Kata Ihsan bermakna melakukan sesuatu secara maksimal dan optimal. Tidak boleh seorang muslim melakukan sesuatu tanpa perencanaan, tanpa adanya perkiraan, dan tanpa adanya penelitian, kecuali sesuatu yang sifatnya emergency. Akan tetapi, pada umumnya dari hal yang kecil hingga hal yang besar, harus dilakukan secara ihsan, secara optimal, secara baik, benar dan tuntas.

Demikian pula ketika kita melakukan sesuatu itu dengan benar, baik, terencana, dan terorganisasi dengan rapi, maka kita akan terhindar dari keragu-raguan dalam memutuskan sesuatu atau dalam mengerjakan sesuatu. Kita tidak boleh melakukan sesuatu yang didasarkan pada keragu-raguan. Sesuatu yang didasarkan pada keragu-raguan biasanya akan melahirkan hasil yang tidak optimal dan mungkin akhirnya tidak bermanfaat. Oleh karena itu, dalam hadist riwayat Imam Tirmidzi dan Nasa'i, Rasulullah SAW bersabda :

﴿دَعْ مَا يَرِيكَ إِلَىٰ مَا لَا يَرِيكَ﴾ رواه الترمذی والنسائي

Artinya: "Tinggalkan oleh engkau perbuatan yang meragukan, menuju perbuatan yang tidak meragukan." (HR Tirmidzi dan Nasa'i).¹³

2. Tujuan Dan Fungsi Manajemen

Tujuan manajemen adalah sesuatu hasil (*generalis*) yang ingin dicapai melalui proses manajemen. Tujuan yang ingin dicapai selalu ditetapkan dalam suatu rencana (*plan*), karena itu tujuan ditetapkan "jelas, realistis, dan cukup menantang" untuk diperjuangkan berdasarkan potensi yang dimiliki.¹⁴

Menejemen berhubungan dengan usaha pencapaian sesuatu hal yang spesifik, yang dinyatakan sebagai suatu sasaran. Biasanya sukses menejerial diukur berdasarkan derajat dicapainya sasaran-sasaran. Menejemen merupakan suatu alat yang efektif untuk menyelesaikan pekerjaan yang diperlukan.¹⁵

Manajemen diperlukan oleh semua organisasi, karena tanpa manajemen, semua usaha akan sia-sia dan pencapaian usaha akan lebih sulit. Ada tiga alasan mengapa diperlukan manajemen, yaitu : untuk mencapai tujuan, baik tujuan organisasi maupun tujuan pribadi, untuk menjaga keseimbangan di antara beberapa tujuan yang saling bertentangan, untuk mencapai efisiensi dan efektifitas.¹⁶

¹³ *Ibid*, hlm.2.

¹⁴Malayu S. P. Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah Edisi Revisi*, Jakarta : Bumi Aksara, 2006), hml. 17.

¹⁵Winardi, *Asas - Asas Menejemen*, (Bandung : Alumni, 2006), hlm. 13.

¹⁶Handoko, T. Hani, *Manajemen*, edisi II, (Yogyakarta : BPFE, 2003), hlm. 6.

Fungsi adalah pengelompokan dari kegiatan-kegiatan yang sama atau sejenis yang dirumuskan oleh beberapa konseptor manajemen dengan rumusan berbeda dan beragam. Akan tetapi dalam realita manajemen sehari-hari dapat dikelompokkan menjadi tiga fungsi yaitu : perencanaan, pelaksanaan, pengawasan. Organisasi memulai fungsi pertama yaitu perencanaan dalam mencapai tujuan. Kemudian dilaksanakan melalui berbagai upaya seperti berbagai tugas menempatkan petugas yang tepat. Temuan dalam pengawasan merupakan umpan balik yang sangat berguna untuk memperbaiki perencanaan tahapan berikutnya. Inilah hakekat kesinambungan *suistainable*, dan perencanaannya disebut *rulling plan*.¹⁷

Fungsi manajemen menurut George Terry ada 4 yaitu: *planning, organizing, actuating, controlling*.¹⁸

Tentang fungsi manajemen (delapan fungsi) yang disebutkan di muka, sebenarnya nabi jauh-jauh telah memberikan isyarat, misalnya bagaimana tindakan kita diawali dengan niat, seperti dalam hadis riwayat bukhari muslim.

- a. **Planning (niat)** : sebagai formulasi tindakan di masa mendatang, diarahkan kepada tujuan yang akan dicapai oleh organisasi. Dalam ilmu manajemen (kaifiyat), niat ini masuk pada tahap planning. Kalau pada tahap ini tidak memperlihatkan keajegan (*ghayat*), hasilnya pun tidak mungkin sesuai dengan target (*ultimete goal*), yang hendak

¹⁷K. Suhendra, *Manajemen dan Organisasi Dalam Realita Kehidupan*, (Bandung : Murni Maju, 2008), hlm. 25.

¹⁸Wibowo, *Manajemen Perubahan*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 12-14.

sebagaimana seharusnya (*das sollen*). Dalam bahasa Dean R Spitzer, "Those who fail to plan, Plan to fail" (siapa yang gagal dalam membuat rencana, sesungguhnya ia sedang merencanakan kegagalan). Jika niat sekeras baja, hasil pencapaiannya pun akan setingkat itu. Kalau minatnya setinggi gagasan, kita akan menghasilkan sebesar dan secepat itu. Dengan demikian, niat merupakan padanan *planning* dalam manajemen yang lebih bersifat intrisik dan manusiawi.

- b. *Organizing*: upaya mempertimbangkan suasana organisasi, pembagian pekerjaan, prosedur pelaksanaan, pembagian tanggung jawab, dan lain-lain. Apabila tahap ini dikerjakan secara seksama, akan terjaminlah efisiensi penggunaan tenaga kerja. Ada dua hadis yang penulis kutip dari kitab Shahih Bukhari. Hadis pertama berbunyi: "Dua orang itu lebih dari pada satu, tiga orang itu lebih baik dari dua orang, empat orang lebih baik dari tiga orang. Maka berjamaahlah kamu sekalian. Sesungguhnya Allah tidak mengumpulkan umat kami kecuali padanya ada petunjuk." Adapun Hadis yang kedua adalah sebagai berikut: "hendaklah kamu berada dalam jamaah, karena sesungguhnya berjamaah itu rahmat, sedangkan perpecahan itu azab."
- c. *Communicating*: yaitu kegiatan manajer dalam berkomunikasi dengan semua unsur organisasi sehingga arus komunikasi dan umpan balik/feed back dapat berjalan lancar sebagaimana yang diharapkan. Sebuah hadits menyatakan: "Tidak termasuk umat kami orang yang tidak menyenangi atasan dan bawahan (*shangirana dan kabirana*) dan tidak

melaksanakan amal ma'ruf dan nahi munkar." Hadis lain menjelaskan bahwa dalam proses komunikasi harus memperhatikan kadar kemampuan, atau berorientasi pada khalayak, sehingga feed back-nya sesuai dengan harapan: "*Bicaralah kamu sekalian sesuai dengan kadar akal pikiran mereka.*"

- e. **Controlling:** yaitu upaya manajer membandingkan antara hasil nyata dan hasil yang diharapkan berarti ia berada di jalur pengawasan yang benar. Deviasi yang terjadi harus menjadi bahan penyusunan perencanaan mendatang. Dalam sebuah hadits dinyatakan demikian: "*Tidak ada seorang hamba yang diberi kepercayaan oleh Allah untuk memimpin lalu ia tidak memelihara dengan baik, melainkan Allah memimpin lalu ia tidak memelihara dengan baik, melainkan Allah tidak merasakan kepadanya bau surga.*"
- e. **Staffing:** tahap ini dimulai dari penempatan dan pelatihan untuk mengembangkan tenaga kerja bagi kemajuan organisasi. Sebuah hadis menjelaskan bahwa dalam proses penempatan orang harus disesuaikan dengan job-nya/urusannya. Tarmidzi meriwayatkan: "*Sebagian ciri muslim yang baik adalah meninggalkan sesuatu yang tidak menyangkut urusannya.*"
- f. **Leading:** yaitu memimpin dengan penuh inspirasi sehingga manajemen tanggap dan mampu menyesuaikan dengan tuntutan keadaan. Hadits nabi menjelaskan sebagai berikut: Apabila suatu pekerjaan diberikan kepada

bukan ahlinya, maka tunggu kehancurannya." Hadits lain menyebutkan: *Pemimpin bangsa adalah pelayan mereka.*"

- g. **Motivating:** yaitu memberikan dorongan semangat kepada para pekerja untuk mencapai tujuan bersama dengan cara memenuhi kebutuhan dan harapan mereka serta memberikan penghargaan. Hadits nabi menjelaskan: *"Kasihnilah mereka yang ada di bumi; niscaya yang dilangit akan mengasihani kamu."* Dalam hadits yang lain disebutkan : *"Manusia bergantung kepada Allah; yang lebih dicintainya adalah mereka yang bermanfaat bagi sesamanya."*
- h. **Decision making:** pengambilan keputusan sebagai langkah manajer secara bijaksana untuk memilih dari berbagai alternatif tindakan yang dapat ditempuh. Allah Swt memberikan contoh dalam Al-Qur'an (surat Al-Baqarah: 300) tentang penciptaan manusia, juga dalam kisah Nabi Ibrahim, Nabi Musa. Bahkan, hampir semua para Nabi memberikan contoh yang sama: setiap kali membuat keputusan selalu dikonfirmasi terlebih dahulu kepada bawahannya. Begitu pula Nabi Muhammad, sebagaimana dijelaskan dalam hadits berikut: *"ketika hendak berperang, Rasulullah mengundi diantara istrinya (siapa yang akan ikut berperang), dan beliau berlaku adil. Kemudian beliau berkata, "Ya Allah, inilah pekerjaanku dari apa yang aku kuasai. Jangan menyalahkan aku dari apa yang engkau kuasai dan aku tidak menguasainya."*

i. *Actuating*: pola pekerjaan terpadu. Dalam Shahih Muslim (4:1999), bab Tarahum Al-Mu'minin: 2585; Shahih Bukhari 3:253, bab Ta'awun Al-Mu'minin) terdapat riwayat yang menyatakan: "Tolong menolong sesama mukmin seperti sebuah bangunan yang kukuh teguh karena saling sokong menyokong." "*Bandingan Orang Islam dalam hal kasih sayang, saling belas kasihan, saling berlemah lembut, seperti sebatang jasad. Apabila sakit salah satu anggotanya, maka seluruh jasad itu turut berjaga malam dan demam (menderita kesakitan).*" Hadits lain yang menjelaskan tentang *actuating* adalah sebagai berikut: "*perumpamaan orang yang mematuhi peraturan-peraturan Allah dengan orang-orang dengan orang yang melanggarnya adalah seperti segolongan orang yang berebutan naik kapal/ perahu. Sebagian orang memperoleh tempat di bagian atas, dan sebagian lagi dibagian bawah. Orang-orang yang menempati bagian bawah itu, jika hendak mengambil air terpaksa melewati orang-orang yang diatas. Kata mereka, 'Bagaimana kalau kita tembus saja lobang air di tempat kita sehingga kita tidak perlu menyusahkan orang-orang diatas'. Jika orang-orang yang berada diatas tadi menyetujui rencana tadi, celakalah mereka. Dan jika mereka melarang, mereka akan tertolong, dan semua isi kapal akan selamat.*"

Sebenarnya cara seseorang melakukan pengelolaan sangat bergantung pada penilaian dan pemahaman orang itu terhadap manusia. Karena itu ilmu manajemen pun berubah dan berkembang sejalan dengan

berubah dan berkembangnya pemahaman dan penilaian orang terhadap manusia. Bahkan, ahli strategi Jepang, Kiichi Ohno, pernah mengatakan bahwa, dalam menghadapi abad informasi ini, yang pertama-tama harus diperhatikan oleh para manajer adalah pemahaman tentang manusia, kemudian kemampuan mengakses informasi, kepiawaian dalam bidang keuangan, dan kemampuan membuat jaringan penasihat.¹⁹

3. Unsur - Unsur Manajemen

Unsur-unsur manajemen terdiri dari *man, money, methods, material, machines, and markets* disingkat 6M.

- a. *Man* yaitu tenaga kerja manusia, baik tenaga kerja pimpinan maupun tenaga kerja operasional/ pelaksana.
- b. *Money* yaitu uang yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.
- c. *Methods* yaitu cara – cara yang dipergunakan dalam usaha mencapai tujuan.
- d. *Materials* yaitu bahan – bahan yang diperlukan untuk mencapai tujuan.
- e. *Machines* yaitu mesin – mesin atau alat – alat yang diperlukan atau dipergunakan untuk mencapai tujuan.

¹⁹ Bukhari, "Ushul Fiqh Dalam Konteks Manajemen Syariah", bukhariibra.wordpress.com, akses 26 Juni 2013.

- f. *Market* yaitu pasar untuk menjual barang dan jasa – jasa yang dihasilkan.²⁰

Ada ahli yang menambahkan enam unsur manajemen ini (6M) dengan:

- a. *Minute* (waktu)
- b. *Moral*²¹

4. Manajer

Manajer adalah perencana, pengorganisasi, pemimpin atau pengarah dan pengawas. Dalam kenyataannya, setiap manajer mengambil peranan yang lebih luas untuk menggerakkan organisasi menuju sasaran – sasaran yang telah ditetapkan. Agar konsep tentang manajer lebih jelas, berikut tugas – tugas penting manajer :

- a. Manajer bekerja dengan dan melalui orang lain. Istilah “orang” mencakup tidak hanya para bawahan dan atasan, tetapi juga manajer – manajer lainnya dalam organisasi.
- b. Manajer memadukan dan menyeimbangkan tujuan – tujuan yang saling bertentangan dan menetapkan prioritas – prioritas. Setiap manajer akan menghadapi sejumlah tujuan, masalah dan kebutuhan organisasional yang semuanya ini bersaing untuk memperebutkan

²⁰Malayu S. P. Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah Edisi Revisi*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2006), hlm. 20– 21.

²¹K. Suhendra, *Manajemen dan Organisasi Dalam Realita Kehidupan*, (Bandung : Mandar Maju, 2008), hlm. 27 - 28.

sumberdaya – sumberdaya organisasi (manusia, material, atau bahkan waktu manajer).

