

# MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

**MEMBANGUN BISNIS YANG BERKELANJUTAN  
DENGAN PRINSIP MANAJEMEN ISLAMI**

PENULIS  
Dr. Sri Iswati, S.Pd., M.Si  
Sakum, S.E., M.M.

# **MANAJEMEN BISNIS SYARIAH**

Membangun Bisnis Yang Berkelanjutan  
Dengan Prinsip Manajemen Islami

Penulis:

Dr. Sri Iswati, S.Pd., M.Si.

Sakum, S.E., M.M.



**MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
MEMBANGUN BISNIS YANG BERKELANJUTAN  
DENGAN PRINSIP MANAJEMEN ISLAMI**

Penulis:

**Dr. Sri Iswati, S.Pd., M.Si.  
Sakum, S.E., M.M.**

Desain Cover:

**Rizki Putri, S.E., M.Han.**

Sumber Ilustrasi:

**Rizki Putri, S.E., M.Han.**

Tata Letak:

**Handarini Rohana**

Editor:

**Dr. Sarwo Edy, S.Ag., M.M.  
Nani Hartati, S.E., M.M.  
M. Hamdan Ainulyaqin, S.E.I., M.E.  
Listian Indriyani Achmad, S.Sos., M.M.  
Ismamudi, S.E., M.M.**

ISBN:

**978-623-500-122-7  
978-623-500-145-6 (PDF)**

Cetakan Pertama:

**Mei, 2024**

---

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

**by Penerbit Widina Media Utama**

---

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

**PENERBIT:**

**WIDINA MEDIA UTAMA**

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas  
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

**Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020**

Website: [www.penerbitwidina.com](http://www.penerbitwidina.com)

Instagram: [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)

Telepon (022) 87355370

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan berkah-Nya kepada saya sehingga buku ini dapat diselesaikan tanpa kendala yang cukup berarti. Intisari buku ini mengangkat permasalahan manajemen bisnis dengan prinsip islami.

Manajemen syariah melibatkan tindakan yang berhubungan dengan nilai-nilai keimanan dan kesadaran akan keesaan Allah. Manajemen menurut syariah memiliki pengertian yang cukup luas. Pengertian manajemen dalam bahasa arab disebut dengan *idarrah*. *Idarrah* adalah suatu aktivitas khusus menyangkut kepemimpinan, pengarahan, pengembangan personal, perencanaan dan pengawasan terhadap pekerjaan-pekerjaan yang berkenaan dengan unsur-unsur pokok dalam suatu proyek. Dalam islam, manajemen juga memiliki prinsip-prinsip seperti keadilan, tanggung jawab, dan komunikatif yang dapat digunakan sebagai panduan.

Pemikiran manajemen dalam Islam didasarkan pada ayat-ayat Al-Qur'an dan petunjuk-petunjuk Al-Sunnah. Selain itu, ia juga berdasarkan pada nilai-nilai kemanusiaan yang berkembang dalam masyarakat pada saat itu. Berbeda dengan manajemen islam, manajemen konvensional adalah sistem yang memiliki nilai-nilai yang bebas dan hanya berfokus pada pencapaian manfaat dunia semata.

Untuk mencapai tujuan dengan efektif dan efisien, penting untuk mengikuti prinsip-prinsip atau unsur-unsur manajemen. Prinsip manajemen merupakan dasar-dasar atau panduan kerja yang sangat penting dan tidak boleh diabaikan oleh setiap manajer atau pimpinan. Dalam praktiknya, prinsip-prinsip manajemen ini sebaiknya tidak bersifat kaku, tetapi harus fleksibel, sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan lingkungan. Dalam islam, manajemen juga memiliki prinsip-prinsip yang dapat digunakan sebagai panduan. Prinsip manajemen dalam islam yaitu keadilan, pertanggung jawaban, dan komunikatif.

Manajemen Bisnis Syariah merupakan sebuah konsep yang menggabungkan prinsip-prinsip Islam dengan prinsip-prinsip manajemen dalam menjalankan aktivitas bisnis. Dengan semakin berkembangnya kesadaran akan pentingnya keberlanjutan dan keberkahan dalam bisnis, potensi pasar Manajemen Bisnis Syariah pun semakin terbuka lebar. Salah satu potensi pasar yang menarik dari Manajemen Bisnis Syariah adalah pasar Muslim yang semakin berkembang.

