

## استراتيجية تطوير الأعمال في أخلاقيات الأعمال الإسلامية

دراسة حالة عائلة كبيرة السيد الحاج أحمد صبح دجووغنا (مبرور، كليلة، نرمالة، السلام)

نجاوي

Amin Fitria, Andi Triyawan,<sup>1</sup>

([aminfitria@gontor.ac.id](mailto:aminfitria@gontor.ac.id), [anditriyawan@gontor.ac.id](mailto:anditriyawan@gontor.ac.id))

### Abstrak

Islam mengatur etika di dalam berbisnis termasuk penerapannya dalam strategi pengembangan bisnis. Keluarga besar Bapak H. Ahmad Subkhi Djuwigna adalah bisnis yang berkembang pesat dalam produk busana muslim yang strategi pengembangan bisnis dari segi eksternal dan internal. Maburur alumunium dan kaca beserta cabangnya, butik mabrur beserta cabangnya sudah dikenal oleh banyak masyarakat di kota Ngawi. Dikarenakan usaha ini memiliki cara pengembangan yang sangat islami dan ciri khas tersendiri dan selalu memberikan kualitas barang serta pelayanan terbaik untuk konsumennya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui etika bisnis Islam dalam strategi pengembangan bisnis keluarga besar Bapak H. Ahmad Subkhi Djuwigna. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dan dilakukan dilokasi usaha guna mendapatkan data yang menggunakan sumber data primer melalui wawancara, observasi dan dokumentasi, untuk mendukung penelitian ini digunakan data sekunder yang diambil dari buku-buku, jurnal dan sumber lainnya yang berkaitan dengan etika bisnis Islam dalam strategi pengembangan bisnis keluarga besar Bapak H. Ahmad Subkhi Djuwigna. Dalam strategi pengembangan bisnis terdapat faktor eksternal yaitu ekonomi, sosial, budaya demografi, lingkungan, pemerintah, teknologi dan competitor. Selain itu terdapat faktor internal dalam strategi yaitu manajemen, pemasaran, keuangan, produk dan SDM. Hasil penelitian yang dilakukan adalah etika bisnis Islam dalam strategi pengembangan bisnis keluarga besar Bapak H. Ahmad Subkhi Djuwigna sudah cukup baik, yaitu terdapat segi tauhid, nubuwah, khilafah, 'adalah dan ma'ad.

**Kata Kunci:** Etika Bisnis Islam, Strategi pengembangan, Faktor Internal, Faktor Eksternal.

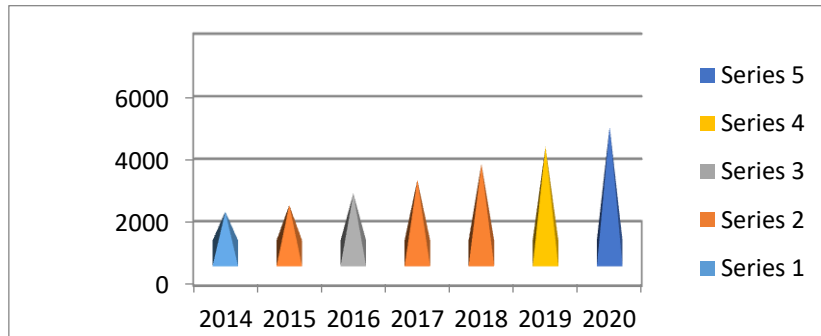
---

<sup>1</sup>Kampus Pusat UNIDA Gontor, Jl. Raya Siman Km. 06, Siman, Ponorogo Jawa Timur, Telp. +62 352 483762 Fax. +62 352 488182.

## خلفية البحث

أصبحت الشركات الصغيرة المتوسطة احدى مركز في تحقيق هدف الإنجاز الرقمي المحتمل في خارطة طريق التجارة الإلكترونية في إندونيسيا لاستكشاف إمكانات الاقتصاد الرقمي التي تبلغ ١٣٠ مليار دولار أمريكي حتى عام ٢٠٢٠. تمشيا مع توجيهات رئيس جمهورية إندونيسيا جوكو ويدودو، وزارة الاتصالات والمعلومات لديها برنامج لتشجيع الشركات الصغيرة والمتوسطة على الإستعمال. التخطيط إلى نهاية عام ٢٠٢٠، هناك الفعل ٦ ملايين من الشركات الصغيرة والمتوسطة التي ذهبت الرقمية. لبحث ديلويت في عام ٢٠١٦، من ٥٧,٩ مليون الشركات الصغيرة المتوسطة في إندونيسيا تبين أن ٩ من مائة فقط من الجناة التي يستخدمون الإنترنت لبيع منتجاتهم من خلال الشبكات الاجتماعية المتكاملة أو استخدام منصات التجارة الإلكترونية. ومن المثير للاهتمام أنه لا يزال هناك ٣٦ في المائة آخرين لا يملكون إمكانية الوصول إلى الإنترنت إما عن طريق الكمبيوتر أو الهواتف الذكية.<sup>٢</sup>

الرسم ١ البياني: قيمة معاملات التجارة الإلكترونية العالمية (بالدولار الأمريكي)



المصدر: Statista.com المصدر: Statista.com

تُظهر البيانات أن الشركات الصغيرة المتوسطة لم تكن متوافقة مع التطورات التكنولوجية. في الواقع، تشير أبحاث البنك الدول إلى أن مشاركة الشركات الصغيرة المتوسطة أصبحت رقمياً أحد العوامل الدافعة لتحقيق هدف النمو الاقتصادي بنسبة ٧ من مائة في عام

<sup>2</sup> Kompas. 2017. 05 September 2017, <http://www.kompas.com.htm>

٢٠٢٥. كما أن تشجيع الشركات الصغيرة والمتوسطة على أن يكون رقمياً أكثر سيحافظ على الشركات الصغيرة والمتوسطة في إندونيسيا والمنتجات الوطنية في وسط المجتمع الاقتصادية، مجاناً انفاقية التجارة ووصول التجارة الإلكترونية العالمية التي تجلب الشركات الصغيرة والمتوسطة من البلدان الأخرى. من خلال البيع عبر الإنترنت وغير المتصلة بالإنترنت في أعمال الشركات الصغيرة والمتوسطة، سيكون ذلك خطوة رائعة للوصول إلى المزيد من المستهلكين. وبهدف برنامج وجود الشركات الصغيرة والمتوسطة الرقمي الذي أطلقته الوزير إلى فتح فرصة جديدة في السوق للشركات الصغيرة والمتوسطة في إندونيسيا على المستويين الإقليمي والعالمي، حيث يمكن لهذه الفرصة أن توسع قاعدة المستهلكين لديها لزيادة المبيعات. ٢٠١٨ سيكون هناك ٣٥٠ مليون مستخدم للإنترنت في جنوب شرق آسيا. يتمتع مستخدمو الإنترنت هؤلاء بإمكانية إجراء تعاملات تجارية إلكترونية عبر الإنترنت بقيمة تصل إلى ٣٠ - ٤٠ مليار دولار أمريكي أو ٣٩٠ دولارًا أمريكيًا تقريبًا - ٥٤٠ تريليون دولار أمريكي. وفي نفس الوقت، فإن قيمة معاملات التجارة الإلكترونية في جميع أنحاء العالم في عام ٢٠١٦، ثم وصلت إلى ١,٩١٥ مليار دولار أمريكي أو ما يقرب من ٨٨٩٩٥ تريليون روبية. وبحلول عام ٢٠٢٠، من المتوقع أن يتضاعف هذا الرقم ليصل إلى ٤,٠٥٨ مليار دولار أمريكي.<sup>٣</sup>

“It is hard to overstate the importance of reputation in a market economy. Even more important is the reputation of the corporation it self as seen through the eyes of outsiders. It is an exceptionally important market value that in principle is on a balance sheet as goodwill.”<sup>4</sup>

كما نعلم أن الشركات الصغيرة والمتوسطة في إندونيسيا أصبح الآن أكثر وكل سمعة الأعمال التجارية هي في نظر المستهلكين من خارج الشركات. والأهم من ذلك إعطاء الأفضل للسوق والمجتمع.<sup>٥</sup> لأن ليس فقط المناطق الحضرية ولكن لاستكشاف المنطقة الإندونيسية. من

<sup>٣</sup> نفس المرجع

<sup>4</sup> Kutipan dari Roger W. Hutt, Reputation on the line: *the starbucks cases*, Journal International of Business Strategy, vol. 37 Issue: 1, Emerald Group Publishing Limited, p. 19

<sup>٥</sup> نفس المرجع

مجموعة متنوعة الشركات يهتم الكثير من الناس في إندونيسيا بممارسة الأعمال. بدءا من الشركات الصغيرة والمتاجر والمحلات التجارية والمطاعم، والأعمال التجارية عبر الإنترنت. جميع المنافسين في منافسة الأعمال. إنه لأمر مدهش للغاية بالنسبة لأمة إندونيسيا. تطوير الأعمال دون اتصال اندونيسيا يمكن أن يسمى آفاق سوق مشرق للمستثمرين. نجاح العديد من رجال الأعمال الأندونيسيين الناجحين. يمكن أن ينظر إلى تونج دسيم ورنجين، حقق أبو ريزل بكري ربحًا كبيرًا.<sup>6</sup>

يسعى مالك العائلة ومدير الأعمال إلى تحقيق النجاح، خاصة فيما يتعلق بالأرباح، لكنه قد شهد ذلك. بالنسبة للنافعين، فإن تصرفات رجل الأعمال ليست جيدة لأنه بدون نتائج جيدة. بل الفشل في بدء العمل التجاري لا تزال تعتبر جيدة وراء ذلك هناك فشل حكمة أو الحياة الدروس المكتسبة. في التفكير الديني، طاعة المبادئ وسوف تجلب القواعد الصحيحة فوائد أكبر بكثير من مجرد الربح أو النتائج التي تحققت من خلال انتهاك القواعد أو دون المبادئ.<sup>7</sup>

المثل في الأعمال التجارية العائلية. يمكن تحقيق أسرة مزدهرة من خلال الأنشطة التجارية التي تولي اهتماما دائما للمبادئ والقواعد. الربح الناتج عن خرق القواعد الضريبية يمكن أن يجلب القلق في الحياة. خاصة في الأعمال التي لا تستند الاستراتيجية جيدة سوف تتجاهل المخاطر التي ستواجهها في وقت لاحق.

