

# INTENSI BERWIRAUSAHA PENGUSAHA MUSLIM: PERAN NILAI-NILAI KEISLAMAMAN DALAM PENDIRIAN USAHA

*by Aning Az Zahra*

---

**Submission date:** 23-Jun-2021 03:36PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1611019544

**File name:** Intensi\_Berwirausaha\_Pengusaha\_Muslim\_2.docx (90.92K)

**Word count:** 6044

**Character count:** 40777

## INTENSI BERWIRUSAHA PENGUSAHA MUSLIM: PERAN NILAI-NILAI KEISLAMAN DALAM PENDIRIAN USAHA

**Abstract.** *Shar'i product and service become trending as business model in Indonesia. However, enthusiasm of the Muslims to do entrepreneurial activity by implementing Islamic ethics is relatively low. Some Muslims are not enterprising based on Islamic intention which becomes an indication of Islamic values internalization. This research aimed to understand how Islamic values shape entrepreneurial intention on Muslim entrepreneurs. Using descriptive qualitative approach, this research involved five participants. Data were collected using semi-structured interview and analysed using grounded theory technique: open coding, selective coding, axial coding, and theoretical coding. Entrepreneurial intention of Muslim is based on four orientations: 1) to live based on sunnah, 2) to seek blessings, 3) to spread messages of Islam, and 4) to seek freedom. Islamic intentions lead to Islamic business management practice which is prioritizing business ethics, excellent service, and solidarity in Muslim community. This research expands knowledge regarding religion contribution in psychology of entrepreneurship.*

**Keywords:** entrepreneurial intention, Islamic entrepreneurship, Islamic values, Muslim entrepreneurs

**Abstrak.** Produk dan layanan yang syar'i tengah menjadi tren model bisnis di Indonesia. Namun, semangat Muslim untuk berwirausaha dengan menerapkan etika yang sesuai dengan nilai-nilai Islam relatif rendah. Tidak semua Muslim berwirausaha berdasarkan intensi yang Islami padahal itu adalah wujud internalisasi nilai-nilai Islam. Penelitian ini bertujuan memahami sejauh mana peran nilai-nilai keislaman membentuk intensi berwirausaha pada wirausahawan Muslim. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan melibatkan lima orang partisipan. Data dikumpulkan menggunakan wawancara semi terstruktur dan dianalisis menggunakan teknik grounded theory, yaitu: open coding, selective coding, axial coding, dan theoretical coding. Intensi wirausaha Muslim berdasar pada empat orientasi, yaitu: 1) menjalankan sunnah, 2) mencari keberkahan, 3) berdakwah dan membantu sesama Muslim, dan 4) mencari kebebasan. Intensi yang Islami mengarahkan pada praktik manajemen usaha yang Islami yang memprioritaskan etika bisnis, pelayanan yang unggul, dan solidaritas dalam komunitas Muslim. Penelitian mengembangkan wawasan terkait peran agama dalam psikologi kewirausahaan

**Kata kunci:** intensi berwirausaha, kewirausahaan Islami, nilai-nilai Islam, wirausahawan Muslim

[Bagian pendahuluan, permasalahan dan landasan teoritis, tidak memerlukan sub judul]

Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat pada potensi dan prospek sistem ekonomi syariah, bertumbuh pula institusi ekonomi yang berbasis pada nilai-nilai dan ajaran Islam di Indonesia. Berbagai industri halal memperdagangkan produk dan layanan yang bersifat *syar'i* dimulai dari proses produksi, akses pemodal dan bahan baku yang digunakan, proses manajemen organisasinya, hingga strategi pemasarannya. Perumahan syariah, pariwisata halal, hotel syariah, kosmetik halal, restoran *halal food*, pusat kuliner halal, dan fashion *syar'i* adalah contoh-contoh usaha yang berkembang saat ini. Hal itu didukung pula dengan adanya kolaborasi para wirausahawan Muslim, yang dengan misi memajukan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan umat, membentuk perkumpulan-perkumpulan, seperti Komunitas Pengusaha Muslim Indonesia (KPMI), Perkumpulan Pengusaha Muslim Indonesia (PPMI), dan Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia (IPEMI).

Kajian terhadap fenomena bisnis syariah di level makro telah banyak dilakukan oleh disiplin ilmu ekonomi dan manajemen. Masalah yang jarang dilirik oleh akademisi adalah dinamika yang terjadi di

level mikro meliputi individu-individu yang terlibat dalam aktivitas wirausaha. Persoalan ini valid adanya ketika pemahaman terkait kewirausahaan dikembalikan pada hakikatnya sebagai "*the identification and exploitation of business opportunities within the individual-opportunity nexus*" (Frese & Gielnik, 2017). Hal yang menjadikan perspektif psikologi sangat dibutuhkan untuk memahami fenomena kewirausahaan khususnya yang Islami adalah fakta bahwa aktivitas wirausaha tidak akan ada tanpa tanpa *persona causa*, yakni diri para wirausahawan menangkap adanya peluang di lingkungan, mewujudkan ide-ide bisnis menjadi produk dan layanan yang baru, membuka pasar, memperkenalkan inovasi kepada masyarakat, dan secara kreatif mendisrupsi ekuilibrium atau *status quo* (Hébert & Link, 1989; Kirzner, 1999; Schumpeter, 1947).

Apa yang membedakan antara wirausahawan yang Islami dan yang tidak adalah pada dianutnya nilai-nilai dan ajaran Islam dan hal itu termanifestasi dalam berbagai aspek bisnis, salah satunya adalah visi dan misi organisasi. Contohnya adalah Waroeng Steak and Shake dan Pamela Swalayan. Waroeng Steak and Shake adalah restoran yang menjual makanan berupa aneka menu steak dan minuman. Konsep Waroeng

**Steak and Shake** menggunakan konsep etika bisnis Islam, yaitu: *shidiq, tabliq, amanah*, dan *fathonah* (Ar Rahmah, 2016). Selain Waroeng Steak ada juga Pamela yaitu sebuah usaha swalayan. Pamela memiliki tujuan ekonomi Islam mengejar nilai-nilai syariah dan membangun bisnis yang halal (Rachmat Sunjoto, 2011). Kecenderungan menetapkan visi dan misi bisnis serta kultur yang Islami di tingkat organisasi menunjukkan hal yang sama dianut pula oleh wirausahawan pendiri/pemilik bisnis tersebut secara pribadi di level personal. Dapat dikatakan, nilai-nilai Islam tercermin paling awal dari niat atau intensi yang bersangkutan dalam berwirausaha.

Intensi berwirausaha pengusaha Muslim yang menerapkan kewirausahaan yang Islami menarik untuk diteliti dikarenakan adanya kontradiksi. Menurut Anggadwita, Ramadani, Alamanda, Ratten, dan Hashani (2017) semangat dan minat umat Muslim saat ini untuk membangun usaha yang sesuai dengan nilai-nilai Islam sebenarnya relatif rendah, padahal Indonesia adalah negara dengan mayoritas penduduknya beragama Islam. Pada beberapa kasus, pelabelan produk atau layanan dengan status halal atau *syar'i* hanyalah strategi pemasaran untuk menarik konsumen atau pelanggan Muslim yang jumlah sangat besar jika dibandingkan

kelompok masyarakat dari agama lainnya. Artinya, orientasi utamanya bersifat ekonomi.

