

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang menjadi acuan peneliti dalam melakukan penelitian yang akan dilakukan.

1. Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pada Pedagang Bakso dan Mie Ayam di Desa Sidodadi Sekampung Lampung Timur).

Penelitian terdahulu ini membahas tentang strategi pemasaran dalam menarik minat konsumen yang digunakan para pedagang bakso dan mie ayam di Desa Sidodadi Sekampung Lampung Timur dan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam menarik minat konsumen yang digunakan apakah sudah sesuai dengan etika bisnis Islam atau belum. Penerapan strategi pemasaran dalam perusahaan sangat berpengaruh dalam kinerja perusahaan yang bersangkutan. Berhasil atau tidaknya perusahaan sangat ditentukan bagaimana cara yang dikembangkan oleh perusahaan untuk dapat bersaing merebut konsumen dalam penerapan strategi pemasaran yang efektif. Terdapat empat Rumah Makan bakso dan mie ayam di Desa Sidodadi Sekampung Kabupaten Lampung Timur, yaitu milik Ibu Kempling, Bapak Lasimen, Bapak Sugianto dan Bapak Sucipto. Rumah Makan yang paling ramai pengunjungnya adalah milik Bapak Sugianto. Walaupun letak rumah makan miliknya

kurang strategis daripada ketiga Rumah Makan yang terletak di dekat Jalan Raya Desa Sidodadi.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (field research), bersifat deskriptif. Sumber data yang peneliti gunakan adalah sumber data primer diperoleh dari para pemilik usaha, karyawan, dan konsumen. Sumber data sekunder diperoleh dari buku-buku yang berhubungan dengan manajemen strategi pemasaran, perilaku konsumen dan etika bisnis Islam. Metode pengumpulan data, peneliti menggunakan metode wawancara, dokumentasi dan observasi. Metode analisis data peneliti menggunakan analisis data kualitatif dengan menggunakan cara berfikir induktif (Astuti, 2018).

2. “Upaya Masyarakat Desa Air Dingin Kecamatan Simeulue Timur Dalam Melestarikan Makanan Tradisional (Memek)”.

Penelitian terdahulu ini membahas tentang Upaya Masyarakat Desa Air Dingin Kecamatan Simeulue Timur Dalam Melestarikan Makanan Tradisional (Memek). Memek adalah makanan khas dari Simeulue, memek berfungsi sebagai kudapan di saat berkumpul bersama keluarga maupun masyarakat dan sebagai bekal dalam perjalanan jauh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejarah, makna dan fungsi serta pelestarian dan perkembangan setelah diangkat menjadi warisan budaya nasional, dan upaya pemerintah untuk menjadikan memek sebagai identitas bagi masyarakat Simeulue.

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah deskriptif analitis dengan cara menelaah kepustakaan dan penelitian lapangan.

Teknik pengumpulan data melalui proses observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang didapat dari lapangan dianalisa dengan cara direduksi dan display. Dari hasil penelitian diketahui bahwa makanan memek Simeulue sangat berperan dalam kehidupan masyarakat Simeulue, terutama pada masyarakat terdahulu yang mengandalkan memek sebagai kudapan dan bekal dalam peperangan melawan penjajah yang datang ke Aceh. Walaupun memek sudah diangkat menjadi Warisan Budaya Tak Benda (WBTB) Indonesia namun pada saat ini perkembangan memek hampir diambang kepunahan dikarenakan masyarakat lebih mengutamakan makanan fastfood dari pada makanan tradisional.

Upaya yang dilakukan pemerintah dalam melestarikan memek adalah dengan cara memperkenalkan memek di acara-acara budaya dan expo-expo Simeulue sampai dengan ke acara provinsi dan menghimbau masyarakat untuk lebih mencintai dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari yaitu dengan cara memasak memek tersebut dirumah sehingga anak-anak generasi bangsa tidak akan melupakannya (Hasanah, 2020).

3. Analisis Dampak Usaha Kue Tradisional Terhadap Pendapatan UMKM Menurut Tinjauan Ekonomi Islam

Penelitian terdahulu ini membahas tentang Usaha Kue Tradisional Terhadap Pendapatan UMKM Menurut Tinjauan Ekonomi Islam. Berdasarkan hasil survei peneliti jenis pekerjaan masyarakat di desa Langung Kecamatan Meureubo beragam, tetapi umumnya masyarakat desa Langung bekerja sebagai nelayan karena desa tersebut berada dipesisir pantai. Selain nelayan, membuka usaha 5 berjualan kue tradisional merupakan salah satu pekerjaan yang dilakukan oleh masyarakat di desa Langung. Selain itu hal yang membedakan usaha kue tradisional dengan berbagai pekerjaan lainnya yaitu dimana aktivitas operasional jam kerja dilakukan setiap hari tanpa ada hari libur, selain itu target konsumen dari usaha ini sangat luas, baik dari kalangan bawah, menengah maupun atas. Jajanan kue tradisional merupakan bagian integral dari kehidupan manusia dipedesaan.

Jajanan kue tradisional adalah jenis makanan yang dijual pinggiran jalan Nasional Meulaboh T. Tuan, Desa Langung Kec. Meureubo, Kab. Aceh Barat. Berbagai macam jenis dan variasi kue tradisional ini mulai dari bentuk, keperluan dan harga. Usaha kecil dan menengah di desa Langung di kabupaten Meureubo adalah ide dari masyarakat, oleh karenanya modal dan manajemen diatur sendiri oleh rumah tangga. Toko jajanan kue tradisional yang populer di kalangan masyarakat umum ini karena memiliki akses harga untuk semua

kalangan dari kalangan bawah hingga menengah atas. Pada umumnya penjualan kue tradisional adalah penjualan kue kara. Kue kara merupakan kue tradisional yang banyak diminati di daerah tersebut dan juga merupakan oleh-oleh khas Kabupaten Aceh Barat. Selain kue Kara ada beberapa jenis kue Tradisional lainnya seperti Kepang, Dodol, Wajib Pulot, Bolu Tulban, Bolu Ikan, Kue Kacang Aneuk Reuteuk, Sagun Bakar, Seupet, Loyang, Pret, Bunga Kayu (Ni, 2022).

