
STRATEGI PENERAPAN *BUSINESS PLAN* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Irmayanti, Ismail Keri¹

Institut Agama Islam Negeri Bone

Corresponding Author. Email: irmayanti82377@gmail.com

ABSTRAK

Business plan merupakan suatu rencana tertulis yang berisi tentang usaha yang akan dikelola, visi dan misi bisnis, *entrepreneur* dengan usahanya serta cara atau strategi yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sedangkan penjualan adalah ilmu dan seni yang dilakukan oleh penjual dalam menawarkan barang atau jasa kepada orang lain. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Bagaimana strategi penerapan *business plan* yang dilakukan pada usaha mebel PT Al Faqih Putra Risjaya, (2) Bagaimana efektivitas penerapan *business plan* dalam meningkatkan penjualan menurut perspektif ekonomi Islam. Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Untuk teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penerapan *business plan* yang dilakukan pada usaha mebel PT Al Faqih Putra Risjaya, telah dirancang sejak awal pendirian bisnis hingga saat ini dan diimplementasikan melalui aspek keuangan, aspek pemasaran (produk, harga, lokasi dan saluran distribusi, promosi), aspek operasional/produksi serta aspek Sumber Daya Manusia (SDM). Adanya penerapan *business plan* pada PT Al Faqih Putra Risjaya sangat efektif dalam meningkatkan penjualan dan pengembangan bisnis. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat penerapan *business plan* maka akan semakin tinggi tingkat potensi laba yang akan diperoleh dan semakin besar peluang untuk membuka cabang usaha dalam rangka pengembangan bisnis. Dalam perspektif ekonomi Islam, penerapan *business plan* dalam menjalankan kegiatan usaha pada PT Al Faqih Putra Risjaya sudah sesuai dengan prinsip-prinsip dalam ekonomi Islam yaitu tauhid, keadilan dan keseimbangan, kehendak bebas dan tanggung jawab, dan juga pada kegiatan ekonomi yang dilakukan telah mencontoh sifat-sifat Nabi Muhammad saw yaitu *Shiddiq, Amanah, Tabligh* dan *Fathanah*.

Kata Kunci: Business Plan, Peningkatan Penjualan, Perspektif Ekonomi Islam.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di Indonesia mengalami kemajuan yang begitu pesat terutama di era modern saat ini. Bisnis ialah kegiatan usaha dalam menghasilkan barang maupun jasa yang dilakukan oleh individu maupun organisasi untuk memperoleh laba. Ada beragam bisnis yang bisa dijalankan oleh semua kalangan, mulai dari bisnis di bidang manufaktur, perdagangan, maupun jasa. Namun sebelum memutuskan untuk membangun sebuah bisnis, seorang *entrepreneur* harus melihat prospek dari usahanya, sehingga modal maupun usaha yang dikeluarkan untuk membangun sebuah bisnis tidak menjadi sia-sia karena kesalahan dalam mengelola peluang dan ancaman bisnis yang dihadapi.

Sebelum memulai suatu bisnis, dibutuhkan adanya perencanaan bisnis yang baik dalam hal meminimalisasi resiko yang mungkin terjadi pada tahun berikutnya. Pemahaman yang kurang terkait perencanaan bisnis dan strategi yang matang dalam membangun suatu bisnis bagi wirausaha seringkali mengakibatkan kegagalan bagi sebuah usaha. Sebuah bisnis yang didirikan biasanya

sangat rentan gagal, terutama di awal-awal aktivitas bisnis. Data penelitian mengungkap bahwa dari 100 orang pendiri perusahaan yang mempunyai pertumbuhan tinggi, diungkapkan bahwa para pengusaha sangat sedikit yang melakukan perencanaan usaha pada tingkat awal. Justru 41% dari mereka belum memiliki *business plan*, 26% hanya terdapat perencanaan seadanya, dan 5% hanya memiliki estimasi keuangan, dan 28% diantaranya memiliki *business plan* yang jelas.

Salah satu bisnis yang banyak digeluti *entrepreneur* saat ini, yaitu usaha mebel. PT Al Faqih Putra Risjaya termasuk salah satu usaha mebel yang berada di Kabupaten Bone yang didirikan sejak tahun 2009 dan beroperasi hingga kini. Sejak awal berdirinya usaha mebel ini telah menerapkan *business plan*, namun belum sepenuhnya optimal dalam menerapkan pembagian divisi kerja yang memiliki tanggung jawab masing-masing untuk menangani bagian pemasaran, operasional/produksi dan Sumber Daya Manusia (SDM) sehingga semua masih menjadi tugas dari direktur utama dan wakil direktur PT Al Faqih Putra Risjaya. Selain itu, keberadaan kompetitor dengan usaha yang sejenis menjadi tantangan yang dialami oleh perusahaan ini dalam memperluas segmen pasar dan meningkatkan penjualan. Melihat kondisi tersebut, maka PT Al Faqih Putra Risjaya memerlukan adanya strategi *business plan* yang tepat yang sesuai dengan aturan dalam ekonomi Islam agar mampu meningkatkan penjualan dan bersaing dengan para kompetitor.

Sejauh ini penelitian yang membahas tentang rencana bisnis dan peningkatan penjualan sudah banyak dilakukan. Penelitian yang membahas tentang rencana bisnis antara lain dilakukan oleh Irwan Septhayuda, mengenai peran rencana bisnis sebagai alat untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan penelitian oleh Ridwan Kurniadi, mengenai analisis bisnis *plan* dan jaringan kerja dalam peningkatan operasional bisnis. Sedangkan pada penelitian yang mengenai tentang peningkatan penjualan antara lain dilakukan oleh Eriza Yolanda Maldina, mengenai strategi pemasaran Islami dalam meningkatkan penjualan pada butik calista, penelitian Rini Yohanna, mengenai analisis strategi pemasaran usaha mebel dalam perspektif ekonomi Islam, dan penelitian Dedi Irawan, mengenai analisis strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan menurut perspektif ekonomi Islam. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, ternyata penelitian tersebut belum ada yang membahas tentang strategi penerapan *business plan* atau rencana bisnis dalam meningkatkan penjualan menurut perspektif ekonomi Islam.

