

PRAKTIK BISNIS SYARIAH USAHA DAGANG (UD) TONCELL MATARAM NTB

Antoni

Institut Agama Islam (IAI) Nurul Hakim Kediri Lombok Barat
antonysaef@gmail.com

Abstract

In the perspective of Islamic economics, business practices is not just about cost-benefit basis material. The determinants of business success lies in the non-material things, principles and business strategies, good management, human resources professionals, as well as the attitude and behavior of the company. Islamic business practices true Muslim kaffah make man in carrying out Islam. Implementation of this concept is able to make the company competitive and fair and have a strong bid, unique and different. Both internally between the company and its employees. And externally, between company and consumers as well as competitors. Implementation of the concept of Islamic business done starting by establishing principles and business strategies, policy and operational measures, as well as communication and external relations are appropriate and aligned with the values of sharia. Business measures undertaken by the Trade Enterprises (UD) Toncell can be traced through the formulation of the vision, mission, goals and objectives are based on sharia, the implementation of management functions based on sharia, and programs for the development of human resources, as well as a pattern of relationships public (PR) with Corporate Social Responsibility (CSR) is Islamic.

Keyword: *Konsep Bisnis Syariah, Praktik Bisnis Syariah,*

Pendahuluan

Perkembangan ilmu ekonomi dewasa ini kian marak dengan munculnya pelbagai pola penerapan sistem perekonomian di setiap negara. Pola pelaksanaan perekonomian ini hendaknya memberikan tanggung jawab dan kewajiban yang seimbang terhadap kelestarian dan kesetaraan seluruh manusia. Pun penerapan etika dalam pelaksanaan perekonomian dirasakan perlu lebih ditingkatkan. Hal ini mengacu pada fakta bahwa sejak awal tahun 1980-an, ketika etika bisnis memasuki wacana Amerika—sebelum akhirnya meluas ke seluruh dunia—sangat dipengaruhi oleh perubahan-perubahan sosial, politik, ekonomi, dan teknologi serta pergeseran-pergeseran sikap dan cara pandang para *stakeholders*, bukan karena situasi dan kondisi ekonomi semata.¹

Sejarah pergerakan ekonomi Islam di Indonesia telah berlangsung sejak tahun 1911, sejak berdirinya organisasi Syarikat Dagang Islam yang dibidani oleh *entrepreneur* dan para tokoh Muslim saat itu. Hasil penelitian ahli sejarah dan antropolog membuktikan fakta tersebut,² sebagaimana kajian Clifford Geertz bahwa masyarakat muslim Indonesia (santri, abangan, dan priyayi) yang berprofesi sebagai pedagang atau wirausahawan bekerja dengan etos *entrepreneurship* yang tinggi yang dipengaruhi oleh etos kerja Islam.

Ciri khas ekonomi Islam sarat dengan etika, seperti tidak membiarkan seseorang bekerja sesuka hati dengan cara menipu, berlaku curang, bersumpah palsu, melakukan praktik riba, menyuap, dan perbuatan batil lainnya, menandakan adanya batasan dan garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram. Prilaku dalam berbisnis atau berdagang juga tidak luput dari adanya nilai moral atau nilai etika bisnis secara umum. Demikian pula halnya dengan konsep ekonomi dan bisnis yang bersifat positivistik dan

¹ Amalia, F. Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 6 (1), 2014, 133-142.

² Fuadi, S, *Bisnis Syariah*, dalam <https://suud83.wordpress.com/2008/06/14>.

normatif. Seperti konsep pasar dalam Islam, konsep permintaan dan penawaran, yang masuk dalam ruang lingkup makro maupun mikro ekonomi. Juga sangat menekankan konsep pengelolaan dan manajemen bisnis yang mengedepankan prinsip-prinsip *good governance* dan profesionalisme kerja. Karena sesungguhnya Islam telah mengatur seluruh sendi kehidupan manusia termasuk dalam pelaksanaan perekonomian dan bisnis. Dalam ajaran Islam, adalah wajib bagi setiap muslim berusaha maksimal untuk melaksanakan *syariah* (aturan) di segala aspek kehidupannya termasuk aturan *bermu'amalah* (usaha dan bisnis).

Hakikatnya tujuan penerapan aturan (*syariah*) dalam ajaran Islam di bidang *mu'amalah*—khususnya perilaku bisnis—adalah agar terciptanya pendapatan (rezeki) yang berkah dan mulia, sehingga mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan terciptanya stabilitas pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh, dan terdistribusinya pendapatan yang merata tanpa ketimpangan di masyarakat. Penerapan etika bisnis Islam juga dimampukan dalam setiap aspek perekonomian termasuk dalam penyelenggaraan produksi dan konsumsi. Dan perkembangan ekonomi syariah dewasa ini adalah cerminan dan wujud rindu umat Islam Indonesia untuk menjalankan ajaran Islam secara *kaffah*.³ Dan kembali menghidupkan semangat para *entrepreneur* muslim masa silam dalam dunia bisnis dan perdagangan, sebagaimana juga menjadi ajaran Nabi Muhammad Saw dan sunnah yang ia diteladankan pada umatnya.

Hal inilah yang dilakukan oleh beberapa pelaku usaha kecil di Mataram NTB seperti Toni Supriyadi dengan UD. Toncell-nya, yakni menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatan usahanya. Penelitian ini merupakan *resume* dari hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya, sehingga nantinya konsep etika bisnis Islam ini dapat menjadi *framework* bagi pelaku usaha lainnya.

³ Hamidi, M. L., *Jejak-Jejak Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Senayan Abadi Publishing, 2003)

Toncell merupakan perusahaan distributor aksesoris dan *spare part handphone*. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2003 oleh Toni Supriadi dengan istrinya Maslakah dan beberapa anggota keluarganya. Awalnya usaha ini dijalankan dengan sistem *nomad* (berpindah-pindah tempat), namun sekarang perusahaan ini telah menetap di Jalan Merak Ruko nomor 10 dan 11 Cakranegara Barat Mataram, dan perusahaan ini telah memiliki 2 (dua) cabang yakni, satu cabang di jalan Airlangga Gomong Mataram, dan yang cabang yang kedua berlokasi di Mall Epicentrum Mataram. Visi perusahaan ini adalah “Dengan berlandaskan iman dan takwa, professional serta nilai-nilai kekeluargaan Toncell menjadi salah satu perusahaan distributor aksesoris handphone terlengkap, terpercaya, dan kompetitif di NTB.” Dari visinya ini tampak bahwa Toncell berkomitmen menjalankan usahanya dengan prinsip dan nilai-nilai bisnis Islam yang jarang dilakukan oleh perusahaan lain.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti menilai layak untuk dilakukan penelitian pada perusahaan tersebut dengan pertimbangan jarang—atau hampir tidak ada—perusahaan perdagangan di Mataram NTB yang secara implisit dan eksplisit (organisatoris dan manajerial) mengedepankan aspek etika dan nilai Islam sebagai prinsip dan strategi dalam menjalankan usahanya.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah fenomena Usaha Dagang (UD) Toncell yang mempraktikkan prinsip dan strategi bisnisnya menggunakan paradigma etika Islam, yang diimplementasikan melalui bisnis syariah. Hal ini berbeda dengan paradigma konvensional para pelaku usaha (terutama pengusaha Muslim) yang ada di Mataram NTB yang cenderung sekuler. Berdasar pada latar belakang tersebut, menjadi menarik dikaji tentang konsep bisnis syariah sebagaimana yang diimplementasikan oleh Usaha Dagang (UD) Toncell Mataram tentang; *pertama* prinsip dan strategi bisnis yang digunakan, dan *kedua* tentang cara mengimplementasikan bisnis syariahnya.