4. Analisis Kelayakan UMKM Berbasis Pangan Lokal Di Negeri Waai Kecamatan Salahutu kabupaten Maluku Tengah.

Penelitian terdahulu ini membahas tentang Pangan Lokal Di Negeri Waai Kecamatan Salahutu kabupaten Maluku Tengah. Usaha pengolahan pangan lokal berupa sagu dan ubi kayu di Maluku Tengah sedang berkembang melalui UMKM dengan jenis olahannya seperti tepung sagu, sagu lempeng dan serat ubi kayu (gepe) tetapi belum banyak dilakukan kajian kelayakan usahanya. Tujuan penelitian untuk menganalisis kelayakan usaha mikro kecil dan menengah berbasis pangan lokal sagu dan ubi kayu di Negeri Waai. Penentuan responden dipilih secara sengaja (purposive sampling), jumlah sampel dalam penelitian ini masing-masing antara lain 4 orang yang merupakan perwakilan dari UMKM pengolah pangan sagu dan 36 orang sebagai perwakilan dari UMKM ubi kayu. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Kelayakan usaha pengolahan ampas ubi kayu (gepe) dianalisis menggunakan analisis

NPV, IRR, dan PBP. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha mikro kecil dan menengah berbasis pangan lokal sagu dan ubi kayu di Negeri Waai layak untuk diusahakan karena nilai NPV lebih besar dari satu, IRR lebih besar dari suku bunga bank yaitu 13 persen, nilai B/C ratio lebih besar dari satu dan PBP lebih cepat daripada umur investasi (Tangka et al., 2017).

5. Menemukan Peluang Bisnis Dan Strategi Bisnis Dari Budaya Masyarakat Islam.

penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara menemukan peluang bisnis dan strategi bisnis dari budaya masyarakat yang masih dipertahankan sampai saat ini. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan di pulau Haruku Maluku tengah Indonesia Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelestarian budaya memberikan peluang kepada masyarakat untuk memulai bisnis dengan memanfaatkan perayaan budaya untuk memperjualbelikan dan memperkenalkan produk asli daerah setempat . Hasil lain menunjukkan bahwa budaya dapat dijadikan strategi dalam menjalankan sebuah bisnis. Dengan adanya budaya yang menjaga kelestarian alam, maka hasil alam akan terus sama kualitasnya karena alam selalu terjaga. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi pada ilmu manajemen terutama mengenai manajemen lingkungan yang

diakibatkan adanya budaya masyarakat yang dipertahankan hingga saat ini. Penelitian ini menunjukkan bagaimana peran budaya dalam kontribusinya terhadap peluang bisnis dan strategi dalam berbisnis. Dalam pengembangan penelitian ini, peneliti merekomendasikan kepada peneliti berikutnya untuk mengembangkan penelitian dengan menggunakan metode penelitian action research atau metode penelitian kualitatif (Marasabessy, 2023).

6. Analisis Business Plan Pelaku Umkm Di Kecamatan Mlarak

Metode penulisan yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi berhubungan dengan kehidupan keseharian dan dunia intersubjektif (dunia kehidupan) partisipan. Dimana peneliti mencoba menjelaskan atau mengungkapkan fenomena pengalaman yang didasari pada beberapa kejadian yang terjadi oleh beberapa individu. Menurut Polkinghome (1989) dalam Creswell (2014), pendekatan fenomenologi menggambarkan arti sebuah pengalaman hidup dari beberapa orang tentang sebuah fenomena atau kejadian (Creswell, 2016). Orang-orang yang terlibat dalam menangani sebuah fenomena atau kejadian mengeksplorasi terhadap struktur kesadaran pengalaman hidup manusia. Dalam penelitian ini, penulis langsung ke lapangan guna untuk menggali informasi yang dibutuhkan dalam penulisan artikel ini. Tindakan yang dilakukan penulis meliputi analisa dilapangan serta

wawancara dengan pelaku UMKM yang ada di kecamatan Mlarak (Moh. Zaenal Abidin, 2021).

Persamaan dan perbedaanya dari penelitian terdahulu adalah: memiliki perbedaan dari segi tempat atau lokasi penjualan produk atau tempat meneliti, serta memiliki persamaan yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif.

B. Kerangka Teori

1. Pengertian Bisnis

Menurut Peterson dan Plowman mengemukakan Pengertian Bisnis merupakan serangkaian kegiatan yang berhubungan dengan pembelian ataupun penjualan barang dan jasa yang dilakukan secara berulang-ulang. Menurut Peterson dan Plowman, penjualan jasa ataupun barang yang hanya terjadi satu kali saja bukanlah merupakan pengertian bisnis. Dalam ilmu ekonomi bisnis merupakan suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen untuk memperoleh laba. Dan secara historis dari bahasa Inggris *business*, dari kata dasar *bussy* yang berarti “sibuk”. dalam konteks individu atau komunitas serta masyarakat, Dalam artiannya sibuk mengerjakan aktifitas atau kegiatan yang mendapatkan keuntungan (*PERENCANAAN BISNIS (BUSINESS PLAN): Aplikasi dalam Bidang Sumberdaya Alam.*, 2016).

