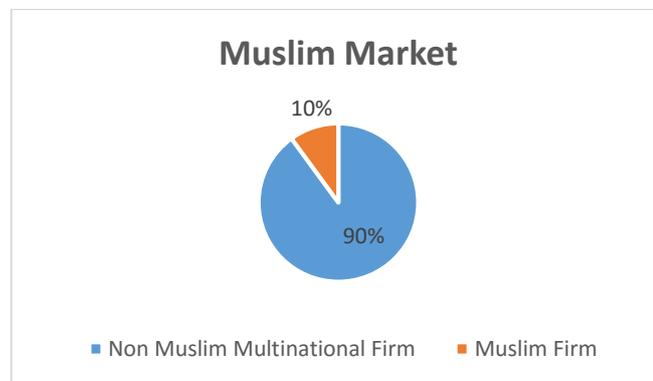


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Bisnis berlabel syariah di Indonesia yang dimulai sekitar era 2000an mengalami pertumbuhan besar hingga 2,3 triliun per tahun akibat kekuatan konsumen muslim (Adnan, 2013). Secara global, 1,6 miliar populasi muslim di dunia telah berkontribusi hebat dalam melakukan konsumsi. Potensi tersebut mendapat perhatian dari perusahaan raksasa non muslim di dunia yaitu non-Muslim Multinational Firm (MNF) atau perusahaan multinasional non muslim seperti Nestle, Unilever, L'oreal, Colgate, Baskin Robin, dan beberapa perusahaan besar yang tertarik menginvestasikan modal kepada perusahaan syariah. Tercatat bahwa 90% MNF telah menjadi investor di perusahaan muslim dunia secara rahasia, contohnya adalah Nestle yang mendanai bisnis muslim di Malaysia sebesar \$ 85 million US Dollar, tentunya hal ini mengimplikasikan adanya konsep pendanaan konvensional dalam bisnis syariah (Alserhan, 2010).



Gambar 1.1. Muslim Market di Dunia pada Tahun 2010

Sumber: (Alserhan, 2010)

Istilah bisnis syariah dikuasai oleh investor konvensional sudah bukan lagi menjadi kekhawatiran, melainkan sudah menjadi nyata. Alserhan mengatakan bahwa dibalik kabar baik pertumbuhan bisnis syariah di dunia, terdapat kabar buruk bahwa bisnis syariah saat ini dimonopoli oleh non-Muslim Firm (MNF) (Alserhan, 2010). Implikasinya, jika MNF menjadi pemodal tunggal sebuah bisnis syariah, maka mereka berhak atau berwenang menentukan konsep dan kebijakan dari bisnis

syariah tersebut dan akhirnya prinsip dari bisnis syariah tersebut dibumbui dengan prinsip bisnis konvensional (Ismail & Alias, 2016).

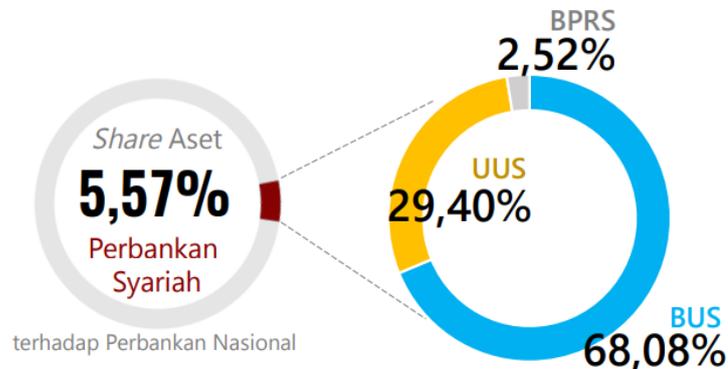
Ketua Kamar Dagang Industri (KADIN) Bandung, Ir. Iwa Gartiwa, MM mengatakan, Bandung sudah sepantasnya menjadi yang terdepan dan menjadi pusat bisnis syariah di Indonesia. Hal tersebut telah dibuktikan dengan adanya sejumlah *brand* yang memproklamasikan kesyariahnya kepada konsumen melalui strategi label syariah. Beberapa contohnya adalah Dhikr Clothes, Bandung Makuta, S Fitness Center Muslimah, Moz5 Salon Muslimah dan lain-lain. Menjamurnya bisnis syariah tersebut memunculkan pertanyaan tentang bagaimana kepatuhan pebisnis berlabel syariah terhadap *Fiqh Muamalah* (Yulia, 2014).