مقاطعة الصدق ومبدأ الاستدامة البيئية. وأكد ألكسندر هيل (Alexander hill) على أهمية مسؤولية الشركات تجاه المجتمع والبيئة. لا ينبغي لأصحاب الشركة أن يفكروا في أن

---

<sup>6</sup> Perkembangan bisnis di Indonesia dalam dekade terakhir, diposkan oleh Agness Ness di 02.15, <http://blog.argado.com/2010/05>.

<sup>7</sup> Augustinus Simanjuntak, *Keadilan Bisnis dalam Ketenagakerjaan Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.1 2, No. 2, September 2010: 113-114.

أنشطتهم التجارية لا تشكل خطراً على الجمهور، وأصحاب الشركات أحرار في استخدام الأرض بإرادتهم.<sup>8</sup>

ومبدأ سلامة المستهلك. يجب على الشركات التي تنتج المنتجات المتضررة بالصحة أن تقدم تعويضاً معقولاً للمستهلكين الذين يستخدمونها. لا ينبغي أن يكون مفهوم استخدام الموارد الأصغر للحصول على أقصى الربح هو التضحية بسلامة المستهلك.<sup>9</sup>

كان زمن الحديث في الشركات الصغيرة المتوسطة بالنظام الجديد، حيث بدأ رجال الأعمال في الظهور لأن الحكومة كانت مدعومة في ذلك الوقت، أي خلال حقبة سوهارتو (Suharto)، حصل رجال الأعمال على امتيازات مثل توفير ائتمان بنك إندونيسيا بأسعار فائدة تحت الودائع.<sup>10</sup> وبدءاً من عصر الإصلاح، بدأت تظهر المزيد من الشركات المبتكرة، مثل الصناعات الإبداعية، والتجارة الإلكترونية أو الأعمال التجارية عبر الإنترنت، وغوجيك (gojek)، وجراب (grab)، ويوبر (uber)، وغيرها. ومن هذا العمل المبتكر يساعد في تحسين مستويات معيشة الناس ويزيد من إيرادات الدولة. من عام إلى عام، أصبحت إندونيسيا بشكل تطوير أعمال الدراجات. ولا تقل المنافسة بالدول الأخرى.<sup>11</sup>

في أعمال الشركات الصغيرة والمتوسطة الموجودة، يبدو أن جميع العوامل المملوكة لزيادة الأرباح، والمنتجات، والتسويق تبدو منتشرة للغاية حتى تنتشر على نطاق واسع الداخل والخارج. على الرغم من أن هذا لا يكفي لتقوية ما يتم الحصول عليه في وقت لاحق، إذا علينا بمبدأ الله تعالى.

<sup>8</sup> نفس المرجع، ص. ١٢٢.

<sup>9</sup> Augustinus Simanjuntak مرجع السابق، ص. ١٢٢.

<sup>10</sup> نفس المرجع، ص. ١٢٣.

<sup>11</sup> Veny Ari Sejati, *Strategi Periklanan Pada Bisnis Retail*, Jurnal Komunikasi ASPIKOM, Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi Universitas Respati Yogyakarta, Volume 2 Nomor 4, Januari 2015, p. 235-242

بحث أجراه روث هوتارابات (Ruth Florida W. Hutabarat) دور جميع الجهات الثلاث المحرك في الثلاثي الهرلييك (tri herlix) (أ) الأكاديمية (ب) رجل الأعمال (ج) حزب الحكومة. حيث لا يوجد فيها أي جانب من جوانب أخلاقيات العمل الإسلامية، والتي يجب استثمارها دائماً في الأعمال التجارية. وهي من حيث التوحيد، النبوة، هو الخلافة، ومعد، وهذا هو ما سوف تصبح معياراً في الإسلامية أخلاقيات العمل، وتؤثر بركة عمل الأبحاث وأنا أكتب.<sup>12</sup>

بحث أجرته إندنج سري وينارني (Endang Sri Winarni) ٢٠٠٦. الشركات الصغيرة والمتوسطة التي تستخدم مصادر خارجية للتصريح من البنوك. إن السبب في عدم استخدام الشركات الصغيرة والمتوسطة للقروض المصرفية هو إلى حد كبير أحد عوامل السياسات والمتطلبات المصرفية. بينما البحث أكتب في تطوير الأعمال، لا تعتمد على البنوك، ورأس المال في مجال الأعمال التجارية في ساحة مسلم نجاوي مأخوذة من الجهود التي تم زرعها من قبل. في الحد من الديون المصرفية هو الحد الأدنى للغاية، لأن مرتبطة بالبنك سيكون مرهقا إذا كان القرض ينمو بشكل مستمر. لذلك تمت زراعتها لعائلة السيد أحمد صبحي دجوننا بالاعتماد على النفس.<sup>13</sup>

وفي التاريخ الشركات الصغيرة والمتوسطة يظهر الصورة أن أعظم أعمال الأنبياء. النبي داود عليه السلام في سبيل المثال، معروف باسم حربي مصنوع من أوراق نخيل التمر، لأحد روايات هاشم بن عروة من والده وذكر أنه عندما بشر النبي داود، من دون تردد يقولون أنفسهم كحرفيين يترك النخيل أو سلة مصنوعة أخرى.<sup>14</sup>

<sup>12</sup> LB. Ruth Florida W. M. Hutabarat, *Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif*, JESP-Vol. 7, No 1 Maret 2015, p. 20

<sup>13</sup> Endang Sri Winarni, *Strategi Pengembangan Usaha Kecil Melalui Peningkatan Aksesibilitas Kredit Perbankan*, Infokop Nomor 29 Tahun XXII, 2006, p.10

<sup>14</sup> نفس المرجع، ص. ٣

العديد من المنتجات الجديدة تفشل في السوق بسبب مشكلة واحدة بسيطة، أي أن المستهلكين لا يريدون المنتج. ثم تلتزم الشركة بإجراء تطوير المنتج على أساس الطلب في السوق. فيما يتعلق بظاهرة الأعمال، قامت ساحة كلية مسلم بإنتاج ابتكارات وتوقع التغييرات والحركة الأعمال من خلال إجراء أبحاث السوق وتحديد الفرص التجارية والاحتياجات والتوقعات للمستهلكين كخطوة أولى في ابتكار الإنتاج.<sup>15</sup> تم إجراء هذا البحث لفهم ووصف وتحليل الشركات الصغيرة المتوسطة في أخلاقيات الأعمال الإسلامية.

في هذه استراتيجية تطوير الأعمال، اختارت العائلة الكبيرة السيد الحاج أحمد صبحي دجويغنا، الذي كان عضوًا في مؤسسات الأعمال الشركات الصغيرة والمتوسطة في مدينة نجاوي منذ عام ١٩٧٨ الذي بدأ نشاطه التجاري بعد أن واجه صعوبات في عالم الكهرباء. مع عائلة منخرطة في الأعمال التجارية الصغيرة والمتوسطة، لديه من الرجال ٤ متاجر التي تدار تحت أم زوجته إيماء، أول البنت الأخت فيفيت، وابنته الثانية مباك بوتري. ونقوم ببناء وبناء الألمنيوم والزجاج بعدد من ٣ متاجر. من الألمنيوم والزجاج مبرور ١، ٢، ٣، مبرور عمارة والصيانة، دكان الملابس مبرور، دكان الملابس السلام، دكان الملابس كلية، ودكان الملابس نيرماله. الاجتهاد في الأعمال. لا تنس أن تعليم أطفاله في الأعمال الإسلامي بطبيعة الحال.<sup>16</sup>

تم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها من المقابلات المتعمقة مع إدارة الشركة باستخدام مفهوم الإنتاج القائم على أبحاث السوق جنبًا بجنب مع مفهوم الإدارة الرشيقة والتصنيع رشيقة. علامة على ذلك، بعد إنتهاء من الدراسة إلى أن يجعل الإدارة بأكملها في

---

<sup>15</sup>مقابلة مع كالارا ناديا بوتري، مديرة ساحة كلية مسلم التي تمثل الملكية، التي أقيمت في ساحة كلية مسلم

٢٠١٧/٤/١٥.

<sup>16</sup> مقابلة مع السيد الحاج أحمد صبحي دجويغنا، عائلة كبيرة مبرور ١، ٢، ٣، مجموعة مبرور، كلية، نيرمالا

وشراب كلية، الذي عقد في مبرور ٢ نجوي ١٦،٠٠، الأربعاء، ٢٠١٨/٤/١٨.

