
FORMULASI STRATEGI BISNIS SYARIAH

¹Sitti Fatimah, ²Rabiatul Adawiah, ³Suci Septiani, ⁴Murtiadi Awaluddin

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Email: ¹sittifatimahmustari@gmail.com, ²raldawiah1909@gmail.com,

³suciseptiani@gmail.com, ⁴murtiadi.awaluddin@uin-alauddin.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci:

*Formulasi Strategi,
Bisnis Syariah,
Manajemen Islam,
Ekonomi Syariah,
Strategi Usaha.*

Cara Sitasi:

Penulis, Sitti
Fatimah, Rabiatul
Adawiah, Suci
Septiani, Murtiadi
Awaluddin.
"Formulasi Strategi
Bisnis Syariah."
Currency:
Jurnal Keuangan dan
Perbankan Syariah
Volume 05, Nomor
01 Juli 2026

ABSTRACT

Formulasi strategi bisnis syariah merupakan tahapan penting dalam penyusunan arah dan kebijakan organisasi agar mampu mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan tanpa mengabaikan prinsip-prinsip syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji konsep, proses, dan implementasi formulasi strategi bisnis syariah berdasarkan perspektif manajemen strategis dan ekonomi Islam. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*library research*) melalui analisis berbagai sumber ilmiah berupa buku, artikel jurnal bereputasi, dokumen resmi, serta literatur yang relevan mengenai manajemen strategis dan bisnis syariah. Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif-analitis dengan mengintegrasikan teori formulasi strategi, analisis lingkungan internal dan eksternal, serta prinsip-prinsip syariah seperti tauhid, amanah, keadilan, musyawarah, dan kemaslahatan. Hasil kajian menunjukkan bahwa formulasi strategi bisnis syariah tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan dan keunggulan kompetitif, tetapi juga diarahkan untuk mewujudkan keberkahan, keberlanjutan usaha, serta kesejahteraan masyarakat. Proses formulasi strategi diawali dengan penetapan visi, misi, dan tujuan yang selaras dengan nilai-nilai Islam, dilanjutkan dengan analisis lingkungan internal dan eksternal, identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, serta penyusunan strategi yang sesuai dengan prinsip syariah. Implementasi strategi yang didasarkan pada kepatuhan syariah, tata kelola yang baik, inovasi, dan profesionalisme mampu meningkatkan daya saing organisasi sekaligus memperkuat kepercayaan para pemangku kepentingan. Dengan demikian, formulasi strategi bisnis syariah menjadi landasan penting bagi organisasi dalam membangun sistem bisnis yang kompetitif, beretika, berkelanjutan, dan berorientasi pada kemaslahatan umat.

Sharia business strategy formulation is a crucial stage in determining an organization's direction and strategic policies to achieve sustainable competitive advantage while adhering to Islamic principles. This study aims to examine the concepts, processes, and implementation of Sharia business strategy

formulation from the perspectives of strategic management and Islamic economics. The research employed a qualitative approach using a library research method by analyzing books, reputable journal articles, official documents, and other relevant literature on strategic management and Sharia business. Data were analyzed descriptively by integrating strategic formulation theory, internal and external environmental analysis, and Islamic principles such as tawhid, amanah (trustworthiness), justice, consultation (shura), and maslahah (public welfare). The findings indicate that Sharia business strategy formulation is not solely focused on profitability and competitive advantage but also emphasizes sustainability, ethical business practices, organizational integrity, and social welfare. The strategic formulation process begins with establishing a vision, mission, and objectives aligned with Islamic values, followed by internal and external environmental analysis, identification of strengths, weaknesses, opportunities, and threats, and the development of strategies that comply with Sharia principles. Effective implementation supported by Sharia compliance, good governance, innovation, and professionalism enhances organizational competitiveness while strengthening stakeholder trust. Therefore, Sharia business strategy formulation serves as a fundamental framework for developing competitive, ethical, sustainable organizations that contribute to the welfare of society.

Pendahuluan

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan tren yang semakin positif. Pertumbuhan tersebut ditandai dengan meningkatnya jumlah lembaga keuangan syariah, berkembangnya industri halal, serta semakin tingginya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Perkembangan ini menunjukkan bahwa ekonomi syariah tidak lagi dipandang sebagai sistem alternatif, melainkan telah menjadi bagian penting dalam pembangunan ekonomi nasional yang berorientasi pada keadilan, keberlanjutan, dan kesejahteraan masyarakat. Menurut Ramadhani (2024), peningkatan ekosistem ekonomi syariah di Indonesia didorong oleh meningkatnya literasi masyarakat, dukungan regulasi pemerintah, serta inovasi bisnis yang berlandaskan nilai-nilai Islam.

