

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Beberapa dari penelitian terdahulu mempunyai kaitan dengan penelitian ini diantaranya adalah Mengenai “*Value Chain Analysis* Berdasarkan Prinsip Syari’ah (Studi Kasus Pada CV Green Life Tirta Sentosa, Kecamatan Balongbendo Kabupaten Sidoarjo)”. Penelitian tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

2.1.1 Liana Mangifera (2015)

Dalam penelitian yang berjudul “*Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Pada Produk Batik Tulis Di Surakarta*” dimana tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kegiatan rantai nilai dan untuk mengetahui serta mengidentifikasi segala aktivitas produk batik tulis yang memiliki nilai tambah ekonomi tertinggi di Kampung Batik Laweyan Surakarta, sehingga mampu meningkatkan keunggulan kompetitif. Penelitian ini dilakukan di Indonesia oleh Liana Mangifera. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan campuran, yang merupakan kombinasi dari pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kualitatif yang digunakan adalah analisis konten konvensional.

Metode penentuan informan dilakukan menggunakan metode *snowball sampling*, analisis rantai nilai dan analisis nilai tambah. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif. Adapun hasil dari penelitian ini adalah bahwa aktivitas utama rantai nilai pada produk batik

tulis di Kampung Batik Laweyan Surakarta adalah bagian pemasaran dan penjualan dan sekaligus menjadi aktivitas nilai tambah paling besar. Nilai tambah ini berasal dari 1 kain putih dengan harga rata-rata Rp. 35.000 yang diproses menjadi batik tulis dengan anggaran sebesar Rp. 200.250 yang kemudian dijual dengan distribusi anggaran untuk tenaga penjual dan lainnya sebesar Rp. 20.350. Hasilnya, 1 kain batik tulis rata – rata dijual dengan harga sebesar Rp.700.000. Dengan ini penjualan batik tulis dari hasil produksi dapat menghasilkan keuntungan sebesar Rp. 470.400.

Persamaan:

- a. Membahas tentang analisis rantai nilai (*value chain analysis*)
- b. Membahas tentang nilai tambah (*value added*)
- c. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif
- d. Metode analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif
- e. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan kuisioner

Perbedaan:

- a. Penelitian sebelumnya belum fokus pada analisis rantai nilai berdasarkan prinsip syari'ah
- b. Penelitian sebelumnya dilakukan pada industri *textile* atau non makanan minuman, sedangkan penelitian saat ini dilakukan pada industri makanan dan minuman
- c. Tempat penelitian sebelumnya dilakukan di Kota Semarang, sedangkan penelitian saat ini dilakukan di Kota Sidoarjo

- d. Penelitian sebelumnya belum membahas tentang konsep *resources based view* dan *firm capabilities*
- e. Metode pengambilan data penelitian sebelumnya menggunakan teknik *snow ball sampling* sedangkan penelitian saat ini menggunakan teknik analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*) berdasarkan prinsip syariah, dan konsep *resources based view* dan *firm capabilities*

2.1.2 Maria M.I. Sampit, Paulus Kindangen, Magdalena Wullur (2016)

Dalam penelitian yang berjudul “*Analisis Rantai Nilai Gula Aren (Studi Kasus Pada Petani Nira Di Tomohon)*” dimana tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi rantai nilai gula Aren di Kota Tomohon dengan mengambil studi kasus pada Petani Nira. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode analisis data menggunakan analisis rantai pasok, analisis rantai nilai, produktivitas pengolahan, dan analisis SWOT. Metode pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah (1) Aliran rantai nilai gula Aren secara umum melibatkan tiga pelaku utama yaitu petani atau pengolah-pedagang-konsumen. (2) Rantai nilai gula Aren terbagi atas 2 aktivitas yaitu aktivitas utama yang terdiri dari logistik masuk, operasi, logistik keluar (*output*), dan pemasaran gula Aren. Kedua, aktivitas penunjang yang terdiri dari infrastruktur produksi gula Aren, pengembangan SDM, pengembangan teknologi, dan pengadaan. (3) Dari analisis SWOT, usaha gula Aren mampu bertahan untuk jangka panjang dan perlu adanya perkembangan.

Persamaan:

- a. Membahas tentang analisis rantai nilai (*value chain analysis*)
- b. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif
- c. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif
- d. Teknik pengumpulan datayang digunakan adalah metode observasi, wawancara, dan dokumentasi
- e. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis rantai nilai (*value chain analysis*)
- f. Penelitian sebelumnya sama – sama dilakukan pada sektor makanan

Perbedaan:

- a. Penelitian sebelumnya belum fokus pada analisis rantai nilai berdasarkan prinsip syari'ah
- b. Tempat penelitian sebelumnya dilakukan di Kota Tomohon, sedangkan penelitian saat ini dilakukan di Sidoarjo
- c. Penelitian sebelumnya belum membahas tentang konsep *resources based view* dan *firm capabilities*
- d. Metode pengambilan data penelitian sebelumnya menggunakan teknik *snow ball sampling* sedangkan penelitian saat ini menggunakan teknik analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*) berdasarkan prinsip syariah, dan konsep *resources based view* dan *firm capabilities*

2.1.3 Rizki Fitriadi, Atih Rohaeti Dariah, dan Yuhka Sundaya (2017)

Dalam penelitian yang berjudul “*Analisis Rantai Nilai Komoditas Kentang Di Kecamatan Pangalengan*” dimana tujuan dari penelitian ini adalah

untuk menganalisis pola rantai nilai komoditas kentang, dan mengetahui pola rantai nilai mana yang paling menguntungkan petani kentang. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *snowball sampling* dan metode hayami. Untuk memenuhi tujuan tersebut dilakukan survey. Dari hasil analisis diketahui bahwa terdapat 3 jenis kualitas komoditas kentang di Kecamatan Pangalengan yakni Atlantik, AB1, dan AB. Pola rantai yang paling menguntungkan bagi petani adalah pola rantai nilai Atlantik dengan rasio nilai tambah mencapai 99.64 persen.