Berkenaan dengan hal tersebut, menegakkan *Fiqh Muamalah* dalam berbisnis merupakan *fardhu kifayah* terutama dalam negara mayoritas Islam yaitu Indonesia (Kepeli, Islamic Finance in Brunei, 2014). *Fiqh Muamalah* memiliki indikator tersendiri dalam menentukan prinsip bisnis syariah tanpa memerlukan modifikasi dari prinsip bisnis konvensional (Ismail & Alias, 2016). Adapun prinsip tersebut kerap disebut *Sharia Principle Adherence* (SPA).

SPA merupakan komitmen manusia terhadap kepatuhan atas larangan yang Allah sebutkan dalam Al-Qur'an dan Hadist. Islam tentunya memiliki aturan dalam setiap aspek baik aturan finansial maupun aturan non finansial yang mengatur mulai dari permodalan, pelayanan konsumen, proses internal suatu produk, hingga konsep upah untuk pekerja. Jika bisnis syariah tidak mengimplementasikan prinsip syariah, maka bisnis syariah akan terjerumus ke dalam prinsip konvensional. Selain adanya bumbu-bumbu konvensional di dalam bisnis syariah, bisnis tersebut juga berpotensi mengandung *unsur riba, maishir, dan gharar* yang merusak kehalalan bisnis tersebut (Ismail & Alias, 2016).

Berdasarkan hasil penyebaran quisioner pra-penelitian yang disebarkan kepada para pelaku bisnis syariah Bandung, didukung observasi di Dhikr Clothes yang dilakukan peneliti selama 40 hari melaksanakan program internship, beberapa bisnis berlabel syariah masih mengadopsi konsep permodalan dan konsep upah pekerja yang belum 100% syariah. Minimnya literasi bisnis syariah terhadap bank syariah telah menjadi faktor bisnis syariah menggunakan konsep konvensional dalam segi permodalan. Hal tersebut juga diakibatkan oleh persepsi bahwa lebih

mudah mendapat modal dari bank konvensional daripada bank syariah (Ismail & Alias, 2016). Hal ini ditunjukkan oleh *market share* yang hanya mencapai 5,57 % dari total keseluruhan industri perbankan nasional (OJK, 2017).



Gambar 1.2. Info Grafis Perbankan Syariah Sep 2017

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan 2017

Jika bisnis syariah melakukan kerjasama pendanaan dengan cara konvensional, implikasinya adalah ketidakadaan akad-akad yang syariah dan hilangnya konsep *sahibul maal-mudharib* (Asiyah & Hadiwidjo, 2014). Situasi tersebut diperkuat oleh pendapat Mohammad Zaid dan Mohammad Zin, adanya ketidakjelasan akad dari modal bisnis yang tidak syariah mengindikasikan unsur *gharar* (Zin, 2011). Asiyah menambahkan, konsep permodalan konvensional adalah keuntungan dan spekulasi, Islam sangat melarang adanya spekulasi seperti gambling atau *maisir*. Pada akhirnya, permodalan dengan prinsip konvensional tak jarang melakukan spekulasi bunga besar yang menimbulkan kerugian kepada pebisnis kecil. (Asiyah & Hadiwidjo, 2014).

Muhammad Yunus menjelaskan bahwa pendanaan bank konvensional maupun pendanaan sistem konvensional menyebabkan terkonsentrasinya kekayaan kepada segelintir pemodal konglomerat sedangkan pengusaha kecil semakin tertindas karna dibebani bunga atau *riba* yang besar (Kalsum, 2014). Adapun Islam sangat menentang unsur riba melalui dalil yaitu:

الْمَسِّ مِنَ الشَّيْطَانِ يَنْخَبِطُهُ الَّذِي يَفْعَلُ كَمَا إِلَّا يَفْعَلُونَ لَا الرِّبَا يَأْكُلُونَ الَّذِينَ

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) gila.” (QS. Al Baqarah: 275).