Sejalan dengan perkembangan tersebut, dunia usaha dihadapkan pada persaingan yang semakin kompleks akibat globalisasi, digitalisasi, serta perubahan perilaku konsumen. Kondisi tersebut menuntut setiap organisasi untuk memiliki strategi bisnis yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif sekaligus menjaga keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. David et al. (2024) menjelaskan bahwa strategi bisnis merupakan serangkaian keputusan dan tindakan yang dirancang untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemanfaatan sumber daya secara efektif serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Oleh karena itu, formulasi strategi menjadi tahapan yang sangat penting

dalam proses manajemen strategis karena menjadi dasar dalam menentukan arah, kebijakan, dan prioritas organisasi.

Dalam perspektif Islam, strategi bisnis tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan ekonomi (*profit oriented*), tetapi juga harus berlandaskan nilai-nilai syariah yang mencakup prinsip tauhid, amanah, kejujuran (*sidq*), keadilan (*'adl*), transparansi, tanggung jawab, serta menghindari praktik yang mengandung riba, gharar, dan maysir. Chapra (2021) menegaskan bahwa aktivitas bisnis dalam Islam merupakan bagian dari ibadah yang harus diarahkan untuk menciptakan kemaslahatan (*maslahah*) bagi individu maupun masyarakat. Dengan demikian, keberhasilan suatu bisnis tidak hanya diukur melalui peningkatan laba, tetapi juga melalui kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah serta kontribusinya terhadap kesejahteraan sosial.

Formulasi strategi bisnis syariah merupakan proses penyusunan strategi yang mengintegrasikan konsep manajemen strategis dengan nilai-nilai Islam dalam setiap tahapan pengambilan keputusan organisasi. Proses tersebut meliputi perumusan visi, misi, tujuan organisasi, analisis lingkungan internal dan eksternal, penyusunan alternatif strategi, hingga penetapan kebijakan yang sesuai dengan prinsip syariah. Menurut Wheelen et al. (2023), formulasi strategi yang efektif harus mampu mengoptimalkan kekuatan organisasi, memanfaatkan peluang, meminimalkan kelemahan, serta mengantisipasi berbagai ancaman yang berasal dari lingkungan bisnis. Dalam konteks bisnis syariah, seluruh proses tersebut harus tetap berada dalam koridor syariat sehingga menghasilkan strategi yang kompetitif sekaligus memiliki nilai etis dan spiritual.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas manajemen strategis maupun bisnis syariah, sebagian besar kajian masih berfokus pada aspek implementasi strategi, kinerja organisasi, dan pengembangan lembaga keuangan syariah. Kajian yang secara khusus membahas formulasi strategi bisnis syariah sebagai proses integrasi antara teori manajemen strategis dan prinsip-prinsip syariah masih relatif terbatas. Padahal, formulasi strategi merupakan tahap awal yang menentukan keberhasilan implementasi strategi organisasi dalam menghadapi dinamika persaingan bisnis yang semakin kompleks.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji formulasi strategi bisnis syariah melalui pendekatan studi kepustakaan dengan mengintegrasikan teori manajemen strategis dan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan ilmu manajemen strategis syariah serta menjadi referensi bagi pelaku usaha, akademisi, dan praktisi dalam merumuskan strategi bisnis yang kompetitif, berkelanjutan, sesuai dengan prinsip syariah, serta mampu mewujudkan kemaslahatan bagi masyarakat.

Kajian Pustaka

1. Konsep Formulasi Strategi

Formulasi strategi merupakan tahapan awal dalam proses manajemen strategis yang berfokus pada penyusunan arah, tujuan, dan kebijakan organisasi untuk mencapai keunggulan kompetitif. Menurut David et al. (2024), formulasi strategi mencakup proses penetapan visi, misi, tujuan organisasi, analisis lingkungan internal dan eksternal, penyusunan alternatif strategi, serta pemilihan strategi yang paling sesuai dengan kondisi organisasi. Proses tersebut menjadi dasar bagi implementasi dan evaluasi strategi sehingga menentukan keberhasilan organisasi dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis.