Adapun kajian pustaka dalam *resume* penelitian ini membincang ekonomi pada tataran sistem dengan dua subyeknya yaitu ekonomi positif dan ekonomi normatif. Metode *positive economics* menekankan pembahasan ekonomi secara empiris sebagai sebuah cara untuk mencapai tujuan-tujuan ekonomi dalam rangka menciptakan kesejahteraan tanpa mempertimbangkan nilai subyektifitas baik secara deskriptif maupun teoritik. Sedangkan ekonomi normatif menekankan pada tataran nilai-nilai yang dipegang dan dijadikan landasan moral dalam rangka pemenuhan kebutuhan ekonomi. Cara pandang *positive economics* dan *normative economics* dalam ekonomi Islam dapat kita lihat dalam pengertian ekonomi Islam sebagaimana dikemukakan beberapa ahli ekonomi Islam.⁴ Sehingga antara ekonomi positif dan normatif menjadi bagian yang tidak bisa lepas dari kajian ekonomi Islam. Ekonomi positif memberikan jalan untuk mengkaji aspek ekonomi secara empiris untuk melakukan peramalan-peramalan ekonomi sedangkan ekonomi normatif membuka jalan untuk meningkatkan kesejahteraan yang merata dan berkeadilan.

Konsep Bisnis Syariah

Bisnis secara umum diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rezeki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan ke-

⁴ Lihat pengertian Ekonomi Islam yang dikemukakan oleh Arkham yang menekankan pada tujuan dari aktivitas ekonomi yang disebut dengan *human falah*, yaitu kebahagiaan manusia atau keberhasilan hidup manusia yang dicapai dengan kemampuan mengorganisasikan sumberdaya di bumi dengan gotong royong dan partisipasi. Pengertian tersebut menekankan pengertian ekonomi Islam yang bersifat positif. Sedangkan pengertian ekonomi Islam yang normatif sebagaimana dikemukakan oleh Hasanuzzaman bahwa ilmu ekonomi Islam adalah pengetahuan dan penerapan perintah-perintah (*injunction*) dan tata cara (*rules*) yang diterapkan oleh syariah untuk mencegah ketidakadilan, dalam penggalan dan penggunaan sumber daya material guna memenuhi kebutuhan manusia yang memungkinkan mereka melaksanakan kewajiban kepada Allah dan masyarakat. Dikutip dari Azhari Akmal Tarigan, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*, FEBI Pers, 2016, 36-37.

inginkan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien. Skinner mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Menurut Anoraga dan Soegiastuti, bisnis memiliki makna dasar sebagai “*the buying and selling of goods and services*”. Adapun dalam pandangan Straub dan Attner, bisnis tak lain adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit.⁵

Adapun dalam Islam, bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian aktifitas bisnis dalam pelbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).⁶ Praktik bisnis tidak hanya berbicara tentang bagaimana mendapatkan materi namun juga sesuatu yang non-materi. Konsep bisnis dalam Islam harus dipraktikkan secara professional dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.⁷ Karena bisnis dalam Islam memiliki dimensi vertikal dan horizontal.

Prinsip Dasar dan Etika Bisnis Islam

Bisnis dipengaruhi bukan hanya oleh situasi dan kondisi ekonomi, melainkan juga oleh perubahan sosial, politik, ekonomi dan teknologi serta pergeseran-pergeseran sikap dan cara pandang para *stakeholders*nya. Bisnis tidak dipandang secara sempit dengan tujuan memaksimalkan nilai (ekonomi) bagi pemiliknya, tetapi bisnis tetap mempertimbangkan segala sesuatu yang mempengaruhi pencapaian tujuan tersebut.

Ada empat prinsip (aksioma) dalam ilmu ekonomi Islam yang

⁵ Yusanto, M. I., & Widjajakusuma, M. K., *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta; Gema Insani Press, 2002), 12.

⁶ *Ibid.*, 18

⁷ Zaroni, A. N., "Bisnis dalam Perspektif Islam; Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi", dalam *Jurnal Mazahib*, 4(2), 2007

mesti diterapkan dalam bisnis syari'ah, yaitu: Tauhid (*unity/ke-satuan*), Keseimbangan atau kesejajaran (*equilibrium*), Kehendak Bebas (*free will*), dan Tanggung Jawab (*responsibility*).⁸ Sementara menurut Beekun terdapat lima aksioma dalam ekonomi Islam. Sebagai yang kelima adalah *benovelence* atau dalam istilah lebih familiar dikenal dengan *ihsân*.⁹

Etika Bisnis Syariah

Tujuan bisnis untuk memaksimalkan keuntungan bagi pemilik perusahaan dapat dicapai secara lebih baik yaitu dengan memperhatikan manusia, memanusiakan manusia dan melakukan langkah-langkah harmonis dengan seluruh *stakeholders*, seluruh partisipan dan lingkungan tempat perusahaan berada.

Dalam Islam ada beberapa prinsip dasar yang menjadi etika normatif yang harus ditaati ketika seorang muslim akan dan sedang menjalankan usaha, diantaranya (1) Proses mencari rezeki bagi seorang muslim merupakan suatu tugas wajib. (2) Rezeki yang dicari haruslah rizki yang halal. (3) Bersikap jujur dalam menjalankan usaha. (4) Semua proses yang dilakukan dalam rangka mencari rezeki haruslah dijadikan sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. (5) Bisnis yang akan dan sedang dijalankan jangan sampai menimbulkan kerusakan lingkungan hidup. (6) Persaingan dalam bisnis dijadikan sebagai sarana untuk berprestasi secara fair dan sehat (*fastabikul al-khayrat*). (7) Tidak boleh berpuas diri dengan apa yang sudah didapatkan. (8) Menyerahkan setiap amanah kepada ahlinya, bukan kepada sembarang orang, sekalipun keluarga sendiri.