Ayat di atas merupakan bukti bahwa riba sangat berbahaya baik di dunia maupun di akhirat. Hal ini sejalan dengan Muhammad Yunus, menurutnya bunga sangat merusak keadaan sosial. Orang yang kaya dengan uang besar lebih berpeluang untuk melakukan spekulasi dan menjadi kaya, sedangkan orang yang miskin sebagai peminjam uang lebih dibebani dan semakin miskin. Buku Muhammad Yunus jelas-jelas membongkar bahwa hutang sangat menjatuhkan pengusaha kecil dengan cara diskriminatif karena membebankan tanggungan terakhir kepada peminjam di lapisan terbawah yaitu pengusaha kecil. Secara makro, dampak dari bunga adalah sebagai pendorong inflasi (Kalsum, 2014). Saat ini masyarakat dan pebisnis masih tertarik meminjam modal kepada Bank Konvensional.

Bisnis yang sesuai syariah Islam senantiasa dicontohkan oleh Rasulullah SAW pada jamannya, dimana Islam sendiri telah membuktikan kejayaan ekonomi yang pada puncak kemakmuran di masa pemerintahan Bani Abbasiyah (Juliana, Firmansyah, & Pratama, 2016). Namun pada masa ini, banyak orang memberikan *statement* bahwa bisnis syariah tidak memiliki perbedaan dengan bisnis konvensional (Asiyah & Hadiwidjo, 2014).

Membangun kepercayaan masyarakat terhadap bisnis syariah adalah hal yang paling fundamental untuk mengembangkan *brand syariah* karena citra positif akan muncul jika banyak masyarakat yang tidak menganggap sama antara bisnis syariah dan konvensional. Tidak cukup sebuah *brand* hanya berlandaskan prinsip syariah dan produk yang halal saja, melainkan perlu juga untuk menerapkan *Sharia Principle Adherence* mulai dari proses *input* hingga proses *output* syariah tersebut. Bisnis yang dapat berlangsung lama membutuhkan kepercayaan dari masyarakat untuk memperoleh pasar yang besar (Asiyah & Hadiwidjo, 2014).

Prinsip syariah tidak hanya mengatur tentang permodalan, hubungan dengan konsumen, dan kehalalan produk, tetapi juga mengatur tentang konsep upah untuk pekerja. Indonesia masih menggunakan konsep upah yang kapitalis, hal ini menyebabkan para pekerja selalu melakukan demo setiap hari peringatan buruh nasional tanggal 1 Mei dengan alasan bahwa konsep ketenagakerjaan yang berupa kontrak kerja dengan upah kecil sangat tidak layak dan menindas para buruh (Ridwan, Standar Upah Pekerja Menurut Sistem Ekonomi Islam, 2013). Padahal sejak jaman Rasulullah, konsep upah sudah diatur dalam Islam, upah disebut juga

Ijarah (Suhendi, 2014). Dalam al-Qur'an dan hadis, terdapat empat prinsip dalam konsep upah (*Ijarah*) yaitu prinsip kemerdekaan manusia, prinsip kemuliaan derajat manusia, prinsip keadilan dan anti diskriminasi, serta kelayakan upah pekerja (Ridwan, Standar Upah Pekerja Menurut Sistem Ekonomi Islam, 2013).