Wheelen et al. (2023) menjelaskan bahwa formulasi strategi merupakan proses pengambilan keputusan yang mempertimbangkan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) organisasi. Oleh karena itu,

analisis SWOT menjadi salah satu instrumen penting dalam merumuskan strategi yang mampu mengoptimalkan sumber daya internal sekaligus merespons perubahan lingkungan eksternal secara efektif.

Dalam konteks bisnis syariah, formulasi strategi tidak hanya diarahkan pada pencapaian keunggulan kompetitif, tetapi juga harus mempertimbangkan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Integrasi analisis strategis dengan nilai-nilai Islam menghasilkan strategi yang tidak hanya efektif secara ekonomi, tetapi juga memberikan kemaslahatan dan keberlanjutan bagi organisasi maupun masyarakat. Hal ini ditegaskan dalam kajian mengenai kerangka formulasi strategi Islami berbasis *Maqashid al-Shariah* yang menunjukkan bahwa proses perumusan strategi perlu mengintegrasikan dimensi ekonomi, etika, dan spiritual secara seimbang.

2. Konsep Bisnis Syariah

Bisnis syariah merupakan aktivitas ekonomi yang dilaksanakan berdasarkan ketentuan Al-Qur'an, Sunnah, ijma', dan prinsip-prinsip fikih muamalah. Tujuan utama bisnis syariah tidak hanya memperoleh keuntungan (*profit*), tetapi juga menciptakan keberkahan (*barakah*), keadilan (*'adl*), dan kemaslahatan (*maslahah*) bagi seluruh pemangku kepentingan. Menurut Chapra (2021), kegiatan ekonomi dalam Islam merupakan bagian dari ibadah sehingga seluruh aktivitas bisnis harus mencerminkan nilai amanah, kejujuran, tanggung jawab, dan keseimbangan antara kepentingan individu dengan kepentingan sosial.

Bisnis syariah juga menolak praktik yang mengandung riba, gharar, maysir, penipuan, serta segala bentuk transaksi yang merugikan salah satu pihak. Sebaliknya, Islam mendorong praktik bisnis yang transparan, adil, saling menguntungkan, dan berorientasi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Kajian strategis bisnis syariah di Indonesia menunjukkan bahwa formulasi strategi harus tetap mengikuti prinsip-prinsip syariah melalui pelayanan yang jujur, adil, ihsan, dan amanah agar mampu menciptakan kepercayaan serta daya saing organisasi.

3. Prinsip-Prinsip Formulasi Strategi Bisnis Syariah

Formulasi strategi bisnis syariah merupakan proses penyusunan strategi organisasi dengan mengintegrasikan teori manajemen strategis dan prinsip-prinsip syariah. Strategi yang dirumuskan tidak hanya mempertimbangkan efisiensi ekonomi, tetapi juga memastikan seluruh kebijakan organisasi sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Beberapa prinsip utama dalam formulasi strategi bisnis syariah meliputi:

- a. Tauhid, yaitu menjadikan seluruh aktivitas organisasi sebagai bentuk pengabdian kepada Allah SWT.
- b. Amanah, yaitu menjalankan tanggung jawab organisasi secara profesional, jujur, dan dapat dipercaya.
- c. Keadilan, yaitu memperlakukan seluruh pihak secara proporsional tanpa eksploitasi maupun diskriminasi.
- d. Musyawarah (Syura), yaitu melibatkan para pemangku kepentingan dalam proses pengambilan keputusan strategis.
- e. Maslahah, yaitu memastikan bahwa setiap strategi memberikan manfaat yang luas bagi organisasi, masyarakat, dan lingkungan.

Pendekatan tersebut menghasilkan strategi yang lebih berkelanjutan karena keberhasilan organisasi tidak hanya diukur melalui indikator finansial, tetapi juga melalui kepatuhan syariah, keberlanjutan usaha, dan kontribusi sosial.

4. Tahapan Formulasi Strategi Bisnis Syariah

Secara umum, tahapan formulasi strategi bisnis syariah meliputi beberapa proses yang saling berkaitan. Tahap pertama adalah penetapan visi, misi, dan tujuan organisasi yang selaras dengan nilai-nilai Islam. Tahap kedua adalah analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman organisasi. Tahap ketiga adalah penyusunan berbagai alternatif strategi berdasarkan hasil analisis tersebut. Selanjutnya organisasi memilih strategi yang paling sesuai dengan kondisi internal serta perkembangan lingkungan eksternal, kemudian menyusun kebijakan operasional yang mendukung implementasi strategi.

