

IMPLEMENTATION OF SHARIA MANAGEMENT AND BUSINESS STRATEGIES WITH SYIRKAH MUDHARABAH TO DO BUSINESS EXPANSION AT ISTANA LAUNDRY IN SAMARINDA

IMPLEMENTASI MANAJEMEN SYARIAH DAN STRATEGI BISNIS DENGAN SYIRKAH MUDHARABAH DALAM MELAKUKAN EKSPANSI BISNIS PADA ISTANA LAUNDRY DI SAMARINDA

Muhammad Sirajul Amin Mubarak, M. Tahir, Moh. Mahrus
Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhamad Idris (UINSI) Samarinda
email: sirajulaminmubarak@gmail.com

Article Info

Received	Accepted	Published
12 Juni 2022	15 Juni 2022	29 November 2022

Keywords:

Sharia Management
Business strategy
Mudharabah Syirkah
Business Expansion

ABSTRACT

The purpose of this research study is to determine the implementation of sharia management with syirkah mudharabah in conducting business expansion at the Laundry Palace in Samarinda and business strategies in expanding business at the Laundry Palace in Samarinda. The research method used is a type of field research (field research). Researchers used a triangulation approach in collecting data. Data collection techniques using interviews / interviews, field observations and documentation. The data analysis model in this study follows the concept given by Miles & Huberman. Miles & Huberman namely data reduction, data presentation, verification or data inference and conclusions. The results of this research are: 1) Implementation of sharia management with syirkah mudharabah in conducting business expansion at the Laundry Palace based on management functions, namely: a) Planning (planning), b) Organizing, c) Actuating, and d) Controlling (controlling). Meanwhile 2) Implementation of business strategies in conducting business expansion at Istana Laundry based on the basic elements of strategic management, namely: a) Environmental observation using SWOT analysis, b) Strategy formulation based on the results of SWOT analysis, c) Implementation of strategies carried out by Istana Laundry from the results of the formulation strategy and d) Evaluation.

ABSTRAK

Kata Kunci:

Manajemen Syariah
Strategi Bisnis
Syirkah Mudharabah
Ekspansi Bisnis

Tujuan penelitian riset ini yaitu untuk mengetahui implementasi manajemen syariah dengan syirkah mudharabah dalam melakukan ekspansi bisnis pada Istana Laundry di Samarinda dan strategi bisnis dalam melakukan ekspansi bisnis pada Istana Laundry di Samarinda. Metode penelitian yang dilakukan merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Peneliti menggunakan pendekatan triangulasi dalam melakukan pengumpulan data. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara/interview, observasi lapangan maupun dokumentasi. Model analisis data dalam penelitian ini mengikuti konsep yang diberikan Miles & Huberman. Miles & Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, verifikasi atau penyimpulan data dan kesimpulan. Hasil riset ini adalah: 1) Implementasi manajemen syariah dengan syirkah mudharabah dalam melakukan ekspansi bisnis pada Istana Laundry berdasarkan fungsi manajemen yaitu: a) Perencanaan (*planning*), b) Pengorganisasian (*organizing*), c) Pelaksanaan (*actuating*), dan d) Pengontrolan (*controlling*). Sedangkan 2) Implementasi strategi bisnis dalam melakukan ekspansi bisnis pada Istana Laundry berdasarkan elemen dasar manajemen strategi yaitu: a) Pengamatan lingkungan menggunakan analisis SWOT, b) Perumusan strategi yang dilakukan berdasarkan hasil analisis SWOT, c) Implementasi strategi yang dilakukan Istana Laundry dari hasil perumusan strategi dan d) Evaluasi.

Copyright and License:

Authors retain copyright and grant the journal right of first publication with the work simultaneously licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) that allows others to share the work with an acknowledgment of the work's authorship and initial publication in this journal.



1. PENDAHULUAN

Salah satu bisnis yang berhasil menerapkan sistem kerja sama (*syirkah*) dan memiliki 11 (sebelas) cabang/*outlet* dengan jumlah karyawan 69 orang yang tersebar di kota Samarinda ialah Istana Laundry. Istana Laundry mendapatkan prestasi sebagai *Runner Up Indonesia Best Practice Laundry Award* dan sudah memiliki sertifikasi ISO 9001:2015 bertaraf Internasional.

Agama Islam menjelaskan bahwa segala sesuatu yang akan dikerjakan harus jelas, yaitu jelas apa yang akan dikerjakan (halal), jelas cara mengerjakannya (tidak menghalalkan segala cara), dan jelas apa yang dihasilkan dan manfaatnya (benar dan adil). Inilah yang ditetapkan dalam manajemen *syariah* (Syarifuddin et al., 2020). George Terry dalam manajemen menggolongkan menjadi perencanaan, pengorganisasian, pergerakan dan pengendalian (Terry, 2021).

Manajemen dalam arti mengatur sesuatu agar melakukan dengan baik, tepat, dan terarah merupakan sesuatu yang disyaratkan ajaran Islam (Munir, 2021). Adapun manajemen *syariah* adalah seni mengelola sumber daya yang dimiliki dengan tambahan sumber daya dan metode *syariah* yang tercantum dalam Al-Qur'an atau Hadits Nabi Muhammad SAW.

عَنْ أَبِي مُحَمَّدٍ الْحَسَنِ بْنِ عَلِيٍّ بْنِ أَبِي طَالِبٍ سِبْطِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَرِجْحَانَتِهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ: خَفِظْتُ مِنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: دَعَا مَا يَرِيئُكَ إِلَى مَا لَا يَرِيئُكَ

Artinya: “Bersumber dari Abu Muhammad Hasan bin Ali bin Abi Thali –cucu Rasulullah dan bunga wangi (kesayangan) beliau— semoga Allah senantiasa meridai mereka. Ia berkata: Aku hafal dari Rasulullah SAW (perkataan): Tinggalkan yang meragukanmu menuju pada yang tidak meragukanmu” (HR. Tirmidzi: 2518)

Dalam Al-Qur'an juga terdapat penjelasan tentang manajemen, sebagai berikut:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُفَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًا كَانَتْهُمْ بُنْيَانًا مَرْمُوضًا

Terjemahan: “Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang berperang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur, mereka seakan-akan seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh.”(Q.S As-Shaff:4) (Shihab, 2020).