Penerapan nilai Islam idealnya bersifat menyeluruh sehingga benar suatu produk atau layanan terjamin kehalalan atau status *syar'i*-nya. Faktor yang menentukan bagi manajemen bisnis yang Islami adalah diri wirausahawan yang menginternalisasikan nilai-nilai Islam pada dirinya terlebih dahulu sehingga ia memimpin organisasinya dengan orientasi kuat pada etika Islami. Internalisasi nilai-nilai Islam ini tercermin dari intensinya mendirikan usaha. Berdasarkan permasalahan penelitian tersebut, maka penelitian dengan pendekatan kualitatif ini dilakukan dengan tujuan memahami intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*) wirausahawan Muslim dan apa saja implikasinya pada pengelolaan bisnis. Pertanyaan yang berusaha dijawab dengan penelitian ini adalah: *Hal apa yang menjadi intensi berwirausaha pada wirausahawan Muslim? Bagaimana intensi yang Islami mempengaruhi perilaku bisnis pengusaha*

### **Intensi Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*)**

Intensi berwirausaha merupakan subdomain dari kognisi wirausaha yang merupakan salah satu pendekatan teoretis

dari bidang psikologi kewirausahaan. Kognisi wirausaha mengkaji tentang struktur pengetahuan yang digunakan seseorang untuk melakukan *assessment*, penilaian, atau pengambilan keputusan ketika mengevaluasi peluang bisnis dan menciptakan/mengembangkan usaha. Kognisi wirausaha berakar pada dua *grand theories* dalam psikologi, yaitu teori pemrosesan informasi dan teori kognitif sosial Bandura (Husna, 2020). Atas dasar itu, intensi sebagai hasil dari aktivitas pemrosesan informasi dipengaruhi pula oleh interaksi antara faktor-faktor lingkungan dan personal (E-P).

Intensi berwirausaha adalah prakondisi yang mutlak dibutuhkan bagi kemunculan wirausaha. Intensi yang digambarkan dalam wujud adanya minat dan niat berwirausaha merupakan kondisi kognitif yang mengawali keputusan bertindak, terutama karena berwirausaha merupakan perilaku yang disengaja dan membutuhkan perencanaan (Krueger, 2003). Atas dasar itu, intensi wirausaha pada awalnya dipahami dengan kacamata psikologi sosial, yakni teori *reasoned action* dan *planned behavior*. Intensi berwirausaha adalah hasil dari adanya sikap positif terhadap aktivitas wirausaha, dukungan norma sosial, dan keyakinan diri memiliki kompetensi untuk berwirausaha (Krueger, 2003). Menurut

<sup>1</sup> Ajzen (2006), perilaku manusia dipandu oleh tiga macam pertimbangan: keyakinan tentang kemungkinan konsekuensi perilaku (keyakinan perilaku), keyakinan tentang harapan normatif orang lain (keyakinan normatif), dan keyakinan tentang keberadaan faktor-faktor yang dapat memfasilitasi atau menghambat kinerja perilaku (keyakinan kontrol). Intensi berwirausaha juga didasarkan pada tiga pertimbangan ini.

Pandangan alternatif untuk memahami intensi berwirausaha adalah model *entrepreneurial event* yang dikemukakan oleh Shapero. Menurut Shapero, seseorang berintensi untuk berwirausaha ketika terdapat kesempatan yang menarik dan secara personal masuk akal setelah dipertimbangkan kemungkinan-kemungkinan positif dan negatifnya, keuntungan dan risikonya. Intensi berwirausaha tidak hanya dipengaruhi oleh faktor personal, melainkan juga latar belakang keluarga, keberadaan model/teladan, dan faktor sosial lainnya (Krueger, 2003).

Di dalam intensi terdapat unsur motivasional. Menurut Riyono, Himam, dan Subandi (2012), fenomena psikologis sentral untuk terjadinya *motivational force* adalah <sup>6</sup> resultan dari paradoks antara *freedom to*



*choose* dan *human vulnerability*. *Freedom to choose* adalah faktor utama dari model motivasi yang mencakup adanya *urge* (desakan kebutuhan-kebutuhan dasar), *challenge* (tantangan untuk berprestasi), *incentive* (insentif berupa imbalan baik material maupun non-material), dan *meaning* (pencarian makna hidup). Unsur terkahir inilah, yakni makna, yang dibentuk oleh keyakinan agama dan spiritualitas yang dianut.

Intensi mampu memprediksi perilaku seseorang sehingga dalam berwirausaha pun intensi dapat dijadikan prediktor dalam berwirausaha (Riaz, Farrukh, Rehman, & Ishaque, 2016). Niat dimungkinkan dapat memprediksi perilaku karena dalam implementasinya dapat menciptakan komitmen terhadap perilaku yang diniatkan. Intensi dalam penelitian ini terkait dengan niat, motivasi seorang pengusaha Muslim dalam mengimplementasikan kewirausahaan dengan basis Islami. Hal ini dapat menjadi prediktor penerapan *entrepreneurship* Islami dalam menjalankan bisnis.

Riset-riset terdahulu menunjukkan bahwa intensi berwirausaha berkorelasi positif dengan gender, latar belakang keluarga, pendidikan wirausaha, dan kepribadian Big Five *extroversion*,

*agreeableness*, dan *openness to experience*, dan berkorelasi negatif dengan usia dan neurotisisme (Israr & Saleem, 2018). Pada generasi milenial, intensi wirausaha ditentukan oleh pengetahuan, pengalaman, dan ikatan sosial. Sementara itu, sikap, norma sosial, kontrol perilaku yang dirasakan dan sifat kepribadian bertindak sebagai variabel mediasi (Koe, Sa'ari, Majid, & Ismail, 2012). Manik dan Sidharta (2016) menemukan bahwa pengaruh peluang ekonomi dan tantangan, kepercayaan yang dirasakan, keamanan dan beban kerja, efikasi diri dan kondisi fasilitasi secara signifikan mempengaruhi niat siswa untuk menjadi wirausaha.

Azwar (2013) menemukan bahwa intensi wirausaha dibentuk oleh beberapa faktor: faktor sosio-demografi dan faktor-faktor kontekstual terkait adanya dukungan ekonomi, sosial dan lingkungan atau tidak. Di antara faktor-faktor tersebut, faktor kontekstual jauh lebih berperan ketimbang faktor sosio-demografis, seperti jenis kelamin dan pekerjaan orangtua sebagai wirausahawan. Adanya dukungan membuat orang lebih percaya diri untuk berwirausaha meski tak ada latar belakang di bidang wirausaha. Jaffar dan Musa (2016) dalam penelitiannya yang membahas tentang determinan atau faktor yang menentukan

sikap dan intensi mendapatkan hasil dimana kewajiban agama memiliki pengaruh paling kuat terhadap sikap. Hasilnya juga menunjukkan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan dan norma subjektif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat pengusaha.

### **Kewirausahaan dari Perspektif Islam**

Faizal, Ridhwan, dan Kalsom (2013) mengemukakan bahwa ajaran Islam mendukung pemeluknya untuk berwirausaha. Islam bahkan memberikan aturan yang harus diikuti oleh semua Muslim yang berasal dari al-Quran dan al-Hadis. Oukil (2013) menemukan bahwa konsep dan praktik kewirausahaan dalam Islam melampaui aktivitas sederhana dalam melakukan bisnis, seperti menciptakan kekayaan dan menghasilkan laba. Usaha yang Islami peduli terhadap lingkungan, menggabungkan antara kontribusi sosial dan ekonomi, dan menciptakan pekerjaan berdasarkan iman, serta bahwa perbuatan dan hasil akhirnya adalah berkah Allah.