Setiap kehidupan manusia sehari-hari akan selalu melihat atau berkontak langsung dengan kegiatan tukar menukar (Belanja). Baik di kota-kota besar maupun di kota-kota kecil sampai ke pedesaan. Kita dapat melihat berbagai macam jenis toko atau pasar yang menjual barang dagangannya seperti bahan pangan, fasion, jajanan, mainan dan lainnya. Kegiatan ini merupakan memproduksi, menyalurkan dan memasarkan barang-barang. Dan ini merupakan salah satu kegiatan bisnis dimana sesuai dengan pengertian bisnis adalah serangkaian usaha yang dijalankan oleh perorangan (individu) atau kelompok dengan menawarkan barang atau jasa (Sadorno et al., 2017).

Pebisnis harus siap menerima konsekuensi untung dan rugi nanti kedepannya seseorang pebisnis juga tidak boleh bergantung hanya pada modal uang Tetapi, ada banyak faktor yang bisa mendorong jalannya suatu bisnis. Yaitu memiliki keahlian atau skiil, ilmu pengetahuan, sahabat, kerabat, dan lainnya untuk dijadikan modal bisnis. Menurut Griffin dan Eber bisnis merupakan suatu organisasi yang menyediakan barang atau jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan sedangkan secara istilah umum adalah semua aktifitas yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari untuk kebutuhan masyarakat (Wijoyo et al., 2021).

Untuk menjalankan Business dengan baik, maka organisasi perlu memperhatikan dengan seksama dan memperhatikan beberapa pada elemen penting seperti :

1. Memiliki pemahaman yang baik tentang status bisnis saat ini, terkait tantangan, tren yang muncul, dampak, peluang dan arah masa depan dari Bisnis, serta hubungan antara teknologi dan bisnis serta faktor manusia.
2. Menyebarkan teknologi yang mendukung Bisnis.
3. Mengelola bakat dan keterampilan yang dibutuhkan dalam mengelola Bisnis.
4. Mengadopsi praktik manajemen yang baik.
5. Membangun layanan pendukung yang baik untuk Bisnis

Bisnis tradisional adalah bisnis yang dijalankan dengan sistem ekonomi tradisional. Dalam bisnis tradisional, setiap kegiatan ekonomi dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup melalui kebiasaan atau praktek turun temurun (Astuti, 2019). Bisnis tradisional dijalankan atas dasar kekeluargaan, dengan manajemen yang minim, untuk memenuhi kebutuhan hidup (Harefa, 2019). Sebaliknya, bisnis digital menggunakan sistem ekonomi modal yang menggabungkan spesialisasi, saling ketergantungan, dan produksi massal. Tujuan utama dari bisnis ini adalah

keuntungan. Bisnis digital biasanya memiliki kapasitas dan skala bisnis yang lebih besar, mencakup setiap kota dan bahkan setiap negara (Irawan, n.d.).

Selain itu juga dalam bisnis dibutuhkan sebuah manajemen yang baik dimana. Menurut Nurdiansyah dan Rahman (2019:3), manajemen adalah beragam kegiatan seperti perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan pengendalian untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan baik dari segi SDM maupun sumber lainnya. Menurut Ruyatnasih dan Megawati (2018:1), manajemen adalah mengurus, mengatur, membina, memimpin agar tujuan dari usaha dapat terwujud sesuai dengan yang diinginkan. Menurut Ruyatnasih dan Megawati (2018:4), manajemen adalah sebuah seni yang mengatur, membimbing, memimpin, dan memanfaatkan SDM dan sumber lainnya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Unsur-unsur manajemen menurut Aditama (2020:4-6).

a. *Man* (Manusia)

Dalam manajemen, faktor manusia lah yang paling menentukan. Manusia membuat tujuan dan manusia juga yang melakukan proses untuk mencapai tujuan. Tanpa manusia tidak ada proses kerja.

b. *Money* (Uang)

Uang merupakan salah satu unsur yang tidak dapat diabaikan. Uang merupakan alat tukar dan alat pengukur nilai. Besar-kecilnya hasil kegiatan dapat diukur dari jumlah uang yang beredar (*cashflow*) dalam perusahaan. Oleh karena itu, uang merupakan alat (*tools*) yang penting untuk mencapai tujuan, karena segala sesuatu harus diperhitungkan secara rasional. Hal ini akan berhubungan dengan berapa uang yang harus disediakan untuk membayar gaji karyawan, kebutuhan material dan bahan baku, pembelian dan perawatan peralatan yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuannya.

c. *Machine* (Mesin)

Dalam kegiatan perusahaan, mesin sangat dibutuhkan. Penggunaan mesin akan membawa kemudahan atau menghasilkan keuntungan yang lebih besar, serta menciptakan efisiensi kerja. Produktivitas akan semakin tinggi dengan kehadiran teknologi canggih sebagai pengganti dari tenaga manusia yang terbatas dan memiliki biaya yang relatif besar.

d. *Material* (Bahan)

Bahan terdiri dari bahan setengah jadi dan bahan jadi. Dalam dunia usaha untuk mencapai hasil yang baik, selain manusia yang ahli dalam bidangnya, juga harus

menggunakan material dan bahan baku sebagai salah satu sarana. Sebab bahan dan manusia tidak dapat dipisahkan. Tanpa bahan tidak akan tercapai hasil yang diinginkan. Penentuan jumlah bahan juga menentukan produktivitas dan efisiensi perusahaan dalam aktivitas sehari-harinya.

e. *Market* (Pasar)