Seiring dengan perkembangan perusahaan atau bisnis, semakin banyak persoalan yang dihadapi. Salah satu masalah yang timbul adalah batasan dalam menjalankan bisnis, seperti permasalahan terkait lingkungan yang dapat menyebabkan ketidaknyamanan bagi masyarakat. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu menjalin hubungan yang baik dengan publik untuk menjaga kelangsungan bisnisnya. Dalam hal ini, kegiatan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) atau disebut sebagai CSR (*Corporate Social Responsibility*) menjadi penting agar perusahaan dapat memenuhi tanggung jawab sosialnya.

Penulis berharap buku ini mampu memberikan gambaran secara utuh terhadap aspek manajemen bisnis syariah. Terakhir, penulis mengharapkan kritik maupun saran, sehingga penulis bisa memperbaikinya di kemudian hari.

Tangerang, Maret 2024

**Penulis**

# DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>BAB 1 PENGENALAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH .....</b>	<b>1</b>
A. Definisi dan Prinsip-Prinsip Dasar Manajemen Bisnis Syariah .....	2
1. Definisi Manajemen Bisnis Syariah .....	4
2. Prinsip-Prinsip Dasar Manajemen Syariah .....	5
B. Perbedaan antara Manajemen Bisnis Konvensional dan Syariah .....	12
C. Keunggulan dan Potensi Pasar Manajemen Bisnis Syariah .....	13
<b>BAB 2 PRINSIP-PRINSIP KEUANGAN SYARIAH .....</b>	<b>17</b>
A. Pengenalan Prinsip-Prinsip Keuangan Syariah .....	17
B. Instrumen Keuangan Syariah yang Umum Digunakan .....	23
C. Prinsip-Prinsip dalam Pengelolaan Keuangan Syariah .....	26
<b>BAB 3 ETIKA BISNIS DALAM ISLAM .....</b>	<b>31</b>
A. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis dalam Islam .....	31
B. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan dalam Bisnis Syariah .....	35
C. Etika dalam Hubungan Bisnis dan Konsumen .....	40
<b>BAB 4 MANAJEMEN RISIKO DALAM BISNIS SYARIAH.....</b>	<b>43</b>
A. Pengenalan Manajemen Risiko dalam Bisnis Syariah.....	43
B. Identifikasi Risiko dan Strategi Pengelolaan Risiko Syariah.....	50
C. Asuransi Syariah Sebagai Alat Pengelolaan Risiko.....	56
1. Dasar Hukum Manajemen Risiko Asuransi Syariah .....	59
2. Urgensi Manajemen Asuransi Syariah .....	62
<b>BAB 5 PEMASARAN DAN PENJUALAN DALAM BISNIS SYARIAH.....</b>	<b>65</b>
A. Strategi Pemasaran dan Penjualan yang Sesuai dengan Prinsip Syariah .....	65
1. Pengertian Pemasaran Syariah .....	65
2. Prinsip Pemasaran Syariah.....	66
3. Tujuan Pemasaran Syariah.....	67
4. Strategi Pemasaran Syariah .....	68
B. Penggunaan Media Sosial dan Teknologi dalam Pemasaran Syariah ..	71
C. Etika dalam Pemasaran dan Penjualan Produk Syariah .....	78
1. Pengertian Etika Pemasaran Syariah .....	79
2. Sumber-Sumber Hukum Etika Pemasaran .....	81
3. Prinsip Etika Pemasaran Islami .....	83

<b>BAB 6 MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM BISNIS SYARIAH .....</b>	<b>89</b>
A. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Bisnis Syariah ·	91
B. Landasan dan Dasar Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Bisnis Syariah .....	93
C. Rekrutmen, Seleksi, dan Pengembangan Karyawan Syariah .....	94
1. Rekrutmen Karyawan Syariah .....	94
2. Seleksi Karyawan Syariah .....	96
3. Pelatihan dan Pengembangan Karyawan Syariah .....	97
D. Kebijakan Insentif dan Kompensasi yang Sesuai dengan Prinsip Syariah .....	98
1. Kebijakan Insentif .....	98
2. Kebijakan Kompensasi .....	103
E. Pengelolaan Hubungan Kerja yang Adil dan Berkeadilan .....	112
<b>BAB 7 STUDI KASUS BISNIS SYARIAH .....</b>	<b>115</b>
A. Contoh-Contoh Kasus Nyata Tentang Bisnis Syariah di Berbagai <i>Sector</i> .....	115
B. Analisis Tantangan dan Keberhasilan yang Dihadapi dalam Bisnis Syariah .....	129
C. Pembelajaran dari Studi Kasus untuk Pengembangan Bisnis Syariah	140
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>144</b>
<b>PROFIL PENULIS .....</b>	<b>148</b>