Maka dari itu, penelitian ini hadir untuk mengkaji hal terkait strategi penerapan *business plan* yang dilakukan pada usaha mebel PT Al Faqih Putra Risjaya dalam kegiatan usahanya untuk meningkatkan penjualan yang diterapkan melalui rencana-rencana pada aspek keuangan, pemasaran, operasional/produksi dan sumber daya manusia. Selain itu, pada penelitian ini akan diketahui apakah pengusaha muslim yang ada di PT Al Faqih Putra Risjaya betul-betul menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam menjalankan usahanya. Dengan demikian, disinilah letak orisinalitas penelitian yang akan dilakukan.

Oleh sebab itu, sangat penting melakukan penelitian ini dikarenakan peneliti ingin memberikan kontribusi bagi para pengusaha terkait pentingnya menerapkan *business plan* dalam

menjalankan usaha agar mampu meningkatkan penjualan dan mempertahankan bisnis di masa depan. Selain itu, dengan adanya penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang dilakukan akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan menjangkau segmen pasar yang lebih luas.

II. METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dimana informasi yang diperoleh peneliti langsung dari lokasi penelitian yaitu di PT Al Faqih Putra Risjaya. Penelitian lapangan diartikan sebagai salah satu jenis penelitian dimana peneliti secara langsung mengamati serta berpartisipasi di tempat penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif (*qualitative approach*). Pendekatan kualitatif diartikan sebagai prosedur penelitian yang menciptakan informasi deskriptif berbentuk kata-kata tertulis ataupun lisan dari orang-orang serta sikap yang diamati.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi

Penelitian ini dilakukan di PT Al Faqih Putra Risjaya yang berlokasi di Jalan Stadion La Patau, Kelurahan Macege, Kecamatan Tanete Riattang Barat, Kabupaten Bone.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan setelah terbitnya surat penelitian sampai dengan selesai.

C. Data dan Sumber Data

Untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian, maka data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain: 1) Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari direktur utama dan wakil direktur, direktur keuangan serta karyawan PT Al Faqih Putra Risjaya sebagai informan yang dianggap dapat memberikan informasi terkait masalah penelitian. 2) Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari buku-buku literatur yang berkaitan dengan perencanaan bisnis dan penjualan, struktur organisasi perusahaan, laporan hasil penjualan, serta dokumen yang dianggap relevan dengan masalah penelitian.

D. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah direktur utama dan wakil direktur, direktur keuangan serta karyawan PT Al Faqih Putra Risjaya.

2. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah strategi penerapan *business plan* dalam meningkatkan penjualan menurut perspektif ekonomi Islam pada Usaha Mebel PT Al Faqih Putra Risjaya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengambilan dan pengumpulan data penelitian, agar dapat diperoleh data-data yang lengkap, relevan dan dapat diuji kebenarannya, maka peneliti menggunakan teknik sebagai berikut: 1. Observasi pada penelitian ini dilakukan dengan mengunjungi secara langsung lokasi penelitian pada PT Al Faqih Putra Risjaya agar dapat melihat kondisi perusahaan dengan jelas serta mengamati

aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan fokus penelitian yang dibahas dalam penelitian ini. 2. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan terkait fokus penelitian kepada direktur utama dan wakil direktur, direktur keuangan serta karyawan PT Al Faqih Putra Risjaya. guna memperoleh data yang akurat dan hal-hal yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Jenis wawancara yang digunakan yaitu wawancara terstruktur yang ada pada pedoman wawancara. 3. Dokumentasi dalam penelitian ini diperoleh melalui rekaman, catatan pribadi hasil wawancara, pengambilan gambar melalui kamera dan dokumen-dokumen seperti buku-buku literatur yang berkaitan dengan perencanaan bisnis dan penjualan, struktur organisasi perusahaan, laporan hasil penjualan, serta dokumen yang dianggap relevan dengan masalah penelitian.

F. Alat Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Adapun teknik analisis data yang dilakukan, yaitu: 1. Reduksi Data (*Data Reduction*) ialah merangkum, memilah hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema serta polanya. Selanjutnya, data yang sudah direduksi dapat memberikan gambaran yang lebih jelas dan juga memudahkan peneliti dalam melaksanakan pengumpulan data berikutnya, serta mencarinya apabila dibutuhkan. 2. Penyajian Data (*Data Display*) dapat dilakukan dengan bentuk penjelasan singkat, bagan, hubungan antar jenis/kategori, *flowchart* serta sejenisnya. Yang sangat sering digunakan dalam menyajikan data pada riset kualitatif ialah dengan teks yang bersifat naratif. 3. Kesimpulan (*Conclusion/verification*) pada penelitian kualitatif yaitu berupa temuan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Temuan dapat berupa deskripsi suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas kemudian setelah diteliti menjadi jelas, seperti hubungan kausal atau interaktif.

III. Hasil dan Pembahasan

A. Strategi Penerapan *Business Plan* Pada PT Al Faqih Putra Risjaya

Salah satu kiat sukses sebagai langkah awal dalam mengembangkan suatu bisnis yaitu dengan melakukan penyusunan sebuah rencana bisnis yang jelas. *Business plan* merupakan alat perencanaan untuk mentransformasi ide atau konsep bisnis menjadi realita. Rencana sebaiknya tidak hanya berada dalam pikiran, tetapi harus dituangkan dalam bentuk tertulis. Dengan rencana yang dibuat secara tertulis, sangat berguna sebagai *controlling* dalam menilai apakah usaha yang akan dilakukan mampu bertahan di masa depan, layak, serta menguntungkan. *Business plan* atau rencana bisnis yaitu sebuah rencana yang tertulis tentang kegiatan bisnis yang akan dijalankan serta strategi yang akan dilakukan dalam memperoleh tujuan yang ditetapkan. Hal demikian sangat berguna, sebab *business plan* sebagai peta jalan atau pedoman kerja bagi seorang wirausaha.