- c. Manajer bertanggung jawab dan mempertanggungjawabkan. Para manajer ditugaskan untuk mengelola pekerjaan – pekerjaan tertentu secara sukses.
- d. Manajer harus berpikir secara analitis dan konseptual. Untuk menjadi pemikir yang analitis, manajer harus mampu merinci dan memisah – misahkan suatu masalah menjadi komponen – komponen masalah, menganalisa komponen – komponen tersebut, dan kemudian mencari penyelesaian yang layak (*feasible*) dengan akurat. Dan yang lebih penting bagi manajer menjadi pemikir konseptual, yang mampu memang keseluruhan tugas dan mengkaitkan suatu tugas dengan tugas – tugas lain.²²

Selain berbagai tugas yang telah disebutkan di atas, seorang manajer juga mempunyai berbagai fungsi guna menunjang keberhasilan organisasi yang dipimpinnya. Fungsinya tersebut adalah:

- a. Manajer adalah seorang mediator. Organisasi terdiri dari orang – orang, dan kadang – kadang mereka saling tidak setuju atau saling bertentangan.
- b. Manajer adalah seorang politisi. Setiap manajer yang efektif mengembangkan jaringan kerjasama timbal balik dengan para manajer lain dalam organisasi.

²² Handoko, T. Hani, *Manajemen*, (Yogyakarta : BPFE, 2003), hlm. 29.

- c. *Manajer* adalah seorang diplomat. Manajer harus berperan sebagai wakil (representatif) resmi kelompok kerjanya pada pertemuan – pertemuan organisasional.
- d. *Manajer* mengambil keputusan – keputusan sulit. Organisasi selalu menghadapi banyak masalah (misal : kesulitan finansial, masalah personalia, dan sebagainya). Manajer adalah orang yang diharapkan dapat menemukan pemecahan berbagai masalah sulit dan mengambil berbagai keputusan yang sulit.²³

Banyak peranan yang harus dilakukan seorang manajer untuk mencapai tujuan organisasi. Mintzberg mengidentifikasi adanya sepuluh peran manajer yang kemudian dikelompokkan menjadi tiga kategori berikut ini :²⁴

a. *Interpersonal Roles*

Interpersonal roles merupakan peran yang dilakukan manajer dalam menjalankan hubungan antar manusia, baik internal maupun eksternal. Terdapat tiga macam peran yang dapat dilakukan manajer dalam peran interpersonal, yaitu:

1) *Figurehead* (simbol)

Semua manajer perlu menjalankan kewajiban untuk melakukan kegiatan seremonial dan simbolik dalam berbagai acara.

2) *Leadership* (kepemimpinan)

²³ *Ibid.*, hlm.30.

²⁴ Wibowo, *Manajemen Perubahan*, ((Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 14 -

Semua manajer juga mempunyai peran kepemimpinan, termasuk menggunakan tenaga kerja, melakukan *training*, memotivasi dan mendisiplinkan pekerja serta menggerakkannya untuk mencapai tujuan.

3) *Liaison* (penghubung)

Yaitu sebagai penghubung yang aktivitasnya melakukan kontak dengan pihak luar yang memberi informasi pada manajer.²⁵

b. *Informational Roles*

Peran manajer dalam bidang informasional ada tiga macam, yaitu :

1) *Monitor* (mengumpulkan informasi)

Semua manajer mengumpulkan informasi dari organisasi dan institusi di luarnya. Mereka mendapat informasi dari membaca majalah dan berbicara dengan orang lain untuk mempelajari perubahan selera publik, apa yang direncanakan pesaing dan semacamnya.

2) *Disseminator* (penyebarkan informasi)

Yaitu manajer bertindak meneruskan informasi kepada seluruh anggota internal organisasi.

3) *Spokesman* (juru bicara)

²⁵ Amin widjaja Tunggal, *Manajemen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1993). hlm. 17.

Yaitu manajer bertindak sebagai juru bicara untuk mewakili organisasi.

c. *Decisional Roles*

Terdapat empat macam peran yang harus dilakukan manajer dalam membuat pilihan yaitu :

1) *Entrepreneur* (wirausaha)

Dalam peran sebagai *enterpreneur*, manajer berinisiatif dan melihat kesempatan proyek baru yang akan dapat memperbaiki kinerja organisasi.

2) *Disturbance handler* (menyelesaikan masalah)

Sebagai *disturbance handler*, manajer melakukan tindakan koreksi dan mengatasi masalah sebagai respon terhadap masalah yang tidak terduga.

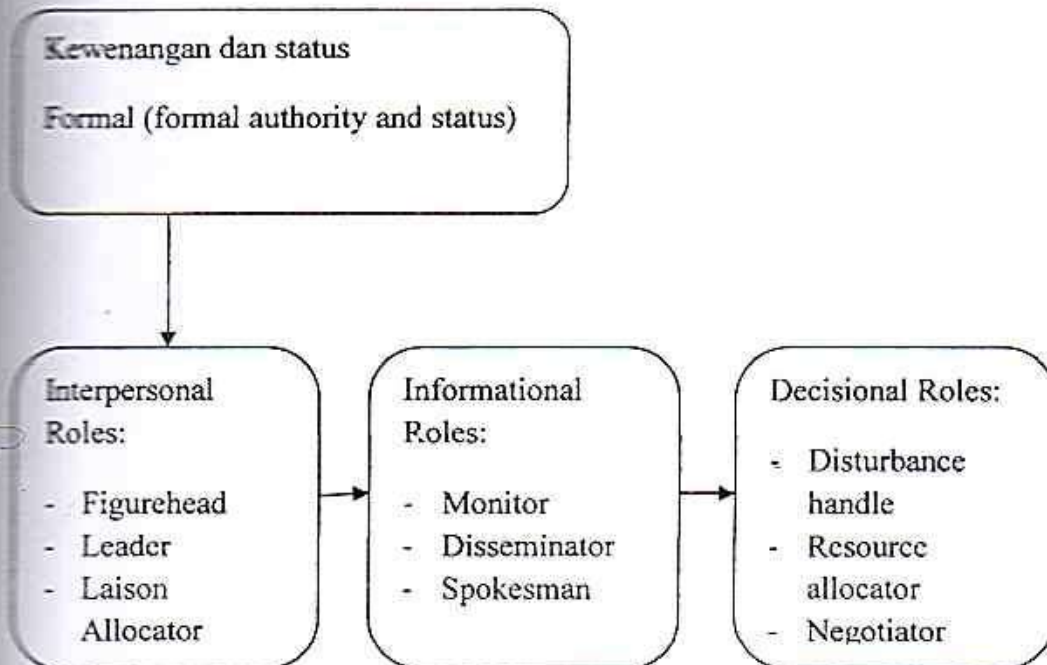
3) *Resources allocator* (mengalokasikan sumberdaya manusia)

Sebagai *resources allocator*, manajer bertanggungjawab mengalokasikan sumber daya manusia, fisik dan dana sesuai kebutuhan organisasi secara efisien dan efektif.

4) *Negotiator* (juru runding)

Dalam peran sebagai *negotiator*, manajer mendiskusikan masalah dan merundingkan atau membuat kesepakatan dengan unit atau pihak lain untuk mendapatkan manfaat bagi unit kerjanya.

Peranan Manager (The Manager's Roles)²⁶



Gambar 1. Peranan Manager²⁷

B. Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi (*strategy*) berasal dari kata Yunani "*strategos*", yang berarti jenderal (*general*). Oleh sebab itu, strategi secara harafiah (*literally*) berarti "seni para jenderal" (*the art of the general*). Ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak. Dalam literatur manajemen, strategi diartikan sebagai program umum dari tindakan dan komitmen pemahaman – pemahaman sumber daya kearah pencapaian tujuan menyeluruh. Strategi menyiratkan sasaran – sasaran, pengalokasian

²⁶ Amin Widjaja Tunggal, *Manajemen Suatu Pengantar*, (Jakarta : Rineka Cipta, 1993), hlm. 16.

²⁷ *Ibid.*, hlm. 17.

sumber daya untuk mencapai sasaran, dan kebijakan utama yang harus diikuti dalam menggunakan sumber – sumber tersebut.²⁸

2. Tingkatan Strategi

Arthur A. Thomson A. J. Strickland menguraikan tiga tingkat strategi yaitu :

a. Strategi Tingkat Perusahaan

Strategi perusahaan dirumuskan oleh manajemen puncak untuk mengatur kepentingan dan operasi organisasi yang jauh lebih bervariasi daripada kepentingan dan operasi organisasi yang menekuni satu bidang usaha saja. Strategi ini memusatkan perhatian pada tindakan yang diambil dan harus diambil oleh organisasi serta berusaha menentukan peran yang dimainkan dan yang seharusnya dimainkan oleh kegiatan usaha dalam organisasi.

b. Strategi Tingkat Unit Usaha

Strategi unit berkepentingan dan pengelolaan dan operasi unit usaha tertentu. Banyak perusahaan menaruh minat yang besar terhadap berbagai usaha. Manajer puncak pada perusahaan seperti itu akan mengalami kesulitan untuk mengorganisasi kegiatan perusahaannya yang serbaneka dan kompleks itu. Salah satu pendekatan untuk mengatasi masalah ini adalah membentuk unit usaha strategis (*Strategic Business Unit = SBU*). Sebuah unit usaha mengelompokkan semua aktivitas dalam sebuah perusahaan multiusaha yang menghasilkan jenis

²⁸Amin Widjaja Tunggal, *Manajemen Suatu...*, hlm. 157.

produk atau usaha tertentu dan memperlakukannya sebagai unit usaha tunggal.²⁹

c. Strategi Tingkat Fungsional

Strategi tingkat fungsional menciptakan kerangka bagi manajemen fungsi seperti keuangan, riset dan pengembangan, serta pemasaran sehingga sesuai dengan strategi tingkat unit usaha. Misalnya, strategi unit usaha menghendaki pengembangan sebuah produk baru. Bagian riset dan pengembangan akan membuat rencana tentang cara pengembangan produk yang dimaksud.³⁰

Tiga Tingkatan Strategi



Gambar 2. Tingkatan Strategi

²⁹James A.F.Stoner dan Charles Winkel, *Perencanaan & Pengambilan Keputusan*, (Jakarta : Rineka Cipta, 1993), hlm. 176.

³⁰*Ibid*, hlm. 178.

3. Karakteristik Strategi

Rober H. Hayes dan Steven C. Wheelwright mengidentifikasi lima sifat pokok strategi sebagai berikut :

a. Cakrawala Waktu

Strategi digunakan untuk melukiskan kegiatan yang meliputi cakrawala waktu dalam arti yang luas, menyangkut baik waktu yang dipakai untuk melaksanakan kegiatan tersebut maupun waktu yang digunakan untuk mengamati dampaknya.

b. Dampak

Meskipun akibat yang ditimbulkan karena mengikuti strategi tertentu tidak tampak untuk jangka waktu yang lama, dampak akhirnya akan sangat berarti.

c. Pemusatan Upaya

Sebuah strategi yang efektif memerlukan pemusatan kegiatan, upaya atau perhatian seseorang pada rentangan yang agak sempit dari apa yang dikejar. Pemusatan perhatian pada pilihan ini secara implisit mengurangi sumberdaya yang tersedia untuk kegiatan lain.

d. Pola Keputusan

Meskipun ada sebagian perusahaan hanya perlu membuat beberapa keputusan penting untuk melaksanakan strategi pilihannya, kebanyakan strategi memerlukan rangkaian jenis keputusan tertentu yang harus diambil. Keputusan – keputusan tersebut harus saling menunjang, sehingga mengikuti suatu pola yang konsisten.

e. Peresapan

Sebuah strategi mencakup sebuah spektrum aktivitas luas yang berkisar dari proses alokasi sumberdaya sampai dengan kegiatan sehari – hari.³¹

4. Proses Manajemen Strategi

Ketika kita melakukan sesuatu itu dengan benar, baik, terencana, dan terorganisasi dengan rapi, maka kita akan terhindar dari keragu - raguan dalam memutuskan sesuatu atau dalam mengerjakan sesuatu. Kita tidak boleh melakukan sesuatu yang didasarkan pada keragu - raguan. Sesuatu yang didasarkan pada keragu-raguan biasanya akan melahirkan hasil yang tidak optimal dan mungkin tidak bermanfaat. Proses - proses manajemen pada dasarnya adalah perencanaan segala sesuatu secara mantap untuk melahirkan keyakinan yang berdampak padamelakukan sesuatu sesuai dengan aturan serta memiliki manfaa³²

Proses-proses manajemen pada dasarnya adalah perencanaan segala sesuatu secara mantap untuk melahirkan keyakinan yang berdampak pada melakukan sesuatu sesuai dengan aturan serta memiliki manfaat. Dalam hadist riwayat Imam Tirmidzi dari Abi Hurairah, Rasulullah SAW bersabda :

﴿ مِنْ حُسْنِ إِسْلَامِ الْمَرْءِ تَرْكُهُ مَا لَا يَنْبَغِيهِ ﴾ رَوَاهُ التِّرْمِذِيُّ

³¹Amin Widjaja Tunggal, *Manajemen Suatu...*, hlm. 162.

³²Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, hlm. 3.

Artinya: “Diantara baiknya, indahnya keislaman seseorang adalah yang selalu meninggalkan perbuatan yang tidak ada manfaatnya.” (HR Tirmidzi)

Perbuatan yang tidak ada manfaatnya adalah sama dengan perbuatan yang tidak pernah direncanakan. Jika perbuatan itu tidak pernah direncanakan, maka tidak termasuk dalam kategori manajemen yang baik.³³

Proses manajemen strategi dibagi menjadi 4, yaitu:

a. Penyusunan strategi vs implementasi

Penyusunan strategi (*strategy formulation*) meliputi perencanaan dan pengambilan keputusan yang membawa pada pembuatan tujuan perusahaan dan pengembangan rencana strategis tertentu.

Implementasi strategi (*strategy implementation*) meliputi penggunaan alat manajerial dan organisasi dalam tujuannya untuk mengarahkan sumber daya ke arah pencapaian hasil strategis.

b. Analisis situasi

Penyusunan strategi sering diawali dengan analisis faktor internal dan eksternal yang dapat memengaruhi situasi kompetitif perusahaan. Analisis situasi (*situation analysis*) adalah analisis kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dapat disingkat SWOT.