Persamaan:

- a. Membahas tentang analisis rantai nilai (*value chain analysis*)
- b. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif
- c. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif
- d. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi
- e. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis rantai nilai (*value chain analysis*)
- f. Penelitian sebelumnya sama – sama dilakukan pada sektor makanan

Perbedaan:

- a. Penelitian sebelumnya belum fokus pada analisis rantai nilai berdasarkan prinsip syari'ah
- b. Tempat penelitian sebelumnya dilakukan di Kecamatan Pangalengan, sedangkan penelitian saat ini dilakukan di Kota Sidoarjo

- c. Penelitian sebelumnya belum membahas tentang konsep *resources based view* dan *firm capabilities*
- d. Metode pengambilan data penelitian sebelumnya menggunakan teknik *snow ball sampling* sedangkan penelitian saat ini menggunakan teknik analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*) berdasarkan prinsip syariah, dan konsep *resources based view* dan *firm capabilities*

2.1.4 Niraj Kumar dan Sanjeev Kapoor (2010)

Dalam penelitian yang berjudul “*Value Chain Analysis of Coconut in Orissa*” dimana tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan aliran produk dari petani melalui perantara yang berbeda kepada konsumen. Penelitian ini dilakukan di lima kabupaten pesisir Orissa, yaitu, Puri, Cuttack, Khurda, Ganjam, dan Jagatsinghpur. Data dikumpulkan antara Oktober 2009 dan Februari 2010 mengikuti tiga metode yaitu survei, diskusi kelompok terfokus (FGD) dan studi kasus. Untuk survei, berdasarkan kerangka studi. Kuesioner diuji dan dimodifikasi berdasarkan hasil pra – pengujian. Survei kuesioner terutama dilakukan untuk mengumpulkan informasi tentang informasi terkait produksi dan pemasaran dari petani kelapa, pedagang dan industri pengolahan. Selain itu, diskusi kelompok terfokus dengan petani dan industri pengolahan juga dilakukan untuk mendapatkan wawasan tambahan tentang skenario pemasaran kelapa di daerah tersebut.

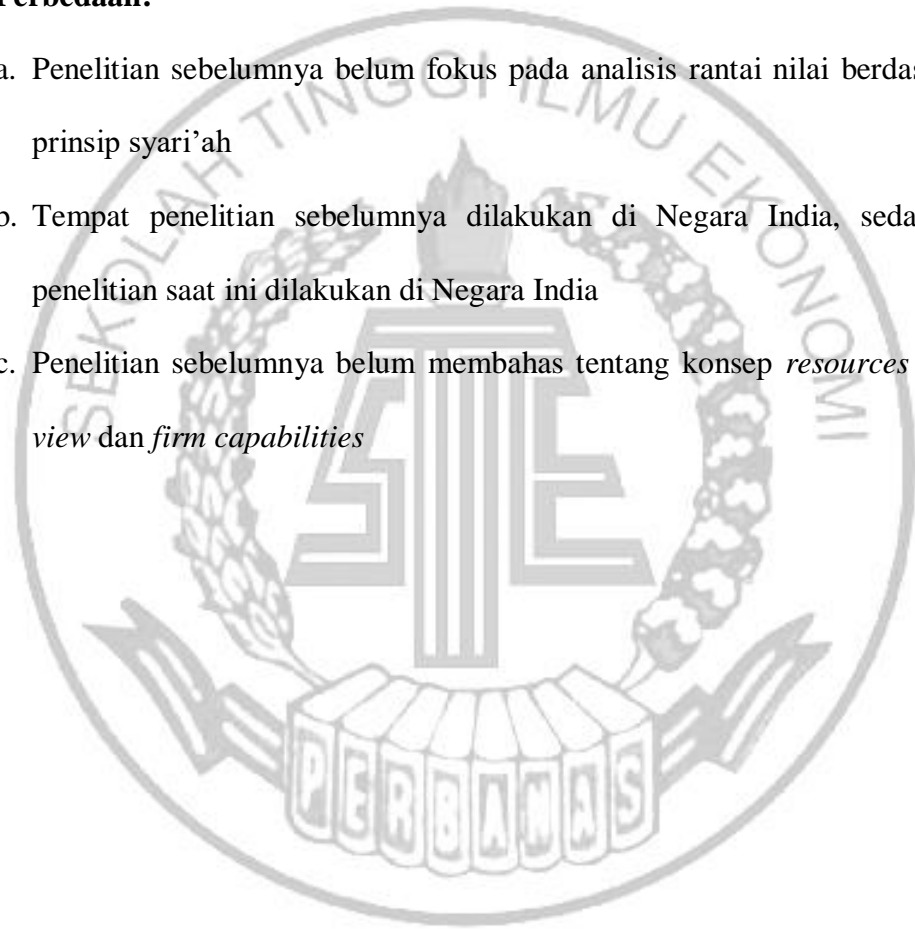
Persamaan:

- a. Membahas tentang analisis rantai nilai (*value chain analysis*)

- b. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode *survey* dan studi kasus
- c. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis rantai nilai (*value chain analysis*)
- d. Penelitian sebelumnya sama – sama dilakukan pada sektor makanan

Perbedaan:

- a. Penelitian sebelumnya belum fokus pada analisis rantai nilai berdasarkan prinsip syari'ah
- b. Tempat penelitian sebelumnya dilakukan di Negara India, sedangkan penelitian saat ini dilakukan di Negara India
- c. Penelitian sebelumnya belum membahas tentang konsep *resources based view* dan *firm capabilities*



TABEL 2.1

TABEL PERBANDINGAN PENELITIAN SAAT INI DENGAN PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian	Liana Mangifera (2015)	Maria M.I. Sampit, Paulus Kindangen, dan Magdalena Wullur (2016)	Rizki Fitriadi, Atih Rohaeti Dariah, dan YuhkaSundaya (2017)	Niraj Kumar dan Sanjeev Kapoor (2010)	Rafika Rachmaniah (2019)
Judul	Analisis Rantai Nilai (<i>Value Chain</i>) Pada Produk Batik Tulis Di Surakarta	Analisis Rantai Nilai Gula Aren (Studi Kasus Pada Petani Nira Di Tomohon)	Analisis Rantai Nilai Komoditas Kentang Di Kecamatan Pangalengan	Value Chain Analysis of Coconut in Orissa	<i>Value Chain Analysis</i> Berdasarkan (Studi Kasus Pada CV Green Life Tirta Sentosa, Kecamatan Balongbendo Kabupaten Sidoarjo)
Tujuan	Untuk menganalisis dan mengidentifikasi segala aktivitas produk batik tulis yang memiliki nilai tambah ekonomi tertinggi di Kampung Batik Laweyan Surakarta	Untuk mengidentifikasi rantai nilai gula Aren di Kota Tomohon dengan mengambil studi kasus pada Petani Nira	Untuk menganalisis pola rantai nilai komoditas kentang, dan mengetahui pola rantai nilai mana yang paling menguntungkan petani kentang	Untuk menemukan aliran produk dari petani melalui perantara yang berbeda kepada konsumen	Untuk menganalisis rantai nilai halal (halal <i>value chain</i>) dan untuk mengidentifikasi aktivitas yang mempunyai nilai tambah ekonomi yang tertinggi (value added) pada CV Green Life Tirta Sentosa, Kecamatan Balongbendo Kabupaten Sidoarjo
Populasi	Semua pihak yang terlibat dalam rantai aktivitas primer dan pendukung proses produksi Batik tulis di laweyan yang terdiri	Tidak menggunakan istilah populasi	Dalam pola ini terdapat pelaku inti yaitu petani, pengepul atau bandar, pedagang supplier, pedagang eceran, dan supermarket. Selain	Masyarakat Kota Bhubaneswar	Pihak – pihak yang terlibat dalam rantai aktivitas primer dan pendukung proses produksi minuman herbal CV Green Life Tirta Sentosa