Dalam menganalisis pentingnya penerapan *business plan* yang diterapkan PT Al Faqih Putra Risjaya dalam usahanya, akan sangat menunjang bagi keberhasilan usaha mebel yang dijalankan. Perusahaan ini telah menerapkan *business plan* sejak awal pendirian usahanya, yaitu pada tahun 2009

hingga kini. Rencana bisnis dirancang sesuai dengan harapan pemangku kepentingan perusahaan, dituangkan dalam bentuk tertulis yang disertai dengan kelengkapan dokumen penting seperti SITU, SIUP, NPWP dan izin usaha lainnya.

Adapun fungsi dengan adanya penerapan *business plan* bagi PT Al Faqih Putra Risjaya, antara lain: 1. Jangka pendek, berfungsi untuk memudahkan pekerjaan, meningkatkan penjualan serta sebagai pedoman operasional atau peta jalan agar dalam menjalankan bisnis selalu berada pada jalur yang benar. 2. Jangka menengah, berfungsi untuk mendapatkan suntikan dana dari lembaga keuangan ataupun kepada para investor. 3. Jangka panjang, berfungsi sebagai panduan dalam pengembangan perusahaan, baik dari pengembangan bentuk badan hukum maupun perluasan wilayah pemasaran.

Kebutuhan untuk membuat suatu rencana bisnis menjadi hal yang mutlak harus dibuat, karena dapat membantu para *entrepreneur* untuk mengetahui arah usaha dan kebutuhannya secara lebih terperinci. *Business Plan* memuat rencana-rencana mengenai pemasaran, keuangan, operasional/produksi, dan sumber daya manusia. Konsep *business plan* yang diterapkan oleh PT Al Faqih Putra Risjaya dituangkan dalam bentuk rencana-rencana menyangkut aspek keuangan, pemasaran, produksi/operasional hingga aspek Sumber Daya Manusia.

Adapun pengimplementasian *business plan* yang dilakukan pada PT Al Faqih Putra Risjaya antara lain, yaitu: 1. Aspek Keuangan. Hal yang sangat penting sekaligus sangat sensitif dalam ranah bisnis yaitu aspek keuangan. Tujuan membangun sebuah usaha/bisnis yaitu agar memperoleh *revenue* dan *profit* dengan penggunaan modal secara efisien. Dalam *business plan*, rencana pada aspek keuangan dapat berguna untuk menganalisa sumber dana dan jumlah dana yang diperlukan, memprediksi seberapa besar pendapatan yang akan diterima dari hasil usaha, serta mengestimasi berapa lama waktu pengembalian modal yang telah ditanamkan. Dalam pembuatan suatu usaha, biasanya diperlukan dana yang relatif besar. Besarnya modal yang disertakan dalam usaha akan menghasilkan usaha yang besar pula. Selain modal awal pendirian usaha, dalam menjalankan kegiatan usaha sehari-hari juga membutuhkan biaya operasional lainnya, seperti biaya untuk gaji karyawan, biaya peralatan dan mesin, biaya tagihan listrik, biaya transportasi, biaya pemeliharaan dan biaya lain-lain.

Untuk mengetahui apakah usaha yang sedang dijalankan mengalami keuntungan atau kerugian, diperlukan adanya pembuatan laporan keuangan. Laporan keuangan sangat berguna untuk menilai kinerja suatu perusahaan. Dalam laporan keuangan berisi ringkasan sebuah catatan atau pembukuan atas transaksi-transaksi keuangan yang berlangsung pada periode tertentu. Dari laporan tersebut, dapat tercermin kondisi perusahaan serta memudahkan untuk mengontrol biaya, karena keuntungan yang diperoleh dalam menjalankan bisnis akan mempengaruhi keberlangsungan perusahaan untuk terus maju. Dengan adanya perbandingan laporan keuangan dari tahun ke tahun, *entrepreneur* akan memperoleh informasi tentang hal apa yang masih perlu dibenahi maupun yang sudah sesuai dalam kegiatan usahanya.

Sesuai dengan hasil observasi dan wawancara yang didapatkan langsung di lokasi penelitian, pencatatan laporan keuangan pada PT Al Faqih Putra Risjaya masih menggunakan sistem pencatatan sederhana secara manual. Pencatatan transaksi yang bersumber dari pemasukan dan pengeluaran perusahaan, dicatat oleh seorang direktur keuangan pada sebuah buku kas perusahaan, buku persediaan serta pembelian barang yang dilengkapi dengan bukti transaksi berupa nota dan kuitansi. Laporan keuangan ini dicatat pada setiap hari, diaudit setiap bulan dan pada akhir tahun oleh auditor internal untuk mengetahui laba atau rugi perusahaan dan pengambilan keputusan.

1. Aspek Pemasaran

Peranan aspek pemasaran sangat berguna untuk menentukan keberlangsungan suatu usaha. Pemasaran merupakan upaya untuk menghasilkan dan menjual kepada konsumen produk berupa barang ataupun jasa. Untuk mencapai target penjualan yang maksimal, perlu adanya strategi pemasaran seperti menentukan peluang pasar dan menganalisis pesaing dengan tepat. *Business plan* untuk pemasaran yaitu adanya peningkatan penjualan dan peningkatan *gross margin* minimal 5% setiap tahun.