Dalam dunia bisnis, pasar memegang posisi yang cukup penting dan strategis. Pasar sebagai ujung tombak dalam suatu aktivitas bisnis, karena disanalah bisnis bisa mendapatkan keuntungan. Bisnis selalu mengutamakan konsumen dan pasar, dimana sebagai pelaku bisnis apabila ingin berkembang dan maju, maka harus mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pasar. Perusahaan yang mampu mengetahui kebutuhan dan keinginan pasar akan tetap bertahan dan mampu bersaing dalam lingkungan persaingan yang kompetitif.

f. *Methods* (Metode)

Dalam pelaksanaan pekerjaan, diperlukannya metode atau sistem kerja. Suatu sistem yang baik akan memperlancar jalannya suatu pekerjaan. Sebuah metode atau sistem kerja akan sangat dibutuhkan dalam menjalankan seluruh aktivitas operasional perusahaan. Metode bertindak sebagai pemandu sikap dan tingkah laku,

serta tata cara dalam proses pekerjaan, sehingga diharapkan dalam pelaksanaannya sesuai dengan alur dan ketentuan yang berlaku di perusahaan tersebut. Akan tetapi, hal yang perlu diingat meskipun metode atau sistem yang dibangun sudah cukup baik, tapi orang yang melaksanakannya tidak mengerti atau tidak memiliki pengalaman, maka hasilnya tidak akan memuaskan (Viola et al., 2023)

2. Jenis-jenis Bisnis

Jenis - jenis Bisnis Menurut Indriyo Gito Sudarmo (1993: 3), ada beberapa macam jenis bisnis, untuk memudahkan mengetahui pengelompokannya maka dapat dikelompokkan sebagai berikut.

1. Ekstraktif, yaitu bisnis yang melakukan kegiatan dalam bidang pertambangan atau menggali bahan-bahan tambang yang terkandung di dalam perut bumi.
2. Agraria, yaitu bisnis yang menjalankan bisnisnya dalam bidang pertanian.
3. Industri, yaitu bisnis yang bergerak dalam bidang industri yang bertujuan menghasilkan barang atau jasa.
4. Jasa, yaitu bisnis yang bergerak dalam bidang jasa yang menghasilkan produk-produk yang tidak berwujud (Mujtaba, 2007).

Dalam urusan bisnis, apapun jenis dan bidangnya pasti tidak akan maju jika tingkat penjualannya rendah. Dan salah satu cara yang tepat untuk menaikkan tingkatan penjualan sehingga semakin baik adalah dengan menaikkan efisiensi dan efektifitas marketing atau usaha pemasaran yang dilakukan. Adapun dalam urusan usaha pemasaran sendiri mengacu pada beberapa hal yang salah satunya adalah pelanggan atau calon pembeli potensial. Pelanggan potensial sangat penting untuk diketahui dalam rangka menciptakan efisiensi serta efektifitas pemasaran.

Berikut ciri dari pelanggan potensial yang harus diketahui.

1. Mengerti produk secara pasti.

Ciri dari pelanggan potensial yang pertama dan paling mudah untuk ditebak adalah dari sisi pengetahuan pelanggan atas produk yang ada.

2. Melakukan tawar menawar dengan cermat.

Perlu diperhatikan, ada perbedaan mencolok tawar menawar antara calon pembeli biasa dan potensial. Calon pembeli biasa akan cenderung menawar harga gila-gilaan dan tidak masuk perhitungan, tetapi calon pembeli potensial

akan melakukan tawar menawar dengan cermat dan besaran tawarannya tidak jauh berbeda dengan harga pasaran dari produk itu.

3. Mempertimbangkan dengan matang.

Ketika ada calon pelanggan yang datang ke toko dan melakukan pertimbangan dengan matang terlihat dari wajah dan bahasa tubuhnya, maka pelanggan ini memiliki minat beli yang tinggi.

Dengan mengetahui dan mampu membedakan mana pelanggan potensial dan umum, maka penjual bisa memprioritaskan aktivitas marketing pada calon pembeli yang tepat (Irawan, n.d.).

3. *Bussines Plan*

a. Pengertian *Bussines plan*

Dalam pandangan lain *Bussines Plan* (Perencanaan Bisnis) adalah suatu rencana untuk membuat ide bisnis menjadi suatu peluang bisnis untuk menghasilkan profit yang ingin dicapai baik untuk seorang pengusaha atau suatu perusahaan. Business Plan juga dipandang sebagai rencana seorang wirausaha yang mempunyai tujuan dan memiliki impian serta harapan yang memotifasi wirausaha untuk mendirikan bisnis dan menjalankannya. Pada dasarnya, penjelasan mengenai *Bussines plan* yang dijalankan harus meliputi legalitas dari

suatu bisnis tersebut. Seperti kerjasama, jenis bisnis perdagangan, manufaktur atau jasa yang dihasilkan. Agar suatu *Bussines plan* menjadi efektif ketika akan dibuat hal-hal yang sangat perlu dipikirkan adalah produk yang akan ditawarkan, analisa dan penelitian pasar, rencana pemasaran, rencana desain dan pengembangan, rencana produksi, resiko utama, rencana keuangan. Dan lebih alangkah bagusnya memberikan informasi mengenai nama perusahaan atau nama bisnis, serta alamat, nomor telfon yang bisa dihubungi, penjelasan mengenai hal-hal yang lebih spesifik dan unik dari bisnis yang sedang dijalankan agar lebih menarik serta atau kelebihan-kelebihan sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli atau berbelanja (Setiarini, 2013).

b. Tujuan *Bussines Plan*.