Talatappeh dan Tavalae (2016) meneliti mengenai komponen kewirausahaan Islam berdasarkan pola ajaran agama. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa Islam memiliki pandangan multidimensional

ke berbagai aspek kehidupan manusia dan menekankan agar upaya dilakukan jauh dari pandangan dunia material dan ekonomi semata-mata, melainkan dengan tujuan mencari keridaan/ memuaskan Tuhan.

Anggadwita et al. (2017) mengemukakan bahwa semua tindakan yang Islami, terutama yang berkaitan dengan aktivitas kewirausahaan, selalu dimulai dengan maksud dan tujuan. Karakter kewirausahaan dari lima atribut utama: *fathonah*, *amanah*, *siddiq*, *tabligh*, dan *istiqomah*, dan mungkin telah berkontribusi untuk mempromosikan lebih lanjut keberhasilan wirausahawan Muslim. Ciri-ciri wirausahawan Muslim yang menonjol adalah pengetahuan, inisiatif, pengambilan risiko, orientasi pelanggan, keterlibatan karyawan, pemikiran strategis, rasa takut kepada Allah, kerja keras, inovasi, keunggulan, kejujuran dan kebenaran, moralitas, visi, optimisme, kesabaran, kesejahteraan sosial, pendapatan halal, dan ekonomi (Hoque, Mamun, & Mamun, 2014).

Mubarak (2014) menemukan bahwa karakteristik dan praktik spiritual memengaruhi motivasi wirausaha untuk membangun kepercayaan diri dan ketekunan. Berpegang erat pada prinsip-prinsip moral dan membantu aspek manajerial yang lebih

efisien dan usaha akan mengarah pada keberhasilan dalam usaha bisnis. Kabir, Ahasanul, dan Sarwar (2017) menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan akan memberikan keterampilan dan pengetahuan yang dapat membantu siswa mengubah pola pikir khas mereka dari mencari pekerjaan hingga menciptakan pekerjaan. Faktor sosial seperti latar belakang keluarga, sistem pendidikan dan status sosial dan faktor psikologis seperti kebutuhan untuk berprestasi, kecenderungan terhadap risiko dan *locus of control* adalah indikator yang cukup menonjol dan signifikan bagi siswa Muslim untuk menjadi wirausahawan (Rokhman & Ahamed, 2015).

Gümüşay (2015) menyatakan bahwa *entrepreneurship* Islami harus ditarik dan ditafsirkan dari kitab suci (Al Qur'an) dan diterapkan pada konteks. *Entrepreneurship* Islami selain mementingkan dunia juga mementingkan akhirat. Islam merupakan agama yang mendorong manusia dalam berwirausaha karena Islam memikirkan dunia, tidak hanya akhirat. Dalam berwirausaha secara Islami, pengusaha memiliki pegangan yaitu Al Qur'an dan Sunnah.

Berdasarkan kajian di atas, maka kewirausahaan Islami memiliki ciri-ciri

sebagai berikut: Pertama, tujuan bisnis bukan untuk menciptakan kekayaan dan menghasilkan keuntungan semata, tetapi menciptakan pekerjaan bagi orang lain berdasarkan iman (integrasi kontribusi sosial dan ekonomi) dan meraih keridaan Tuhan. Kedua, internalisasi lima karakter wirausahawan Muslim, yaitu *fathonah*, *amanah*, *siddiq*, *tabligh*, dan *istiqomah*. Ketiga, berbisnis dengan etis (menjunjung tinggi kebenaran, moralitas, dan visi) lantaran rasa takut pada Allah dan harapan meraih kesejahteraan sosial, pendapatan yang halal, dan keberkahan. Keempat, menjalankan tugas-tugas manajerial dengan berpegangan erat pada prinsip-prinsip moral, dalam hal ini adalah Al Qur'an dan sunnah.

#### Metode

**Partisipan.** Pada penelitian ini, peneliti mewawancarai lima orang partisipan dengan kriteria utama adalah wirausahawan yang menerapkan usaha berbasis nilai-nilai Islam, seperti berusaha untuk tidak menggunakan cara-cara yang tidak sesuai dengan prinsip Islam misalnya kecurangan dan riba, yang diketahui dari hasil wawancara awal dan observasi terhadap proses bisnisnya dijalankan. Pemilihan partisipan dilakukan dengan cara *purposive sampling* yaitu mencari partisipan yang sesuai dengan



kriteria yang ditetapkan dalam penelitian dan dilanjutkan dengan metode *snowball*.

**Desain.** Desain penelitian dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini digunakan oleh peneliti untuk menggali tentang pengalaman partisipan dan makna

pengalaman tersebut bagi partisipan. Pada penelitian ini peneliti menggali terkait dengan intensi partisipan berwirausaha melalui pengalaman partisipan berwirausaha.

**Prosedur.** Langkah-langkah penelitian dalam penelitian ini dapat dipaparkan sebagai berikut:

*Tabel 1. Tahap-Tahap Penelitian*

Tahap	Kegiatan
Tahap Persiapan	Peneliti membuat proposal, membuat pedoman wawancara, dan observasi, serta meminta pertimbangan ahli
Pengambilan Data dan Analisis Data	Pengisian <i>informed consent</i> , observasi, wawancara, transkripsi verbatim, dan analisis data menggunakan metode analisis <i>grounded-theory</i>
Validasi	Validasi kepada partisipan dan triangulasi data
Pelaporan Hasil Penelitian	Membuat laporan penelitian

**Peran Peneliti.** Peneliti berperan sebagai alat atau instrumen pertama dalam penelitian. Peneliti dituntut untuk dapat membangun *raport* dengan partisipan penelitian secara baik. Membangun *raport* dengan baik dilakukan agar peneliti mudah untuk mengambil data. Peneliti dalam

penelitian ini terlibat langsung dalam pengambilan data.

**Validitas Penelitian.** Peneliti melakukan triangulasi untuk memeriksa keabsahan data. Peneliti tidak hanya melakukan wawancara kepada partisipan penelitian, tetapi juga terhadap orang terdekat partisipan atau yang mengetahui informasi yang cukup banyak tentang

partisipan. Orang terdekat pada penelitian ini adalah orangtua atau istri bagi partisipan yang sudah menikah, pelanggan dan karyawan yang bekerja di tempat tersebut. Setelah menganalisis, peneliti juga melakukan pengecekan ulang kepada partisipan tentang kebenaran analisis peneliti.

**Teknik analisis.** Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis konten berdasarkan prosedur dalam penelitian *grounded theory*. Teknik coding dalam penelitian ini menggunakan *open coding*, *selective coding*, *axial coding*, dan *theoretical coding*. Awal mula peneliti melakukan koding pada hal-hal atau kalimat yang dianggap penting dalam penelitian dan membentuk satu unit makna. Peneliti kemudian melakukan kategorisasi terhadap

kata-kata yang bermakna sama. Setelah itu peneliti mengambil kesimpulan dari data yang telah diperoleh dengan memberikan tema-tema bagi kategori tersebut dan merumuskan benang merah di antara tema-tema. Terakhir, peneliti merumuskan penjelasan konseptual yang berupa dinamika psikologis yang menerangkan gambaran intensi berwirausaha pengusaha Muslim yang menerapkan kewirausahaan Islami.