	dari pemasok bahan baku, pengrajin, wholesaler, dan konsumen akhir yang berada di lingkungan Kampung Laweyan Surakarta		terdapat pelaku inti dalam pola rantai juga terdapat beberapa jasa pendukung seperti Dinas Pertanian, Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Bandung, lembaga keuangan bank, dan jasa penyedia bibit, pestisida dan lain-lain		Kecamatan Balongbendo, Kabupaten Sidoarjo
Informan	6 pengrajin batik tulis di Kampung Batik Laweyan Kota Surakarta, serta suplier bahan baku, pedagang besar (wholesaler) dan para pengunjung <i>showroom</i> di Kampung Batik Laweyan Kota Surakarta	Beberapa petani nira, produsen gula Aren dan juga pengecer gula Aren	Petani komoditas kentang di Kecamatan Pangalengan	100 petani budidaya kelapa, 63 vendor, 4 bagian produksi, dan 194 konsumen	Pihak internal perusahaan yang terdiri dari direktur hingga para staf serta pihak eksternal perusahaan yang terdiri dari distributor, supplier, konsumen, dan mitra kerja.
Metode	Wawancara dan kuisisioner	Observasi, wawancara, dan dokumentasi	Survey	Survei, diskusi kelompok, studi kasus, kuisisioner	Studi kasus
Teknik Analisis Data	<i>Snowball sampling</i> , analisis rantai nilai dan analisis nilai tambah	Analisis rantai pasok, analisis rantai nilai, produktivitas pengolahan, dan analisis SWOT	Analisis Rantai Nilai	Analisis rantai pasar	Wawancara, <i>in-depth interview</i> (wawancara mendalam), observasi, survey, dan dokumentasi
Persamaan	Membahas tentang analisis rantai nilai	Membahas tentang analisis rantai nilai	Membahas tentang analisis rantai nilai	Membahas tentang analisis rantai nilai	Membahas tentang analisis rantai nilai
Perbedaan	Penelitian sebelumnya pada non makanan dan minuman	Penelitian sebelumnya belum membahas tentang	Penelitian sebelumnya belum membahas tentang	Penelitian sebelumnya belum membahas tentang	Penelitian sebelumnya belum membahas tentang konsep <i>resources based view</i> dan

		konsep <i>resources based view</i> dan <i>firm capabilities</i>	konsep <i>resources based view</i> dan <i>firm capabilities</i>	konsep <i>resources based view</i> dan <i>firm capabilities</i>	<i>firm capabilities</i> serta <i>value chain analysis</i> belum berdasarkan prinsip syari'ah
Hasil	<p>Hasil dari penelitian ini adalah aktivitas utama rantai nilai pada produk batik tulis di Kampung Batik Laweyan Surakarta meliputi: pembelian bahan baku dan peralatan utama, proses produksi, penjualan produk, dan yang memberikan nilai tambah paling besar adalah pemasaran serta penjualan</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah arantai nilai gula Aren secara umum melibatkan 3 pelaku utama yaitu petani/pengolah-pedagang-konsumen. (2) Rantai nilai gula Aren terbagi atas 2 aktivitas yaitu aktivitas utama yang terdiri dari logistik masuk, operasi, logistik keluar (output), dan pemasaran gula Aren. Kedua, aktivitas penunjang yang terdiri dari infrstruktur produksi gula Aren, pengembangan SDM, pengembangan teknologi, dan pengadaan. (3) Dari analisis SWOT, usaha gula Aren mampu bertahan untuk jangka panjang dan perlu adanya perkembangan</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah terdapat 3 jenis kualitas komoditas kentang di Kecamatan Pangalengan yakni Atlantik, AB1, dan AB. Pola rantai yang paling menuntungkan bagi petani adalah pola rantai nilai Atlantik dengan rasio nilai tambah mencapai 99.64 persen</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah para petani dapat menghasilkan keuntungan melalui semua saluran pemasaran mereka. Kedua, berapapun jumlah yang diproduksi petani, mereka dapat menjualnya dengan untung.</p>	<p>Hasil penelitian ini adalah dari berbagai aktivitas yang termasuk dalam aktivitas utama dan aktivitas pendukung yang dilakukan oleh CV Green Life Tirta Sentosa sebagian besar telah menerapkan prinsip syari'ah yang diantaranya yaitu halalan thayyiban, tolong menolong dalam kebaikan (<i>taawun</i>), berusaha dengan berkeadilan (<i>al – adl</i>), terbebas dari <i>maysir</i> dan <i>gharar</i> (penipuan), telah melaksanakan partisipasi publik seperti <i>zakat</i>, <i>infaq</i>, dan <i>shadaqah</i>, serta melaksanakan proses produksi yang menerapkan pertumbuhan yang seimbang, namun perusahaan masih belum terbebas dari <i>riba</i> dan belum terbebas dari <i>gharar</i> (ketidakjelasan).</p>

2.2 Landasan Teori

Pada bagian ini akan membahas teori – teori yang mendasari dan mendukung penelitian. Penelitian ini akan menjelaskan secara sistematis dari *Value Chain Analysis* Berdasarkan Prinsip Syari'ah (Studi Kasus Pada CV Green Life Tirta Sentosa, Kecamatan Balongbendo Kabupaten Sidoarjo) yang dapat diformulasikan hipotesis penelitian melalui kerangka pemikiran.

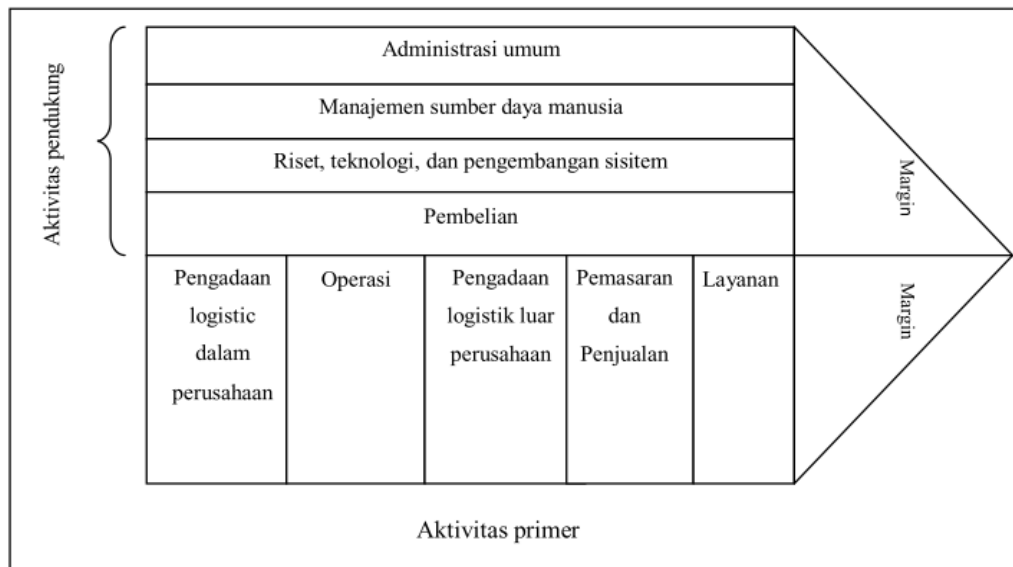
2.2.1 Analisis Rantai Nilai

Porter (1998) dalam Arjakusuma, etal. (2013) menyatakan pendapatnya sebagai berikut:

Analisis rantai nilai adalah alat analisis strategis yang digunakan untuk memahami keunggulan kompetitif, mengidentifikasi nilai (*value*) pelanggan yang dapat ditingkatkan atau penurunan biaya, dan memahami hubungan perusahaan dengan pemasok (*supplier*), pelanggan, dan perusahaan lain dalam industri.