Bisnis syariah yang dapat menumbuhkan opini positif masyarakat tentunya adalah bisnis yang mencerminkan kredibilitas dan kesyariahan yang taat kepada para konsumen. Kepatuhan bisnis syariah terhadap al-Qur'an dan hadis memelurkan komitmen *Sharia Principle Adherence* agar mereka tidak melanggar larangan Allah yaitu Maisir, Gharar dan Riba (Asiyah & Hadiwidjo, 2014). Adapun permasalahan bisnis syariah yang telah dijabarkan di atas dirangkum peneliti sebagai berikut:

Tabel 1.1. Permasalahan Bisnis Syariah

Permasalahan	Data
Permodalan masih dominan menggunakan konsep konvensional (Zin, 2011).	<i>market share</i> Bank Syariah yang hanya mencapai 5,57 % dari total keseluruhan industri perbankan nasional (OJK, 2017).
Sistem kontrak pada Tenaga kerja yang sangat kapitalis (Ridwan, Standar Upah Pekerja Menurut Sistem Ekonomi Islam, 2013).	20 ribu pekerja di-PHK selama 2017 akibat sistem kontrak (Kompas, 2017)
Penyalahgunaan Brand syariah sebagai strategi pemasaran untuk menarik potensi konsumen muslim (Alserhan, 2010).	90% MNF telah menjadi investor di perusahaan muslim dunia secara rahasia (Alserhan, 2010).
Mengesampingkan akad jual beli dengan konsumen (Asiyah & Hadiwidjo, 2014).	Perspektif konsumen masih menyamakan bisnis syariah dengan bisnis konvensional (Asiyah & Hadiwidjo, 2014).

Sumber: diolah oleh peneliti, 2018

Sharia Principle Adherence yang melarang *maysir*, *gharar*, *riba* dikemukakan sejak tahun 1987 oleh ilmuwan klasik Ibn Taymiyyah dalam kitabnya al-fatwa al-kubra (Asiyah & Hadiwidjo, 2014). Dalam penelitian Subaily, menyatakan bahwa Islam melarang *maysir*, *gharar*, *riba* dalam aktivitas ekonomi. Adapun, Ibnu Taymiyyah menjelaskan bahwa implikasi dari gambling atau *maysir* bukan hanya spekulasi yg merugikan banyak pihak, tetapi karna *maysir* melalaikan seseorang dari shalat, zikrullah, dan menimbulkan kebencian serta permusuhan, sedangkan fungsi uang adalah menarik orang untuk ikut dalam permainan *gambling* (Subaily, 2015).

Selanjutnya penelitian Muhammad Iman menambahkan, Ibnu Taymiyyah mengklasifikasikan *gharar* menjadi *gharar minor* dan *gharar mayor*. Dimana *gharar minor* masih mendapat toleransi dalam Islam sedangkan *gharar mayor* adalah dilarang menurut syariah karena ada bahaya atau risiko yang merugikan banyak pihak. Adapun *gharar mayor* terjadi ketika *gharar* tersebut dilakukan untuk kepentingan orang banyak. Oleh karena itu *gharar* diberi rukhsah (keringanan) jika dibutuhkan oleh banyak pihak. Sedangkan elemen terakhir yaitu *riba* dilarang karena implikasi terburuknya yaitu memicu inflasi (Mihajar, 2016).

Selanjutnya, SPA diterapkan dalam industri keuangan pertama kali oleh United Kingdom dimana prinsip tersebut diterapkan juga pada sektor perbankan negara itu tepatnya di Islamic Banking of Britain melalui produk dan regulasi yang terhindar dari unsur *maysir*, *gharar*, dan *riba* (Ahmed, 2014).

SPA kemudian diterapkan dalam sektor bisnis syariah di beberapa negara Timur Tengah seperti Uni Emirat Arab, Libya, dan lain-lain sekitar tahun 2000. Dalam penelitiannya, Sabina menjelaskan bahwa melalui jalur hukum dalam berbisnis, elemen *Sharia Principle Adherence* diterapkan dengan sangat ketat berdasarkan pernyataan “*Islamic laws tend to adhere strictly on the Sharia Principle*” yang artinya adalah “hukum Islam harus patuh terhadap prinsip syariah”. Dimana hal itu memberlakukan bahwa setiap perusahaan internasional yang melakukan investasi dengan perusahaan syariah perlu memastikan bahwa transaksi tersebut legal memenuhi hukum Islam yang mencakup: konsep bagi hasil, keadilan kerjasama, prinsip Ijarah, serta konsep Salam dan Istisna yang terbebas dari *maysir*, *gharar*, *riba* (Cerimagic, 2010).