Dalam perspektif syariah, setiap tahapan tersebut harus melewati proses penyaringan (*ethical screening*) agar strategi yang dihasilkan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. Dengan demikian, strategi yang dipilih tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi, tetapi juga menjaga nilai halal, keadilan, tanggung jawab sosial, dan keberkahan usaha.

5. Tujuan Formulasi Strategi Bisnis Syariah

Formulasi strategi bisnis syariah bertujuan menciptakan organisasi yang mampu bersaing secara profesional tanpa mengabaikan nilai-nilai Islam. Strategi yang dirumuskan diharapkan dapat meningkatkan efektivitas organisasi dalam memanfaatkan sumber daya, memperkuat keunggulan kompetitif, meningkatkan kepuasan pelanggan, menjaga kepatuhan terhadap prinsip syariah, serta menciptakan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Selain berorientasi pada pertumbuhan ekonomi, formulasi strategi bisnis syariah juga bertujuan membangun organisasi yang memiliki integritas, tata kelola yang baik (*good governance*), inovatif, adaptif terhadap perkembangan teknologi, serta mampu memberikan manfaat bagi masyarakat luas. Dengan demikian, strategi bisnis syariah tidak hanya menjadi instrumen pencapaian tujuan organisasi, tetapi juga menjadi sarana untuk mewujudkan keseimbangan antara keberhasilan ekonomi, tanggung jawab sosial, dan nilai-nilai spiritual sebagaimana tujuan utama *Maqashid al-Shariah*.

Metode Penelitian

Metode penelitian meliputi data dan teknik pengumpulan data, model penelitian, definisi operasional variabel dan metode analisis data.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (*library research*). Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk menganalisis secara mendalam formulasi strategi bisnis syariah berdasarkan konsep-konsep teoritis, prinsip-prinsip syariah, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan. Menurut John W. Creswell (2022), penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk memahami fenomena secara komprehensif melalui interpretasi terhadap berbagai sumber data, sedangkan studi kepustakaan dilakukan dengan menelaah literatur ilmiah yang memiliki keterkaitan dengan fokus penelitian.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data sekunder yang diperoleh dari berbagai referensi ilmiah, meliputi artikel jurnal nasional dan internasional bereputasi, buku, prosiding seminar, dokumen resmi, fatwa Dewan Syariah Nasional–Majelis Ulama Indonesia, peraturan pemerintah, laporan lembaga terkait, serta publikasi yang membahas strategi bisnis, manajemen strategis, ekonomi syariah, dan formulasi strategi bisnis syariah. Literatur yang digunakan diprioritaskan berasal dari publikasi tahun 2021–2026 agar mampu memberikan gambaran yang mutakhir mengenai perkembangan strategi bisnis berbasis syariah.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, yaitu dengan mengidentifikasi, mengumpulkan, mengklasifikasikan, dan mengkaji berbagai sumber pustaka yang relevan dengan tema penelitian. Proses pencarian literatur dilakukan menggunakan basis data ilmiah seperti Google Scholar, Scopus, ScienceDirect, SpringerLink, dan Garuda dengan menggunakan kata kunci seperti *strategi bisnis syariah*, *strategic management*, *Islamic business strategy*, *Islamic strategic management*, dan *competitive advantage in Islamic business*.

Analisis data dilakukan menggunakan analisis isi (content analysis). Tahapan analisis meliputi reduksi data, penyajian data, interpretasi, serta penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi, berbagai literatur diseleksi berdasarkan relevansi dengan tujuan penelitian. Selanjutnya dilakukan pengelompokan informasi ke dalam beberapa tema utama, yaitu konsep formulasi strategi bisnis syariah, analisis lingkungan internal dan eksternal, implementasi strategi berbasis syariah, keunggulan kompetitif, serta tantangan pengembangan bisnis syariah. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan secara deskriptif dengan mengintegrasikan teori manajemen strategis, prinsip-prinsip ekonomi Islam, dan temuan penelitian terdahulu sehingga diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai formulasi strategi bisnis syariah.