³³ Bukhari, “Ushul Fiqh Dalam Konteks Manajemen Syariah”, *bukhariibra.wordpress.com*, diakses 26 Juni 2013.

c. Kekuatan dan kelemahan internal

Kekuatan (*strengths*) merupakan karakteristik internal positif yang dapat digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan kinerja strategisnya.

Kelemahan (*weakness*) merupakan karakteristik internal yang dapat memperlambat atau menghambat kinerja organisasi.

d. Peluang dan ancaman eksternal

Ancaman (*threats*) merupakan ciri-ciri dari lingkungan eksternal yang dapat menghambat perusahaan dalam mencapai tujuan strategisnya.

Peluang (*opportunities*) merupakan karakteristik dari lingkungan eksternal yang memiliki potensi untuk membantu organisasi dalam mencapai atau melampaui tujuan strategisnya.³⁴

Proses manajemen strategis ada 8 langkah:

- a. Mengidentifikasi misi, sasaran & strategi.
- b. Menganalisis lingkungan luar.
- c. Mengidentifikasi peluang dan ancaman.
- d. Menganalisis sumber daya organisasi.
- e. Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan.
- f. Merumuskan strategi.
- g. Melaksanakan strategi.
- h. Mengevaluasi hasil.³⁵

³⁴ Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 20.

	<p>Kehendak Bebas</p> <p>Tanggungjawab dan Akuntabilitas</p>	<p>sesuatu yang konkret dan bermanfaat.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kemampuan bertindak pelaku bisnis tanpa paksaan dari luar, sesuai dengan parameter ciptaan Allah. ▪ Kesiediaan pelaku bisnis untuk bertanggungjawab atas dan mempertanggungjawabkan tindakannya.
Ibadah	Penyerahan Total	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kemampuan pelaku bisnis untuk membebaskan diri dari segala ikatan penghambaan manusia kepada ciptaan nya sendiri (seperti kekuasaan dan kekayaan). ▪ Kemampuan pelaku bisnis untuk menjadikan penghambaan manusia kepada Tuhan sebagai wawasan batin sekaligus komitmen moral yang berfungsi memberikan arah, tujuan dan pemaknaan terhadap aktualisasi kegiatan bisnisnya.
Tazkiyah	<p>Kejujuran</p> <p>Keadilan</p> <p>Keterbukaan</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kejujuran pelaku bisnis untuk tidak mengambil keuntungan hanya untuk dirinya sendiri dengan cara menyuap, menimbun barang, berbuat curang dan menipu, tidak memanipulasi barang dari segi kualitas dan kuantitasnya. ▪ Kemampuan pelaku bisnis untuk menciptakan keseimbangan/moderasi dalam transaksi (mengurangi timbangan) dan membebaskan penindasan, misalnya riba dan memonopoli usaha. ▪ Kesiediaan pelaku bisnis untuk menerima pendapat orang lain yang lebih baik dan lebih benar, serta menghidupkan potensi dan inisiatif yang konstruktif, kreatif dan positif.

Ihsan	Kebaikan bagi orang lain Kebersamaan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kesediaan pelaku bisnis untuk memberi kan kebaikan kepada orang lain, misalnya penjadwalan ulang, menerima pengembalian barang yang telah dibeli, pembayaran hutang sebelum jatuh tempo. ▪ Kebersamaan pelaku bisnis dalam membagi dan memikul beban sesuai dengan kemampuan masing-masing, kebersamaan dalam memikul tanggung jawab sesuai dengan beban tugas, dan kebersamaan dalam menikmati hasil bisnis secara proporsional.
-------	---	--

Tabel 1. Nilai Dasar dan Prinsip Umum Etika Bisnis Islami³⁶

2. Pengertian Manajemen Strategi Dalam Islam

Dalam pandangan Islam, segala sesuatu harus dilakukan secara rapi, benar, tertib dan teratur. Proses-prosesnya harus diikuti dengan baik. Sesuatu tidak boleh dilakukan secara asal-asalan. Hal ini merupakan prinsip utama dalam ajaran Islam. Rasulullah Saw. Bersabda dalam sebuah hadits yang diriwayatkan Imam Thabrani,

﴿إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ الْعَمَلَ أَنْ يُتَّقَنَهُ﴾ رواه الطبران.

"*Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang yang jika melakukan sesuatu pekerjaan, dilakukan secara itqan (tepat waktu, terarah, jelas dan tuntas).*

Arah pekerjaan yang jelas, landasan yang mantap, dan cara mendapatkannya yang transparan merupakan amal perbuatan yang dicintai oleh Allah Swt. Sebenarnya, manajemen dalam arti mengatur segala

³⁶ Ibid.

sesuatu agar dilakukan dengan baik, cepat, dan tuntas merupakan hal yang disyariatkan dalam ajaran Islam.³⁷

Manajemen dalam organisasi bisnis (perusahaan) merupakan suatu proses aktivitas penentuan dan pencapaian tujuan bisnis melalui pelaksanaan empat fungsi dasar, yaitu *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling* dalam penggunaan sumber daya organisasi. Oleh karena itu, aplikasi manajemen organisasi perusahaan hakikatnya adalah juga amal perbuatan SDM organisasi. Oleh karena itu, aplikasi manajemen organisasi perusahaan hakikatnya adalah juga amal perbuatan SDM organisasi perusahaan yang bersangkutan.

Dalam konteks di atas, Islam menggariskan hakikat amal perbuatan manusia harus berorientasi pada pencapaian ridha Allah. Hal ini seperti dinyatakan oleh Imam Fudhail bin Iyadh, dalam menafsirkan surat Al-Muluk ayat 2 :

الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا وَهُوَ الْعَزِيزُ الرَّحِيمُ ﴿٢﴾

"Dia yang menciptakan kematian dan kehidupan untuk menguji kamu siapa yang paling baik amalnya. Dialah Maha Perkasa dan Maha Pengampun."

Ayat ini mensyaratkan dipenuhinya dua syarat sekaligus, yaitu niat yang ikhlas dan cara yang harus sesuai dengan syariat Islam. Bila perbuatan manusia memenuhi dua syarat itu sekaligus, maka amal itu tergolong baik (ahsanul amal), yaitu amal terbaik di sisi Allah SWT.

³⁷ Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah ...*, hlm. 1.

Dengan demikian, keberadaan manajemen organisasi harus dipandang pula sebagai suatu sarana untuk memudahkan implementasi Islam dalam kegiatan organisasi tersebut.

Implementasi nilai-nilai Islam berwujud pada difungsikannya Islam sebagai kaidah berfikir dan kaidah amal (tolak ukur perbuatan) dalam seluruh kegiatan organisasi. Nilai-nilai Islam inilah sesungguhnya yang menjadi nilai-nilai utama organisasi. Dalam implementasi selanjutnya, nilai-nilai Islam ini akan menjadi payung strategis hingga taktis seluruh aktivitas organisasi sebagai kaidah berfikir, aqidah, dan syariah difungsikan sebagai asas atau landasan pola pikir dan beraktivitas, sedangkan kaidah amal, *syariah* difungsikan sebagai tolak ukur kegiatan organisasi.³⁸

Tolak ukur syariah digunakan untuk membedakan aktivitas yang halal dan haram. Hanya kegiatan yang halal saja yang dilakukan oleh seorang Muslim. Atas dasar nilai-nilai utama itu pula tolak ukur strategis bagi aktivitas perusahaan adalah syariah Islam itu sendiri. Aktivitas perusahaan apa pun bentuknya, pada hakikatnya adalah aktivitas manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya yang akan selalu terikat dengan syariah. Oleh karena itu, syariah adalah aturan yang diturunkan Allah untuk manusia melalui lisan para Rasul-Nya. Syariah tersebut harus menjadi pedoman dalam setiap aktivitas manusia, termasuk dalam

³⁸ "Nilai-nilai Manajemen Syariah", <http://www.edosegara.com>, di akses tanggal 10 Juni 2013.

aktivitas bisnis. Banyak sekali ayat al-Qur'an yang menegaskan hal tersebut.

ثُمَّ جَعَلْنَاكَ عَلَىٰ شَرِيعَةٍ مِّنَ الْأَمْرِ فَاتَّبِعْهَا وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَ الَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ ﴿١٨﴾

Artinya : “Kemudian kami jadikan bagi kamu syariah, maka ikutilah syariah itu, jangan ikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui” (QS. al-Jatsiyah : 18).

Dengan demikian, orang yang mendambakan keselamatan hidup yang hakiki, akan senantiasa terikat dengan aturan syariah tersebut. Oleh karena *syariah* mengikat setiap pelaku keuangan syariah, maka aktivitas perusahaan yang dilakukan tidak boleh lepas dari koridor *syariah*.

3. Implementasi Manajemen Strategi Dalam Islam

Sekulerisme yang bersendikan pada nilai-nilai material, aplikasi strategis non Islami tidak memperhatikan aturan halal-haram dalam setiap perencanaan, pelaksanaan dan segala usaha yang dilakukan dalam mencapai tujuan-tujuan organisasi. Dari asas sekularisme inilah, seluruh bangunan bisnis, kegiatan dan pemanfaatan sumberdaya organisasi diarahkan pada hal-hal yang bersifat bendawi dan menafikan nilai *ruhiyah* serta keterikatan SDM organisasi pada aturan yang lahir dari nilai-nilai *syari'ah*. Kalaupun ada aturan, tetapi semata-mata bersifat etik yang tidak ada hubungannya dengan konsekuensi pahala dan dosa. Berikut ini akan dikemukakan perbedaan bisnis Islami dan non Islami (konvensional).³⁹

³⁹ “Manajemen Perusahaan Islam”, <http://online-business.blogspot.com>, diakses tanggal 16 Oktober 2013.

Manajemen strategis perspektif syari'ah memiliki 14 karakter khas yang membedakannya dengan manajemen strategis konvensional, yaitu :

1. Asas, 2. Motivasi, 3 Orientasi, 4. Strategi induk, 5. Strategi fungsional operasi, 6. Strategi fungsional keuangan, 7 Strategi fungsional pemasaran.
8. Strategi fungsional SDM, 9. Sumberdaya, 10. Manajemen Strategis, 11. Manajemen Operasi, 12. Manajemen Keuangan, 13. Manajemen Pemasaran, dan 14. Manajemen SDM.⁴⁰

Implementasi manajemen strategis dengan kendali *syari'ah* akan membawa organisasi bisnis berorientasi pada pencapaian empat hal utama, yakni:

- a. Target hasil : profit materi dan benefit non-materi
- b. Pertumbuhan : artinya terus meningkat
- c. Keberlangsungan, dalam kurun waktu selama mungkin
- d. Keberkahan atau keridhaan Allah

Dari keempat hal tersebut, hal yang membedakan orientasi manajemen strategis perspektif syari'ah dengan konvensional adalah pada orientasi pertama, target hasil dan orientasi ke empat, keberkahan dan keridhaan Allah. Hal ini menjadikan orientasi strategis perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan duniawi saja, dan mengabaikan aspek keridhaan Allah Swt. Namun demikian membangun perusahaan bernuansa Islami, strategi induk perusahaan merupakan strategi jangka panjang yang

⁴⁰ *Ibid.*,

spesifik berisi rumusan holistik : visi, misi, tujuan dan sasaran yang menerjemahkan orientasi perusahaan.

Tolak ukur strategis lebih bersifat kualitatif dan bersandarkan pada nilai-nilai yang dianut organisasi. Sementara tolak ukur operasional lebih bersifat kuantitatif dan didasarkan atas kesepakatan hasil perhitungan atau analisa bersama dalam menjalankan aktivitas organisasi. Berdasarkan nilai-nilai utama, maka visi, misi dan tujuan suatu perusahaan, baik secara eksplisit maupun implisit hendaknya menggambarkan orientasi strategis perusahaan.

Dengan demikian, visi yang diusung adalah menjadikan perusahaan sebagai wahana para pengelolanya dalam melaksanakan suatu kegiatan untuk mengembangkan bisnis rumah makan. Misi dan tujuannya adalah bahwa keberadaan perusahaan pada hakikatnya adalah untuk mewujudkan kegiatan bisnis yang memberikan keuntungan secara *halal dan thayyib*. Dalam hal pembinaan SDM perusahaan, bagaimana mewujudkan SDM yang memiliki kepribadian melalui pola pikir dan pola sikap yang Islami serta profesional, yakni *kafa'ah, himmatyul a'mal* (beretos kerja tinggi) serta amanah. Dengan demikian, orang yang mendambakan keselamatan hidup yang hakiki, akan senantiasa terikat dengan aturan *syari'ah* tersebut.

Karena *syari'ah* mengikat setiap SDM perusahaan, maka aktivitas perusahaan yang dilakukan SDMnya tidak boleh lepas dari koridor *syari'ah*. Visi, misi dan tujuan serta kedua tolak ukur di atas akan tampak pada *corporate culture* dan implementasi strategi berikutnya. *Syari'ah*

sebagai tolak ukur strategis akan menjadi koridor bagi seluruh aktivitas keorganisasian segenap SDM perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN



A. Jenis Penelitian

Penelitian lapangan (*field research*) di mana penelitian dilakukan untuk memperjelas kesesuaian antara teori dan praktek. Penelitian lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif yang terjadi di lokasi tersebut.⁴¹ Lokasi yang digunakan untuk penelitian adalah Rumah Makan Indonesia Purwokerto yang terletak di jalan Overste Isdiman No. 11.

B. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber penelitian (data yang diperoleh langsung dari lapangan).⁴² Adapun data primer dari penelitian ini berupa data hasil observasi, wawancara, ataupun dokumentasi yang diberikan langsung oleh pengusaha RMI Purwokerto.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dari pihak lain dengan kata lain sumber data yang mengutip dari sumber lain.⁴³ Data

⁴¹ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 96.

⁴² Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), hlm. 91.

⁴³ Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1982), hlm. 24.

sekunder dalam penelitian ini yaitu berupa buku - buku dan literatur lainnya.

C. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan merupakan data pokok yang relevan dengan pokok permasalahan yang akan diteliti, akan tetapi demi kelengkapan dan keutuhan masalah yang akan diteliti perlu juga dikumpulkan sejumlah data pelengkap untuk melengkapi data pokok. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi adalah teknik yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan dan pencatatan dengan sistematis fenomena - fenomena yang diselidiki.⁴⁴

Observasi yang dilakukan adalah cara mengamati, mencatat secara sistematis atas fenomena - fenomena yang diselidiki di lapangan terhadap obyek penelitian seperti pelayanan, menu makanan, fasilitas yang ada di Rumah Makan Indonesia.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai.⁴⁵

⁴⁴ Burhan Ashofa, *Metodologi Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm. 58.

⁴⁵ Abdurrahmat Fathoni, *Metode Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 105.

Wawancara yang dilakukan adalah wawancara bebas atau tanya jawab secara lisan terhadap manajer rumah makan Indonesia untuk mendapatkan data dan informasi yang relevan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan – catatan mengenai data pribadi responden.⁴⁶ Selain itu dokumentasi yaitu mencari hal – hal atau variabel yang berupa catatan harian, peraturan – peraturan, buku, notulen rapat dan lain – lain.⁴⁷

Dalam hal ini peneliti membutuhkan struktur organisasi, dan berbagai data yang mendukung penelitian ini.

D. Teknik Analisis Data

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif dan analisis SWOT. Penelitian kualitatif adalah prosedur yang menghasilkan data - data deskriptif, yang meliputi kata - kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang memahami obyek penelitian yang sedang dilakukan yang dapat didukung dengan studi literatur berdasarkan pendalaman kajian pustaka, baik berupa data penelitian maupun angka yang dapat dipahami dengan baik. Dengan tujuan untuk memahami tentang fenomena yang dialami oleh subyek penelitian.⁴⁸

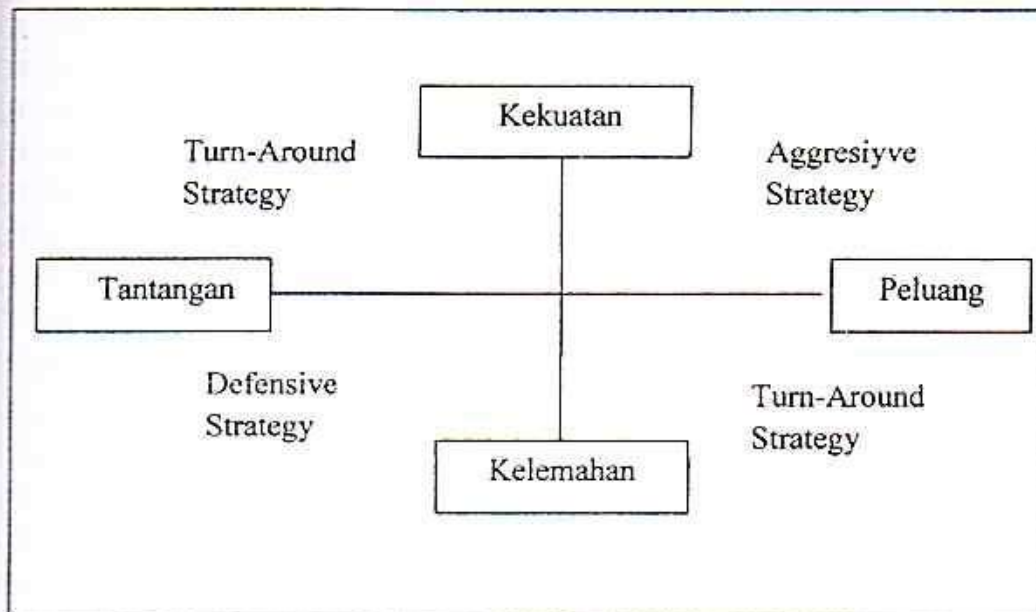
⁴⁶ *Ibid.*, hlm. 112.

⁴⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : Rineka Cipta, 1998), hlm. 236.

⁴⁸ Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 6.

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut.⁴⁹

Pilihan strategi berdasarkan analisis SWOT :



Gambar 3. Pilihan Strategi berdasarkan Analisis SWOT

⁴⁹ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis; Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997). hlm. 18.



BAB IV

MANAJEMEN STRATEGI RUMAH MAKAN INDONESIA PURWOKERTO DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

A. Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal

1. Sejarah Perusahaan

Rumah Makan Indonesia telah menjadi rumah makan yang terkenal di Purwokerto, dan merupakan salah satu rumah makan yang bergerak di bidang makanan dengan ciri khas masakan Padang. Rumah makan ini berdiri pada tahun 1992. Yang lokasi awalnya adalah sebuah warung yang berada di kompleks alun – alun Purwokerto yang didirikan oleh Bapak Buntoro Kadarusman sebagai pemilik sekaligus pendiri yang gigih dan tekun sehingga banyak pelanggannya. Dan pada tahun 1994 pindah di Jl. Overste Isdiman No. 11 sampai sekarang karena tempatnya lebih besar dan strategis, selain itu juga luas parkirannya. Rumah makan ini sudah mempunyai 21 orang karyawan dan cabang rumah makan ini berada di Tegal tepatnya di Jl. Jenderal Sudirman.⁵⁰

Untuk meningkatkan pemasaran yang maksimal Rumah Makan Indonesia melakukan promosi lewat koran, banner, dan spanduk di seluruh kabupaten Banyumas secara intensif. Penekanan pada promosi dilakukan agar dapat menjaring pelanggan sesuai dengan segmentasi pasar yang dituju perusahaan. Rumah makan ini dapat memproduksi sekitar 300 buah

⁵⁰ Dani, selaku Manajer Rumah Makan Indonesia wawancara pada tanggal 8 Januari 2012.

agar dapat menjangkau pelanggan sesuai dengan segmentasi pasar yang dituju perusahaan. Rumah makan ini dapat memproduksi sekitar 300 buah kotak dan sekitar 50 orang pengunjung perhari. Perusahaan ini masih tetap bertahan dalam industri rumah makan khas masakan Padang dengan mengandalkan 35 menu makanan dan beberapa menu unggulan tertentu yang disajikan. Rumah makan ini bersaing dengan rumah makan khas padang lain yang berada disekitar daerah Purwokerto, seperti rumah makan sederhana.⁵¹

2. Visi, Misi dan Tujuan

Rumah Makan Indonesia mempunyai visi perusahaan sebagai berikut: "Menjadi Bisnis Rumah Makan Indonesia Yang Profesional dan Maju". Dan misi manajemen Rumah Makan Indonesia antara lain:

- a. Memuaskan konsumen.
- b. Menumbuhkan kepercayaan konsumen.
- c. Pelayanan yang cepat dan ramah.
- d. Membuat konsumen merasa nyaman berada di Rumah Makan Indonesia.⁵²

Adapun tujuan Rumah Makan Indonesia adalah mencapai laba yang memadai, guna membiayai pertumbuhan Rumah Makan Indonesia dan menyediakan sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai sasaran rumah makan yang lain. Selain itu untuk meramaikan kuliner dengan khas

⁵¹ *Ibid.*

⁵² Dokumentasi RMI Purwokerto, di kutip pada tanggal 8 Januari 2012.

masakan padang, supaya masakan padang dapat diterima oleh masyarakat Purwokerto.⁵³

3. Budaya Perusahaan

Rumah Makan Indonesia yang dibangun dengan budaya kerja untuk mencapai kriteria yang diinginkan Rumah Makan Indonesia dan yang dicita – citakan antara lain:

- a. Selalu proaktif, kreatif dan berinisiatif sehingga terasa kehadirannya ditengah – tengah rekan kerjanya.
- b. Memulai usaha dengan pikiran bahwa segala sesuatu yang dikerjakan dengan ikhlas akan menghasilkan hasil yang memuaskan.
- c. Selalu mengutamakan yang paling utama.
- d. Selalu berpikir jernih atau *positive thinking*.
- e. Selalu mendahulukan kepentingan bersama daripada kepentingan sendiri, meskipun kepentingan diri sendiri penting, karena suatu pekerjaan jika dilakukan bersama akan terasa lebih ringan. Selalu meningkatkan kualitas diri dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya.⁵⁴

4. Struktur Organisasi dan Manajemen Umum

a. Struktur Organisasi

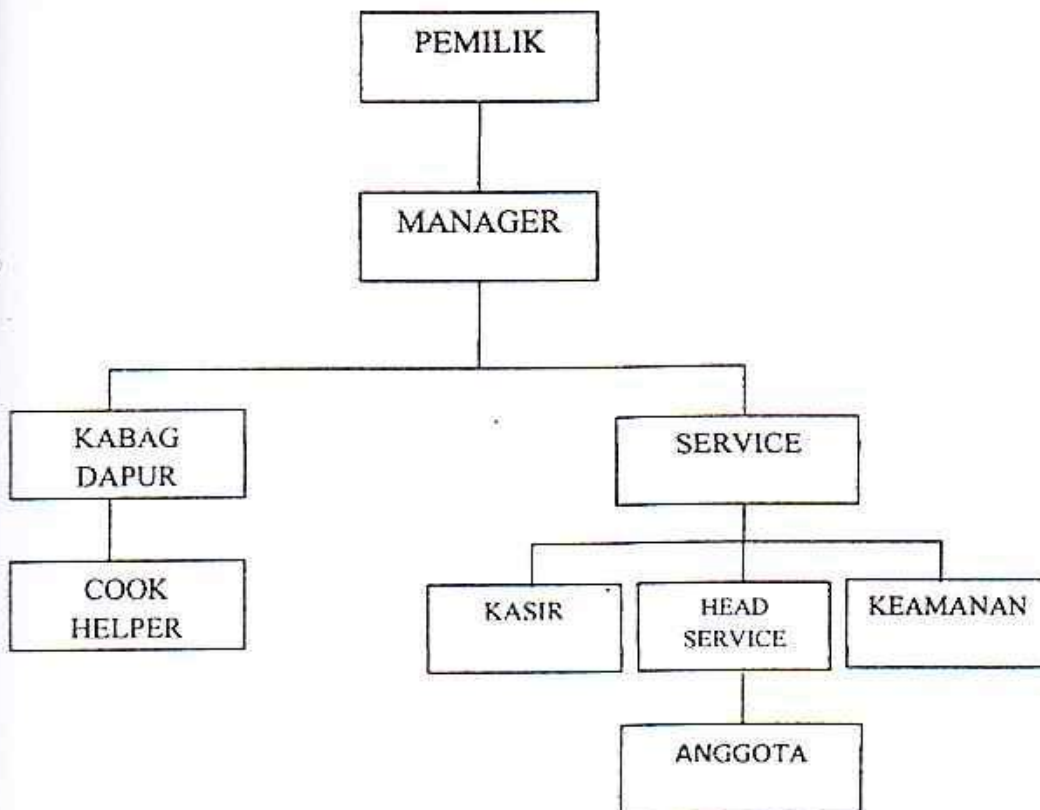
Struktur organisasi adalah suatu kerangka untuk mewujudkan pola hubungan diantara bidang-bidang kerja maupun orang, kerangka

⁵³ *Ibid.*

⁵⁴ Dokumentasi RMI Purwokerto, di kutip pada tanggal 8 Januari 2012.

ini dapat mewujudkan kedudukan, wewenang dan tanggung jawab dalam organisasi tersebut. Struktur organisasi Rumah Makan Indonesia dapat dilihat seperti gambar berikut:

Struktur Organisasi Rumah Makan Indonesia



Gambar 4. Struktur Organisasi Rumah Makan Indonesia⁵⁵

b. Deskripsi Jabatan

Setiap personel pada perusahaan mempunyai tugas dan tanggung jawab masing-masing. Adapun tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian pada personal Rumah Makan Indonesia Purwokerto secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut:

⁵⁵ Dokumentasi RMI, dikutip pada tanggal 8 Januari 2012

1) Manajer Cabang

- a) Menetapkan kebijakan, mengarahkan, serta mengendalikan perusahaan sesuai tujuan perusahaan.
- b) Memelihara efisiensi kerja seluruh organisasi agar tercipta suasana kerja yang kondusif.
- c) Melakukan pengaturan pada tiap – tiap pagi bagian perusahaan.
- d) Memberikan evaluasi dan penilaian terhadap efisiensi kerja dan program pengembangan perusahaan.
- e) Bertanggung jawab atas kelancaran organisasi perusahaan.⁵⁶

2) Staf Keuangan

- a) Menyelenggarakan pembukuan keuangan dan mengadakan pengawasan terhadap semua biaya.
- b) Mengadakan alokasi biaya secara seimbang dalam perusahaan.
- c) Melakukan pembiayaan gaji atau upah.
- d) Melaksanakan administrasi perusahaan secara menyeluruh.
- e) Menggunakan dana secara efisien dan efektif bagi seluruh kegiatan operasional perusahaan.

3) Kasir

- a) Memberikan pelayanan yang cepat, tepat, efisien dan sopan kepada pelanggan untuk semua bentuk transaksi.

⁵⁶ *Ibid.*

- b) Menjaga meja kasir dan mengoperasikannya secara baik, serta menerima uang tunai dari pelanggan dan memberikan pengembalian yang tepat serta bukti perhitungannya.
- c) Mengangkat pesawat telepon ketika ada panggilan.

4) Bendahara

- a) Mencatat transaksi – transaksi penjualan dan pembelian.
- b) Menyiapkan uang tunai dan menempatkannya di mesin penghitung.

5) Staf *Service*

- a) Mengawasi setiap kegiatan pelayanan pada pelanggan setiap hari.
- b) Memberikan petunjuk jika ada kesulitan bagi karyawan bagian *service* dalam melakukan tugasnya.

6) *Customer Service*

- a) Mengarahkan pelanggan ke tempat duduk.
- b) Memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.
- c) Membantu memberikan informasi dalam memilih menu yang ada, terutama menu baru.
- d) Mencatat permintaan pelanggan atas menu yang dipilih dan merekap ke bagian masing – masing.

7) *Cleaning Service*

- a) Membersihkan area pelayanan setiap saat.

- b) Melakukan *clear up* pada meja setiap pelanggan yang selesai makan.

8) *Delivery Service*

- a) Mencatat pesanan melalui telepon.
- b) Mempersiapkan pesanan.
- c) Mengantarkan pesanan ke tempat tujuan.