Manajemen *syariah* adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian/pelaksanaan, dan pengawasan/ pengontrolan sumber daya manusia untuk mencapai sasaran yang diinginkan sesuai ajaran Islam. *Syariah* menghendaki kegiatan ekonomi yang halal, baik produk yang menjadi objek, cara memperolehnya, maupun cara penggunaannya. Selain itu, prinsip investasi *syariah* juga harus dilakukan tanpa paksaan (*ridha*), adil, dan transaksinya berpijak pada kegiatan produksi dan jasa yang tidak dilarang dalam Islam, termasuk bebas manipulasi dan spekulasi (Harahap, 2017).

2. METODE

Penelitian yang dilakukan di Istana Laundry ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dimana penelitian yang objeknya adalah tentang peristiwa-peristiwa atau gejala-gejala yang terjadi pada kelompok masyarakat (Nazir, 2003). Penelitian ini dilaksanakan di cabang-cabang Istana Laundry yang ada di Kota Samarinda. Terutama cabang yang memiliki sistem kerja sama. Teknik pengumpulan data penelitian naturalistik kualitatif, teknik pengumpulan data dapat dibuat di lapangan tempat penelitian berlangsung agar sesuai dengan penelitian di lapangan. Untuk memperoleh data dari lapangan dapat menggunakan pedoman wawancara/interview, observasi lapangan maupun dokumentasi (Sari et al., 2022).

Peneliti menggunakan pendekatan triangulasi dalam melakukan pengumpulan data. Triangulasi menurut Cohen dan Manion adalah upaya untuk memetakan atau menjelaskan lebih lengkap kekayaan dan kompleksitas perilaku manusia dengan mempelajarinya dari lebih satu sudut pandang (Raco, 2018). peneliti melakukan triangulasi dengan cara membandingkan data hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data yang peneliti lakukan dengan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan

yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain (Anggito & Setiawan, 2018). Model analisis data dalam penelitian ini mengikuti konsep yang diberikan Miles & Huberman. Miles & Huberman mengungkapkan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus pada setiap tahapan penelitian sehingga sampai tuntas. Tahapan dalam analisis data model ini adalah Reduksi data, Penyajian Data, Verifikasi atau penyimpulan data dan kesimpulan (Fadli, 2021).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Implementasi manajemen syariah dengan syirkah mudharabah dalam melakukan ekspansi bisnis pada Istana Laundry di Samarinda

Manajemen memiliki empat fungsi yang utama yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan. manajemen adalah suatu bentuk kerja. *Manager* dalam melakukan pekerjaannya harus melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu (Basyirah & Wardi, 2020).



Dalam Islam tentunya bisnis dan perniagaan akan selalu di sesuaikan pada kehendak dari Allah SWT pada penciptaan manusia sebagai khalifah dan pengabdian ibadah. Sebagaimana dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah : 30:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰئِكَةِ اِنِّيْ جَاعِلٌ فِي الْاَرْضِ خَلِيْفَةً قَالُوْۤا اَنْتَجْعَلُ فِيْهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيْهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَآءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ اِنِّيْۤ اَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُوْنَ

Terjemah: "Dan 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 Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui"(Q.S. Al-Baqarah:30) (Shihab, 2020).

Beberapa penelitian sebelumnya terkait dalam penelitian ini adalah (Purboningrum, 2018) dengan judul analisis Strategi Ekspansi dalam Pengembangan Bisnis di Pasar Global (Studi Kasus pada PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Dalam Akuisisi Thang Long Cement Company di Vietnam). Berdasarkan analisis dan hasil penelitian ini dapat disimpulkan, bahwa salah satu faktor harapan agar *grow up* dan menjadi lebih berkembang lagi merupakan satu dari beberapa tujuan inti PT tersebut melakukan perluasan ke pasar dunia, strategi bisnis dipergunakan berdasarkan hasil analisis perusahaan tersebut, yaitu menjalani sebuah strategi membeli saham perusahaan lain atau ekspansi eksternal akuisisi. Melalui analisis SWOT, ditemukan bahwa kekuatan atau *strength* yang paling besar perusahaan adalah terletak pada manajemen finansial dan pengalaman perusahaan serta merk yang kuat. Namun, ada kelemahan juga pada perusahaan itu dapat dikatakan gagal adalah belum ada pengalaman yang dimiliki setiap perusahaan jika melakukan strategi bisnis dengan cara akuisisi perusahaan lain. Peluang terbesar juga terdapat pada pertumbuhan industri dan konsumsi semen di Vietnam terbilang

cukup tinggi permintaannya. Namun, beragam ancaman yang dihadapi adalah memiliki daya saing bisnis yang serupa.

(Basyirah & Wardi, 2020) dengan judul Penerapan POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) Manajemen Risiko Pembiayaan Modal Usaha Tabarak di PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Hasil penelitian menyatakan bahwa penerapan manajemen risiko pembiayaan modal usaha Tabarak di PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan menerapkan *planning* berupa menjalankan 2C (*character, capacity*) 1S (*syiah*) sesuai kondisi pasar. Penerapan *organizing* berupa pengelompokan karyawan menjadi beberapa divisi sesuai tugas dan fungsi, mengelompokan nasabah menjadi 2 bagian yaitu nasabah lama dan nasabah baru serta mengklasifikasi usaha yang diberikan pembiayaan. Pada proses *actuating* yang menjadi kunci adalah melakukan observasi berkala. *Controlling* angsuran pembiayaan modal usaha yaitu dengan melaksanakan monitoring, seperti kunjungan dadakan ke lokasi usaha nasabah atau inspeksi mendadak (SIDAK).

(Ardani, 2020) dengan judul Tinjauan Hukum Islam Terhadap Implementasi Syirkah di Rental Play Station Desa Mlorah Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk. Dengan hasil yaitu syirkah di Rental ini diperbolehkan, karena dalam praktek kerjasama syirkah ini tidak ada unsur gharar dalam pembagian keuntungannya. Mereka saling rela dalam perolehan pendapatan tiap harinya tidak ada salah satu pihak yang merasa dirugikan ataupun ditipu.