Beberapa tujuan dari *Business Plan* untuk usaha bisnis adalah Untuk mengetahui arah dan tujuan dari suatu bisnis yang akan dibuat. Sebagai cara untuk menggapai tujuan yang ingin dituju, untuk membantu pengusaha atau pebisnis berkreaitif dan fokus pada tujuan awal, bisa mengatur keuangan dengan baik, sarana komunikasi, mempermudah untuk menjalankan suatu usaha dengan mengetahui langkah-langkah praktis dalam menghadapi persaingan. Serta mempermudah dalam prmosi

dari suatu bisnis yang akan dijalankan nantinya (*Manfaat dan Tujuan Business Plan – PT Tribuana Mulia Investama, n.d.*).

c. Manfaat *Bussines Plan*

Jika ada suatu perencanaan bisnis (*Business Plan*) maka sudah pasti tentunya ada manfaatnya. Beberapa manfaat dari *Bussines plan* adalah mencari sumber dana salah satunya dengan mendapatkan investor yang akan memodali suatu bisnis, membuat bisnis lebih fokus dan terarah agar bisnis dijalankan dapat berjalan dengan baik, menaikkan tingkat atau level dari sebuah bisnis lebih ke atas (Niaga, 2021).

d. Jenis-jenis *Bussines Plan*

Pada dasarnya *Bussines Plan* mempunyai beberapa jenis dalam pelaksanaannya, yaitu sebagai berikut :

1. *Startup*

Jenis *Business Plan* ini biasanya digunakan oleh bisnis yang mencari sokongan dana untuk memulai bisnis. biasanya *Business Plan* ini digunakan untuk pebisnis atau pelaku UMKM yang masih baru.

2. *Strategic*

Strategic Business Plan adalah pedoman dalam mengevaluasi strategi pemasaran dalam bisnis yang

sudah dijalankan seperti visi misi, strategi dalam mencapai tujuan, finansial yang akan di atur dan implementasi untuk rencana yang sudah ada.

3. *Operations*

Operations biasanya berisi tentang proyeksi pelaksanaan dan sering juga disebut dengan rencana tahunan seperti pemetaan kegiatan dalam operasinal.

4. *Feasibility*

Biasanya jenis ini pada perusahaan yang sudah berkembang dan ingin membuat produk-produk yang baru atau ingin memasarkan produk yang lama untuk target pasar yang baru. *Business Plan* seperti ini membutuhkan sebuah riset pasar yang kuat.

5. *Growth atau Expansion*

Jenis ini biasanya sudah memerlukan pihak ketiga misalnya investor. sebab sebuah perusahaan atau suatu bisnis ingin kedalam sakla yang lebih besar. Untuk itu membutuhkan sumber dana yang lebih besar pula dalam membuat produk yang baru dan penambahan kariyawan (Ibrahim, lionitha, 2023).

4. UMKM

a. Pengertian UMKM

Secara umum UMKM adalah suatu usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Pengertian lain dari UMKM adalah suatu usaha yang produktif yang dimiliki individu maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. UMKM juga telah diatur dalam undang-undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2008 tentang UMKM dalam UU tersebut telah disebutkan bahwa UMKM adalah sesuai dengan jenis usahanya meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah.

b. Kriteria UMKM

1. Usaha Mikro

Adalah usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha. Bila memiliki keuntungan dari usahanya bisa mencapai sebesar Rp. 300 juta, dan memiliki kekayaan bersih atau asset sebesar Rp. 50 juta ini diluar aset tanah dan bangunan. Namun, usaha mikro ini masih tercampur keuangannya dengan uang pribadi pemiliknya. Contohnya adalah pedagang kecil dipasar, usaha pangkas rambut, pedagang asongan, dan sebagainya.

2. Usaha Kecil

Adalah usaha ekonomi produktif yang independen yang berdiri sendiri baik itu yang dimiliki perorangan atau kelompok bukan dari usaha cabang dari suatu perusahaan lainnya. Usaha ini yang memiliki kekayaan bersih Rp. 50 juta hingga Rp. 500 juta. Penjualan pertahun berkisar dari jumlah Rp. 300-2,5 milyar. Dan pengelolaan keuangannya sudah lebih professional dibandingkan usaha mikro. Contohnya UMKM kecil. Adalah usaha restoran kecil, bengkel motor, ketring, usaha fotocopi dan lainnya.

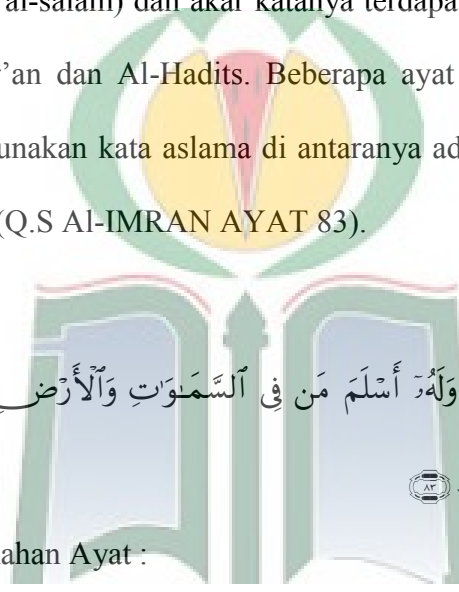
3. Usaha Menengah

Adalah usaha dalam ekonomi produktif dan bukan dari cabang anak usaha perusahaan pusat. Usaha menengah ini menjadi bagian secara langsung maupun sebaliknya terhadap usaha kecil atau besar. Dengan kekayaan bersihnya bisa mencapai sudah diatas Rp. 500 juta sampai Rp. 10 milyar dan hasil penjualan pertahunnya bisa mencapai Rp. 2,5-50 milyar. Dan pengelolaan keuangannya sudah terpisah dan sudah mempunyai legalitas contohnya, seperti perusahaan pembuat roti, skala restoran besar, toko bangunan dan lain sebagainya (*Pengertian UMKM, Kriteria, Ciri dan Contohnya Halaman all - Kompas, n.d.*).

5. Bisnis Islam

a. Pengertian Islam

Islam sendiri secara bahasa berasal dari bahasa Arab, yaitu kata; إسلام - ي - سلم - ا (aslama-yuslimu-Islaman) yang bermakna tunduk patuh. Kata ini memiliki akar kata yang banyak, tetapi semuanya menunjuk kepada makna (السلام) al-salam), yaitu kesejahteraan, kedamaian serta tunduk patuh. Kata (السلام) al-salam) dan akar katanya terdapat dalam beberapa ayat Al-Qur'an dan Al-Hadits. Beberapa ayat dari Al-Qur'an yang menggunakan kata aslama di antaranya adalah. Allah berfirman dalam (Q.S Al-IMRAN AYAT 83).



أَفَغَيْرَ دِينِ اللَّهِ يَبْتَغُونَ ۚ وَلَهُ أَسْلَمَ مَنْ فِي السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ طَوْعًا
وَكَرْهًا وَإِلَيْهِ يُرْجَعُونَ ﴿٨٣﴾

Terjemahan Ayat :

Maka Apakah mereka mencari agama yang lain dari agama Allah, Padahal kepada-Nya-lah menyerahkan diri segala apa yang di langit dan di bumi, baik dengan suka maupun terpaksa dan hanya kepada Allahlah mereka dikembalikan.

Makna aslama dalam ayat ini adalah tunduk patuh dan berserah diri secara total kepada Allah SWT. Artinya bahwa seluruh makhluk di alam semesta ini termasuk manusia, tunduk patuh di bawah ketentuan Allah, mereka semua harus mengikuti

perintah dan menjauhi segala larangan-Nya. Berdasarkan ayat tersebut dapat dipahami bahwa makna kata aslama yang merupakan akar kata Islam bermakna tunduk patuh dan berserah diri kepada seluruh syariat Allah SWT (Misno, n.d.).

b. Pengertian Bisnis Islam

Bisnis merupakan suatu unsur penting dalam masyarakat. Hampir semua orang terlibat di dalamnya. Semua membeli barang atau jasa untuk bisa hidup atau setidaknya bisa hidup lebih nyaman. Bisnis pada dasarnya berperan sebagai jalan bagi manusia untuk saling memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Ekonomi konvensional berpendapat bahwa keinginan dan kebutuhan manusia tak terbatas, sedangkan sumber daya yang tersedia terbatas, sementara dalam ekonomi Islam sebaliknya bahwa sejatinya sumber daya alam itu tidak terbatas, tetapi manusia memiliki kewajiban untuk mengelola dengan sebaik-baiknya. Berdasarkan pembahasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa bisnis adalah segala usaha manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup, yaitu berupa aktivitas produksi, distribusi, konsumsi, dan perdagangan baik berupa barang maupun jasa.

Bisnis dalam khazanah Islam disebut dengan tijarah, yaitu perniagaan atau usaha. Imam Ibnu Katsir berpendapat bahwa

dalam ayat ini Allah SWT menyebutkan bahwa tijarah (perdagangan) dibolehkan dalam Islam sebagai bentuk perniagaan untuk mendapatkan keuntungan. Tijarah dalam Islam memiliki beraneka ragam aktivitas, semisal menjual, menyewakan, menggadaikan, dan kegiatan yang dapat mendapatkan keuntungan (Misno, n.d.).

Islam juga sangat menyukai orang yang berkerja keras dengan pondasi keimanan berkerja keras untuk kebutuhan hidup. dalam pandangan Islam adalah salah satu ibadah dari ibadah-ibadah lainnya. Banyak sekali tuntunan dan ajaran dalam Al-qur'an dan Al-Hadist yang mendorong seseorang muslim untuk berkerja, Allah berfirman dalam (Q,S Al-jumu'ah ayat 10).

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Terjemahan ayat :

“ apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”

Sebaik-baiknya seseorang ia yang memenuhi kebutuhan hidupnya dengan hasil jeripayah nya sendiri. Dalam hal ini Rasulullah berkata, ”tidaklah seseorang diantara kamu makan satu makanan lebih baik dari hasil keringatnya sendiri” (HR. Baihaqi). Rasulullah juga sangat menghargai orang yang giat bekerja dan mempunyai etos kerja yang tinggi. Rasul Muhamad yang mulia dikabarkan pernah mencium tangan sahabat Saad bin Muadz takala melihat tangan saat pada saat itu sangat kasar akibat sangat pekerja keras.

Sebab Islam sangat menyukai orang-orang yang pekerja keras begitu juga sebaliknya islam sangat tidak suka bagi orang-orang yang hanya bermalas-malasan. Suatu saat Umar Ibnul Khatab datang ke masjid diluar waktu sholat lima waktu beliau melihat ada dua orang yang terus berdoa beliau langsung menghampiri mereka seraya berkata “sedang apa kalian, sedangkan orang-orang di sana kini tengah sibuk bekerja, mereka menjawab ya Amirul Mu’minin, sesungguhnya kami orang yang bertawakal kepada Allah” mendengar hal itu marahlah umar,” kalian adalah orang yang malas bekerja padahal kalian tahu bahwa langit tidak akan pernah menurunkan hujan emas dan perak.” Pada intinya yang dimaksudkan bekerja itu ada dua macam yakni, yang pertama bekerja untuk orang lain setelah itu diberipah dari tempat ia bekerja di sebut

karyawan. dan yang kedua adalah berkerja sendiri dimana disebut sebagai wirausaha ia tidak digaji dari orang lain. Baik dari sektor produksi barang dan jasa maupun perdagangan ialah seseorang yang berkerja seabgai pebisnis atau wirausaha. Di dalam islam juga diajarkan etika-etika dalam berbisnis dimana islam selalu mengandalkan perilaku adab yang baik dari segi apapun termasuk bermuamalah (Yusanto, 2002).


6. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari bahasa yunani yaitu “*ethos*” yang berarti kebiasaan artinya kebiasaan hidup yang baik yang terdapat pada diri seseorang maupun masyarakat. Dalam pengertian lain, etika adalah norma-norma yang harus dipatuhi atau ditaati. Namun yang dimaksudkan dengan etika bisnis adalah etika yang dimiliki pemilik usaha dalam menjalankan bisnis atau usahanya. Dengan demikian etika bisnis Islam adalah tindakan yang dilakukan dalam menjalani suatu kegiatan bisnis yang tidak keluar dari ajaran atau norma-norma yang sudah tercantum didalam Al-qur’an maupun Al-Hadist, agar tidak terjerumus pada hal-hal yang merugikan dan perbuatan yang haram (Silviah & Lestari, 2022).

Dengan banyaknya ayat Al-Qur'an dan Hadis yang memberi pengajaran untuk praktik bisnis yang benar dan praktik bisnis yang salah bahkan menyangkut hal-hal yang sangat kecil. pada dasarnya kedudukan bisnis dan perdagangan dalam Islam sangat penting, Prinsip-prinsip dasar dalam perdagangan tersebut dijadikan referensi utama dalam pembahasan-pembahasan kegiatan ekonomi lainnya. Pada dasarnya etika (nilai-nilai dasar) dalam bisnis berfungsi untuk menolong pebisnis (dalam hal ini pedagang) untuk memecahkan problem-problem (moral) dalam praktik bisnis mereka. Oleh karena itu, dalam rangka mengembangkan sistem ekonomi Islam khususnya dalam upaya revitalisasi perdagangan Islam sebagai jawaban bagi kegagalan sistem ekonomi baik kapitalisme maupun sosialisme, menggali nilai-nilai dasar Islam tentang aturan perdagangan (bisnis) dari Al-Qur'an dan sunnah, merupakan suatu hal yang harus dilakukan. Dalam ekonomi Islam etika sebagai perangkat prinsip moral yang membedakan apa yang benar dari apa yang salah, sedangkan bisnis adalah suatu serangkaian peristiwa yang melibatkan pelaku bisnis, maka etika diperlukan dalam bisnis (Diniarti Novi Wulandari, Budi Santoso, 2017).

Untuk itu agama Islam sangat menekankan dalam persoalan mencari rizki mewajibkan untuk melihat dari segi kehalalannya. Baik dari sisi pendayagunaan ataupun dari sisi perolehan (pembelanjaan dan pengelolaan). Nabi Muhammad Saw bersabda “kedua telapak kaki seorang anak adam dihari kiamat masih belum beranjak sebelum ditanya kepadanya mengenai empat perkara: tentang umurnya, apa yang dilakukan tentang masa mudanya, tentang ilmunya, tentang hartanya dari mana ia memperoleh dan untuk apa ia membelanjakan “(HR. Ahmad) Allah juga berfirman dalam Q.S Al-Baqarah ayat 168 (Purnamasari, 2022).



يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Terjemahan ayat :

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

Sifat Rasulullah yang menjadi dasar beliau dalam aktifitas bisnis selama beliau jalankan dapat kita contohi, yang bisa mendukung keberhasilan suatu bisnis dan terhindar

dari hal-hal yang diharamkan ialah. Sifat *sidiq* yang berarti kejujuran, amanah dapat dipercaya, *fatamah* cakap atau cerdas, *tabligh* menyampaikan. Apabila ini dijalankan maka pelanggan atau pembeli akan senang datang untuk bertransaksi atau berbelanja. Dengan ini maka bisnis yang akan dijalankan dapat berjalan dengan baik dan bisa berjangka panjang serta terhindar dari hal-hal yang merugikan baik dari *shi* penjual atau pemilik usaha maupun *costumer* (Purnamasari, 2022).

b. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Menurut Imaddudin (2007 : 156), ada lima dasar prinsip dalam etika Islam, yaitu : kesatuan (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), kebenaran, kebajikan, dan kejujuran (*truth, goodness, honesty*).

1. Kesatuan (*Tauhid/Unity*)

Dalam hal ini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan

agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horisontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.

2. Keseimbangan (*Equilibrium/Adil*)

Islam sangat mengajurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim. Rasulullah diutus Allah untuk membangun keadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau menimbang untuk orang selalu dikurangi. Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan. dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan.

3. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan

individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak dan sedekah.

4. Tanggungjawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

5. Kebenaran, kebajikan dan kejujuran (*truth, goodness, honesty*)

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung

pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis (Diniarti Novi Wulandari, Budi Santoso, 2017).

Prinsip etika bisnis Islami telah dikembangkan oleh para sarjana muslim, seperti Syed Nawab Haider Naqvi dan juga Rafiq Issa Beekun, yang meliputi kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebajikan. Hanya saja kebajikan/ihsan, Naqvi menempatkannya sebagai bagian keseimbangan yaitu al-‘Adl wa alIhsan, sedangkan Beekun menempatkannya pada bagian tersendiri. Sementara Quraish Shihab merangkum nilai-nilai Islam secara umum dalam empat pokok, yaitu tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, dan tanggung jawab. Berikut ini akan dipaparkan prinsip-prinsip etika bisnis dalam al-Quran sebagai berikut.

1. Kesatuan (Tauhid)

Islam dikenal sebagai ajaran tauhid (kesatuan). Tauhid mengantarkan manusia mengakui bahwa keesaan Allah mengandung konsekuensi keyakinan bahwa segala sesuatu bersumber dan kesudahannya berakhir kepada Allah Swt. Allah lah yang memiliki kerajaan langit dan bumi, semua berada dalam pengawasan-Nya. Hubungan manusia dengan tuhan menjadikan segala aspek kehidupannya terintegrasi dengan tuhan, baik dalam pranata sosial, budaya, ekonomi, politik, akan mendorong manusia ke dalam suatu keutuhan yang selaras, konsisten dalam dirinya dan selalu merasa diawasi oleh Tuhan. Prinsip tauhid mengantarkan manusia untuk menyakini bahwa harta benda yang berada dalam gengamannya adalah milik Allah dan amanah Allah agar disalurkan kepada mereka yang membutuhkan.

2. Keseimbangan

Keseimbangan mengantarkan manusia meyakini bahwa Allah menciptakan segala sesuatu dalam keadaan seimbang dan serasi. Prinsip keseimbangan menuntut manusia tidak hanya saja mewujudkan keseimbangan, keserasian dan selaras dalam dirinya sendiri, tetapi juga dalam masyarakat bahkan alam

keseluruhannya. Prinsip keseimbangan atau keadilan dalam kehidupan karakteristik alami, walaupun demikian prinsip karakter ini bersifat dinamis yang harus diperjuangkan oleh setiap muslim. Karena berlaku adil lebih dekat kepada ketaqwaan. Kemudian kebutuhan akan keseimbangan atau keadilan ditekankan Allah dengan menyebutkan bahwa umat Islam sebagai ummatan wasathan. Ialah umat yang memiliki kebersamaan, kedinamisan dalam gerak, arah dan tujuannya, serta sebagai penengah atau pembenar. Dalam tataran ekonomi keseimbangan penting dalam menentukan aktivitas-aktivitas distribusi, konsumsi, produksi yang baik, dengan mendahulukan kebutuhan seluruh anggota masyarakat yang kurang beruntung dalam masyarakat Islam. Begitu juga dalam menentukan harga sesuai dengan mutu (kualitas) dan ukuran barang atau setimbang.

3. Kehendak Bebas

Kehendak bebas dalam pandangan Islam suatu anugerah yang diberikan kepada manusia untuk memilih pilihan yang beragam, perlu disadari bahwa kebebasan itu tak terbatas sebagaimana kebebasan

yang dimiliki Allah Swt. yang bersifat mutlak. Manusia dibentangkan dua jalan yaitu baik dan benar. Manusia yang baik ialah manusia yang menggunakan kebebasan itu dalam rangka penerapan tauhid dan keseimbangan. Kebebasan dalam Islam bukanlah kebebasan yang lepas dari bimbingan atau aturan yang telah digariskan oleh ketentuan-ketentuan Allah Swt., dalam al-Qur'an dan Sunnah melalui Rasul-Nya. Oleh karena itu kebebasan memilih dalam apapun dan kondisi apapun, termasuk dalam bisnis haruslah dimaknai kebebasan yang tidak kontradiktif produksi, distribusi dengan ketentuan syari'at yang sangat mengedepankan etika atau akhlak.

4. Tanggung Jawab

Prinsip tanggung jawab berhubungan dengan prinsip kebebasan yang telah dijelaskan sebelumnya. Yaitu menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukan. Konsepsi tanggung jawab dalam Islam mempunyai sifat yang berlapis ganda baik pada tingkat mikro (individual) maupun tingkat makro (organisasi dan sosial) yang kedua-duanya harus dilakukan secara bersamaan. Sebagaimana menurut Sayyid Qutub, Islam mempunyai prinsip

pertanggung jawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya. Antara jiwa dan raga, antara person dan keluarga, antara individu dan sosial, suatu masyarakat dan masyarakat lainnya. Manusia dalam Islam memiliki tanggung jawab terhadap Allah, diri sendiri, dan orang lain. Tanggung jawab terhadap tuhan karena ia sebagai makhluk yang mengakui adanya tuhan (tauhid), tanggung jawab manusia karena ia sebagai makhluk sosial yang tidak mungkin melepaskan interaksinya dengan orang lain guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Adapun tanggung jawab terhadap diri sendiri karena manusia bebas berkehendak sehingga tidak mungkin dipertanggung jawabkan kepada orang lain.

5. Ihsan

Ihsan secara bahasa berarti kebaikan, kedermawanan, keramahan. Prinsip ihsan merupakan bagian ajaran ilahi yang terdiri dari iman, Islam, dan ihsan. Menurut Beekun ihsan adalah melakukan perbuatan baik yang dapat memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah Allah melihatnya (Darmawan et al., 2019).

Menurut Wiku Suryomurti, dalam berinvestasi (berbisnis), kita patut meladani prinsip moral yang dijalankan oleh Nabi Muhamad SAW. Prinsip-prinsip moral tersebut adalah empat sifat Nabi, yaitu:

1. Shiddiq (berkata benar)

Investasi (bisnis) dilakukan pada asset yang kondisi dan asal muasalnya disampaikan secara benar, demikian pada proses pengelolaanya serta pembagian hasilnya.

2. Amanah (dapat dipercaya)

Artinya investasi (bisnis) dikembangkan oleh orang-orang yang mampu mengemban amanah.

3. Tabligh (menyampaikan)

Bila diartikan sebagai transparansi atau good governance dalam investasi bisnis. pihak-pihak yang berkepentingan harus saling terbuka dan tidak menyembunyikan informasi.

4. Fathanah (pandai)

Dengan pengetahuan investasi (bisnis) yang baik dan kecerdasan mengelola aset investasi yang tinggi, potensi risiko yang dapat mengakibatkan kerugian akan dapat diminimalisasi (Mardani 2014).