9) Staf Produksi

- a) Menjaga mutu dan kualitas produk serta memenuhi keinginan dan selera konsumen.
- b) Bertanggung jawab kepada pemimpin atas kebenaran kualitas yang telah distandarkan.
- c) Mempersiapkan bumbu masak setiap hari.
- d) Menyiapkan seluruh bahan makanan yang akan diproduksi.
- e) Menyajikan hidangan sesuai keinginan pelanggan.
- f) Mengontrol bahan baku atas permintaan belanja.
- g) Mempersiapkan persediaan sayuran matang.
- h) Memeriksa persediaan ayam dan ikan.
- i) Mengadakan pengecekan sirkulasi barang yang disimpan.

10) Bagian Belanja

- a) Melakukan pembelian bahan baku yang sesuai dengan produksi.
- b) Memelihara persediaan bahan baku dari semua bahan.
- c) Mencari informasi yang cepat dan tepat sehubungan dengan bahan – bahan yang dibutuhkan.

- d) Memberikan laporan tentang keluar masuknya barang setiap hari.

11) Bagian Minuman / Bartender

- a) Membersihkan dan menyiapkan perlengkapan dan peralatan serta tempat minuman.
- b) Membuat *stock* atau persediaan minuman yang telah ditentukan secukupnya.
- c) Membuat potongan buah sesuai dengan standar yang telah ditentukan.
- d) Memilih kualitas buah yang baik dan segar.

12) Bagian Cuci Piring

- a) Mengumpulkan piring – piring, gelas, dan peralatan lainnya setelah digunakan.
- b) Mencuci semua peralatan tersebut sehabis digunakan.

13) Penjaga Parkir

- a) Mengatur kendaraan yang datang sesuai dengan barisan yang telah ditentukan.
- b) Mengarahkan penempatan posisi kendaraan dalam area parkir.
- c) Mengatur keluar masuk arus kendaraan.
- d) Menjaga dan mengantisipasi kehilangan kendaraan beserta barang – barang yang ada di dalamnya.

Pada Rumah Makan Indonesia ini masih terdapat rangkap jabatan, misalnya manajer cabang merangkap sebagai bagian personalia, dan

bagian *cleaning service* merangkap *delivery service*, dan lain – lain. Hal ini dilakukan dengan alasan sebagai upaya untuk mengifisienkan dan mengefektifkan sumber daya manusia yang ada.⁵⁷

B. Lingkungan Eksternal Perusahaan

Lingkungan eksternal perusahaan adalah sekumpulan kekuatan yang timbul dan berada di luar jangkauan serta biasanya terlepas dari situasi operasional perusahaan. Lingkungan perusahaan juga dapat diartikan sebagai keseluruhan dari faktor-faktor ekstern yang mempengaruhi perusahaan baik organisasi maupun kegiatannya. Sedangkan arti lingkungan secara luas mencakup semua faktor ekstern yang mempengaruhi individu perusahaan dan masyarakat.⁵⁸ Faktor ini terdiri dari:

1. Faktor Ekonomi

Aspek ekonomi memiliki peranan yang sangat signifikan dalam perkembangan suatu perusahaan. Dalam aspek ekonomi berkaitan dengan sifat dan arah sistem ekonomi tepat suatu perusahaan beroperasi. Ada beberapa indikator ekonomi yang dapat dianalisis, antara lain: Tingkat inflasi, pendapatan perkapita suatu daerah, dan kondusifitas lingkungan perusahaan dalam menjalankan usahanya.

⁵⁷ Observasi tanggal 8 Januari 2013

⁵⁸ Umar, Husein, *Strategic Management in Action: Konsep, Teori, dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis, Strategic Business Unit Berdasarkan Konsep Michael R. Porter, Fred R. David, dan Wheelen Hunger*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), hlm. 45.

a) Tingkat Inflasi

Adalah salah satu variabel ekonomi makro yang mempunyai pengaruh cukup penting baik secara makro maupun secara mikro. Inflasi mengakibatkan kenaikan harga-harga barang secara umum dalam suatu wilayah dan waktu tertentu. Dalam kaitannya dengan Rumah Makan Indonesia, hal tersebut berpengaruh terhadap kenaikan biaya produksi yang diakibatkan oleh kenaikan harga bahan-bahan produksi yang menjadikan produk yang dijual mengalami kenaikan.⁵⁹

b) Pendapatan Perkapita Suatu Daerah

Pendapatan per kapita daerah adalah besarnya pendapatan rata-rata penduduk di suatu daerah. Pendapatan per kapita didapatkan dari hasil pembagian pendapatan daerah dengan jumlah penduduk daerah tersebut. Pendapatan per kapita juga merefleksikan PDB per kapita.

Pendapatan per kapita sering digunakan sebagai tolak ukur kemakmuran dan tingkat pembangunan sebuah daerah, semakin besar pendapatan per kapitanya, semakin makmur daerah tersebut.

Dengan peningkatan pendapatan penduduk di daerah Purwokerto, maka diharapkan kunjungan terhadap Rumah Makan semakin sering dan meningkatkan omset perusahaan.

⁵⁹ *Ibid.*, hlm. 46.

c) Kondusifitas Lingkungan Perusahaan

Lingkungan usaha yang kondusif bagi perkembangan usaha dalam suatu perekonomian adalah lingkungan yang menyediakan kualitas hukum, regulasi dan penataan kelembagaan yang dapat memungkinkan usaha untuk memiliki daya saing, pertumbuhan serta penciptaan lapangan kerja yang maksimal. Pertumbuhan dan perkembangan usaha yang optimal sangat membutuhkan adanya institusi hukum yang dapat menjamin perlindungan usaha, serta peraturan dan regulasi yang efisien dan transparan, yang dapat meminimalkan biaya registrasi dan biaya transaksi yang harus ditanggung perusahaan.⁶⁰

Kondisi lingkungan yang aman dalam menjalankan usaha, sangat mendukung operasional perusahaan, sehingga perusahaan akan tetap eksis dan mampu mengembangkan usahanya.⁶¹

2. Faktor Lingkungan Operasional

Yang dimaksud dengan lingkungan operasional adalah para pelaku yang secara langsung berkaitan dengan perusahaan dan yang mempengaruhi kemampuan perusahaan. Lingkungan operasi ini terdiri dari beberapa faktor, yaitu:

⁶⁰ Observasi tanggal 8 Januari 2013, di perkuat wawancara dengan Ibu Dani selaku manajer pada RMI Purwokerto

⁶¹ *Ibid.*

a) Pesaing

Pengetahuan tentang pesaing sangat menentukan apakah suatu perusahaan akan tetap dalam kondisi dan strategi sekarang, ataukah membuat strategi baru dalam menghadapi kondisi tersebut. Meskipun kriteria pasti yang digunakan dalam menyusun profil pesaing sebagian besar ditentukan oleh faktor-faktor situasional, kriteria berikut sering tercakup, antara lain: segmen pasar, efektifitas distribusi penjualan, keunggulan dalam hal penguasaan hubungan dengan pelanggan, pelanggan penting, daya saing harga, efektifitas iklan dan promosi, lokasi usaha, fasilitas, kapasitas, produktifitas, pengalaman, harga produk, posisi keuangan, kualitas relatif produk, sumber daya manusia dan citra perusahaan secara umum.⁶²

b) Supplier

Supplier adalah seseorang/perusahaan yang secara kontinu menjual barang/memasok kebutuhan perusahaan (rumah makan) dalam kurun waktu tertentu. Supplier ini untuk memenuhi kebutuhan daging dan kebutuhan rumah makan lainnya. Keberlangsungan pasokan dari supplier akan daging sangat barang tersebut bukanlah untuk dijual lagi, tapi lebih kepada pendukung kegiatan usaha.

c) Pelanggan

Perusahaan harus mengantisipasi perubahan perilaku pelanggannya, karena kebutuhan atau keinginan konsumen yang

⁶² Observasi tanggal 8 Januari 2013

mungkin belum memberi kepuasan, sehingga diperlukan strategi yang baru. Di samping itu kekuatan tawar menawar pelanggan merupakan faktor yang amat penting pula, terutama pembeli yang melakukan pembelian dalam jumlah besar. Rancangan tradisional untuk mensegmentasi pelanggan didasarkan pada profil pelanggan yang disusun menurut informasi geografis, demografis, dan perilaku pembeli.⁶³

d) Tenaga Kerja

Sumber daya manusia yang berkualitas baik merupakan keunggulan perusahaan. Tenaga kerja yang berkualitas akan sangat mempengaruhi reputasi perusahaan sebagai pembeli tenaga kerja.

C. Proses Manajemen Strategi Rumah Makan Indonesia

Dalam proses penerapan manajemen strategi pada Rumah Makan Indonesia, dilakukan dengan berbagai tahapan yakni :

1. Menetapkan Visi dan Misi Rumah Makan Indonesia

Setiap organisasi pasti mempunyai visi, misi dan tujuan. Visi, misi dan tujuan ini akan menentukan arah yang akan dituju oleh organisasi. Tanpa adanya visi, misi, dan tujuan maka kinerja organisasi akan berjalan acak dan kurang jelas serta mudah berubah dan diombang-

⁶³ *Ibid.*

ambingkan oleh situasi eksternal. Organisasi yang tidak mempunyai visi, misi dan tujuan seringkali bertindak spontanitas dan kurang sistematis.⁶⁴

Rumah Makan Indonesia sebagai sebuah perusahaan dibidang kuliner dalam menjalankan manajemen strateginya telah dimulai dengan menetapkan visi dan misi sebagaimana telah disebutkan di atas guna menjadi acuan dan orientasi perusahaan dalam menjalankan usahanya. Dengan misi tersebut segenap komponen organisasi perusahaan mempunyai arah dan standar kerja guna senantiasa mewujudkan misi perusahaan tersebut. Misalnya bagaimana mewujudkan misi memuaskan konsumen, RMI melakukan standarisasi rasa dalam setiap masakannya, sehingga rasa dalam setiap waktunya tidak berubah, selain itu pelayanan cepat saji terhadap pesanan konsumen, baik yang datang langsung ke Rumah Makan, maupun pemesanan yang dilakukan via telepon.⁶⁵

2. Memahami Lingkungan Internal dan Eksternal

Strategi selanjutnya adalah dengan memahami lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Adapun tujuan analisis lingkungan adalah untuk dapat mengerti dan memahami lingkungan organisasi sehingga manajemen akan dapat melakukan reaksi secara tepat terhadap setiap perubahan, selain itu agar manajemen mempunyai kemampuan merespon berbagai isu kritis mengenai lingkungan yang mempunyai pengaruh yang cukup kuat terhadap perusahaan.

⁶⁴ Dani, wawancara tanggal 8 Januari 2013

⁶⁵ *Ibid.*

Lingkungan terdiri dari lingkungan eksternal dan lingkungan internal. Lingkungan eksternal berada di luar perusahaan sedangkan lingkungan internal berada di dalam perusahaan. Lingkungan eksternal: Memiliki dua variabel yakni peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) Terdiri dari dua bagian yaitu lingkungan usaha yang meliputi pelaku bisnis baru, supplier, pembeli, produk pengganti, dan intensitas persaingan di antara para pesaing yang secara langsung mempengaruhi perusahaan dan tindakan dan tanggapan kompetitifnya. Lingkungan umum adalah suatu lingkungan dalam lingkungan eksternal organisasi yang menyusun faktor-faktor yang memiliki ruang lingkup luas dan faktor-faktor tersebut pada dasarnya berada di luar dan terlepas dari operasi perusahaan. Lingkungan ini hanya memiliki sedikit dampak implikasi langsung bagi pengaturan suatu organisasi. Lingkungan internal: Memiliki dua variabel yakni kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Mencakup semua unsur bisnis yang ada di dalam perusahaan seperti struktur organisasi perusahaan, budaya perusahaan dan sumber daya.

3. Merumuskan Strategi

Formulasi strategi melibatkan penetapan serangkaian tindakan yang tepat guna mencapai tujuan perusahaan. Formulasi strategi ini meliputi pengembangan misi bisnis, analisa SWOT: mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal serta mengukur dan menetapkan kelemahan dan kekuatan internal dan menetapkan tujuan jangka panjang.

SWOT merupakan singkatan dari *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang) dan *threats* (ancaman). Pendekatan ini mencoba menyeimbangkan kekuatan dan kelemahan internal organisasi dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternal organisasi.

66

Kekuatan (*strength*): merupakan suatu kondisi, perusahaan mampu melakukan semua tugasnya sangat baik (diatas rata-rata industri).

Kelemahan (*weakness*): merupakan suatu kondisi, perusahaan kurang mampu melaksanakan tugasnya secara baik di karenakan sarana dan prasarananya kurang mencukupi.

Peluang (*opportunity*): merupakan suatu potensi bisnis atau setiap peluang dan kesempatan menguntungkan yang dapat diraih oleh perusahaan yang masih belum di kuasai oleh pihak pesaing dan masih belum tersentuh oleh pihak manapun.

Ancaman (*threats*): merupakan suatu keadaan, perusahaan mengalami kesulitan yang disebabkan persaingan yang jika dibiarkan maka perusahaan akan mengalami kesulitan dikemudiaan hari.

4. Implementasi strategi

Di dalam implementasi strategi, Manajemen Rumah Makan Indonesia menetapkan atau merumuskan tujuan perusahaan tahunan, memikirkan dan merumuskan kebijakan, memotivasi karyawan serta mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang telah di

⁶⁶ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 6.

formulasikan dapat dilaksanakan. Mengimplementasikan berarti menggerakkan para karyawan dan manajer untuk menempatkan strategi yang telah formulasikan menjadi tindakan nyata. Implementasi strategi memerlukan kinerja dan disiplin yang tinggi tetapi juga diimbangi dengan imbalan yang memadai.

Tantangan dalam implementasi ini adalah mengajak para segenap karyawan melalui organisasi agar mau bekerja penuh kebanggaan dan antusias ke arah pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

5. Mengevaluasi dan mengawasi strategi

Evaluasi dan pengawasan strategi merupakan tahap terakhir di dalam proses strategi. Dalam evaluasi strategi yang dilakukan manajemen Rumah Makan Indonesia mencakup 3 (tiga) hal, yaitu:

- a) Mereview faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar bagi strategi yang sedang berlangsung.
- b) Mengukur kinerja yang telah dilakukan.
- c) Mengambil berbagai tindakan perbaikan.

