

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi Pengembangan Ekonomi

1. Pengertian Strategi

Strategi merupakan upaya pengembangan posisi kompetitif perusahaan ditengah persaingan usaha. Sementara itu, strategi adalah suatu arah dan kebijakan atau rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan utama lembaga atau perusahaan.⁸ Strategi meliputi pengidentifikasikan dan pengimplementasian tujuan dan rencana tindakan tersebut. Strategi membutuhkan informasi untuk membuat keputusan strategi yang tepat berkaitan dengan pemilihan produk, metode produksi, saluran pemasaran, dan hal lain yang bersifat jangka panjang.

Freddy Rangkuti menjelaskan definisi strategi pertama yang dikemukakan oleh Chandler menyebutkan bahwa “Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut”.⁹ Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun.

Konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut:

⁸Dwi Sunar Prasetyono, *Terobosan Strategis Menggali Sumber-Sumber Kekayaan dalam Bisnis*, (Yogyakarta: CV. DIVA Press,2005),180.

⁹Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*,(Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), 4-5.

- a. *Distinctive Competence*: tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.
- b. *Competitive Advantage*: kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya

Strategi sebagai sebuah kata memiliki usia kata yang lebih tua dari istilah manajemen. Strategi sebagai sebuah kosa kata pada mulanya berasal dari bahasa Yunani, yaitu 'strategos'. Kata 'strategos' ini berasal dari kata 'stratos' yang berarti militer dan 'ag' yang artinya memimpin.¹⁰ Berdasarkan pemaknaan ini, maka kata strategi pada awalnya bukan kosa kata disiplin ilmu manajemen, namun lebih dekat dengan bidang kemiliteran.

Strategi juga didefinisikan sebagai sekumpulan pilihan kritis untuk perencanaan dan penerapan serangkaian rencana tindakan dan alokasi sumber daya yang penting dalam mencapai tujuan dasar dan sasaran, dengan memperhatikan keunggulan kompetitif, komparatif, dan sinergis yang ideal berkelanjutan, sebagai arah, cakupan, dan perspektif jangka panjang keseluruhan yang ideal dari individu atau organisasi.¹¹

Rudianto menjelaskan bahwa menurut *Webster's New World Dictionary*, strategi adalah (1) ilmu merencanakan serta mengarahkan kegiatan-kegiatan militer dalam skala-skala besar dan memanuver kekuatan-kekuatan ke dalam posisi yang paling menguntungkan

¹⁰ Triton, *Manajemen Strategis Terapan Perusahaan dan Bisnis*, (Jakarta: Tugu Publisher, 2007), 13.

¹¹ *Ibid.*, 17.

sebelum bertempur dengan musuhnya; (2) sebuah keterampilan dalam mengelola atau merencanakan suatu stratagem atau cara yang cerdas untuk mencapai suatu tujuan. Strategi disini diartikan sebagai trik atau skema untuk mencapai suatu maksud. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi adalah rencana yang cermat untuk mencapai sasaran khusus.¹²

Strategi juga dikatakan sebagai pola tindakan utama yang dipilih untuk mewujudkan tujuan perusahaan. Strategi merupakan seperangkat tujuan dan rencana tindakan spesifik, yang apabila dicapai akan memberikan keunggulan kompetitif yang diharapkan. Dengan kata lain, strategi merupakan jawaban atas pertanyaan bagaimana suatu perusahaan dapat mencapai tujuan yang ditetapkan, dengan demikian strategi adalah segala langkah yang diperlukan perusahaan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.¹³

Menurut Didin Hafiduddin dan Henri Tanjung strategi adalah respon secara terus menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi organisasi.¹⁴ Strategi terdapat pada berbagai

¹²“Strategi” KBBI Daring, 2016.Web.07 Agu 2021.

¹³ Rudianto, *Akuntansi Manajemen, Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategi*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2013),5.