Berdasarkan teori George Terry, jika dikaitkan dengan cara Istana Laundry mengelola bisnis yang di mana sebagai pihak pengelola, maka dapat dirumuskan berdasarkan fungsi manajemen yang dilakukan Istana Laundry dalam mendirikan cabangnya yaitu sebagai berikut:

1. Perencanaan (*planning*)

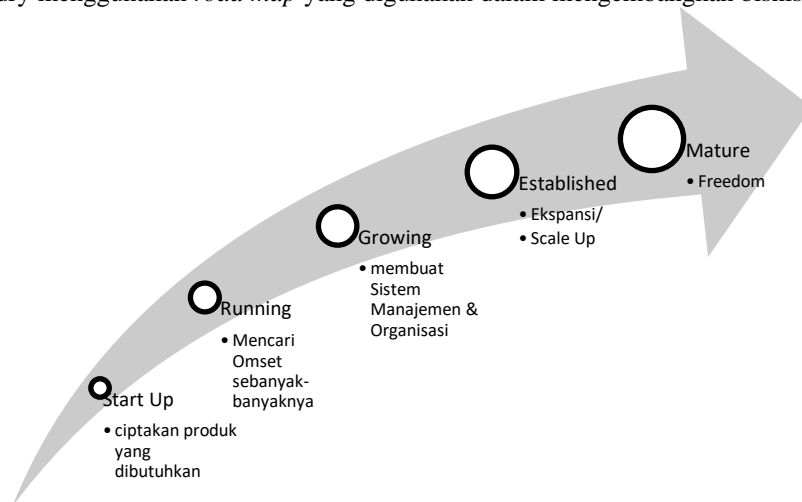
Dalam kegiatan perencanaan, jika dikaitkan dengan teori yang telah disampaikan sebelumnya, maka tahapan perencanaan pada Istana Laundry sebagai berikut:

a) Menetapkan tujuan.

Pada tahapan ini Istana Laundry menetapkan tujuan untuk meningkatkan bisnisnya (*scaling up*) yaitu melakukan Ekspansi/penambahan cabang di kawasan Kota Samarinda. Ekspansi ini ditargetkan akan dilakukan terus hingga memiliki 15 cabang yang tersebar di Kota Samarinda.

b) Merumuskan keadaan saat ini

Istana Laundry menggunakan *road map* yang digunakan dalam mengembangkan bisnis:



Istana Laundry memiliki lima tahapan dalam mengembangkan bisnisnya. Tahap pertama yaitu *start up* dengan menciptakan produk yang dibutuhkan. Tahap kedua yaitu *running* dengan menjalankan bisnis yang telah dibuat dengan tujuan mencari omset semaksimal mungkin. Tahap ketiga yaitu *growing*, tahap ini ditandai dengan bisnis yang dijalankan sudah mulai susah diatur karena belum memiliki sistem, maka pada tahap ini barulah membuat sistem manajemen dan organisasi agar bisnis yang terus bertumbuh dapat berjalan dengan teratur. Tahap keempat yaitu *established*, bisnis yang dijalankan sudah tersistem dengan baik dan sudah bisa diduplikasi untuk memperluas pasar. Tahap kelima yaitu *mature*, bisnis sudah dewasa artinya bisnis tersebut sudah jalan dengan sendirinya tanpa melibatkan *owner*.

Berdasarkan tahapan tersebut Istana Laundry sudah berada pada tahap keempat yaitu *growing* dengan melakukan ekspansi. Tentu saja Istana Laundry sudah memiliki sistem manajemen dan organisasi sebelum memasuki tahap keempat. Dari sisi produksi, Istana Laundry sudah memiliki kapasitas yang besar. Dengan besarnya kapasitas produksi Istana Laundry yaitu 5 ton/hari, maka masih memungkinkan untuk terus menambah cabang. Di mana saat ini kapasitas yang terpenuhi rata-rata 1,5 ton/hari. Dalam segi kualitas, Istana

Laundry sudah tersertifikasi ISO 9001:2015 dalam hal manajemen mutu. Artinya Istana Laundry sangat mampu bersaing dengan kompetitor karena memiliki kualitas produksi standar Internasional.

c) Mengidentifikasi segala kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman pada Istana Laundry dapat diidentifikasi menggunakan analisis SWOT yaitu *Strengths* (kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman).

d) Mengembangkan rencana atau serangkaian kegiatan.

Dalam merencanakan untuk mendirikan sebuah *outlet* baru, hal pertama tentunya Istana Laundry melakukan *budgeting* terlebih dahulu untuk menentukan perlengkapan apa saja yang akan diperlukan pada suatu cabang. Istana Laundry memiliki beberapa jenis sistem kemitraan, yaitu:

- kemitraan manajemen saja, nilai investasi untuk kemitraan manajemen saja adalah berkisar Rp. 35.000.000.
- kemitraan manajemen *plus outlet*, nilai investasi untuk kemitraan outlet saja adalah Rp. 50.000.000.
- kemitraan manajemen, *outlet* dan mesin, nilai investasi untuk kemitraan ini adalah Rp. 200.000.000. s/d Rp. 300.000.000.

2. Pengorganisasian (*organizing*)

Dalam pengorganisasian, Istana Laundry sudah menyusun sumber daya yang dibutuhkan dan dapat dilihat dari format struktur organisasinya. Jika diurai, Istana Laundry dipimpin oleh *general manager* dan dibantu oleh *co-manager*. Untuk membantu *manager* mengembangkan bisnis, Istana Laundry juga memiliki konsultan bisnis. Dalam bidang pekerjaan Istana Laundry membagi menjadi empat divisi utama, empat divisi ini kedepannya akan memiliki *manager* masing-masing. Hal ini belum terlaksana karena belum mendapatkan SDM yang cocok. Empat divisi tersebut yaitu:

- a) Divisi *marketing & sales*, divisi ini terdiri dari tiga sub yaitu *marketing* bertugas memasarkan produk-produk jasa yang ada di Istana Laundry, *sales* bertugas melayani pelanggan/calon pelanggan dan lebih fokus di *workshop*, dan *customer service* bertugas melayani pelanggan/calon pelanggan yang ada di tiap-tiap cabang. Pada divisi ini terdapat 30 orang karyawan.
- b) Divisi produksi, divisi ini terdiri dari dua sub yaitu sub cuci yang bertugas melakukan pencucian pakaian pelanggan dan sub *delivery* yang bertugas sebagai penghubung antara *workshop* dengan cabang Istana Laundry dengan melakukan antar/jemput pakaian. Pada divisi ini terdapat 24 orang karyawan.
- c) Divisi keuangan, divisi ini bertugas mengatur segala urusan keuangan Istana Laundry. Pada divisi ini terdapat 3 orang karyawan.
- d) Divisi human resource development, divisi ini bertugas mengurus kepegawaian seperti melakukan perekrutan, membuat aturan, memberikan pelatihan, dan sebagainya. Pada divisi ini terdapat 1 orang karyawan.

Dalam melakukan ekspansi pada Istana Laundry, sumber daya yang terlibat adalah *general manager* sebagai pimpinan yang akan melakukan rapat dan MOU kepada calon mitra/investor, konsultan bisnis Istana Laundry (Istana Group) sebagai tim yang akan mempromosikan kemitraan, survei lapangan, serta pendirian/renovasi cabang. *Customer service* sebagai SDM yang akan menempati cabang baru, jika belum ada maka akan dilakukan perekrutan oleh bagian HRD.

Adapun dalam proses perekrutan SDM, Istana Laundry membuka lowongan kerja dan biasanya disebarakan melalui *social media*, kemudian jika memenuhi kriteria maka akan dipanggil untuk wawancara, jika diterima maka karyawan baru tersebut akan menerima pelatihan untuk menjalankan SOP yang ada selama 7-14 hari di cabang sementara untuk didampingi. Lamanya masa pelatihan tergantung dari perkembangan kesiapan karyawan baru tersebut sebelum akhirnya ditempatkan ke cabang yang telah ditentukan.

3. Pelaksanaan (*actuating*)

Dalam proses pelaksanaan atau penggerakan dalam upaya mendirikan cabang baru (ekspansi), tentu saja dana harus sudah tersedia. Sumber dana tersebut berasal dari mitra/investor, maka agar tujuan ekspansi bisa tercapai, perlu bagi Istana Laundry mendapatkan investor.

Istana Laundry dalam proses mendapatkan investor yaitu melakukan pemasaran program kemitraan melalui proposal kemitraan. Proposal tersebut dibuat bersama tim konsultan Istana Laundry yaitu divisi *research and development* Istana Group dan dibantu *manager* Istana Laundry. Proposal tersebut diinformasikan melalui media sosial, rekan-rekan bisnis, komunitas bisnis atau ketika Bapak Syamsudin sebagai pendiri Istana Laundry mengisi materi di pelatihan bisnis.

Ketika Istana Laundry mendapatkan calon mitra untuk berinvestasi, maka hal yang dilakukan adalah manajemen Istana Laundry akan mencari dan survey lokasi yang akan dijadikan *outlet* baru apakah berpotensi atau tidak, kemudian mempresentasikan Proposal kemitraan di depan calon mitra untuk memberi pemahaman tentang sistem bisnis yang lebih dalam sebelum calon mitra memutuskan menandatangani perjanjian kerja sama dan menyerahkan dana investasi. Adapun rincian perencanaan dalam mendirikan *outlet*

baru dengan sistem kemitraan guna melakukan ekspansi, tertuang pada proposal kemitraan Istana laundry, yaitu:

- a) Tahapan melakukan kemitraan
- b) Poin-poin utama Syarat dan ketentuan melakukan kerjasama

Berdasarkan uraian di atas, maka jika dikaitkan dengan *syarat syirkah mudharabah* menurut Ulama Hanafiyah yaitu sebagai berikut:

- a) *Al-'aqidayn* (dua orang yang melakukan perjanjian), mitra sebagai pemodal dan Istana Laundry sebagai pengelola. wakil dari *management* Istana Laundry yang melakukan *akad* sebagai pihak pengelola bisnis (*mudharib*) adalah *general manager* Istana Laundry Ibu Rohmah, orang yang mampu bertindak hukum dan layak diangkat sebagai wakil. Sedangkan pihak pemodal (*shahib al-mal*) atau disebut mitra, masing-masing cabang berbeda orang dan perjanjiannya pun terpisah. setiap cabang memiliki mitra masing-masing yang dalam perjanjiannya tidak saling berkaitan. Artinya dalam hal keuntungan di setiap cabang mitra menjadi keuntungan masing-masing mitra.
- b) *Mal* (modal) modal yaitu Rp. 50.000.000, jelas nilainya dan diberikan dalam bentuk tunai bukan dalam bentuk hutang atau piutang. Modal ini diserahkan saat melakukan penandatanganan surat perjanjian kerja sama. Modal ini dikeluarkan oleh mitra sebagai *shahib al-mal*, pihak *management* Istana Laundry sebagai *mudharib* tidak ikut serta mengeluarkan modal pada saat pendirian cabang.
- c) *'Amal* (bisnis yang dikelola), bisnis yang yaitu jasa *laundry*, bisnis *laundry* ini tidak termasuk ke dalam bisnis yang bertentangan dengan hukum Islam atau bukan bisnis yang dapat membahayakan bagi kehidupan manusia. Sebaliknya, bisnis Istana Laundry bertujuan untuk membantu meringankan pekerjaan manusia dalam bidang mencuci.
- d) *Al-ribhu* (laba atau keuntungan), keuntungan disepakati diawal dan tertuang jelas pada surat perjanjian kerja sama. pembagian keuntungan bagi mitra yang tidak menyediakan tempat adalah 15% untuk pihak mitra dan ada tambahan subsidi biaya sewa bagi mitra yang menyediakan tempat senilai Rp. 1.000.000 s/d Rp.2.500.000. sedangkan 85% untuk pihak *management* Istana Laundry. Pada perjanjian terbaru bagi mitra yang menjalin kerja sama pada tahun 2021 maka setelah satu tahun, persentase pembagian keuntungan (*nisbah*) berubah menjadi 10% untuk mitra dan 90% untuk *management* Istana Laundry. Pembagian keuntungan diambil dari seluruh penjualan sebelum dikurangi biaya operasional atau disebut *revenue sharing*. Dengan pembagian berdasarkan *revenue sharing*, artinya biaya operasional tidak dibebankan kepada mitra namun ditanggung oleh pihak *management* Istana Laundry. Oleh karena itu *management* Istana Laundry mendapat bagian yang lebih besar yaitu 85% di tahun pertama sedangkan mitra menerima bagian 15%. Hal ini dibenarkan dalam fatwa DSN nomor 07/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *mudharabah (qiradh)*, yaitu biaya operasional memang dapat dibebankan kepada pengelola (*mudharib*).¹ Selain keuntungan yang didapat, mitra juga menanggung kerugian jika terjadi kerusakan aset-aset yang ada di cabang mitra dan menanggung biaya perawatannya.