Evaluasi strategi sangat diperlukan sebab keberhasilan perusahaan dewasa ini tidak menjadi jaminan keberhasilan perusahaan di masa yang akan datang.

D. Analisis Manajemen Strategi Rumah Makan Indonesia Perspektif Ekonomi Islam

1. Tahapan Analisis Lingkungan Organisasi

Rumah Makan Indonesia Purwokerto merupakan salah satu rumah makan yang menyajikan makanan atau menu khas padang. Seiring dengan berkembangnya kota Purwokerto dari segala sisi baik itu ekonomi, pendidikan, politik, properti maka bisnis kuliner di kota ini pun tidak ketinggalan berkembang baik dari segi kualitas dan kuantitasnya.

Untuk itu dalam rangka menghadapi persaingan bisnis kuliner yang pesat Rumah Makan Indonesia juga selalu meningkatkan kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan terlihat dari struktur organisasi yang lengkap. Struktur organisasi yang lengkap ini menunjukkan kesesuaian dengan etika bisnis Islam yaitu *khilafah*. Setiap bagian harus bertanggung jawab dengan apa yang menjadi tugasnya. Selain itu masing-masing jabatan juga dituntut untuk memiliki kemampuan kreatif dan konseptual pelaku bisnis yang berfungsi membentuk, mengubah dan mengembangkan semua potensi kehidupan alam semesta menjadi sesuatu yang konkret dan bermanfaat.

Selain struktur organisasi upaya lainnya yaitu dengan penambahan fasilitas, lingkungan yang aman dan bersih, lahan parkir yang cukup luas. Di sisi lain untuk menjaga kualitas rasa serta kandungan gizi dalam makanan, Rumah Makan Indonesia menggunakan bahan-bahan baku yang baik berkualitas serta terjaga kehalalannya.

Upaya yang dilakukan Rumah Makan Indonesia tersebut sesuai dengan kaedah, "*Al-Ashlu fil Af'al, at-taqayyudu bil hukm asy-syar'iy*". (Hukum asal setiap perbuatan adalah terikat dengan syari'ah). Syari'ah adalah aturan yang diturunkan Allah untuk manusia melalui lisan para Rasul-Nya. Syari'ah tersebut harus menjadi pedoman dalam setiap aktivitas manusia, termasuk dalam aktivitas organisasi bisnis. Sebagaimana tertera dalam surat Al-Hasyar ayat 7:

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ
وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمْ
الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٧﴾

Artinya: "Apa saja yang dibawa dan diperintahkan oleh Rasul (berupa syariah, maka ambillah) dan apa yang dilarangnya maka tinggalkanlah" (QS. al-Hasyar : 7)

2. Formulasi Strategi

Formulasi Strategi ini ditujukan untuk menghasilkan nilai-nilai utama dan orientasi suatu strategi organisasi, di tingkat korporasi (*corporate strategy formulation*) dan strategi fungsional (*functional strategy formulation*). Formulasi strategi perusahaan merupakan strategi jangka panjang yang spesifik yang berisi rumusan holistik yaitu 1. Visi dan misi 2. Tujuan, 3. Sasaran dan 4. Strategi.

Rumah makan Indonesia mempunyai visi perusahaan sebagai berikut: “Menjadi Bisnis Rumah Makan Indonesia Yang Profesional dan Maju”. Dan misi manajemen Rumah Makan Indonesia antara lain:

- a. Untuk memuaskan konsumen.
- b. Untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen.
- c. Pelayanan yang cepat dan ramah.
- d. Membuat konsumen merasa nyaman berada di Rumah Makan Indonesia.⁶⁷

Adapun tujuan Rumah Makan Indonesia adalah mencapai laba yang memadai, guna membiayai pertumbuhan Rumah Makan Indonesia dan menyediakan sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai sasaran rumah makan yang lain. Selain itu untuk meramaikan kuliner dengan khas masakan padang, supaya masakan padang dapat diterima oleh masyarakat Purwokerto. Adapun orientasi strateginya sebagaimana terlihat dalam analisis lingkungan perusahaan.

Melihat visi yang diusung adalah menjadikan perusahaan sebagai wahana para pengelolanya dalam melaksanakan suatu kegiatan bisnis tertentu yang selaras dengan tuntutan ajaran agama Islam dalam rangka meraih keridhaan Allah Swt. Misi dan tujuannya adalah bahwa keberadaan perusahaan pada hakikatnya adalah untuk mewujudkan kegiatan bisnis yang memberikan keuntungan secara *halal* dan *thayyib*. Dalam hal pembinaan SDM perusahaan, bagaimana mewujudkan SDM yang

⁶⁷ Dani, selaku manajer RMI Purwokerto. *wawancara*, tanggal 8 Januari 2013.

memiliki kepribadian melalui pola pikir dan pola sikap yang Islami serta profesional, yakni *kafa'ah, n himmalyul a'mal* (beretos kerja tinggi).

3. Implementasi Strategi

Dalam mengimplementasikan strateginya Rumah Makan Indonesia, itu terlihat dari budaya perusahaan yang diterapkannya. Adapun budaya perusahaan tersebut yaitu:

- a. Selalu proaktif, kreatif dan berinisiatif sehingga terasa kehadirannya ditengah-tengah rekan kerjanya.
- b. Memulai usaha dengan pikiran bahwa segala sesuatu yang dikerjakan dengan ikhlas akan menghasilkan hasil yang memuaskan.
- c. Selalu mengutamakan yang paling utama.
- d. Selalu berpikir jernih atau *positive thinking*.
- e. Selalu mendahulukan kepentingan bersama daripada kepentingan sendiri, meskipun kepentingan diri sendiri penting, karena suatu pekerjaan jika dilakukan bersama akan terasa lebih ringan. Selalu meningkatkan kualitas diri dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya.⁶⁸

Dari budaya perusahaan tersebut dapat terlihat bahwasannya Rumah Makan Indonesia dalam berbisnis tidak sekedar berorientasi pada profit semata, namun demikian beorientasi kepada keberkahan dan keridhaan Allah Swt.

⁶⁸ *Ibid.*

4. Evaluasi Dan Kontrol Terhadap Keputusan-Keputusan Strategis Organisasi Yang Memungkinkan Pencapaian Tujuannya Di Masa Depan

Langkah pertama adalah menetapkan standar dan metode pengukuran prestasi kerja, agar manajer mengetahui perkembangan yang terjadi dalam perusahaan, tanpa perlu mengawasi setiap langkah untuk proses pelaksanaan rencana yang telah ditetapkan. Langkah kedua adalah mengukur dan mengevaluasi prestasi kerja terhadap standar yang telah ditentukan. Pengukuran prestasi kerja hendaknya dilakukan dengan pandangan jauh ke depan, sehingga penyimpangan-penyimpangan yang mungkin terjadi dapat diketahui lebih dahulu (sedini mungkin). Langkah ketiga adalah membandingkan hasil pengukuran dengan target atau standar yang telah ditetapkan. Bila prestasi sesuai dengan standar, manajer menilai bahwa segala sesuatunya berada dalam kendali. Langkah keempat adalah mengambil tindakan koreksi. Proses pengendalian tidak sempurna, jika tidak diambil tindakan untuk membetulkan penyimpangan yang terjadi. Jika standar ditetapkan untuk mencerminkan struktur organisasi dan prestasi diukur dengan standar ini, maka pembetulan terhadap penyimpangan dapat dipercepat, karena manajer mengetahui dengan cepat aspek mana yang harus dikoreksi.

Pengawasan bertujuan untuk mengukur aktivitas dan mengambil tindakan guna menjamin bahwa rencana sedang dilaksanakan. Untuk itu harus diketahui orang yang bertanggung jawab atas terjadinya

penyimpangan rencana dan yang harus mengambil tindakan untuk membetulkannya. Pengawasan aktifitas dilaksanakan melalui orang-orang, akan tetapi tidak dapat diketahui siapakah yang harus bertanggung jawab atas terjadinya penyimpangan dan tindakan koreksi yang perlu diambil, kecuali apabila tanggung jawab dalam organisasi dinyatakan dengan jelas dan terinci. Oleh karena itu prasyarat yang penting dalam efektifitas pengawasan ialah struktur organisasi yang jelas, lengkap dan menyatu.

Kebijakan organisasi yang menjaga setiap masukan, proses manajemen dan out put agar terhindar dari tindakan kezaliman, bebas dari barang dan jasa yang haram, bebas dari korupsi, penipuan, riba, judi, pemberian hadiah (komisi) yang dilarang merupakan sejumlah contoh implementasi ketaatan. Begitu juga dengan kebijakan perusahaan untuk mengedepankan profesionalisme kerja, yakni agar setiap SDM memiliki sifat *amanah*.

5. Analisis SWOT terhadap Manajemen Strategi Rumah Makan Indonesia

Untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan penelitian ini, maka penulis menganalisis profil usaha Rumah Makan Indonesia saat ini dengan menggunakan analisis SWOT, yang hasilnya adalah sebagai berikut:

1. Faktor Internal

a. Kekuatan

Rumah Makan Indonesia memiliki kekuatan-kekuatan yang secara umum dimiliki oleh pengusaha dalam menjalankan usahanya,

dan kekuatan tersebut mempunyai ciri khas yang menjadikan perusahaan tersebut mampu bertahan dan berkembang di dalam persaingan dan kemajuan yang di tengah-tengah banyaknya perusahaan sejenis yang bermunculan, adapun kekuatan-kekuatan tersebut yang dimiliki RMI antara lain :

- 1) Memiliki *Brand name* yang kuat dan sudah terkenal di kota Purwokerto, terkenal dengan ciri khasnya sebagai Rumah Makan dengan Masakan Padang, dan menjadi salah satu Rumah Makan Pertama di kota Purwokerto yang mencirikan rumah makan masakan padang.
- 2) Dengan pengalaman dan pelayanan yang prima oleh segenap karyawan, menjadikan RMI sebagai rujukan guna mendapatkan makanan bercitarasa masakan padang, hal ini menghasilkan kontribusi yang besar dalam peningkatan omset perusahaan.
- 3) Modal perusahaan yang kuat telah terbukti mampu bertahan dalam krisis ekonomi, dan persaingan usaha kuliner.
- 4) Jaminan kualitas produk dan rasa yang dijual dan selalu dipertahankan dari waktu ke waktu, serta penempatan koki yang profesional guna menjamin kualitas produk tersebut.
- 5) *Image* masyarakat terhadap Rumah Makan Indonesia yang menjamin kualitas rasa dan produk, terbukti RMI telah berusia 21 tahun, dan pelanggan tetap setia dengan perusahaan.

- 6) Pelatihan pegawai bagian produksi dan pelayanan agar kualitas rasa serta kepuasan pelanggan akan pelayanan tetap terjaga.
- 7) Memiliki budaya organisasi yang kuat, yakni di RMI ada pedoman bertingkah laku bagi semua karyawan di dalam perusahaan digariskan dengan jelas dan karyawan RMI mengerti dan mematuhi nilai-nilai yang harus dianut oleh mereka sehingga dapat bekerja secara optimal. Selain itu adanya hubungan komunikasi dan kerja sama antara atasan dan bawahan sesama karyawan terjalin dengan baik.

b. Kelemahan

Kelemahan adalah yang menjadi penghalang bagi perusahaan dalam mengembangkan serta melaksanakan aktivitasnya yang mengganggu pencapaian laba yang maksimum yang ingin diperoleh. Adapun kelemahan - kelemahan yang dimiliki Rumah Makan Indonesia antara lain:

- 1) Harga jual produk relatif lebih mahal dibandingkan dengan usaha sejenis
- 2) Kurang agresif dalam beriklan
- 3) Kurang dapat dijangkau oleh semua kalangan yakni kalangan menengah ke bawah.
- 4) Kurang berani melakukan inovasi produk sehingga dimungkinkan pembeli akan bosan dan pindah ke rumah makan yang mempunyai menu selain masakan padang.

2. Faktor Eksternal

a. Peluang

- 1) Tumbuhnya daya beli masyarakat dikarenakan pola pikir masyarakat yang semakin praktis dan meningkatnya perekonomian masyarakat.
- 2) Berkembangnya tempat-tempat pemukiman penduduk (dibangunnya perumahan-perumahan dan ruko-ruko berbagai pelosok Purwokerto) yang merupakan peluang untuk pengembangan usaha.
- 3) Adanya perubahan gaya hidup masyarakat sehubungan dengan tumbuhnya tingkat perekonomian yakni gaya hidup konsumtif.
- 4) Di kenalnya produk Rumah Makan Indonesia yang mempunyai masakan khas padang.

b. Ancaman

- 1) Kenaikan tarif listrik, bahan bakar minyak, elpiji, bahan baku seperti daging sapi serta lainnya.
- 2) Banyak munculnya pengusaha sejenis dan dengan sistem dan paket harga yang lebih murah.
- 3) Keluarnya pegawai bagian produksi sehingga dapat menjadi ancaman dikarenakan akan membuka usaha sejenis.
- 4) Strategi bisnis yang mudah ditiru.
- 5) Munculnya pesaing-pesaing usaha sejenis dengan inovasi produk.
- 6) Bahan baku (daging sapi) yang masih bergantung dari pemasok.

Matrik diagram Analisa SWOT nya adalah sebagai berikut :

Faktor Internal	Strengths (S)	Weakness (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1) Memiliki <i>Brand name</i> yang kuat dan sudah terkenal di kota Purwokerto, terkenal dengan ciri khasnya sebagai Rumah Makan dengan Masakan Padang, dan menjadi salah satu Rumah Makan Pertama di kota Purwokerto yang mencirikan rumah makan masakan padang. 2) Dengan pengalaman dan pelayanan yang prima oleh segenap karyawan RMI, menjadikan RMI sebagai rujukan guna mendapatkan makanan bercitarasa masakan padang, hal ini menghasilkan kontribusi yang besar dalam peningkatan omzet perusahaan. 3) Modal perusahaan yang kuat telah terbukti mampu bertahan dalam krisis ekonomi, dan persaingan usaha kuliner. 4) Jaminan kualitas produk dan rasa yang dijual dan selalu dipertahankan dari waktu ke waktu, serta penempatan koki yang professional guna menjamn kualitas produk tersebut. 5) Image masyarakat terhadap Rumah Makan Indonesia yang menjamin kualitas rasa dan produk, terbukti RMI telah berusia 21 tahun (1992-2013), dan pelanggan tetap setia dengan perusahaan. 6) Pelatihan pegawai bagian produksi dan pelayanan agar kualitas rasa serta kepuasan pelanggan akan pelayanan tetap terjaga. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Harga jual produk relative lebih mahal dibandingkan dengan usaha sejenis 2) Kurang agresif dalam beriklan 3) Kurang dapat dijangkau oleh semua kalangan yakni kalangan menengah ke bawah. 4) Kurang berani melakukan inovasi produk sehingga dimungkinkan pembeli akan bosan dan pindah ke rumah makan yang mempunyai menu selain masakan padang.