### H a s i l

Pada tabel 2 berikut, dideskripsikan profil diri partisipan dan usaha yang pernah digelutinya hingga saat ini.

*Tabel.2 Profil Partisipan dan Usahanya*

<b>Inisial</b>	<b>Usia (Tahun)</b>	<b>Lama Berwirausaha (Tahun)</b>	<b>Usaha yang pernah digeluti</b>
FR	26	6	Jus, tas (online), kartu perdana, jasa <i>tour and travel</i> , outbond, dan EO.
HR	27	6,5	Jasa <i>photocopy</i> dan jual alat tulis kantor (ATK)
DW	34	10	Jahit konveksi

IT	26	3	<i>Reseller</i> hijab, baju Muslim, aroma <i>therapy</i> dan keperluan wanita
CK	30	7	Toko Cake dan Kue

### 1. Partisipan 1 (FR)

FR berasal dari keluarga yang berwirausaha. Ibu FR adalah seorang guru dan ayah partisipan dahulu pernah berbisnis persewaan mobil dan sekarang berternak ayam. FR pernah bersekolah di pondok pesantren yang juga turut mendorong siswanya untuk berwirausaha. Selain berwirausaha ia juga memiliki yayasan bersama alumni di pondoknya yang bergerak dibidang pendidikan.

FR sudah pernah bekerja antara lain di rumah sakit dan suatu lembaga laboratorium yang bergerak di bidang gizi, tetapi ia kurang merasa nyaman karena tidak bebas untuk berinovasi dan mengembangkan diri. FR mengatakan bebas dalam hal ini tidak hanya sekedar bebas, tetapi tetap sesuai dengan syariat Allah. FR sudah mencoba berwirausaha sejak masih kuliah, pertama-pertama dengan ikut usaha milik orang lain di bidang pariwisata dan EO. Ia kemudian berinisiatif untuk membuka jasa pelatihan *outbond* pada tahun 2015. Tidak selalu usaha

yang dijalankan bertahan. Beberapa kali usahanya berhenti karena kekurangan karyawan. Kini ia memiliki kurang lebih 21 karyawan dan 5 staff.

Niat dan tujuan FR berwirausaha adalah bersama-sama membangun umat Islam. Melalui wirausaha FR dapat membantu orang Muslim mengurangi pengangguran, melatih berwirausaha dan turut memakmurkan usaha sesama Muslim. FR menjelaskan bahwa ketika ada teman atau karyawan yang ingin berlatih usaha ia akan membantunya bahkan ada karyawannya yang akhirnya membuat bisnis yang sama dengannya ia bantu. Bantuan itu berupa ilmu maupun tenaga misal ketika ada teman yang kekurangan tenaga dalam *outbond* ia bantu dengan mengerahkan karyawannya meskipun dengan *brand* dari temannya. FR dalam mencari kelengkapan atau bekerjasama seperti bus, *catering*, dan lain-lain juga lebih mengutamakan sesama pengusaha Muslim terlebih dahulu.

## 2. Partisipan 2 (HR)

HR merupakan alumni dari salah satu pondok di Jawa Timur. HR telah berkeluarga dengan satu orang anak. Selain usaha yang dijalankan secara pribadi, HR juga membantu temannya yang bergerak di bidang *tour* dan *travel*. HR belum memiliki karyawan, tetapi menurutnya usahanya sudah cukup berkembang dibandingkan dengan awal ia merintis. Semenjak awal partisipan memang berkeinginan memiliki usaha hal ini karena ia memang dibesarkan oleh seorang pedagang. Ayah dan ibu HR seorang pedagang makanan seperti jus, lotek, gado gado, mie ayam dan lain-lain.

Awal perjalanan HR, ia menabung dari uang jajan kemudian diberi modal oleh orangtuanya kemudian ia belikan komputer dan mesin cetak (print). Awalnya ia hanya melayani print saja kemudian ia mendapatkan proyek dari dinas pemerintahan yang sangat banyak. Ia kemudian meminjam atau menyewa mesin *photocopy*. Pada awal ia bekerja uang yang ia dapat hanya bisa untuk menyewa mesin *photocopy*. HR mengatakan bahwa tenaga yang ia keluarkan tidak dibayar, HR tetap mengerjakan dengan sebaik-baiknya.

## 3. Partisipan 3 (DW)

DW dahulu pernah menjadi penjahit di salah satu pabrik kaos di luar negeri. DW akhirnya kembali ke Indonesia karena menikah. DW lulusan salah satu podok pesantren di Magelang. DW kemudian merintis usahanya. Awalnya suami DW bekerja di salah satu tempat konveksi di dekat alun-alun. Ketika di tempat kerja suami pesanan penuh, suami DW sering menawarkan pada pelanggan untuk ke rumahnya.

DW mengatakan dahulu ia mencari tempat konveksi yang kelebihan *order* dan menawarkan jasanya. Seiring dengan berjalannya waktu DW mulai mengenalkan usahanya. Suami DW kemudian mengundurkan diri dan fokus pada usaha yang ditekuni di rumah. Seiring dengan berjalannya waktu banyak pelanggan berdatangan karena puas dengan layanannya. DW mengatakan bahwa ukuran partisipan relatif berbeda dengan yang lain. Beberapa konveksi jika mengukur lebih pada lebar ke samping, tetapi di tempat DW, lebih kepada panjang ke bawah dan tidak mengurangi ukuran ketika kain kurang. Meskipun hal tersebut menjadikan lebih banyak kain, pakaian yang dibuat DW lebih nyaman dipakai. DW sekarang memiliki tujuh karyawan yang merupakan tetangga sekitar kontrakan.

#### 4. Partisipan 4 (IT)

Selain berjualan, IT juga merupakan guru honorer di SMA. IT mengatakan bahwa fokusnya sebenarnya di bidang wirausaha bukan sebagai guru. Profesi guru yang ia geluti sebagai sarana untuk membahagiakan orangtua. IT adalah *reseller* dan menurut partisipan dalam berwirausaha harus berhati-hati. IT mengatakan bahwa ia pernah tergiur menjadi *dropshipper*, tetapi karena masih ada keraguan secara akidah ia kemudian tetap menjadi *reseller*.

IT berwirausaha sebagai salah satu cara menjalankan sunnah Rasul. Niat IT berwirausaha yaitu mencari keberkahan karena melalui wirausaha ia dapat mengontrol pemasukan dan ia setidaknya mengetahui bahwa rezeki yang ia dapat bukan merupakan hasil riba.

Dalam berdagang IT menerapkan kejujuran dan amanah. Hal ini dikarenakan usaha yang ia geluti adalah online sehingga amanah harus benar-benar dijaga. Ia pun menggunakan bank syariah sebagai sarana jual beli, meskipun begitu ia mengatakan bahwa mungkin masih banyak kekurangan dan kesalahan terkait dengan cara usaha partisipan. Hal yang dilakukan partisipan

adalah terus belajar terkait dengan tata cara bermuamalah yang benar.