**BAB**  
**1**

## **PENGENALAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH**

---

Agar dapat mengelola kehidupan di dunia ini dengan efektif dan bertanggung jawab, manusia membutuhkan pemahaman, pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang profesional. Dalam konteks masa kini, hal ini sering disebut sebagai manajemen. Manajemen telah dipraktekkan sejak lama akan tetapi belum dianggap sebagai ilmu. Dalam pandangan konvensional dijelaskan bahwa manajemen sudah dipraktekkan pada saat pembangunan piramida giza di Mesir. Sedangkan dalam pandangan syariah (islam) bahwa manajemen itu ada sejak proses penciptaan manusia sebagai khalifah dimuka bumi ini yang dijelaskan dalam surat Al-Baqarah ayat 30, yang dimana terdapat aspek manajemen yang melibatkan adanya ide, diskusi mengenai ide tersebut untuk mendapatkan umpan balik, dan proses pengambilan keputusan.

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ

Artinya: "Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para Malaikat: "Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi". Mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan



# BAB 2

## PRINSIP-PRINSIP KEUANGAN SYARIAH

### A. PENGENALAN PRINSIP-PRINSIP KEUANGAN SYARIAH

Keuangan syariah adalah bentuk keuangan yang didasarkan pada syariah atau bangunan hukum Islam. Syariah, berarti “jalan menuju sumber air”, dipenuhi dengan tujuan moral dan pelajaran tentang kebenaran. Karena itu syariah lebih dari sekedar seperangkat aturan-aturan hukum.



Gambar 2.1 Prinsip Ekonomi dan Keuangan Syariah



## ETIKA BISNIS DALAM ISLAM

---

### A. PRINSIP-PRINSIP ETIKA BISNIS DALAM ISLAM

Etika berasal dari bahasa Yunani kuno “*ethikos*” yang berarti timbul dari kebiasaan. Secara definisi etika adalah seperangkat prinsip moral yang membedakan baik dan buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif, karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu.

Dalam khazanah pemikiran Islam, etika atau *al-akhlak* dipahami sebagai ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada lainnya, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia didalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat. Etika dalam Islam mencakup berbagai aspek, diantaranya:

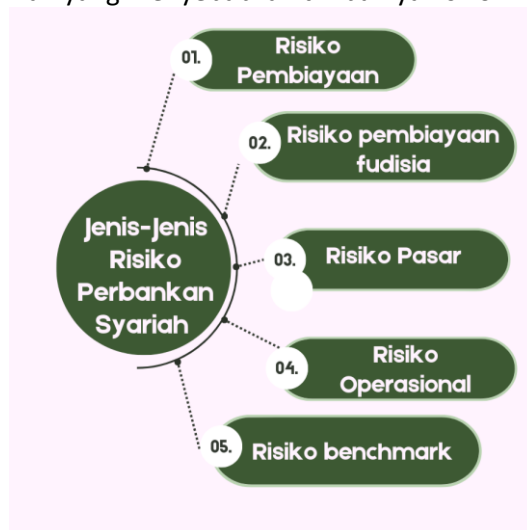
1. Etika islam memiliki kerangka acuan yang terdiri dari Al-Quran, Hadis, dan Ijtihad. Mengikuti Al-Quran dan Hadis dengan teguh akan mencegah seseorang tersesat. Ijtihad, sebagai upaya terbaik, dilakukan oleh para pakar untuk menyelesaikan masalah yang tidak secara eksplisit tercantum dalam Al-Quran dan Hadis.
2. Etika Islam juga membahas landasan dogmatis seperti akhlak dan ibadah, yang harus dimiliki oleh setiap individu agar dapat menghadapi kehidupan dengan baik, termasuk manajer dan bawahan.
3. Pembahasan lainnya mencakup manajemen Islam, melibatkan kepemimpinan dan administrasi berdasarkan iman, sertaitas sebagai manajer Muslim yang mendukung sistem manajemen Islam yang kok.
4. Beberapa sifat harus dimiliki oleh seorang manajer termasuk kompetensi, kemampuan, profesionalisme, dan menjadi panutan.
5. Etika Islam juga membahas sistem ekonomi Islam