Untuk menjamin validitas data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber, yaitu membandingkan berbagai referensi dari jurnal ilmiah, buku akademik, regulasi, dan hasil penelitian terdahulu. Selain itu, peneliti juga melakukan evaluasi kritis terhadap kualitas literatur berdasarkan kredibilitas penerbit, reputasi jurnal, serta kesesuaian substansi dengan fokus penelitian. Melalui pendekatan tersebut, hasil penelitian diharapkan memiliki tingkat keakuratan, objektivitas, dan validitas ilmiah yang tinggi sehingga dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen strategis dan ekonomi syariah, sekaligus menjadi referensi bagi akademisi maupun praktisi dalam merumuskan strategi bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Hasil dan Pembahasan

1. Formulasi Strategi Bisnis Syariah

Berdasarkan hasil analisis literatur, formulasi strategi bisnis syariah merupakan proses penyusunan arah, tujuan, dan kebijakan organisasi yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah untuk mencapai keberhasilan usaha secara efektif, efisien, dan berkelanjutan. Formulasi strategi tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan ekonomi, tetapi juga mengintegrasikan dimensi spiritual, etika, dan tanggung jawab sosial dalam setiap aktivitas bisnis. Menurut Hanifah (2025), formulasi strategi bisnis syariah merupakan proses perencanaan strategis yang mengombinasikan tujuan bisnis dengan nilai-nilai Islam sehingga seluruh aktivitas perusahaan berjalan sesuai ketentuan syariat.

Hasil kajian menunjukkan bahwa strategi bisnis syariah dibangun di atas prinsip menghindari praktik yang dilarang dalam Islam, seperti riba, gharar, maysir, penipuan, serta berbagai bentuk kezaliman. Dengan demikian, keberhasilan perusahaan tidak hanya diukur melalui peningkatan profitabilitas, tetapi juga melalui keberkahan usaha, kepatuhan terhadap syariat, dan kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat. Temuan ini memperlihatkan bahwa formulasi strategi bisnis syariah memiliki orientasi yang lebih komprehensif dibandingkan strategi bisnis konvensional karena mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, moral, dan spiritual secara seimbang.

Hasil tersebut sejalan dengan teori Maqashid al-Syariah yang menjelaskan bahwa aktivitas ekonomi harus diarahkan untuk mewujudkan kemaslahatan (maslahah) serta menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Oleh karena itu, strategi bisnis syariah

tidak hanya berfungsi sebagai instrumen peningkatan daya saing perusahaan, tetapi juga sebagai sarana mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkeadilan dan berkelanjutan.

2. Prinsip-Prinsip Bisnis Syariah dalam Formulasi Strategi

Hasil analisis menunjukkan bahwa formulasi strategi bisnis syariah tidak dapat dipisahkan dari penerapan prinsip-prinsip dasar bisnis Islam. Prinsip pertama adalah tauhid, yaitu menjadikan seluruh aktivitas bisnis sebagai bentuk pengabdian kepada Allah SWT. Prinsip ini mendorong pelaku usaha menjalankan bisnis secara halal, jujur, dan bertanggung jawab. Menurut Hanifah (2025), penerapan prinsip tauhid mampu membangun budaya organisasi yang berorientasi pada integritas dan keberkahan usaha.

Prinsip kedua adalah keadilan (al-'adl). Hasil kajian menunjukkan bahwa keadilan diwujudkan melalui penetapan harga yang wajar, pembagian keuntungan yang proporsional, perlakuan yang adil terhadap karyawan, serta pelayanan yang tidak diskriminatif kepada konsumen. Wahyudi (2024) menjelaskan bahwa keadilan menjadi fondasi utama dalam membangun hubungan bisnis yang sehat dan berkelanjutan karena mampu menciptakan keseimbangan kepentingan antara perusahaan dan seluruh pemangku kepentingan.

Prinsip berikutnya adalah kejujuran (ash-shidq). Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, kejujuran dalam menyampaikan kualitas produk, informasi harga, maupun kondisi barang terbukti meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Asdar (2023) menyatakan bahwa transparansi informasi dan kejujuran dalam transaksi merupakan faktor utama yang memengaruhi loyalitas pelanggan dalam bisnis berbasis syariah.

Selain itu, prinsip amanah menjadi faktor penting dalam menjaga reputasi perusahaan. Organisasi yang mampu memenuhi janji, menjaga kualitas produk, serta mengelola sumber daya secara bertanggung jawab akan memperoleh tingkat kepercayaan publik yang lebih tinggi. Prinsip masalah juga menunjukkan bahwa perusahaan syariah memiliki tanggung jawab sosial untuk menciptakan manfaat ekonomi bagi masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja, pemberdayaan ekonomi, dan kepedulian terhadap lingkungan.

Hasil kajian juga menunjukkan bahwa transparansi merupakan prinsip yang semakin penting dalam era digital. Ansari (2024) menjelaskan bahwa keterbukaan mengenai harga, kualitas produk, akad, dan laporan keuangan mampu mengurangi ketidakpastian (gharar) sekaligus meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata konsumen.