Bahkan dalam lingkup Asia, Brunei telah menerapkan regulasi dalam mengimplementasikan SPA. Brunei memiliki regulasi yang sangat sistematis dalam mendirikan bisnis syariah, yaitu harus memiliki pendanaan dari industri keuangan syariah yang legal. Hal ini bertujuan untuk menjamin apabila bisnis tersebut mengalami kerugian, maka akan dilindungi oleh *Brunei Darussalam Deposit Protection Corporation* (Kepli, Islamic Finance in Brunei, 2014).

Ada banyak perbedaan pendapat dalam penelitian SPA. Di Indonesia, penelitian SPA dikemukakan oleh Aisyah yang mencoba mengungkapkan bahwa *Sharia Principle Adherence* adalah hal krusial yang sangat mempengaruhi

implementasi CSR sebuah bisnis, kepercayaan pelanggan, dan loyalty konsumen (Asiyah & Hadiwidjo, 2014). Syed Najeeb dari Malaysia menyebut *sharia principle* sebagai *Islamic Principle Adherence*. Dalam penelitiannya, ia mengungkapkan bahwa istilah “Islamic Principle” atau *Sharia Principle* pertama kali diungkapkan oleh Ibnu Taymiyyah melalui 8 butir *General Principles of Mu’amalat Transactions*, yaitu: kebebasan dalam kesepakatan dua pihak, larangan Gharar (spekulasi), larangan Riba, larangan Qimar dan Maysir, larangan dua kontrak yang tidak konsisten, kesesuaian kontrak dengan maqasid al-Sharia, adanya hak dengan kewajiban (Najeeb, 2014).

Pendapat yang sama terdapat dalam penelitian Gait, Alsadek, Worthington, dan Andrew di Australia. Menurut penelitian ini, *Sharia Principle Adherence* disebut juga *the principle of Islam* dan didasari dengan konsep bagi hasil. Adapun indikatornya adalah: larangan akan *riba*, larangan akan *gharar*, larangan gambling atau *maysir*, konsep bagi hasil, transaksi yang riil, keadilan yang tidak merugikan sebelah pihak (Gait, Alsadek, worthington, & Andrew, 2008).

Lain halnya dengan penelitian Widia Astuty yang hanya menyebutkan 3 indikator dalam *sharia principle*, di antaranya yaitu Prinsip Islam dalam muamalah adalah bahwa harus mempertimbangkan pihak-pihak terkait: *pertama*, tidak mencari keuntungan dalam hal yang dilarang Islam, baik dalam segi substansi maupun bagaimana untuk mendapatkannya, dan tidak memanfaatkan kesempatan untuk hal-hal yang terlarang. *Kedua*, tidak ada penindasan dan ditindas. *Ketiga*, transaksi membawa kepada keuntungan kedua belah pihak. Tidak ada elemen *maysir*, *gharar*, *riba* (Astuty, 2011).

Perbedaan selanjutnya terdapat pada penelitian Arifin yang mengemukakan bahwa sah-sah saja mendapat modal dari cara yang konvensional, karna Nabi Muhammad sendiri mendapat baju perang yang dibuatkan oleh sahabatnya yang kaum Yahudi. Arifin juga menganggap hadiah modal atau *wakaf* dari bank konvensional sah-sah saja menurut fiqh muamalah, karena termasuk akad *wakaf* (Arifin & Nasution, 2015).

Selanjutnya Arifin menambahkan lima elemen yang sangat dilarang dalam *Sharia Principle* yaitu *riba*, *maysir*, *gharar*, *haram*, dan *zalim*. Segala bentuk input dan output dalam sebuah transaksi perlu bersifat halal dengan memenuhi *sharia*

principle dengan menjauhi larangan tersebut. Adapun dalam mencapai tujuan ini perlu menempuh dua indikator yaitu keseluruhan (*kaffah*) dan konsistensi (*istiqomah*) (Arifin & Nasution, 2015).