#### 5. Partisipan 5 (CK)

Awal CK berwirausaha hanya sistem *online* melalui pesanan. Seiring dengan berjalannya waktu ia mulai untuk membuka toko. Modal usaha CK dapat hasil usaha sebelumnya, orangtua dan suami. Niat berwirausaha partisipan adalah untuk membantu sesama dan mencari keberkahan dari Allah SWT.

CK menyatakan bahwa usaha itu tidak sekedar berwirausaha tetapi <sup>18</sup> harus kreatif dan inovatif. Kreatif dan inovatif dalam Islam adalah berpedoman kepada fiqih yang benar. Dalam berwirausaha, partisipan tidak hanya mengedepankan keuntungan namun keberkahan, kejujuran, amanah, dan sesuai dengan hukum bermuamalah secara Islam. Usaha juga tidak hanya untuk diri sendiri, <sup>4</sup> tetapi juga sebagai sarana ibadah kepada Allah SWT sehingga hasil dari usaha juga harus bermanfaat bagi orang lain. Partisipan memiliki beberapa anak asuh yang ia biayai dalam sekolah. Dalam sebulan minimal ada satu kali kajian terkait dengan Al Qur'an. Itu termasuk caranya bermuamalah agar apabila karyawannya



ingin berwirausaha seperti dirinya sudah memiliki ilmu walaupun sedikit.

*Tabel 3 Perbandingan Intensi Berwirausaha Para Partisipan*

<b>Partisipan</b>	<b>Intensi Berwirausaha</b>
FR	Berwirausaha selain memiliki kesempatan untuk berkeaktivitas juga menjalankan sunah Nabi, berwirausaha sebagai usaha mencari berkah Allah SWT, memperkuat ekonomi Muslim, membantu sesama
HR	Sembilan dari pintu rezeki adalah dari berdagang (mencari rezeki), media dakwah, sarana beribadah
DW	Memenuhi kebutuhan, membantu orang di sekitar, media beribadah dan berdakwah
IT	Mencari keberkahan karena melalui wirausaha dapat mengontrol pemasukan dan setidaknya mengetahui bahwa rezeki yang didapat bukan merupakan hasil riba
CK	Membantu sesama, mencari riski yang halal dan berkah, berdakwah

### **Intensi Berwirausaha Muslim**

Berdasarkan hasil setiap partisipan di atas maka dapat ditarik tema-tema utama yang menggambarkan hal apa yang menjadi intensi berwirausaha pada pengusaha Muslim yang menerapkan *entrepreneurship* Islami.

#### **1. Menjalankan Sunnah**

Salah satu intensi berwirausaha yaitu menjalankan sunnah. Berwirausaha

merupakan salah satu hal yang dilakukan oleh Rasulullah sehingga ketika melakukannya merupakan bagian dari menjalankan sunnah nabi. Menurut partisipan ketika menjalankan sunnah maka akan bernilai ibadah dan rezeki yang didapatkan berkah.

*“Ya kan nabi dulu  
mengajarkan kita*

*berdagang, berwirausaha. Jadi selain kita mencari rejeki menjalankan sunnah juga... Insya Allah bernilai ibadah, selain itu juga mendapatkan keberkahan.”* (Partisipan FR)

## **2. Mencari keberkahan**

Melalui wirausaha yang sesuai dengan nilai-nilai islam maka akan terbuka pintu keberkahan. Mencari keberkahan adalah salah satu niat dalam berwirausaha. Ketika berwirausaha banyak hal yang dapat dikontrol termasuk kehalalan pendapatan. Jika bekerja di kantor sebagai karyawan sebagai karyawan kurang dapat mengontrol. Dalam berwirausaha tidak harus mengambil untung banyak, yang penting berkah. Kejujuran hal yang penting untuk dijaga meskipun tidak mudah.

*“Sembilan dari pintu risiko di berdagang... Selain itu kalau usaha, kita bisa ngontrol karena kita yang menjalankan... Kita bisa ngontrol biar pendapatan*

*kita itu berkah dan halal.”*  
(Partisipan HR)

*“... Kalau saya itu, pendapatan yang penting berkah, tidak usah banyak-banyak tapi berkah... Saya tidak mengambil untung banyak... Ada harga, ada rupa. Dengan harga misal 1,3 juta dengan pelayanan yang saya berikan Insya Allah itu termasuk murah.”*  
(Partisipan FR)

*“... Yang paling penting itu jujur... Itu nggak mudah, tapi kalau ingin berkah ya usahakan jujur dan jauhi riba.”* (Partisipan FR)

## **3. Menjadi media dakwah**

Wirausaha diniatkan sebagai media dakwah bagi partisipan. Melalui wirausaha partisipan dapat berdakwah melalui manajemen yang dibuat maupun program-program yang di adakan. Misalnya terkait dengan kejujuran dan ibadah wajib tepat waktu.

*“...Di sini itu setiap hari  
Jumat sebelum kerja, ada  
kayak ngaji bareng...  
Terus ada tafsirnya dikit-  
dikit biar karyawan tahu.”*  
(Partisipan CK)

#### 4. Mencari Kebebasan

Intensi berwirausaha partisipan yaitu mencari kebebasan. Partisipan merasa menjadi karyawan adalah pekerjaan yang terikat dan menyebabkan tidak bebas untuk berinovasi dan berkreasi. Wirausaha adalah salah satu jalan agar dapat bebas berinovasi dan berkreasi. Bebas disini bukan berarti bebas tanpa aturan, tetapi tetap berpegang pada nilai-nilai keislaman.

*“Berwirausaha itu bebas.  
Kita bebas berinovasi dan  
menjalankan bisnis kita...  
Tapi ya ada batasannya  
yaitu nilai yang kita  
pegang.”* (Partisipan HR)

*“Wirausaha itu bebas. Jadi  
itu yang membuat saya  
berwirausaha...  
Menjalankan sunatullah.  
Tapi ya tidak mudah*

*karena berdagang itu  
banyak celah untuk riba.  
Makannya kita harus  
paham bagaimana  
bermuamallah yang benar  
menurut syariat.”*  
(Partisipan HR)

#### Peran Intensi dalam Dinamika Berwirausaha Pengusaha Muslim

Dalam konteks kewirausahaan Islami, intensi berwirausaha Muslim merujuk pada niat memulai usaha yang bersumber dari keinginan menerapkan ajaran Islam. Ia berdasar pada keyakinan bahwa berwirausaha adalah sunnah yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad yang dalam riwayat hidupnya disebutkan hidup berdagang sebelum menjadi nabi. Maka dari itu, berwirausaha dipandang sebagai aktivitas ibadah dengan tujuan tertingginya adalah meraih rezeki atau penghasilan yang berkah (besar manfaatnya) tidak hanya bagi diri sendiri, tapi juga orang lain.

Intensi berwirausaha yang Islami berperan penting mengarahkan tujuan berbisnis yang berorientasi pada kesejahteraan sosial dan tidak materialistik. Hal umum yang ditemui pada pengusaha Muslim adalah berwirausaha demi

menciptakan lapangan pekerjaan bagi orang-orang di sekitar (pemuda, tetangga, sesama alumni sekolah) dan membantu pengembangan diri anak muda dengan memberikan kesempatan bekerja. Diyakini bahwa kesuksesan berbisnis bukan bersumber dari kekayaan material (berapa banyak harta benda yang dimiliki), tetapi seberapa berhasil melayani orang lain dan membuat pelanggan bahagia dengan pelayanan yang terbaik.