3. Tujuan Formulasi Strategi Bisnis Syariah

Berdasarkan hasil analisis, formulasi strategi bisnis syariah memiliki beberapa tujuan utama. Pertama, menentukan arah dan tujuan perusahaan agar seluruh aktivitas organisasi memiliki pedoman yang jelas sesuai dengan prinsip syariah. Kedua, meningkatkan daya saing perusahaan melalui strategi yang adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis tanpa meninggalkan nilai-nilai Islam.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa formulasi strategi bertujuan memastikan seluruh aktivitas bisnis terbebas dari praktik riba, gharar, dan maysir sehingga seluruh proses bisnis memenuhi prinsip halal. Selain itu, strategi syariah berperan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen karena perusahaan dinilai memiliki komitmen terhadap etika bisnis, transparansi, dan tanggung jawab sosial.

Menurut Pramudita (2025), tujuan utama formulasi strategi bisnis syariah bukan hanya menghasilkan keuntungan finansial, tetapi juga menciptakan keuntungan yang halal, berkelanjutan, dan memberikan keberkahan bagi perusahaan maupun masyarakat.

Temuan tersebut memperkuat pandangan bahwa strategi bisnis syariah memiliki orientasi jangka panjang yang lebih luas dibandingkan strategi bisnis konvensional.

4. Tahapan Formulasi Strategi Bisnis Syariah

Hasil kajian menunjukkan bahwa formulasi strategi bisnis syariah dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang saling berkaitan. Tahap pertama adalah analisis lingkungan bisnis menggunakan pendekatan SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman organisasi. Isnawati (2025) menjelaskan bahwa analisis lingkungan menjadi dasar dalam menentukan strategi yang sesuai dengan kondisi internal dan eksternal perusahaan.

Tahap berikutnya adalah penetapan visi dan misi syariah yang mencerminkan tujuan perusahaan dalam menciptakan kemaslahatan masyarakat melalui aktivitas bisnis halal. Selanjutnya perusahaan menyusun strategi yang meliputi pengembangan produk halal, pemasaran syariah, pengelolaan keuangan berbasis akad syariah, serta peningkatan kualitas pelayanan.

Pada tahap implementasi, strategi diwujudkan melalui pembentukan budaya kerja Islami, penerapan sistem keuangan syariah, pengawasan kepatuhan syariah, serta pengembangan sumber daya manusia berbasis nilai-nilai Islam. Tahap terakhir adalah evaluasi strategi yang dilakukan secara berkala untuk menilai efektivitas implementasi strategi sekaligus melakukan penyesuaian terhadap perubahan lingkungan bisnis. Mutiara (2025) menyatakan bahwa evaluasi merupakan bagian penting dalam memastikan strategi tetap relevan dan mampu mencapai tujuan organisasi.

5. Implementasi Strategi Bisnis Syariah

Hasil analisis menunjukkan bahwa implementasi strategi bisnis syariah merupakan tahap yang menentukan keberhasilan seluruh proses formulasi strategi. Strategi yang telah dirumuskan harus diterapkan secara konsisten dalam seluruh aspek operasional perusahaan, mulai dari pengembangan produk, pemasaran, pengelolaan keuangan, hingga pelayanan kepada konsumen.

Pada aspek produk, implementasi strategi dilakukan dengan memastikan seluruh produk dan jasa memenuhi standar halal serta tidak merugikan konsumen. Dalam aspek keuangan, perusahaan menerapkan berbagai akad syariah seperti mudharabah, musyarakah, murabahah, dan ijarah sebagai alternatif sistem pembiayaan yang bebas dari unsur riba.

Perkembangan teknologi digital juga mendorong implementasi strategi melalui pemanfaatan marketplace halal, digital marketing Islami, sistem pembayaran syariah digital, e-commerce berbasis syariah, serta layanan keuangan digital. Sari dkk. (2025) menjelaskan bahwa digitalisasi menjadi salah satu faktor utama yang mampu meningkatkan efisiensi operasional sekaligus memperluas jangkauan pasar bisnis syariah.