Rantai nilai sebagai alat representasi yang ditampilkan dalam keseluruhan nilai yang terdiri dari kegiatan – kegiatan penciptaan nilai dan menghasilkan laba (*margin*). Aktifitas nilai dibagi menjadi lima kegiatan pokok (*primary activities*) dan empat kegiatan pendukung (*support activities*).

Lebih jelasnya kegiatan rantai nilai (*value chain*) dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber: Pearce & Robinson (2009) dalam Wisdaningrum (2013), dengan modifikasi

Gambar 2.1
ANALISIS RANTAI NILAI

Gambar kerangka tersebut menunjukkan kerangka rantai nilai dasar atau umum. Kerangka tersebut membagi kegiatan dalam perusahaan menjadi dua kategori umum yaitu kegiatan pokok dan kegiatan pendukung. Kegiatan pokok adalah kegiatan yang terlibat dalam penciptaan produk, pemasaran produk, serta pelayanan kepada pembeli. Kegiatan pendukung adalah kegiatan yang membantu perusahaan secara keseluruhan dengan menyediakan prasarana yang memungkinkan kegiatan – kegiatan utama dilakukan secara terus – menerus.

Konsep ini memungkinkan para pemilik bisnis untuk dapat mengidentifikasi secara lebih baik mengenai keunggulan kompetitif yang

dimiliki perusahaan dengan melihat perusahaan sebagai suatu proses rantai aktivitas yang benar – benar terjadi di dalam internal perusahaan dan bukan hanya melihat pada struktur organisasi atau analisis riwayat akuntansi semata.

1. Tahapan aktivitas – aktivitas dalam *Value Chain Analysis*

Porter (1985) dalam Hadiwidjojo (2016) *value chain* membagi aktivitas perusahaan ke dalam lima aktivitas utama dan empat aktivitas pendukung. Lima aktivitas itu secara umum dibedakan:

Aktivitas Utama:

a. Logistik ke dalam (*Inbound Logistic*)

Aktivitas yang berhubungan dengan penerimaan, pembelian, penyimpanan produk, seperti penanganan bahan pergudangan, pengendalian persediaan baik dari *supplier* maupun dari vendor serta juga penjadwalan kendaraan dan pengembalian barang kepada pemasok.

b. Operasi (*Operations*)

Aktivitas yang berhubungan dengan kegiatan mengubah bahan baku menjadi barang jadi atau produk akhir. seperti permesinan, pengemasan, perakitan, pemeliharaan peralatan, pengujian, pencetakan dan pengoperasian fasilitas.

c. Logistik ke luar (*Outbound Logistic*)

Aktivitas yang berhubungan dengan kegiatan pengumpulan, penyimpanan dan pendistribusian serta memasarkan produk sampai kepada pembeli, seperti pergudangan barang jadi, penanganan bahan, operasi kendaraan pengirim, pemrosesan pesanan dan penjualan.

d. Pemasaran dan penjualan (*Sales and Marketing*)

Aktivitas yang berhubungan dengan pemberian sarana yang dapat digunakan oleh pembeli untuk membeli produk dan secara tidak langsung mempengaruhi konsumen untuk bisa membeli produk. Perusahaan umumnya melakukan tindakan seperti iklan, promosi, menggunakan tenaga kerja *sales*, penetapan kuota produk, seleksi untuk distributor bagi produknya, hubungan dengan distributor dan penetapan harga produk.

e. Pelayanan (*Service*)

Aktivitas yang berhubungan dengan penyediaan pelayanan bagi konsumen yang bertujuan untuk menaikkan atau menjaga nilai produk, seperti pemasangan produk, pengembalian (*retur*) barang yang cacat, perbaikan produk, pasokan suku cadang dan penyesuaian produk.

Aktivitas Pendukung:

a. Infrastruktur Perusahaan (*Firm Infrastructure*)

Aktivitas yang dibutuhkan agar kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan dengan lancar. *Firm infrastructure* dapat dinilai dari sistem kontrol perusahaan, struktur pelaporan formal, sistem informasi dan budaya perusahaan.

b. Manajemen Sumber Daya Manusia (*Human Resource Management*)

Aktivitas yang dibutuhkan untuk mengelola sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan seperti merekrut karyawan, melatih dan mengembangkan karyawan, menentukan kebijakan kompensasi, serta

mengadakan aktivitas – aktivitas bersama yang dapat meningkatkan kekompakan serta kerjasama antar karyawan dalam perusahaan.

c. Riset, Teknologi, dan Pengembangan Sistem (*Technology Development*)

Aktivitas yang dibutuhkan untuk mengembangkan teknologi atau produk yang dimiliki oleh perusahaan.

d. Pembelian (*Procurement*)

Aktivitas yang diperlukan untuk melakukan pemesanan dan pembelian ulang bahan baku maupun produk dari supplier sebelum bahan baku habis digunakan dalam proses produksi atau produk habis terjual.

2.2.2 Prinsip Syari'ah

Menurut Shomad (2010:76) sistem keuangan Islam merupakan bagian dari konsep yang lebih luas tentang ekonomi Islam yang tujuannya adalah memperkenalkan sistem nilai dan etika islam ke dalam lingkungan ekonomi.

Prinsip – prinsip syari'ah yang merupakan pondasi ekonomi Islam didasarkan atas lima nilai umum yakni: tauhid (keimanan), 'adl (keadilan), nubuwwah (kenabian), khilafah (pemerintah) dan ma'ad (hasil). Kelima nilai inimenjadi dasar inspirasi untuk menyusun teori – teori ekonomi Islam.

Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*) berdasarkan prinsip syari'ah akan selalu memperhitungkan ajaran halal – haram, komitmen dan logis dengan ajaran dan hukum syariat yang mengatur. Salah satu prinsip syari'ah yang diterapkan pada Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*) adalah prinsip *halalan thayyiban*.