Adapun *rukun syirkah mudharabah* menurut Ulama Hanafiyah yaitu *Sighat* (pernyataan *ijab* dan *qabul*), *sighat* ini dalam implementasinya tertuang dalam bentuk surat perjanjian kerja sama yang ditandatangani oleh kedua belah pihak sebagai bukti tanda setuju dan sepakat melakukan kerja sama. Perjanjian antara *management* Istana Laundry dan mitra berlangsung selama 3 (tiga) tahun dan dapat diperpanjang jika kedua belah pihak sepakat. Dalam prakteknya, *sighat syirkah mudharabah* yang dilakukan Istana Laundry tidak hanya tertulis, namun juga ada pernyataan sepakat secara lisan. Hal ini karena ada juga syarat-syarat yang tidak tercantum di surat perjanjian dan disampaikan pada saat rapat terbuka sebelum tanda tangan perjanjian kerja sama.

Skema kerja sama kemitraan Istana Laundry yang senada dengan *skema syirkah mudharabah*. Dua pihak antara pengelola yaitu *management* Istana Laundry dan pihak pemodal yaitu mitra melakukan perjanjian kerja sama bagi hasil, mitra sebagai pemodal memberikan modal usaha Rp. 50.000.000 kepada *management* Istana Laundry untuk membangun cabang dan mengelolanya yaitu berupa bisnis jasa *laundry*. Kemudian dari hasil penjualan jasa, dilakukan bagi hasil berdasarkan *revenue sharing* dimana *management* Istana Laundry sebagai pengelola menerima bagian (*nisbah*) 85% sedangkan mitra sebagai pemodal menerima *nisbah* 15%. Bagi hasil akan dilakukan di akhir bulan atau paling lambat tanggal 10 bulan berikutnya.

Management Istana Laundry menanggung biaya operasional cabang berupa biaya cuci ke *workshop* Istana Laundry, gaji karyawan, biaya listrik, dan biaya sewa tempat di tahun kedua untuk cabang yang bukan milik dari mitra. Sedangkan mitra menanggung kerugian jika terjadi kerusakan aset-aset yang ada di cabang mitra. Berdasarkan penjelasan tersebut maka sudah sewajarnya *nisbah* di tahun kedua berubah menjadi 90% untuk pihak Istana Laundry dan 10% untuk mitra, karena di tahun kedua sewa tempat menjadi biaya operasional yang ditanggung Istana Laundry. Sedangkan pada mitra yang memiliki tempat sendiri seperti di

¹ Dewan Syariah Nasional MUI, *07/DSN-MUI/IV/2000 Pembiayaan Mudharabah (Qiradh)*, (Jakarta: Majelis Ulama Indonesia, 2000), h. 4.

cabang Lambung, cabang M. Said dan cabang Dr. Sutomo tidak mengalami perubahan persentase bagi hasil (*nisbah*).

Pelaksanaan pada Istana Laundry yang dilakukan cabang mitra secara garis besar terfokus pada penerimaan dan penyerahan pesanan (pakian). Sedangkan produksi (proses cuci) dilimpahkan ke *workshop* Istana Laundry Jalan Wijaya Kusuma karena cabang mitra tidak memiliki mesin cuci.

Pada dasarnya aset-aset Istana Laundry seperti mobil delivery atau mesin cuci di *workshop* Istana Laundry bukan termasuk modal kerja sama *syirkah mudharabah* Istana Laundry dengan cabang mitra, melainkan aset-aset tersebut milik *workshop* Istana Laundry cabang Jalan Wijaya Kusuma yang terpisah *akad* kerjasamanya. Sehingga penggunaan aset-aset milik *workshop* Istana Laundry oleh cabang mitra termasuk ke dalam biaya operasional yang ditanggung oleh pihak *management* Istana Laundry. Hal demikian karena jika aset-aset tersebut dipergunakan dan menghasilkan keuntungan di tempat lain maka cabang mitra tidak ikut mendapatkan *nisbah* dari keuntungan tersebut, keuntungan tersebut 100 persen diambil oleh *workshop* Istana Laundry sebagai pemilik aset. Oleh karena itu, dalam pelaksanaan *syirkah mudharabah* antara pihak manajemen Istana Laundry dengan mitra, pihak Istana Laundry hanya bertindak sebagai pengelola bisnis dan mitra menjadi pemodal untuk mendirikan cabang. Sementara itu karyawan yang ada di cabang mitra yaitu *Customer Service* (CS) merupakan perpanjangan tangan pihak manajemen Istana Laundry untuk mengelola bisnis-bisnis di cabang mitra.