Namun demikian, hasil kajian juga menunjukkan beberapa tantangan dalam implementasi strategi bisnis syariah, antara lain rendahnya literasi ekonomi syariah, keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten, tingginya persaingan global, pesatnya perkembangan teknologi, serta masih ditemukannya praktik bisnis yang menggunakan label syariah tanpa memenuhi substansi prinsip-prinsip Islam. Ansari (2025) menegaskan bahwa tantangan tersebut perlu diatasi melalui peningkatan edukasi, pengawasan kepatuhan syariah, inovasi produk, dan penguatan tata kelola organisasi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi strategi bisnis syariah memberikan berbagai manfaat bagi perusahaan, antara lain meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat loyalitas pelanggan, meningkatkan citra perusahaan,

menjamin keberlanjutan usaha, menciptakan praktik bisnis yang adil dan etis, serta menghasilkan keuntungan yang halal dan penuh keberkahan. Temuan ini memperlihatkan bahwa keberhasilan strategi bisnis syariah sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam seluruh proses manajemen strategis sehingga tercipta organisasi yang kompetitif sekaligus memberikan manfaat bagi masyarakat luas.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil kajian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa formulasi strategi bisnis syariah merupakan proses penyusunan arah, kebijakan, dan langkah strategis perusahaan yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah untuk mencapai tujuan bisnis secara efektif, berkelanjutan, dan sesuai dengan ketentuan Islam. Berbeda dengan strategi bisnis konvensional yang lebih berorientasi pada pencapaian keuntungan ekonomi, formulasi strategi bisnis syariah mengintegrasikan aspek ekonomi, etika, sosial, dan spiritual sehingga mampu menciptakan keseimbangan antara profitabilitas perusahaan dan kemaslahatan masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan formulasi strategi bisnis syariah sangat dipengaruhi oleh penerapan prinsip-prinsip dasar bisnis Islam, yaitu tauhid, keadilan (*al-'adl*), kejujuran (*ash-shidq*), amanah, maslahah, dan transparansi. Penerapan prinsip-prinsip tersebut menjadi landasan dalam membangun tata kelola organisasi yang profesional, meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat reputasi perusahaan, serta menciptakan hubungan bisnis yang berkelanjutan. Selain itu, formulasi strategi bisnis syariah bertujuan menentukan arah perusahaan, meningkatkan daya saing, memastikan seluruh aktivitas usaha sesuai dengan syariat Islam, meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi, serta menghasilkan keuntungan yang halal dan penuh keberkahan.

Tahapan formulasi strategi bisnis syariah meliputi analisis lingkungan bisnis, penetapan visi dan misi berbasis syariah, penyusunan strategi, implementasi, dan evaluasi secara berkelanjutan. Implementasi strategi dilakukan melalui pengembangan produk halal, penerapan sistem keuangan berbasis akad syariah, pemasaran yang etis, digitalisasi layanan, penguatan budaya kerja Islami, serta peningkatan kompetensi sumber daya manusia. Meskipun demikian, implementasi strategi bisnis syariah masih menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya literasi ekonomi syariah, keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten, pesatnya perkembangan teknologi, serta persaingan bisnis yang semakin ketat. Oleh karena itu, diperlukan komitmen organisasi untuk terus meningkatkan inovasi, memperkuat tata kelola dan pengawasan syariah, serta mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital agar strategi bisnis syariah mampu memberikan keunggulan kompetitif sekaligus mewujudkan keberlanjutan usaha dan kemaslahatan bagi seluruh pemangku kepentingan.

Daftar Pustaka

- Adri, & Febriani, E. (2025). Arah strategi manajemen keuangan syariah di Indonesia: Tinjauan model teoritis dan aplikasi praktis. *Krigan: Journal of Management and Sharia Business*, 3(1), 32–52. <https://doi.org/10.30983/krigan.v3i1.9359>
- Adri. (2025). *Implementasi Strategi Bisnis Syariah dalam Menghadapi Persaingan Global*. Jurnal Ekonomi Syariah, 16(1), 45–59.
- Alam, Nafis, Gupta, Lokesh, & Shanmugam, Bala. (2021). *Islamic Finance: A Practical Perspective*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Ansari. (2024). Transparansi dalam Bisnis Syariah sebagai Upaya Meningkatkan Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Islam*, 15(2), 88–101.