# BAB 4

## MANAJEMEN RISIKO DALAM BISNIS SYARIAH

### A. PENGENALAN MANAJEMEN RISIKO DALAM BISNIS SYARIAH

Manajemen risiko adalah mengidentifikasi, mengukur, memantau dan mengendalikan jalannya kegiatan usaha dengan tingkat risiko yang wajar secara terarah. Risiko secara lebih luas bisa diartikan, kemungkinan terjadinya sesuatu yang tidak diinginkan. secara sederhana pengertian manajemen risiko adalah, pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen dalam penanggulangan risiko, terutama risiko yang dihadapi oleh bank, perusahaan atau kelompok-kelompok lain. Konsep risiko timbul karena adanya ketidakpastian. Ketidakpastian inilah yang menyebabkan timbulnya risiko.



Gambar 4.1 Jenis-Jenis Risiko Perbankan Syariah



## **PEMASARAN DAN PENJUALAN DALAM BISNIS SYARIAH**

---

### **A. STRATEGI PEMASARAN DAN PENJUALAN YANG SESUAI DENGAN PRINSIP SYARIAH**

#### **1. Pengertian Pemasaran Syariah**

Sebagian besar unit perusahaan biasanya terfokus pada kegiatan produksi produk. Namun, penting bagi sebuah perusahaan untuk mempertahankan strategi pemasaran agar tetap dapat bersaing dengan bisnis lainnya. Strategi pemasaran digunakan untuk mencapai keunggulan kompetitif baik bagi perusahaan yang memproduksi barang maupun jasa. Untuk menghadapi perubahan lingkungan internal dan eksternal, strategi pemasaran memerlukan pendekatan analisis yang mempertimbangkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pabrik atau perusahaan tersebut.

Pada berbisnis pemasaran ialah suatu strategi bisnis yang mengarah pada proses menciptakan serta menawarkan produk pada pelanggan. Definisi yang dikemukakan oleh beberapa ahli tentang pemasaran antara lain:

- a. Menurut William J. Stanton, pemasaran meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan kegiatan untuk merencanakan dan menentukan harga, sehingga mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun potensial.
- b. Menurut Philip Kotler mendefinisikan pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia melalui proses pertukaran



## MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM BISNIS SYARIAH

---

Perkembangan ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia melibatkan proses sistematis dalam fungsi manajemen, seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan sumber daya manusia dalam organisasi. Untuk mencapai tujuan bersama, diperlukan kemampuan dari Manajer SDM yang proaktif dan responsif terhadap perubahan pasar tenaga kerja yang dipengaruhi oleh faktor ekonomi, politik, dan keamanan. Perkembangan manajemen sumber daya manusia ditentukan oleh 5 faktor yaitu:

- a. Perkembangan pengetahuan manajemen yang dipelopori oleh Taylor.
- b. Kekurangan tenaga kerja pada perang dunia I bagi negara-negara yang terlibat peperangan.
- c. Kemajuan yang dicapai serikat-serikat pekerja.
- d. Semakin meningkatnya campur tangan pemerintah dalam hubungan antara majikan dan buruh.
- e. Akibat depresi besar tahun 1930. Depresi panjang tahun 1930 merupakan kejadian yang diakibatkan tidak terkendaliannya perekonomian, yang bermula di Amerika Serikat ditandai jatuhnya harga saham pada 4 September, dan puncaknya 29 Oktober yang dikenal sebagai *Black Tuesday* (Selasa yang kelam), hal ini menjalar keseluruh dunia termasuk Indonesia yang masih dijajah Belanda.

Dalam perkembangannya, fungsi utama Manajemen Sumber Daya Manusia mengalami perubahan signifikan. Sekarang, bidang ini terintegrasi dengan bidang-bidang lain dalam organisasi dan kebijakan yang diambil oleh



## STUDI KASUS BISNIS SYARIAH

---

### A. CONTOH-CONTOH KASUS NYATA TENTANG BISNIS SYARIAH DI BERBAGAI *SECTOR*

Bisnis syariah merupakan suatu aktivitas usaha yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan melalui penjualan produk, dengan prinsip-prinsip yang didasarkan pada syariat. Istilah "syariah" merujuk pada aturan atau ketentuan yang telah ditetapkan oleh agama Islam. Konsep bisnis syariah menggabungkan prinsip-prinsip agama Islam dengan kegiatan bisnis untuk menciptakan model yang adil, transparan, dan berkelanjutan. Bisnis syariah ini terdiri dari beberapa *sector* dan tentunya setiap *sector* pasti memiliki beberapa kasus dalam menjalankan bisnis syariah ini, seperti:

#### 1. Sektor Perdagangan

Masyarakat memiliki opsi yang mudah untuk mencari penghasilan melalui kegiatan berdagang. Dengan memulai dari modal yang relatif kecil dan memiliki pengetahuan yang memadai, mereka dapat terlibat dalam kegiatan berdagang dan memenuhi kebutuhan mereka melalui hasil dari berdagang. Dalam konteks perdagangan, sangatlah umum bagi seorang pedagang untuk mencari keuntungan. Namun, untuk mencapai keuntungan tersebut, penting bagi pedagang untuk memperhatikan pihak lain. Salah satu bentuk perhatian tersebut adalah dengan menjalankan perilaku etis dalam berdagang, demi keberlanjutan bisnis pedagang itu sendiri. Pedagang dapat menunjukkan perilaku etis dengan menerapkan nilai-nilai moral dalam setiap aktivitasnya, jika dilihat dari perspektif jangka panjang. Perilaku yang tidak etis dapat berdampak merugikan diri sendiri, karena di masa depan, konsekuensi yang tidak diinginkan dapat terjadi jika seorang pedagang tidak menjalankan nilai-nilai moral dalam setiap aktivitasnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Ma'ruf M, & Hakim, B. R. (2014). Manajemen bisnis syariah. In *Manajemen Bisnis Syariah*.
- Akbar. C, Eril, Abdullah, M. W., & Awaluddin, M. (2022). Manajemen Risiko Di Perbankan Syariah. *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(2), 51–56. <https://doi.org/10.46870/milkiyah.v1i2.230>
- Anastasia, M., & Oktafia, R. (2021). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Kerupuk Desa Tlasi Tulangan Sidoarjo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 431–444. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).7773](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).7773)
- Anonim. (2018). *Contoh-Beberapa-Perusahaan-Yang-Melanggar-Etika-Bisnis*. 1–30.
- Antonio, Syafii, M. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani.
- Arif, M., Zulfa, M., & Purwati, A. A. (2020). Potensi Pasar Modern Syariah dalam Pengembangan Ekonomi Masyarakat Kota Pekanbaru. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 4(1), 182–195. <https://doi.org/10.31539/costing.v4i1.1549>
- Arifin, Z. (2002). *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Alfabet.
- Armi, B. (2022). *PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA MEDAN KCP SETIA BUDI)*.
- Ash-shiddiqy, M. (2023). Analisis Peluang dan Tantangan Perbankan Syariah di Era Digital. *JASIE - Journal of Aswaja and Islamic Economics*, 02(01), 9–16.
- Attoillah, M. (2014). *Hukum Wakaf*. Bandung: Rama Widya.
- Badrudin. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Barus, E. E. (2016). Implementasi Etika Bisnis Islam ( Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan ). *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 2(2), 125–146.
- Burhany, D. I., Dahtiah, N., & Syarief, A. (2020). Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Pada Bank Syariah Dan Konvensional Beserta Determinannya. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 4(3), 306–331. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2020.v4.i3.4531>