Berdasarkan hasil penelitian, dalam pelaksanaan kegiatan bisnisnya, Istana Laundry menggunakan SOP agar para karyawan bekerja sebagaimana mestinya. Berdasarkan hal tersebut alur kerja cabang kemitraan Istana Laundry secara garis besar dari menerima pesanan di cabang mitra, penjemputan oleh petugas *delivery*, proses pencucian di *workshop*, hingga penyerahan kembali pakaian ke pelanggan adalah sebagai berikut:

- a) Pelanggan datang ke cabang Istana Laundry membawa pakaian kotor.
 - b) CS menerima pakaian pelanggan dan mendata pelanggan, seperti meminta nama, alamat dan nomor HP.
 - c) CS memeriksa pakaian pelanggan, memfoto dan mengunggah ke aplikasi lalu membuat nota penjualan.
 - d) Pelanggan membayar sesuai nota yang diberikan CS. Kemudian akan diberi kabar nantinya jika pakaiannya sudah selesai dicuci.
 - e) Jika petugas *delivery* datang maka CS akan menyerahkan pakian kotor dan mengambil pakaian bersih. agar tidak tertukar, ada label khusus yang ditempelkan ke kemasan pakaian dan setiap cabang memiliki kode label yang berbeda.
 - f) Jika petugas *delivery* pagi yang datang, CS akan memberikan uang penjualan yang nantinya akan diantar ke *workshop* Istana Laundry.
 - g) Petugas laundry akan mengantar pakaian kotor untuk diproses cuci, kemudian mengantar kembali ke cabang-cabang jika sudah selesai.
 - h) Pakaian yang sudah selesai dicuci dan sudah diantar petugas *delivery* dan diterima oleh CS di cabang, maka CS memberi kabar kepada pelanggan bahwa pakaiannya sudah selesai dicuci.
 - i) Pelanggan akan datang mengambil pakaiannya yang sudah selesai dicuci.
4. Pengontrolan (*controlling*)

Beberapa aktivitas yang dilakukan guna memelihara dan mengontrol sistem di Istana Laundry agar berjalan sebagaimana mestinya, yaitu:

- a) Menggunakan SOP untuk setiap bidang pekerjaan agar sesuai standar, terdapat tujuh SOP yang telah disusun, yaitu SOP *call centre*, SOP cuci satuan, SOP cuci kiloan, SOP customer service, SOP driver, SOP setrika, SOP cuci karpet. Namun masih ada beberapa SOP yang belum ada melihat banyaknya produk jasa yang dimiliki Istana Laundry.
- b) Meminta feedback dari pelanggan berupa kritik dan saran.
- c) Menjadikan satu tempat sebagai pusat produksi cuci dan tidak ada mesin cuci di cabang mitra Istana Laundry merupakan tindakan koreksi karena sering terjadi perbedaan kualitas hasil cuci antara cabang dan *workshop* Istana Laundry.
- d) Karyawan CS dilakukan pertukaran setiap 6 bulan sekali agar suasana kerja tetap *fresh*.
- e) Dilakukan *briefing* setiap 1 bulan sekali di *workshop* Istana Laundry.
- f) Supervisor CS berkunjung ke cabang setiap 2-4 minggu sekali untuk melakukan pengecekan kondisi outlet ataupun memberikan keperluan yang diminta oleh CS dalam menjalankan tugasnya.
- g) Para mitra diberikan hak akses ke aplikasi penjualan untuk melihat laporan penjualan secara *real time*, agar mitra juga dapat mengawasi perkembangan cabangnya, sehingga jika ada kendala seperti penjualan menurun maka mitra dapat melapor ke pihak manajemen Istana Laundry untuk melakukan evaluasi kembali.

3.2 Implementasi Strategi Bisnis Dalam Melakukan Ekspansi Bisnis Pada Istana Laundry di Samarinda

Berdasarkan pengontrolan yang dilakukan Istana Laundry, masih terdapat kekurangan dalam menjalankan fungsi pengontrolan. Hal ini dapat terlihat dari kunjungan supervisor yang sangat jarang ke cabang sedangkan tidak ada alat bantu untuk mengawasi kegiatan sehari-hari karyawan seperti CCTV. Hal ini dapat berakibat karyawan tidak menjalankan SOP dengan benar.

1. Pengamatan lingkungan (analisis SWOT)

Strategi dapat berjalan dengan baik jika menerapkan manajemen strategi. Tahapan pertama dalam manajemen strategi yaitu melakukan pengamatan lingkungan berupa melakukan analisis faktor internal maupun eksternal pada Istana Laundry. Kemudian dilakukan analisis SWOT berupa perumusan terhadap kekuatan, kelemahan dan juga peluang serta ancaman bagi bisnis Istana Laundry. Hal ini bisa dilihat pada matrik swot, yaitu:

Tabel 1

Faktor Internal	Strengths (kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
	Faktor Eksternal	1. Tersertifikasi ISO 9001:2015. 2. Memiliki lokasi strategis. 3. Kapasitas produksi besar. 4. Teknologi terbaru 5. Mampu menghasilkan omset di masa Covid-19.
Opportunities (Peluang)	Strategi SO	Strategi WO
1. Peluang pasar besar dengan adanya IKN. 2. Jaringan relasi yang luas.	1. Optimalisasi penambahan cabang. 2. Gunakan cabang-cabang strategis untuk promosi kemitraan.	1. Melakukan <i>syirkah mudharabah</i> dengan lebih dari satu orang pemodal untuk pembukaan cabang di luar kota.
3. Masih banyak wilayah ramai belum dijangkau.		2. Menaikan nilai investasi per orang untuk pembukaan cabang di luar kota. 3. Merubah perjanjian terkait kerugian dan bagi hasil. 4. Perbanyak media sosial.
Threats (Ancaman)	Strategi ST	Strategi WT
1. Banyak laundry besar ingin masuk ke Kota Samarinda. 2. Komplain <i>customer</i> ke media sosial kota. 3. Bencana banjir di Samarinda.	1. Perkuat brand image. 2. Hindari mendirikan cabang di kawasan banjir.	1. Membuat standarisasi tentang mensucikan pakaian dari najis. 2. Memberi pelatihan kepada karyawan.