إجراء استراتيجيات الابتكار للإنتاج لاحتياجات ورغبات المستهلكين وقادرة على تشجيع منافسة أعمال إسلامية.<sup>١٧</sup>

تتضمن استراتيجية الابتكار في الإنتاج التسويق والهندسة والتصنيع بالإضافة إلى الإدارة الرشيقة والتصنيع السريع. بفضل الزيارة بين العوامل التي أدت إلى التقدم في الشركة، يتم تحقيق الهندسة. وتتماشى استراتيجية ابتكار المنتجات مع محركات السوق والتطورات التكنولوجية التي تقود في نهاية المطاف منافسة الأعمال.<sup>١٨</sup>

كيف يتم تطبيق استراتيجية تطوير الأعمال الخاصة بالشركات الصغيرة والمتوسطة في ساحة المسلمين في عائلة كبيرة من السيد هـ. أحمد صبحي دجويغنا في أخلاقيات الأعمال الإسلامية؟. وبهذا الحال

### استراتيجية تطوير الأعمال

الإستراتيجية هي سلسلة من الأنشطة التي تتم بشكل مختلف أو أفضل من المنافسين (أو الماييين) لإضافة قيمة إلى العملاء من أجل تحقيق أهداف متوسطة. في الاستراتيجية هي أداة لتحقيق الأهداف طويلة المدى، وبرامج المتابعة، وأولويات التوزيع الموارد البشرية. فكرة أخرى من الاستراتيجية هي الخطة مقياس، مع التوجه في المستقبل، للتفاوض ومعها شروط تنافسية لتحقيق أهداف الشركة. يتم وصف الاستراتيجية على أنها الطريقة التي ستحقق بها المنظمة أهدافها، وفقاً للفرص والتهديدات البيئية الخارجية فضلاً عن الموارد الداخلية والقدرات

---

<sup>17</sup> Dr. Muhammad Syafi'I Aritonio, M.EC, Bisnis syari'ah dari nol, Langkah jitu menuju kaya, penuh berkah dan bermakna, Dr. Muhammad Syafi'I Aritonio, M.EC, hikmah (PT Mizan Publika) anggota IKAP, Sitinajma 2007, p. 3

<sup>١٨</sup> نفس المرجع، ص. ٣.



التنظيمية. استناداً إلى التعريف، هناك ثلاثة عوامل لها تأثير هام على الاستراتيجية، أي البيئة الخارجية، المصدر قوة والقدرات الداخلية، وكذلك الأهداف التي يتعين تحقيقها. في الجوهر، توفر الإستراتيجية التنظيمية أساسيات الفهم كيف تنظيم العيش.<sup>19</sup>

وفقاً لاستراتيجية أليسون هو أولوية واسعة أو الاتجاه العام التي أخذتها المنظمة. الاستراتيجيات هي خيارات أفضل طريقة لتحقيق مهمة المنظمة. يمكن تعريف الإستراتيجية تخطيط على أساس منظورين مختلفين، هما من وجه النظر تريد المنظمة القيام به ومن أي منظور الذي تقوم به المنظمة في النهاية. على أساس في المنظور الأول، يمكن تعريف الاستراتيجية على برنامج لتحديد وتحقيق الأهداف التنظيمية وتنفيذ مهما. المعنى في الاستراتيجية هنا أن المديرين يلعبون دوراً نشطاً وواعياً وفعالاً عقلانية في صياغة الاستراتيجية التنظيمية. من منظور ثانٍ، يتم تعريف الإستراتيجية على أنها الاستجابة أو استجابة المنظمة للبيئة بمرور الوقت. على هذا التعريف يجب على كل منظمة لديها استراتيجية، وإن كان استراتيجية لم يتم صياغتها بشكل صريح. هذا الرأي يطابق من قبل المديرين التفاؤلي، أي فقط الاستجابة البيئة بشكل سلمي عند الحاجة. الاستراتيجية توفر وحدة الاتجاه للجميع أعضاء المنظمة. إذا

---

<sup>19</sup> Rio F. Wilantara, Susilawati, Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM (upaya meningkatkan daya saing UMKM nasional di Era MEA), cetakan pertama, 28 Januari 2018, p. 255.

كان مفهوم الاستراتيجية غير واضح، فإن هذا القرار سوف تكون ذاتية أو مبنية على مجرد الحدس و تتجاهل عن الآخر.<sup>٢٠</sup>

## أ) أنواع الإستراتيجية

لشركات الأعمال التقليدية عادة ما تنظر في ثلاثة (٣) نوع الإستراتيجية

تطور الأعمال: إستراتيجية الشركة، إستراتيجية العمل، الإستراتيجية الوظيفية.

(١)

### ستراتيجية الشركة

تفيد أن إجمالي مجلس إدارة الشركة لديها الموقف العام تجاه نمو الأعمال

والإدارة أعمال مختلفة ولديها خطوة منتجات متعددة. نموذجي ويقال إن

استراتيجية الشركة لتكون صحيحة مع ثلاث فئات هي الاستقرار، النمو

والادخار.

### (٢) إستراتيجية العمل

عادة ما تتم الإستراتيجية التجارية على وحدة الأعما

<sup>٢٠</sup> Rio F. Wilantara, Susilawati مرجع السابق, ص. ٢٥٤

أو مستوى المنتج، و التأكيد على المركز التنافسي المتزايد للمنتج أو  
الخدمة الشركات في قطاعات محددة. ويقال أن الاستراتيجية التجارية تكون  
صحية مع اثنين الفئات هي استراتيجيات تنافسية وتعاونية.<sup>21</sup>

(٣)

استراتيجية وظيفية

تستخدم هذه الإستراتيجية مقاربات من خلال المجالات الوظيفية  
لتحقيق أهداف واستراتيجيات وحدة الأعمال التجارية لتعزيز إنتاجية الموارد.

(ب) استراتيجية التكامل

(١) التكامل المستقبلي ( التكامل الأمامي)

التكامل في المستقبل هو محاولة الامتلاك أو زيادة على الموزع أو تاجر  
التجزئة. في وقت الحاضر ، تقوم شركات فأكثر بإدارة استراتيجية التكامل  
المستقبلي من خلال إنشاء مواقع إلكترونية لبيع منتجاتها مباشرة إلى

---

<sup>21</sup> Rina Astini<sup>1</sup> dan Rizcky Adhiprasetyo Strategi Bisnis Pada PT Wirapati Garuda Paksi, Journal The WINNERS, Vol. 11 No. 1, Maret 2010, p.66-80

المستهلكين. تسبب الاستراتيجية في حدوث اضطرابات في بعض  
الصناعات.<sup>٢٢</sup>

في استراتيجية العرض العام هو ما يلي :

١. عوامل الداخلية لعائلة السيد الحاج أحمد السبخي دجوغنا نجاوي بما في

ذلك إدارة الشركة والتسويق والتمويل والإنتاج والموارد البشرية.

٢. العوامل الخارجية العائلة الكبيرة السيد الحاج أحمد السبخي دجوغنا نجاوي

كثيرة وهم: الاقتصادية الاجتماعية والثقافية

والديموغرافية، البيئة والحكومة والتكنولوجيا والمنافسين.<sup>٢٣</sup>

(د) العوامل الخارجية في الأعمال التجارية الصغيرة والمتوسطة

(١)

قتصاد

بعد خوض صراعات مختلفة من خلال ما بعد الاستقلال، سرعان ما

بدأ النمو الاقتصادي الجديد في إندونيسيا في عام ١٩٦٨. وفي الفترة ما بين

<sup>٢٢</sup> Rio F. Wilantara, Susilawati مرجع السابق, ص. ٢٥٤.

<sup>٢٣</sup> Risa Dewi Munica, Millatul Ulya dan Muhammad Fakhry, Analisis Strategi Pengembangan Industri Jamu Tradisional di Kabupaten Bangkalan, AGROINTEK 84 Program Studi Teknologi Industri Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Trunojoyo Madura, Volume 11, No. 2 Agustus 2017, p. 7.

١٩٦٨-١٩٨٢ سجل متوسط النمو الاقتصادي في إندونيسيا حوالي ٧,٦٥ في المائة سنوياً. النمو الاقتصادي المرتفع نسبياً خلال هذه الفترة لم يثبت تماماً استقرار الاقتصاد الوطني. وفي منتصف عام ١٩٩٧، عانت أسس الاقتصاد الإندونيسي التي بنيت لفترة طويلة من الصدمات الشديدة. الأزمة الاقتصادية التي بدأت مع الأزمة المالية دمرت الاقتصاد الإندونيسي.<sup>٢٤</sup> تقلص النمو الاقتصادي المرتفع إلى مجرد ٤,٧ في المائة عام ١٩٩٧، ثم انخفض بحدة إلى حوالي ١٣,١ في المائة في ١٩٩٨. كما أثرت الأزمة على مؤشرات أخرى مثل التضخم الذي ارتفع بنسبة ٧٨ في المائة. كما ارتفع معدل البطالة بشكل ملحوظ نتيجة لحد أدنى من التوظيف وتسريح العديد من الشركات والصناعات التي توقفت عن العمل بسبب ارتفاع تكلفة الإنتاج بسبب انخفاض قيمة الروبية.<sup>٢٥</sup>

١

(٢

لبينة

<sup>24</sup> Hermanto Sinegar dan Dwi Wahyuniarti, Dampak pertumbuhan ekonomi terhadap penurunan jumlah penduduk miskin, p. 2

<sup>25</sup> Hermanto Sinegar dan Dwi Wahyuniarti, Dampak pertumbuhan ekonomi terhadap penurunan jumlah penduduk miskin, p. 3

يتضمن هذا التحليل البيئي مراقبة وتقييم وجمع المعلومات من البيئة الداخلية والخارجية للشركة. الهدف هو تحديد العوامل الاستراتيجية، والعناصر الخارجية والداخلية ستحدد الاستراتيجية المستقبلية للشركة.<sup>26</sup>

إن وجود بيئة غير مؤكدة سيجعل من الصعب على المديرين التنبؤ بعمليات الأعمال. وفقا على ليستيريا، يمكن تفسير عدم اليقين كإحساس بعدم القدرة الفردية على التنبؤ بالبيئة بشكل مناسب. يمكن أن يجعل عدم اليقين الشديد في بيئة المنظمة من الصعب على الشركات تطوير التخطيط والتحكم الفعال. سيؤثر ذلك على جودة شركة نظم المعلومات المحاسبية الإدارية التي تم تنظيمها. من خلال التحسين المستمر سيتم إنجاز هذا النظام حتى يقوم بعمله في الإدارة.<sup>27</sup>