Sehubungan dengan maraknya penelitian tentang *Sharia Principle Adherence* di beberapa negara, maka peneliti tertarik untuk menelitinya di Indonesia, khususnya terhadap pelaku bisnis konveksi syariah di Bandung. Adapun peneliti memfokuskan untuk menganalisa SPA melalui metode *Balanced Scorecard* (BSC), yaitu metode yang diciptakan Robert Kaplan dan David Norton sejak tahun 1990 dalam mengukur seimbang atau tidaknya antara teori yang diekspektasikan dengan praktik yang diimplementasikan dalam sebuah bisnis atau organisasi, dimana metode tersebut menganalisis seluruh cakupan variabel sebuah organisasi baik variabel finansial maupun non-finansial (Isoraite, 2008). Metode BSC fokus kepada isu kritis dan modern misalnya seperti efektivitas pengukuran performa perusahaan dan evaluasi kesuksesan strategi yang telah diterapkan. *Sharia Principle Adherence* dapat ditambahkan kedalam *Key Performance Indikator* dengan menggunakan konsep yang sesuai sehingga antara prinsip syariah dan performa perusahaan saling mendukung untuk mencapai target (Harwati, 2017).

Metode BSC yang dimodifikasi telah digunakan oleh banyak perusahaan seperti perusahaan hotel yang memodifikasi KPI dengan CSR, beberapa bank menggunakan pengukuran BSC dengan memodifikasi KPI dengan Fuzzy Multiple Criteria Decision Making (FMCDM). BSC dan metode lainnya juga dikombinasikan untuk mengukur bisnis telekomunikasi. BSC tidak hanya digunakan untuk mengukur performa tapi juga untuk memilih supplier bahan pokok produksi. BSC juga sukses diimplementasikan baik di organisasi pendidikan, IT, SME, medical, hotel, dan lain-lain. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memodifikasi BSC dengan *Sharia Principle Adherence* yang merupakan aturan bisnis syariah sesuai Al-Qur'an dan Hadist. Selanjutnya hasil dari pengukuran ini adalah data analisis tingkat kepatuhan syariah dan performa suatu bisnis yang dapat digunakan untuk menghasilkan keputusan dalam mengembangkan bisnis. (Harwati, 2017).

Balanced Scorecard yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan hasil modifikasi antara 2 jenis indikator yaitu *Sharia Principle Adherence* dan *Key*

Perfomance Index yang akan meneliti 4 variabel yaitu: *Finance* (kepatuhan syariah dalam permodalan), *Customer* (kepatuhan syariah dalam bertransaksi dengan konsumen), *Internal Processes* (kepatuhan syariah dalam proses produksi), dan *Employee Learning and Development* (kepatuhan syariah dalam mengelola tenaga kerja).

Berdasarkan pra penelitian di lapangan, masih banyak ditemukan perusahaan-perusahaan yang bergerak di bisnis syariah akan tetapi belum menerapkan prinsip syariah seutuhnya dan belum menerapkan *balanced scorecard* untuk mengevaluasi perusahaannya tersebut. Atas dasar tersebut, peneliti mencari objek penelitian di salah satu bisnis pakaian syariah di Bandung yang belum menerapkan *balanced scorecard* untuk mengevaluasi perusahaannya tersebut. Perusahaan tersebut adalah Wanoja Hijab. Wanoja Hijab merupakan sebuah bisnis pakaian syariah yang menjunjung visi misi “Berperan dalam membangun ekenomi umat yang sesuai muamalah syariah”. Untuk membuktikan visi misi bisnis syariah Wanoja Hijab, peneliti tertarik untuk menjadikan bisnis syariah tersebut sebagai objek penelitian. Maka dari itulah peneliti memutuskan judul penelitian ini adalah *Analisa Sharia Principle Adherence dalam Metode Balance Scorecard (Studi Pada Bisnis Wanoja Hijab)*.