Intensi berwirausaha yang Islami ini diturunkan ke dalam prinsip-prinsip pengelolaan bisnis yang dianggap Islami. Pengusaha muslim berusaha menerapkan syariat Islam tentang hubungan antarsesama manusia (muamalah) dalam berbisnis, terutama dalam rangka menghindari hal-hal yang dilarang agama dan diyakini akan menghilangkan keberkahan rezeki. Pengelolaan bisnis yang Islami termanifestasikan dalam empat hal, yaitu: 1) prioritas pada pelayanan yang unggul (*service excellence*), 2) komitmen pada etika bisnis Islami, 3) strategi manajemen usaha secara syar'i, dan 4) partisipasi dalam komunitas pengusaha Muslim.

## 1. Prioritas pada Pelayanan yang Unggul

Prioritas pada pelayanan yang unggul adalah sikap mengedepankan kebutuhan pelanggan dan memenuhinya dengan sebaik mungkin. Sikap memprioritaskan ini tampak dari kesediaan dan kesiapan memenuhi apapun permintaan pelanggan. Pengusaha Muslim standar-standar kerja untuk setiap bidang kerja staf, seperti marketing, IT, *customer service*, dan sebagainya. Selain itu, sikap mengedepankan pelayanan juga tampak dari sikap pantang menyerah dalam memberikan yang terbaik, terutama ketika dihadapkan pada kegagalan atau kemunduran (misal, saat jatuh dalam persaingan usaha, mendapat penolakan dari mitra kerjasama, dan sebagainya). "*Semakin kita dijatuhkan, kita lebih semangat lagi.*"

Pengusaha Muslim dengan orientasi pada layanan yang unggul berusaha mencapai itu dengan cara: berfokus pada bertindak memanfaatkan apapun kesempatan yang ada, berani menjual produk/ jasa, inovatif dan kreatif dalam mendesain produk yang ditawarkan, berkomunikasi secara

menyenangkan dan bersahabat dengan pelanggan, menekuni bidang usaha yang tengah dijalani untuk menjaga kepercayaan, fokus pada bidang usaha yang dipilih, menegakkan sikap disiplin dalam menangani pelanggan, dan menjadikan protes dan kritik pelanggan sebagai sumber belajar untuk memperbaiki layanan serta tidak mudah terprovokasi dengan adanya kritik.

Ketika mendapat protes atau kritik layanan yang kurang memuaskan, persoalan itu dihadapi dengan tenang dan tidak menyalahkan pelanggan. Duduk perkara dijelaskan dengan tenang dan pembelaan diri dilakukan dengan sopan. Jika kesalahan ada pada pihak pengusaha, maka bersedia bertanggung jawab atas keteledoran/kesalahan yang dilakukan kepada pelanggan.

## **2. Etika Bisnis Islami**

Komitmen pada etika bisnis Islami menjadi ciri yang membedakan wirausaha Islami dengan yang bukan. Komitmen ini bersumber dari keyakinan bahwa keberkahan hanya dapat dicapai dengan berwirausaha

yang memperhatikan batasan-batasan agama. Gagasan yang sering diulang-ulang oleh pengusaha Muslim adalah mengutamakan pendapatan yang sedikit tapi berkah, ketimbang banyak tapi tak berkah. Mereka tidak memperlakukan tidak mendapat keuntungan karena yang terpenting adalah menjaga etika dan kualitas layanan serta manfaat yang diterima pelanggan. Hal yang dijadikan prinsip adalah tidak mengedepankan untung banyak, tapi pelayanan yang berbuah keberkahan. Hal-hal yang dilakukan adalah:

Pertama, menyampaikan mutu produk dengan jujur dan tidak berlebihan dalam mengambil keuntungan karena mengharapkan keberkahan. Pengusaha menyadari kapasitas dirinya dalam memberikan layanan yang berkualitas dan berusaha tidak membebani sehingga pelanggan tidak membayar lebih banyak dari yang diterimanya. Pengusaha tidak melakukan promosi dengan mengklaim bisa memberikan benefit secara muluk-muluk sehingga pelanggan tertarik.



Kedua, menghindari riba dan menolak berkerja sama dengan komitmen material. Pengusaha berusaha tidak terlibat tawar-menawar yang melibatkan pemberian uang atau menjanjikan barang berharga. Kerjasama dijaga dengan tidak berlebihan menjanjikan keuntungan. Mereka juga menolak tawaran usaha yang dinilai bertentangan dengan nilai-nilai Islam, seperti penawaran proposal proyek dengan tujuan yang tidak jelas dan penawaran investasi yang tidak jelas asal-usul dananya.

Ketiga, menghadapi tantangan/kesulitan yang disebabkan oleh persaingan usaha dengan sikap religius, seperti ikhlas, sabar, dan syukur. Pengusaha meyakini misalnya bahwa adanya pesaing harus disyukuri karena menandakan usaha yang dilakoni sebetulnya telah dipercaya masyarakat dan menarik perhatian sesama pebisnis.

### **3. Strategi Manajemen Usaha secara Syari**

Hal ini mengacu pada strategi mengelola sumber daya manusia dan keuangan yang didasarkan ajaran

Islam. Dalam pengelolaan sumber daya manusia, pengusaha mengadakan program pelatihan untuk membentuk karakter karyawan-karyawannya dan kedisiplinan, termasuk kedisiplinan beribadah. Salah satu misi pengusaha Muslim adalah menjaga agama karyawan di tempat kerja dengan menegakan aturan shalat tepat waktu dan mengadakan pengajian-pengajian. Menurut pengusaha, disiplin beribadah adalah bagian dari profesionalitas.

Pengusaha juga berusaha mengoreksi penyimpangan/ kekeliruan tindakan yang diambil oleh karyawannya yang berkaitan dengan standar. Mengevaluasi dan mengoreksi kinerja tim terutama dilakukan ketika terjadi masalah selama menjalankan usaha agar tidak jatuh di lobang yang sama. Mereka berani menegur karyawan yang berkerja kurang maksimal dengan cara halus/ tidak bersikap keras, misalnya agar tidak membawa urusan pribadi ke dalam pekerjaan. Hal-hal terkait interaksi pria dan wanita di antara karyawan pun menjadi perhatian, misal dalam hal bercanda, memperlakukan sesama karyawan, dan sebagainya.

Dalam pengelolaan keuangan, pengusaha Muslim cenderung menolak tawaran investasi (utang-piutang) dari non-Muslim. Komitmen yang dijaga adalah bahwa berdagang harus dilakukan secara lurus dan tidak melenceng ke arah riba dan utang yang di situ mengandung riba. Mereka ragu-ragu menerima investasi/ mengambil utang ketika membutuhkan dana, dan lebih mengandalkan tabungan. Dipengaruhi oleh ajaran agama pula, mereka berusaha bisa bersedekah/ berdonasi dari hasil usaha yang didapatkan dan bersaing dalam sedekah.

#### **4. Partisipasi dalam Komunitas Pengusaha Muslim**

Pada umumnya di masyarakat pengusaha-pengusaha Muslim membangun solidaritas dan ikatan persaudaraan dengan sesamanya dalam bentuk komunitas-komunitas bisnis. Partisipasi dalam komunitas ini menjadi sumber dukungan di antara antar pengusaha dapat saling membantu mengembangkan usaha. Di dalam komunitas ini, pengusaha saling berbagi pengalaman, mengadakan perkumpulan-perkumpulan, dan

mendapatkan mentor dari pengusaha yang lebih senior.