- Dahlia, D., & Purnamasari, K. (2022). Analisis Keberhasilan Usaha Ditinjau Dari Pelayanan, Harga Dan Lokasi Pada Usaha Kuliner Di Desa Batumarta II Kabupaten OKU Provinsi Sumatera Selatan. *Mbia*, 21(1), 87–97. <https://doi.org/10.33557/mbia.v21i1.1742>
- Dewan Syariah Nasional. (2001). *Fatwa Dewan Syariah Nasional No.21/DSN-MUI/X/2001 Tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah*.
- Faraby, M. E. (2014). *ETOS KERJA PEDAGANG ETNIS MADURA DI PUSAT GROSIR SURABAYA DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM*. 1(3), 1–23.
- Hafidhuddin. (2019). *Pengantar Manajemen Syariah*. Depok: Rajawali pers.
- Hamid, A., & Zubair, M. K. (2019). Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 16–34. <https://doi.org/10.35905/balanca.v1i1.1037>
- Hasibuan, M. S. P. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- IPB University. (2021). *Manajemen SDM Syariah*.
- Jamaludin, N., & Nursakinah, Y. (2022). Etika Bisnis Syariah: Studi Kasus Pada Warung Sembako Kelurahan Binong Kabupaten Tangerang. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 61. <https://doi.org/10.32507/ajei.v13i1.1090>
- Jusriadi, E., & Syafaruddin. (2021). *Pengantar Manajemen (Perspektif Konvensional & Syariah)*.
- Kartajaya, H. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.
- Kementerian Keuangan. (2021). Keuangan Syariah Sangat Berperan dalam Pemulihan Ekonomi Nasional. Retrieved from <https://fiskal.kemenkeu.go.id/baca/2021/08/25/4308-keuangan-syariah-sangat-berperan-dalam-pemulihan-ekonomi-nasional>
- Komariah, K. (2019). Strategi Manajemen Syariah Dalam Menghadapi Era Digital Dan Memenangkan Persaingan Pasar Di Samarinda Kalimantan Timur. *Darul Ulum: Jurnal Ilmiah Keagamaan, Pendidikan Dan Kemasyarakatan*, 10(2), 115–136. Retrieved from <http://stidukotabarbaru.ac.id/ejournal/index.php/darululum/article/view/27%0Ahttps://stidukotabarbaru.ac.id/ejournal/index.php/darululum/article/download/27/15>
- Leksana, T. (2020). Analisis Kelayakan Bisnis Syariah Fesyen Muslim. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1–19.
- Mansyuroh, F. A. (2018). PELUANG DAN TANTANGAN BISNIS HOTEL SYARIAH PADA MASYARAKAT KOSMOPOLITAN. *AT-TARADHI: Jurnal Studi Ekonomi*, 9.



- Masduqie, M. H. A., Syarifudin, S., & Yudha, A. T. R. C. (2021). Manajemen Risiko Asuransi Syariah: Dasar Hukum, Tahapan dan Urgensinya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(5), 593.
- Mayanti, Y., & Dewi, R. P. K. (2021). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Bisnis Islam. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 1(3), 651–660. <https://doi.org/10.35313/jaief.v1i3.2612>
- Muhammad. (2014). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Muniroh, L., H., & Marlina, A. (2017). Manfaat Penggunaan Media Sosial Terhadap Peningkatan Penjualan Tas Pada Pengrajin Tas Di Ciampea. *Inovator*, 6(2), 57. <https://doi.org/10.32832/inovator.v6i2.1046>
- Nur, M. T. (2015). Kompensasi Kerja dalam Islam. *Jurnal Muamalah*, V(2), 120–128.
- Nuriawati. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Pemasaran Dalam Bisnis Syariah. *Izzi (Sekolah Tinggi Ekonomi Dan Bisnis Islam Badri Mashduqi)*, 1(1), 42–54.
- Prof. Dr. E. Mulyasa, M. P. (2021). *Manajemen Berbasis Sekolah*. Tangerang: PT.Gramedia.
- Putri., A. Z., Tarmizi, A., & Andriani, B. F. (2023). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Keberhasilan Usaha (Studi Pada Usaha Rempeyek Ilham Kota Jambi). *Journal of Student Research*, 1(5), 343–357.
- Rahmah, A. U., Latifa, O. W., Lestiawan, A. F., & Fadhil, M. (2020). *Pemanfaatan Ekstrak Kol Ungu ( Brassica oleracea L.) sebagai Larutan Indikator untuk Penunjang Pembelajaran Materi Kimia Asam-Basa pada SMAN 1 Wonosari*. 133–137.
- Richard L. (2006). *Management (Manajemen)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rivai, V. (2010). *Islamic Banking Sebuah Teori Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Rivai, V., & Sagala, E. J. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan : Dari Teori ke Praktik Edisi Kedua*. Jakarta: Rajawali pers.
- Romdonny, J., & Rosmadi, M. L. N. (2018). Peran Media Sosial Dalam Mendukung Pemasaran Produk Organisasi Bisnis. *Ikraith Ekonomika*, 1(2), 25–30. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/267974-peran-media-sosial-dalam-mendukung-pemas-118e37b9.pdf>
- Sari, I. (2017). *PENERAPAN ETIKA BISNIS BAGI PEDAGANG MUSLIM DALAM PERSAINGAN USAHA (Studi Pada Pasar Butung Makassar)*.
- Sula, M. S. (2004). *Asuransi Syariah (life and general) Konsep dan Sistem Operasional*. Jakarta: Gema Insani.
- Sunyoto, D. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Caps.