Adapun upaya pemasaran yang dilakukan PT Al Faqih Putra Risjaya diwujudkan melalui strategi *marketing mix*, diantaranya: 1) Produk. Usaha mebel PT Al Faqih Putra Risjaya memproduksi semua jenis produk yang berasal dari kayu. Bahan baku berupa kayu gelondongan diperoleh dari 4 kabupaten yaitu Bone, Soppeng, Wajo dan Sinjai. Produk yang dibuat menggunakan berbagai jenis kayu seperti kayu jati putih dan jati merah, kayu mahoni, kayu waru, kayu bayam, kayu meranti dan lain sebagainya. Jenis kayu yang dipilih memiliki kualitas yang kokoh, awet dan mudah untuk diukir. Pembuatan produk mebel dilakukan apabila ada pesanan dan adapula yang dibuat dahulu kemudian dipromosikan seperti papan, balok dan kusen standar. 2) Harga. Dalam hal penetapan harga jual produk, PT Al Faqih Putra Risjaya mengikuti harga produk mebel dipasaran namun harganya lebih murah dibanding produk pesaing. Meski demikian, perusahaan tetap memperoleh keuntungan. Strategi ini dilakukan agar dapat menarik minat calon konsumen, memperlancar penjualan dan menghadapi persaingan usaha. 3) Lokasi dan Saluran Distribusi. Saluran distribusi PT Al Faqih Putra Risjaya pada saat ini cukup luas, yaitu di 4 Kabupaten seperti Bone, Soppeng, Wajo, Sinjai bahkan hingga sampai ke Kota Makassar. Yang menjadi konsumen dari produk yang ditawarkan yaitu keluarga, teman, sahabat dan mayoritas berasal dari pesanan proyek rumah pribadi/BTN. Pendistribusian produk dilakukan melalui jalur darat dengan kendaraan mobil *pick up* dan mobil truk milik perusahaan. 4) Promosi . Kegiatan promosi produk PT Al Faqih Putra Risjaya dilakukan dengan komunikasi langsung antar penjual dan calon konsumen (*personal selling*) dalam mengenalkan sebuah produk, melalui media *word of mouth marketing* (pemasaran mulut ke mulut) maupun *social media* berupa *facebook*, *instagram*, dan *whatsapp*. Untuk promosi melalui media sosial *facebook* dan *instagram* dilakukan melalui akun pribadi milik direktur dan keluarga, sebab hingga kini belum ada akun

husus yang dibuat untuk perusahaan. Dari berbagai bentuk promosi yang dilakukan melalui media sosial, yang cukup banyak menghasilkan penjualan yaitu melalui *facebook*. Pemanfaatan teknologi berupa media sosial dianggap sangat efektif dan efisien untuk mengurangi biaya dan mampu menjangkau peluang pasar yang lebih luas. Kegiatan promosi produk dilakukan mulai dari orang terdekat seperti keluarga, karyawan, teman, sahabat hingga sampai pada orang lain. Strategi promosi yang dilakukan dimaksudkan untuk memperluas pangsa pasar. Tanpa adanya promosi, konsumen belum tentu dapat mengenal produk barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

2. Aspek Operasional/Produksi

Aspek operasional dikenal juga dengan sebutan aspek produksi ataupun aspek teknis. Penentuan kelayakan aspek produksi seperti ketepatan dalam memilih lokasi usaha, penyusunan peralatan pabrik, penentuan metode persediaan, dan pemilihan teknologi untuk mesin-mesin produksi perlu dianalisis dengan baik untuk memperlancar kegiatan produksi. Tanpa adanya perencanaan aspek ini, akan berakibat fatal bagi usaha yang akan dijalankan dikemudian hari.

Pemilihan *layout* untuk pabrik dilakukan secara teratur yaitu lokasi pabrik berada dibagian belakang kantor pemasaran. Tempat produksi mebel dan ukiran ditempatkan pada bagian depan, dekat dengan jalan raya bertujuan untuk menunjukkan hasil produksi kepada konsumen yang melewati jalan tersebut. Tempat peralatan/mesin pemotong kayu somel ditempatkan dekat dengan gudang penyimpanan bahan baku, dengan maksud untuk mempermudah tukang dalam mengangkat kayu gelondongan yang berukuran besar untuk diolah menjadi papan dan balok.

Pemilihan teknologi untuk mempermudah proses produksi pada PT Al Faqih Putra Risjaya dilakukan dengan mengkombinasikan antara peralatan tradisional dan mesin yang canggih seperti alat serut/ketam kayu, mesin bor, alat pahat/ukir, mesin profil kayu, roll meter, palu, gergaji, alat pengukur sudut, alat pemotong kayu/somel dan lain sebagainya. Dalam penggunaan alat dan mesin ini digunakan teknik tertentu agar dapat mengefisienkan waktu produksi, menghasilkan produk yang berkualitas dan meningkatkan kapasitas produksi.

Untuk standar kapasitas produksi yang telah direncanakan dalam *business plan* yaitu minimal 5.000 m³ per tahun. Sedangkan untuk standar bahan baku berupa kayu berkualitas yang digunakan, mulai dari Grade I untuk jenis kayu bayam dengan harga Rp12.000.000/m³, Grade II untuk jenis kayu jati merah dengan harga Rp4.000.000/m³, kayu jati putih dengan harga Rp2.200.000/m³, kayu meranti dengan harga Rp3.500.000/m³, Grade III untuk jenis kayu kampung seperti kayu mangga dan lain-lain dengan harga Rp2.000.000/m³. Untuk pemilihan jenis kualitas kayu yang digunakan pada produk mebel, disesuaikan dengan pesanan dari konsumen.

Pada persediaan bahan baku diterapkan *safety stock* atau persediaan pengaman agar tidak terjadi kekurangan bahan baku. Untuk *safety stock* yang wajib untuk berada di gudang minimal 30 m³ dan hal ini tertulis pada *business plan*. Cara menentukan besarnya *safety stock* pada PT Al Faqih Putra Risjaya didasarkan atas penggunaan bahan baku rata-rata, efisiensi biaya, dan lamanya waktu untuk memperoleh bahan baku. Tujuannya agar dapat mengantisipasi membludaknya pesanan individu ataupun proyek yang tidak terduga danantisipasi pada saat musim penghujan tiba. Pada saat musim penghujan tiba, akan menghambat untuk proses pengangkutan bahan baku karena akses jalan yang licin. Selain itu perusahaan menggunakan metode *economic order quantity* atau pembelian bahan baku dengan jumlah besar agar dapat menghemat biaya transportasi/pengangkutan. Pembelian bahan baku dilakukan secara tidak menentu, tergantung dari tersedianya bahan baku di lokasi. Meskipun persediaan bahan baku masih banyak di gudang, perusahaan tetap memasukkan bahan baku dalam jumlah besar sebagai *stock*.

3. Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

Kegiatan dalam merencanakan dan memperkirakan kebutuhan tenaga kerja pada perusahaan dimaksudkan sebagai aspek sumber daya manusia. Pertimbangan dalam memilih karyawan/pekerja biasanya dipilih atas beberapa kriteria yang ditentukan masing-masing perusahaan, misalnya pengalaman kerja, kemampuan kerja tim, kesanggupan bekerja dibawah tekanan, kemampuan berkomunikasi, sikap kepemimpinan, dedikasi, kecerdasan, kejujuran dan lain sebagainya. Setelah dibentuk struktur organisasi, uraian jabatan, dan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan perusahaan, selanjutnya dilakukan proses pengadaan tenaga kerja (penarikan, seleksi dan penempatan).

Proses perekrutan karyawan pada PT Al Faqih Putra Risjaya dilakukan tidak secara formal yaitu dengan hanya mempertimbangkan syarat-syarat seperti kejujuran, keuletan, kedisiplinan, ketelitian, bakat dan tanggung jawab dalam menyelesaikan pekerjaan. Cara perusahaan memperoleh tenaga kerja yaitu dari keluarga, teman ke teman, tukang ke tukang, bahkan adapula yang langsung menawarkan diri ke perusahaan. Karyawan diberikan semacam tes dahulu untuk menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan bakatnya sebelum mulai bekerja di perusahaan ini. Karyawan yang dipekerjakan sebagian besar berasal dari keluarga dekat dan karyawan lainnya ditambahkan dengan cara bertahap sesuai pada jumlah yang dibutuhkan perusahaan dan ditempatkan berdasarkan dengan keahlian yang dimiliki.

Sejak berdirinya usaha ini hingga kini telah mempekerjakan sebanyak 11 orang karyawan tetap, yang terdiri atas bagian produksi dan ukiran sebanyak 5 orang, bagian pengecatan 1 orang, bagian pengolahan bahan baku atau bagian mesin somel kayu sebanyak 4 orang, dan bagian transportasi 1 orang. Selain itu, masih terdapat sejumlah karyawan yang dipekerjakan secara musiman apabila ada pekerjaan dari proyek dalam jumlah yang besar.

Pada awal bisnisnya, direktur utama dan wakil direktur PT Al Faqih Putra Risjaya menyampaikan kepada direktur keuangan beserta jajaran dibawahnya hingga para karyawan terkait *business plan* yang akan diterapkan pada perusahaan dan dijabarkan pula dalam bentuk Standar Operasional Prosedur (SOP) perusahaan. Dalam SOP tertulis dengan jelas aturan kerja untuk karyawan, seperti untuk waktu penyelesaian produk pesanan konsumen, harus selesai tepat waktu dari waktu yang telah disepakati dan begitupula aturan untuk menghasilkan produk yang berkualitas agar tidak mengecewakan konsumen. Apabila pekerja tidak mengikuti SOP yang ditetapkan pada perusahaan, maka akan diberikan teguran atau Surat Peringatan. Terlambat untuk produk pesanan proyek harus diselesaikan tepat waktu atau 1 hari sebelum waktu yang ditentukan, karena setelah pesanan selesai, akan diperiksa kembali oleh pengawas proyek. Apabila pesanan proyek tidak selesai tepat waktu, perusahaan akan dikenakan denda, biasanya 5% per minggu dari anggaran yang ada di Rencana Anggaran Biaya (RAB) dari pemerintah dan apabila kualitas produk tidak sesuai dari yang ditentukan, maka proyek yang dikerjakan akan dibongkar dan diganti oleh perusahaan sesuai standar kualitas yang ditetapkan. Selama perusahaan ini beroperasi, penyelesaian produk pesanan konsumen selalu tepat waktu dan belum pernah mengalami perlambatan termasuk pesanan dalam bentuk proyek.

Karyawan yang bekerja pada PT Al Faqih Putra Risjaya hanya mengandalkan pengalaman kerja untuk menyelesaikan pekerjaannya. Sebelum mulai bekerja pada perusahaan ini karyawan diberikan bimbingan dan arahan tentang teknik memproduksi oleh wakil direktur agar mampu bekerja cepat dengan hasil yang memuaskan. *Business plan* untuk karyawan berupa target untuk segera menyelesaikan produk sesuai waktu pesanan bahkan bisa selesai sebelum waktu yang ditentukan, menciptakan produk berkualitas dan hasilnya memuaskan konsumen. Sedangkan untuk target penyelesaian produk setiap hari atau setiap minggunya, tidak ditentukan karena berdasarkan ada tidaknya pesanan konsumen pada saat itu.

Sistem pemberian upah karyawan yang diterapkan PT Al Faqih Putra Risjaya yaitu berdasarkan pada hasil kerjanya, misalnya pada bagian pengolahan bahan baku atau bagian mesin somel biasanya menyelesaikan 5 m³/hari dimana 1 m³ diupah sebesar Rp100.000, pada bagian produksi dan ukiran dengan menyelesaikan 1 buah pintu diupah sebesar Rp100.000, diluar daripada insentifnya. Pembayaran upah diberikan secara mingguan, per 10 hari kerja bahkan adapula bulanan tergantung dari kesepakatan. Para karyawan diberikan pekerjaan dengan target penyelesaian, apabila mampu memenuhi target bahkan lebih cepat dari yang ditargetkan maka akan diberikan upah beserta dengan komisi dan bonus. Apalagi jika pesanan dalam bentuk proyek, para karyawan dituntut harus menyelesaikan sebelum waktu yang ditentukan, sebab ditakutkan akan dikenakan denda.

Perusahaan dapat merumuskan berbagai alternatif strategi yang tepat agar mampu mencapai visi dan misi serta tujuan yang sudah direncanakan sebelumnya. Berdasarkan hasil observasi di lapangan, adapun penerapan *business plan* pada PT Al Faqih Putra Risjaya diwujudkan melalui beberapa strategi diantaranya: Menghasilkan produk yang bermutu tinggi, Mengedepankan pelayanan yang baik kepada konsumen seperti menyelesaikan pesanan produk dengan tepat waktu, Menggunakan teknologi secara maksimal untuk mempermudah pelayanan konsumen, Menawarkan lebih banyak pilihan produk dan mempersilahkan konsumen memilih model atau desain produk yang diinginkan, Menawarkan harga produk dengan kualitas yang sama tapi sedikit lebih murah dari harga competitor, Untuk pembelian produk dalam jumlah besar dikenakan potongan harga/ diskon.