أساسا كل شركة تتنافس في بيئة الصناعة لديها رغبة في أن تكون متفوقة مقارنة المنافسين. تطبق الشركات بشكل عام هذه الاستراتيجية التنافسية على أساس منتظم صراحة من خلال أنشطة مختلف الإدارات الفنية الشركة

---

<sup>26</sup> Aan Novianto, Analisis Strategi Pengembangan Bisnis (Studi Pada Industri Kerajinan Gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar) p.38

<sup>27</sup> Uum Helmina Chaerunisak, Eko Widodo Lo, Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan dan Strategi Bisnis terhadap Sistem Informasi Akuntansi Manajemen dengan Total Quality Manajemen sebagai Variabel Intervening, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta, Akuntansi Dewantara Vol. 1 No. 2 Oktober 2017, p. 4

الحالية. تبدأ الفكرة الأساسية لإنشاء استراتيجية تنافسية من تطوير صيغة عامة حول كيفية سير العمل وضعت، ما هو بالضبط الهدف والسياسة والتي ستكون ضرورية لتحقيق هذا الهدف. فهم التميز التنافس من تلقاء نفسها له معنيين مختلفين ولكن ذات الصلة. يؤكد المعنى الأول على التفوق أو التفوق في المصطلحات الموارد والخبرات للشركة. الشركة التي تملك الكفاءات في التسويق والتصنيع والابتكار يمكن أن يكون مما يجعلها مصدرا لتحقيق ميزة تنافسية. من خلال هذه المجالات الثلاثة من الكفاءة، يمكن للشركة تطوير استراتيجية بحيث يمكن أن تنتج منتجات تباع بشكل جيد في السوق. في حين يؤكد الفهم الثاني على التفوق في تحقيق الأداء هذا.<sup>28</sup>

### (٣) اجتماعي

المسؤولية الاجتماعية للشركات وهم الأخلاق والأخلاق على أساس الاتفاقات التي يقوم بها المجتمع. إن معايير القيم الأخلاقية والمعنوية هي قيم محلية وزمنية، بينما المعايير الأخلاقية عالمية وأبدية. تظهر نتائج المناقشة في هذه المقالة أن دور

---

<sup>28</sup> Mieke Supranoto, Strategi menciptakan keunggulan bersaing produk melalui orientasi pasar, inovasi, dan orientasi kewirausahaan dalam rangka meningkatkan kinerja pemasaran ( Studi empiris pada: Industri Pakaian Jadi Skala Kecil dan Menengah di kota Semarang )p. 20

أخلاقيات الأعمال التجارية هو تنفيذ مدونة أخلاقيات أصحاب المشاريع أو

المدرء أو الموارد البشرية في منظمات الأعمال.<sup>٢٩</sup>

#### ٤) الثقافة الديموغرافية

كان يا توجه السوق والثقافة التنظيمية الأكثر فعالية في خلق سلوكيات

مهمة لخلق قيمة عالية للمشتريين وكذلك أداء الأعمال.<sup>٣٠</sup>

#### ٥) تكنولوجيا

هناك حاجة لاستراتيجية الاتصال في تخطيط الاتصالات مع إدارة

الاتصالات لتحقيق الأهداف التي تم تحديدها. يجب أن تتم استراتيجية

الاتصال، بمعنى أن النهج قد يختلف من وقت لآخر حسب الحالة

والظروف. تتكون مكونات إستراتيجية الاتصال من: التواصل، والرسالة،

ووسائل الإعلام، والجمهور، والآثار والأهداف التي يمكن أن يحققها

المتصل. يجب التعبير عن الغرض من الاتصال بحزم قبل تنفيذ الاتصال، لذلك

من الواضح من الجمهور المستهدف (الجمهور المستهدف) ومن هو

المجموعة المستهدفة (المجموعة المستهدفة). ومع ذلك،

---

<sup>29</sup> Roy Hutahaean, Idqan Fahmi, dan Ahmad Mukhlis Yusuf, Perumusan Strategi Bisnis PT XYZ Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen, Sekolah Bisnis, Institut Pertanian Bogor Vol. 3 No. 3, September 2017, p.5

<sup>30</sup> Mieke Supranoto مرجع السابق ص. ٢٠



في تحديد مجموعة الجمهور. المستهدف والهدف من التحديات المرتبطة ببعض الجوانب، مثل السوسيوولوجية والنفسية والسياسية والاقتصادية.<sup>31</sup>

في تحسّنها في تكنولوجيا وسائل الإعلام الاجتماعية لا تستخدمها، مفضلاً مباشرة وفقاً لسنة الرسل كمؤيدة. وزيادة صلة الرحم بعضها البعض.<sup>32</sup> في استخدام مكيفات الهواء استخدمتها جميع المحلات والدكان الملابس، كما نعلم أن هناك ١٦ مكيف الهواء في كلية و هناك ١٢ مكيف الهواء في نيرمالة، هناك ١٢ مكيف الهواء في السلام وهناك مكيفة الهواء في مرور. هذا تكميلة لراحة المستهلكين في وقت لاحق. وبالنظر إلى هذه الحقبة الحديثة، فإنه يشعر بقلق بالغ إزاء رضا العملاء من أجل الاعتقاد في خدمة وراحة المبيعات في منتجاته.<sup>33</sup>

إن دعم تحقيق أهداف أعمال العميل من خلال فهم الأعمال يضمن سلامة المنتج، ويوفر جودة الاختيار، ويقدم منتجات وخدمات مبتكرة ترضي

---

<sup>31</sup> Mokhamad Mahfud, Strategi Komunikasi Integrasi Interkoneksi Dalam Meningkatkan Kualitas Skripsi Mahasiswa (Studi Pada Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta), Dosen Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, Vol. 08 No.01 April 2015, p. 5

<sup>32</sup> Aan Novianto, Analisis Strategi Pengembangan Bisnis (Studi Pada Industri Kerajinan Gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar) p.38

<sup>33</sup> Muhammad Mahfud' مرجع السابق ص. ٤

العملاء.<sup>٣٤</sup> توفير خدمة العملاء الأكثر تفضيلاً للطباعة والطباعة والتعبئة والتوزيع  
للتوعية والتثقيف المجتمع.<sup>٣٥</sup>

## ٦) التسابق

لأبنائه ينصحون دائماً بعدم الحسد، يريدون هذا أن يكونوا راغبين في  
ذلك، لأن كل شيء مرتب من الله، من الله، وكل شيء يأتي من الله.

## ٧) القيود في العوامل الخارجية

التجديد هو عامل مهم لتحقيق ميزة تنافسية. في حين أن البحوث  
الأخرى التي أجرتها بور دن وبروكور على وجه التحديد وجدت أن التركيز على  
العملاء هو واحد من عناصر التوجه نحو السوق هو عامل مهم لخلق ميزة  
تنافسية.<sup>٣٦</sup>

(هـ)

## لعوامل الداخلية في الأعمال التجارية الصغيرة والمتوسطة

### ١) تطور

<sup>٣٤</sup> Uum Helmina Choirunnisak مرجع السابق ص. ٤

<sup>٣٥</sup> Mieke Supranoto مرجع السابق ص. ٢٠

<sup>٣٦</sup> Mieke Supranoto مرجع السابق ص. ٢٠

الشركة التي تملك الكفاءات في مجال التسويق والتصنيع والابتكار يمكن أن تجعل منه مصدرا لتحقيق ميزة تنافسية. من خلال هذه المجالات الثلاثة من الكفاءة، يمكن للشركة تطوير استراتيجية بحيث يمكن أن تنتج منتجات تباع بشكل جيد في السوق. في حين يؤكد الفهم الثاني على التفوق في تحقيق الأداء هذا. يرتبط هذا الفهم بموقف الشركة مقارنة بماذا المنافسين. الشركات التي تواصل الاهتمام بتقدم أدائها و العمل على تحسين هذا الأداء لديه الفرصة للوصول إلى الموقف المنافسة جيدة ثم الشركة لديها بالفعل رأس المال قوية لمواصلة المنافسة مع الشركات الأخرى.<sup>٣٧</sup>

## (٢) إدارة

في مراحل الإدارة الإستراتيجية المتبادلة والمعاملة بالمثل من المرحلة الأولى حتى النهاية. يمكن النظر إلى هذه الإدارة الإستراتيجية على أنها عملية تتضمن عددًا من المراحل المترابطة والمتسلسلة. عملية الإدارة الإستراتيجية ديناميكية وإستراتيجية تحليل بيئي صياغة المضامين إستراتيجية ومراقبة الإستراتيجية عبارة عن مجموعة من الالتزامات والقرارات والإجراءات المطلوبة من قبل شركة أو منظمة لتحقيق القدرة التنافسية الإستراتيجية وتوليد أرباح أعلى من المتوسط. من مراحل

<sup>٣٧</sup> Mieke Supranoto مرجع السابق ص. ٢٣

عملية الإدارة الاستراتيجية، يمكن الاستنتاج أن الإدارة الاستراتيجية هي مجموعة من القرارات والإجراءات التي تؤدي إلى صياغة وتنفيذ الخطط المصممة لتحقيق أهداف الشركة. تشمل الإدارة الإستراتيجية صنع القرار على المدى الطويل، ذي التوجه المستقبلي، وهي معقدة وتتطلب قدرًا كبيراً من الموارد، لذا فإن مشاركة الإدارة العليا أمر حاسم. مع نهج الإدارة الاستراتيجية، يتفاعل المديرون على جميع مستويات الشركة في التخطيط والتنفيذ. وبالتالي، فإن عواقب سلوك الإدارة الاستراتيجية تشبه صنع القرار التشاركي.<sup>38</sup>