1. Definisi Halal

Menurut Bustami, et al. (2019:62) halal adalah segala sesuatu yang diizinkan secara syar'i oleh ajaran Islam, tidak mengandung unsur –unsur haram (cara maupun zat dari suatu produk) serta tidak membahayakan bagi manusia maupun makhluk hidup lainnya. Selain itu, halal juga berarti boleh. Dengan demikian, halal itu sesuatu yang boleh dikerjakan atau dimakan dan seseorang yang mengkonsumsinya tidak mendapat sanksi dari Allah. Karena lazimnya memang halal berhubungan dengan sesuatu yang dikonsumsi oleh manusia.

Dalam Al-Qur'an terdapat empat kata halal yang digandengkan dengan *thayyib*. Kata makan dalam Al-Qur'an sering diartikan dengan melakukan kegiatan apapun. Itu karena makan merupakan sumber utama perolehan energi untuk beraktivitas. Pengecualian atau pengharaman perlu bersumber dari nash, baik melalui al-Qur'an maupun hadits. Pengecualian tersebut ada karena sesuatu yang dikonsumsi tersebut dapat memberi dampak negatif terhadap jiwa raganya. Atas dasar ini turun firman Allah SWT. QS. Al – Baqarah / 1:168 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ

عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya:

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

Pembahasan ayat diatas adalah sebagai umat muslim kita memang dianjurkan bahkan diwajibkan untuk mengkonsumsi apa – apa yang memang berpredikat halal yang berarti diperbolehkan menurut hukum Islam, baik terhadap Allah SWT ataupun terhadap manusia itu dengan cara yang sah. Tidak hanya sekedar makanan atau minuman namun berhubungan juga dengan aktivitas yang lain seperti ketika mendapatkan sesuatu dengan cara misalnya mencuri, menyuap, menipu dan menggelapkan barang, meskipun benda tersebut layak dan halal namun sifatnya adalah haram maka orang yang melakukannya harus bertanggung jawab di akhirat.

2. Definisi Thayyib

Menurut Bustami, et al. (2019:62) thayyiban dipahami sebagai sebuah kualitas yang melekat dalam bisnis (cara maupun produknya) yang memiliki sifat halal lagi baik kualitasnya. Al-Ṭayyibāt adalah bentuk umum dari Ṭayyib, yang diambil dari turunan kata thāba-yathību-thayyibah yang artinya sesuatu yang baik maka dan dikemudian disebut thayyib. Thayyib (baik) juga diartikan sebagai segala sesuatu selain yang menyakitkan dan menjijikan. Semuanya merujuk pada empat pengertian; sebagai sifat makanan, sifat usaha atau rizki, sifat perhiasan dan sifat perempuan.

Pengertian thayyib juga secara syar'i di dalam Al-Qur'an merujuk pada sesuatu yang tidak membahayakan tubuh dan akal pikiran, sebagaimana pendapat Imam Ibn Katsir. Ṭayyib tersebut juga semakna dengan gizi yaitu sesuatu (zat) yang baik yang diperlukan oleh tubuh manusia. Dengan demikian perumpamaan "Halal lagi baik" dapat diterjemahkan dengan "halal lagi

bergizi”. Kata ṭhayyib dari segi bahasa berarti lezat, baik, sehat, dan menenteramkan. Pakar-pakar tafsir ketika menjelaskan kata ṭhayyib dalam konteks perintah makanan menyatakan bahwa ṭhayyib berarti makanan yang tidak kotor dari segi zatnya atau rusak (kadaluarsa) atau dicampuri benda najis.

Jadi, yang dimaksud dengan sesuatu yang halal juga ṭhayyiban adalah sesuatu yang diizinkan untuk dikonsumsi menurut ketentuan Al-qur’an dan Hadist. Makanan yang baik, bersih dan mengandung zat – zat yang diperlukan oleh tubuh manusia serta dimakan dalam kadar yang cukup dan seimbang. Sedangkan pemahaman halal ṭhayyiban adalah kapabilitas seseorang dalam memahami tentang makanan yang diperbolehkan untuk dikonsumsi yang bermanfaat serta menyehatkan bagi tubuh (baik).

Prinsip – prinsip dasar syari’ah (*guiding principles*) juga dijelaskan sebagaimana tertuang di dalam *Blueprint* Pengembangan Ekonomi dan Keuangan Syari’ah yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia dalam RDG 6 Juni 2017 meliputi enam (6) hal yaitu tolong menolong, berusaha dengan berkeadilan, terbebas dari gharar riba dan maysir, partisipasi sosial untuk publik (zakat, infaq, shadaqah), dan pertumbuhan yang seimbang.

1. Tolong Menolong Dalam Kebaikan (Ta’awun)

Menurut Balad (2019) ta’awun adalah prinsip tolong menolong yang didasari prinsip menjamin, kerjasama dan tidak hanya memikirkan keuntungan bisnis atau keuntungan materi saja. Sebagai manusia tidak selalu mengalami kebahagiaan dalam hidupnya, ada kalanya mengalami masa-masa sulit dan membutuhkan pertolongan dari orang lain.

Ta'awun juga dapat diartikan sebagai sikap kebersamaan dan rasa saling memiliki dan saling membutuhkan yang berkesinambungan, sehingga dapat melahirkan suatu pertemanan yang selaras dan rukun. Sikap tersebut juga dilandasi dengan perbuatan baik dan sesuai dengan prinsip syari'ah. Al – Quran menyebutkan bahwa ta'awun merupakan salah satu elementer yang penting bagi setiap muslim. Umat islam diperintahkan untuk saling tolong menolong terhadap sesama terutama tolong menolong dalam perbuatan yang terpuji. Seperti yang tercantum dalam QS. Al – Maidah / 5:2 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا
 آمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِنْ رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا ۚ وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا ۚ وَلَا
 يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَنْ صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَنْ تَعْتَدُوا ۗ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ
 وَالتَّقْوَىٰ ۗ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar - syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidil Haram, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”

Penjelasan ayat diatas dapat diartikan bahwa Islam menganjurkan untuk menolong sesama terutama yang mengarah pada suatu hal yang positif dan baik yang dalam ayat diatas disebut dengan al-birr yang berarti kebajikan, dan mengancam bentuk pertolongan apapun yang mengarah pada suatu hal negatif

yang menyangkut masalah dosa, permusuhan, serta al – itsmu yang diartikan sebagai kegiatan yang dilarang oleh agama.

Dalam hal ini rantai nilai yang diterapkan oleh perusahaan adalah ketika melakukan aktivitas yang memberikan manfaat ekonomi serta ketika memiliki hubungan yang baik di dalam internal nya saja namun juga pada kelompok industri lain dalam membangun ekosistem perdagangan secara bersama – sama. Tidak hanya itu, kerjasama dalam kebaikan yang diterapkan perusahaan juga diterapkan dalam bentuk kerja sama pada *cluster* atau sektor industri lainnya.