Setelah dilakukan analisis data di lapangan, maka ditarik suatu kesimpulan mengenai strategi penerapan *business plan* yang dilakukan PT Al Faqih Putra Risjaya bahwa dengan adanya penerapan *business plan* sangat berdampak positif untuk menentukan arah perusahaan dalam menjalankan kegiatannya sehari-hari. Strategi yang telah dirancang sejak awal pendirian bisnis mulai dari rencana aspek keuangan, pemasaran, operasional/produksi dan sumber daya manusia yang dituangkan dalam *business plan* telah berjalan dengan baik dan sudah sesuai dengan apa yang ditargetkan perusahaan.

Meski demikian, yang menjadi kendala pada usaha mebel PT Al Faqih Putra Risjaya terletak pada pembagian divisi kerja yang belum efektif. Menurut direktur utama PT Al Faqih Putra Risjaya bahwa dengan adanya pembagian divisi kerja seperti pada bagian pemasaran, operasional dan sumber daya manusia memiliki dampak positif dan negatif. Dampak negatifnya karena perusahaan harus mengeluarkan upah yang besar dengan adanya penambahan karyawan sementara pekerjaan tersebut masih bisa ditangani oleh direktur utama dan wakil direktur. Disisi lain, pada perusahaan ini telah mengeluarkan biaya-biaya yang besar untuk biaya operasional/produksi. Sedangkan dampak positif yang akan ditimbulkan bila perusahaan menerapkan pembagian divisi kerja, yaitu dapat mewujudkan kinerja karyawan dengan baik, memperjelas tugas dan tanggung jawab karyawan dan mempermudah pencapaian tujuan perusahaan. Hal senada juga disampaikan oleh wakil direktur PT Al Faqih Putra Risjaya bahwa perusahaan belum menerapkan pembagian divisi kerja pada bidang tersebut karena hal demikian tergantung pada kebutuhan perusahaan, sedangkan dia masih mampu menangani pekerjaan tersebut, dan perusahaan juga mempertimbangkan besarnya gaji yang harus dikeluarkan dengan adanya penambahan karyawan.

Berdasarkan hasil penelitian, pada perusahaan ini hanya memiliki direktur keuangan dan belum ada direktur dan manajer khusus lainnya yang memiliki tanggung jawab untuk menangani bagian operasional/produksi, bagian pemasaran, maupun bagian sumber daya manusia. Untuk itu, yang selama ini menjembatani penyampaian informasi, pembagian kerja dan melaksanakan

kegiatan seutuhnya masih menjadi tugas dari direktur utama ke wakil direktur langsung kepada karyawan.

B. Efektivitas Penerapan *Business Plan* Dalam Meningkatkan Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam

1. Efektivitas Penerapan *Business Plan* Dalam Meningkatkan Penjualan

Salah satu tolak ukur dari keberhasilan dalam menjalankan bisnis yaitu adanya peningkatan keuntungan atau laba dari tahun ke tahun. Hal ini diwujudkan melalui peningkatan penjualan suatu produk, berupa kenaikan volume penjualan, kenaikan harga hasil penjualan ataupun keduanya. Mayoritas perusahaan yang sukses, membuat sebuah *business plan* untuk mencapai tujuan dan meminimalisir resiko yang mungkin terjadi. *Business plan* dapat berfungsi sebagai pedoman untuk membangun dan mengembangkan bisnis yang sukses serta agar bisnis yang sudah direncanakan dapat dengan mudah dijalankan agar berada pada jalur yang benar.

Dapat dipahami bahwa terjadi peningkatan hasil penjualan kayu dan mebel PT Al Faqih Putra Risjaya selama 3 tahun terakhir. Peningkatan penjualan tidak hanya terjadi di 3 tahun terakhir, melainkan telah terjadi selama perusahaan ini didirikan dan menerapkan *business plan* dalam kegiatan usahanya. Oleh karena itu, *business plan* yang telah diterapkan PT Al Faqih Putra Risjaya selama lebih dari 10 tahun sangat berdampak positif terhadap peningkatan penjualan produknya. Peningkatan penjualan yang terjadi secara signifikan, tidak hanya berasal dari pesanan secara individu, melainkan mayoritas berasal dari pesanan secara proyek.

Dalam menganalisis efektivitas penerapan *business plan* dalam meningkatkan penjualan pada PT Al Faqih Putra Risjaya yaitu dengan berdasarkan pada teori *business plan* oleh Robert D. Hisrich bahwa rencana bisnis merupakan penggabungan rencana fungsional berupa aspek keuangan, pemasaran, operasional/produksi dan sumber daya manusia. Pada PT Al Faqih Putra Risjaya, seluruh aspek tersebut diterapkan dalam menjalankan bisnisnya dan terbukti dapat menjadi alat untuk meningkatkan penjualan yang dapat menjaga kelangsungan perusahaan hingga jangka waktu panjang. Dengan adanya peningkatan hasil penjualan yang terjadi setiap tahunnya berupa peningkatan volume penjualan atau peningkatan harga jual maupun keduanya sangat berdampak pada meningkatnya keuntungan atau laba perusahaan dan menunjang pertumbuhan atau pengembangan perusahaan sehingga dapat dikatakan berhasil dalam menjalankan bisnisnya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa dengan adanya penerapan *business plan* pada PT Al Faqih Putra Risjaya sangat efektif dalam meningkatkan penjualan dan pengembangan bisnis. Oleh karena itu, penerapan *business plan* yang dilakukan sangat berdampak positif tidak hanya untuk jangka pendek bahkan jangka menengah hingga jangka panjang perjalanan usaha. Hal itu dibuktikan dengan data hasil penjualan selama 3 tahun terakhir yang meningkat secara signifikan. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat penerapan *business plan* maka akan semakin tinggi tingkat potensi laba yang akan diperoleh dan semakin besar peluang untuk membuka cabang usaha dalam rangka pengembangan bisnis.