أنا الابتكار هو مفهوم أوسع الذي يتناول تطبيق الأفكار الجديدة أو المنتجات أو العمليات. الابتكار كذلك يعرف بأنه تطبيق ناجح للأفكار الإبداعية للشركة. لذلك من المتوقع أن تشكل الشركة أفكارًا جديدة في مواجهة كل من المنافسين والعملاء والأسواق القائمة. يعرض وجود التشابه منتجات مماثلة أو أنظمة شركة مماثلة من المنافسين هو عامل يدفع الابتكار، وعادة ما يكون المنتج ظهر المنافس دون مواجهة أي تغييرات ذات مغزى أوحى متجهة ساكنة. الوضع يمكن أن يكون شيئاً مربحاً، لأن المنافسة التي تنشأ مع ظهور المنتجات المنافسة يمكن التغلب عليها ابتكار المنتج. بالإضافة إلى ابتكار

---

<sup>38</sup>Aan Novianto, Analisis Strategi Pengembangan Bisnis (Studi Pada Industri Kerajinan Gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar) p. 35

المنتجات، فإن النظام داخل الشركة كذلك بحاجة إلى الابتكار. الابتكار هو الشيء الذي يمكن رؤيته تقدم وظيفي يمكن أن يأخذ خطوة إلى الأمام مقارنة مع المنافسين، إذا كان لديهم ميزة ينظر إليها على أنها القيمة المضافة للمستهلكين.<sup>٣٩</sup>

### (٣) تسويق

الشركة التي تملك الكفاءات في التسويق والتصنيع والابتكار يمكن أن يكون مما يجعلها مصدرا لتحقيق ميزة تنافسية. من خلال هذه المجالات الثلاثة من الكفاءة، يمكن للشركة تطوير استراتيجية بحيث يمكن أن تنتج منتجات تبيع بشكل جيد في السوق. في حين يؤكد الفهم الثاني على التفوق في تحقيق الأداء هذا. يرتبط هذا الفهم بموقف الشركة مقارنة بماذا المنافسين. الشركات التي تواصل الاهتمام بتقدم أدائها والعمل على تحسين هذا الأداء لديه الفرصة للوصول إلى الموقف المنافسة جيدة ثم الشركة لديها بالفعل رأس المال قوية لمواصلة المنافسة مع الشركات الأخرى.<sup>٤٠</sup>

التسويق هو أكثر من مجرد قسم داخل شركة، ولكنه يتطلب عملية منظمة وثاقبة للتفكير في تخطيط السوق. العمليات التي يمكن تطبيقها ليس فقط على

<sup>٣٩</sup> Mieke Supranoto مرجع السابق ص. ٢٧

<sup>٤٠</sup> نفس المرجع

المنتجات والخدمات. يمكن تسويق أي شيء، الأفكار، الأحداث، المنظمات، الأماكن، الشخصية. تبدأ العملية مع أبحاث السوق لفهم خصائص وسلوك المستهلكين وتحديد الفرص لتلبية احتياجاتهم ورغباتهم. ويرتبط هذا بتجزئة السوق وتحديد قطاع السوق، وتحديد المواقع السوقية لتكون قادرة على تلبية احتياجات ورغبات المستهلكين بطريقة مناسبة.<sup>٤١</sup> لديه التزام بالاستمرار في الإبداع في خلق قيمة عالية ل الزبائن.<sup>٤٢</sup>

ريادة الأعمال مطلوب في تنفيذ استراتيجيات التسويق للحصول على التميز التنافس بثبات من خلال الاستجابة لاحتياجات العملاء. في حين أن روح المبادرة في حد ذاتها تشمل ٥ أشياء، وهي: الاستقلالية، الابتكار، والمخاطرة، والفعالية، والعدوانية التنافسية. تسويق المشاريع هو مفهوم متكامل مليء بالتغيرات كما هو اليوم.<sup>٤٣</sup>

#### (٤) تمويل

لا يتطلب التقييم الدقيق لتأثير صياغة الاستراتيجية على الأداء التنظيمي معايير التقييم المالي فحسب ، بل يتطلب قياس التأثير غير القائم على

---

<sup>41</sup> Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmesta, M.B.A, Peran Pemasaran dalam Perusahaan dan Masyarakat, Modul Manajemen Pemasaran, p.1

<sup>٤٢</sup> Mieke Supranoto مرجع السابق ص. ٢٢

<sup>٤٣</sup> Mieke Supranoto مرجع السابق ص. ٣٩

السلوك.<sup>٤٤</sup> الميزانية عبارة عن بيان لبرنامج الشركة في الحالة المالية. في الميزانية المستخدمة في التخطيط ومراقبة الميزانية، بحيث يمكن تعريف الميزانية بالتفصيل مقدار التكلفة المطلوبة للبرنامج.<sup>٤٥</sup>

قد تحدث التبادل بين أرباب العمل والموظفين. رواد الأعمال بمثابة المسوقين والموظفين بمثابة عملاء أو مستهلكين. ممارسة التبادل داخل شركة كهذه توضح عملية التسويق. في المنزل، يمكن للوالدين أن يعملوا كجهات تسويقية وأن يعمل الأطفال كعملاء. يتيح التبادل المربح للطرفين للعملاء أن يكونوا موالين لنفس المسوق. كما المسوقين والمؤسسات الدينية كذلك بالاعتماد على بقاءه في رعيته. الدعم من الجماعة لا غنى عنه إلى الأبد.<sup>٤٦</sup>

## (٥) نتاج

في ابتكار المنتجات، هناك ثلاثة أشياء مهمة يجب مراعاتها: تفوق المنتج، تفرد المنتج، تفرد المنتج، وتكلفة المنتج. يمكن أن تفشل ابتكار المنتجات لأسباب عديدة. والأخطاء في تطبيق الاستراتيجية هي السبب الأكثر شيوعًا، نظرًا لأن

<sup>٤٤</sup> Aan Novianto مرجع السابق ص. ٢٨

<sup>٤٥</sup> مرجع السابق ص. ٤٢

<sup>٤٦</sup> Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmesta, M.B.A, Peran Pemasaran dalam Perusahaan dan Masyarakat, Modul Manajemen Pemasaran, p.

البعض الآخر يشمل تصميمات المنتجات غير المبتكرة، أو سوء تقدير المنافسة،

تكمن المشكلة في التصميم أو تكلفة الإنتاج أعلى بكثير من المتوقع.<sup>٤٧</sup>

سوف تحقق الشركة رضا العملاء من خلال تحسين جودة المنتج من خلال

التخطيط الإستراتيجي المثالي للأعمال. لإنشاء استراتيجية عمل مثالية، يلزم

التحسين المستمر. تشير هذه العملية إلى أن الإدارة لا تقوم بالضرورة بالتخطيط

الاستراتيجي الجيد ولكنها ما زالت تحاول تحسينها عن طريق التقييم والمتابعة.<sup>٤٨</sup>

تطوير

التنمية المنتجات على نحو فعال، وهي: عندما يكون لدى المنظمة منتج ناجح

يصل مرحلة النضج في دورة حياته. الفكرة هي جذب العملاء الراضين لتجربة

المنتجات نتاج جديد كما لديهم تجربة إيجابية مع منتج أو خدمة المنظمة

عندما هذا. عندما تتنافس المنظمات في أي صناعة التطورات التكنولوجية تحدث

بسرعة كبيرة. عندما المنافسين الرئيسيين تقديم منتجات ذات جودة أفضل وأسعار

---

<sup>47</sup> Mieke Supranoto, Strategi menciptakan keunggulan bersaing produk melalui orientasi pasar, inovasi, dan orientasi kewirausahaan dalam rangka meningkatkan kinerja pemasaran ( Studi empiris pada: Industri Pakaian Jadi Skala Kecil dan Menengah di kota Semarang )p. 28

<sup>48</sup> Uum Helmina Chaerunisak, Eko Widodo Lo, Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan dan Strategi Bisnis terhadap Sistem Informasi Akuntansi Manajemen dengan Total Quality Manajemen sebagai Variabel Intervening, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta, Akuntansi Dewantara Vol. 1 No. 2 Oktober 2017, p. 5



قابلة للمقارنة. مع تنافس المنظمات في صناعة متنامية بسرعة. عندما يكون لدى المنظمة قدرة بحث وتطوير قوية جدًا.<sup>٤٩</sup>

بعض المؤشرات المستخدمة لتقييم الابتكار هي الإبداع والابتكار التقني وتغييرات التصميم والتغييرات في أنظمة التوزيع وأنظمة إدارة الدفع. الابتكار التقني هو ابتكار في عملية الشركة لإنتاج المنتجات. تغيير التصميم هو قدرة الشركة على إنتاج المنتج وفقًا لرغبات العملاء. الإبداع هو قدرة الشركة على ابتكار أفكار جديدة أو تطويرها. إن تغيير نظام التوزيع هو جهد الشركة لتطوير مرافق التوزيع المناسبة. نظام إدارة الدفع هو جهد الشركة لجعل إدارة نظام الدفع وفقًا لرغبات العميل.<sup>٥٠</sup>

يتم استخدام بعض المؤشرات لقياس الميزة التنافسية هو التفرد، ونادرا ما واجهتها، وليس من السهل تقليدها، وليس من السهل استبدالها، و بأسعار تنافسية. تفرد المنتج هو تفرد منتجات الشركة الجمع بين القيمة الفنية مع شهية العملاء. سعر تنافسي هو قدرة الشركة على ضبط سعر منتجاتها مع السعر شائعة في السوق. ليس من السهل العثور على وسائل وجودها أمر نادر الحدوث المنافسة

<sup>49</sup> Aan Novianto, Analisis Strategi Pengembangan Bisnis (Studi Pada Industri Kerajinan Gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar) p. 33

<sup>٥٠</sup> Mieke Supranoto مرجع السابق ص. ٢٩

الحالية. ليس من السهل أن تقلد يعني أن تقلد ناقص. من الصعب استبدال يعني

عدم وجود بديل معاً.<sup>٥١</sup>

## ٦) أرباب العمل

الموظفون الذين يتم تربيتهم هم أطفال شقيان، على سبيل المثال قطرة من المدرسة الابتدائية والإعدادية أو أطفال الشوارع.