Dalam bisnis syariah selain mengusahakan bisnis pada umumnya, juga menjalankan syariat dan perintah Allah dalam hal bermuamalah. Untuk membedakan antara bisnis syariah dan yang bukan, maka kita dapat mengetahuinya melalui ciri dan karakter

⁸ Syed Nawab Haider Naqvi, *Islam; Economics and Society*, (London and New York: Kegan Paul International, 1994), 44-45.

⁹ Rafik Isa Beekun (1997), *Islamic Business Ethics*, Virginia: International Institute of Islamic Thought, hal 40.

dari bisnis syariah yang memiliki keunikan dan ciri tersendiri. Beberapa ciri itu antara lain:¹⁰ 1). Selalu berpijak pada nilai-nilai ruhiyah. 2). Memiliki pemahaman terhadap bisnis yang halal dan haram. 3). Benar secara syar'iy dalam implementasi. 4). Berorientasi pada hasil dunia dan akhirat.

Integrasi Fungsi Bisnis dalam Praktik Bisnis Syariah

Nilai dan etika bisnis syariah dapat diimplementasikan dengan menganut pada model yang dikembangkan oleh (Joni Tamkin, 2013; Nor 'Azzah, 2013; Siti Rahmaniah, 2013).¹¹ Untuk mengimplementasikan konsep bisnis syariah, fungsi-fungsi bisnis yang dipraktikkan pada umumnya dalam organisasi bisnis harus se-laras dan tidak boleh lepas dari unsur-unsur yang bersesuaian dengan syariah.

Fungsi Bisnis	Unsur-unsur / karakteristik	
Produksi	1.	Jenis produk; sesuai dengan konsep halalan thoyyiba, berguna dan bermanfaat, memiliki nilai ibadah kepada Allah, layak dan kompetitif
	2.	Memenuhi prinsip-prinsip Islam dalam produksi; Halalan thoyyiba (bersih dan murni); Berdasarkan masalah; mematuhi Maqasid Syariah; Berdasarkan konsep kebutuhan dan prioritas (al-Awlawiyyat); tidak merugikan atau membahayakan
	3.	Menghasilkan produk etis; hanya menggunakan sumber daya halal (sah), menerapkan karya-karya yang hanya sah seperti tidak curang dan tidak melakukan dengan penyipuan dan riba; menjaga kebersihan, mendapatkan Sertifikat Halal, sesuai dengan prosedur dan standar yang diperlukan

¹⁰ Fuadi, S., *Bisnis Syariah*, diambil dari <https://suud83.wordpress.com/2008/06/14>.

¹¹ Mohd. Faizal P. Rameli, et. all., *The Characteristics of Muslimpreneurs from the view of Muslim Scholars and Academician*, International Journal of Teaching and Education Vol. II (No. 2) ISSN 2336-2022

Pemasaran	1.	Tidak terlibat dengan transaksi yang dilarang oleh Islam; seperti Bai' al-Najash, riba, tidak memonopoli, tidak manipulatif
	2.	Iklan yang benar, jelas dan transparan; tidak ada korban, harga wajar, Jangan memaksa pelanggan, tidak ada unsur ketidakpastian, tidak berbuat curang, menggunakan model dan duta merek yang diperbolehkan oleh Islam
	3.	Produk Kembali diperbolehkan dengan alasan yang tepat; menerapkan konsep khiyar
	4.	Persaingan bisnis; meningkatkan kualitas produk, mengekspos kebaikan produk, tidak memfitnah pesaing; menjaga etika dan moral dengan orang lain
	5.	Muslimpreneurs harus berlatih konsep 4 p atau 5Ps dalam bisnis mereka dan pada waktu yang sama harus mencoba untuk mendapatkan Sertifikat Halal.
Keuangan	1.	Mematuhi prinsip-prinsip dasar keuangan Islam; taat hukum (halal), transaksi keuangan yang benar, tidak melibatkan unsur-unsur Riba' (riba), gharar (ketidakpastian) dan maysir (judi)
	2.	Sumber permodalan dari milik sendiri atau dari utang dan ekuitas; disarankan untuk mengajukan permohonan Qardh al-Hasan (kebijakan pinjaman), jujur dan terpercaya baik untuk individu dan lembaga
	3.	pengeluaran untuk yang halal dan bertujuan untuk menjaga prinsip Daruriyyat, Hajiyyat and Tahsiniyyat; prioritas pengeluaran untuk biaya karyawan, biaya manajemen, Zakat, utang; pengeluaran lain-lain yang telah dinyatakan benar seperti bonus dan penghargaan kepada karyawan; tidak terlibat dengan melanggar hukum termasuk untuk pemborosan, keagungan dan kebanggaan dalam property.

Sumber Daya Manusia	1.	Peresmian pekerja, upah dan gaji; kelayakan pekerja, kemampuan perusahaan, keterampilan pekerja, suasana sekitar, adil dan setara
	2.	Konsep hubungan dalam SDM; berdasarkan ajaran Islam al-Din (the way of life), karyawan dijadikan sebagai aset bukan tenaga kerja (buruh), percaya bahwa rizki dan kesenangan adalah amanah dari Allah; hubungan yang fair dengan karyawan; memberikan tanggungjawab dan kepercayaan kepada karyawan
	3.	Muslimpreneurs harus membangun hubungan dengan karyawan berdasarkan prinsip pendidikan dan pembelajaran Islam

Tabel.1. Karakteristik Muslimpreneurs dalam Pandangan Cendekiawan dan Akademisi Muslim

Berdasarkan model tersebut maka implementasi nilai bisnis syariah dapat diterapkan pada organisasi atau perusahaan dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip ekonomi dan manajemen yang sudah lama terbangun dan diimplementasikan pada organisasi atau perusahaan secara profesional. Dimana prinsip etika bisnis syariah akan melingkupi fungsi-fungsi bisnis yang ada baik dari aspek produksi, pemasaran, keuangan, maupun sumber daya manusia.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode kualitatif, dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data akan disajikan sesuai fakta, keadaan, dan fenomena yang terjadi pada saat penelitian dilakukan.

Penelitian dengan pendekatan deskriptif kualitatif bertujuan untuk memperoleh gambaran secara empiris tentang implementasi nilai bisnis syariah, aktual dan apa adanya bagaimana proses implementasi nilai-nilai bisnis syariah pada UD. Toncell.

Sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi pada obyek penelitian yaitu manajemen Toncell dan karyawan.