2. Penerapan *Business Plan* Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam bidang manajemen, adanya perencanaan berfungsi untuk mempersiapkan organisasi untuk masa akan datang. Rencana bisnis dalam syariah merupakan aktivitas utama untuk memikirkan hal terkait bisnis yang akan dijalankan, tujuan yang ingin dicapai, serta strategi yang tepat untuk mewujudkan rencana sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Para pengusaha setidaknya harus selalu menerapkan sebuah rencana dalam menjalankan bisnisnya.

Dalam ajaran Islam, Allah tidak pernah melarang hambanya untuk memiliki rencana atau keinginan untuk berhasil dalam bisnis yang dijalankan, selama rencana itu tidak melanggar prinsip ajaran syariah. Dengan demikian, untuk mendapatkan hasil yang maksimal dan keberkahan pada bisnisnya, maka PT Al Faqih Putra Risjaya menerapkan beberapa prinsip-prinsip ekonomi dalam Islam, diantaranya: a. Tauhid. Dalam menganalisis prinsip tauhid yang diterapkan pada usaha mebel PT Al Faqih Putra Risjaya, peneliti berlandaskan pada QS.Al-An'am/6:162. Pada ayat tersebut menjelaskan bahwa seseorang harus senantiasa melibatkan Allah swt dalam kegiatan yang dilakukan, termasuk dalam menjalankan bisnisnya sehingga mereka tidak hanya mengejar keuntungan duniawi semata akan tetapi juga untuk keselamatan di akhirat. Hal demikian sejalan lewat pendapat Quraish Shihab bahwa prinsip tauhid dalam aktivitas ekonomi, menjadikan manusia mempercayai bahwa segala bentuk kekayaan yang dimiliki termasuk kepunyaan Allah swt. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan bahwa penerapan prinsip tauhid pada usaha mebel PT Al Faqih Putra Risjaya antara lain senantiasa untuk bersikap jujur (*shiddiq*) dan terbuka (*tabligh*) kepada konsumen terkait kualitas, spesifikasi ataupun kecacatan produk. Selain itu, para pimpinan juga tidak melakukan diskriminasi kepada pekerja yaitu dengan memberikan gaji yang sesuai dengan hasil kerjanya serta tidak

melakukan diskriminasi kepada konsumen yaitu dengan memberikan harga yang sama dengan konsumen lainnya. Hal ini dilakukan karena mereka percaya bahwa Allah SWT mengawasi setiap kegiatan ekonomi umatnya dan akan dipertanggung jawabkan kelak di akhirat. b. Keadilan dan Keseimbangan. Dalam menganalisis prinsip keadilan dan keseimbangan yang diterapkan pada usaha mebel PT Al Faqih Putra Risjaya, peneliti berlandaskan pada QS.Ar-Rahman/55:7-9. Dalam ayat tersebut menjelaskan bahwa seseorang harus senantiasa berlaku adil dan seimbang dalam mengerjakan sesuatu, termasuk dalam aktivitas bisnisnya harus terhindar dari perbuatan curang dan dzalim seperti dalam takaran atau timbangan. Hal ini sejalan dengan pendapat Quraish Shihab bahwa keadilan harus ditegakkan, adil dalam arti seimbang dan memberikan hak-hak itu kepada pemiliknya. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan bahwa penerapan prinsip keadilan dan keseimbangan pada usaha mebel PT Al Faqih Putra Risjaya antara lain menetapkan harga yang disesuaikan dengan kualitas produk, adil dalam memperlakukan atau memberikan pelayanan kepada konsumen serta adil dalam memberikan upah kepada karyawan sesuai dengan kinerja dan kesepakatan yang telah ditetapkan di awal. c. Kehendak bebas. Dalam menganalisis prinsip kehendak bebas yang diterapkan pada usaha mebel PT Al Faqih Putra Risjaya, peneliti berlandaskan pada QS.Al-Baqarah/2:30. Pada ayatnya menjelaskan bahwa manusia sebagai *khalifah* yang berpijak di bumi diberi amanah dari Allah swt untuk melaksanakan perintahnya, memakmurkan bumi serta memanfaatkan segala sesuatu yang ada di bumi, termasuk menjalankan bisnis, namun tetap dengan batasan-batasan yang telah diatur oleh Allah swt. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan bahwa penerapan prinsip kehendak bebas pada usaha mebel PT Al Faqih Putra Risjaya antara lain bebas dalam hal memilih jenis bisnis yang akan dijalankan sehingga bisnis yang dipilih yaitu dalam industri mebel dengan menjual produk-produk yang halal serta bebas dalam melakukan inovasi (*Fathanah*) untuk menghasilkan suatu produk. Selain itu, dalam hal waktu penyelesaian produk pesanan konsumen, perusahaan senantiasa menepati janji untuk menyelesaikan pesanan produk dengan tepat waktu. d. Tanggung Jawab. Dalam menganalisis prinsip tanggung jawab yang diterapkan pada usaha mebel PT Al Faqih Putra Risjaya, peneliti berlandaskan pada QS.An-Nisa/4:85. Pada ayat itu menjelaskan bahwa segala sesuatu yang telah dilakukan selama didunia akan dipertanggung jawabkan di alam akhirat kelak, adanya perbuatan yang baik akan dibalas dengan pahala sedangkan perbuatan yang tidak baik akan mendapat dosa. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan bahwa penerapan prinsip tanggung jawab pada usaha

mebel PT Al Faqih Putra Risjaya antara lain bertanggung jawab dalam memperbaiki produk yang cacat dalam proses pendistribusian pesanan ke konsumen, mengirim produk pesanan secara tepat waktu sesuai dengan kualitas yang dipesan serta bertanggung jawab dalam memberikan imbal jasa pada pekerja sesuai kinerja dan waktunya. d. Akhlak. Dalam perspektif ekonomi Islam, penerapan *business plan* pada PT Al Faqih Putra Risjaya untuk meningkatkan penjualan dilakukan dengan juga mencontoh sifat-sifat utama yang dimiliki Nabi Muhammad saw..