Bersaing dalam usaha diyakini sebagai *fastabiqul khairot* yakni berlomba-lomba dalam kebaikan. Pengusaha tidak takut bersaing dengan sesama karena sama-sama berjuang dalam kebaikan dan masing-masing punya kreativitas dan keunggulan. Bergabung dalam komunitas memberi kepercayaan bahwa tidak ada tindakan saling menjatuhkan dalam kompetisi bisnis dengan pengusaha Muslim lain. Bergabung dalam komunitas bertujuan untuk menjalin hubungan baik/ saling membantu dengan sesama pengusaha Muslim.

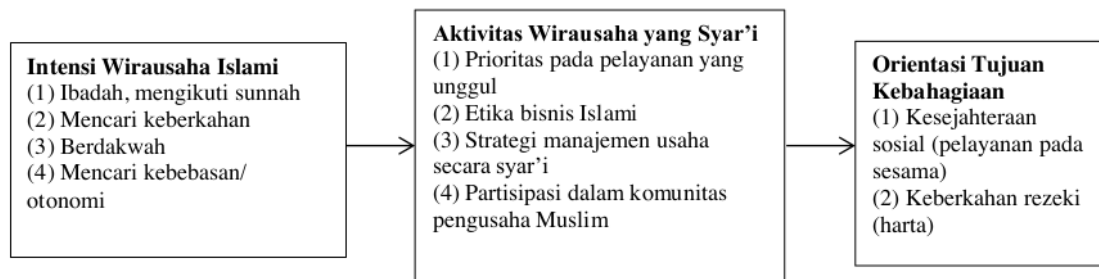
Menurut partisipan RF dalam penelitian ini, bergabung dalam komunitas pengusaha Muslim terjadi dalam konteks bersaing dengan pengusaha dari kelompok agama atau etnis lain (yakni pengusaha dari etnis Tionghoa yang mayoritas beragama Kristen) yang dinilai lebih maju dan solid. “[pengusaha] Muslim itu harus kuat... Jangan sampai lah masak kalah sama yang tetangga-tetangga [pengusaha Cina/ Kristen]”. Salah satu konsekuensi ini adalah sikap

mengutamakan umat Islam sebagai stakeholder, baik sebagai rekan bisnis maupun pelanggan.

Hal ini sedikit banyak menjadi penghambat usaha: 1) Ada perbedaan sikap antara terhadap klien Muslim dan non-Muslim karena persoalan akidah dan syariat. Pengusaha lebih nyaman berinteraksi ketika melayani klien Muslim dan merasa tidak nyaman ketika melayani klien non-Muslim terutama ketika acara yang ditangani adalah acara keagamaan. 2) Tidak bisa optimal memberikan jasa pada waktu-waktu tertentu, misalnya memberikan outbond di bulan puasa karena seluruh karyawan berpuasa. 3) Tidak memahami penyelenggaraan acara dari tradisi agama lain sehingga menolak permintaan yang demikian. 4) Kebanyakan klien adalah sesama Muslim.

Berdasarkan pemaparan di atas, aktivitas kewirausahaan Islami ditentukan oleh seberapa mendalam intensi berwirausaha pengusaha mencerminkan keyakinan dan nilai-nilai ajaran Islam. Jika disimpulkan, intensi berwirausaha mempengaruhi dengan membentuk tujuan berusaha, yakni orientasi religius mencari

keberkahan yang membuat seseorang berkomitmen pada keunggulan layanan, etika dalam berbisnis, penerapan syariat Islam dalam proses manajemen bisnis, dan solidaritas terhadap sesama pengusaha Muslim. Dinamika tersebut digambarkan dalam gambar berikut.



Gambar 1 Dinamika Intensi Berwirausaha Pengusaha Muslim

### Diskusi

Penelitian ini berusaha menjawab dua pertanyaan: Apa saja yang menjadi niat berwirausaha pada wirausahawan/ pengusaha Muslim dan bagaimana itu mempengaruhi aktivitas bisnisnya? Pada intinya, pengusaha Muslim memiliki niat-niat yang religius, seperti ingin mencari keberkahan dan berdakwah, dan niat tersebut membentuk perilaku menjalankan usaha yang memperhatikan aturan-aturan syariat.

Penelitian ini menemukan bahwa niat berwirausaha pada pengusaha Muslim berkaitan dengan kewajiban agama untuk mengikuti Sunnah Nabi Muhammad yang berprofesi sebagai pedagang (wirausahawan). Pengusaha Muslim memandang berwirausaha adalah bagian dari ibadah dengan tujuan meraih keberkahan atas rezeki. Meski demikian, niat pengusaha Muslim tidak terbatas pada hal-hal yang

religius. Berwirausaha adalah cara untuk mendapatkan otonomi dan kebebasan mengembangkan diri dan berkreasi/ berinovasi. Hal ini sesuai dengan teori kewirausahaan pada umumnya bahwa semangat kebebasan dan independensi adalah faktor kunci seseorang memulai usaha. Otonomi termanifestasi dalam pencarian kebebasan yang mana dalam konteks kewirausahaan, hal ini melandasi perilaku mencari kesempatan dan keuntungan (Lumpkin, Cogliser, & Schneider, 2009).

Berwirausaha sebagai ibadah adalah pandangan hidup unik yang dimiliki umat Muslim. Di masyarakat Barat, berkerja sering dipandang sebagai aktivitas sekuler terkait tugas dalam kedudukan dan karier. Tujuan berkerja adalah untuk memenuhi kebutuhan finansial, material, dan psikologis, tetapi dalam perspektif Islam, berkerja adalah

tindakan ibadah dan merupakan kewajiban agama bagi setiap Muslim sehingga memiliki aspek spiritual (Sidek, Pavlovich, & Gibb, 2018). Dalam Islam, agama berisi aturan yang menyatukan aspek budaya, ekonomi, sosial, dan politik masyarakat. Agama pun menjadi legitimasi metafisik bagi aktivitas wirausaha dan membentuk sistem nilai dan keyakinan dari penganutnya (Sidek et al., 2018).

<sup>10</sup> Temuan penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sidek et al. (2018) bahwa orientasi religius pengusaha Muslim terdiri atas lima aspek keyakinan yang menjadi nilai-nilai wirausaha yang Islami: wirausaha sebagai kewajiban komunal (*fardhu kifayah*), untuk mencapai keseimbangan dunia-akhirat (*wasatiyyah*), untuk berdakwah, <sup>22</sup> harus dilakukan dengan penuh tanggung jawab dan jujur (*amanah*), dan ditujukan untuk meraih keberkahan (*barakah*). Orientasi ibadah tampak dari sikap menjadikan kegiatan usaha yang dilakukan sebagai media berdakwah (menyebarkan pesan-pesan keislaman dan mengajak orang-orang melaksanakan ajaran Islam), misalnya dengan mengadakan pengajian di antara karyawan, mengadakan aturan shalat berjamaah untuk para perkerja, dan menegakkan etika bisnis Islam. Sikap amanah tampak dari sikap memprioritaskan

pelayanan yang unggul dan penerapan etika bisnis agar usaha yang dilakukan tidak merugikan diri dan orang lain. Orientasi religius ini melengkapi orientasi kerja yang bersifat sekular dan terfokus pada diri, seperti aktualisasi potensi dan talenta diri, mengembangkan karier, dan mendapatkan kebermaknaan hidup (Sidek et al., 2018).