- Suparmin, A. (2019). Asuransi Syariah Di Indonesia Hukum Prospek Dan Tantangan. *El-Arbah: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Perbankan Syariah*, 1(01), 1–30. <https://doi.org/10.34005/elarbah.v1i01.526>
- Sustrana, yudi. (2023). *Manajemen Sumber Daya Manusia Disrupsi Teknologi Dan Kesenjangan Generasi*. Jakarta: Jejak Publisher.
- Yusanto, M. I., & Widjajakusuma, M. K. (2002). *Menggagas bisnis islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Yusuf, B. (2017). *Manajemen sumber daya manusia di lembaga keuangan syariah*. Jakarta: Rajawali pers.

## PROFIL PENULIS

### Dr. Sri Iswati, S.Pd., M.Si.



Penulis adalah dosen tetap Universitas Pertahanan (UNHAN). Penulis telah menempuh berbagai jenjang pendidikan mulai dari S1 Pendidikan pada Sekolah Tinggi Kejuruan Ilmu Pendidikan (STKIP) Jakarta. Dilanjutkan dengan S2 Kajian Ketahanan Nasional di Universitas Indonesia. Lalu mengambil S3 Ekonomi di Universitas Borobudur.

Penulis juga telah mengikuti banyak sekali pendidikan kedinasan diantaranya adalah Sus Auditor, Sus Pengadaan Barang dan Jasa, Sus Simak Barang Milik Negara. Selain itu, penulis juga mengikuti Diklat Penilaian Kinerja dan Kompetensi ASN. Lalu penulis juga pernah mengikuti pendidikan kedinasan TOF Ahli Golongan, TOF Pelatihan Kepemimpinan Pengawas (PKP) dan Pelatihan Kepemimpinan Administrator (PKA). Penulis juga mengikuti Diklat Wi Latsar, Diklat AKD, dan Diklat Dosen Anti Korupsi.

Penulis pernah memiliki pengalaman menjabat sebagai Widyaiswara Pustdiklat Teknik Fungsional Pertahanan (TEKFUNGHAN) Kementerian Pertahanan (KEMHAN) dan juga menjabat sebagai Dosen Ekonomi Makro Fakultas Manajemen Universitas Pertahanan (UNHAN).

### Sakum, S.E., M.M.



Penulis lahir pada 1 April 1973, merupakan sosok yang berdaya dan berdedikasi, tinggal di Condet Balekambang Kramat Jati, Jakarta Timur. Dengan nomor kontak 08129691671 dan surel [mr.sakum@yahoo.co.id](mailto:mr.sakum@yahoo.co.id), penulis adalah individu yang berstatus berkeluarga, ayah dari dua putri dan satu putra. Selain mengabdikan diri dalam pekerjaan dan pendidikan, ia memiliki hobi yang menyenangkan, yaitu *travelling*, yang mencerminkan rasa keingintahuannya terhadap dunia.

*Motto* hidupnya adalah "Buatlah Kesan di Setiap Kesempatan," mencerminkan semangatnya untuk memberikan dampak positif dalam setiap momen kehidupan. Saat ini, penulis menduduki posisi sebagai Ketua Dewan Pembina Mahasiswa di STAI Pelita Bangsa.

Penulis telah menempuh berbagai jenjang pendidikan, di antaranya Pendidikan Strata Dua (S2) di STIMA IMMI Jakarta pada tahun 2009 dan Pendidikan Strata Satu (S1) di Universitas Pakuan Bogor pada tahun 1999. Meskipun beberapa program pendidikannya tidak selesai, ia tetap berkomitmen untuk terus belajar dan berkembang.

Dalam dunia kerja, penulis memiliki pengalaman yang luas, termasuk menjadi Dosen di Sekolah Tinggi Agama Islam Pelita Bangsa dan *Staff* Program Studi Ekonomi Pertahanan Universitas Pertahanan. Sebelumnya, ia juga menjadi guru di Sekolah Madrasah Tsanawiyah At-Taqwa 08 Bekasi dan memiliki pengalaman sebagai Direktur Utama PT. Pratama Kurnia Jakarta. Selain itu, penulis pernah menjadi *Even Organizer Tournament Golf* di Air Power Center Indonesia Jakarta dan *Staff* Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta.