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa PT Al Faqih Putra Risjaya dalam menerapkan *business plan* pada kegiatan usahanya sudah sejalan pada prinsip dalam ekonomi Islam yakni tauhid, keadilan dan keseimbangan, kehendak bebas serta tanggung jawab. Selain itu, kegiatan ekonomi yang dilakukan juga mencontoh sifat-sifat Nabi Muhammad saw yaitu *Shiddiq* (Benar), *Amanah* (Dapat dipercaya), *Tabligh* (Menyampaikan kebenaran), dan *Fathanah* (Intelekt/Cerdas).

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil temuan dilokasi penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka pada penelitian ini dapat ditarik kesimpulan, diantaranya: Strategi penerapan *business plan* yang dilakukan pada usaha mebel PT Al Faqih Putra Risjaya, telah dirancang sejak awal pendirian bisnis hingga saat ini dan diimplementasikan melalui aspek keuangan, aspek pemasaran (produk, harga, lokasi dan saluran distribusi, promosi), aspek operasional/produksi serta aspek Sumber Daya Manusia (SDM). Adanya penerapan *business plan* pada PT Al Faqih Putra Risjaya sangat efektif dalam meningkatkan penjualan dan pengembangan bisnis yang dibuktikan dengan peningkatan hasil penjualan selama 3 tahun terakhir secara signifikan. Penerapan *business plan* pada PT Al Faqih Putra Risjaya juga telah sejalan pada prinsip yang diajarkan dalam ekonomi Islam dan juga mencontoh sifat-sifat Nabi Muhammad saw.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. *Manajemen Bisnis Syariah*. Cet.1; Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014.
- Abdurrahman, Nana Herdiana. *Manajemen Bisnis Syariah Dan Kewirausahaan*. Bandung; CV Pustaka Setia, 2013.
- Agustin, Hamdi. *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*. Cet.1; Depok : Rajawali Pers, 2017.
- Alvanco, Johnson. *Practical Communication Skill*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014.
- Ardi, Muhammad. "Etika Bisnis Dalam Ekonomi Islam", *Jurnal Syariah*, Vol.III, No.1, April 2015.

- Asnawi, Nur dan Muhammad Asnan Fanani. *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi dan Isu-Isu Kontemporer*. Cet.1; Depok: Rajawali Press, 2017.
- Foster, Bob dan Iwan Sidharta. *Dasar-dasar Manajemen*. Yogyakarta: Diandra Kreatif, 2019.
- Fuad, dkk. *Pengantar Bisnis*.Cet.5; Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016.
- Hafidhuddin, Didin dan Hendri Tanjung. *Manajemen Syariah Dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press, 2003.
- Hamali, Arif Yusuf dan Eka Sari Budihastuti. *Pemahaman Kewirausahaan: Strategi Mengubah Pola Pikir Orang Kantoran Menuju Pola Pikir Wirausahawan Sukses*. Cet.1; Depok: Kencana, 2017.
- Hamali, Arif Yusuf. *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Cet.1; Jakarta: Prenadamedia Group, 2016.
- Hasibuan, Malayu S.P. *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014..
- Kamil, Muslim. “Perencanaan Syariah”. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 4, No. 3, Desember 2014.
- Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*. Cet. 13; Depok: Kencana, 2017..
- Kementerian Agama RI *Al-Quran dan Terjemahnya*. Jakarta: DKU Print, 2015.
- Latifah, Eny. *Pengantar Bisnis Islam*. Cet.1; Semarang: CV Sarnu Untung, 2020.
- M.Akmansyah,. “Perencanaan dalam Perspektif Manajemen Islam Telaah Al-Quran Surat Al-Anfal/8 Ayat 60”. *Jurnal Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan IAIN Raden Intan, Lampung*, 2015.
- Mursal. “Implementasi Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah: Alternatif Mewujudkan Kesejahteraan Berkeadilan”, *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, Vol.1, No.1, Maret 2015.
- Pradiani, Theresia. “Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan”. *Jurnal JIBEKA*, Vol. 11, No. 2, Februari 2017.
- Pramudiana, Yudi, Riris Rismayani, dan Fitri Rahmawati, *Business Plan: Bagaimana Memulai dan Menjalankan Bisnis Baru*. Cet 1; Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2016.
- Putri, Andari dan Nazrantika Sunarto. “Perencanaan dan Pembuatan Bisnis Rainbow Pane Rotolato Tinjauan Aspek Pemasaran” *Jurnal Inovasi dan Bisnis Politeknik Negeri Bengkalis, Riau*, Vol. 6, Desember 2018.
- Rozalinda. *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*. Cet.4, Depok: Rajawali Pers, 2017.
- Rukajat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kualitatif: Qualitative Research Approach*. Cet.1; Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Siswanto. *Pengantar Manajemen*. Cet.14; Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017.
- Solihin, Ismail. *Memahami Business Plan*. Jakarta: Salemba Medika, 2011.
- Sugiarti, Eggy, Fajar Andalas, dan Arif Setiawan. *Desain Penelitian Kualitatif Sastra*. Cet.1; Malang: UMM Press, 2020.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta CV., 2013.
- Sukmadi. *Dasar-Dasar Manajemen*. Cet.3; Bandung: Humaniora Utama Press, 2017.
- Suprpto, Rifqi dan Zaky Wahyuddin Azizi. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Cet.1; Ponorogo: Myria Publisher, 2020.
- Supriyanto. “Business Plan Sebagai Langkah Awal Memulai Usaha” *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan FISE Universitas Negeri Yogyakarta*, Vol. 6, No. 1, April 2009.
- Turmudi, Muhammad. “Produksi dalam Perspektif Ekonomi Islam”. *Jurnal ISLAMADINA*, Vol. 18, No. 1, Maret 2017.
- Umar, Husein. *Strategic Management in Action*. Cet.5; Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Widharta, Willy Pratama dan Sugiono Sugiharto. “Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai”. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 2, No. 1, 2013.

Yusanto, Muhammad Ismail dan Muhammad Karebet Widjajakusuma. *Menggegas Bisnis Islami*. Cet.1; Jakarta: Gema Insani Press, 2002.

Yusanto, Muhammad Ismail. *Manajemen Strategis: Perspektif Syariah*. Jakarta: Khairul Bayaan, 2003.

Yusuf, Muhammad dan Miah Said. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Cet.1; Makassar: CV Sah Media, 2019.