2. Berusaha dengan berkeadilan (Al - Adl)

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan adil sebagai hal yang tidak memihak, berpihak kepada kebenaran, dan tidak sewenang – wenang. Maka, bisa diartikan adil sebagai suatu sikap yang bebas dari diskriminasi dan ketidakjujuran. Ibnu Sina menegaskan, bahwa berbagai macam aktivitas khususnya kegiatan ekonomi sangat membutuhkan hukum (sunnah) dan keadilan. Berdasarkan hal tersebut, tujuan keadilan adalah untuk menjamin keselarasan sosial terlepas dari tujuan yang sekedar individual, atau setidaknya tujuannya dapat menjauhkan dari perselisihan sosial (Syantoso et al., 2018).

Prinsip keadilan dalam transaksi bisnis tidaklah memihak kepada salah satu pihak, melainkan keduanya berada pada posisi yang seimbang. Adil dalam transaksi bisnis adalah tidak membahayakan atau merugikan bagi rekan bisnis yang lain dan juga tidak membahayakan atau merugikan bagi dirinya sendiri

(Laa dharara wa laa dhiraar) atau juga bisa diartikan tidak melakukan tindakan yang mendzalimi dirinya sendiri ataupun orang lain (Laa tadzlimuuna wa laa tudzlamuun) (Syantoso et al., 2018). Terdapat banyak dalil Al – Quran dan As – Sunnah yang memberikan petunjuk dalam melakukan transaksi bisnis agar berlaku adil dalam konteks tidak berbuat zhalim, salah satunya dalam Q.S An – Nisa / 4:58 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا

بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.”

Dari ayat diatas dapat diartikan bahwa betapa pentingnya menegakkan keadilan dalam setiap aktivitas pada kehidupan sehari – hari. Dalam surat An-Nisa’ Ayat 58 dijelaskan bahwa perintah bersikap adil itu harus diberlakukan sama rata kepada setiap manusia, bukan hanya terhadap golongan atau kelompok., baik kelompok agama atau kelompok suku. Perlakuan yang setara (*fairness*) merupakan suatu prinsip agar para pengelola memperlakukan semua pemangku kepentingan secara adil dan setara, baik pemangku kepentingan primer (pemasok, pelanggan, karyawan, pemodal) maupun pemangku sekunder (pemerintah, masyarakat, pemodal). Kewajaran dan kesetaraan (*fairness*) mengandung unsur kesamaan perlakuan dan kesempatan. Fairness atau kewajaran merupakan salah satu manifestasi adil dalam dunia bisnis

sehingga keuntungan dapat dirasakan oleh seluruh pihak dengan proporsi yang wajar.

3. Terbebas dari gharar, riba, dan maysir

A. Gharar

Arti kata gharar adalah resiko, tipuan dan menjatuhkan diri atau jurang kebinasaan. Menurut Ariyadi (2018) menyatakan bahwa gharar adalah jual beli gharar adalah jual beli barang yang masih samar – samar. Gharar adalah salah satu akad jual beli yang terdapat unsur penipuan di dalamnya karena transaksi yang dilakukan belum jelas. Benda yang dijual – belikan belum jelas wujudnya. Dalam Al – Quran tidak ada nash secara khusus yang mengatakan hukum gharar. Allah melarang mengambil dan memakan harta sesamanya dengan cara yang bathil kecuali dengan tukar menukar yang saling suka (ridha), seperti telah disebutkan dalam Q.S An –Nisa / 4:29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ

مِنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Dalam transaksi bermuamalah, pihak – pihak yang berada di dalamnya tidak dianjurkan untuksaling menipu tetapi harus bertransaksi secara keterbukaan karena tidak boleh saling merugikan antara pihak pertama dengan pihak yang kedua. Pengetahuan terhadap berbagai hal yang berkaitan dengan

gharar termasuk di dalam bisnis juga akan menentukan serinci apa transaksi bermuamalah dapat dinilai apakah ada unsur gharar atau pun tidak.

B. Maysir

Menurut Salman (2017:57) maysir adalah permainan dimana satu pihak akan memperoleh keuntungan sementara pihak lainnya akan menderita kerugian. Setiap transaksi mu'amalah yang pada transaksi tersebut dimungkinkan ada pihak yang beruntung dan ada pihak yang rugi. Kalimat "mungkin untung dan mungkin rugi", juga ada dalam mu'amalat jual beli, sebab orang yang berdagang juga berpotensi mendapatkan keuntungan atau kerugian.

Definisi maysir dalam istilah ulama, walaupun sebagian orang mengartikan maysir ini ke dalam bahasa Indonesia dengan pengertian sempit, yaitu judi. Judi dalam terminologi agama diartikan sebagai "suatu transaksi yang dilakukan oleh dua pihak untuk kepemilikan suatu benda atau jasa yang menguntungkan satu pihak dan merugikan pihak lain dengan cara mengaitkan transaksi tersebut dengan suatu tindakan atau kejadian tertentu".

Dalam hadis Abu Hurairah radhiyallahu'anhu yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari dan Muslim, Nabi shallahu'alaihi wa sallam bersabda: "Siapa yang berkata kepada temannya: "Kemarilah saya berqimar denganmu", maka hendaknya ia bershadaqah." Yaitu hendaknya ia membayar kaffarah (denda) menebus dosa ucapannya. Dalil tersebut menunjukkan haramnya perbuatan qimar dalam muamalah. Qimar menurut ulama sama dengan maysir, dan

menurut sebagian ulama lain qimar hanya pada muamalah yang berbentuk perlombaan atau pertarungan (Salman, 2017:58).

C. Riba

Menurut Salman (2017:61-63) secara bahasa, riba berarti bertambah, tumbuh, tinggi, dan naik. Definisi paling ringkas dari riba adalah penambahan pada dua persoalan yang diharamkan syariat, adanya tafadhul (penambahan) antara keduanya dengan ganti (bayaran), dan adanya ta'khir (tempo) dalam menerima sesuatu yang disyaratkan qabd (serah terima di tempat). Tidak satupun kelebihan yang terjadi dalam tukar – menukar barang yang sejenis atau jual beli barter tanpa disertai dengan imbalan, dan kelebihan tersebut disyaratkan dalam perjanjian. Dengan demikian, apabila kelebihan tersebut tidak syaratkan dalam perjanjian maka tidak termasuk riba. Riba hukumnya haram berdasarkan Al-Quran, Sunnah, dan Ijma. Allah SWT berfirman dalam Q.S. Al – Baqarah / 1:275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ

بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ

فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya:

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum

datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (menggambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”

Bagi seorang muslim riba secara keseluruhannya adalah haram, baik riba yang berlipat ganda maupun yang sedikit dan riba merupakan perbuatan yang tercela karena merupakan perbuatan yang mengeksploitasi sesama manusia. Perbuatan riba tidaklah ada perbedaan apakah dilakukan oleh pribadi maupun berjamaah secara institusi dimana semuanya sama saja keharamannya bagi muslim.