Guna memberikan deskripsi yang komprehensif tentang implementasi nilai bisnis syariah, data dianalisis secara deduktif dan induktif. Ada tiga tahapan analisis data yang digunakan yaitu, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil Penelitian & Pembahasan

Profil UD. Toncell Cakranegara Mataram

1. Sejarah Berdirinya UD. Toncell Cakranegara Mataram

UD. Toncell merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang distribusi asesoris dan sparepart handphone. Perusahaan ini didirikan oleh Toni Supriadi pada tahun 2003. Jenis usaha yang dijalankan Toni merupakan bisnis keluarga (*family business*) sehingga pada tahap awal operasionalisasi kegiatan usahanya Toni dibantu oleh istrinya Maslakah dan saudaranya Imam Nurcholis dan Wiwik Sumbogo.

Pada tahun-tahun pertama lokasi usaha berpindah-pindah, dimulai di kompleks pertokoan Sweta, kemudian tahun kedua pindah ke Mayura Cakranegara, kemudian di Jalan Balam Cakranegara. Setelah lima tahun merintis usahanya, dan cukup eksis dikenal dikalangan para pelaku bisnis asesoris handphone di Mataram. Toni Supriadi menetapkan lokasi usahanya di pusat bisnis Mataram yang cukup strategis, tepatnya di Merak Ruko No.10-11 Cakranegara Barat dan ditetapkan sebagai kantor pusat sejak tahun 2008.

Seiring dengan perkembangan usahanya yang terus berkembang dan dapat dikatakan sebagai pusat asesoris termurah dan terlengkap di Mataram. UD. Toncell mengembangkan sayapnya dengan membuka beberapa cabang dan konter di beberapa lokasi strategis di Mataram, yaitu di jalan Airlangga Gomong sebagai

pusat pelajar dan mahasiswa, dan konter di Lombok Epicentrum Mall (LEM). Beberapa cabang Toncell yang berada di luar Lombok antara lain di Bali, Sumbawa, Bima, Nusa Tenggara dan NTT.

Sekalipun bisnis handphone sempat mengalami pasang surut, dimana ketika Nokia merajai bisnis telekomunikasi tersebut, kemudian tergusur oleh handphone merk Blackberry, Apple dari Eropa dan yang paling sangar mengalahkan Nokia adalah handphone merk Samsung dari Korea, disamping itu merek-merek dari China tidak kalah gencarnya masuk di pasar Indonesia. Akan tetapi disisi lain, bisnis asesoris dan sparepart handphone ternyata tidak tergerus dan termakan perubahan tersebut. Sehingga sejak berdirinya Toncell hingga sekarang tetap eksis dan konsisten dalam menjalankan *core* usahanya, yaitu tetap bergerak di bidang distribusi asesoris dan sparepart handphone.

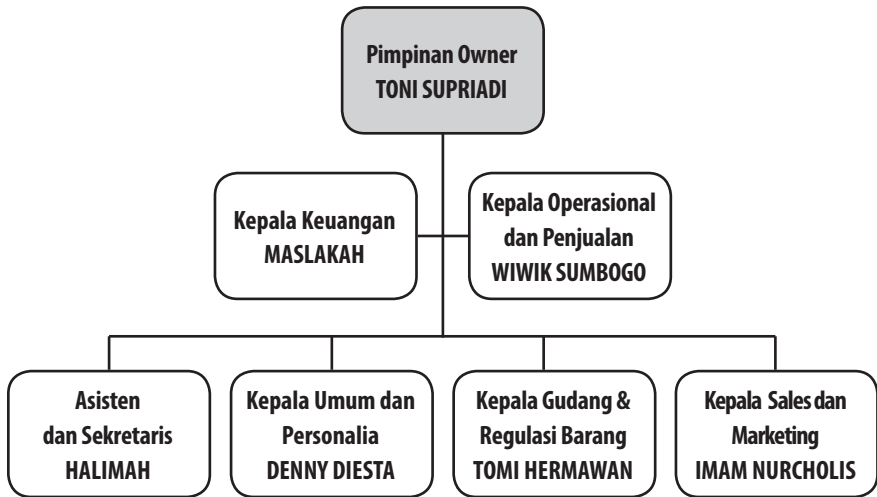
2. Visi dan Misi Organisasi

Toncell memiliki visi bisnis yang berbeda dari kebanyakan organisasi bisnis lain di Mataram bahkan Lombok. Visi Toncell adalah “Dengan berlandaskan iman dan takwa, profesional serta nilai-nilai kekeluargaan Toncell menjadi salah satu perusahaan distributor asesoris *sparepart* handphone terlengkap, terpercaya dan berkompetitif di NTB.”

Untuk mewujudkan visi bisnisnya, Toncell kemudian mem-*breakdown* dalam misi perusahaan, yaitu:

1. Menciptakan tenaga kerja yang ahli dan kompeten serta memiliki iman dan taqwa (*imtaq*) dan iptek yang kuat
2. Membentuk karakteristik karyawan yang Islami, profesional dan penuh dengan nilai-nilai kekeluargaan
3. Memuaskan pelanggan dan konsumen
4. Menjadi perusahaan yang terdepan di bidangnya
5. Memperluas lapangan kerja untuk kemakmuran masyarakat sekitar pada khususnya dan masyarakat Lombok NTB pada umumnya.

3. Struktur Organisasi



Gambar.1.Struktur Organisasi UD. Toncell Mataram¹²

Meskipun status perusahaan Toncell adalah Usaha Dagang (UD) sebagai salah satu bentuk usaha yang dimiliki oleh satu orang saja, tetapi pada dasarnya Toncell merupakan perusahaan perseorangan sehingga struktur organisasinya masih sangat sederhana. Meskipun demikian, struktur organisasinya sudah bisa memenuhi tujuan dasar *man power loading*, yaitu mengorganisasikan sumber daya manusia ke bagian-bagian yang membutuhkan dengan porsi yang seimbang dengan beban kerjanya. Hasil nyata yang bisa dirasakan dari struktur organisasi perusahaan ini adalah adanya garis perintah dan koordinasi yang jelas, sehingga setiap karyawan dapat saling bekerja sama untuk saling mencapai tujuan bersama (*goal congruence*).

Posisi pengawasan di pegang langsung oleh Toni Supriadi selaku owner, sedangkan pada posisi manajemen inti perusahaan dipegang oleh beberapa orang disesuaikan dengan tugas, fungsi dan tanggung jawab masing-masing.

¹² Deny Diesta, Profile UD. Toncell Mataram NTB, Arsip Tahun 2016.

Selain manajemen inti, perusahaan memiliki 40 orang karyawan (tenaga kerja) baik pria maupun wanita dengan latar belakang pendidikan yang beragam mulai dari tamatan SMA/SMK atau yang sederajat dan karyawan dengan kualifikasi Sarjana 1 (S1). Penempatan karyawan disesuaikan dengan kualifikasi pendidikan maupun keahlian yang dimiliki berdasarkan pengalaman kerja, pendidikan dan pelatihan (diklat, kursus) yang pernah diikuti. Pada masing-masing bagian telah ditunjuk kepala atau penanggung jawab perbagaian dimana mereka bertanggung jawab langsung kepada manajemen inti perusahaan.