2. Perumusan Strategi

Berdasarkan hasil dari tabel matriks SWOT yang diperlihatkan pada tabel di atas, maka dapat diketahui macam-macam strategi dari empat kuadran yang tersedia dengan memanfaatkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari hasil analisis sebelumnya.

a. Strategi SO (*Strenght-Opportunities*)

Strategi ini menggunakan kekuatan yang ada dari Istana Laundry dengan memanfaatkan peluang yang dimiliki yaitu:

- 1) Optimalisasi penambahan cabang atau terus melakukan ekspansi secara internal untuk menjangkau tempat-tempat strategis lainnya.
- 2) Menggunakan cabang-cabang strategis untuk promosi.

b. Strategi ST (*Strenght-Threats*)

Strategi ini diciptakan dari kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman bagi Istana Laundry, berikut strategi yang dihasilkan:

- 1) Memperkuat *brand image* agar lebih memiliki ciri khas yang membedakan dari pesaing.
- 2) Menghindari mendirikan cabang di kawasan rawan banjir.
- 3) Memperbanyak *platform* media sosial, terutama gunakan media sosial dari *platform* kekinian.

c. Strategi WO (*Weaknes-Opportunities*)

Strategi ini diterapkan berdasarkan peluang yang ada dengan tujuan meminimalkan kelemahan yang dimiliki Istana Laundry. Berikut strategi tersebut:

- 1) Melakukan kerjasama (*syirakah mudharabah*) dengan lebih dari satu orang pemodal (*shahibul maal*) untuk mendirikan cabang di luar kota. Strategi ini berdasarkan perlunya modal yang besar untuk melakukan ekspansi ke luar kota karena sistem *workshop* terpusat sedangkan peluang pasar besar dan didukung relasi yang luas. Dengan banyaknya relasi yang dimiliki Istana Laundry maka berpeluang mendapatkan banyak pemodal untuk mendirikan *workshop* baru jika ingin melakukan ekspansi ke luar kota dengan biaya yang lebih besar. Sistem kemitraan dengan *syirakah mudharabah* juga memungkinkan memiliki investor lebih dari satu orang.
- 2) Menaikan nilai investasi per orang. Strategi ini berdasarkan perlunya modal yang besar untuk melakukan ekspansi ke luar kota karena sistem *workshop* terpusat sedangkan peluang pasar besar dan didukung relasi yang luas. Hal ini juga dapat dilakukan untuk mendapatkan modal yang lebih besar, mengingat banyak yang tertarik untuk berinvestasi di Istana Laundry.
- 3) Merubah perjanjian terkait kerugian karena belum tertulis dalam surat perjanjian walaupun diucapkan pada saat *akad*. Strategi ini berdasarkan kelemahan Istana Laundry berupa standarisasi yang belum terdokumentasi dan perlu menanggung biaya operasional semua cabang sedangkan jaringan relasi luas. Hal ini perlu dilakukan agar kedepannya tidak terjadi perselisihan antara *shahibul maal* dan *mudharib* karena semuanya telah jelas di awal dan terdokumentasi dengan baik. Bisa juga dengan merubah perjanjian bagi hasil berdasarkan *profit sharing*. Hal ini bertujuan agar Istana Laundry tidak benar-benar menanggung biaya operasional yang besar pada akhirnya bisa mengakibatkan defisit karena saat ini Istana Laundry melakukan bagi hasil berdasarkan *revenue sharing*. Walaupun salah satu hal yang menarik minat calon mitra adalah karena Istana Laundry memberikan bagi hasil dari *revenue sharing*, maka jika memilih strategi ini perlu meyakinkan ekstra kepada calon mitra.

d. Strategi WT (*Weaknes-Threats*)

Strategi ini digunakan pada strategi defensif, dimana strategi ini diciptakan untuk meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. Berikut ini strategi yang dihasilkan:

- 1) Membuat standarisasi tentang mencuci pakaian dari najis.
- 2) Memberi pelatihan kepada karyawan.
3. Implementasi Strategi

Berdasarkan strategi yang dihasilkan dari matriks SWOT, terdapat beberapa pilihan alternatif strategi yang dapat diperhatikan dan diimplementasikan, kemudian dalam strategi matriks SWOT yang digunakan oleh Istana Laundry melakukan *syirakah mudharabah* untuk proses ekspansi, maka implementasi strategi dapat terlihat dalam strategi SO (*Strength-Opportunities*) dan strategi ST (*Strength-Threats*) yaitu sebagai berikut:

- a) Istana Laundry terus menambah jumlah cabangnya dengan target 15 cabang yang sementara ini baru terealisasi 11 cabang.
- b) memanfaatkan cabang strategis sebagai media promosi atau pemasaran secara *offline* seperti Istana Laundry menggunakan spanduk di depan cabangnya untuk mempromosikan produk yang sedang ada potongan harga.
- c) Memperkuat *brand image* dengan memperbanyak varian jasa *laundry*, memperbarui sertifikasi ISO dan terus melakukan promo-promo berkelanjutan sehingga Istana Laundry akan memiliki *brand image* sebagai *laundry* yang lengkap, bersih maksimal dan harga terjangkau.
- d) Menghindari mendirikan cabang di kawasan banjir. Strategi ini dilakukan Istana Laundry kepada cabangnya yang ada di bengkuring dengan memindahkan cabang yang sering terkena banjir tersebut ke kawasan yang lebih tinggi.

4. Evaluasi Strategi

Berdasarkan strategi yang diimplementasikan Istana Laundry, maka perlu juga dilakukan evaluasi guna menjamin strategi yang telah diimplementasikan berjalan dengan benar dan mencapai tujuan perusahaan. Adapun evaluasi yang dilakukan sebagai berikut:

- a) Penambahan cabang masih terus terus dipromosikan mengingat masih banyak kapasitas produksi yang belum terpakai dan masih memumpuni. Penambahan cabang dengan bentuk cabang *plus* manajemen bukan tanpa alasan, selain agar terjangkau bagi investor sehingga mempercepat mendapatkan modal, hal ini merupakan hasil evaluasi dari sulitnya mengontrol kualitas *laundry* di tiap-tiap cabang dan adanya

komplain pelanggan, sehingga untuk memudahkan pengawasan dalam melakukan ekspansi, maka mesin di cabang mitra ditiadakan dan proses cuci hanya dilakukan di *workshop* Istana Laundry saja.

- b) Pemanfaatan cabang strategis sebagai media promosi/pemasaran secara *offline* konsisten dijalankan. Bahkan cara ini juga dimanfaatkan *founder* Istana Laundry untuk mempromosikan bisnis lainnya di cabang Istana Laundry.
- c) Memperkuat brand image terus dijalankan Istana Laundry, namun dalam tindakan penambahan varian jasa *laundry*, *laundry* khusus mensucikan pakian najis guna menunjang kebutuhan masyarakat muslim untuk beribadah tidak ada, tetapi pelanggan dapat memberi catatan khusus jika hal tersebut diminta. Oleh karena itu perlu dibuat SOP berbagai varian jasa yang terus bertambah.

