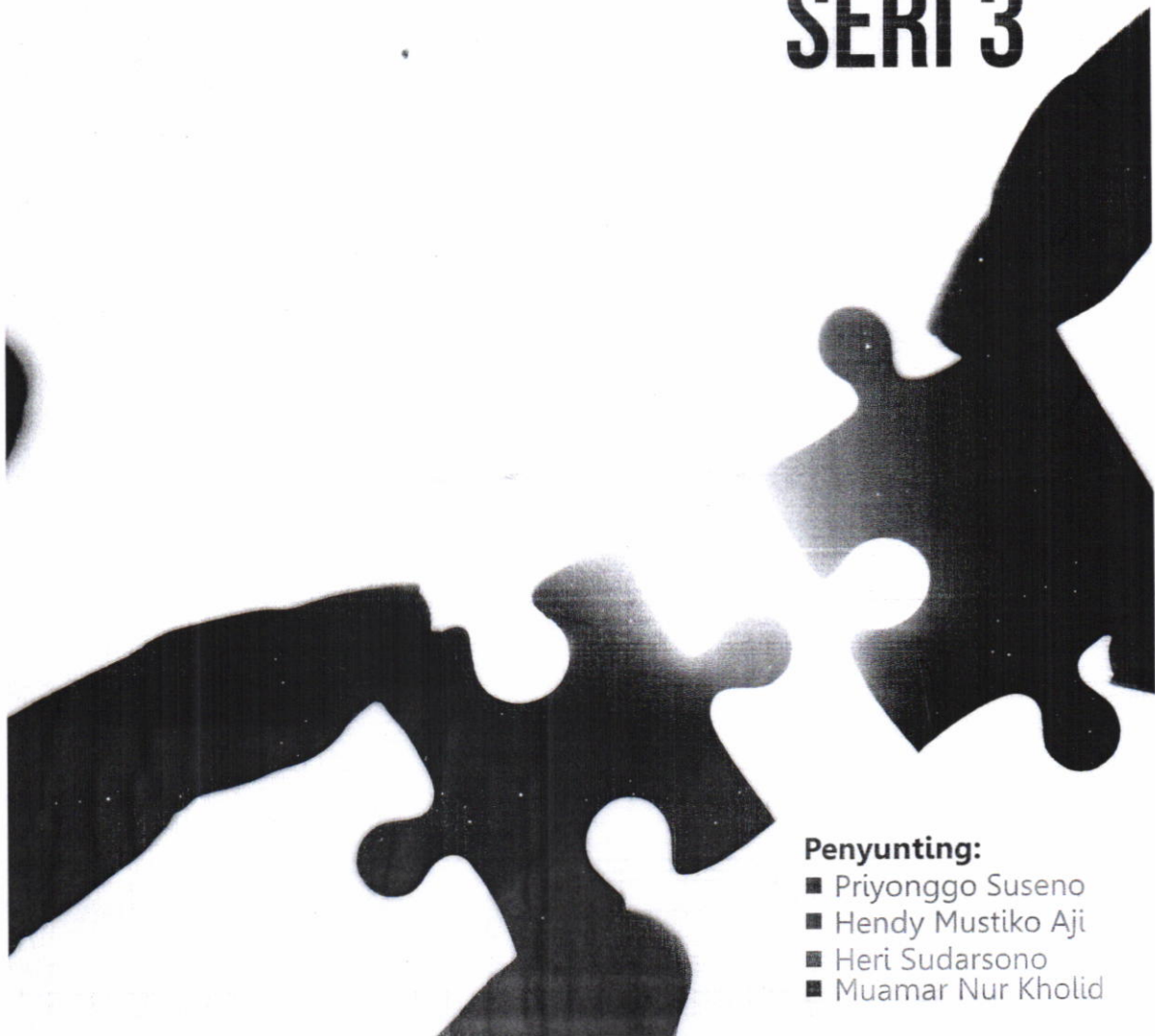


KASUS-KASUS BISNIS SYARIAH SERI 3



Penyunting:

- Priyonggo Suseno
- Hendy Mustiko Aji
- Heri Sudarsono
- Muamar Nur Kholid

Kasus-kasus
Bisnis Syariah
Seri 3

Editor:

Priyonggo Suseno
Heri Sudarsono
Hendy Mustiko Aji
Muamar Nur Kholid



Pusat Pengkajian dan Pengembangan
Ekonomi Islam (P3EI) Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

KASUS-KASUS BISNIS SYARIAH SERI 3

Oleh:

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI)

Editor:

Priyonggo Suseno

Heri Sudarsono

Hendy Mustiko Aji

Muamar Nur Kholid

Hak cipta @ 2021, pada penulis

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku dalam bentuk apapun tanpa izin tertulis dari Penulis dan atau Penerbit

Edisi Pertama

Cetakan Pertama, Desember 2021

Hak Penerbitan pada P3EI FBE UII Yogyakarta

Penerbit:



Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam
Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia
Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta 55283
Telp (0274) 881546 ext: 1203, Fax. (0274) 882589
www.p3ei.uui.ac.id

ISBN: 978-623-94647-2-1

SAMBUTAN

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah Rabbil 'alamin, segala puji bagi Allah subhanahu wa ta'ala, Tuhan semesta alam. Shalawat dan salam tak lupa disampaikan kepada junjungan umat Muslim sedunia, Rasulullah shalallahu'alaihi wa sallam beserta keluarga dan para sahabat beliau yang telah setia bersama beliau baik suka maupun duka dalam mendakwahkan agama yang benar ini.

Saya sangat bersyukur dengan hadirnya buku Kasus-Kasus Bisnis Syariah: Seri 3. Buku ini insya Allah akan sangat bermanfaat mengingat potensi Industri halal di Indonesia yang terus berkembang dan dibicarakan, mulai dari industri makanan sampai alat kesehatan. Diskusi bisnis terkait industri halal tentunya tidak dapat dilepaskan dan dipisahkan dari dilema keputusan etika yang dihadapi oleh para pemilik usaha serta pengambil keputusan. Dilema keputusan tersebut dapat berdampak pada kinerja usaha secara keseluruhan. Hal-hal itulah yang dikaji dan didiskusikan di dalam buku ini sehingga membuat buku ini menarik untuk dibaca.

Saya ucapkan banyak terimakasih kepada Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia (FBE UII) atas inisiasi program Penulisan Buku Kasus Syariah ini. Selain itu, saya ucapkan terimakasih juga kepada dosen-dosen FBE UII, dan para pemilik usaha yang terlibat dalam penulisan buku ini. Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. *Aamiin Ya Rabbal 'Alamiin.*

Yogyakarta, 10 November 2021

Prof. Jaka Sriyana, S.E., M.Si., Ph.D.

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbilalamin, puji syukur kehadiran Allah *subhanahu wa ta'ala*, serta sholawat dan salam kepada Rasulullah *shalallahu'alaihi wa sallam* yang menjadi tauladan bagi kita dalam menjalankan kegiatan di bidang ekonomi, bisnis dan keuangan Islam. Sehingga Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Fakultas Bisnis dan Ekonomika (FBE) Universitas Islam Indonesia (UII) telah dapat menerbitkan buku **Kasus-Kasus Bisnis Syariah: Seri 3**.

Buku ini merupakan kumpulan berbagai kasus nyata yang terjadi pada bisnis syariah yang ditulis oleh beberapa penulis atas seizin pemilik perusahaan. Adanya buku ini diharapkan dapat mendekatkan pemahaman teori dengan praktik dalam bisnis syariah pada mahasiswa jenjang pendidikan Diploma, Sarjana maupun Magister. Dengan adanya paparan kisah nyata, diharapkan akan dapat mempertajam pemahaman mahasiswa sekaligus melatih mahasiswa untuk dapat membuat keputusan bisnis yang tepat berdasarkan pada kasus nyata yang dihadapi oleh perusahaan.

P3EI FBE UII mengucapkan terima kasih kepada para mitra P3EI, yaitu PT. Eastparc Hotel Tbk, Hotel Desa Puri Syariah, Rumah Sakit Ibu dan Anak Pala Raya, PT. Zulian Kamsaindo (Zulindo tour & Travel), PT. Bank Syariah Unisia Insan Indonesia, RPA Abbadi Broiler, Delapan Creative, CV Indokarya Persada, CV. Nasrafa, Ferihana Cosmetik yang telah memberi ijin untuk mengali informasi yang dibutuhkan. Semoga kontribusi para mitra P3EI dalam penyusunan buku ini memberi kemanfaatan bagi pengembangan literasi bisnis syariah di tanah air.

Ucap terima kasih juga kami sampaikan kepada seluruh penulis kasus, Bpk Aris Heru Prasetyo, Ph.D dan berbagai pihak yang turut terlibat dalam proses penerbitan buku kasus-kasus syariah Seri 3 ini. Semoga tulisan-tulisan dalam buku ini bukan hanya sekedar memberi informasi tetapi juga membuka wacana baru dalam pengelolaan bisnis syariah di tengah masyarakat.

P3EI FBE UII menyadari bahwa buku ini masih jauh dari sempurna, sehingga masukan dari berbagai pihak sangat diperlukan. Lebih lanjut, P3EI FBE UII berharap untuk dapat menerbitkan buku kasus bisnis syariah ini setiap tahun, sehingga untuk dapat mewujudkannya P3EI FBE UII membuka pintu lebar bagi akademisi maupun praktisi yang berkenan untuk berkontribusi dalam terwujudnya buku kasus bisnis syariah pada seri-seri berikutnya.

Yogyakarta, 10 November 2021

Priyonggo Suseno, SE., M.Sc.
Direktur P3EI FBE UII

DAFTAR ISI

Sambutan _____	iii
Kata Pengantar _____	iv
Daftar Isi _____	v
Profil Penulis _____	viii

Bank Syariah Unisia: Strategi Menjaga Kinerja Komersial dan Kepatuhan Syariah di Masa Pandemi Covid-19 _____	1
<i>Rifqi Muhammad</i> <i>Khabib Soleh</i>	

Eastparc Hotel Yogyakarta: Menghadapi Pandemi dengan Strategi Syar'i _____	23
<i>Hendy Mustiko Aji</i> <i>Shofiya Yusri Salma</i>	

Kepemimpinan dan Pengelolaan SDM: Penguatan Pelayanan di RSIA Pala Raya _____	45
<i>Andriyastuti Suratman</i> <i>Rina Mulyati</i> <i>Satrio Adhi Imam Mustaqim</i>	

Strategi Menyerang dan Bertahan Delapan Creative Sebelum Sampai Semasa Pandemi untuk Keberlangsungan Usaha _____	66
<i>Handrio Adhi Pradana</i> <i>Agung Setiawan Nur Hidayat</i> <i>Arraafi Damara Subchi</i> <i>Indri Yani Agustin</i>	

Hotel Desa Puri Syariah: Mempertahankan Layanan Berbasis Syariah dan Melakukan Strategi Bertahan pada Kondisi Tidak Normal _____	89
<i>Yuni Nustini</i> <i>Evi Grediani</i>	

Bertahan di Tengah Pandemi ala Zulindo Tour & Travel _____	116
<i>Yunice Karina Tumewang</i> <i>Sintia Dewi Nur Ajizah</i>	

Bertahan di Masa Pandemi: Rumah Potong Ayam (RPA) Abbadi Broiler _____	129
<p><i>Sumadi</i> <i>Riyana Putri</i> <i>Sri Sari Utami</i></p>	
CV Indokarya Persada: Merugi di Masa Pandemi, Haruskah Bisnis Diakhiri? _____	145
<p><i>Tatik</i> <i>Selfira Salsabila</i> <i>Tri Ichsanudin</i> <i>Nurul Izzati</i></p>	
Pesona Sociopreneur dari Bisnis Kecantikan Dr. Ferihana Cosmetics _____	165
<p><i>Rindang Nuri Isnaini Nugrohowati</i> <i>Mustika Noor Mifrahi</i> <i>Rahayu Lestari</i></p>	
Strategi Bertahan Kain Lukis Nasrafa: UKM yang Berlaga di Masa Pandemi Covid-19 _____	183
<p><i>Majang Palupi</i> <i>Avonzora Bintang Perwira</i> <i>Yani Mardiyanto</i> <i>Fereshti Nurdiana Dihan</i></p>	
Teaching Notes	
<i>Bank Syariah Unisia: Strategi Menjaga Kinerja Komersial dan Kepatuhan Syariah di Masa Pandemi Covid-19</i> _____	197
<i>Eastparc Hotel Yogyakarta: Menghadapi Pandemi dengan Strategi Syar'i</i> _____	207
<i>Kepemimpinan dan Pengelolaan SDM: Penguatan Pelayanan di RSIA Pala Raya</i> _____	215
<i>Strategi Menyerang dan Bertahan Delapan Creative Sebelum Sampai Semasa Pandemi untuk Keberlangsungan Usaha</i> _____	224
<i>Hotel Desa Puri Syariah: Mempertahankan Layanan Berbasis Syariah dan Melakukan Strategi Bertahan Pada Kondisi Tidak Normal</i> _____	230
<i>Bertahan di Tengah Pandemi ala Zulindo Tour & Travel</i> _____	235

<i>Bertahan Di Masa Pandemi: Rumah Potong Ayam (RPA) Abadi Broiler</i>	240
<i>CV Indokarya Persada: Merugi Di Masa Pandemi, Haruskah Bisnis Diakhiri?</i>	248
<i>Pesona Sociopreneur dari Bisnis Kecantikan Dr. Ferihana Cosmetics</i>	254
<i>Strategi Bertahan Kain Lukis Nasrafa: UKM Yang Berlaga di Masa Pandemi Covid-19</i>	258

Pesona Sociopreneur dari Bisnis Kecantikan Dr. Ferihana Cosmetics

Rindang Nuri Isnaini Nugrohowati*
Mustika Noor Mifrahi
Rahayu Lestari

*email: rindangnuri@uii.ac.id

"Berebel niat yang tulus dan mulia untuk memberikan pengobatan gratis bagi semua orang, terlepas dari agama, budaya maupun status sosial yang mereka miliki.

Dengan izin Allah yang Maha Kuasa dr. Ferihana menggunakan ilmu dan pengalamannya bertahun-tahun di bidang kosmetik dan estetika untuk membuat produk kosmetik berkualitas, tujuannya agar dapat membiayai klinik berbasis sosial (Rumah Sehat Muslim dan Dhuafa Yogyakarta) dengan pelayanan pengobatan gratis" - Slogan dr. Feriha Cosmetics

PEMBUKA

Sudah satu tahun berlalu kampus masih saja tampak sepi, tidak ada keramaian mahasiswa seperti dulu sebelum pandemi Covid-19 datang. Kesunyian terasa jelas dipagi itu, hanya sesekali terdengar suara kendaraan para karyawan yang keluar masuk tempat parkir. Dari kejauhan tampak ada satu ruangan yang terbuka dengan lampu yang menyala, sementara disekelilingnya semua pintu ruangan terkunci dan terlihat gelap. Hari itu memang ada agenda penting, sehingga beberapa dosen terpaksa datang ke kampus untuk melakukan rapat

secara offline. Sembari berjalan mencari tempat duduk, rindang melihat sekeliling ruangan seolah sedang mencari seseorang. Tak lama kemudian ia bergegas menghampiri perempuan berkerudung biru yang tidak lain adalah temannya bernama Mustika. Saat itu Mustika yang tengah fokus dengan leptopnya kaget mendengar ada seseorang yang menarik kursi dan duduk disampingnya. Sambil meletakkan tas punggung di meja, rindang langsung menyapa dan berbicara dengan mustika. "Bu mus bagaimana dengan buku kasusnya, apa sudah dapat ide? Kita punya waktu satu bulan untuk membuatnya" ucap rindang kepada mustika. Dengan antusias mustika menjawab pertanyaan temannya itu, "satu bulan aku pikir cukup untuk menyelesaikan satu topik buku kasus, tetapi diperusahaan mana apalagi pandemi seperti ini?". Sejenak keduanya terdiam sambil berfikir perusahaan mana yang bisa mereka jadikan obyek untuk penulisan buku kasus. Tak lama kemudian rindang terlihat begitu semangat, "Bagaimana kalau kita menulis kasus bisnis dr Ferihana cosmetics yang punya beberapa klinik kecantikan? tanya rindang kepada mustika. Mendengar ucapan rindang, dalam benaknya mustika bertanya-tanya "dr Ferihana... namanya familiar sekali, apa yang dimaksud adalah dokter Ferihana yang mendirikan rumah sakit gratis itu". Masih tampak ragu, mustika mencoba memastikan apakah orang yang dimaksud rindang adalah orang yang sama seperti yang ia pikirkan. Tanpa berpikir panjang mustika mencoba mencari nama dr Ferihana di internet dan ternyata dugaannya benar. Rindang tampak tidak sabar menunggu jawaban temannya itu, "aku dengar kosmetik yang dijual pakai bahan alami dan halal, itu akan jadi kasus sangat menarik", kata rindang dengan penuh antusias. "Coba lihat artikel ini... dr Ferihana juga mendirikan klinik kesehatan gratis yang ditujukan untuk orang yang tidak mampu" ucap mustika sambil menunjukkan leptopnya. "Wah... punya klinik kesehatan gratis dan punya usaha kosmetik halal, menarik sekali" rindang terlihat takjub dengan artikel yang ia baca. Rindang pun semakin penasaran dan kembali bertanya kepada mustika, "kok bisa ya dr Ferihana membuka klinik secara gratis? Bukannya itu membutuhkan dana yang besar apalagi untuk beli obat dan alat-alat kesehatan". Mustika juga memikirkan hal yang serupa, "Apakah hasil dr bisnisnya digunakan untuk membiayai klinik itu..." jawab mustika. "Naah itu kita perlu cari tahu..." saut Rindang dan seketika Mustika langsung mengangguk karena setuju dengan pemikiran temannya.

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang semakin pesat. Permintaan akan jaminan kehidupan yang syar'i merupakan salah satu aspek penting karena mayoritas penduduk Indonesia

beragama Islam. Disisi lain masyarakat semakin menyadari bahwa kehidupan ekonomi dan sosial merupakan sarana dari implementasi ajaran agama sehingga permintaan akan produk halal semakin tinggi. Produsen sebagai penyedia layanan barang dan jasa menyadari adanya kondisi tersebut sehingga mereka terdorong untuk menciptakan produk atau memberikan layanan jasa yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Seiring berkembangnya waktu konsumen produk halal juga semakin meluas tidak hanya terbatas pada konsumen muslim saja namun konsumen non muslim mulai beralih ke produk halal. Kondisi tersebut menciptakan pangsa pasar baru untuk mengembangkan industri halal.

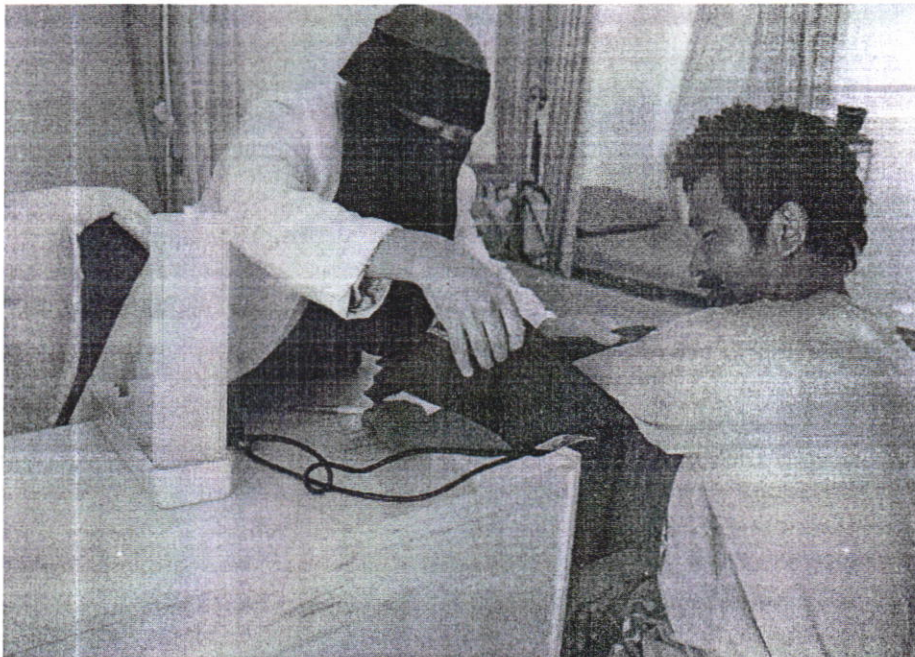
Salah satu produk halal yang mencuri perhatian adalah kosmetik halal. Bagi perempuan, penggunaan kosmetik sudah seperti kebutuhan yang harus dipenuhi untuk menunjang penampilan. Penggunaan kosmetik menjadi satu rutinitas yang tidak bisa dilewatkan setiap harinya mulai dari kosmetik perawatan dari ujung kaki hingga ujung kepala. Karena penggunaan kosmetik menempel pada kulit dan akan terbawa ketika melaksanakan ibadah, maka kosmetik yang digunakan harus terbebas dari najis. Berlandaskan alasan tersebut maka kosmetik halal yang terbebas dari bahan najis dan bebas dari bahan non halal sangatlah dibutuhkan. Disamping itu kosmetik halal juga dipandang lebih aman karena tidak hanya terbebas dari najis namun bahan yang terkandung juga dipastikan aman.

Tingginya kebutuhan masyarakat akan produk perawatan kecantikan dan kosmetik halal disadari betul oleh dokter Ferihana. Berbekal ilmu dan pengetahuan di bidang kosmetik dan estetika mendorong dokter Ferihana untuk membuat produk kosmetik halal yang berkualitas. Dokter Ferihana juga menyadari bahwa bisnis kecantikan sangatlah dinamis dengan trend yang terus berkembang. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagidokter Ferihana dalam mengembangkan bisnis kecantikan. Perilaku masyarakat yang ingin tampil cantik secara instan tanpa mempertimbangkan bahannya mendorong keinginan dokter Ferihana tidak hanya menjual kosmetik halal tetapi juga mengedukasi masyarakat. Namun dengan tingkat persaingan yang tinggi khususnya produk kecantikan dari luar negeri menjadikan tantangan yang dihadapi semakin berat. Disamping itu ada berbagai dilema yang dihadapi mulai dari proses pertama pembangunan bisnis sampai pada pengembangan bisnis.

MENGENAL SOSOK DOKTER HANA

Ferihana Suharda atau kerap dipanggil dokter Hana, namanya sudah tidak asing khususnya bagi masyarakat Jogja dan sekitarnya. Berpenampilan menggunakan cadar membuat dokter Hana sempat mendapatkan pandangan

negatif dari masyarakat, namun karena kebaikan hatinya pandangan negatif tersebut kian memudar. Berhati mulia adalah kata-kata yang tepat untuk menggambarkan bagaimana sosok dokter Hana dengan kepedulian sosialnya yang tinggi. Kepedulian sosialnya menginspirasi banyak orang hingga pada tahun 2017 Ia pernah diundang televisi nasional dalam program acara terkenal yaitu "Kick Andy". Menyelesaikan pendidikan di Fakultas Kedokteran Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta pada tahun 2008 menjadi titik awal karirnya sebagai seorang dokter. Berbekal ilmu kedokteran yang dimiliki, dokter Hana membantu masyarakat yang kurang mampu terlepas dari agama, budaya maupun status sosial yang dimiliki.



Peraga 1. Dokter Ferinaha memeriksa pasien di Klinik Dhuafa
Sumber: Dokumentasi Dr. Ferihana Cosmetics

Berbagai pelosok daerah di penjuru negeri menjadi saksi pengabdianya untuk membantu memberikan layanan kesehatan secara gratis. Bersama Tim Muslim Medical, dokter Hana datang ke pelosok daerah untuk mengobati warga yang sakit diantaranya Gunungkidul, Kulon Progo, bahkan hingga ke Sragen Jawa Tengah. Sebelumnya pada tahun 2009 dokter Hana juga pernah memberikan pelayanan kesehatan ke sejumlah daerah di Indonesia seperti di Kalimantan, Sumatera, dan Jakarta. Pengorbanan secara material dan fisik rela Ia keluarkan demi satu tujuan yaitu memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi orang lain.

“Jadikanlah semua aktivitas duniamu bermanfaat untuk bekal setelah kematianmu”.

Kalimat itulah yang selalu menjadi pegangan hidup dokter Hana untuk menebarkan manfaat sebanyak-banyaknya. Jiwa sosialnya tumbuh sejak kecil dari ajaran kakek dan ayahnya agar peduli terhadap sesama. Hatinya terpenggil untuk berkontribusi pada lingkungan bermula ketika kakek dan ayahnya sering mengajaknya menjenguk orang yang sakit. Rasa keprihatinan muncul dibenak dokter Hana ketika mendengar keluhan dari orang-orang yang ditemuinya bahwa mereka harus berhutang demi bisa berobat. Perasaan itu sangat membekas hingga kejadian serupa sering Ia temui ketika dirinya berkecimpung di dunia kedokteran dan bertemu dengan pasien yang berasal dari keluarga tidak mampu.

Dokter Hana menyadari bahwa ketika masyarakat sakit maka ada beban tambahan lagi yang harus ditanggung yaitu biaya pengobatan. Sementara itu tidak semua masyarakat secara ekonomi memiliki kemampuan untuk membayar biaya pengobatan tersebut. Kenyataan pahit yang dirasakan masyarakat membuat dokter Hana tergerak ingin membantu mereka dengan berkeliling ke desa-desa memberikan pengobatan gratis kepada warga. Penghasilan yang diperoleh dari bekerja di rumah sakit Ia gunakan untuk membeli alat dan obat-obatan. Namun semakin lama jumlah warga yang membutuhkan pelayanan kesehatan terus bertambah sementara obat-obatan yang dibutuhkan juga semakin banyak. Untuk mencukupi pembelian obat-obatan maka dokter Hana mencoba menambah penghasilannya dengan bekerja paruh waktu di sebuah klinik kecantikan. Dukungan keluarga menguatkan dokter Hana untuk terus melangkah meskipun dihadapkan pada berbagai keterbatasan materiil.

LAHIRNYA RUMAH SEHAT MUSLIM DAN DHUAFA

Berdirinya klinik gratis Rumah Sehat Muslim dan Dhuafa merupakan wujud keprihatinan dokter Hana terhadap penderitaan masyarakat miskin dalam memperoleh pengobatan. Terletak di Dusun Sumberan Nomor 297 Ngestiharjo Kasihan Bantul, klinik Rumah Sehat Muslim dan Dhuafa berdiri sejak tahun 2012. Tidak berbeda dengan klinik kesehatan pada umumnya, Rumah Sehat Muslim dan Dhuafa menerima pasien dari masyarakat sekitar maupun luar daerah. Meskipun terlihat sama ada hal yang berbeda di Rumah Sehat Muslim dan Dhuafa yaitu masyarakat miskin tidak dipungut biaya. Disana hanya tersedia kontak infak bagi yang berkemampuan dapat membayar seikhlasnya.

Klinik yang didirikan sejak 2012 tersebut memang ditujukan untuk memberikan pengobatan secara gratis bagi semua orang terlepas dari agama, budaya maupun status sosial. Karena layanan kesehatan diberikan secara gratis

maka tidak ada pendapatan dari rumah sakit tersebut dan penghasilan dari kontak infaq tidaklah seberapa. Mengenang perjalanannya mengelola klinik gratis dokter Hana pernah dihadapkan pada masa-masa yang cukup berat yaitu ketika kontak infaq sama sekali tidak terisi. Beruntung kedua orang tua dokter Hana bersedia membantu untuk membeli obat-obatan meskipun belum mencukupi seluruh kebutuhan mengingat jumlah pasien yang terus bertambah.



Peraga 2. Klinik Gratis Rumah Sehat Muslim dan Dhuafa
Sumber: Dokumentasi Dr. Ferihana Cosmetics

Alat kesehatan dan obat-obatan yang dibutuhkan tentu membutuhkan biaya yang tidak sedikit, akan tetapi dokter Hana tidak ingin menyerah begitu saja. Keyakinannya sangat kuat bahwa semua yang dilakukan untuk kepentingan kemanusiaan dan Allah pasti akan memberikan jalan keluar seperti yang dijanjikan Allah dalam firman-Nya.

"...Barangsiapa bertakwa kepada Allah niscaya Dia akan membukakan jalan keluar baginya, dan Dia memberinya rezeki dari arah yang tidak disangka-sangkanya. Dan barangsiapa bertawakal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan-Nya. Sungguh, Allah telah mengadakan ketentuan bagi setiap sesuatu (QS At Thalaq: 2-3)

Memiliki ilmu agama yang kuat dan jalan dakwah yang ditekuni dokter Hana menjadi pondasi dalam menyikapi setiap masalah dan rintangan yang dihadapi. Allah tidak pernah ingkar janji dan jalan keluar itu pun muncul sampai akhirnya pada tahun 2015 dokter Hana membuka klinik kecantikan di tempat yang sama dengan lokasi Rumah Sehat miliknya. Tujuan pembukaan klinik tersebut adalah untuk menghidupi dan membiayai Rumah Sehat yang dijalankan untuk kepentingan sosial.

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Lini Bisnis Dr. Ferihana Cosmetics

Dr. Ferihana Cosmetics adalah produk kecantikan yang mengusung konsep kosmetik halal dan menggunakan bahan yang aman bagi kulit. Ferihana kosmetik lahir dari tangan seorang dokter Hana yang telah berpengalaman bergabung pada brand kecantikan terkenal di Yogyakarta yang mengusung konsep kecantikan. Dokter Hana sering mendengar keluhan pasiennya yang membutuhkan produk yang alami (*natural*) dan halal. Ketelatenan dokter Hana dalam menangani pasien di klinik kecantikan tersebut menginspirasi beliau untuk meracik kosmetiknya sendiri yang berbahan alami. Dokter Hana memperoleh ilmu mengenai kosmetik China baik *natural skin care* dan *non natural skin care* yang diperolehnya di Singapura. Dokter Hana selalu membekali diri dengan keahlian kosmetik dengan terus mengikuti sertifikasi dan pembelajaran di berbagai negara. Dokter Hana juga telah mengantongi sertifikat di bidang aestetik khusus seperti prosedur *filler* hidung, meniruskan pipi, *filler* bibir, botox, dari Amerika yaitu American Academy Aesthetic Medicine.

Jika dilihat tahun 2013, dokter Hana masih ingat bahwa jumlah produk yang dimiliki hanya terbatas pada krim yang diracik dengan bekerja sama dengan sebuah apotek. Produknya pun sangat terbatas pada krim berbahan alami. Selain telah belajar di berbagai tempat, dokter Hana juga belajar di program magister Formulasi Obat dan Kosmetik Bahan Alam dari sebuah perguruan tinggi swasta di Yogyakarta. Dengan bekal ilmu tersebut, dokter Hana mampu menjual produknya ke beberapa konsumen. Dengan bantuan beberapa karyawannya saat itu, dokter Hana mengenang masa masa perjuangan dimana dia harus meracik dan mengemas produknya untuk dapat dipasarkan. Lelah dan letih bukan penghalang semangatnya, karena bayangan klinik Dhuafanya selalu ada di dalam benak dokter Hana.

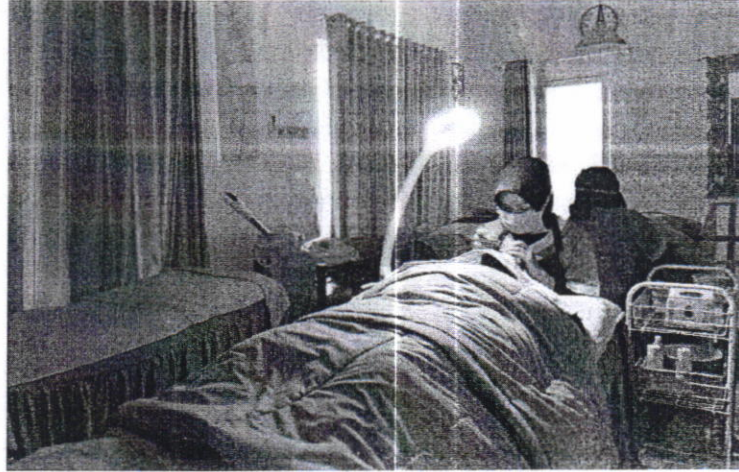
Berbekal ilmu dan sertifikasi yang dimiliki tersebut, tahun 2013 dokter Hana mulai meracik kosmetik berbahan kualitas tinggi yang saat ini dikenal dengan Produk Premium. Produk ini berbahan dasar yang alami dan racikan yang aman sehingga harga jual pun tergolong mahal. Banyak konsumen yang

berminat pada kosmetik racikan dokter Hana tersebut, akan tetapi banyak konsumen yang terkendala dengan harga yang mahal. Sehingga dokter Hana mulai membuat produk dengan harga yang lebih murah dan diproduksi secara masal. Produknya mulai dari *body care*, *face cream*, *face mask*, *face toner*, *facial wash* dan *special cream*. Tidak ketinggalan produk Galactomyces Ferment Filtrate (GFF) yang menjadi primadona bahan kecantikan. Selain itu produk unggulan yang mungkin tidak ditemukan pada produk lain adalah produk kosmetik khusus Haji dan Umrah. Total sudah 70 produk kecantikan yang lahir di bawah *brand* dokter. Ferihana cosmetics (peraga 3).



Peraga 3. Lini produk dr. Ferihana Cosmetics
Sumber: Dokumentasi Dr. Ferihana Cosmetics

Tidak hanya menekuni bidang kosmetik, dokter Hana akhirnya mengembangkan lini bisnisnya melalui diversifikasi produk. Pada lini kecantikan, dokter Hana membuka klinik kecantikan di beberapa tempat. Klinik pertama berlokasi di daerah Sumberan, Bantul dengan nama dr. Ferihana Aesthetic Center. Tahun 2017 Klinik kedua berlokasi di Jl. Pemuda Bantul bernama Ferihana Beauty House Bantul.

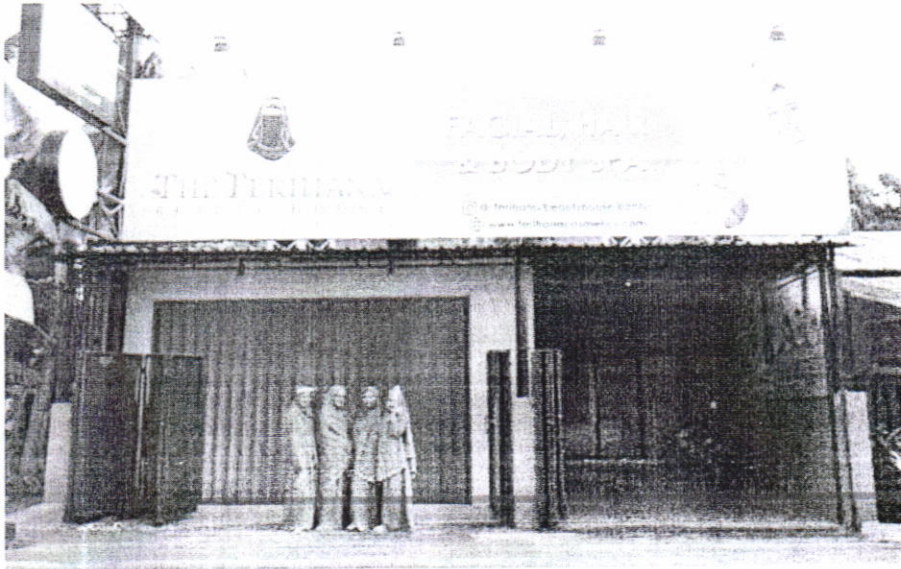


Peraga 4. Suasana Klinik kecantikan Dokter Hana
Sumber: Dokumentasi Dr. Ferihana Cosmetics

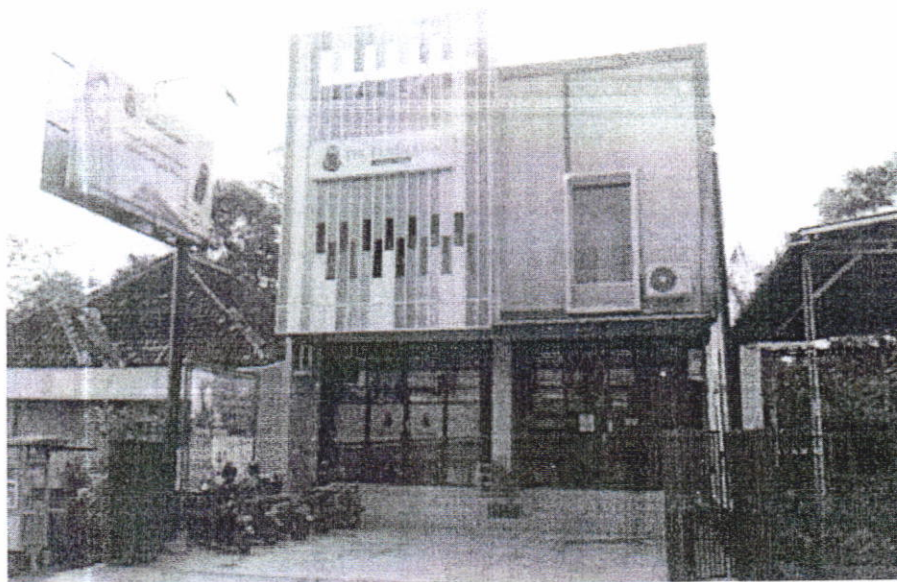
Tahun 2017 klinik di jalan Kaliurang dan Godean yang memiliki brand sama dengan cabang Bantul. Klinik kecantikan ini menyediakan layanan spa dan salon yang dilakukan oleh terapis bersertifikat. Hal ini untuk menjamin pelayanan yang baik pada pelanggan setia Dokter Ferihana Cosmetics. Dokter Hana menyadari bahwa wanita biasanya membutuhkan *one stop shopping* dimana ada klinik kecantikan, salon dan spa, juga ada fashion. Sehingga pada cabang Bantul (peraga 5) Kaliurang (peraga 6) dan Godean (peraga 7), klinik dilengkapi dengan showroom butik khusus muslimah.



Peraga 5. dr. Ferihana Aesthetic Center Sumberan
Sumber: Dokumentasi Dr. Ferihana Cosmetics



Peraga 6. Ferihana Beauty House Jl. Pemuda Bantul
Sumber: Dokumentasi Dr. Ferihana Cosmetics



Peraga 7. Ferihana Beauty House Jalan Kaliurang
Sumber: Dokumentasi Dr. Ferihana Cosmetics

Bersaing di tengah industri konveksi yang semakin ketat di Jogja, dokter Hana memiliki segmentasi berbeda untuk setiap kliniknya. Misalnya saja, butik yang berada di jalan Kaliurang lebih diperuntukkan untuk kalangan menengah ke atas dengan *brand* Jalabeeb. Sedangkan untuk segmen menengah ke bawah, lebih difokuskan butik di Bantul dengan nama Seder.Hana butik. Begitu pula dengan butik cabang godean yang memiliki nama butik *House of Eva* yang menasar kalangan menengah. Tentunya dokter Hana melakukan kerja sama dengan konveksi dalam produksinya.

Kunci Keberhasilan Bisnis Dr. Ferihana Cosmetics

Meskipun tidak memiliki latar belakang bisnis bukan berarti hal itu menjadi penghalang bagi dokter Hana untuk mampu mengembangkan bisnis kecantikannya. Berbekal ilmu dan pengalaman yang ia peroleh dari pekerjaan sebelumnya di sebuah klinik kecantikan menumbuhkan keberaniannya untuk merintis bisnisnya sendiri.

"Bisnisnya sekarang sudah maju, kok bisa sebesar ini?"

"Bagaimana caranya kok sekarang semakin banyak yang pakai produk kecantikan yang kamu buat?"

Pertanyaan itu sering muncul dari saudara maupun rekan-rekan dokter Hana melihat bisnis kecantikannya yang semakin besar. Mendengar pertanyaan-pertanyaan tersebut dokter Hana dengan penuh keyakinan menjawab bahwa Allah lah yang telah membukakan jalan untuknya hingga usahanya berkembang seperti saat ini.

Kini kosmetiknya sudah digunakan oleh perempuan dari segala usia hingga menjangkau seluruh penjuru negeri dengan menghasilkan omset kurang lebih 1 miliar rupiah per bulan. Tidak pernah terlintas di benak dokter Hana bahwa produk kosmetik yang ia hasilkan begitu diminati banyak orang. Ibarat gayung bersambut, niat yang tulus untuk menciptakan produk kecantikan yang aman dan halal mampu menarik banyak konsumen. Mengawali kisahnya, awal mula pada tahun 2012 sampai dengan 2013 dokter Hana bekerja di sebuah klinik kecantikan di Yogyakarta. Karena penampilannya yang sederhana dan jujur justru dicintai banyak pasien dan menjadi best doctor dengan antrian rata-rata 7 pasien setiap harinya. Pasiennya berasal dari berbagai latar belakang mulai dari mahasiswa hingga pimpinan perusahaan ataupun bos besar hanya bersedia konsultasi dengan dokter Hana dan tidak ingin diperiksa oleh dokter kecantikan yang lain.

Loyalitas pasiennya tidak berubah ketika dokter Hana memutuskan untuk membuka bisnis kecantikan sendiri dan keluar dari klinik tempat ia bekerja. Ketika itu pelanggan lamanya tetap setia mempercayakan perawatannya kulit kepada dokter Hana. Bermula dari pemasaran mulut ke mulut pelanggan klinik kecantikannya terus bertamah dari hari ke hari. Seiring

dengan semakin berkembangnya bisnis online, bisnis *reseller* pun mulai banyak dilirik dan diminati terutama bagi para pebisnis pemula. Momentum itu tidak dilewatkan oleh dokter Hana, untuk meningkatkan penjualan Ia mulai membuka *reseller* secara gratis artinya para *reseller* memasarkan kembali produk kecantikan secara online ataupun menjual secara *offline*. Karena *reseller* bersifat gratis maka perannya lebih seperti marketer.

Strategi ini dipilih agar pemasaran produknya lebih luas disisi lain dokter Hana ingin merangkul siapa saja yang membutuhkan pekerjaan atau ingin mencari penghasilan tambahan. Disamping itu dokter Hana juga menjalin ikatan silaturahmi dengan para *reseller* melalui kajian agama yang rutin dilakukan salah kegiatannya adalah belajar bahasa Arab. Langkah ini Ia tempuh sebagai jalan dakwah untuk memperdalam pengetahuan agama dan lebih banyak menebarkan manfaat bagi sesama. Sebagai wujud apresiasi kepada para *resellernya* dokter Hana sengaja memberikan reward bulanan seperti emas maupun handphone. Tujuannya adalah agar mereka terus bersemangat baik dalam mencari rezeki maupun dalam belajar agama dari kajian rutin yang dilakukan. Jika ditanya kunci sukses dari bisnis yang dijalankan, dokter Hana terdiam karena Ia merasa tidak memiliki strategi khusus bahkan bekal ilmu bisnis secara formal tidak Ia miliki.

"Semua dibawa ke religi, jika kamu ingin mendapatkan rezeki maka pedulilah kepada kaum dhuafa"

Kata kunci itulah yang diungkapkan oleh dokter Hana yaitu segala aktivitas yang dilakukan semata-mata untuk beribadah kepada Allah. Memperbaiki niat, sabar dan ikhlas adalah strategi utama untuk mencapai kesuksesan baik didunia maupun akhirat.

DISKRIPSI KASUS

Dilema Pengembangan Kosmetik Halal

Persaingan yang tinggi terutama dengan kosmetik impor, mengikuti trend adalah strategi yang tepat untuk memenangkan pasar. Namun ada dilema yang dihadapi bahwa perkembangan tren kecantikan tidak selalu menggambarkan peningkatan kualitas produk yang dihasilkan. Strategi pemasaran melalui Iklan yang dikemas secara menarik dengan memperlihatkan kulit wajah yang menawan tentu mampu mempengaruhi keputusan masyarakat untuk membeli produk. Disisi lain minimnya pengetahuan dan keinginan masyarakat untuk tampil mempesona seperti model dalam iklan akan dengan mudah terpengaruh oleh promosi yang dilakukan perusahaan kosmetik. Antusiasme konsumen kemudian dimanfaatkan oleh perusahaan lain untuk membuat

produk yang memiliki kandungan serupa sehingga pada akhirnya membentuk trend kosmetik yang baru. Melihat trend yang berkembang hati dokter Hana terusik karena ada sesuatu yang menurutnya tidak benar.

"Bukankah bahan ini sebetulnya tidak memberikan efek yang maksimal pada kulit?"
"Mengapa bahan itu diklaim mampu mempercantik kulit, bukankah ini seperti pembodohan masyarakat?"

Itulah yang ada dibenak dokter Hana dan mengganggu pikirannya, bagaimana bisa produk dengan bahan tersebut menjadi populer dan banyak diminati masyarakat. Dokter Hana menyadari semua perempuan tentu ingin tampil cantik namun terkadang mereka lupa untuk lebih mementingkan pentingnya kesehatan kulit. Mereka tidak sadar apakah kandungan dalam kosmetik tersebut aman dan efektif ataukah justru berbahaya. Hal penting lainnya yang sering terabaikan yaitu apakah kandungan dalam kosmetik tersebut halal terutama bagi seorang muslim.

Dengan ilmu yang dimiliki di bidang kosmetik dan estetika, dokter Hana tahu betul apakah arus tren kecantikan yang berkembang patut untuk diikuti atau tidak. Jika hanya mempertimbangkan keuntungan maka mengikuti trend adalah strategi yang tepat untuk menarik lebih banyak konsumen. Disisi lain jika memilih tidak mengikuti trend maka dimungkinkan akan kalah kalah bersaing dan menghambat perusahaan untuk berkembang. Dihadapkan pada dilema tersebut dokter Hana tahu betul bahwa bisnis kecantikan sangatlah dinamis dan terus berkembang, namun seharusnya tidak melupakan prinsip-prinsip dasar yang harus dipegang dalam menjalankan bisnis secara islami.

Produsen atau perusahaan kecantikan tidak seharusnya membuat klaim yang berlebihan dalam mempromosikan produk atau cenderung membodohi masyarakat. Bagi dokter Hana keuntungan bukanlah tujuan utama dari bisnis yang ia jalankan, namun ada orientasi lain yang jauh lebih berharga yaitu berbisnis dijalan Allah. Itulah prinsip yang selalu ia pegang terlebih usaha yang ia jalankan digunakan untuk kepentingan kemanusiaan membiayai klinik gratis Rumah Sehat Muslim dan Dhuafa. Mengedukasi dan menciptakan kosmetik yang aman dan halal bagi masyarakat adalah tujuan utama dari dokter Hana.

Dilema Pengembangan Bisnis dan Perizinan

Tidak sampai disitu dilema lain yang dihadapi dokter Hana dalam pengembangan bisnis adalah perluasan jaringan. Sejak berdiri hingga sekarang banyak sekali tawaran kerjasama dari berbagai pihak. Bahkan ada juga yang tega menipu untuk meraup keuntungan yang lebih besar. Semakin besarnya bisnis kecantikan yang dijalankan dokter Hana maka tawaran kerjasama juga

terus berdatangan. Hal ini merupakan peluang yang sangat baik untuk meningkatkan daya saing melalui pengembangan jaringan usaha. Disamping itu kesempatan kerjasama dengan pihak lain juga bermanfaat untuk menjangkau target pasar yang lebih luas. Dokter Hana menyadari menutup diri dari pihak luar yang ingin bekerjasama sesungguhnya dapat menghambat perkembangan bisnis kecantikan yang Ia kelola.

Namun keputusan apakah akan mengelola bisnis sendiri atau bekerja sama dengan pihak lain bukanlah hal yang mudah bagi dokter Hana. Hal ini tidak terlepas dari misi sosial yang dijalankan bahwa bisnis kecantikan yang dijalankan adalah untuk membiayai klinik kesehatan yang berbasis sosial. Sementara itu mitra yang menawarkan kerjasama belum tentu memiliki visi misi yang sama dengan dokter Hana. Klinik gratis dokter Hana dijalankan tidak menggunakan cara mengumpulkan dana dari donatur. Sehingga semua biaya pendirian hingga biaya operasional ditanggung sendiri oleh dokter Hana. Hal ini menjadi pilihan, karena apabila klinik tersebut menerima/menampung pendanaan dari luar, maka bentuk badan hukum juga harus mengikuti peraturan pemerintah. Dimana setiap entitas yang menghimpun dan merupakan sebuah lembaga sosial berbadan hukum seperti Lembaga Amil Zakat atau yang sejenisnya. Sehingga dokter Hana memilih untuk membiayai semua kebutuhan klinik mulai dari perizinan, operasional dan pengembangan klinik.

Tingginya animo masyarakat pada klinik gratis tersebut, mengakibatkan kebutuhan peningkatan kapasitas klinik yang semakin besar. Sehingga memaksa dokter Hana untuk lebih meningkatkan bisnisnya untuk mencukupi kebutuhan operasional klinik. Mulai dari penyediaan obat, biaya dokter, serta pajak yang harus ditanggung.

Sistem operasional pada klinik gratis, juga diterapkan pada bisnis kosmetik yang dijalankan. Dimana dokter Hana tidak mencari rekan bisnis atau investor dalam mengembangkan usahanya. Hal ini bukan tidak berarti dokter Hana menolak tawaran kerja sama, tetapi pengalaman pahitlah yang membuatnya mengambil keputusan ini. Awal pengembangan bisnis kosmetik ini, dokter Hana pernah mendapatkan tawaran kerja sama dari seorang follower dr. Ferihana di sosial media. Tahun 2017, dokter Hana dengan pihak tersebut mulai membuat klinik kecantikan Muslimah disalah satu kota. Konsep yang diusung adalah rumah kecantikan dimana semua produk menggunakan produk kosmetik dokter Hana dan semua terapis kecantikan berasal dari klinik dr. Ferihana di Yogyakarta. Karena akad yang digunakan adalah kerja sama, maka tidak sedikit waktu, tenaga pikirandan harta yang dokter Hana curahkan untuk membuka klinik kecantikan tersebut.

Setelah klinik berjalan, ternyata klinik dr. Ferihana mendapat antusiasme masyarakat yang sangat besar. Hingga salah satu pihak mulai tidak transparan, dan terlihat berbagai kejanggalan dan kecurangan. Sehingga hal ini

membuat dr. Ferihana memutuskan mengakhiri kerjasama tersebut dengan kerugian material yang tidak sedikit. Setelah kejadian tersebut, dokter Hana memilih untuk tidak menerima kerja sama dari pihak mana pun dan dari siapa pun yang menginginkan kerjasama.

Karena pengalaman inilah maka dokter Hana semakin berhati - hati dalam mengambil keputusan dalam pengembangan bisnisnya dan memantapkan diri menjalankan bisnis dengan mencari ridho Allah dan dengan pertolongan Allah SWT. Dari kejadian tersebut, dokter Hana mulai berusaha untuk mengembangkan bisnis dengan cara bekerja sama dengan sebuah pabrik untuk memproduksi kosmetiknya. Pabrik pertama yang bekerja sama berada di daerah Sumedang, Jawa Barat. Pabrik pertama ini memproduksi kosmetik jenis non premium yang banyak diminati masyarakat. Sedangkan untuk kosmetik premium, masih diracik sendiri oleh dokter Hana. Hingga tahun 2021, kosmetik yang dimiliki telah bekerja sama dengan 4 pabrik yang berada di beberapa kota di Indonesia. Memiliki empat buah pabrik merupakan sebuah prestasi. Bagaimana tidak, untuk dapat bekerjasama, setiap pabrik mensyaratkan adanya HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual) yang berbeda untuk setiap pabrik.

Impian dokter Hana saat ini adalah membangun pabriknya sendiri, yang nantinya akan memberdayakan masyarakat sekitar. Bukan jalan yang mudah untuk dilewati untuk mewujudkan keinginannya tersebut. Dokter Hana telah memiliki lahan seluas 5.000 m² yang terletak di kawasan perbatasan Yogyakarta - Kulon Progo. Dengan bermodal lahan yang luas, tidak serta merta kemudian pabrik dapat didirikan. Dilema pertama adalah perizinan pendirian pabrik yang tidak mudah dan biaya yang tidak murah.

Iklm perizinan investasi di Indonesia sangat tidak mendukung upaya usaha yang dilakukan masyarakat. Setidaknya izin yang harus dikantongi tidak hanya izin usaha, tetapi juga memenuhi syarat pendirian, aspek teknis teknologis, aspek *finacial* (ekonomi), aspek pasar dan pemasaran, aspek legal formal (perizinan), aspek dampak sosial dan lingkungan. Semua aspek tersebut harus terpenuhi sebelum pabrik beroperasi. Banyaknya aspek yang harus dipenuhi, tentu berdampak pada biaya yang tidak murah. Hal ini dirasakan hampir semua pengusaha untuk mendirikan bisnis, termasuk dokter Hana. Sebagaimana diketahui bahwa sektor UMKM adalah usaha yang mampu bertahan disaat krisis. (Liputan6.com).

Jalan pintas yang mudah adalah dengan menggunakan jasa pihak ketiga untuk pengurusan izin. Dokter Hana pernah melakukan hal ini saat mengurus perizinan kerja sama pabrik di Semarang. Keinginan agar proses perizinan dapat selesai dengan cepat dan hemat waktu, tetapi hasilnya tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh dokter Hana. Perizinan tidak kunjung

turun, tetapi biaya jasa pihak ketiga membengkak. Akhirnya dokter Hana mulai mengurus sendiri semua perizinan pabrik dibantu oleh sang asisten.

Tekad yang kuat dan niat untuk mencari ridha Allah menjadi penyemangat diri dokter Hana untuk terus meningkatkan pelayanan di klinik Dhuafanya. Bisnis kosmetik yang menjadi penyokong klinik Dhuafa tersebut harus dikembangkan, bukan untuk menambah pundi-pundi kekayaan diri, tapi untuk memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat.

PENUTUP

Konsep Teori 1: Manajemen Harta Dalam Islam

Kasus ini dirancang untuk mahasiswa tingkat sarjana minimal pada tahun ke dua, dimana mahasiswa telah mendapatkan teori dasar mengenai manajemen harta dalam islam. Setidaknya ada dua poin penting terkait dengan manajemen harta dalam islam yaitu:

- 1 Pemanfaatan harta digunakan untuk kelangsungan kehidupan diri dan keluarga, sebagai sebuah kebutuhan yang wajib berdasarkan kefitrahannya sebagai manusia.
- 2 Pemanfaatan harta bagi manusia diluar keluarga, atau pemanfaatan yang bermotif amal sholeh sebagai alat dalam rangka mendapatkan gelar kemuliaan dari Tuhan

Rasulullah menegaskan bahwa pemilik mutlak harta adalah Allah sementara manusia hanya pemegang "amanah". Setiap harta dan kekayaan yang dimiliki manusia pada dasarnya adalah "amanah" yang salah satunya berhubungan dengan hak orang lain. Dengan kata lain sesungguhnya harta yang dimiliki oleh setiap orang, terdapat hak-hak orang lain yang dititipkan kepadanya. Untuk mensucikan harta tersebut maka dianjurkan menafkahkan sebagian kelebihan hartanya kepada orang yang berhak melalui zakat, infak, dan sedekah.

Kosep Teori 2: Konsep Transaksi Dalam Islam

Dalam kaidah muamalah pada dasarnya semua aktivitas ekonomi termasuk berbisnis adalah halal, kecuali dalam aktivitas tersebut ada unsur-unsur yang terlarang sehingga hukum yang tadinya halal menjadi haram. Berikut beberapa penyebab mengapa suatu transaksi atau aktivitas ekonomi dilarang:

- Penyebab transaksi dilarang dalam islam yang pertama adalah karena haram zatnya. Dalam hal ini transaksi dilarang karena obyek yang ditransaksikan merupakan benda-benda yang terlarang untuk dikonsumsi. Misalnya
- Transaksi barang dan jasa yang halal dari segi zatnya dapat menjadi haram karena adanya faktor-faktor seperti: tadelis (menipu), gharar

(ketidakpastian), ikhtikar (menipu), rekayasa pasar dalam demand (Bai' Najasy), riba dan riswah

- Terlarangnya suatu transaksi juga dapat terjadi ketika akad yang dilakukan tidak sempurna rukun dan syaratnya

Dalam ajaran islam setiap transaksi syariah yang dilakukan seperti transaksi jual beli atau transaksi lainnya harus berlandaskan akad yang jelas. Akad memiliki kedudukan sentral dalam setiap kegiatan muamalah karena menggambarkan hak dan kewajiban masing-masing pihak yang sifatnya mengikat. Beberapa akad dalam transaksi muamalah yaitu:

- Akad jual beli terdiri dari akad murabahah, salam dan itishna
- Akad kerjasama yaitu akad mudharabah dan akad musyarakah
- Akad sewa atau akad ijarah

Konsep Teori 3: Kompetisi Usaha

Para ekonom melihat proses bekerjanya sistem persaingan dengan indikator yang dikenal dengan *Structure-Conduct-Performance* (SCP). Dari sisi *structure*, indikator sistem persaingan adalah sebagai berikut: (Martin, 1994 dalam Utomo, 2010)

1. *Number and Size Distribution of Sellers and Buyers*
Dalam pasar persaingan, terdapat banyak penjual dan pembeli yang masing-masing tidak dapat mempengaruhi harga.
2. *Product Differentiation*
Produk yang standar tidak pernah ada di dunia nyata. Semakin berbeda barang tersebut, semakin kecil kemungkinan substitusi dengan barang lain.
3. *Entry Condition*
Entry Condition menentukan potensi persaingan antara perusahaan yang telah ada dan perusahaan yang akan masuk ke dalam industri. Di sisi Conduct, indikator yang digunakan adalah ada tidaknya kerja sama (collusion) dan strategi yang dilakukan oleh pelaku ekonomi, serta adanya advertising atau Research and Development (R&D). Yang terakhir, dari sisi Performance, ekonom melihat berjalannya system persaingan dari profitabilitasnya, dan efisiennya.

Setelah membaca, mencermati dan menganalisis secara berkelompok, mahasiswa diharapkan mampu:

1. Mahasiswa mengenali konsep *sociopreneur*
2. Menelaah kondisi lingkungan bisnis produk halal
3. Mengusulkan strategi pengemabangan bisnis dr. Ferihana Cosmetics seusai dengan nilai-nilai Islam.

Pertanyaan Untuk Diskusi

Beberapa pertanyaan untuk diskusi yang dapat diajukan adalah:

- 1 Apa saja dilema yang dihadapi oleh Dr. Ferihana Cosmetics dalam pengembangan bisnis?
- 2 Seperti apa konsep *sociopreneur* yang dijalankan oleh Dr. Ferihana Cosmetics?
- 3 Motivasi apa yang mendorong Dokter Ferihana menjalankan usahanya berbasis *sociopreneur*?
- 4 Tantangan apa yang dihadapi dalam pengembangan kosmetik halal?

REFERENSI

Wawancara mendalam dengan dokter Ferihana pendiri Rumah Sehat Muslim dan Dhuafa dan Dr. Ferihana Cosmetics 2021.

Observasi di klinik kecantikan dokter Ferihana 2021.

Antonio, M.A. (2012). *Bisnis dan Kewirausahaan* Ensiklopedia Muhammad SAW: The Super Leader Super Manager, Tazkia.

Utomo, T. J. (2010). Lingkungan Bisnis dan Persaingan Bisnis Ritel. *Fokus Ekonomi*. 5 (1): 70 – 80

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4343006/jadi-penyelamat-krisis-ekonomi-apa-itu-umkm>