Penulis juga aktif dalam penelitian, dengan beberapa proyek penelitian terakhirnya melibatkan pengembangan pelabuhan di Belitung Timur, potensi pengembangan wilayah melalui BUMDes di Desa Kutuh Bali, pengembangan desa wisata di berbagai daerah, dan pengembangan destinasi wisata Danau Toba di Sumatera Utara. Melalui kontribusinya dalam dunia akademis, penelitian, dan organisasi, penulis menjadi figur yang berpengaruh dan inspiratif.

Buku ini, berjudul "Manajemen Bisnis Syariah: Membangun Bisnis yang Berkelanjutan dengan Prinsip Manajemen Islami", berpusat pada pentingnya penerapan manajemen prinsip islami dalam membangun bisnis kelanjutan.

Sinopsis ini akan mengungkapkan isi buku tersebut dan menggambarkan bagaimana buku ini dapat menginspirasi dan memberikan wawasan kepada para pembacanya. Buku ini dimulai dengan pendahuluan yang membahas definisi dan prinsip dasar dalam manajemen bisnis syariah. Pembaca akan diperkenalkan pada perbedaan antara manajemen bisnis konvensional dengan manajemen bisnis syariah. Pembaca juga akan diperkenalkan pada keunggulan dan potensi pasar manajemen bisnis syariah.

Selanjutnya, buku ini mengajak pembaca untuk memahami prinsip-prinsip keuangan syariah. Pembaca akan diberikan pemahaman mendalam mengenai *instrument* keuangan syariah hingga pengelolaan keuangan syariah. Selain itu, buku ini juga mengajak pembaca untuk mengetahui lebih dalam mengenai etika bisnis dalam islam yang meliputi tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan hingga etika dalam berhubungan bisnis dengan konsumen.

Setelah membahas prinsip keuangan syariah dan etika bisnis dalam islam, buku ini melanjutkan dengan memberikan pemahaman mengenai manajemen risiko dalam bisnis syariah. Pembaca akan diajak untuk mengenal manajemen risiko dalam bisnis syariah, mengidentifikasi risiko hingga pengelolaan risiko syariah dan juga memberikan pemahaman mengenai asuransi syariah.

Selain itu, buku ini juga menggali mengenai pemasaran dan penjualan dalam bisnis syariah. Pembaca akan diperkenalkan kepada pengertian, prinsip, tujuan hingga strategi pemasaran yang sesuai dengan prinsip syariah. Pembaca juga akan diberikan pemahaman mengenai pemanfaatan media sosial dan teknologi dalam pemasaran syariah. Tidak hanya itu, pembaca juga akan dikenalkan dengan etika dalam pemasaran dan penjualan produk syariah.

Selanjutnya, buku ini juga menggali mengenai manajemen sumber daya manusia dalam bisnis syariah. Pembaca akan diberikan pemahaman yang mendalam mengenai landasan dasar manajemen sumber daya manusia, proses rekrutmen, seleksi hingga pelatihan dan pengembangan karyawan sesuai syariah. Pembaca juga akan dikenalkan dengan kebijakan insentif dan kompensasi yang sesuai dengan prinsip syariah serta pengelolaan hubungan kerja yang adil.

Terakhir, buku ini juga menyajikan beberapa studi kasus mengenai bisnis syariah. Pembaca akan dikenalkan dengan beberapa contoh kasus nyata tentang bisnis syariah beserta pembelajarannya yang dapat diambil.

Dalam kesimpulan buku ini, pembaca akan dipacu untuk mengambil tindakan nyata dalam melakukan manajemen bisnis yang sesuai dengan prinsip syariah. Buku ini memberikan inspirasi dan harapan untuk mengubah pola pikir dan perilaku manajemen perusahaan atau pelaku bisnis agar bisnisnya bisa menjadi lebih baik mengikuti prinsip-prinsip manajemen bisnis syariah.

Dengan memanfaatkan potensi generasi milenial dan memaksimalkan pengetahuan mengenai manajemen bisnis berdasarkan prinsip syariah, kita dapat menciptakan masa depan pengusaha dan juga karyawan yang jauh lebih baik. Buku ini adalah panduan praktis yang menginspirasi dan memberikan wawasan bagi pembaca untuk terlibat secara aktif memahami serta menyumbangkan upaya mereka demi kemajuan masyarakat.