Masih terdapat tindakan yang tidak konsisten dalam pemilihan lokasi cabang baru bukan kawasan banjir, hal ini terlihat terdapat cabang lain yang masih berada di kawasan banjir seperti cabang Jl. Suryanata yang di mana jika terjadi hujan lebat maka akan mengalami banjir di sepanjang jalan, walaupun tidak sampai memasuki *outlet*. Hal demikian dilakukan dengan alasan bahwa kawasan tersebut bukan banjir yang akan bertahan lama dan akan cepat surutnya.

4. KESIMPULAN

Dari pemaparan riset di atas maka dapat disimpulkan yaitu: 1) Implementasi manajemen syariah dengan *syirkah mudharabah* dalam melakukan ekspansi bisnis pada Istana Laundry berdasarkan fungsi manajemen yaitu: a) Perencanaan (*planning*) dalam bentuk menetapkan tujuan yaitu ekspansi dengan mendirikan cabang baru, melihat keadaan sekarang yaitu Istana Laundry telah memiliki sistem manajemen, organisasi, kapasitas produksi yang besar, mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal untuk menilai kelayakan dari pelaksanaan ekspansi, serta merencanakan serangkaian kegiatan berupa bentuk bisnis yang akan dibangun, keperluan infrastruktur, menentukan besaran anggaran biaya, b) Pengorganisasian (*organizing*) dengan membentuk struktur organisasi menjadi empat divisi utama, c) Pelaksanaan (*actuating*) yaitu dengan pemasaran program kemitraan (kerja sama) menggunakan proposal yang diinformasikan melalui sosial media, mitra bisnis dan seminar-seminar bisnis yang diisi oleh founder Istana Laundry, dan d) Pengontrolan (*controlling*) yang dilakukan berupa SPV, mitra diberi akses ke aplikasi penjualan, briefing sebulan sekali, dan pertukaran karyawan. Sedangkan 2) Implementasi strategi bisnis dalam melakukan ekspansi bisnis pada Istana Laundry berdasarkan elemen dasar manajemen strategi yaitu: a) Pengamatan lingkungan menggunakan analisis SWOT yaitu kekuatan (*strengths*), peluang (*opportunities*), Ancaman (*threats*) dan b) Perumusan strategi yang dilakukan berdasarkan hasil analisis SWOT menghasilkan empat macam alternatif strategi, c) Implementasi strategi yang dilakukan Istana Laundry dari hasil perumusan strategi yaitu strategi SO (*Strength-Opportunities*) berupa memaksimalkan penambahan cabang dan gunakan cabang-cabang strategis untuk promosi kemitraan, serta strategi ST (*Strength-Threats*) yaitu memperkuat brand image dan menghindari mendirikan cabang di kawasan banjir dan d) Evaluasi yang dilakukan yaitu memanfaatkan cabang strategis efektif sebagai media promosi *offline*, menambah varian jasa diperlukan pula penambahan SOP agar kualitas yang dihasilkan menjadi stabil dan memiliki standar, dan masih terdapat tindakan tidak konsisten dalam pemilihan cabang yang bebas banjir. Saran yang dapat peneliti sampaikan adalah hendaknya lebih mendalami lagi sistem kerja sama yang sesuai dengan syariat dan menerapkannya dengan jelas di dalam perjanjian kerja sama agar tidak terjadi perselisihan antara pihak manajemen Istana Laundry dengan pihak mitra, melengkapi struktur organisasi yang kosong agar tidak adanya rangkap pekerjaan sehingga SDM dapat bekerja maksimal di bidangnya, memasukan poin-poin penting tambahan perjanjian pada saat rapat terbuka yang tidak tercantum dalam surat perjanjian kerja sama dan meningkatkan pengawasan di cabang mitra. Hendaknya juga memperhatikan hasil evaluasi dari strategi yang diimplementasikan dan sesegera mungkin memperbaiki hasil evaluasi. Dan terakhir, dari penelitian ini semoga menjadi bahan dalam penelitian-penelitian mendatang karena dirasa pada penelitian ini masih banyak kekurangan.

REFERENCES

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Ardani, A. (2020). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Implementasi Syirkah di Rental Play Station Desa Mlorah Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 2(1), 84–104.
- Basyirah, L., & Wardi, M. C. (2020). Penerapan POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling) Manajemen Risiko Pembiayaan Modal Usaha Tabarak di PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. *NUANSA: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Keagamaan Islam*, 17(1), 61–74.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54.
- Harahap, S. (2017). Implementasi Manajemen Syariah Dalam Fungsi-Fungsi Manajemen. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 211–234.
- Munir, M. (2021). *Manajemen dakwah*. Prenada Media.

- Nazir, M. (2003). *Metode Penelitian Cetakan Kelima*. Jakarta: *Ghalia Indonesia*.
- Purboningrum, E. L. (2018). *Analisis Strategi Ekspansi Dalam Pengembangan Bisnis Di Pasar Global (Studi Kasus Pada PT Semen Indonesia (Persero) Tbk. Dalam Akuisisi Thang Long Cement Company Di Vietnam)*. Universitas Brawijaya.
- Raco, J. (2018). *Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya*.
- Sari, I. N., Lestari, L. P., Kusuma, D. W., Mafulah, S., Brata, D. P. N., Iffah, J. D. N., Widiatsih, A., Utomo, E. S., Maghfur, I., & Sofiyana, M. S. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. UNISMA PRESS.
- Shihab, M. Q. (2020). *al-Quran dan Maknanya*. Lentera Hati.
- Syarifuddin, S., Arfah, F., Rahmawati, I., Mulyono, S., Mutafarida, B., Trimulato, T., Arafah, M., Rahayu, S. S., Suganda, A. D., & Husna, A. I. N. (2020). *EKONOMI SYARIAH*.
- Terry, G. R. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. Bumi Aksara.