NO	POSISI/PENEMPATAN KERJA	JUMLAH
1	Admin	3 Orang
2	Kepala Gudang 1	2 Orang
3	Kepala Gudang 2	2 Orang
4	Retur	2 Orang
5	Lapangan	7 Orang
6	Kasir	3 Orang
7	Sales	10 Orang
8	SPG Handsfree	1 Orang
9	Battery & Charger	1 Orang
10	Antigores, Flashdisk, Memori Card	1 Orang
11	Sparepart	1 Orang
12	Silicon dan dompet	3 Orang
13	Cabang Airlangga	3 Orang
14	Counter Mall	3 Orang
JUMLAH KARYAWAN		40 Orang

Tabel.2. Jumlah Karyawan dan Penempatan Kerja UD Toncell Mataram NTB

4. Kegiatan Umum Perusahaan

Dalam rangka pembinaan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia yang beriman dan bertaqwa yang memiliki kara-

keristik Islami yang profesional serta menunjang nilai-nilai kekeluargaan, kegiatan umum perusahaan menjual asesoris dan sparepart handphone secara grosiran dan eceran, pemasaran barang di seluruh wilayah NTB, Nusra dan NTT. Toncell juga mengadakan pengajian rutin yang harus diikuti oleh seluruh karyawan Toncell dan terbuka untuk umum pengajian diisi oleh beberapa ustadz/ustadzah baik lokal maupun nasional sebagai narasumber. Selain itu karyawan juga diberikan ruang kebebasan untuk berekspresi dan mengembangkan kemampuannya melalui majalah dinding atau papan informasi karyawan maupun melalui kegiatan briefing dan meeting yang rutin dilaksanakan oleh perusahaan.

Prinsip dan Strategi Bisnis berbasis Syariah

1. Prinsip Bisnis

Pada awalnya Toncell adalah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan asesoris dan sparepart handphone sebagaimana usaha-usaha perdagangan lainnya di NTB. Dan dikelola berdasarkan prinsip dan strategi bisnis yang juga tidak jauh berbeda dengan prinsip dan strategi yang dilakukan kompetitor. yaitu prinsip dan strategi bisnis konvensional. Dengan modal sekecil-kecilnya untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Perusahaan harus mampu membaca dan memanfaatkan peluang untuk meningkatkan *return*.

Namun seiring waktu, terjadi perubahan mindset dan paradigma bisnis dari pemilik Toni Supriadi. Dimana kegiatan bisnis harus dijalankan dengan berpegang pada prinsip-prinsip agama. Ajaran Islam harus mendasari semua kegiatan bisnis yang dijalankan perusahaan dan tidak boleh bertentangan dengan ajaran Islam (sesuai syariah). Berdasarkan cerita dari Denny Diesta, ada pengalaman-pengalaman spiritual tersendiri yang dialami oleh mas Toni, beberapa perubahan cukup signifikan terjadi setelah mas Toni sering mengikuti pengajian maupun diskusi agama (*ijtima'*)

yang diadakan di masjid jami' Cakranegara dan masjid al-Taqwa Mataram. Berbeda dengan kondisi sebelumnya. Sekarang mas Toni tidak pernah meninggalkan shalat berjama'ah dan sering mengikuti kajian-kajian keIslaman. Beliau juga mengajak kami, keluarga dan orang terdekat untuk kembali kepada ajaran Islam yang benar. Dan alhamdulillah itu mempengaruhi kami walaupun itu butuh proses yang tidak instan.

Paradigma religius inilah yang kemudian mempengaruhi manajemen Toncell. Sehingga perubahan prinsip dan strategi diterapkan dalam menjalankan bisnisnya di UD. Toncell. Karena Toncell sudah cukup berpengalaman dalam menjalankan bisnisnya. Untuk menjalankan bisnis secara Islami dan sesuai syariah. Toncell kemudian merumuskan visi bisnisnya, yaitu, "Dengan berlandaskan iman dan takwa, profesional serta nilai-nilai kekeluargaan Toncell menjadi salah satu perusahaan distributor asesoris sparepart handphone terlengkap, terpercaya dan berkompetitif di NTB."

Berdasarkan visi Toncell dapat dijelaskan beberapa prinsip bisnis yang mendasari perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya dan manajemennya, antara lain:

1. Setiap keputusan dan tindakan bisnis harus berlandaskan atas prinsip keimanan dan ketakwaan kepada Allah swt.
2. Mengedepankan prinsip pengelolaan yang *good corporate governance* dan menjunjung profesionalisme kerja
3. Menanamkan nilai-nilai kekeluargaan guna menciptakan iklim bisnis yang terpercaya dan bersahabat.

Prinsip-prinsip inilah yang dipegang oleh Toncell dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Meskipun banyak tantangan yang dihadapi, tapi kami yakin bahwa kami mampu menerapkan dalam setiap lini kegiatan bisnis kami, ujar Desta.

Lebih lanjut Desta menerangkan, prinsip bisnis syariah yang kami bangun bukan hanya sekedar covernya saja, seperti semua

karyawan wanita diwajibkan berhijab, hijabnya pun harus benar-benar sesuai syariah (*hijab syar'i*). Jadi, prinsip bisnis yang Islami ini kami terapkan secara organisatoris dan menyeluruh mendasari semua kegiatan yang dilakukan Toncell meliputi semua sumber daya yang ada di dalamnya.¹³

Untuk melihat konsep bisnis syariah pada UD. Toncell sebagai implementasi dari prinsip yang dipegang. Dapat diperhatikan dari beberapa kegiatan rutin yang dilakukan manajemen dan karyawan UD. Toncell secara terencana dan terjadwal antara lain:

1. Pengajian umum (kajian keIslaman). Dilaksanakan 2 kali seminggu pada hari Selasa dan Jumat. Bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan wawasan keIslaman, juga meningkatkan kemampuan membaca Al-Quran karyawan Toncell. Pengajian biasanya dilakukan dengan mengundang ustadz/ustadzah baik tingkat lokal yang ada di Lombok maupun mendatangkan dari luar Lombok (Nasional). Tema-tema kajian disesuaikan dengan tingkat pemahaman karyawan, terutama yang berkaitan dengan motivasi kerja Islami, etos kerja Islami. Disamping tema-tema di bidang akidah, syariah maupun akhlak. Dengan kegiatan pengajian yang dilaksanakan diharapkan karyawan memiliki karakter pribadi yang saleh secara individu maupun sosial dan berdampak pada pola hidup, sikap dan perilaku kerja yang Islami.
2. Briefing kinerja karyawan. Bertujuan untuk mengevaluasi kinerja karyawan. Dilaksanakan mingguan yaitu setiap hari Sabtu. Kegiatan ini diformat secara menarik dan menyenangkan mengingat karyawan sudah bekerja selama 6 hari, biasanya diselingi dengan acara makan-makan. Sehingga dapat menciptakan keakraban dan memperkuat *ukhuwwah Islamiyah* antar karyawan maupun dengan pihak manajemen.
3. Setiap karyawati diwajibkan mengenakan hijab syar'i. Wa-