- Ansari. (2025). Tantangan Implementasi Strategi Bisnis Syariah di Era Digital. *Journal of Islamic Business and Management*, 8(1), 33–49.
- Anwar, M., & Abdullah, F.. (2023). Strategic Management and Competitive Advantage in Modern Organizations. *Strategic Management Review*, 15(3), 87–101.
- Asdar. (2023). Kejujuran dalam Perspektif Etika Bisnis Islam terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 9(2), 121–136.
- Auda, J. (2021). *Maqasid Al-Shariah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach* (Revised ed.). Herndon, VA: International Institute of Islamic Thought (IIIT).
- Auda, Jasser. (2021). *Maqasid Al-Shariah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach* (Revised ed.). Herndon, VA: International Institute of Islamic Thought (IIIT).
- Bank Indonesia. (2024). *Laporan Ekonomi dan Keuangan Syariah Indonesia 2024*. Bank Indonesia.
- Chapra, M. Umer. (2021). *Islam and the Economic Challenge*. Leicester: The Islamic Foundation.
- David, Fred R., David, Forest R., & David, Meredith E.. (2024). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (18th ed.). Pearson.
- Dewan Syariah Nasional–Majelis Ulama Indonesia. (2023). *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI*. DSN-MUI.
- DinarStandard. (2023). *State of the Global Islamic Economy Report 2023/24*. Dubai: DinarStandard.
- Febriyanti, R., Virgiawan, A. M. L., Rahmatullah, Awaluddin, M., & Sudirman. (2026). Merancang keberlanjutan yang bermakna: Sebuah kerangka formulasi strategi Islami integratif berbasis *Maqashid Syariah* dan analisis SWOT. *Journal Publicuho*, 9(1). <https://doi.org/10.35817/publicuho.v9i1.1049>
- Fred R. David, & Forest R. David. (2023). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (17th ed.). Pearson.
- Ghea. (2024). Formulasi Strategi Bisnis Syariah untuk Mewujudkan Keuntungan Halal dan Berkelanjutan. *Jurnal Manajemen Syariah*, 7(2), 90–105.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.
- Hanifah. (2025). Formulasi Strategi Bisnis Syariah dalam Menghadapi Dinamika Ekonomi Modern. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 15(1), 1–18.
- Isnawati. (2025). Analisis SWOT dalam Formulasi Strategi Bisnis Syariah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 10(1), 70–85.
- John A. Pearce II, Richard B. Robinson Jr., & Amita Monga. (2022). *Strategic Management: Planning for Domestic and Global Competition* (15th ed.). McGraw-Hill.
- John W. Creswell, J. W., & J. David Creswell. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (6th ed.). Sage Publications.
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2023). *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2023–2027*. Jakarta: KNEKS.
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2024). *State of the Global Islamic Economy dan Perkembangan Ekonomi Syariah Indonesia*. KNEKS.
- Lexy J. Moleong. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- M. Umer Chapra. (2021). *Islam and the Economic Challenge*. The Islamic Foundation.
- Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, & Johnny Saldaña. (2020). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (4th ed.). Sage Publications.

Currency:

Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah

[Volume 05, Nomor 01](#), Juli 2026

ISSN: 2963-9387//e-ISSN: 2963-7465

- Mutiara. (2025). Evaluasi Strategi Bisnis Syariah sebagai Upaya Peningkatan Kinerja Organisasi. *Jurnal Administrasi Bisnis Syariah*, 6(1), 41–56.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Statistik Perbankan Syariah Indonesia*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Pramudita. (2025). Tujuan Formulasi Strategi Bisnis Syariah dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Journal of Islamic Economics and Business Research*, 5(2), 110–125.
- Prayoga, F., & Febrian, A. (2024). Pengaruh promosi dan strategi penjualan terhadap perkembangan usaha pakaian Toko Jaya Makmur Pasar Aur Kota Bukittinggi menurut perspektif bisnis syariah. *Krigan: Journal of Management and Sharia Business*, 2(1).
- Ramadhani, Y. C., & Budiarti, A.. (2024). Innovative Strategy in Integrating Sharia Principles with Modern Business Practices. *International Journal of Sharia Business Management*, 3(1), 9–14.
- Richard L. Daft. (2022). *Management* (14th ed.). Cengage Learning.
- Sari, dkk. (2025). Digitalisasi Implementasi Strategi Bisnis Syariah melalui Marketplace Halal dan E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Digital Syariah*, 4(1), 22–39.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Edisi 2). Alfabeta.
- Sulaeman, Agustang, & Sudirman. (2025). Formulasi strategi bisnis syariah pada Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 2(6).
- Wahyudi. (2024). Prinsip Keadilan dalam Bisnis Syariah sebagai Dasar Keunggulan Kompetitif. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 8(2), 155–170.
- Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2023). *Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation, Sustainability* (16th ed.). Pearson.
- Zamir Iqbal, & Abbas Mirakhor. (2021). *Ethical Dimensions of Islamic Finance*. Palgrave Macmillan.