TSAQOFAH
Jurnal Penelitian Guru Indonesia

p-ISSN: 2810-0395
e-ISSN: 2810-0042

Terindeks : Dimensions, Scilit, Lens, Semantic, Garuda, Google Scholar, Base, etc

https://doi.org/10.58578/tsaqofah.v5i4.6210

PENDEKATAN MANAJEMEN STRATEGI BERBASIS SYARIAH: ANTARA ETIKA, EFISIENSI, DAN KEUNGGULAN KOMPETITIF

Sharia-Based Strategic Management Approach: Between Ethics, Efficiency, and Competitive Advantage

Meliana Sari[1], Ismawati[2], Siti Aminah[3], Audi Auliya Pertiwi[4], Agustina Mutia[5]
UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
imeljambi67@gmail.com; isma30751@gmail.com

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Apr 28, 2025	May 25, 2025	Jun 7, 2025	Jun 12, 2025

Abstract

The conventional strategic management approach often overlooks ethical and spiritual dimensions, despite the increasing complexity of global challenges that necessitate the integration of such values. This study aims to analyze the application of Sharia-based strategic management in organizations or companies to establish an efficient, competitive managerial system grounded in Islamic ethical principles such as *ʿadl* (justice), *ṣidq* (truthfulness), *amānah* (trustworthiness), and *iḥsān* (excellence). The methodology includes literature review, a qualitative approach, and case studies with normative analysis of scholarly literature, fatwas, trade contracts, and online business practices. The main findings indicate that Sharia-based strategic management can achieve a balance between operational efficiency and competitive advantage while maintaining spiritual and social values. Three key pillars were identified: ethics as the foundation of strategy, efficiency in resource management aligned with the prohibition of *isrāf* (wastefulness), and the pursuit of long-term, value-driven competitive advantage. This study concludes that the model is not only applicable to Islamic organizations but also holds potential as a universal framework for sustainable modern managerial

Tsaqofah journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

practices. The findings offer both conceptual and practical contributions to the development of management systems that integrate religious values with contemporary business goals.

Keywords: Strategic Management; Sharia Values; Islamic Business Ethics; Competitive Advantage; Organizational Sustainability

Abstrak: Pendekatan manajemen strategi konvensional kerap mengabaikan dimensi etika dan spiritual, padahal dalam konteks tantangan global yang semakin kompleks, integrasi nilai-nilai tersebut menjadi krusial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan manajemen strategi berbasis *syariah* dalam organisasi atau perusahaan guna membangun sistem manajerial yang efisien, kompetitif, dan berlandaskan prinsip etika Islam seperti *adl* (keadilan), *sidq* (kejujuran), *amanah*, dan *ihsan*. Metode yang digunakan meliputi penelitian pustaka, pendekatan kualitatif, serta studi kasus dengan analisis normatif terhadap literatur, fatwa, kontrak dagang, dan praktik operasional bisnis daring. Hasil utama menunjukkan bahwa manajemen strategi berbasis *syariah* mampu menciptakan keseimbangan antara pencapaian efisiensi dan keunggulan kompetitif dengan keberlanjutan nilai spiritual dan sosial. Tiga pilar utama yang diidentifikasi meliputi: etika sebagai fondasi strategi, efisiensi dalam pengelolaan sumber daya sesuai prinsip larangan *isrāf*, serta pencapaian keunggulan kompetitif yang berorientasi jangka panjang. Penelitian ini menyimpulkan bahwa model ini tidak hanya relevan untuk organisasi Islam, tetapi juga berpotensi sebagai model universal dalam praktik manajerial modern yang berkelanjutan. Temuan ini memberikan kontribusi konseptual dan praktis bagi pengembangan sistem manajemen yang mengintegrasikan nilai religius dengan tujuan bisnis kontemporer.

Kata Kunci: Manajemen Strategi; Nilai-Nilai Syariah; Etika Bisnis Islam; Keunggulan Kompetitif; Keberlanjutan Organisasi.

PENDAHULUAN

Strategi keunggulan kompetitif bisnis syariah melalui pendekatan Porter Five Forces sangat penting untuk memahami dinamika persaingan dalam konteks bisnis yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Model Porter Five Forces, yang dikembangkan oleh Michael Porter, memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk menganalisis kekuatan-kekuatan kompetitif yang memengaruhi industri, termasuk ancaman dari pendatang baru, kekuatan tawar-menawar pembeli dan pemasok, serta ancaman produk pengganti (Ahi & Yıldız, 2018; Cernusca et al., 2012; Lumbanraja et al., 2019). Dalam konteks bisnis syariah, penerapan model ini menjadi relevan karena industri ini menghadapi tantangan-tantangan unik yang berkaitan dengan kepatuhan terhadap prinsip syariah serta ekspektasi konsumen yang semakin meningkat terhadap nilai-nilai etika. (Basuki, 2023)

Perkembangan dunia bisnis saat ini berlangsung sangat cepat dan kompetitif, mendorong setiap organisasi untuk menyusun strategi yang tepat demi mempertahankan keberlangsungan dan meningkatkan kinerja jangka panjang. Dalam hal ini, manajemen strategi menjadi komponen penting dalam merumuskan arah, tujuan, serta cara-cara yang digunakan oleh organisasi untuk mencapai keunggulan kompetitif. (Basuki, 2023) Namun demikian, banyak organisasi yang hanya berfokus pada pencapaian keuntungan material semata tanpa mempertimbangkan aspek etika, sosial, dan keberlanjutan. Akibatnya, tidak sedikit perusahaan yang terlibat dalam praktik-praktik yang merugikan masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu, muncullah kebutuhan akan pendekatan alternatif yang tidak hanya mengutamakan efisiensi dan efektivitas, tetapi juga berlandaskan nilai-nilai moral dan spiritual.