¹³ Deny Diesta, wawancara pada hari Senin di ruang pimpinan, 5 September 2016, Jam 11.15 WITA.

laupun karyawati pada sebelumnya tidak mengenakan hijab, tapi setelah menjadi karyawan di Toncell mereka diwajibkan mengenakan hijab. Bahkan pihak perusahaanlah yang membuat seragam kerja yang memang memenuhi syarat-syarat hijab yang syar'i dan wajib dipakai pada jam kerja. Sehingga beberapa karyawati butuh pembiasaan sampai mereka sadar secara individu akan kewajiban menggunakan hijab bagi seorang muslimah. Pakaian hijab yang dikenakan oleh para karyawan di lingkungan Toncell menjadi ciri tersendiri bagi perusahaan, sehingga *image* yang terbangun bahwa Toncell memang menerapkan etika bisnis syariah. Walaupun bukan itu yang menjadi tujuan dari penerapan aturan ini.

4. Sholat berjama'ah, terutama pada waktu sholat zuhur dan ashar yang waktu berada pada jam kerja. Setiap karyawan di-wajibkan melaksanakan sholat berjama'ah pada waktu kerja. Solat berjama'ah dilaksanakan dengan buka tutup toko, tapi dilaksanakan dua gelombang secara bergiliran. Sehingga pelayanan tidak ditutup.
5. Pengaturan posisi dan penempatan kerja. Untuk pekerjaan lapangan (*sales*) dan pergudangan menggunakan tenaga pria dan tenaga wanita lebih banyak pada posisi admin, kasir, dan retur penjualan (SPG).
6. Memberikan bonus atau tunjangan kepada semua karyawan pada setiap hari-hari besar Islam. Seperti pembagian sembako, daging maupun bonus atau tunjangan berupa uang. Hal ini bertujuan agar para karyawan di lingkungan Toncell dapat melaksanakan dan merayakan hari-hari besar Islam bersama keluarganya.
7. Program rutin lainnya perusahaan mengadakan *rihlah* (tamsya) baik ke tempat-tempat wisata pada tahun baru.
8. Mengadakan lomba-lomba Islami untuk karyawan, seperti menghafal do'a harian dapat hadiah. Disamping itu, karyawan

diberikan kesempatan untuk menulis atau memajang artikel-artikel di papan informasi.

2. Strategi Bisnis

Strategi bisnis dapat didefinisikan sebagai cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan *joint venture*. Sebagai perusahaan tentu Toncell memiliki strategi-strategi khusus dalam menjalankan bisnisnya. Berdasarkan pengamatan dan wawancara dengan pihak manajemen, Toncell menerapkan beberapa strategi bisnis, antara lain;¹⁴

1. Strategi penjualan (*selling strategy*). Pada awalnya Toncell hanya melaksanakan kegiatan bisnisnya dengan melakukan penjualan langsung kepada konsumen pemakai (*end user*). Namun seiring dengan semakin meningkatnya pengguna handphone yang membutuhkan asesoris maupun semakin banyaknya konter atau outlet yang menjual asesoris handphone yang berarti semakin banyaknya pesaing. Toncell kemudian melakukan penetrasi pasar dengan menjadi distributor atau supplier asesoris handphone terlengkap dan memasok barang kepada outlet-outlet yang ada di sekitar Mataram, disamping melakukan penjualan secara grosir di tokonya. Sehingga sasaran penjualannya tidak hanya pemakai, tapi juga para pedagang atau toko-toko handphone.
2. Strategi penentuan harga (*pricing strategy*). Pelaku bisnis handphone dan asesoris cukup banyak di Mataram. Untuk menguasai pasar, salah satu strategi yang digunakan oleh Toncell yaitu dengan mematok harga jual produk yang kompetitif.

¹⁴ Deny Diesta, wawancara di ruang pimpinan, 5 September 2016, mulai Jam 11.15-12.10. Tambahan keterangan tentang kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan di UD. Toncell juga digali dari beberapa karyawan Toncell, yaitu dari Martini, Wati dan Mas Gio.

3. Perluasan jaringan pemasaran. Sebagai pemain lama Toncell sudah memiliki jaringan distribusi produk di NTB, yaitu meliputi wilayah, Mataram, Lombok Barat, Lombok Tengah, Lombok Timur, Sumbawa, Bima, Dompu, Bali, dan NTT.

3. Manajemen Bisnis Syariah

a. Produk

Toncell bergerak di bidang perdagangan eceran maupun grosiran peralatan telekomunikasi dan perlengkapannya yaitu asesoris dan sparepart handphone. Pendiri memilih usaha di bidang ini karena wawasan pengetahuan, pengalaman dan skill beliau yang telah lama berkecimpung di bidang marketing asesoris, perak perak dan sparepart handphone. Selain itu karena jenis usaha ini sesuai dengan perkembangan teknologi dan tuntutan kebutuhan masyarakat akan perangkatnya beserta produk-produk atau perak perak turunannya. Diantara produk asesoris yang ditawarkan seperti, casing, charger, Battery, handsfree, screenguard, speaker, media player, dan lain-lain.

Penjualan produk dilakukan secara grosir dan eceran. Untuk pembelian secara grosir, pertama kali konsumen harus melakukan pembelian minimal 5 item produk dengan potongan harga hingga 50%. Pendaftaran menjadi reseller belanja awal 500 ribu. Sedangkan penjualan secara eceran harga yang ditawarkan cukup bersaing dengan pesaing terutama yang berada di sekitar Mataram.

Kemudian jenis akad penjualan langsung (eceran) dilakukan secara tunai. Yaitu akad jual beli. Barang yang sudah dibeli jika tidak sesuai atau ada cacatnya, toko memberikan garansi semua barang 1 minggu (masa *khiyar*), dengan ketentuan barang boleh diganti dengan yang lain dan tidak boleh dikembalikan. Sedangkan untuk agen lama pembelian barang bisa dilakukan dengan cara kredit dengan uang muka 70% bayar di muka, sisanya bisa dibayar belakangan. Karena harga untuk agen jauh lebih murah sehingga agen rata-rata melakukan transaksi pembelian secara tunai (*cash*).