Faktor Eksterna	Opportunities (O)	Threats (T)
1	<ol style="list-style-type: none"> 1) Tumbuhnya daya beli masyarakat dikarenakan pola pikir masyarakat yang semakin praktis dan meningkatnya perekonomian masyarakat. 2) Berkembangnya tempat-tempat pemukiman penduduk (dibangunnya perumahan-perumahan dan ruko-ruko berbagai daerah pelosok kota Purwokerto) yang merupakan peluang untuk pengembangan usaha. 3) Adanya perubahan gaya hidup masyarakat sehubungan dengan tumbuhnya tingkat perekonomian yakni gaya hidup konsumtif. 4) Di kenalnya produk Rumah Makan Indonesia yang mempunyai masakan khas padang 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Kenaikan tarif listrik, bahan bakar minyak, elpiji, bahan baku seperti daging sapi serta lainnya. 2) Banyak munculnya pengusaha sejenis dan dengan sistem dan paket harga yang lebih murah. 3) Keluarnya pegawai bagian produksi sehingga dapat menjadi ancaman dikarenakan akan membuka usaha sejenis. 4) Strategi bisnis yang mudah ditiru 5) Munculnya pesaing-pesaing usaha sejenis dengan inovasi produk. 6) Bahan baku (daging sapi) yang masih bergantung dari pemasok.

Tabel 2. Matrik Diagram Analisa SWOT

Matrik SWOT tersebut digunakan untuk mengklasifikasi berbagai kemungkinan dari faktor internal dan eksternal dan agar mudah menemukan hasil analisis. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategis yaitu sebagai berikut:

1. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya antara lain:

- a. Mempertahankan kualitas rasa serta bahan yang dipakai.
- b. Mempertahankan produk *fresh food*.
- c. Meningkatkan kemampuan dan kualitas sumber daya manusia.
- d. Membuka cabang di wilayah Purwokerto dan eks Karisidenan Banyumas.

2. Strategi ST

Adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman antara lain:

- a. Meningkatkan atau mempertahankan kualitas mutu usaha baik mutuproduk maupun pelayanan.
- b. Menetapkan strategi harga.
- c. Mempunyai surat izin dari badan gizi dan pangan serta sertifikat halal dari MUI.

3. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada antara lain:

- a. Diupayakan produk bisa dinikmati semua kalangan dengan efisiensi biaya.

- b. Gencar dalam beriklan mampu memperkuat *brand name* Rumah Makan Indonesia.
- c. Membuat gerai atau cabang baru dengan menggunakan konsep dan strategi pemasaran yang baru.

4. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman antara lain:

- a. Memperbaiki strategi bisnis ke arah yang lebih baik.
- b. Memperhatikan kualitas mutu pelayanan terhadap konsumen.

Adapun langkah strategis dalam matrik adalah sebagai berikut :

<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan kualitas rasa serta bahan yang dipakai. 2. Mempertahankan produk <i>fresh food</i> 3. Meningkatkan kemampuan dan kualitas sumber daya manusia. 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan atau mempertahankan kualitas mutu usaha baik mutu produk maupun pelayanan. 2. Menetapkan strategi harga. 3. Mempunyai surat izin dari badan gizi dan pangan serta sertifikat halal dari MUI.
<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diupayakan produk bisa dinikmati semua kalangan dengan efisiensi biaya. 2. Gencar dalam beriklan mampu memperkuat <i>brand name</i> RMI. 3. Membuat gerai atau cabang baru dengan menggunakan konsep dan strategi pemasaran yang baru 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperbaiki strategi bisnis ke arah yang lebih baik. 2. Memperhatikan kualitas mutu pelayanan terhadap konsumen.

BAB V PENUTUP



A. Kesimpulan

Manajemen strategi yang dilakukan Rumah Makan Indonesia sudah sesuai dengan Ekonomi Islam yaitu dibuktikan dengan penerapan manajemen strateginya dalam praktek yang diterapkan sesuai dengan manajemen strategi dalam Islam. Struktur organisasi Rumah Makan Indonesia sudah menunjukkan kesesuaian dengan etika bisnis Islam yaitu *khilafah*. Selain itu bahan baku yang digunakan untuk menu makanan pun terjaga dari *halal* dan *tayyiban* dan ini sesuai dengan kaidah, "*Al-Ashlu fil Af'al, at-taqayyudu bil hukm asy-syar'iy*". (Hukum asal setiap perbuatan adalah terikat dengan *syari'ah*). Dalam visi, misi, sasaran dan tujuan perusahaan di mana jika dilihat dari ekonomi Islam ini sesuai dengan prinsip *kafa'ah, n himmalyul a'mal* (beretos kerja tinggi). Rumah Makan Indonesia Purwokerto dalam hal evaluasi dan kontrol serta pengawasan terhadap keputusan - keputusan strategis organisasi ini sesuai dengan prinsip ekonomi Islam yaitu *amanah*.

Setelah penulis paparkan tentang kekuatan, kelemahan, ancaman, peluang maka dapat disimpulkan strategi yang dapat dijadikan rekomendasi perusahaan dalam pelaksanaan distribusi. Strategi tersebut antara lain:

- a. Strategi SO, memberi kemungkinan bagi Rumah Makan Indonesia Purwokerto untuk memperluas area distribusi, namun harus senantiasa waspada terhadap perubahan ekonomi yang tidak menentu dalam lingkungannya.

- b. Strategi ST, menghadapi perusahaan Rumah Makan Indonesia Purwokerto pada isu strategis *mobilization*, yaitu kotak interaksi dan pertemuan antara ancaman dari luar yang diidentifikasi dengan Rumah Makan Indonesia Purwokerto.
- c. Strategi WO, dalam hal ini Rumah Makan Indonesia Purwokerto gencar beriklan dan berupaya untuk produk makanan yang tersedia dapat dibeli oleh semua kalangan dengan harga yang ekonomis namun dengan tetap dapat meningkatkan profit .
- d. Strategi WT, Rumah Makan Indonesia mengendalikan kelemahan dan tantangan yang ada dengan kontinue mengatur strategi dan kemampuan perusahaan selain itu menjaga kualitas mutu pelayanan terhadap konsumen.

B. Saran-saran

Dari penyusunan skripsi, penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Tetap melaksanakan Manajemen Strategi secara sehat yang sesuai dengan prinsip-prinsip bisnis Islam baik dalam pengelolaan dan persaingan yang bersih dan *fair*.
2. Skripsi ini setidaknya dapat dijadikan bahan evaluasi dan pertimbangan dalam menentukan kebijakan dalam manajemen strategi Rumah Makan Indonesia Purwokerto, selain itu dapat meningkatkan pelayanan kepada

konsumen dan terus mengembangkan kualitas produk, pelayanan, profit dan sebagainya.

C. Penutup

Puji syukur rahmat Allah Swt yang dengan hidayah, rahmat, inayah-Nya dan kuasa-Nya yang telah memberikan semangat serta kesehatan, sehingga peyusun dapat menyelesaikan skripsi ini.

Terimakasih yang tiada terhingga, kepada semua pihak yang telah membantu serta memberikan *support* yang tinggi dalam penyusunan skripsi ini. Tidak ada sesuatu yang sempurna di dunia ini begitu juga dengan penulisan skripsi yang penulis susun. Sehingga penulis berharap atas kritik dan saran pembaca yang konstruktif agar pada karya ilmiah selanjutnya dapat memaksimalkan diri. Akhirnya penulis berharap semoga karya ilmiah ini dapat berguna bagi penyusun dan bagi pembaca secara umum. Amiin.

DAFTAR PUSTAKA

- An Nabhani, Taqiyyudin. *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam*. Terjemahan Muhammad Maghfur Wachid, Surabaya: Risalah Gusti Cet. 7, 2002.
- Ashofa, Burhan. *Metodologi Penelitian Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta, 1998.
- Azwar, Saiffudin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998.
- Bukhari, "Ushul Fiqh Dalam Konteks Manajemen Syariah". *bukhariibra.wordpress.com*, diakses 26 Juni 2013.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: PT Intermedia, 1974.
- Dian Nurhaerani dan Ibnu Ubaidillah, "Dasar - dasar Studi Manajemen Lembaga Pendidikan Islam", <http://www.scribd.com>, diakses tanggal 23 Oktober 2010.
- Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2003.
- Fathoni, Abdurrahmat. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Handoko, T. Hani, *Manajemen*, edisi II, Yogyakarta : BPFE, 2003.
- Hasibuan, Malayu S.P., *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah Edisi Revisi*. Jakarta : Bumi Aksara, 2006.
- http://id.wikipedia.org/wiki/Analisis_SWOT
- <http://suaramerdeka.com/waralaba-terbukti-tahan-krisis>
- James A. F. Stoner dan Charles Winkel, *Perencanaan & Pengambilan Keputusan*, Jakarta : Rineka Cipta, 1993.
- J. Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.
- K. Suhendra, *Manajemen dan Organisasi Dalam Realita Kehidupan*, Bandung : Mandar Maju, 2008.

Mohammad Ismail Yusanto dan Karabet Widjaja Kusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002.

Nurlaela. "Penerapan Manajemen Strategi Dalam Pengambilan Keputusan Pada Perusahaan Meubel Budi Group Purwokerto". Diakses tanggal 14 Januari 2013.

P. Siagian, Sondang. *Manajemen Stratejik*. Jakarta: Bumi Aksara, 1998.

Rahajeng, Yekti. "Manajemen Strategi Pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Malang". <http://jurnal.skripsi.com>. Diakses tanggal 8 Januari 2013.

Surakhmad, Winarno. *Pengantar Penelitian Ilmiah*. Surabaya: Usaha Nasional, 1982.

Swastha D. H., Basu. *Menejemen Barang Dalam Pemasaran Analisa Kuantitatif*. Yogyakarta : Liberty, 1980.

Wibowo, *Manajemen Perubahan*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2006.

Winardi, *Asas - Asas Menejemen*, Bandung : Alumni, 2006.

Widjaja Tunggal, Amin. *Manajemen Suatu Pengantar*. Jakarta: Rineka Cipta, 1993.

DAFTAR PERTANYAAN

1. Bagaimana sejarah berdirinya RM Indonesia ?
2. Apa visi misi RM Indonesia?
3. Apa tujuan pertama RM Indonesia di dirikan?
4. Kapan tujuan tersebut harus dicapai ?
5. Bagaimana posisi produk yang harus dicapai?
6. Bagaimana RM Indonesia menjamin kualitas produk ?
7. Adakah standar prosedur kualitas produk ?
8. Bagaimana posisi harga yang ditawarkan?
9. Bagaimana kondisi persaingan yang ada?
10. Bagaimana keahlian manajemen yang dimiliki?
11. Siapa pemain yang paling kuat dalam usaha RM Maasakan Padang di Kota Purwokerto?
12. Bagaimana struktur organisasi yang dimiliki?
13. Bagaimana perencanaan, pengendalian, dan sistem yang dimiliki?
14. Bagaimana mengenai keahlian sumber daya manusia?
16. Bagaimana perlakuan RM Indonesia terhadap keahlian SDM (koki) ?
15. Bagaimana dengan gaya manajemen?
16. Bagaimana peluang yang ada?
17. Bagaimana kekuatan yang dimiliki?
18. Bagaimana dengan masalah yang dihadapi?
19. Bagaimana dengan kelemahan yang ada?
20. Bagaimana Manajemen RM Indonesia mengatasi kelemahan yang ada ?
21. Apa kunci sukses Manajemen RM Indonesia mempertahankan rasa produk ? trus menjaga kepercayaan pelanggan ?
22. Bagaimana cara Manajemen RM Indonesia mendapatkan pelanggan baru ?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Penulis

1. Nama : Amillati
2. Tempat, tanggal lahir : Purwokerto, 17 April 1988
3. Agama : Islam
4. Jenis kelamin : Perempuan
5. Status : Lajang
6. Alamat : Jl. HOS. Noto Suwiryo RT 02 RW 15 Teluk
Purwokerto Selatan 53145

B. Nama Orang tua

1. Ayah : Alm. Abdullah Ubaid
2. Ibu : Siti Khotijah

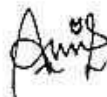
C. Pendidikan Formal

1. SD IT Al- Irsyad 02, lulus tahun 2000
2. SMP IT Al-Irsyad, lulus tahun 2003
3. MAN 2 Purwokerto, lulus tahun 2006
4. STAIN Purwokerto, lulus teori tahun 2013

Demikian riwayat hidup ini, saya buat dengan sebenar-benarnya.

Purwokerto, 24 November 2013

Penulis,



Amillati
NIM.062623004



KEMENTERIAN AGAMA
PERPUSTAKAAN
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) PURWOKERTO

Alamat : Jln. Jend. A. Yani No. 40 A Telp. 0281-635624 Fax. 636653 Purwokerto 53126

SURAT KETERANGAN WAKAF
No. : Sti.23/Perpus./HM.02.2/ 2840/2013

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa :

Nama : AMILLATI

NIM : 062623004

Program : Sarjana / S1

Jurusan/Prodi : Syariah/El

Telah menyerahkan wakaf kepada Perpustakaan STAIN Purwokerto berupa uang sebesar *Rp 40.000,00 (empat puluh ribu rupiah)*.

Demikian surat keterangan wakaf ini di buat untuk menjadi maklum dan dapat digunakan seperlunya.

Purwokerto, 22 November 2013
Kepala.