Nilai agama tampak tidak hanya membentuk orientasi tujuan berbisnis yang tidak berorientasi pada diri sendiri dan tidak materialistik, tetapi juga mempengaruhi strategi manajemen usaha. Sifat nilai agama sebagai sumber justifikasi moral mendukung perasaan bahwa berwirausaha adalah jalan hidup yang benar dan memunculkan keyakinan pasti akan meraih kesuksesan (Sidek et al., 2018). Nilai agama turut dipertimbangkan dalam evaluasi subjektif pengusaha dan mendorong kepercayaan diri untuk mengambil kesempatan dan merealisasikan ide bisnis (Davidsson, 2015).

Nilai agama juga berperan dalam cara pengusaha menghadapi kesulitan, misalnya yang diakibatkan oleh persaingan usaha dengan pengusaha lain. Hal ini menunjukkan potensi nilai agama sebagai sumber daya tahan pengusaha ketika bisnisnya mengalami kemunduran atau kegagalan (Holland & Shepherd, 2013). Menurut Holland &



Shepherd (2013) persistensi pengusaha tergantung pada tingkat kesulitan yang dialami dan nilai-nilai individual yang dianut.

Tujuan berwirausaha pengusaha Muslim adalah untuk kebahagiaan diri dan orang lain/ masyarakat, menunjukkan adanya *self-transcendence values* yakni nilai-nilai universalisme dan kebajikan. Nilai transendensi diri ini memotivasi seseorang untuk memiliki tujuan hidup melampaui kepentingan pribadi untuk mewujudkan kesejahteraan sesama. Orang-orang yang menganut nilai ini mengutamakan kejujuran, kesetiaan, dan tolong-menolong. Dalam berwirausaha, mereka cenderung terlibat dalam aktivitas wirausaha sosial dengan tujuan-tujuan seperti membuka lapangan pekerjaan dan meningkatkan kualitas hidup orang lain dan mencari *non-financial benefit* (Holland & Shepherd, 2013).

Penelitian ini berkontribusi mengembangkan pemahaman tentang bagaimana nilai-nilai personal (*personal values*) berperan dalam aktivitas wirausaha, yakni dengan membentuk intensi berwirausaha. Adanya intensi yang berorientasi religius memiliki dampak pada pengelolaan usaha dengan cara-cara yang religius pula. Penelitian ini dilakukan

menggunakan pendekatan kualitatif dengan jumlah partisipan yang relatif sedikit. Oleh karena itu, temuannya terbatas untuk digeneralisasi pada pengusaha Muslim lain mengingat partisipan penelitian ini adalah pengelola UMKM. Temuan yang berbeda mungkin akan diperoleh dari partisipan yang berbeda, misalnya pengusaha besar/ pemilik perusahaan atau anak muda yang masih di tahap *startup*.

Diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menguji hipotesis adanya hubungan antara intensi berwirausaha yang Islami, pilihan strategi manajemen, dan dampaknya pada kebahagiaan atau kesejahteraan psikologis wirausahawan. Penelitian yang lebih lanjut di masa depan dapat diarahkan untuk menginvestigasi tentang sejauh mana pengaruh internalisasi nilai-nilai Islam pada karakter personal dan perilaku wirausahawan Muslim dalam mengelola usahanya, bagaimana itu menentukan keberhasilan usahanya di setiap fase pengembangan usaha, dan apakah intensi yang religius menjadikan pengusaha lebih tangguh dan bahagia [Justify/rata kanan-kiri, Times New Roman 12, spasi 1,5]

### **Kesimpulan**

Awal dimulainya usaha adalah dimilikinya intensi atau niat untuk berwirausaha. Niat berwirausaha dipengaruhi sebagian oleh nilai-nilai yang dianut oleh seseorang, salah satunya nilai religius. Dalam studi ini, ditemukan bahwa pengusaha Muslim adalah pribadi yang meyakini nilai-nilai dalam ajaran Islam. Mereka cenderung memiliki niat berwirausaha yang berorientasi pada pemenuhan kewajiban agama, seperti untuk beribadah, berdhawah, dan mendapatkan keberkahan. Namun demikian, mereka juga memiliki niatan non-religius, seperti ingin mencari kebebasan dan otonomi. Niat yang religius berdampak pada berbagai aspek aktivitas wirausaha dan berkaitan pula dengan tujuan meraih kebahagiaan. Penelitian ini membuka wawasan untuk mengeksplorasi lebih jauh lagi kaitan antara agama, psikologi,

dan kewirausahaan. Riset tentang ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan program pelatihan maupun pendidikan kewirausahaan yang Islami serta program pengembangan karakter wirausaha bagi pemuda Muslim di Indonesia.

### *Saran*

Di dalam penelitian tentunya akan ada keterbatasan. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan antara lain hanya meneliti tentang intensi berwirausaha pada pengusaha muslim. Penelitian ini focus kepada pemberian gambaran terkait intensi

# INTENSI BERWIRUSAHA PENGUSAHA MUSLIM: PERAN NILAI-NILAI KEISLAMAN DALAM PENDIRIAN USAHA

## ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://eprints.perbanas.ac.id">eprints.perbanas.ac.id</a> Internet Source	1%
2	<a href="http://www.syekhnurjati.ac.id">www.syekhnurjati.ac.id</a> Internet Source	1%
3	<a href="http://repository.um.ac.id">repository.um.ac.id</a> Internet Source	<1%
4	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	<1%
5	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	<1%
6	<a href="http://iamphome.org">iamphome.org</a> Internet Source	<1%
7	<a href="http://www.neliti.com">www.neliti.com</a> Internet Source	<1%
8	<a href="http://repository.upi.edu">repository.upi.edu</a> Internet Source	<1%
9	<a href="http://ijar-iaikapd.or.id">ijar-iaikapd.or.id</a> Internet Source	<1%

10	<a href="http://ejurnal.unisri.ac.id">ejurnal.unisri.ac.id</a> Internet Source	<1 %
11	<a href="http://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
12	<a href="http://jmi.ipusk.lipi.go.id">jmi.ipusk.lipi.go.id</a> Internet Source	<1 %
13	<a href="http://ejurnal.stieipwija.ac.id">ejurnal.stieipwija.ac.id</a> Internet Source	<1 %
14	<a href="http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id">jurnalmahasiswa.unesa.ac.id</a> Internet Source	<1 %
15	<a href="http://suryatizamzam.blogspot.com">suryatizamzam.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
16	<a href="http://Repository.umy.ac.id">Repository.umy.ac.id</a> Internet Source	<1 %
17	<a href="http://worldwidescience.org">worldwidescience.org</a> Internet Source	<1 %
18	<a href="http://id.scribd.com">id.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
19	<a href="http://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	<1 %
20	<a href="http://repository.unair.ac.id">repository.unair.ac.id</a> Internet Source	<1 %
21	<a href="http://uad.portalgaruda.org">uad.portalgaruda.org</a> Internet Source	<1 %

---

Exclude quotes On

Exclude matches < 6 words

Exclude bibliography On