Sedangkan jenis barang yang disediakan barang yang tidak melanggar prinsip syariah, seperti barang yang mengandung unsur pornografi dan sebagainya.

b. Keuangan

Sumber permodalan UD. Toncell pada awalnya bersumber dari modal pribadi (perusahaan) dan pinjaman dari Bank. Namun saat ini sebagian besar modal berumber dari perusahaan.

Pengelolaan keuangan dialokasikan untuk pembelian (stok) barang, gaji karyawan, insentif, penambahan asset perusahaan, dan kegiatan lainnya seperti untuk pendidikan dan pelatihan karyawan. Disamping itu perusahaan juga tetap menghitung dan mengeluarkan zakat penghasilan perusahaan, yang dikeluarkan melalui badan amil zakat maupun secara langsung kepada mustahik. Selain zakat, perusahaan juga menyalurkan infaq, sadaqah maupun memberikan sumbangan untuk kegiatan keagamaan.¹⁵

Sistem penggajian karyawan disesuaikan dengan standar UMR Kota Mataram, yang dibayarkan setiap bulan. Disamping gaji pokok, karyawan juga mendapat insentif berdasar kinerja masing-masing. Disamping itu perusahaan juga memberikan bonus pada waktu-waktu tertentu, seperti pada hari besar Islam.

c. Pemasaran

Beberapa bentuk kegiatan pemasaran yang dilakukan Toncell adalah dengan memasang iklan di beberapa papan reklame yang disewa dari beberapa advertising di Lombok dan bersifat tentatif sesuai kebutuhan. Toncell juga terlibat sebagai sponsor pada beberapa kegiatan terutama jika ada pihak yang meminta dan disetujui manajemen.

Pricing strategy (penentuan harga) yang kompetitif juga merupakan salah satu bentuk pemasaran yang dilakukan Toncell seperti yang sudah dijelaskan pada point strategi bisnis. Bentuk kegiatan pemasaran lainnya adalah mengadakan bazar (pembe-

¹⁵ Deny Diesta, Wawancara tanggal 5 September 2016. Jam 11.15-12.30.

rian diskon harga khusus) yang diberikan kepada konsumen pada waktu-waktu tertentu seperti diskon khusus pada akhir tahun.

2. Sumber Daya Manusia

Untuk menjelaskan tentang aspek pengelolaan sumberdaya manusia di lingkungan Toncell dapat dipaparkan beberapa data berkaitan tentang;

a. Sistem rekrutmen pegawai.

Kualifikasi umum pegawai yang diterima bekerja di UD. Toncell adalah pegawai yang dengan jenjang pendidikan minimal SLTP atau yang sederajat. Kemudian sanggup bekerja dengan sistem kerja yang ada lingkungan perusahaan. Beberapa posisi yang membutuhkan keahlian khusus disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan, misalnya untuk bagian administrasi dipersyaratkan mampu mengoperasikan komputer terutama program office dan mengutamakan yang berpendidikan S1. Tidak ada persyaratan khusus pegawai harus beragama Islam, dan memang semua pegawai tetap beragama Islam.

b. Upah dan gaji karyawan

Sistem pengupahan dan gaji pegawai disesuaikan dengan standar UMR dimana gaji karyawan mulai dari Rp.1.500.000 hingga Rp.3.000.000 per bulan. Sedangkan untuk karyawan yang masih magang atau kontrak gajinya sekitar Rp.6.00.000 samapi Rp.9.00.000. selain gaji tetap karyawan juga mendapat insentif dan bonus.

c. Disiplin kerja

Guna meningkatkan kinerja karyawan, perusahaan menetapkan aturan yang harus ditaati. Karyawan yang tidak masuk kerja (tanpa ijin), datang terlambat dan tidak ikut pengajian dikenakan denda yang dipotong dari gaji. Denda ditetapkan sebesar Rp.20.000. dan bagi karyawan yang terlambat dihitung permenit, terlambat 20 menit dipotong Rp.5.000.

Kontrol dan evaluasi untuk cabang dilakukan 2 kali dalam 1 bulan, yaitu untuk cabang yang ada di Jl. Airlangga dan Konter yang ada Lombok Epicentrum Mall.

d. Hubungan kerja

Pola hubungan antara perusahaan dengan karyawan dibangun atas prinsip-prinsip Islam dan ukhuwwah Islamiyah. Karyawan dipandang sebagai aset bagi perusahaan. Sehingga untuk meningkatkan kinerja karyawan perusahaan lebih menggunakan pendekatan kemanusiaan yang sesuai dengan ajaran Islam. Penempatan kerja disesuaikan dengan kemampuan dan setiap amanah dan tanggungjawab yang diberikan harus dapat dipertanggungjawabkan. Disamping itu, pendekatan pendidikan Islam juga diterapkan dengan beberapa program yang dilaksanakan secara rutin, seperti pengajian dan pemberian motivasi kerja Islami, solat berjama'ah, kewajiban mengenakan hijab syar'i bagi karyawan, pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan skill kerja.

3. Implementasi Konsep Bisnis Syariah

Bisnis diartikan sebagai usaha menjual barang atau jasa baik yang dilakukan perorangan atau kelompok kepada konsumen (masyarakat) guna mendapatkan laba (profit). Berdasarkan pengertian tersebut kegiatan bisnis pada umumnya sama. Sehingga keberhasilan suatu bisnis akan dipengaruhi oleh cara mengelolanya (manajemen bisnis). Dalam konteks ini tidak ada yang membedakan antara bisnis yang satu dengan bisnis yang lainnya. Yang akan membedakannya adalah prinsip, strategi, pola manajemen yang diterapkan yang dianut oleh para pelaku bisnis.

Konsep bisnis syariah adalah kegiatan pengelolaan suatu bisnis yang dilandaskan pada nilai-nilai syariah yang bersumber dari ajaran-ajaran Islam. Pada praktiknya, kegiatan bisnis yang dilakukan oleh UD. Toncell adalah kegiatan bisnis yang dilaksanakan dengan berpegang pada prinsip-prinsip atau nilai-nilai syariah.

Untuk melihat implementasi konsep bisnis syariah yang dipraktikkan oleh UD. Toncell dapat diukur melalui indikator-indikator sebagai berikut;

1. Prinsip dan strategi bisnis. Sebagaimana dikemukakan Naqvi, bahwa bisnis yang Islami adalah bisnis yang dijalankan dengan berpegang pada 4 prinsip, yaitu; Tauhid (*unity/kesatuan*), Keseimbangan atau kesejajaran (*equilibrium*), Kehendak Bebas (*free will*), dan Tanggung Jawab (*responsibility*). Wujud nyata dari implementasi konsep ini dipraktikkan oleh UD. Toncell dengan merumuskan visi bisnis yang Islami dan inilah yang mendasari semua kegiatan pengelolaan bisnis yang dijalankan. Visi bisnis ini diturunkan oleh manajemen Toncell ke dalam program-program yang dikembangkan dan dipraktikkan di lapangan, baik dalam program jangka panjang maupun jangka pendek.