Asyhabuddin, S.Ag., S.S.M., A.
NIP. 19750206 200112 1 001



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
JURUSAN SYARIAH

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Tlp. 0281-635624, 628250 Fax. 0281-636553 www.stainpurwokerto.ac.id

Nomor : Sti.23/J.Sya/PP.00.9/ 357 /2011
Lamp. : 1 lembar
Hal : Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi

Purwokerto, 17 Desember 2011

Kepada :
Yth. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.
Di
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.


Sesuai dengan hasil sidang penetapan judul skripsi mahasiswa Jurusan Syariah pada tanggal 16 November 2011 maka kami mengusulkan Saudara/i untuk menjadi pembimbing skripsi mahasiswa:

Nama : Amillati
NIM : 062623004
Smt./Prodi : XI/ Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Manajemen Strategi pada Rumah Makan Indonesia
Masakan Padang di Purwokerto

Untuk itu, kami mohon Saudara/i dapat mengisi surat kesediaan terlampir. Atas kesediaan Saudara/i, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Ketua Jurusan Syariah


Drs. H. Syufa'at, M.Ag.
NIP. 19630910 199203 1 005



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
JURUSAN SYARI'AH

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Tlp. 0281-635624, 628250 Fax. 0281-636553 www.stainpurwokerto.ac.id

SURAT PERNYATAAN
KESEDIAAN MENJADI PEMBIMBING SKRIPSI

Berdasarkan surat penunjukan oleh Ketua Jurusan Syari'ah Nomor:
Sti.23/J.Sya/PP.00.9/ 357 /2011 tentang Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi atas:

Nama : Amillati
NIM : 062623004
Smt./Prodi : XI/ Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Manajemen Strategi pada Rumah Makan Indonesia
Masakan Padang di Purwokerto

Saya menyatakan ~~bersedia/tidak bersedia*~~ menjadi pembimbing skripsi mahasiswa
yang bersangkutan.

Purwokerto, 20 Desember 2011

Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

Catatan : * Coret yang tidak perlu



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
JURUSAN SYARI'AH

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624, 628250 Fax. 0281-636553 www.stainpurwokerto.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR

Nomor : Sti.23/J.Sya/PP.009/ 244 /2013

Yang bertanda tangan dibawah ini, Ketua Jurusan Syari'ah Sekolah Tinggi Agama Islam (STAIN) Purwokerto dengan ini memberikan perintah tugas kepada:

Nama : Amillati
NIM : 062623004
Semster / Prodi : XIV / Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2012 – 2013

Benar – benar melaksanakan Seminar Proposal Skripsi dengan Judul:

Manajemen Strategi Rumah Makan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Rumah Makan Indonesia di Purwokerto)


Pada tanggal 28 Februari 2013 dan dinyatakan **LULUS / TIDAK LULUS** dengan perubahan proposal / hasil seminar proposal sebagai berikut:

1. Memperbaiki latar belakang masalah.
2. Memperbaiki metode penelitian proposal skripsi.
3. Memperbaiki footnote.


Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan program S1.

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 1 Oktober 2013

Ketua Sidang


Drs. H. Syufa'at, M.Ag
NIP. 19630910 199203 1 005

Sekretaris Sidang


Jin Solikhin, M.Ag
NIP.197208052 001 12 1 002

PAKET KHUSUS

Paket Telor Gulai



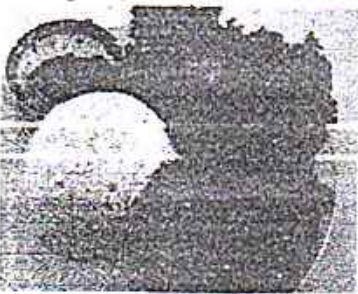
Rp. 7.000

Paket Telor Balado



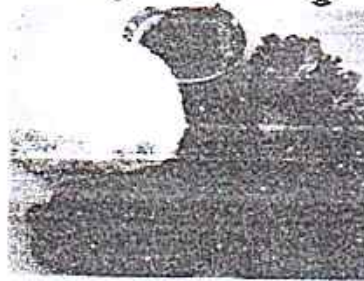
Rp 7000

Paket Telor Dadar



Rp. 7.000

Paket Rendang



Rp. 9.000

Paket Bawal



Rp. 9.500

Paket Mujaer



Rp. 9.000

Paket Ayam Balado



Rn. 9.000

Paket Ayam Goreng



Rn. 9.000

DAFTAR MENU MAKANAN DAN MINUMAN
RUMAH MAKAN INDONESIA

Menu	Harga Rp.	Menu	Harga Rp.
Nasi	4.000,-	Minuman Panas	
Nasi Rames	4.500,-	Teh Tawar	1.000,-
Sayur	4.500,-	Teh Manis	1.500,-
Sambal	4.000,-	Jeruk Panas	5.500,-
Rendang Daging	10.000,-	Teh Telor	7.500,-
Telur Goreng / Telur Gulai	4.000,-	Kopi	4.000,-
Ayam Goreng/Gulai/Balado/Panggang	10.000,-	Kopi Susu	5.000,-
Ayam Pop	11.000,-	Minuman Dingin	
Gulai Babat/Iso/Paru/Limpa	9.000,-	Air Es	1.000,-
Otak Gulai/Goreng/Kikil	10.000,-	Es Teh Manis	2.500,-
Gulai Kepala Kakap	25.000,-	Es Jeruk	5.500,-
Gulai Kepala Gurameh	12.500,-	Es Durian	9.000,-
Kembung/Bawal	9.000,-	Es Buah RMI	7.500,-
Lele / Nila	9.000,-	Es Teler / Es Almoc / Es Buah 46	7.500,-
Gurameh Goreng	18.000,-	Soda Gembira / Susu Cola	6.500,-
Soup Iga	20.000,-	Es Sirup / Es Kopi	4.000,-
Sambal Udang Petai	13.000,-	Fresh Tea / Teh Boto! Sosro	4.000,-
Rempela Ati	8.500,-	Coca Cola / Fanta / Sprite	4.000,-
Petai Rebus	3.500,-	Js Tomat / Js. Wortel / Js. Timun	7.500,-
Cumi-Cumi Gulai		Js. Nanas / Js. Pepaya / Js. Jeruk	7.500,-
Cincang	17.000,-	Js. Nangka / Js. Melon / Js. Jeruk	8.000,-
Bergedel	4.000,-	Js Seger Hijau / Js. Putih Salju	8.000,-
Dadar Telor	4.500,-	Js. Alpokat / Js. Jambu/Js. Apel/Js. Mangga/ Js. Sirsak	8.500,-
Dendeng	12.000,-	Js. Strawberry / Mix Juice	9.000,-
Teri Balado	7.500,-		
Terong Balado	3.500,-		
Dos	1.500,-		
Buah Potong Doos	1.500,-		
Buah potong	5.000,-		

Sumber : Rumah Makan Indonesia - Purwokerto

Sertifikat

BACA TULIS AL-QUR'AN DAN PRAKTEK PENGAMALAN IBADAH SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) PURWOKERTO GELOMBANG III TH. AKADEMIK 2008 - 2009

Nomor : STI.26/K/PUBP/ 229 / III / 2009

Diberikan kepada :

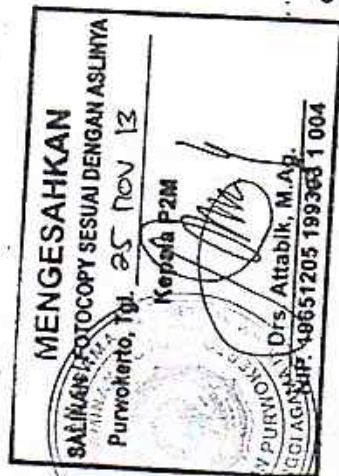
Amillati / 062623004

Sebagai tanda yang bersangkutan telah lulus
dalam *Ujian Baca tulis Al-Qur'an dan Praktek Pengamalan Ibadah*
yang diselenggarakan oleh Pengelola Ujian BIA dan PPI STAIN Purwokerto.

Purwokerto, 20 Maret 2009

Pengelola Ujian BIA dan PPI STAIN Purwokerto
Koordinator,


Oliandra, M. Ag
No. HP : 150 290 690





DEPARTMENT OF RELIGIOUS AFFAIRS
 STATE COLLEGE OF ISLAMIC STUDIES
 (STAIN) PURWOKERTO
 LANGUAGE SERVICE UNIT

Address : A. Yani Street Number 40 A Phone : 0281-635624 Fax. 0281-636553 Purwokerto

CERTIFICATE

Number: Stl.23/KB/PP.009/ T.E.086/VII/2007

This is to certify that

Name : Amilati
 Place, date of birth : Banyumas, April 17th 1988
 Student number : 062623004

Has taken TOEFL test with paper based organized by Language Service Unit of STAIN Purwokerto on June 12th 2007 with obtained result as follows:

- | | |
|-------------------------------------|-------|
| 1. Listening Comprehension | : 45 |
| 2. Structure and Written Expression | : 45 |
| 3. Reading Comprehension | : 49 |
| Obtained Score | : 463 |

This TOEFL test was held in STAIN Purwokerto.

Purwokerto, July 12th 2007
 Head of Language Service Unit





الجامعة الإسلامية الحكومية بوروروكرتو
وحدة خدمة اللغة

عنوان: شارع جنرال أحمد ياني. رقم ٤٠. هاتف ٠٢٨١-٦٣٥٦٢٤ بوروروكرتو ٥٣١٢٦

السادة

الرقم: س ت ٢٣١/ك ب/ف ف ٠٠٩ ت.١/٢٣٧/٠٧/٢٠٠٧

أهلىق : الاسم : منىق إلى

١٧ ابريل ١٩٨٨ : بانو ماس،

٠٦٢٦٢٣٠٠٤ : رقم دفتر القيد

اللى حصل على النتيجة

٥٦ :

فههم المسومع

٥٣ :

فههم العبارات والتراكب

٤١ :

فههم المقردرات والنصوص والقواعد.

٥٠٠ :

مجموع

٢٠٠٧ يوليو ٢٩ التاريخ فى اللغة فى الخدمة للغة فى الوحدة -لخدمة اللغة فى التاريخ ٢٩ يوليو ٢٠٠٧ فى ائتمبارة المهارات اللغوية العربية اللى قامت بها الوحدة

بوروروكرتو : ٢٢ أغسطس ٢٠٠٧

رئيس الوحدة وخدمة اللغة

مسلمة

(سوبريانتو، M.SI)

رقم الموظف : ٦٩١





DEPARTEMEN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
PUSAT PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (P3M)
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.40A Telp. 0281-635624 Fax. 636553 Purwokerto 53126

SERTIFIKAT

NO. Sti.23/ P3M/ PP.06/ 013 / 2009

Berdasarkan Surat Keputusan Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto Nomor : 02 Tahun 2009, Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M)/ Ketua Badan Pelaksana Kuliah Kerja Nyata (BPKKN) STAIN Purwokerto menerangkan bahwa:

Nama : Amillati
NIM : 062623004
Jurusan / Prodi : Syari'ah/ EI
Desa : Kejobong
Kecamatan : Kejobong
Kabupaten : Purbalingga

Telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Mahasiswa STAIN Purwokerto Tahun 2009 di:

Mulai tanggal **08 Juli 2009** sampai **21 Agustus 2009** dan dinyatakan "LULUS", dengan nilai 96 (A).

Sertifikat ini diberikan sebagai tanda bukti bahwa mahasiswa tersebut telah mengikuti KKN dan sebagai syarat mengikuti ujian munaqasyah skripsi.

Purwokerto, 07 Desember 2009
Kepala,





KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
LABORATORIUM JURUSAN SYARIAH

Sertifikat

No. : Sti.23/Lab. Sya/PPL. Sya/029/2010

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia PPL Jurusan Syari'ah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto pada tanggal 4 April 2010 menerangkan bahwa :

Nama : Amillati
NIM : 062623004
Jurusan/Prodi : Syari'ah/Ekonomi Islam

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Jurusan Syari'ah STAIN Purwokerto Tahun Akademik 2009/2010 di :

BPRS Arta Leksana

Mulai dari tanggal 22 Pebruari 2010 sampai dengan 7 April 2010 dan dinyatakan LULUS dengan nilai A.

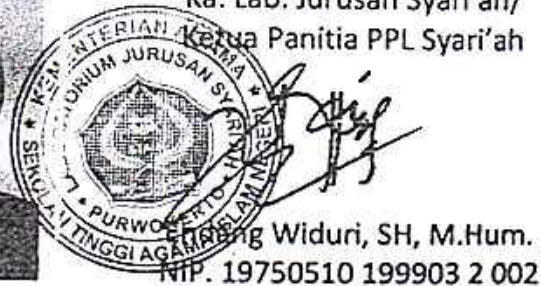
Sertifikat ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Jurusan Syari'ah STAIN Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian munaqosyah skripsi.

Purwokerto, 15 Mei 2010

Mengetahui,
Ketua Jurusan Syari'ah



Ka. Lab. Jurusan Syari'ah/
Ketua Panitia PPL Syari'ah





DEPARTEMEN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT KOMPUTER

Alamat : Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40 A Telp. 0281 - 635624 Fax. 636553 Purwokerto 53126

SKALA PENILAIAN	
NILAI	EKUIVALENSI KETERANGAN
A	90 - 100 SANGAT MEMUASKAN
B	80 - 89 MEMUASKAN
C	60 - 79 CUKUP
D	< 59 KURANG

SERTIFIKAT

Nomor : Sti-23/UPT Komp- 421/IX/2009

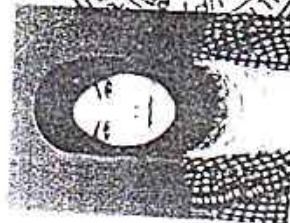
Diberikan kepada :

A M I L L A T I

NIM : 062623004

lahir pada tanggal : 17 April 1988 di Banyumas
Sebagai tanda yang bersangkutan telah mengikuti dan menempuh Ujian Akhir Komputer
pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto Program Microsoft Office

yang diselenggarakan oleh UPT Komputer STAIN Purwokerto
pada tanggal 10 Agustus 2009



Purwokerto, 10 September 2009
Kepala UPT Komputer



[Signature]
Muhs Sirvafo, M.Si
197509071999031002