Dalam *Blueprint* Pengembangan Ekonomi dan Keuangan Syari'ah yang telah disetujui dalam RDG 6 Juni 2017 milik Bank Indonesia menjelaskan prinsip - prinsip dasar syari'ah (*guiding principles*) sebagaimana tertuang di dalam penerapannya tentang riba adalah ketika sebuah bisnis tersebut tidak atau sedikit menerima dan menggunakan pembiayaan dari lembaga konvensional.

4. Partisipasi sosial untuk publik (zakat, infaq, shadaqah)
 - a) Zakat

Menurut Salman (2017:33-34) zakat secara bahasa berarti tambahan (az – ziyadah) dan pensucian (ath – thaharah). Adapun secara syar'i, zakat adalah hak (bagian) yang wajib dikeluarkan dari harta tertentu, untuk dibagikan kepada golongan tertentu. Ia juga juga menjelaskan bahwa zakat dapat membersihkan manusia dari kekikiran dan cinta yang berlebih – lebih kepada harta. Tujuan zakat yang dilakukan oleh bisnis dalam sebuah perusahaan yang berprinsip syari'ah dengan adanya harta yang dikeluarkan

diharapkan akan mendatangkan kebaikan baik itu dari segi hartanya maupun pahalanya. Selain itu zakat juga merupakan penyucian diri dari dosa dan sifat kikir.

b) Infaq

Infaq adalah pemberian atau sumbangan harta selain zakat untuk kebaikan (Nasution et al., 2018). Sedangkan menurut Undang – Undang Republik Indonesia Pasal 1 Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat dijelaskan bahwa infaq adalah harta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha di luar zakat untuk kemaslahatan umum.

c) Shadaqah

Shadaqah merupakan pemberian suatu benda oleh seseorang kepada orang lain karena mengharapkan keridhaan dan pahala dari Allah Swt. dan tidak mengharapkan suatu imbalan jasa atau penggantian. Atau dapat pula diartikan memberikan sesuatu dengan maksud untuk mendapatkan pahala. Pembahasan mengenai zakat, infaq, dan shadaqah juga dijelaskan di dalam Al – Qur’an yaitu Surat Al – Baqarah / 2:261 yang berbunyi:

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سُنْبُلَةٍ

مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضَاعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Artinya:

“Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui.”

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT memberikan janji kepada orang yang senantiasa menginfakkan hartanya di jalan Allah dengan melipatgandakan pahalanya di sisi Allah Subhanahu wa Ta'ala. Harta yang dibelanjakan di jalan Allah merupakan salah satu amalan yang tidak terputus di dunia meskipun orang yang membelanjakan hartanya tersebut telah meninggal dunia. Pahalanya tetap terus mengalir sebagaimana kedua amalan yang lain seperti ilmu yang bermanfaat (al-'ilmu an-nafi'u) dan anak yang saleh yang mendoakan orang tuanya yang telah meninggal (Salman, 2017:33).

5. Pertumbuhan yang seimbang

Bank Indonesia menjelaskan prinsip – prinsip dasar syari'ah (*guiding principles*) sebagaimana tertuang di dalam *Blueprint* Pengembangan Ekonomi dan Keuangan Syari'ah yang telah disetujui dalam RDG 6 Juni 2017. Dalam penerapannya pada sebuah bisnis, pertumbuhan seimbang dikaitkan dengan proses produksi yang ramah lingkungan. Dalam menjalankan sebuah bisnis, hal ini terkait dengan akhlaq lingkungan. Akhlaq lingkungan tidak akan menjadikan alam dan lingkungan sebagai bagian subsistem kehidupannya sehingga tidak hanya sekedar dieksplorasi, namun jugaperlu untuk tetap dikelola dan dilestarikan (Mawardi et al., 2011:25).

Dengan penerapan produksi bersih pada industri dan memberikan dampak yang ramah pada lingkungan, maka industri akan diuntungkan baik dari segi biaya produksi maupun lingkungan (Hariz et al, 2018). Dihubungkan dengan prinsip syari'ah bisnis tersebut dapat dinilai tidak hanya sekedar mengejar keuntungan materil semata namun juga memperhitungkan dampak

dari aktivitas yang ditimbulkan oleh perusahaan, khususnya aktivitas internal perusahaan yang banyak melakukan kegiatan seperti perakitan, produksi, atau pembuatan produk.

2.2.3 Konsep *Resources based view*

Barney (2007) dalam Hadiwidjojo (2016) menjelaskan bahwa *resource-based view of the firm* (dapat disebut dengan RBV) adalah konteks teori untuk menganalisa kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan yang berfokus pada sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Dimana sumber daya ini bersifat unik dan sulit untuk ditiru serta manfaat dari produk yang dihasilkan tersebut dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Kelliher & Reinl (2009) dalam Hadiwijoyo (2016) menjelaskan bahwa “Inti utama dari RBV adalah perusahaan memiliki sumber daya yang bermacam – macam dan sumber daya yang bernilai seharusnya diterapkan pada strategi – strategi fungsional dan aktivitas – aktivitas yang memberikan potensi kemajuan pada bisnis yang dijalankan.

Barney (2007) dalam Hadiwidjojo (2016) menjelaskan bahwa *resources* yang ada dalam perusahaan dapat dibagi menjadi 4 kategori, yaitu:

1. *Financial capital* yaitu sumber daya finansial yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk menyusun dan mengimplementasikan strategi dalam bisnis, contohnya modal dari pengusaha, *equity holders*, *bond holders*, *retained earning*, *bank*, dan lain-lain.

2. *Physical capital* yaitu teknologi, mesin, bahan-bahan baku, pabrik, gedung atau bangunan, perlengkapan & peralatan, lokasi geografis, akses terhadap bahan baku, dan lain-lain.

3. *Human capital* yaitu pelatihan, pengalaman, penilaian, kecerdasan, hubungan, dan wawasan yang dimiliki oleh seluruh karyawan dalam perusahaan. Di dalam *human capital, resources* hal yang penting tidak hanya terbatas pada manajer senior, tetapi juga termasuk semua manajer dan seluruh karyawan yang ada dalam perusahaan.

4. *Organizational capital* yaitu struktur pelaporan formal dalam perusahaan, perencanaan formal dan informal, sistem kontrol dan koordinasi, budaya dan reputasi perusahaan, kebijakan kompensasi, dan hubungan – hubungan informal antar grup dalam perusahaan serta hubungan antara perusahaan dengan pihak – pihak lain dalam lingkungan perusahaan.