Berdasarkan data lapangan, bahwa keempat prinsip bisnis Islami tersebut tergambar dalam praktik bisnis yang dilakukan oleh Toncell. Sebagai contoh, kegiatan pengajian, kewajiban untuk mengenakan hijab bagi karyawan perempuan maupun kewajiban membayar zakat dari penghasilan yang diperoleh perusahaan adalah perwujudan dari konsep tauhid dalam Islam. Dengan demikian perusahaan berusaha memfungsikan nilai-nilai Islam sebagai kaidah berfikir dan kaidah amal (sebagai tolak ukur perbuatan) dalam seluruh kegiatan organisasi.

2. Manajemen Bisnis Syariah.

Berdasarkan teori-teori manajemen bahwa paling tidak perusahaan akan melaksanakan kegiatan manajerial dalam beberapa aspek, seperti manajemen operasional (produk), keuangan, pemasaran dan sumberdaya manusia.

Pada praktik manajemen yang dilakukan manajemen Toncell bersama karyawan, mereka sangat mengindahkan dan bahkan menggali nilai kebenaran Islam kemudian menjadi tolak ukur praktik bisnis sehari-hari.

Beberapa aspek tersebut dapat diuraikan satu persatu sebagaimana yang diterapkan di Toncell adalah, *pertama* berkaitan dengan produk yang menjadi komoditi utama perusahaan termasuk dalam kategori produk yang halal dari jenisnya. Toncell juga mencegah masuknya barang yang mengandung unsur dapat mengharamkan kehalalan produknya, seperti tidak memperjualbelikan barang yang mengarah dan mengandung unsur pornografi dan pornoaksi. Dari sisi akad yang dilakukan adalah akad jual beli yang diperbolehkan dalam Islam dan adanya masa *khiyar* dalam pembelian barang oleh para konsumen. Dari sisi *maqashid*, bahwa produk handphone dan asesorisnya adalah produk yang memiliki nilai manfaat bagi manusia terlebih di zaman yang modern ini.

Kedua, pada aspek manajemen keuangan, sumber permodalan diperoleh dari dana pribadi. Pengelolaan keuangan dialokasikan untuk menunjang kegiatan operasional perusahaan, mulai dari pembelian barang, pembayaran gaji karyawan dan pengeluaran lainnya. Begitu pula dari sisi pendapatan juga diperoleh dari transaksi jual beli yang jelas. Prinsip pengelolaan keuangan UD. Toncell sudah sesuai dengan prinsip keuangan secara syariah, dimana permodalan dan aset perusahaan harus diperoleh dari dan dengan cara yang halal, tidak mengandung unsur riba, tidak diperoleh dengan *gharar* dan *maysir*. Prinsip pengeluaran (*tasyarruf*) juga didasarkan atas kepentingan pemberian hak-hak karyawan yang harus dipenuhi tepat waktu sesuai dengan kinerja karyawan dan kegiatan guna menunjang peningkatan kinerja mereka. Perusahaan juga melaksanakan kewajiban sebagai muslim yang taat, dengan mengeluarkan zakat, infaq dan sadaqah.

Ketiga, pada aspek pemasaran, Toncell juga sangat memperhatikan etika pemasaran yang baik sebagaimana etika bisnis syariah. Tidak melakukan penipuan, melakukan promo dan diskon sebagaimana mestinya dengan tidak membohongi pelanggan dengan perubahan harga sehingga seolah-olah terkesan memang

sedang ada promo. Penentuan harga yang kompetitif dengan memperhatikan harga pasar, sehingga tidak memonopoli harga.

Keempat, pada aspek sumberdaya manusia, perusahaan memperlakukan karyawan secara profesional dan sewajarnya, dengan tidak mengabaikan hak-hak karyawan yang harus dibayarkan. Bahkan perusahaan membangun *ukhuwwah Islamiyah* sehingga tercipta hubungan yang harmonis antara karyawan dan manajemen. Disamping itu, perusahaan juga sangat peduli dengan keberagaman dengan memperhatikan aspek ibadah para karyawan. Dan sisi-sisi pengembangan SDM yang beretos kerja Islami, dengan memberikan bimbingan dan pelatihan kepada karyawan.

Konsep inilah yang seharusnya diterapkan sebagaimana diajarkan oleh Rasulullah saw, sehingga tujuan manusia bukan hanya disibukkan dengan urusan yang duniawi saja tanpa memperhatikan nilai dan etika Islam. Sehingga semua komponen yang ada dilingkungan Toncell dapat menjalankan Islam secara *kaffah*. Aktivitas duniawi harus dibingkai dengan impelentasi kaidah dan prinsip syariah.

Kesimpulan

UD. Toncell adalah lembaga bisnis yang menjalankan kegiatan bisnisnya di bidang penjualan *sparepart* dan asesoris handphone di Mataram NTB dengan mengedepankan prinsip-prinsip dan strategi bisnis berbasis syariah. Kemudian diimplementasikan dalam cara pengelolaan yang benar dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam yang *syumul* dan *kaffah*, baik pada aspek pengelolaan produk, keuangan, pemasaran, dan aspek pengelolaan sumberdaya manusianya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Mustaq, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, cet. 1, 2001.
- Amin, A.Riawan, *Menggagas Manajemen Syariah, Teori dan Praktik The Celestial Management*, Jakarta: Salemba Empat. 2010
- Arifin, Johan, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press. 2009
- Beekun, Rafik Isa, *Islamic Business Ethics*, Virginia: International Institute of Islamic Thought, 1997.
- Dja'far, Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2008
- Fuadi, Suud, "Ekonomi dan Bisnis Syariah," dikutip dari <https://suud83.wordpress.com/2008/06/14/bisnis-syariah/>.
- Hamidi, M. L., *Jejak-Jejak Ekonomi Syariah*, Jakarta: Senayan Abadi Publishing, 2003.
- Naqvi, Syed Nawab Haider, *Islam, Economics And Society*, London and New York: Kegan Paul International, 1994.
- Qardhawi, Yusuf, *Daurul Qiyam wal Akhlaq fil Iqtisadil Islam* (Norma dan Etika Ekonbomi Islam), Jakarta: Gema Insani Press, 1995.
- Rameli, Mohd. Faizal P., et.all., "The Characteristics of Muslimpreneurs from the view of Muslim Scholars and Academician," *International Journal of Teaching and Education*, Vol. II (No. 2).
- Yusanto, M. Ismail, and Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta; Gema Insani Press, 2002.
- Zaroni, Akhmad Nur, "Bisnis dalam Perspektif Islam; Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi." dalam *Jurnal MAZAHIB* 4.2 (2007).