1.2. Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Dari hasil pra-penelitian yang dilakukan kepada para pedagang syariah Bandung, 80% bisnis berlabel syariah masih mengadopsi prinsip bisnis yang belum 100% syariah.
2. Bisnis syariah yang melakukan kerjasama pendanaan dengan cara konvensional, akan menyebabkan adanya campur aduk antara prinsip bisnis syariah dengan prinsip bisnis konvensional karena modal berasal dari dua pihak yang berbeda prinsip yaitu pihak pemodal yang berprinsip syariah dan pihak pemodal yang berprinsip konvensional (Asiyah & Hadiwidjo, 2014).
3. Adanya ketidakjelasan akad dalam bisnis mengindikasikan unsur *gharar* yang melanggar *Sharia Principle Adherence*. (Zin, 2011).

4. Literasi bisnis syariah terhadap bank syariah minim. Sehingga mereka menganggap lebih mudah mendapat modal dari bank konvensional. Hal ini ditunjukkan oleh *market share* yang hanya mencapai 5,57 % dari total keseluruhan industri perbankan nasional (OJK, 2017).
5. Konsep syariah tidak hanya dilihat dari kehalalan sebuah produk. Semua proses untuk memproduksi kebutuhan konsumen muslim harus memenuhi kriteria syariah mulai dari kealamian, asal, dan metode produk pembuatan (Bonne & Verbeke, 2008).
6. Bisnis syariah sebagai pesaing bisnis konvensional, perlu mengukur *performance* bisnis mereka untuk mengetahui apakah mereka memiliki performa yang bagus dan sesuai dengan *sharia principle adherence* atau tidak. (Huang, Lai, & Lin, 2011)
7. Tanpa *Sharia Principle Adherence*, masyarakat sebagai konsumen akan kehilangan kepercayaannya kepada bisnis Islam (Asiyah & Hadiwidjo, 2014).

1.3. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis membatasi penelitian ini pada masalah-masalah yang akan dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran umum bisnis syariah yang dijalankan oleh Wanoja Hijab?
2. Bagaimanakah pencapaian implementasi *Sharia Principle Adherence* (SPA) di bisnis syariah Wanoja Hijab dihitung dengan menggunakan metode *Balanced Scorecard* (BSC)?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk menemukan pengetahuan baru yang kebenarannya dapat dipertanggung jawabkan dan sekaligus merupakan pemecahan terhadap suatu masalah. Berdasarkan rumusan masalah yang disajikan dalam penelitian ini, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan gambaran umum bisnis syariah yang dijalankan oleh Wanoja Hijab.

2. Menganalisis pencapaian implementasi *Sharia Principle Adherence* (SPA) di bisnis syariah Wanoja Hijab dihitung dengan menggunakan metode *Balanced Scorecard* (BSC).

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi bagi pelaksanaan penelitian dan pengembangan keilmuan tentang bisnis syariah. Selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam hala menjelaskan tentang implementasi *Sharia Principle Adherence* (SPA) di bisnis syariah Wanoja Hijab dihitung dengan menggunakan metode *Balanced Scorecard* (BSC).

1.5.2. Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran kinerja perusahaan dengan menggunakan metode *Balanced Scorecard* (BSC), lebih lanjut penelitian ini memiliki manfaat diantaranya bagi:

1. Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman dan pengetahuan baru bagi peneliti dalam pengembangan keilmuannya.

2. Pimpinan Perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi pimpinan perusahaan dalam mengevaluasi kegiatan bisnis yang dilakukannya, serta meningkatkan kinerja perusahaan. Selanjutnya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk mendorong langkah-langkah pengembangan dalam menjalankan bisnis dan bagaimana cara menjalankan bisnis yang baik dan benar.

3. Karyawan

Sebagai bahan masukan dan evaluasi bagi para karyawan untuk dapat bekerja lebih giat guna mendukung perusahaan lebih maju dan lebi baik.

4. Peneliti selanjutnya

Hasil penelitian dapat menambah literatur tentang penelitian pengembangan bisnis, khususnya bisnis syariah, tentang implementasi *Sharia Principle Adherence* (SPA) dan tentang evaluasi bisnis dengan menggunakan metode *Balanced Scorecard* (BSC).

Irma Kurniasih, 2018

ANALISA SHARIA PRINCIPLE ADHERENCE DALAM METODE BALANCE SCORECARD PADA BISNIS WANOJA HIJAB

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu