e-ISSN: 2827-7759
DOI https://doi.org/10.55438/jqim.v5i1.283
Qonun Iqtishad El Madani Journal
Volume 6 Nomor 1 Desember 2026 (1-11)

Penerapan Manajemen Bisnis Islam pada Koperasi Al-Azhar Mart dalam Perspektif Ekonomi Islam

Nidaul Jannah*, Riski Aditya, Hasriani, Sandi Putra
Sekolah Tinggi Agama Islam AL-Azhar Gowa, Sulawesi Selatan, Indonesia
*Correspondence Address: nidauljannahh26@gmail.com

ARTICLE INFO
Received
15 Juli 2026
Revised
29 September 2026
Accepted
25 Oktober 2026
Published
25 Oktober 2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of Islamic business management at Al-Azhar Mart Cooperative from the perspective of Islamic economics. The study employed a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through interviews, documentation, and a literature review, while the research informants consisted of the managers of Al-Azhar Mart Cooperative. The findings indicate that Al-Azhar Mart Cooperative has implemented Islamic business management principles, including monotheism (tawhid), justice, honesty, trustworthiness (amanah), transparency, and accountability in its operational activities. The implementation of these principles is reflected in the provision of halal products, honest customer service, transparent business management, and a commitment to conducting business activities in accordance with Sharia principles. The implementation of these values has positively influenced members' trust and the sustainability of the cooperative's business. Nevertheless, the cooperative continues to face challenges, including limited human resources with expertise in Islamic economics and competition from conventional businesses. Therefore, improving human resource competencies and strengthening commitment to Sharia principles are necessary to support sustainable cooperative management. Based on the findings, it can be concluded that the implementation of Islamic business management at Al-Azhar Mart Cooperative has been carried out effectively and is consistent with the principles of Islamic economics.

Key Words: Islamic Business Management, Koperasi Al-Azhar, Islamic Ecomonic, Koperasi Syariah.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan manajemen bisnis Islam pada Koperasi Al-Azhar Mart dalam perspektif ekonomi Islam. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka, sedangkan informan penelitian terdiri atas pengelola Koperasi Al-Azhar Mart. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Koperasi Al-Azhar Mart telah menerapkan prinsip-prinsip manajemen bisnis Islam, seperti tauhid, keadilan, kejujuran, amanah, transparansi, dan tanggung jawab dalam kegiatan operasionalnya. Penerapan prinsip-prinsip tersebut tercermin dalam penyediaan produk halal, pelayanan yang jujur, pengelolaan usaha yang transparan, serta komitmen menjalankan kegiatan usaha sesuai dengan prinsip syariah. Implementasi nilai-nilai tersebut memberikan dampak positif terhadap kepercayaan anggota dan keberlangsungan usaha koperasi. Meskipun demikian, koperasi masih menghadapi kendala berupa keterbatasan sumber daya manusia yang memahami ekonomi Islam dan persaingan dengan usaha konvensional. Oleh karena itu, peningkatan kompetensi sumber daya manusia dan penguatan komitmen terhadap prinsip syariah diperlukan untuk mendukung pengelolaan koperasi yang berkelanjutan. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penerapan manajemen bisnis Islam pada Koperasi Al-Azhar Mart telah berjalan dengan baik dan sejalan dengan perspektif ekonomi Islam.

Kata Kunci: Manajemen Bisnis Islam, Koperasi Al-Azhar Mart, Ekonomi Islam, Koperasi syariah.

To cite this article: Jannah. N.,*Aditya. R., Hasriani, H. & Putra. S. 2026. Penerapan Manajemen Bisnis Islam pada Koperasi Al-Azhar Mart dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Qonun Iqtishad El Madani Journal*. 6 (1), 1-11. (APA 7th Style)

This is an open access article under the CC-BY License
(https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/



Pendahuluan

Perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat telah meningkatkan tingkat persaingan antar pelaku usaha. Dalam praktiknya, banyak aktivitas bisnis masih berorientasi pada pencapaian keuntungan ekonomi sehingga nilai-nilai moral, etika, dan spiritual cenderung kurang mendapat perhatian. Kondisi tersebut mendorong sebagian pelaku usaha untuk lebih mengutamakan kepentingan pribadi daripada kemaslahatan bersama. Berbeda dengan konsep tersebut, Islam memandang bahwa kegiatan bisnis tidak hanya ditujukan untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga harus berlandaskan pada nilai-nilai kejujuran, keadilan, amanah, dan tanggung jawab sosial. Oleh sebab itu, penerapan manajemen bisnis Islam menjadi aspek yang penting dalam mewujudkan aktivitas bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga memberikan manfaat spiritual dan sosial bagi masyarakat (Maleha, 2016).

Dalam perspektif ekonomi Islam, kegiatan bisnis tidak hanya dipandang sebagai sarana untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga merupakan bagian dari ibadah yang harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan syariah. Oleh karena itu, setiap aktivitas usaha perlu dikelola berdasarkan prinsip-prinsip Islam agar tujuan ekonomi dapat dicapai tanpa mengabaikan nilai-nilai moral dan spiritual. Manajemen syariah merupakan sistem pengelolaan organisasi yang berpedoman pada Al-Qur'an dan Sunnah sebagai landasan dalam setiap proses perencanaan, pengambilan keputusan, dan pelaksanaan kegiatan usaha. Perbedaan mendasar antara manajemen syariah dan manajemen konvensional terletak pada adanya nilai-nilai ilahiah yang menjadi dasar dalam seluruh aktivitas organisasi, sehingga setiap keputusan tidak hanya mempertimbangkan aspek efisiensi dan keuntungan, tetapi juga nilai keadilan, amanah, dan tanggung jawab kepada Allah Swt. serta sesama manusia **(**Hasriyanti & Wahyuni, 2023).

Manajemen syariah menekankan bahwa seluruh sumber daya yang dimiliki organisasi harus dikelola secara amanah, adil, dan bertanggung jawab dengan tujuan memperoleh keridaan Allah Swt. Dalam penerapannya, manajemen syariah tidak hanya berorientasi pada efektivitas dan efisiensi organisasi, tetapi juga mengedepankan kemaslahatan, kesejahteraan, dan keadilan bagi seluruh pihak yang terlibat. Hubungan antara pemilik usaha, pengelola, karyawan, dan konsumen dibangun atas dasar kejujuran, amanah, serta tanggung jawab sehingga tercipta lingkungan bisnis yang sehat dan selaras dengan nilai-nilai Islam.

Fungsi-fungsi manajemen, seperti perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pengarahan (actuating), dan pengawasan (controlling**)**, juga harus dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah agar tujuan organisasi dapat tercapai secara efektif. Dengan demikian, penerapan manajemen bisnis Islam diharapkan mampu menciptakan keseimbangan antara aspek material dan spiritual, sehingga aktivitas bisnis tidak hanya menghasilkan keuntungan ekonomi, tetapi juga memberikan nilai ibadah dan kemaslahatan bagi masyarakat (Sunarji, 2017).

Koperasi Al-Azhar Mart merupakan salah satu unit usaha yang beroperasi di lingkungan Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Al-Azhar Gowa dan bergerak di bidang perdagangan kebutuhan sehari-hari. Koperasi ini menyediakan berbagai produk, seperti makanan, minuman, jajanan, bahan pokok, perlengkapan rumah tangga, serta kebutuhan lainnya bagi dosen, tenaga kependidikan, mahasiswa, dan masyarakat sekitar. Selain berorientasi pada pemenuhan kebutuhan konsumen, Koperasi Al-Azhar Mart juga berupaya menyediakan produk yang halal serta menjalankan aktivitas usahanya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Penerapan etika bisnis Islam di Koperasi Al-Azhar Mart juga tercermin dalam penyampaian informasi yang jelas kepada konsumen, upaya menjaga kepercayaan anggota, serta pemberian pelayanan yang mengedepankan nilai-nilai Islam. Meskipun demikian, koperasi masih menghadapi beberapa tantangan, antara lain keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki pemahaman mengenai ekonomi Islam serta persaingan dengan pelaku usaha konvensional. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penerapan manajemen bisnis Islam masih memerlukan penguatan agar dapat diimplementasikan secara lebih optimal. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis sejauh mana

prinsip-prinsip manajemen bisnis Islam telah diterapkan pada Koperasi Al-Azhar Mart dalam perspektif ekonomi Islam **(**Hasriyanti & Wahyuni, 2023).

Koperasi merupakan salah satu bentuk organisasi ekonomi yang berkembang atas dasar kerja sama, kekeluargaan, dan kepentingan bersama. Keberadaan koperasi tidak hanya diarahkan untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga untuk meningkatkan kesejahteraan anggota melalui kegiatan ekonomi yang dilakukan secara kolektif. Dalam perkembangannya, koperasi menghadapi perubahan lingkungan usaha yang semakin kompetitif, perkembangan teknologi, perubahan kebutuhan konsumen, serta meningkatnya tuntutan terhadap tata kelola usaha yang transparan dan bertanggung jawab. Kondisi tersebut mendorong koperasi untuk melakukan penyesuaian dalam pengelolaan organisasi dan kegiatan usahanya agar tetap mampu memberikan manfaat bagi anggota dan masyarakat.

Perkembangan koperasi juga berlangsung seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya aktivitas ekonomi yang sesuai dengan nilai-nilai agama. Dalam masyarakat Muslim, kegiatan ekonomi tidak hanya dipertimbangkan berdasarkan aspek keuntungan dan efisiensi, tetapi juga berdasarkan kehalalan transaksi, keadilan, amanah, transparansi, dan kemaslahatan. Kebutuhan tersebut mendorong berkembangnya bentuk koperasi yang mengintegrasikan prinsip-prinsip perkoperasian dengan prinsip ekonomi Islam. Perkembangan inilah yang kemudian melahirkan dan memperkuat keberadaan koperasi syariah sebagai salah satu alternatif kelembagaan ekonomi yang berorientasi pada kesejahteraan anggota sekaligus kepatuhan terhadap prinsip syariah (Kurnia & Putri, 2025).

Koperasi syariah pada dasarnya tidak meninggalkan karakter utama koperasi, yaitu kerja sama dan peningkatan kesejahteraan anggota. Perbedaannya terletak pada landasan nilai dan mekanisme yang digunakan dalam menjalankan kegiatan usaha. Koperasi syariah menjadikan prinsip-prinsip Islam sebagai pedoman dalam seluruh aktivitasnya, sehingga kegiatan ekonomi harus memperhatikan ketentuan halal dan haram serta nilai keadilan, kejujuran, amanah, tolong-menolong, dan tanggung jawab. Dengan demikian, perkembangan koperasi syariah dapat dipahami sebagai bentuk adaptasi koperasi terhadap kebutuhan masyarakat yang menghendaki aktivitas ekonomi yang tidak hanya memberikan manfaat material, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai spiritual (Suryani & Kurniawati, 2024).

Perbedaan mendasar antara koperasi konvensional dan koperasi syariah dapat dilihat dari landasan operasional, tujuan, mekanisme transaksi, dan pengawasan kegiatan usaha. Koperasi konvensional menjalankan kegiatan berdasarkan prinsip perkoperasian dan ketentuan peraturan yang berlaku, sedangkan koperasi syariah menjalankan kegiatan perkoperasian dengan tambahan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Artinya, koperasi syariah tidak hanya memperhatikan apakah suatu kegiatan dapat menghasilkan keuntungan, tetapi juga mempertimbangkan apakah cara memperoleh keuntungan tersebut sesuai dengan ketentuan Islam.

Dari aspek tujuan, koperasi konvensional dan koperasi syariah sama-sama memiliki orientasi untuk meningkatkan kesejahteraan anggota. Namun, koperasi syariah memiliki orientasi yang lebih luas karena kesejahteraan tersebut ditempatkan dalam kerangka kemaslahatan dan *falah*. Keuntungan ekonomi tetap diperlukan untuk menjaga keberlangsungan koperasi, tetapi keuntungan bukan merupakan satu-satunya ukuran keberhasilan. Kegiatan usaha juga harus memberikan manfaat kepada anggota, masyarakat, dan lingkungan serta dilaksanakan dengan memperhatikan nilai-nilai moral dan spiritual Islam. Orientasi tersebut sejalan dengan perspektif ekonomi Islam yang menempatkan aktivitas ekonomi sebagai bagian dari tanggung jawab manusia kepada Allah Swt. dan sesama manusia (Syaifuddin et al., 2022)..

Perbedaan selanjutnya terdapat pada mekanisme transaksi. Koperasi syariah wajib memastikan bahwa transaksi yang dilakukan tidak mengandung unsur riba, gharar, maysir, penipuan, maupun bentuk transaksi lain yang bertentangan dengan prinsip syariah. Setiap transaksi harus dilakukan secara jelas, terbuka, atas dasar kerelaan para pihak, dan tidak menimbulkan ketidakadilan. Sementara itu, koperasi konvensional tidak menggunakan prinsip halal-haram sebagai dasar khusus dalam menentukan bentuk transaksi. Perbedaan ini

menunjukkan bahwa koperasi syariah memiliki dimensi kepatuhan syariah yang menjadi bagian integral dari tata kelola usahanya **(**Tafana dkk., 2024).

Dari sisi pengelolaan, koperasi konvensional maupun koperasi syariah sama-sama membutuhkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan agar kegiatan organisasi berjalan secara efektif. Akan tetapi, pada koperasi syariah fungsi-fungsi manajemen tersebut harus dilaksanakan dengan memperhatikan nilai tauhid, amanah, keadilan, musyawarah, kejujuran, dan tanggung jawab. Pengambilan keputusan tidak semata-mata didasarkan pada pertimbangan efisiensi dan keuntungan, tetapi juga pada dampak keputusan terhadap anggota dan kesesuaiannya dengan prinsip syariah. Dengan demikian, manajemen pada koperasi syariah memiliki dimensi material sekaligus spiritual (Suryani & Kurniawati, 2024).

Perbedaan juga terlihat dalam aspek pengawasan. Pada koperasi konvensional, pengawasan terutama diarahkan pada kepatuhan terhadap aturan organisasi, ketentuan hukum, dan pencapaian tujuan usaha. Sementara itu, koperasi syariah selain menjalankan pengawasan organisasi dan administratif juga membutuhkan pengawasan terhadap kepatuhan syariah. Pengawasan tersebut penting untuk memastikan bahwa kegiatan usaha, produk, transaksi, serta pengelolaan koperasi tidak bertentangan dengan prinsip Islam. Oleh sebab itu, keberadaan mekanisme pengawasan syariah menjadi salah satu karakter yang membedakan tata kelola koperasi syariah dengan koperasi konvensional (Rajib dkk, 2023).

Perbedaan koperasi konvensional dan koperasi syariah bukan berarti keduanya memiliki tujuan yang sepenuhnya berbeda. Keduanya sama-sama menempatkan kesejahteraan anggota sebagai bagian penting dari tujuan organisasi. Perbedaannya terutama terletak pada nilai yang menjadi dasar pengelolaan dan batasan dalam menjalankan kegiatan usaha. Koperasi syariah menggabungkan prinsip kerja sama dan kesejahteraan anggota dengan prinsip ekonomi Islam, sehingga kegiatan usaha diarahkan untuk mencapai keseimbangan antara kepentingan ekonomi, sosial, dan spiritual. Hal tersebut menjadikan koperasi syariah relevan bagi masyarakat yang menginginkan kegiatan ekonomi yang produktif sekaligus sesuai dengan nilai-nilai Islam (Kurniawan, 2024).

Perkembangan koperasi syariah juga memiliki relevansi yang kuat dengan penerapan manajemen bisnis Islam. Ketika prinsip syariah diterapkan dalam koperasi, fungsi manajemen tidak cukup hanya dilaksanakan secara administratif, tetapi harus disertai dengan nilai etika dan moral Islam. Perencanaan harus mempertimbangkan kebutuhan anggota dan kemaslahatan, pengorganisasian harus dilandasi amanah dan keadilan, pengarahan harus dilakukan dengan keteladanan dan tanggung jawab, sedangkan pengawasan harus memastikan tercapainya tujuan organisasi sekaligus kepatuhan terhadap prinsip syariah. Oleh karena itu, pengembangan koperasi syariah menuntut adanya pengelolaan yang profesional sekaligus berlandaskan nilai-nilai Islam.

Dalam konteks lembaga pendidikan Islam, keberadaan koperasi memiliki posisi yang strategis karena tidak hanya berfungsi sebagai unit usaha, tetapi juga dapat menjadi sarana penerapan nilai-nilai ekonomi Islam dalam kehidupan sehari-hari. Lingkungan perguruan tinggi Islam memiliki karakteristik yang memungkinkan prinsip kejujuran, amanah, keadilan, transparansi, dan tanggung jawab diterapkan secara langsung dalam kegiatan ekonomi. Koperasi yang berada di lingkungan tersebut dapat menjadi wadah pemenuhan kebutuhan sivitas akademika sekaligus menjadi contoh praktik pengelolaan usaha yang mengintegrasikan nilai ekonomi dan nilai keislaman.

Konteks tersebut dapat dilihat pada Koperasi Al-Azhar Mart yang beroperasi di lingkungan Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Al-Azhar Gowa. Koperasi ini bergerak di bidang perdagangan kebutuhan sehari-hari dan menyediakan berbagai produk, seperti makanan, minuman, jajanan, bahan pokok, perlengkapan rumah tangga, serta kebutuhan lainnya bagi dosen, tenaga kependidikan, mahasiswa, dan masyarakat sekitar. Selain berorientasi pada pemenuhan kebutuhan konsumen, Koperasi Al-Azhar Mart juga berupaya menyediakan produk yang halal serta menjalankan aktivitas usahanya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola Koperasi Al-Azhar Mart, koperasi telah berupaya menerapkan prinsip-prinsip manajemen bisnis Islam melalui nilai kejujuran,

amanah, transparansi, dan keadilan dalam aktivitas operasionalnya. Perencanaan dilakukan melalui rapat pengurus dengan mengevaluasi program yang telah dilaksanakan, mengidentifikasi kebutuhan konsumen, serta menyusun target dan anggaran kerja. Pembagian tugas dan tanggung jawab juga dilakukan berdasarkan struktur organisasi yang telah ditetapkan sehingga kegiatan operasional dapat berjalan secara efektif.

Penerapan etika bisnis Islam pada Koperasi Al-Azhar Mart juga tercermin dalam penyampaian informasi kepada konsumen, upaya menjaga kepercayaan anggota, dan pelayanan yang mengedepankan nilai-nilai Islam. Namun, koperasi masih menghadapi sejumlah tantangan, terutama keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki pemahaman mengenai ekonomi Islam dan persaingan dengan pelaku usaha konvensional. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penerapan manajemen bisnis Islam masih memerlukan penguatan agar prinsip-prinsip syariah tidak hanya menjadi landasan normatif, tetapi dapat diterapkan secara konsisten dalam seluruh kegiatan koperasi (Kurniawan, 2024).

Penelitian mengenai penerapan manajemen pada koperasi syariah telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Dewi dkk. (2024) menjelaskan bahwa penerapan fungsi-fungsi manajemen, yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian, memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung pencapaian tujuan organisasi. Penerapan fungsi manajemen yang efektif mampu meningkatkan kinerja operasional koperasi serta memberikan pelayanan yang optimal kepada anggota. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan koperasi yang baik menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan dan keberlanjutan koperasi syariah.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif**.** Pendekatan kualitatif digunakan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai penerapan manajemen bisnis Islam pada Koperasi Al-Azhar Mart dalam perspektif ekonomi Islam berdasarkan data yang diperoleh dari informan. Penelitian deskriptif dipilih untuk menggambarkan secara sistematis fakta dan fenomena yang terjadi sesuai dengan fokus penelitian.

Penelitian dilaksanakan di Koperasi Al-Azhar Mart yang berada di lingkungan Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Al-Azhar Gowa**.** Lokasi penelitian dipilih karena koperasi tersebut menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya sehingga relevan dengan fokus penelitian.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer **dan** data sekunder**.** Data primer diperoleh melalui wawancara secara daring **(***online***)** dengan pengelola Koperasi Al-Azhar Mart yang memahami penerapan manajemen bisnis Islam dalam pengelolaan koperasi. Adapun data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, dokumen, serta referensi lain yang berkaitan dengan manajemen bisnis Islam, koperasi syariah, dan ekonomi Islam. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara daring **(***online***)** dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung dari informan mengenai penerapan manajemen bisnis Islam di Koperasi Al-Azhar Mart, sedangkan dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang mendukung penelitian, seperti profil koperasi, dokumen pendukung, serta literatur yang relevan.

Data dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan**.** Reduksi data dilakukan dengan memilih dan memfokuskan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Selanjutnya, data disajikan secara sistematis untuk memudahkan proses analisis, kemudian ditarik kesimpulan berdasarkan hasil interpretasi data yang telah diperoleh. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan **triangulasi sumber**, yaitu membandingkan hasil wawancara dengan data pendukung yang diperoleh dari dokumen dan berbagai referensi ilmiah yang relevan.

Hasil dan Pembahasan

Koperasi Al-Azhar Mart sebagai Objek Penerapan Manajemen Bisnis Islam

Koperasi Al-Azhar Mart merupakan unit usaha yang berada di lingkungan Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Al-Azhar Gowa. Keberadaan koperasi ini tidak hanya berfungsi

sebagai tempat penyediaan kebutuhan sehari-hari, tetapi juga menjadi bagian dari aktivitas ekonomi di lingkungan perguruan tinggi yang memiliki karakteristik keislaman. Koperasi melayani kebutuhan mahasiswa, dosen, tenaga kependidikan, serta masyarakat di sekitar kampus. Produk yang disediakan meliputi berbagai kebutuhan sehari-hari yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen di lingkungan kampus. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, pengelola berupaya menerapkan nilai-nilai Islam seperti kejujuran, amanah, keadilan, transparansi, dan tanggung jawab (Suryani & Kurniawati, 2024).

Karakteristik Koperasi Al-Azhar Mart sebagai unit usaha yang berada di lingkungan perguruan tinggi Islam memberikan konteks yang berbeda dibandingkan dengan koperasi pada umumnya. Aktivitas usaha tidak hanya diarahkan pada pencapaian keuntungan ekonomi, tetapi juga mempertimbangkan nilai-nilai moral dan etika Islam dalam hubungan antara pengelola, anggota, dan konsumen. Dengan demikian, penerapan manajemen bisnis Islam pada Koperasi Al-Azhar Mart dapat dilihat dari bagaimana prinsip-prinsip tersebut diterapkan dalam proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan kegiatan usaha, transaksi, pelayanan, serta evaluasi kegiatan koperasi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola, kegiatan Koperasi Al-Azhar Mart diawali dengan proses perencanaan yang dilakukan melalui rapat pengurus. Dalam rapat tersebut dibahas berbagai kebutuhan koperasi, evaluasi kegiatan sebelumnya, kebutuhan konsumen, target usaha, serta anggaran yang diperlukan. Perencanaan tersebut menunjukkan bahwa pengelola tidak menjalankan kegiatan usaha secara spontan, tetapi terlebih dahulu menentukan kebutuhan dan arah kegiatan koperasi. Identifikasi kebutuhan konsumen juga menjadi pertimbangan dalam menentukan jenis produk yang disediakan sehingga kegiatan usaha dapat menyesuaikan dengan kebutuhan mahasiswa, dosen, tenaga kependidikan, dan masyarakat sekitar (Syaifuddin et al., 2022).

Pada tahap pengorganisasian, pengelolaan Koperasi Al-Azhar Mart dilakukan melalui pembagian tugas dan tanggung jawab berdasarkan struktur organisasi yang telah ditetapkan. Setiap pengurus dan pegawai memiliki tugas masing-masing dalam mendukung kegiatan operasional koperasi. Pembagian tugas tersebut diperlukan karena aktivitas koperasi mencakup berbagai pekerjaan, mulai dari pengadaan dan penataan barang, pelayanan konsumen, pengelolaan transaksi, pencatatan, hingga evaluasi kegiatan usaha. Pembagian tanggung jawab juga menjadi bagian dari penerapan prinsip amanah karena setiap individu memiliki kewajiban untuk melaksanakan tugas yang telah dipercayakan kepadanya.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa fungsi *planning* dan *organizing* pada Koperasi Al-Azhar Mart tidak hanya dipahami sebagai fungsi administratif, tetapi juga diarahkan untuk memastikan bahwa kegiatan usaha berjalan secara tertib dan bertanggung jawab. Dalam perspektif manajemen bisnis Islam, perencanaan harus dilakukan dengan mempertimbangkan tujuan yang baik, sedangkan pengorganisasian harus disertai dengan pembagian tanggung jawab yang jelas. Oleh karena itu, praktik pengelolaan Koperasi Al-Azhar Mart memperlihatkan adanya upaya mengintegrasikan fungsi manajemen dengan nilai amanah dan tanggung jawab (Suryani & Kurniawati, 2024).

Praktik Transaksi dan Pelayanan Berbasis Prinsip Syariah

Penerapan manajemen bisnis Islam pada Koperasi Al-Azhar Mart juga terlihat secara langsung dalam pelaksanaan transaksi dan pelayanan kepada konsumen. Berdasarkan hasil wawancara, pengelola berupaya memastikan bahwa transaksi dilakukan secara terbuka dan berdasarkan kesepakatan antara pihak yang melakukan transaksi. Informasi mengenai barang dan harga disampaikan kepada konsumen secara jelas sehingga konsumen dapat mengetahui barang yang dibeli dan nilai transaksi yang harus dibayarkan. Praktik tersebut menunjukkan adanya upaya menerapkan prinsip transparansi dalam kegiatan usaha. Transparansi dalam transaksi menjadi penting karena hubungan antara koperasi dan konsumen tidak hanya didasarkan pada pertukaran barang dan uang, tetapi juga pada kepercayaan. Pengelola Koperasi Al-Azhar Mart menyadari bahwa kepercayaan konsumen dapat dipertahankan apabila informasi mengenai barang dan transaksi disampaikan secara benar. Dengan demikian, kejujuran tidak hanya menjadi nilai normatif, tetapi diterapkan dalam aktivitas pelayanan sehari-hari.

Selain transparansi, pengelola juga berupaya menghindari praktik transaksi yang bertentangan dengan prinsip syariah, termasuk riba. Kegiatan usaha diarahkan agar transaksi berlangsung secara wajar, terbuka, dan memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terlibat. Hal ini menunjukkan bahwa identitas Koperasi Al-Azhar Mart sebagai unit usaha di lingkungan perguruan tinggi Islam tidak hanya tercermin dari nama atau lokasi koperasi, tetapi juga berusaha diwujudkan melalui praktik pengelolaan dan transaksi yang dilakukan.

Penerapan prinsip tersebut memperlihatkan bahwa tujuan kegiatan usaha Koperasi Al-Azhar Mart tidak semata-mata mengejar keuntungan. Keuntungan tetap diperlukan untuk menjaga keberlangsungan kegiatan usaha, tetapi pencapaiannya dilakukan dengan memperhatikan aspek keadilan, kehalalan, transparansi, dan kemaslahatan. Dengan demikian, orientasi ekonomi dan orientasi nilai dapat berjalan secara bersamaan dalam pengelolaan koperasi (Syaifuddin et al., 2022).

Penerapan Nilai Kejujuran, Amanah, dan Tanggung Jawab dalam Pengelolaan

Karakteristik lain yang terlihat dalam pengelolaan Koperasi Al-Azhar Mart adalah penerapan nilai kejujuran dan amanah. Berdasarkan hasil wawancara, pengelola menekankan pentingnya menyampaikan informasi secara benar kepada anggota dan konsumen, menjaga kepercayaan dalam pengelolaan dana, serta melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan. Pegawai juga diarahkan untuk memberikan pelayanan dengan sikap yang baik dan tidak melakukan tindakan yang dapat merugikan konsumen.

Nilai amanah dalam konteks Koperasi Al-Azhar Mart dapat dilihat dari tanggung jawab pengelola dalam menjalankan tugas yang telah dipercayakan kepadanya. Pengelolaan barang, transaksi, dana, dan pelayanan kepada konsumen membutuhkan tingkat kepercayaan yang tinggi. Oleh karena itu, amanah menjadi salah satu nilai yang penting dalam menjaga keberlangsungan koperasi. Ketika pengelola menjalankan tugas secara jujur dan bertanggung jawab, kepercayaan anggota dan konsumen terhadap koperasi dapat dipertahankan.

Praktik tersebut menunjukkan bahwa penerapan manajemen bisnis Islam pada Koperasi Al-Azhar Mart memiliki dimensi perilaku yang kuat. Fungsi manajemen tidak hanya berkaitan dengan pencapaian target usaha, tetapi juga dengan bagaimana pengelola menjalankan pekerjaan secara etis. Kejujuran, amanah, tanggung jawab, dan pelayanan yang baik menjadi bagian dari mekanisme pengelolaan koperasi. Dengan demikian, keberhasilan Koperasi Al-Azhar Mart tidak hanya dapat dilihat melalui indikator ekonomi, tetapi juga melalui kemampuan koperasi membangun kepercayaan dan hubungan yang baik dengan anggota serta konsumen (Suryani & Kurniawati, 2024).

Evaluasi dan Pengendalian Kegiatan Koperasi

Penerapan manajemen bisnis Islam pada Koperasi Al-Azhar Mart juga terlihat melalui kegiatan evaluasi. Berdasarkan hasil wawancara, evaluasi dilakukan terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan untuk mengetahui perkembangan usaha dan mengidentifikasi kebutuhan yang perlu diperbaiki. Evaluasi menjadi dasar bagi pengurus dalam menentukan langkah kegiatan pada periode berikutnya, termasuk dalam mempertimbangkan kebutuhan konsumen dan pencapaian target yang telah ditetapkan (Fadli & Yunus, 2023).

Dalam perspektif manajemen bisnis Islam, evaluasi tidak hanya bertujuan mengetahui apakah target usaha telah tercapai, tetapi juga memastikan bahwa kegiatan yang dilaksanakan tetap sesuai dengan nilai dan prinsip yang telah ditetapkan. Karena itu, pengawasan terhadap kegiatan koperasi perlu diarahkan pada dua aspek, yaitu efektivitas kegiatan usaha dan kesesuaian perilaku pengelola dengan prinsip syariah. Pada Koperasi Al-Azhar Mart, proses evaluasi yang dilakukan melalui rapat pengurus menunjukkan adanya upaya untuk memperbaiki kegiatan usaha secara berkelanjutan. Penerapan fungsi *controlling* pada Koperasi Al-Azhar Mart memiliki hubungan dengan prinsip tanggung jawab. Pengelola tidak hanya dituntut mencapai hasil usaha, tetapi juga bertanggung jawab terhadap proses yang digunakan untuk mencapai hasil tersebut. Hal ini memperkuat karakter manajemen

bisnis Islam yang menempatkan aspek moral dan tanggung jawab sebagai bagian dari pengelolaan organisasi.

Kendala Penerapan Manajemen Bisnis Islam pada Koperasi Al-Azhar Mart

Meskipun Koperasi Al-Azhar Mart telah berupaya menerapkan prinsip-prinsip manajemen bisnis Islam, hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapannya masih menghadapi sejumlah kendala. Kendala pertama berkaitan dengan keterbatasan pemahaman sumber daya manusia mengenai ekonomi Islam dan penerapannya dalam kegiatan koperasi. Tidak semua pengelola memiliki tingkat pemahaman yang sama mengenai konsep ekonomi dan manajemen syariah. Kondisi tersebut dapat menjadi tantangan ketika prinsip syariah harus diterapkan secara konsisten dalam kegiatan operasional.

Kendala tersebut menjadi penting karena keberhasilan penerapan manajemen bisnis Islam sangat bergantung pada kemampuan sumber daya manusia yang menjalankannya. Prinsip syariah tidak cukup hanya diketahui secara teoritis, tetapi harus dipahami dan diterapkan dalam pengambilan keputusan, pelayanan, transaksi, pengelolaan keuangan, dan hubungan kerja. Oleh sebab itu, peningkatan kompetensi pengelola menjadi kebutuhan penting bagi pengembangan Koperasi Al-Azhar Mart (Fadli & Yunus, 2023).

Kendala berikutnya berkaitan dengan persaingan usaha. Koperasi Al-Azhar Mart harus mampu mempertahankan keberadaan dan daya saingnya di tengah banyaknya pilihan tempat belanja dan lembaga usaha lain yang memberikan pelayanan kepada masyarakat. Kondisi tersebut menuntut koperasi untuk tidak hanya mempertahankan identitas syariahnya, tetapi juga meningkatkan kualitas pelayanan, ketersediaan produk, kenyamanan konsumen, dan kemampuan menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar. Persaingan tersebut menunjukkan bahwa penerapan prinsip syariah pada Koperasi Al-Azhar Mart perlu berjalan bersamaan dengan peningkatan profesionalisme pengelolaan. Prinsip syariah tidak seharusnya menjadi alasan untuk mengabaikan aspek kualitas pelayanan dan efisiensi usaha. Sebaliknya, nilai kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab dapat menjadi keunggulan apabila diterjemahkan ke dalam pelayanan yang profesional dan dapat dipercaya.

Upaya Pengembangan Koperasi Al-Azhar Mart

Untuk menghadapi kendala tersebut, pengelola Koperasi Al-Azhar Mart melakukan upaya peningkatan kualitas pelayanan dan memperkuat komitmen terhadap prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan usaha. Peningkatan pelayanan diperlukan untuk mempertahankan kepercayaan anggota dan konsumen, sedangkan penguatan prinsip syariah diperlukan agar identitas koperasi sebagai unit usaha yang berada dalam lingkungan perguruan tinggi Islam tetap terjaga. Pengembangan Koperasi Al-Azhar Mart juga diarahkan pada peningkatan jumlah anggota, perluasan layanan usaha, dan peningkatan manfaat ekonomi yang dapat dirasakan oleh anggota dan masyarakat. Dengan demikian, pengembangan koperasi tidak hanya dipahami sebagai peningkatan skala usaha, tetapi juga sebagai upaya memperluas manfaat keberadaan koperasi.

Dari perspektif manajemen bisnis Islam, arah pengembangan tersebut menunjukkan bahwa Koperasi Al-Azhar Mart berupaya menggabungkan tujuan ekonomi dengan tujuan kemaslahatan. Koperasi tetap membutuhkan kinerja usaha yang baik agar dapat bertahan, tetapi kegiatan tersebut dilaksanakan dengan mempertahankan nilai kejujuran, amanah, keadilan, transparansi, dan tanggung jawab. Pendekatan tersebut menjadi penting karena keberlanjutan koperasi tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan keuntungan, tetapi juga oleh kemampuan membangun kepercayaan dan memberikan manfaat kepada anggota (Arifqi, 2020).

Kontribusi Koperasi Al-Azhar Mart bagi Anggota dan Lingkungan STAI Al-Azhar Gowa

Keberadaan Koperasi Al-Azhar Mart memberikan kontribusi nyata dalam memenuhi kebutuhan ekonomi di lingkungan STAI Al-Azhar Gowa. Koperasi menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari sehingga mahasiswa, dosen, tenaga kependidikan, dan masyarakat sekitar memperoleh akses yang lebih mudah terhadap barang yang dibutuhkan. Penyediaan produk yang halal juga menjadi bagian dari upaya koperasi memberikan pelayanan yang sesuai dengan karakteristik lingkungan perguruan tinggi Islam.

Kontribusi Koperasi Al-Azhar Mart tidak hanya terletak pada fungsi penyediaan barang, tetapi juga pada pembentukan praktik ekonomi yang mengedepankan nilai Islam.

Melalui penerapan kejujuran, amanah, transparansi, keadilan, dan tanggung jawab, koperasi menjadi salah satu ruang praktik bagi penerapan nilai-nilai ekonomi Islam dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini memberikan posisi strategis bagi koperasi karena aktivitas ekonomi yang dilakukan dapat menjadi contoh penerapan nilai Islam dalam pengelolaan usaha.

Berdasarkan keseluruhan temuan penelitian, dapat dipahami bahwa Koperasi Al-Azhar Mart telah berupaya menerapkan manajemen bisnis Islam melalui empat aspek utama, yaitu perencanaan dan pengorganisasian kegiatan usaha, pelaksanaan transaksi dan pelayanan berdasarkan prinsip syariah, penerapan nilai kejujuran dan amanah dalam pengelolaan, serta evaluasi kegiatan usaha secara berkala. Namun, penerapan tersebut masih menghadapi kendala berupa keterbatasan pemahaman sumber daya manusia dan persaingan usaha. Oleh karena itu, penguatan kompetensi SDM, peningkatan kualitas pelayanan, dan pengembangan usaha menjadi langkah penting agar penerapan manajemen bisnis Islam pada Koperasi Al-Azhar Mart dapat dilakukan secara lebih konsisten dan berkelanjutan.

Dengan demikian, Koperasi Al-Azhar Mart dapat dipahami bukan hanya sebagai unit usaha penyedia kebutuhan sehari-hari, tetapi sebagai organisasi ekonomi di lingkungan perguruan tinggi Islam yang berupaya mengintegrasikan fungsi manajemen dengan nilai-nilai Islam. Integrasi tersebut terlihat dalam cara pengelola merencanakan kegiatan, membagi tugas, melaksanakan transaksi, memberikan pelayanan, menjaga amanah, melakukan evaluasi, serta menentukan arah pengembangan koperasi. Temuan ini sekaligus memperlihatkan bahwa penerapan manajemen bisnis Islam pada Koperasi Al-Azhar Mart bersifat praktis dan kontekstual, karena prinsip-prinsip Islam diterjemahkan ke dalam aktivitas pengelolaan koperasi sehari-hari.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Koperasi Al-Azhar Mart telah menerapkan manajemen bisnis Islam dalam kegiatan operasionalnya melalui fungsi perencanaan, pengorganisasian, serta penerapan prinsip-prinsip syariah yang mengedepankan kejujuran, amanah, transparansi, keadilan, dan tanggung jawab. Penerapan nilai-nilai tersebut tercermin dalam proses pengambilan keputusan, pembagian tugas, pelayanan kepada anggota, serta pelaksanaan transaksi yang dilakukan secara transparan dan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak sehingga sejalan dengan perspektif ekonomi Islam. Meskipun demikian, penerapan manajemen bisnis Islam masih menghadapi beberapa kendala, terutama keterbatasan sumber daya manusia yang belum sepenuhnya memahami konsep ekonomi Islam serta adanya persaingan dengan lembaga keuangan konvensional. Untuk mengatasi kendala tersebut, Koperasi Al-Azhar Mart berupaya meningkatkan kualitas pelayanan dan memperkuat komitmen terhadap penerapan prinsip-prinsip syariah dalam setiap kegiatan usahanya.

Penerapan manajemen bisnis Islam memberikan kontribusi positif terhadap keberlangsungan Koperasi Al-Azhar Mart, antara lain melalui peningkatan kepercayaan anggota, penyediaan produk yang halal dan terjangkau, serta pemberian manfaat ekonomi bagi anggota dan masyarakat. Oleh karena itu, penerapan manajemen bisnis Islam diharapkan dapat terus dipertahankan dan dikembangkan sebagai landasan dalam mewujudkan koperasi yang profesional, berdaya saing, dan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Arifqi, M. M. (2020). *Konsep Ekonomi Kerakyatan Sebagai Pengembangan Koperasi Syariah di Indonesia (Telaah Pemikiran Muhammad Hatta).* Balanca: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 2(2), 57–73.

Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.

Fadli, S., & Yunus. (2023). *Koperasi Syariah dalam Perspektif Maqashid Syariah.* Journal of Science and Social Research, 6(1), 79–90.

At-Tirmidzi. (2009). *Sunan At-Tirmidzi*. Riyadh: Darussalam.
Hendra, T. (2016). *Pembangunan Ekonomi Islam dengan Pengembangan Koperasi Syariah.* Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam, 1(1), 113–122.
Kurnia, A. B., & Putri, J. (2025). *Etika Bisnis Islam dalam Praktik Usaha UMKM: Studi pada Pelaku Usaha Kuliner Halal.* Jurnal Media Akademik (JMA), 3(7).
Kurniawan, R. R. (2024). *Koperasi dalam Perspektif Syariah Islam.* Cakrawala Ekonomi dan Keuangan, 31(2).
Syaifuddin, A. M., Ruslang, Hasriani, & Muslimin, S. (2022). *Perspektif Ekonomi Islam terhadap Transaksi Shopee PayLater*. Al-Azhar Journal of Islamic Economics**,** 4(2).
Marlina, R., & Pratami, Y. Y. (2017). *Koperasi Syariah Sebagai Solusi Penerapan Akad Syirkah yang Sah.* Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah, 1(2), 263–275.
Suryani, S., & Kurniawati, D. (2024). *Nilai-Nilai Islam dalam Bisnis dan Manajemen.* Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance, 7(2).
Mukhlis, Z. U. (2021). *Koperasi dalam Perspektif Hukum Islam.* Al-Kawakib, 2(2), 90–99.