## أخلاقيات الأعمال الإسلامية

الأخلاق تأتي من الكلمة اليونانية، روح. مما يعني عادات أو عادات حياة جيدة، في كل من الشخص والمجتمع. الأخلاق ترتبط بالقيم الجيدة، والمراسيم أو قواعد الحياة وجميع العادات الجيدة. الأخلاق كفلسفة أخلاقية، أو العلم الذي يناقش ويفحص القيم والأعراف المعطاة من الأخلاق والأخلاق. ولذلك، فإن معيار الخير والشر هو السبب أو النسبة، أو الذوق أو القلب والدين. بالإضافة إلى الأخلاق، فإن مصطلح الأخلاقي معروف. يستمد الأخلاق من الأعراف اللاتينية، وهذا يعني العرف. يرتبط الأخلاقي دائماً بالتعاليم السيئة الطيبة التي يتلقاها المجتمع. إذا تمت مقارنة الأخلاقيات بالأخلاق، فإن الأخلاق هي نظام سلوكي قائم على نظام قيم المجتمع. الأخلاق عامة ونظريات، بينما الأخلاق خاص وعملي.<sup>٥٢</sup>

أ التوحيد

<sup>٥١</sup> نفس المرجع ص. ٢٢

<sup>٥٢</sup> Rodliyah Khuza'I, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam" *jurnal mimbar*, Volume XXI No. 1 Januari – Maret 2005 p. 2-3

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا هَلْ أَذُكُم عَلَىٰ تَجْرَةٍ تُنَجِّكُمْ مِّنْ عَذَابِ أَلِيمٍ ﴿٥٣﴾ تُوْمِنُونَ بِاللّٰهِ  
وَرَسُولِهِ وُتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللّٰهِ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنفُسِكُمْ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُمْ تَعْمَلُونَ  
٥٣ ﴿٥٣﴾

في النظام الاقتصادي الإسلامي، يجب أن يوضع التوحيد (الإخلاص لله) على  
أساس نظرية المعرفة والأنطولوجيا، وأن الحقيقة في الاقتصاد الإسلامي لا تقتصر على  
الحقائق المادية أو القابلة للمس سيعرف إلا بالله. لذا فإن موقف الإنسان إلى هذه  
الحقيقة غير المادية هو خاضع ومطيع لأمره وحظره، دون الحاجة إلى تقديم دليل  
تجريبي على هذا الحكم.<sup>٥٤</sup>

#### ب) العدالة

لقد أظهر الله الإسلام كنظام حي لجميع البشر، مؤكداً على أهمية العدالة في  
كل قطاع، سواء أكان اقتصادياً أم سياسياً أم اجتماعياً. في العدالة يجب أن ننتبه  
لأن الجميع يحتاج إلى العدالة في جميع الجوانب. العمالة والأجور والرفاهية وكل ما  
يتعلق بالحساب. العدالة واضحة جداً. وينظر من ذكر كلمة العدالة في القرآن كثيراً،  
والثالث الأكثر شيوعاً يسمى القرآن الكريم بعد الله و إيلم ش. في الواقع، يشير إلى  
أن ثلثي الآيات القرآنية احتوت على ضرورة التمسك بالعدالة وكرهية الشر، مع عبارة  
"الظلم، إثم، الضلال".

في المجال الاقتصادي، يمكن تصنيف مبدأ العدالة في عدة أمور، من بين أمور  
أخرى:

- ١) شخص ما يحصل على شيء وفقاً لنتائج جهوده.
- ٢) العدالة الاجتماعية
- ٣) حصة الربح والمخاطر

<sup>٥٣</sup> سورة الصف: ١٠-١١

<sup>٥٤</sup> Taufik Akhyar مرجع السابق، ص ٤

### ج) نوبة

هناك دليل ملموس على أن مفهوم الاقتصاد الإسلامي ليس معيارياً فحسب، بل تطبيقياً، وقد أثبتته النبي محمد صلى الله عليه وسلم.<sup>55</sup>

### د) الخلافة

سيكون مفهوم الاقتصاد الإسلامي فعالاً إذا تم في الجماعة. وبالتالي، من الضروري أن تنشئ القيادة الاقتصادية حالة اقتصادية كلية مؤاتية لتطوير الاقتصاد الجزئي.

### هـ) ما الدخل

سوف يتحرك الاقتصاد الجديد إذا كان لدى الأطراف الاقتصادية الدافع (الفوائد التي يمكن الحصول عليها) ومناخ اقتصادي جيد كدافع خارجي.<sup>56</sup>

### الباب الثالث

تحليل استراتيجية تطوير الأعمال من في أخلاقيات الأعمال الإسلامية

دراسة حالة عائلة كبيرة السيد الحاج أحمد صبح دجووغنا (مبرور، كليلة، نرمالة،

السلام)نجاوي

أ استراتيجية تطوير الأعمال عائلة كبيرة السيد الحاج أحمد صبح جوووغنا مبرور وكليلة

ونرمالة و السلام نجاوي

١. التوحيد

---

<sup>55</sup> Saleh Hidayat, *Keadilan Sistem Ekonomi Islam (Syariah): Komparasinya Dengan Sistem Ekonomi Kapitalis Dan Sosialis Sekolah Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Komitmen Al-Quran tentang penegakan Economic: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam, Vol. 4, No. 1 2014, p. 5*

<sup>56</sup> نفس المرجع

<sup>57</sup> سورة ٦١: ١٠-١١

في كل ليلة لا يستطيع النوم، ينام لحظة فقط. هناك الكثير من الأنشطة في المنزل و ٣ ساعات للاستيقاظ هي الفجر. لكنه يجب النوم بعد الفجر، لأنه يعلم أن النوم بعد أقل من ٨ ساعات ليس بصحة جيدة أو كيف. بينما هو بانتظام في النظام الغذائي يأكل ما هو والعبادة إن شاء الله بصحة جيدة. رتب كل مساء ماذا تفعل كل يوم. صلاة التهجد بين عشية وضحاها ولا ننسى صلاة الصلاة والويزان، لأن الجميع لا يفعل ذلك، فهو يفعله دائما منه صغير حتى الآن. لذلك كل شيء يشعر بالضوء دون أي عبء بإحضار كل شيء إلى الله سبحانه وتعالى. إنه مترادف للغاية مع عالم الصحة، ويفضل تنظيم الأطفال وراءهم. ساعد عامله، وأغمي عليه حسب وقته الضائع. ويجب دائما أن تكون نشطة في ما يجب القيام به.<sup>٥٨</sup>

في التركيز على الطفل في الوقت المناسب في أداء العبادة. حتى عند السفر، شدد على ما يقدر الوقت للوصول ويجب أن يتوقف عند المسجد للصلاة. حتى عندما يكون في المركز التجاري لا ينبغي أن يكون وحده بشكل تعسفي، على الرغم من أنه لا ينبغي في المركز التجاري تجاهل الصلاة.<sup>٥٩</sup>

والحمد لله عائلة من الأطفال، مانتو، أحفاد السيد الحاج أحمد صبحي دجويغنا في عام ٢٠١٤ من خلال السفر سفيرة وكيل السفر توقفت في دبي. في عام ٢٠١٥ دعا مرة أخرى وتوقف في تركيا. وفي عام ٢٠١٨ دعت أختها إيمان أمها ولكنها لم تتوقف في كل مكان لأن ديادان تعبت في وقت لاحق. ولكن إذا كان مع أحفاد تتوقف في كل مكان.<sup>٦٠</sup>

<sup>٥٨</sup>مقابلة مع السيد الحاج أحمد صبحي دجويغنا، عائلة كبيرة مابرور ١، ٢، ٣، مجموعة مابرور، كليلة، نيرمالا وشراب كليلة، الذي عقد في مابرور ٢ نجوي ١٦،٠٠، الأربعاء، ١٨/٤/٢٠١٨.

<sup>٥٩</sup>مقابلة مع شركة الأخت فيفيب، مالك إدارة كليلة وشراب كليلة، في كوتنور للبنات ٢، عبر الهاتف ١٦،٠٠، الأربعاء، ١٨/٤/٢٠١٨.

<sup>٦٠</sup>مقابلة مع السيد الحاج أحمد صبحي دجويغنا، عائلة كبيرة مابرور ١، ٢، ٣، مجموعة مابرور، كليلة، نيرمالا وشراب كليلة، الذي عقد في مابرور ٢ نجوي ١٦،٠٠، الأربعاء، ١٨/٤/٢٠١٨.

السيد أحمد صبحي دجوينا قام بصلاة السنن التي هي الضحى، والتهجد، والتسبب، والتوبة، والاستسوخه. لأن كل يوم يجب أن يكون هناك خطأ حتى ولو قليلاً، وعلينا أن نختار. وإذا لم تستطع كسر ذلك، فهذا ما تم تعليمه من الصغير إلى السيد أحمد أحمد صبحي دجوينا، من أجل التواصل المستمر مع الله سبحانه وتعالى. إذا لم يتم مقاطعة جبل الصفحات. إذا كان الناس يقولون عناء، ولكن الذين لا يهتمون بهذا العمر، ثم تخصيص وقت للعبادة وإدارة الوقت.<sup>٦١</sup>

كان السيد أحمد أحمد صبحي دجوينا في كل مكان يدرس علم الدين، في نجاوي، و في تيمبور ساري تعلمه. وهو صديقاً جيداً لمالك الأستاذ موجيونو في منتجان، وغالباً ما تمت دعوته إلى الأستاذ المرهم سوتاجي تاجد.<sup>٦٢</sup>

ينظر من جانب التوحيد قوي جدا من كل حركة وتطبيقاتها. لا تنسى أن تدرج مع الصلاة لتسمية كل دكان الملابس ومتجر. على سبيل المثال ما برور، كليله، نيرمالا، والأسالم.<sup>٦٣</sup>

## ٢. العدالة

واحدة تلو الأخرى ، وبنائها ومليئة بوالد والدته، لتطوير أنفسهم لتوجيه العديد من رجال الأعمال الإندونيسيين الذين يبنون البنوك الجاهزة للمساعدة.<sup>٦٤</sup>

<sup>٦١</sup>مقابلة مع السيد الحاج أحمد صبحي دجوينا، عائلة كبيرة ما برور ١ ، ٢ ، ٣ ، مجموعة ما برور ، كليله ، نيرمالا وشراب كليله ، الذي عقد في ما برور ٢ نجوي ١٦،٠٠ ، الأربعاء، ١٨/٤/٢٠١٨ .

<sup>٦٢</sup>مقابلة مع السيد الحاج أحمد صبحي دجوينا، عائلة كبيرة ما برور ١ ، ٢ ، ٣ ، مجموعة ما برور ، كليله ، نيرمالا وشراب كليله ، الذي عقد في ما برور ٢ نجوي ١٦،٠٠ ، الأربعاء، ١٨/٤/٢٠١٨ .

<sup>٦٣</sup>مقابلة مع السيدة الحاجة إيما س ، عائلة كبيرة ما برور ١ ، ٢ ، ٣ ، مجموعة ما برور ، كليله ، نيرمالا وشراب كليله ، الذي عقد في مجموعة ما برور نجاوي ٠٩،٠٠ ، الجمعة، ١٣/٤/٢٠١٨ .

<sup>٦٤</sup>مقابلة مع السيد الحاج أحمد صبحي دجوينا، عائلة كبيرة ما برور ١ ، ٢ ، ٣ ، مجموعة ما برور ، كليله ، نيرمالا وشراب كليله ، الذي عقد في ما برور ٢ نجوي ١٦،٠٠ ، الأربعاء، ١٨/٤/٢٠١٨ .

### ٣. النبوة

تعتبر على الشركات الصغيرة والمتوسطة السيد الحاج أحمد صبحي دجويغنا. في السنة الرسول صلى الله عليه وسلم هو عند المعاملة. يؤسفني بشدة عدم مقابلة العملاء والموظفين وانتظار الأموال في المنزل. إنه حريص جداً على مقابلة العملاء لأن هذا هو ما سيلزم صلة الرحم لبعضهم البعض. وبدون استخدامه عبر الإنترنت، قام فوراً ببيعه، ولم يقتصر الأمر على متاجر البناء فحسب، بل متاجر الدكان الملابس كليلة، السلام، نيرماله ومبرور التي تم شراؤها مباشرة من جاكرتا، على اختبار عدم وجود توأمان في متاجر أخرى بملايس تباع هناك، وكذلك مع الداخلية جميلة وجذابة ابتسامه، تحيات، يتم تطبيق التحية الإسلامية على نحو متزايد ومريحة للصلة بالرحم.<sup>٦٦</sup>

مرة واحدة عندما كان في مدرسة ابتدائية صغيرة في الصف الرابع لم يزرع الجليد أبدا ولا ينام أبدا في المنزل ولكن ينام في المسجد، فقد شعر بأنه مستقل ولا يريد أن يثقل كاهل الوالدين، بينما يعمل الآباء كموظفين مدنيين. عظيم جدا هو الجهاد جزءا لا يتجزأ منه.<sup>٦٧</sup>

كما يمارس كيفية صلاة الليل الطهوج، وصلاة التوبة، وصلاة الصلوات، والصلوة حتى صلاة الفجر. وكان ينام بعد صلاة الفجر، وهذا ما فعله منذ طفولته

---

<sup>٦٥</sup>مقابلة مع شركة الأخت فيفيب، مالك إدارة كليلة وشراب كليلة، في كوتنور للبنات ٢، عبر الهاتف ١٦,٠٠٠ ، الأربعاء ، ٢٠١٨/٤/١٨ .

<sup>٦٦</sup>مقابلة مع شركة الأخت فيفيب، مالك إدارة كليلة وشراب كليلة، في كوتنور للبنات ٢، عبر الهاتف ١٦,٠٠٠ ، الأربعاء ، ٢٠١٨/٤/١٨ .

<sup>٦٧</sup>مقابلة مع السيد الحاج أحمد صبحي دجويغنا، عائلة كبيرة مابور ١، ٢، ٣، مجموعة مابور، كليلة، نيرمالا وشراب كليلة، الذي عقد في مابور ٢ نجوي ١٦,٠٠٠ ، الأربعاء ، ٢٠١٨/٤/١٨ .

الذي لم ينام أبداً في المنزل، ولكنه نام في المسجد بعد بيع الثلج. متجول يبحث عن مدرس للقرآن على الساري قتال، بسبب نقص المعرفة الدينية في نقوي.<sup>٦٨</sup>

#### ٤. الخلافة

في مجال الأعمال العائلية، يفكر السيد أحمد صبحي دجويينا دائماً في مستقبل الأطفال أو هذا البلد. إذا استمرت في الاعتماد على الحكومة، فسيكون هناك عبء حكومي كبير على المجتمع والدولة. كان يصارع في عالم الكهرباء منذ عام ١٩٧٨ مع السيطرة على مركز الكهربائي أراضي نجاوي. حتى عندما يتم تركيب الكهرباء في معهد دار السلام كونتور للبنات هو هو وجلب طفله الأول هو الأخت فيغب الذي يحمل دكان الحجاب كليلة.<sup>٦٩</sup>

ولكن عندما كان يفكر في محاولة تحسين الاعتماد على النفس عن طريق فتح مبرور ١، والألمنيوم والزجاج. لديه مبدأ أننا نساعد الحكومة، وليس لنا تعتمد على الحكومة. مع تزايد المشاريع الصغيرة ومتناهية الصغر في إندونيسيا، سيكون هناك العديد من الوظائف التي تم إنشاؤها، مما سيقبل من معدل الفقر في هذا البلد من قبل الشركات الصغرى والصغيرة والمتنامية سريعة النمو.<sup>٧٠</sup>

إن تحديد الإدارة أمر ضروري، فلماذا إذن، لأنه مثل الخلافة التي أصبحت رقيق النبي وحمله. في هذا الجهد، يجب أن يكون لدى الجميع إدارتها التي تم تقسيمها بدقة. خاصة مع تشجيع الأطفال المشاغبين الذين يقدمون أفكاراً جديدة وحديثة

---

<sup>٦٨</sup>مقابلة مع السيد الحاج أحمد صبحي دجويينا، عائلة كبيرة مبرور ١، ٢، ٣، مجموعة مبرور، كليلة، نيرمالا وشراب كليلة، الذي عقد في مبرور ٢ نجوي ١٦،٠٠، الأربعاء، ١٨/٤/٢٠١٨.

<sup>٦٩</sup>مقابلة مع شركة الأخت فيغب، مالك إدارة كليلة وشراب كليلة، في كونتور للبنات ٢، عبر الهاتف ١٦،٠٠، الأربعاء، ١٨/٤/٢٠١٨.

<sup>٧٠</sup>مقابلة مع السيد الحاج أحمد صبحي دجويينا، عائلة كبيرة مبرور ١، ٢، ٣، مجموعة مبرور، كليلة، نيرمالا وشراب كليلة، الذي عقد في مبرور ٢ نجوي ١٦،٠٠، الأربعاء، ١٨/٤/٢٠١٨.



ومفيدة للغاية في الفريق الإبداعي في الداخل، مثل الشرب كليلة الذي يحتوي على تصميم داخلي فريد ويجذب العملاء للاهتمام، ناهيك عن الاستمتاع بمشاهدة الصور.<sup>٧١</sup>

في حامل إدارة كل فرد من بعد أن أعطيت الأرض واستيقظ، ثم شغلها وإدارتها ذاتيا. لذلك من الجيد جدًا تطويرها بمفردها. ولكن إذا كنت بحاجة إلى المزيد من رأس المال، فقد قدم نصيحة أنه في إندونيسيا، ينبغي أن يكون عدد كبير من الذين يقومون ببناء المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة، محدودًا في الإقراض، بدرجة أو بأخرى كافية لتطوير الأعمال. في إدارة السيدة إيما في جبهة مابور ٢ في ندونغوس، مجموعة مابور في دكتور سويروتو، والسلام في يوس سودارسو. السيد الحاج أحمد صبحي دجويغنا مبرور ٢ ندوعوس تشرف على العمق هو الألومنيوم والزجاج ورشة عمل، مبرور كليتيك و ٣ في الدكتور سويتومو. لذلك لم يكن يعرف عن الإدارة تحت الأم، وقسم المهمة مع زوجته ليكون أنيق. ولكن بالنسبة للإدارة كليلة والشراب كاليلا التي عقدها الأخت فيفيب وزوجها ماس هاريس. بينما أقامت إدارة مسلم كاليلا من قبل مباك بوتري الابن الثاني السيد الحاج أحمد صبحي دجويغنا.<sup>٧٢</sup>

## ٥. الدخل

لهذا الدخل ليس بالضرورة، نظرا لأرباح الأعمال الخاصة يتم الحصول عليها بانتظام من كبيرة أو صغيرة. ولكن إذا كان تمويل الموظفين يمكن أن يكون أعلى من الحد الأدنى الإقليمي للأجور. لذا فإن رأس المال سيعود، لا سيما إذا كانت هذه المحلات في الشباب، السنة الجديدة، زيادة الطبقة، ناهيك عن دوران العيد يمكن أن

<sup>٧١</sup>مقابلة مع شركة الأخت فيفيب، مالك إدارة كليلة وشراب كليلة، في كوتور للبنات ٢، عبر الهاتف ١٦,٠٠ ، الأربعاء ، ٢٠١٨/٤/١٨.

<sup>٧٢</sup>مقابلة مع السيد الحاج أحمد صبحي دجويغنا، عائلة كبيرة مابور ١، ٢، ٣، مجموعة مابور، كليلة، نيرمالا وشراب كليلة، الذي عقد في مابور ٢ نجوي ١٦,٠٠ ، الأربعاء، ٢٠١٨/٤/١٨.

يكون ٨ مرات من المعتاد. لذا قامت السيدة إيما بإعداد المزيد من العناصر لإعداد تلك الأيام.<sup>٧٣</sup>

كل ما فعله الله تعالى، وليس المبالغة وكل ذلك يأتي من الله سبحانه وتعالى، يمكننا فقط الثقة ومحاولة ازدهار الأسرة والمجتمع المحيط. واثق من الله في كل شيء، لأنه سيأتي مع شيء غير عادي للغاية. لذا يجب أن تكون على يقين وأن لا يكون نصف المستوى وعندما يكون رأس المال مدعومًا من قبل الوالدين. إذا لم يعجبك فإنه لن يعتني به وإذا كان الأمر كذلك مثله سيتحقق جداً، لأنه إذا كان يجب الوابون المخبأ، أو بعيداً يجب أن يكون شيئاً كبيراً لاحقاً، لأن الجهد تسبب سعيداً.<sup>٧٤</sup>

والحمد لله عائلة من الأطفال، مانتو، أحفاد السيد الحاج أحمد صبحي دجويغنا في عام ٢٠١٤ من خلال السفر سفيرة وكيل السفر توقفت في دبي. في عام ٢٠١٥ دعا مرة أخرى وتوقف في تركيا. وفي عام ٢٠١٨ دعت أختها إيما أمها ولكنها لم تتوقف في كل مكان لأن ديبادان تعبت في وقت لاحق. ولكن إذا كان مع أحفاد تتوقف في كل مكان.<sup>٧٥</sup> السيد أحمد صبحي دجويغنا قام بصلاة السنة التي هي الضحى والتهجد والتسبب والتوبة والاستسوخه. لأن كل يوم يجب أن يكون هناك أدنى خطأ ويجب علينا اتخاذ خيار. إطلاق قوتها والحفاظ عليها كذلك. وإذا لم تستطع كسر فقد تم تدريسها من صغيرة إلى السيد الحاج أحمد صبحي دجويغنا، من أجل ربط التواصل المستمر إلى الله سبحانه

---

<sup>٧٣</sup>مقابلة مع السيد الحاج أحمد صبحي دجويغنا، عائلة كبيرة مابرور ١، ٢، ٣، مجموعة مابرور، كليلة، نيرمالا وشراب كليلة، الذي عقد في مابرور ٢ نجوي ١٦،٠٠، الأربعاء، ١٨/٤/٢٠١٨.

<sup>٧٤</sup>مقابلة مع السيد الحاج أحمد صبحي دجويغنا، عائلة كبيرة مابرور ١، ٢، ٣، مجموعة مابرور، كليلة، نيرمالا وشراب كليلة، الذي عقد في مابرور ٢ نجوي ١٦،٠٠، الأربعاء، ١٨/٤/٢٠١٨.

<sup>٧٥</sup>مقابلة مع السيد الحاج أحمد صبحي دجويغنا، عائلة كبيرة مابرور ١، ٢، ٣، مجموعة مابرور، كليلة، نيرمالا وشراب كليلة، الذي عقد في مابرور ٢ نجوي ١٦،٠٠، الأربعاء، ١٨/٤/٢٠١٨.

وتعالى. إذا لم يتم مقاطعة حبل الصفحات. إذا كان الناس يقولون عناء، ولكن الذين لا يهتمون بهذا العمر، ثم تخصيص الوقت للعبادة وإدارة الوقت.<sup>٧٦</sup>

## الاستنتاج

١. الإستراتيجية المستخدمة في الأعمال العائلية الخاصة بالسيد هـ. أحمد صبحي دجوينا نجاي هي إستراتيجية داخلية وخارجية ، ومن وجهة نظره الداخلية ، يغطي إدارة الشركة والتسويق والتمويل والإنتاج والموارد البشرية. العوامل الخارجية للأسرة الممتدة للسيد أحمد صبحي دجوينا هي ظروف اقتصادية واجتماعية وثقافة ديموغرافية وبيئة وحكومة وتكنولوجيا ومنافسة.

٢. في مجال الأعمال العائلية الخاصة بالسيد الحا أحمد صبحي دجوينا نجوي، فإن أخلاقيات العمل الإسلامية المتضمنة بشكل جيد. ثبت مع التزام موظفي اللباس المسلمين، وخاصة النساء، يتطلب الصلاة خمس مرات حتى عند ساعات العمل، وإعداد مكان الصلاة مريحة. لأن الصلاة هي دعامة دينية . يزرع تحيات ابتسام في خدمته يأتي كل واحد.

## الاقتراح

### ١. اقتراحات للباحثين في المستقبل

بالنسبة للشركة، يُعتقد أن النجاح في خلق ميزة تنافسية هو أحد السبل لتحسين أدائها. في هذه الشركة لمناقشة حول عوامل أداء الموظفين في المواصفات. يمكن الاقتراحات للباحثين بعد ذلك تفحص أداء الموظفين في الأعمال التجارية عائلة كبيرة مربع السيد الحاج أحمد صبحي دجوينا على وجه التحديد.

### ٢. اقتراحات لأصحاب الشركات

<sup>٧٦</sup>مقابلة مع السيد الحاج أحمد صبحي دجوينا، عائلة كبيرة مابور ١، ٢، ٣، مجموعة مابور، كلية، نيرمالا وشراب كلية، الذي عقد في مابور ٢ نجوي ١٦،٠٠، الأربعاء، ١٨/٤/٢٠١٨.

في كل الأعمال التجارية هناك قيود فردية، والابتكار عامل مهم لتحقيق الميزة التنافسية. اهتماما على العميل هو كان واحدا من عناصر التوجه نحو السوق عاملا مهما لخلق ميزة تنافسية . بعد إجراء هذا البحث، فإن غرس الأداء الجيد أقل تركيزًا في الحزم، لذلك لا يزال هناك عمال يركزون في العمل. أن تعزز صلة الرحم مع استمرار نصيحة المشاورة من صاحب الشركة.

### مصادر البحث

القران الكريم

مقابلة مع السيد الحاج أحمد صبحي دجويينا، عائلة كبيرة مابرور ١، ٢، ٣، مجموعة مابرور، كليلة، نيرمالا وشراب كليلة، الذي عقد في مابرور ٢ نجوي ١٦,٠٠، الأربعاء، ٢٠١٨/٤/١٨.

مقابلة مع السيد الحاج أحمد صبحي دجويينا، عائلة كبيرة مابرور ١، ٢، ٣، مجموعة مابرور، كليلة، نيرمالا وشراب كليلة، الذي عقد في مابرور ٢ نجوي ١٦,٠٠، الأربعاء، ٢٠١٨/٤/١٨.

مقابلة مع شركة الأخت فيفيب، مالك إدارة كليلة وشراب كليلة، في كونتور للبنات ٢، عبر الهاتف ١٦,٠٠، الأربعاء، ٢٠١٨/٤/١٨.

مقابلة مع كلارا ناديا بوتري، مديرة ساحة كليلة مسلم التي تمثل الملكية، التي أقيمت في ساحة كليلة مسلم ٢٠١٧/٤/١٥ .

مقابلة مع السيدة الحاجة إيماس، عائلة كبيرة مابرور ١، ٢، ٣، مجموعة مابرور، كليلة، نيرمالا وشراب كليلة، الذي عقد في مجموعة مابرور نجوي ٠٩,٠٠، الجمعة، ٢٠١٨/٤/١٣

Antonio., Muhammad Syafi'I, M.EC, *Bisnis syari'ah dari nol, Langkah jitu menuju kaya, penuh berkah dan bermakna*, Dr. Muhammad Syafi'I Arionio, M.EC, hikmah (PT Mizan Publika) anggota IKAP, Sitinajma 2007

Hidayat., Saleh, *Keadilan Sistem Ekonomi Islam (Syariah): Komparasinya Dengan Sistem Ekonomi Kapitalis Dan Sosialis Sekolah Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Komitmen Al-Quran tentang penegakan Economic: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam, Vol. 4, No. 1 2014, p. 5*

Kompas. 2017. 05 September 2017, <http://www.kompas.com.htm>

Kutipan dari Roger W. Hutt, *Reputation on the line: the starbucks cases*, Journal International of Business Strategy, vol. 37 Issue: 1, Emerald Group Publishing Limited, p. 19

Khuza'I., Rodliyah, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam" jurnal mimbar, Volume XXI No. 1 Januari – Maret 2005 p. 2-3

LB. Ruth Florida W. M. Hutabarat, *Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif*, JESP-Vol. 7, No 1 Maret 2015, p. 20

Perkembangan bisnis di Indonesia dalam dekade terakhir, diposkan oleh Agness Ness di 02.15, <http://blog.argado.com/2010/05>.

Sejati., Veny Ari, *Strategi Periklanan Pada Bisnis Retail*, Jurnal Komunikasi ASPIKOM, Fakultas

Simanjuntak., Augustinus, *Keadilan Bisnis dalam Ketenagakerjaan Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, Vol.1 2, No. 2, September 2010: 113-114.*

Winarni., Endang Sri, *Strategi Pengembangan Usaha Kecil Melalui Peningkatan Aksesibilitas Kredit Perbankan*, Infokop Nomor 29 Tahun XXII, 2006, p.10