2.2.4 Konsep Firm Capabilities

Wheelen & Hunger (2010) dalam Hadiwidjojo (2016) menjelaskan bahwa *firm capabilities* merupakan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan *resources* yang dimiliki yang terdiri dari proses bisnis serta aktivitas berulang – ulang yang mengatur interaksi antar *resources* untuk mengubah input menjadi output. *Firm capability* umumnya dimiliki oleh fungsi – fungsi tertentu dalam perusahaan seperti *marketing capabilities*, *production capabilities* dan *human resource management capabilities*. Desarbo, et al. (2007) dalam Hadiwidjojo (2016) membagi *capabilities* menjadi lima kategori, yaitu:

1. *Technology capabilities* contohnya adalah *technology development, product development, production process, dan manufacturing process* yang dapat membantu perusahaan menurunkan biaya atau membedakan produknya dengan produk pesaing.

2. *Market-linking capabilities* contohnya adalah *market sensing, channel & customer linking, dan technology monitoring* membuat perusahaan mampu mendeteksi perubahan – perubahan yang ditunjukkan oleh lingkungan eksternal.

3. *Marketing capabilities* dalam hal *segmenting, targeting, pricing, dan advertising* membuat perusahaan mampu mengimplementasikan program pemasaran dan penjualan ke pihak konsumen secara lebih efektif.

4. *IT capabilities* membuat perusahaan mampu mengirim *technical dan market information* pada seluruh *functional areas* dalam perusahaan secara lebih efektif.

5. *Management – related capabilities* membuat perusahaan mampu memanfaatkan seluruh *capabilities* yang lain dengan baik, termasuk *human resource management, financial management, profit & revenue forecasting, dan lain – lain*.

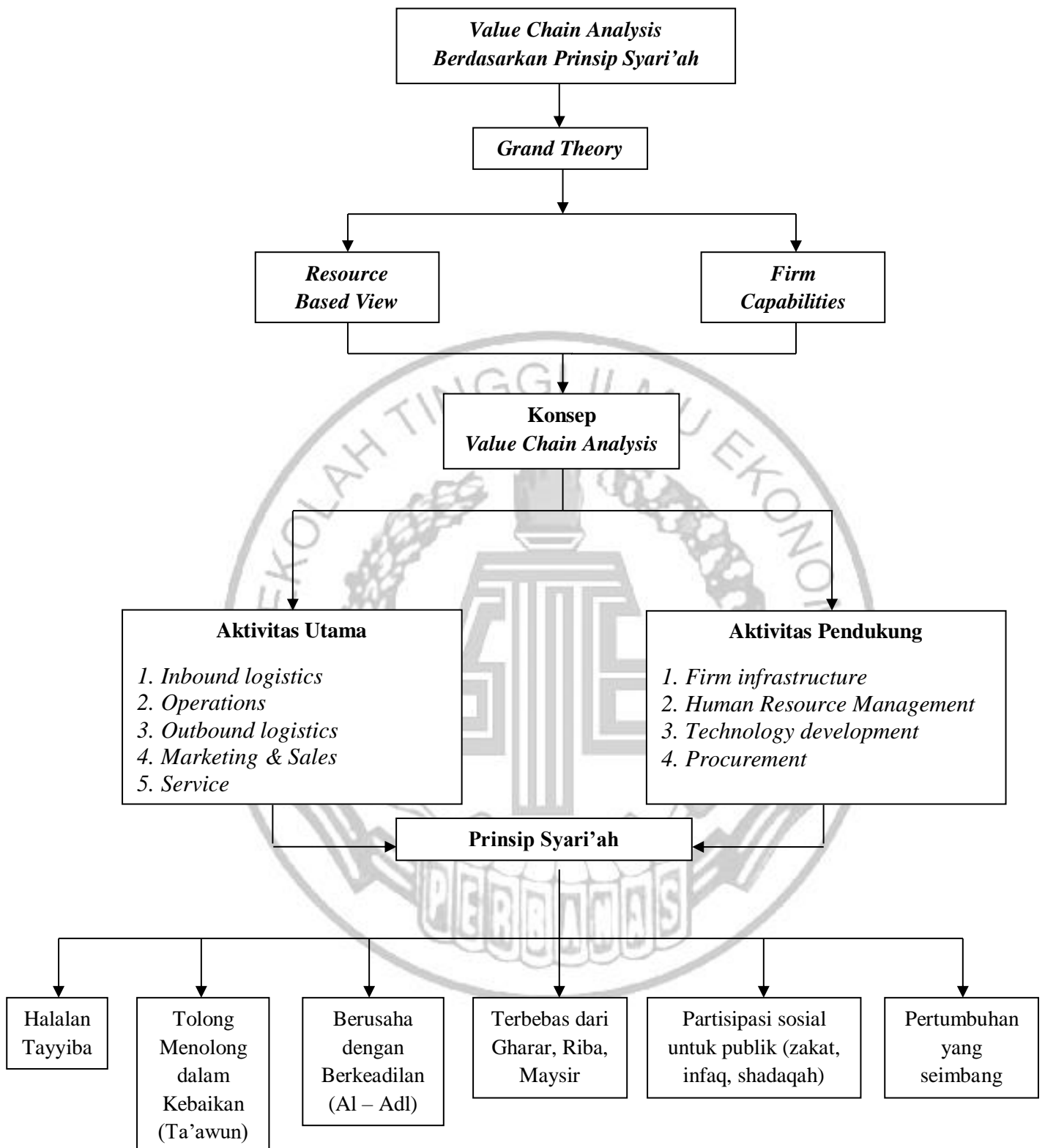
2.2.5 Nilai Tambah

Menurut Hamidah, et al. (2015) menyatakan bahwa konsep nilai tambah adalah pertambahan nilai suatu komoditas karena mengalami proses pengolahan, penyimpanan, pengangkutan dalam suatu proses produksi. Input yang menyebabkan terjadinya nilai tambah dari suatu komoditas dapat dilihat

dari adanya perubahan yang membuat perbedaan pada komoditas tersebut. Arus peningkatan nilai tambah komoditas pertanian terjadi di setiap mata rantai pasok dari hulu ke hilir yang berawal dari petani dan berakhir pada konsumen akhir. Nilai tambah pada setiap anggota rantai pasok berbeda – beda tergantung dari input dan perlakuan oleh setiap anggota rantai pasok tersebut. Nilai tambah tersebut didapatkan dari beberapa hal antara lain, produk yang dijual dalam bentuk eceran, kontinuitas persediaan barang jaminan mutu barang dan pelayanan terhadap konsumen

2.3 Kerangka Pemikiran

Rantai nilai dianalisis melalui lini produk perusahaan yaitu dari berbagai aktivitas yang dilakukan dalam memproduksi produk. Dalam hubungannya dengan rantai nilai, *resource based view* dan *firm capabilities* mengidentifikasi sumber daya serta kemampuan yang dimiliki dalam setiap aktivitas baik aktivitas utama dan aktivitas pendukung secara lebih mendalam dan detail. Setiap aktivitas yang dilakukan juga akan dinilai apakah sudah sesuai dengan akidah dan syariat islam yang diidentifikasi dengan prinsip – prinsip syari'ah yang diterapkan pada perusahaan.



Gambar 2.2
KERANGKA PEMIKIRAN