¹⁴ Didin Hafidudin dan Henri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2012),29.

tingkat dalam sebuah organisasi. Tingkatan strategi dapat dibagi atas 3 bagian yaitu:¹⁵

- a. Strategi Korporat, suatu pernyataan maksud sebuah perusahaan, arah pertumbuhannya dan tujuan jangka panjangnya. Tujuan korporat perusahaan terpusat pada sebuah pernyataan kunci: bisnis apa yang harus digeluti perusahaan?. Strategi korporasi akan menentukan apakah bentuk kegiatan bisnis dari organisasi tersebut, perlukah suatu perusahaan diintegrasikan dengan perusahaan lain atau harus berdiri sendiri dan bagaimana bisnis tersebut berhubungan dengan masyarakat.
- b. Strategi bisnis, pernyataan rinci definisi, misi, tujuan unit bisnis, dan ancangan-ancangan yang akan digunakan untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan. Isu utama strategi pada level ini ialah berkenaan dengan persaingan di suatu pasar oleh setiap unit bisnis, misalnya apa saja keuntungan pesaing, apa peluang yang dapat dimanfaatkan, bagaimana perusahaan harus mengalokasikan sumber dayanya untuk mencapai posisi kompetitif yang diinginkan.
- c. Strategi Operasional, suatu pernyataan rinci tujuan jangka pendek dan metode yang akan digunakan oleh suatu bidang operasional untuk mencapai tujuan jangka pendek unit bisnisnya. Isu utama strategi pada level ini berkenaan dengan bagaimana masing-masing bagian dari organisasi dapat dirangkai secara bersama-sama

¹⁵ Thomas Sumarsan, *Sistem Pengendalian Manajemen*, (Jakarta: Indeks Puri Media, 2013), 60-61.

membentuk *strategic architecture* yang akan efektif mampu menghasilkan arah strategik.

2. Tipe-Tipe Strategi

Menurut Freddy bahwa pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan 3 tipe strategi yaitu, strategi manajemen, strategi investasi, dan strategi bisnis.¹⁶

- a. Strategi manajemen, meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya: strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi akuisis, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan dan sebagainya.
- b. Strategi investasi, merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi, misalnya: apakah organisasi ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahap, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi dan sebagainya.
- c. Strategi bisnis, sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya: strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.

¹⁶ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), 6-7.

- d. Strategi pemasaran sering disebut juga pemasaran yang mencakup beberapa hal istilah atas kesempatan kepemilikan, sasaran, pengembangan strategi, perumusan rencana implementasi serta pengawasan.

3. Komponen-Komponen Strategi

Strategi yang dibangun dan disusun secara baik berisi pula lima komponen yaitu diantaranya sebagai berikut:¹⁷

- a. Lingkup dari suatu perusahaan untuk diperluas dari domain strategik, yang mencakup jumlah dan jenis industri, lini produk dan segmen pasar bersaing atau rencana untuk dimasuki dari dimensi-dimensi tersebut.
- b. Tujuan dan sasaran, dimana strategi harus dapat dirinci dalam menjalankannya pada satu atau lebih dimensi dari kinerja seperti volume, pertumbuhan, kontribusi laba atau *Return On Investment* (ROI)
- c. Penyebaran dan pengalokasian sumber daya, dimana setiap perusahaan akan menghadapi keterbatasan sumber daya manusia dan keuangan sehingga perlu disiapkan suatu strategi untuk menetapkan keputusan mengenai bagaimana dapat dicapainya dan dialokasikannya sumber daya tersebut di antara bisnis, produk pasar,

¹⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan Dan Pengendalian Jilid 1*, penerjemah Bob Sabran (Erlangga, Jakarta, 1989), 75.

bagian-bagian fungsional dan kegiatan atau aktivitas di dalam setiap bisnis atau produk pasar.

d. Pengidentifikasian keunggulan bersaing yang berkelanjutan, dengan penetapan strategi yang menspesifikasikan bagaimana perusahaan akan bersaing dalam setiap bisnis dan produk pasar di dalam bidang bisnisnya, terutama dengan mengembangkan dan mempertahankan keunggulan yang berbeda di atas atau melebihi para pesaing yang ada dan pesaing potensialnya.

e. Sinergi, yang dilakukan perusahaan yang saling melengkapi bisnisnya, produk pasar, penyebaran atau pengalokasian sumber daya dan saling melengkapi kompetensi serta saling memperkuat satu dengan yang lainnya. Dengan demikian perusahaan mampu meningkatkan kinerja keseluruhan guna meningkatkan kinerja bisnis yang terkait dan pada akhirnya keseluruhan bisnis perusahaan akan menjadi lebih besar lagi.

4. Pengembangan Ekonomi

Pengembangan secara bahasa merupakan proses, cara atau perbuatan mengembangkan.¹⁸ Pengembangan juga diartikan proses penciptaan kemakmuran melalui mobilitas sumber-sumber daya

¹⁸“Pengembangan“ KBBI Daring, 2016. Web. 28 Jun 2021.

manusia, finansial, modal, fisik, dan alam untuk menghasilkan barang dan jasa yang bisa dipasarkan.¹⁹

Kemudian dalam penelitian ini akan dijabarkan pengertian kata ekonomi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Ekonomi adalah ilmu mengenai asas-asas produksi, distribusi, dan pemakaian barang-barang serta kekayaan (seperti hak keuangan, perindustrian, dan perdagangan). Selain itu ekonomi juga bisa diartikan juga sebagai pemanfaatan uang, tenaga, waktu, dan sebagainya. Ekonomi bisa diartikan juga sebagai tata kehidupan perekonomian (suatu negara).²⁰

Jadi yang dimaksud dengan pengembangan ekonomi dalam penelitian ini adalah suatu cara yang terstruktur yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas dengan memanfaatkan (keuangan) suatu tempat.

Upaya pengembangan, seperti yang dikatakan Ginanjar Kartasasmita²¹ harus dilakukan melalui tiga arah.

Pertama, menciptakan suasana iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). Artinya setiap manusia atau setiap masyarakat telah memiliki potensi, sehingga pada langkah pemberdayaan diupayakan agar mendorong dan membangkitkan kesadaran masyarakat akan pentingnya mengembangkan potensi-potensi yang telah dimiliki.

¹⁹ Deardorff, A. "Economic Development," *Journal of International Trade and Economic Development*, 19 March 2010, 9-32.

²⁰ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi ketiga (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 287.

²¹ Ginanjar, Kartasasmita. *Pembebasan Budaya Kita, (Power and Empower; Sebuah telaah Mengenai Konsep Pemberdayaan Masyarakat)*(Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2006), 34.

Kedua, memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat (*empowering*). Artinya langkah-langkah pemberdayaan diupayakan melalui aksi-aksi nyata seperti halnya pendidikan, pelatihan, peningkatan kesehatan, pemberian modal, informasi, lapangan kerja, pasar serta sarana prasarana lainnya.

Ketiga, melindungi masyarakat (*Protection*). Hal ini berarti dalam pemberdayaan masyarakat perlu pengupayaan langkah-langkah yang mencegah persaingan secara tidak seimbang serta praktek eksploitasi yang kuat terhadap yang lemah, melalui adanya aturan atau semacam kesepakatan yang jelas untuk melindungi golongan lemah.²²

Langkah-langkah perencanaan program-program itu setidaknya mempunyai enam tahap.

Pertama, tahap *problem posing* (pemaparan masalah) yang dilakukan dengan mengelompokkan dan menentukan masalah-masalah dan persoalan-persoalan yang ada di masyarakat, dengan memfasilitasi kegiatan musyawarah atau diskusi dalam bentuk kelompok atau komunitas.

Kedua, tahap *problem analysis* (analisis masalah). Tahap ini dilakukan dengan mengumpulkan berbagai informasi ruang lingkup permasalahan-permasalahan yang dihadapi masyarakat.

Ketiga, tahap penentuan tujuan (*aims*) dan sasaran (*objectives*).

79. ²²Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat: Wacana dan Praktik*, (Jakarta: Kencana, 2014),

Keempat, tahap *action plans* (perencanaan tindakan). Tahap ini dilakukan dengan perencanaan bermacam aksi untuk mencapai tujuan.

Kelima, tahap pelaksanaan kegiatan. tahap ini dilakukan dengan mengimplementasikan langkah-langkah penembangan msyarakat yang telah dirancang.

Keenam, tahap evaluasi yang dilakukan secara terus menerus, baik secara formal atau informal.²³

Ismet Firdaus mengatakan pemberdayaan ekonomi masyarakat setidaknya mencakup tiga bidang yaitu:²⁴

- a. Pemberdayaan aset manusia (*human asset*). Berkaitan erat dengan pemberdayaan kualitas sumber daya manusianya. Secara umum meliputi intelgensia, latar belakang pendidikan, pengalaman, pengetahuan, keterampilan dan lainnya. Usaha untuk meningkatkan aset manusia dengan program kualitatif seperti pelatihan keterampilan, penyuluhan yang tujuannya adalah peningkatan kualitas SDM.
- b. Pemberdayaan aset modal keuangan (*finansial asset*). Meliputi modal produksi seperti tanah, bangunan, mesin produksi dan komponen produksi lainnya. Salah satu permasalahan yang dihadapi pelaku perekonomian adalah sulitnya untuk mendapatkan modal.
- c. Pemberdayaan aset social (*social asset*). Meliputi keluarga, teman, koneksi, jaringan sosial dalam bentuk dukungan emosional,

²³*Ibid.*, 84-86.

²⁴Ismet Firdaus dan Ahmad Zaky. *Upaya meningkatkan equity perempuan dhuafa Desa Bojong Indah*, (Parung. Jakarta: Dakwah Press 2008), 226.

informasi dan akses yang lebih mudah dari pekerjaan, kredit dan tipe aset lainnya.

B. Strategi Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Semenjak zaman Rasulullah SAW umat Islam telah berhasil menggeluti dunia bisnis atau perdagangan. Seperti halnya Rosululloh dan para sahabatnya yang banyak menjadi pengusaha besar dan bisnisnya melewati batas teritorial Mekkah dan Madinah. Adapun mereka dapat membangun bisnisnya berdasarkan nilai-nilai yang terkandung dalam ekonomi syariah. Baik dalam transaksi, manajemen, hubungan transaksi perdagangan, serta pengambilan keputusan bisnis yang berlandaskan pada nilai-nilai keislaman.²⁵

Sebagaimana hal tersebut bahwa dalam berbisnis seharusnya dilakukan sesuai dengan ajaran islam yang di dalam berbisnis mempunyai aturan dan batasan-batasan tertentu :

1. Niat Baik

Artinya bahwa dalam berbisnis niat baik sebagai pondasi dari amal perbuatan manusia. Jika niat yang terkandung dalam berbisnis itu baik dan arena sebagai bentuk beribadah kepada allah maka bisnis yang akan kita jalankan akan dimudahkan dan mendapatkan keberkahan. Maka dari itu dalam berwirausaha setiap muslim dituntun agar usaha yang ditekuni

²⁵Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta : Gema Insani Press,2002), 11.

tersebut bukan hanya untuk mencari keuntungan saja namun juga ridha Allah.²⁶

Sebagaimana yang terkandung dalam firman Allah:

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ
وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. لَا شَرِيكَ
لَهُ وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ
الْمُسْلِمِينَ. (الأنعام : 162-163)

Artinya: "Katakanlah: Sesungguhnya sembahyangku, ibadahku, hidupku, dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam. Tiada sekutu baginya, demikian itulah yang diperintahkan kepadaku dan aku adalah orang pertama-tama yang menyerahkan diri kepada Allah" (Al-An'am: 162-163)²⁷

Adapun maksudnya semakin seseorang ikhlas dan mempunyai niat yang baik dalam menjalankan aktivitas hidupnya (berwirausaha) maka Allah akan memberikan pertolongan dalam setiap usaha yang dilakukan untuk mengembangkan bisnisnya dan batuan Allah akan terus mengalir seiring dengan niat yang baik dalam hatinya.

2. Berinteraksi dengan Akhlak

²⁶Ibid., 15.

²⁷ M.Quraish Shibab, *Tafsir Al- Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al Qur'an*,(Jakarta : Lentera Hati,2001),17.

Dalam rancangan bangunan ekonomi islam, akhlak adalah bangunan puncaknya. Karena akhlak merupakan tujuan dakwah para nabi berupa penyempurnaan akhlak manusia.

Berikut ini merupakan akhlak dasar yang seharusnya dimiliki oleh pebisnis muslim:

a) Jujur

Dalam mengembangkan harta, seseorang harus menjunjung tinggi kejujuran. Karena untuk memperbaiki kinerja bisnis maka perlu tingkat kejujuran yang tinggi sehingga tujuan-tujuan perusahaan akan tercapai. Bukan hanya itu dengan kejujuran maka dapat menghapus dosa, mencegah kecurangan, dan dapat mengantarkan manusia menuju surga-Nya Allah.²⁸

Sebagaimana firman Allah swt:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا

اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا . يُصْلِحْ

لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ

ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ

فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا .

(الاحزاب: 70-71)

²⁸ Ma'aruf Abdulloh, *Wirausaha Berbasis Syariah*, (Banjarmasin : Antasari Press,2011),18.

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar. Niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosa. Dan barang siapa menaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar.” (Al-Ahzab: 70-71)

Jika dalam berdagang kita jujur maka, kita akan dipercayai oleh pelanggan dan disukai oleh pelanggan kita, sehingga hal tersebut akan menunjang kelancaran bisnis yang kita lakukan. Misalnya dalam hal pengambilan keputusan, dimana banyak pembeli yang sangat memerlukan informasi yang akurat. Dan kita sebagai pelanggan hendaknya memberikan informasi yang sesuai dengan spesifikasi produk yang kita jual.²⁹

b) Amanah

Artinya dapat dipercaya (al-amin) maksudnya kedudukan seseorang yang dapat dipercaya. Adapun yang dimaksud amanat bukan hanya menjaga harta, dalam dalam bekerja seseorang juga harus dapat menjaga nama baik perusahaannya dan amanat untuk memberikan informasi kepada pihak tertentu.

Seperti yang terkandung dalam firman Allah:

²⁹Rikza Abdullah, “Kiat menjadi Orang Kaya” dalam artikel Desember 2015, 13-14.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا
تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا
أَمْنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ.

(الانفال : 75)

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul Muhammad dan juga janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedangkan kamu mengetahui." (Al-Anfal ayat: 27)³⁰

Adapun dalam syariat Islam mengajarkan bahwa dalam berwirausaha hidupkan mata hati untuk menegakkan sikap amanah. Karena dalam sikap amanah juga akan menjaga hak-hak Allah dan hak-hak manusia sehingga ia tidak akan lalai dalam menjaga kewajibannya. Misalnya dalam berdagang juga amanah bisa dilihat dari pedagang yang menjelaskan kepada calon pelanggannya bahwa kondisi barang yang dijual misalnya rusak/cacat sehingga harga yang diberikan sekian. Hal tersebut termasuk amanah dan menjadi berkah dalam kehidupannya.

c) Toleran

³⁰ Dwi Suwiknyo, Kompilasi Tafsir ayat-ayat Ekonomi Islam ,(Yogyakarta : Pustaka Pelajar,2010), 11.

Maksudnya dengan adanya sikap toleran yang dimiliki oleh pebisnis muslim maka, hal tersebut akan memberikan banyak manfaat dan memudahkan urusan transaksi bisnisnya, dapat mempermudah hubungan yang baik dengan calon pembeli dan mempercepat perputaran modal.³¹

Allah berfirman:

وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
وَالْعُدْوَانَ وَاللَّهُ شَدِيدُ
الْعِقَابِ. (المائدة : 2)

Artinya: "dan tolong-menolong kamu dalam mengerjakan kebajikan dan taqwa dan jangan tolong-menolong dalam peruatan dosa dan pelanggaran. Dan bertaqwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya. (Al-Maidah: 2)³²

Sebagaimana maksud dari surah yang tersebut bahwa Allah akan mencurahkan rahmat bagi orang-orang yang mau untuk bertoleran baik ketika membeli, menjual ataupun mangasih hutang. Dan toleran merupakan bentuk dari ketaqwaan kita kepada Allah jika kita sebagai manusia tidak menaati perintah-Nya maka sungguh siksa Allah itu sangat pedih.

d) Menepati Janji

³¹ Ma'aruf Abdulloh, *Wirausaha*, 22.

³²Al-Qur'an, 5:2.

Maksudnya menepati janji itu tidak ingkar atau semua bentuk komitmen yang telah disepakati. Islam sangat menganjurkan umatnya untuk menepati janji. Karena janji adalah hutang, dan hutang itu harus dibayar.³³ Seperti firman Allah:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا
تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى
فَاكْتُبُوهُ. (البقرة : 282)

Artinya: "Hai, orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya." (Al-Baqarah: 282)³⁴

Sebagaimana yang terkandung dalam surah tersebut bahwa umat muslim yang tidak menepati janji termasuk orang-orang yang munafik, karena janji itu layaknya hutang yang harus dibayar dan harus ditepati. Allah juga memerintahkan kepada manusia yang hendak bermuamalat bahwa dalam melakukan transaksi perjanjian bisnis tertulis hitam diatas putih dengan ketentuan yang jelas supaya tidak terjadi perselisihan diantara keduanya.

C. Pengembangan Ekonomi Pondok Pesantren

³³ Ma'aruf Abdulloh, Wirausaha, 23.

³⁴ Al-Qur'an, 2:282.

Pengembangan sebagai proses penciptaan kemakmuran melalui sumber-sumber daya manusia, finansial, modal, fisik, dan alam untuk menghasilkan suatu barang dan jasa yang bisa dipasarkan. pesantren tentu mempunyai banyak potensi ekonomi yang perlu dikembangkan. Kekuatan pesantren yang terstruktur seharusnya dapat lebih diberdayakan lagi dalam peningkatan perekonomiannya baik untuk pesantren itu sendiri, wilayah disekitarnya maupun yang lebih luas dan tidak menutup kemungkinan bila diberdayakan dengan sangat benar pesantren akan dapat menjadi kekuatan ekonomi yang dapat menguatkan pondasi perekonomian nasional.

Salah satu penyebab kegagalan system perekonomian Indonesia adalah adanya kebijakan pemerintah mengenai system ekonomi konglomerasi. Sistem ekonomi yang berbasis konglomerasi ini pada nyatanya hanya mampu menguntungkan orang atau kelompok yang telah memiliki kemampuan dan akses ekonomi, sehingga hanya bersifat individu atau kelompok yang untung, sementara masyarakat yang tidak memiliki kemampuan dan akses, tidak bisa melakukan kegiatan-kegiatan ekonomi yang dapat menguntungkan usahanya.³⁵

Dalam hal ini perilaku ekonomi sendiri harus diarahkan untuk meningkatkan kesejahteraan³⁶. Sebagai solusi yang solutif sehingga tidak ada ketimpangan dalam pengembangan ekonomi. Salah satu solusi tersebut adalah pondok pesantren dianggap sebagai lembaga potensial untuk

³⁵Nur Syam, “Penguatan Kelembagaan Ekonomi Berbasis Pesantren”, dalam A. Halim et al *Manajemen Pesantren*, (Yogyakarta: Pusaka Pesantren, 2005), 248.

³⁶Wardi Bahtiar, *Sosiologi Klasik, dari Comte Hingga Parsons*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), 19.

bergerak ke arah ekonomi berbasis ummat, sebagaimana kekuatan yang dimilikinya. Jika Pondok Pesantren hanya menjadi penonton di era yang akan datang, maka lembaga-lembaga ekonomi mikro lain boleh bergerak ke arah kemajuan.³⁷

Sasaran akhir dari pengembangan ekonomi pondok pesantren adalah kemandirian pesantren itu sendiri. Sekaligus juga memberi peran dan kontribusi lebih dalam mensejahterakan dan mengembangkan ekonomi masyarakat guna memberi harapan baru pada masyarakat terhadap pondok pesantren dalam mengurangi kemiskinan, pengangguran.

Selama ini pondok pesantren selalu dilabeli dengan lembaga yang mempunyai kekuatan ekonomi dari iuran dan sumbangan dari santri dan memperoleh ataupun meminta dana bantuan dari institusi formal atau non formal. Pondok pesantren akan terbebas dari anggapan itu apabila menjadi lembaga yang kuat dalam sector ekonomi, dengan demikian setiap kegiatan, pembangunan atau kegiatan lain tidak perlu lagi sibuk mengedarkan proposal bantuan kesana-kemari.



³⁷*Ibid.*, 248.