Salah satu pendekatan yang semakin relevan dan menarik perhatian dalam konteks ini adalah manajemen strategi berbasis syariah. Pendekatan ini lahir dari konsep-konsep ekonomi Islam yang menekankan keadilan, kemaslahatan, dan keseimbangan antara tujuan duniawi dan ukhrawi. Dalam perspektif syariah, strategi tidak hanya diarahkan untuk mencapai keuntungan maksimal, tetapi juga harus dilakukan dengan cara-cara yang halal, etis, dan bertanggung jawab. Nilai-nilai seperti kejujuran (*shiddiq*), amanah, kerja keras (*ijtihad*), dan tanggung jawab sosial menjadi bagian integral dari proses pengambilan keputusan strategis. Dengan kata lain, pendekatan ini tidak hanya menyentuh aspek manajerial dan ekonomis, tetapi juga spiritual dan moralitas. (Dermawan et al.,2024)

Manajemen strategi berbasis syariah juga memiliki implikasi langsung terhadap efisiensi dan efektivitas organisasi. Ketika prinsip-prinsip kejujuran dan amanah diterapkan dalam seluruh aspek bisnis, maka potensi terjadinya penyimpangan, korupsi, atau manipulasi data dapat diminimalisir. Hal ini tentunya akan meningkatkan efisiensi operasional secara alami, karena organisasi berjalan dengan sistem yang bersih dan dapat dipercaya. Selain itu, pendekatan syariah juga mendorong pemanfaatan sumber daya secara optimal dan adil, yang sejalan dengan prinsip *ishraf* (tidak berlebih-lebihan) dalam Islam. (Basuki et al.,2023)

Lebih jauh lagi, pendekatan ini diyakini mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Organisasi yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam strategi mereka cenderung memiliki reputasi yang baik di mata konsumen, investor, dan masyarakat luas. Reputasi ini menjadi modal penting dalam membangun loyalitas pelanggan, kepercayaan publik, serta akses terhadap pasar yang lebih luas, terutama di kalangan masyarakat Muslim

yang semakin sadar akan pentingnya konsumsi dan investasi yang sesuai dengan syariah. Selain itu, dalam jangka panjang, pendekatan syariah mampu menciptakan stabilitas organisasi yang kokoh karena fondasinya dibangun atas nilai-nilai universal dan ilahiah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian atau kajian terhadap pendekatan manajemen strategi berbasis syariah menjadi sangat penting. Kajian ini tidak hanya bertujuan untuk memahami konsep dan prinsip yang mendasarinya, tetapi juga untuk mengevaluasi bagaimana pendekatan tersebut dapat diimplementasikan secara nyata dalam konteks manajerial modern. Dengan demikian, pendekatan ini dapat menjadi solusi strategis yang etis, efisien, dan unggul secara kompetitif dalam menghadapi tantangan bisnis kontemporer.(Wahyuni,2025) Meskipun data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan tren positif dalam berbagai aspek seperti pertumbuhan ekonomi Indonesia yang mencapai 5,03% pada tahun 2024, penurunan tingkat kemiskinan menjadi 8,57%, serta peningkatan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) ke angka 75,02, kenyataan di lapangan menunjukkan masih adanya kesenjangan etika dan keberlanjutan dalam praktik manajerial bisnis di Indonesia. Banyak entitas bisnis yang hanya mengejar efisiensi dan keuntungan jangka pendek, tanpa memperhatikan prinsip moral, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Hal ini menunjukkan adanya teori gap antara kemajuan statistik ekonomi makro dengan implementasi nilai-nilai strategis yang berbasis etika dan spiritualitas dalam praktik manajemen. Dengan demikian, pendekatan manajemen strategi berbasis syariah menjadi relevan sebagai solusi untuk menutup celah tersebut, karena mampu mengintegrasikan efisiensi, akuntabilitas, dan keunggulan kompetitif dengan fondasi nilai-nilai Islam yang menekankan keadilan, kejujuran, dan kemaslahatan. (Maskur,2024)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan memahami bagaimana pendekatan manajemen strategi berbasis syariah dapat diterapkan dalam organisasi atau perusahaan guna menciptakan sistem manajerial yang tidak hanya efisien dan kompetitif, tetapi juga berlandaskan pada nilai-nilai etika Islam seperti keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Penelitian ini bertujuan mengungkap kontribusi pendekatan syariah terhadap peningkatan kinerja organisasi secara berkelanjutan, serta menjembatani kesenjangan antara praktik manajemen konvensional yang berorientasi profit semata dengan kebutuhan akan manajemen yang etis dan berorientasi pada kemaslahatan umat.

METODE

Penelitian ini mencakup penelitian pustaka (*library research*), penelitian kualitatif, dan studi kasus. Penelitian pustaka sering menjadi pilihan utama, di mana peneliti mengumpulkan dan menganalisis literatur yang relevan untuk memahami prinsip-prinsip syariah dalam konteks bisnis. Metode ini memungkinkan peneliti mengeksplorasi teori-teori yang ada serta mengidentifikasi keterkaitan antara prinsip syariah dan praktik bisnis yang sesuai.

Selain itu, Ningsih (2021) menggunakan pendekatan normatif dalam penelitiannya untuk menganalisis prinsip-prinsip produksi Islam dan perilaku negatif dalam praktik bisnis non-syariah. Pendekatan ini memungkinkan pengaitan antara nilai-nilai syariah dengan praktik bisnis yang ada, serta mengidentifikasi tantangan dalam implementasinya.

Penelitian mengenai prinsip bisnis syariah juga dapat melibatkan analisis dokumen, seperti fatwa yang relevan. Hal ini dilakukan oleh Mustaqim (2023) dalam penelitiannya tentang prinsip syariah dalam operasional toko daring (online shop). Metode ini memberikan panduan yang jelas untuk menjalankan bisnis sesuai prinsip syariah, termasuk pengaturan akad jual beli dan kewajiban dalam operasional usaha.

Dengan demikian, metodologi penelitian dalam kajian prinsip bisnis syariah mencakup berbagai pendekatan yang dapat disesuaikan dengan tujuan dan fokus studi. Kombinasi antara metode pustaka, kualitatif, dan studi kasus memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai prinsip-prinsip syariah dan penerapannya dalam praktik bisnis . Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat mengungkap secara rinci bagaimana nilai-nilai syariah diintegrasikan dalam strategi manajerial serta dampaknya terhadap performa dan daya saing organisasi. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 11 Mei hingga 18 Mei 2025.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendekatan manajemen strategi berbasis syariah tidak hanya mengedepankan tujuan ekonomi dan pencapaian profitabilitas, tetapi juga berlandaskan pada prinsip-prinsip etika Islam yang mencerminkan nilai-nilai moral, keadilan, dan keberkahan. Dalam praktiknya, pendekatan ini mengintegrasikan tiga pilar utama: etika syariah, efisiensi operasional, dan pencapaian keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

1. Etika sebagai Landasan Strategi

Dalam manajemen strategi berbasis syariah, etika bukanlah elemen tambahan, melainkan fondasi dalam seluruh proses pengambilan keputusan. Prinsip-prinsip seperti kejujuran (*sidq*), keadilan (*adl*), amanah, dan larangan terhadap praktik yang merugikan seperti riba, gharar (ketidakjelasan), dan maysir (spekulasi) menjadi dasar dalam membangun visi, misi, serta strategi jangka panjang organisasi. Etika syariah ini menciptakan kepercayaan dari stakeholders, termasuk konsumen, investor, dan karyawan, yang berdampak positif pada citra dan reputasi perusahaan. Bisnis yang konsisten menjaga nilai-nilai syariah cenderung memperoleh loyalitas konsumen Muslim yang semakin meningkat di era ekonomi halal saat ini. Nilai-nilai seperti amanah, adil, ihsan, dan shiddiq menjadi landasan etis yang tidak hanya memperkuat identitas kelembagaan, tetapi juga meningkatkan daya tarik lembaga di mata masyarakat. (Assa et al.,2025)

2. Efisiensi dalam Kerangka Syariah

Meskipun berbasis pada nilai-nilai etika dan religius, pendekatan manajemen strategi syariah tetap menekankan efisiensi sebagai bagian penting dalam pengelolaan sumber daya. (Rohanah et al.,2024) Efisiensi di sini mencakup optimalisasi sumber daya manusia, keuangan, dan teknologi, dengan tetap memperhatikan aspek keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Dalam prakteknya, efisiensi syariah tidak semata-mata mengacu pada pencapaian biaya rendah, tetapi juga menekankan pada produktivitas yang barokah—yakni produktivitas yang memberi manfaat luas dan tidak mengandung unsur ketidakadilan.

Contohnya dapat ditemukan pada lembaga keuangan syariah yang menerapkan prinsip bagi hasil (mudharabah dan musyarakah), di mana risiko dan keuntungan dibagi secara adil. Sistem ini bukan hanya efisien, tetapi juga memperkuat hubungan antara mitra bisnis dan mendorong akuntabilitas.

3. Keunggulan Kompetitif yang Berkelanjutan

Pendekatan strategis berbasis syariah berpotensi menciptakan keunggulan kompetitif yang tidak hanya berbasis harga atau teknologi, tetapi juga nilai. Perusahaan yang mengimplementasikan prinsip syariah dengan konsisten seringkali unggul dalam hal diferensiasi nilai dan pendekatan holistik terhadap pelanggan. Misalnya, perusahaan halal food atau fashion Muslim yang tidak hanya menjual produk, tetapi juga menyampaikan pesan religius, memiliki kekuatan diferensiasi yang tinggi di pasar global.

Keunggulan kompetitif ini semakin relevan di tengah meningkatnya kesadaran konsumen terhadap aspek etika dan keberlanjutan dalam konsumsi. Dengan demikian, integrasi nilai-nilai syariah dalam strategi bisnis dapat menjadi alat transformasional yang memperkuat posisi perusahaan dalam jangka panjang.

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa pendekatan manajemen strategi berbasis syariah mampu menjawab tantangan modern dengan menggabungkan etika yang kuat, efisiensi operasional, dan keunggulan nilai. Penerapannya bukan hanya meningkatkan kinerja bisnis, tetapi juga menghadirkan dampak sosial dan spiritual yang positif bagi masyarakat luas. (Ramadian, et al.,2024)

Nilai-nilai syariah digabungkan dengan prinsip manajemen Islam dalam operasi perhotelan. Mereka termasuk keadilan, integritas, tanggung jawab sosial, dan keterbukaan. Jika diterapkan dalam pengambilan keputusan dan manajemen sumber daya manusia, prinsip-prinsip ini dapat membantu hotel Syariah beroperasi lebih efisien.Prinsip manajemen Islam merangkul penerapan nilai-nilai Islam dalam industri hotel Islam, seperti transparansi, keadilan, integritas, dan tanggung jawab sosial. Para ahli percaya bahwa dalam menjalankan manajemen perhotelan Islam, penting untuk memperhatikan prinsip-prinsip ini dalam semua aspek, mulai dari pengambilan keputusan, manajemen sumber daya manusia, hingga interaksi dengan pelanggan. Prinsip manajemen Islam melibatkan keadilan dalam interaksi dengan orang lain dan keadilan. (Jabbar et al.,2025)

a. Keadilan

   Dengan menghubungkan perumusan strategi dan pelaksanaan dengan kebijakan yang bepedoman luas untuk pengambilan keputusan organisasi secara keseluruhan Kebijakan organisasi memberikan aturan untuk bertindak, membantu manajer menerapkan strategi pada tingkat fungsional, dan memberikan tugas kepada bagian-bagian.

b. Dewan Pengawas Syariah

   Organisasi berdasarkan ke-syariah bertanggung jawab untuk memastikan bahwa semua aspek operasinya mematuhi hukum Islam. Kepercayaan konsumen meningkat sebagai hasil dari audit rutin yang mengevaluasi kepatuhan terhadap standar syariah.

c. Kepatuhan terhadap Hukum Islam

Semua aspek operasi syariah harus mematuhi hukum Islam, termasuk melarang alkohol dan perjudian. Sebagai contoh, hotel syariah tidak memiliki bar atau klub malam, sehingga lingkungannya menjadi lebih ramah Muslim

Manajemen strategi merupakan proses yang digunakan oleh organisasi untuk menetapkan arah jangka panjang, merancang kebijakan, serta mengalokasikan sumber daya agar tujuan tercapai secara efektif dan efisien. Dalam konteks dunia bisnis modern yang dinamis dan penuh persaingan, strategi tidak hanya menuntut kecanggihan teknis, tetapi juga membutuhkan landasan nilai yang kuat. Di sinilah pentingnya pendekatan manajemen strategi berbasis syariah, yaitu penerapan prinsip-prinsip Islam dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi bisnis.

Manajemen strategi berbasis syariah tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan duniawi, tetapi juga menempatkan nilai-nilai moral dan spiritual sebagai pondasi utama. Pendekatan ini menekankan bahwa tujuan akhir dari strategi bukan hanya efisiensi operasional atau dominasi pasar, melainkan keberkahan dan kemaslahatan umat. Berikut adalah penulisan ulang dari teks tentang Strategi Manajemen Strategi dengan bahasa yang lebih rapi dan sistematis. Manajemen strategi dapat didefinisikan sebagai seni dan ilmu dalam merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang memungkinkan suatu organisasi untuk mencapai tujuannya. Proses manajemen strategi terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu:

1. **Perumusan Strategi**

Tahap ini mencakup pengembangan visi dan misi organisasi, identifikasi peluang dan ancaman eksternal, pemahaman terhadap kekuatan dan kelemahan internal, penetapan tujuan jangka panjang, penciptaan alternatif strategi, serta pemilihan strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

2. **Penerapan Strategi**

Tahap ini menuntut organisasi untuk menetapkan tujuan tahunan, menyusun kebijakan, memotivasi karyawan, serta mengalokasikan sumber daya yang diperlukan agar strategi yang telah dirumuskan dapat dijalankan secara efektif. Penerapan strategi sering disebut sebagai tahap aksi dari manajemen strategi. Pada tahap ini, seluruh elemen organisasi, baik manajer maupun karyawan, harus dimobilisasi untuk melaksanakan strategi. Keterampilan

interpersonal menjadi faktor penting dalam keberhasilan penerapan strategi karena strategi berdampak pada seluruh lapisan organisasi.

3. **Penilaian Strategi**

Tahap ini merupakan evaluasi dari strategi yang telah diterapkan. Manajer harus mampu menilai apakah strategi berjalan dengan baik atau tidak. Tiga aktivitas utama dalam penilaian strategi meliputi:

- a) Meninjau kembali faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar strategi;
- b) Mengukur kinerja organisasi;
- c) Mengambil langkah korektif bila diperlukan.

Ketiga tahap tersebut berlangsung di berbagai level hierarki organisasi besar, yakni tingkat korporat, divisi, strategi bisnis, dan fungsional.

1. Dimensi Etika dalam Manajemen Strategi Syariah

Etika Islam menjadi elemen fundamental dalam seluruh aktivitas manajerial berbasis syariah. Dalam proses penyusunan dan pelaksanaan strategi, nilai-nilai seperti kejujuran (ṣidq), keadilan (ʿadl), amanah (tanggung jawab), serta ihsan (berbuat baik) harus menjadi pijakan utama.

Manajer strategis harus memastikan bahwa setiap keputusan yang diambil tidak melanggar hukum syariah. Kegiatan bisnis yang mengandung unsur riba (bunga), gharar (ketidakpastian yang berlebihan), dan maysir (spekulasi) harus dihindari. Selain itu, aktivitas bisnis yang bersifat merusak lingkungan, menindas tenaga kerja, atau merugikan konsumen juga bertentangan dengan prinsip etika Islam.

Etika syariah juga mencakup komitmen terhadap keadilan dalam hubungan bisnis, seperti keadilan dalam menetapkan harga, memberikan upah yang layak, serta membangun kontrak yang saling menguntungkan. Dengan mengedepankan etika ini, perusahaan tidak hanya memperoleh kepercayaan publik, tetapi juga membangun reputasi jangka panjang yang berkelanjutan

2. Efisiensi dalam Perspektif Syariah

Efisiensi dalam manajemen strategi berbasis syariah tidak semata-mata diukur dari aspek pengurangan biaya atau peningkatan produktivitas. Dalam Islam, efisiensi memiliki dimensi spiritual dan sosial yang lebih luas. Prinsip dasar efisiensi dalam Islam adalah menghindari

pemborosan (isrāf) dan sikap berlebihan (tabdzīr), serta mengelola sumber daya secara optimal untuk mencapai manfaat yang sebesar-besarnya. (Fathonah et al.,2025)

Konsep *maslahah* (kebaikan umum) menjadi landasan dalam menilai efisiensi. Sebuah strategi dianggap efisien jika mampu memberikan manfaat tidak hanya bagi pemilik modal, tetapi juga bagi karyawan, pelanggan, masyarakat, dan lingkungan. Selain itu, efisiensi juga mencakup kemampuan organisasi dalam melakukan perbaikan terus-menerus (*continuous improvement*) secara halal dan berkah. Misalnya, perusahaan dapat mengadopsi teknologi ramah lingkungan, menerapkan manajemen limbah yang baik, serta mengurangi penggunaan energi secara berlebihan sebagai bentuk efisiensi berbasis nilai.

3. Keunggulan Kompetitif dalam Kerangka Syariah

Keunggulan kompetitif dalam kerangka syariah tidak hanya dilihat dari keunikan produk atau kekuatan merek, tetapi juga dari keistimewaan dalam memegang nilai-nilai syariah secara konsisten. Dalam persaingan pasar yang semakin ketat, integritas syariah dapat menjadi diferensiasi utama bagi perusahaan.

Perusahaan yang mampu menjaga kehalalan produk, memperhatikan kesejahteraan karyawan, dan menjunjung tinggi prinsip keadilan dalam rantai pasok akan memiliki daya tarik tersendiri di mata konsumen Muslim maupun non-Muslim. Keunggulan kompetitif juga dapat diperoleh melalui inovasi berkelanjutan yang berbasis nilai Islam, seperti inovasi produk halal, layanan keuangan syariah, atau sistem manajemen zakat perusahaan.(Seftiani et al.,2025)

Prinsip *fastabiqul khairat* (berlomba-lomba dalam kebaikan) mendorong perusahaan untuk tidak hanya mengejar profit, tetapi juga menjadi pelopor dalam memberikan solusi bagi permasalahan sosial. Hal ini menciptakan citra perusahaan yang peduli, bertanggung jawab, dan dapat diandalkan. (Kadarisman et al.,2023)

Pendekatan manajemen strategi berbasis syariah memberikan alternatif yang unggul dan menyeluruh dalam menghadapi tantangan dunia bisnis modern. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai etika, efisiensi, dan keunggulan kompetitif yang berbasis syariah, organisasi tidak hanya akan mencapai kesuksesan material, tetapi juga spiritual. Keberhasilan bisnis dalam Islam tidak hanya dilihat dari besarnya laba, tetapi juga dari sejauh mana bisnis tersebut memberikan manfaat dan keberkahan bagi semua pihak yang terlibat. Dengan demikian, pendekatan syariah bukan sekadar pilihan, tetapi kebutuhan bagi perusahaan yang ingin tumbuh secara berkelanjutan dalam kerangka nilai-nilai universal. Penelitian ini menunjukkan

bahwa pendekatan manajemen strategi berbasis syariah memberikan kontribusi signifikan terhadap kinerja organisasi, baik dari sisi etika, efisiensi operasional, maupun keunggulan kompetitif jangka panjang. Temuan utama sebagai berikut:

a. **Etika Syariah sebagai Fondasi Strategi:** Sebagian besar organisasi yang menerapkan prinsip-prinsip syariah menekankan nilai-nilai kejujuran (shiddiq), amanah, tanggung jawab sosial, dan keadilan dalam proses pengambilan keputusan strategis. Hal ini menciptakan kepercayaan dari stakeholders, termasuk pelanggan dan mitra bisnis.

b. **Efisiensi melalui Prinsip Syariah:** Efisiensi tidak hanya dilihat dari aspek pengurangan biaya, tetapi juga dari optimalisasi proses yang halal dan thayyib. Organisasi menghindari praktik riba, gharar, dan maysir, serta lebih mengedepankan transparansi dalam setiap transaksi, yang pada akhirnya memperkuat kontrol internal dan mengurangi resiko operasional.

c. **Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan:** Organisasi yang konsisten menerapkan pendekatan strategis berbasis syariah mendapatkan loyalitas konsumen yang lebih tinggi, khususnya di pasar yang sensitif terhadap nilai-nilai keislaman. Keunggulan ini terbentuk karena adanya diferensiasi moral dan reputasi yang baik.

1. Dimensi Etika dalam Manajemen Strategis Syariah

Pendekatan strategis berbasis syariah bukan sekadar alat untuk mencapai keuntungan material, tetapi juga sarana untuk mencapai keberkahan dan keseimbangan. Etika syariah menjadi landasan moral dalam penentuan visi-misi, perencanaan, hingga pelaksanaan strategi. Dibandingkan pendekatan konvensional yang cenderung profit-oriented, pendekatan ini lebih humanistik dan tanggap terhadap keadilan sosial.

Etika dalam Islam mendorong integritas dalam kepemimpinan, tanggung jawab terhadap stakeholder, dan keberpihakan kepada yang lemah. Dalam praktiknya, organisasi syariah juga memiliki kecenderungan lebih kuat untuk terlibat dalam kegiatan sosial, zakat korporat, dan pengembangan SDM yang berkelanjutan.

2. Efisiensi: Lebih dari Sekadar Angka

Efisiensi dalam manajemen strategi syariah tidak hanya dilihat dari sisi input-output ekonomi, tetapi juga dari kesesuaian proses dengan prinsip halal. Misalnya, keputusan investasi dan strategi pembiayaan menghindari sumber yang mengandung riba. Ini menciptakan stabilitas

jangka panjang karena organisasi tidak terjebak dalam volatilitas pasar keuangan konvensional.

Efisiensi juga terlihat dari bagaimana organisasi menghindari aktivitas spekulatif (gharar dan maysir), sehingga keputusan strategis lebih berbasis pada nilai-nilai real economy. Ini mendorong tata kelola yang lebih baik, transparansi dalam pengambilan keputusan, serta efisiensi dari sisi pengawasan dan kepatuhan (compliance cost).

3. Keunggulan Kompetitif dalam Perspektif Syariah

Dalam kerangka persaingan, pendekatan syariah menawarkan keunggulan diferensiatif. Perusahaan yang menjadikan syariah sebagai dasar strategi memiliki positioning yang kuat di pasar niche. Konsumen muslim yang sadar akan halal value lebih cenderung loyal terhadap brand yang dianggap taat syariah. Selain itu, pengelolaan sumber daya berbasis nilai-nilai tauhid, ukhuwah, dan maslahah memberi motivasi intrinsik pada karyawan untuk bekerja dengan ikhlas dan produktif.

4. Integrasi Nilai-Nilai Syariah dalam Proses Perencanaan Strategis

Pendekatan syariah dalam manajemen strategi dimulai dari proses perumusan visi dan misi organisasi yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga *falah* (kebahagiaan dunia dan akhirat). Dalam hal ini, organisasi syariah biasanya mengintegrasikan nilai spiritual, sosial, dan lingkungan ke dalam rencana strategisnya.

Proses perencanaan strategis dilakukan secara musyawarah, transparan, dan melibatkan semua elemen organisasi. Hal ini menciptakan sense of ownership terhadap strategi yang disusun. Selain itu, manajemen berbasis syariah memperhatikan prinsip maqashid syariah dalam menyusun tujuan-tujuan strategis, seperti:

- Menjaga agama (hifz al-din)
- Menjaga akal (hifz al-'aql)
- Menjaga jiwa (hifz al-nafs)
- Menjaga keturunan (hifz al-nasl)
- Menjaga harta (hifz al-mal)

Tujuan-tujuan ini membentuk kerangka keberlanjutan jangka panjang yang menyatu antara strategi bisnis dan kontribusi sosial.

5. Implementasi Strategi dengan Prinsip Amanah dan Transparansi

Tahapan implementasi strategi dalam pendekatan syariah dijiwai dengan prinsip *amanah* (tanggung jawab), *ihsan* (berbuat terbaik), dan *ittiba'* (ketaatan pada aturan). Seluruh aktivitas bisnis diawasi oleh dewan pengawas syariah (DPS) untuk menjamin kepatuhan terhadap hukum Islam.

Misalnya, dalam pengembangan produk, perusahaan akan memastikan seluruh proses dari hulu ke hilir sesuai prinsip halal. Dalam aspek SDM, manajemen akan menghindari sistem kerja yang eksploitatif dan mendorong prinsip keadilan upah, pemberdayaan, serta penghargaan terhadap kinerja.

Strategi pemasaran juga dibatasi oleh nilai kejujuran. Tidak diperkenankan melakukan promosi yang menipu, manipulatif, atau eksploitatif terhadap emosi konsumen. Prinsip ini membuat perusahaan membangun reputasi yang kuat dan dipercaya dalam jangka panjang.

6. Evaluasi Strategi dalam Perspektif Akuntabilitas Dunia-Akhirat

Pendekatan syariah tidak hanya mengevaluasi strategi berdasarkan indikator keuangan seperti ROI, profit margin, atau market share, melainkan juga menilai sejauh mana kegiatan organisasi membawa manfaat (*maslahah*) bagi masyarakat dan lingkungan. Ini mencakup:

- Laporan keberkahan usaha: sejauh mana usaha ini membawa kemanfaatan sosial.
- Evaluasi spiritual SDM: adanya evaluasi moral dan nilai keikhlasan dalam bekerja.
- Laporan kepatuhan syariah: audit internal terhadap transaksi dan kegiatan usaha.

Evaluasi tidak hanya dilakukan untuk mempertanggungjawabkan hasil di hadapan pemegang saham (*accountability to stakeholders*), tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab kepada Allah SWT (*accountability to God*), yang menjadi dasar motivasi etis dalam Islam.

7. Tantangan dan Peluang Penerapan Strategi Syariah

Meskipun pendekatan manajemen strategi berbasis syariah memiliki banyak keunggulan, penerapannya juga menghadapi berbagai tantangan, seperti:

- Kurangnya pemahaman manajemen terhadap prinsip syariah secara menyeluruh.
- Masih terbatasnya sumber daya manusia yang kompeten di bidang manajemen syariah.
- Persaingan pasar dengan pelaku usaha konvensional yang lebih agresif dalam strategi promosi dan harga.

Namun, peluang ke depan semakin besar seiring meningkatnya kesadaran masyarakat muslim terhadap pentingnya nilai-nilai halal dan etika dalam bisnis. Pertumbuhan industri halal global, dukungan regulasi, dan meningkatnya minat pada ESG (Environmental, Social, Governance) juga membuka ruang integrasi yang lebih kuat antara prinsip syariah dan strategi manajerial modern.

Pendekatan manajemen strategi berbasis syariah terbukti mampu menjembatani antara tujuan bisnis dan nilai-nilai moral. Dengan menjadikan etika sebagai fondasi, efisiensi sebagai alat, dan keunggulan kompetitif sebagai hasil, pendekatan ini menciptakan strategi yang bukan hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga memberikan keberlanjutan dan keberkahan.

Integrasi prinsip-prinsip syariah dalam manajemen strategis memberikan arah baru dalam dunia bisnis, yaitu menuju model organisasi yang *bernilai, berdaya saing, dan berakhlak*. Oleh karena itu, organisasi masa depan perlu mulai merumuskan strategi dengan mempertimbangkan dimensi spiritual dan moral sebagai bagian dari kekuatan strategisnya.

KESIMPULAN

Pendekatan manajemen strategi berbasis syariah merupakan pendekatan holistik yang tidak hanya menekankan pencapaian tujuan organisasi melalui efisiensi dan daya saing, tetapi juga berlandaskan pada nilai-nilai etika Islam yang kuat. Dalam perspektif ini, strategi tidak hanya dipandang sebagai alat untuk memperoleh keuntungan finansial, melainkan juga sebagai sarana untuk meraih keberkahan dan kemaslahatan bersama. Etika Islam seperti kejujuran, keadilan, amanah, dan ihsan menjadi fondasi dalam setiap proses pengambilan keputusan, sehingga mendorong terciptanya lingkungan bisnis yang adil, transparan, dan bermoral tinggi. Di sisi lain, efisiensi dalam pandangan syariah tidak hanya terkait dengan efektivitas penggunaan sumber daya, tetapi juga berkaitan erat dengan larangan pemborosan (isrāf) dan pengelolaan yang menghindari segala bentuk kemudaratan, baik terhadap manusia maupun lingkungan. Pendekatan ini mendorong perusahaan untuk beroperasi secara hemat, bertanggung jawab, dan berkelanjutan. Lebih lanjut, keunggulan kompetitif dalam kerangka syariah bukan hanya ditentukan oleh kemampuan bersaing di pasar melalui inovasi dan keunikan produk, tetapi juga melalui komitmen terhadap prinsip-prinsip syariah yang memberikan nilai tambah spiritual dan moral. Konsistensi dalam menerapkan prinsip halal, keadilan dalam hubungan kerja, serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan

menjadi faktor pembeda yang memperkuat posisi perusahaan dalam jangka panjang. Dengan demikian, pendekatan strategi berbasis syariah dapat membentuk perusahaan yang tidak hanya sukses secara ekonomi, tetapi juga memberikan dampak positif secara sosial dan spiritual. Strategi semacam ini tidak hanya relevan bagi perusahaan yang berbasis Islam, tetapi juga dapat diterapkan oleh berbagai organisasi yang mengedepankan nilai-nilai universal seperti integritas, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan. Oleh karena itu, integrasi antara etika, efisiensi, dan keunggulan kompetitif dalam perspektif syariah merupakan pendekatan yang relevan dan strategis dalam menjawab tantangan bisnis kontemporer yang kompleks dan dinamis, sekaligus mengarah pada pencapaian tujuan jangka panjang yang berkelanjutan dan diberkahi.

Daftar Pustaka

Assyaukani, A., & Al Farisi, M. S. (2025). Manajemen Pemasaran dalam Perspektif Syariah. *Dynamic: Jurnal Inovasi dan Dinamika Ekonomi*, *1*(1), 36-43.

Assa, A. (2025). Implementasi Etika Bisnis Syariah sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing Perusahaan di Indonesia. *Journal of Islamic Finance and Ekonomics*, *2*(02), 276-286.

Basuki, N. (2023). Mengoptimalkan modal manusia: Strategi manajemen sumber daya manusia yang efektif untuk pertumbuhan organisasi yang berkelanjutan. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, *4*(2), 182-192.

Dermawan, A., & Sisdianto, E. (2024). Akuntansi Hijau Di Era Digital: Integrasi Konsep Keberlanjutan Dan Maqashid Syariah Sebagai Strategi Keunggulan Kompetitif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *1*(4), 373-386.

Fariha, Z. N., Putri, N. B., Odilien, R. A. O., & Shafrani, Y. S. (2025). Analisis Competitive Profile Matrix (CPM) Pada KSPPS BMT Dana Mentari: Strategi Peningkatan Daya Saing dalam Ekonomi Syariah. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, *4*(2), 187-202.

Fathonah, A. L., Pratami, L. R., Depisari, U., & Shafrani, Y. S. (2025). Analisis Kompetitif Bank Syariah Karang Kobar Melalui Pendekatan Porter's Five Forces. *Populer: Jurnal Penelitian Mahasiswa*, *4*(1), 330-344.

Handayani, R. N., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2023). Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah Di Tengah Pesatnya Pertumbuhan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *5*(01), 1-10.

Jabbar, M. R. A. A., Chotimah, C., & Sulistyorini, S. (2025). Integrasi Nilai Keislaman Dalam Manajemen Strategik Untuk Membangun Keunggulan Kompetitif Lembaga Pendidikan Islam Di Era Globalisasi Digital. *Cendekia: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, *5*(1), 185-192.

Kadarisman, M. M. A., & Iriani, Y. (2023). Pendekatan Manajemen Strategis Untuk Pertumbuhan Dan Pengaruh Positif Perusahaan Dalam Konteks Keberlanjutan. *Jurnal Ilmiah Teknik dan Manajemen Industri*, *3*(2), 1562-1572.

Maskur, S. (2024). *Manajemen strategik pendidikan islam (Buku Ajar Matakuliah)*. PT. Indragiri Dot Com.

Rohanah, A., Azahra, D. F., Sendy, D. L., & Shafrani, Y. S. (2025). Analisis Kondisi Bisnis BMT Bahtera Dalam Memasuki Pasar Industri Jasa Keuangan Syariah: Pendekatan General Electric. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, *4*(2), 33-49.

Ramadian, A., & Nugroho, F. (2024). *Sistem Informasi Manajemen: Strategi Optimalisasi Pertumbuhan Organisasi Melalui Inovasi*. Mega Press Nusantara.

Rohanah, A., Azahra, D. F., Sendy, D. L., & Shafrani, Y. S. (2025). Analisis Kondisi Bisnis BMT Bahtera Dalam Memasuki Pasar Industri Jasa Keuangan Syariah: Pendekatan General Electric. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, *4*(2), 33-49.

Seftiani, A. T., Isnaeni, D. R., Zuhwa, U. Z., & Shafrani, Y. S. (2025). Analisis Evaluasi Strategi Pegadaian UPC Pasar Bumiayu Dengan SERVO Analysis. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, *4*(2), 236-246.

Wahyuni, A. T., Aulia, I. I., Prasetiowat, S., & Shafran, Y. S. (2025). Analisis Persaingan Bisnis Syariah Menggunakan Pendekatan Porter Five Forcess Pada Kspps Hanada Quwais Purwokerto. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, *2*(2), 179-189.