

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN STRATEGI KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP KINERJA WIRAUSAHA MUSLIM**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :

NIKEN SETYA PUSPITARINI
NIM : 2015710294

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2019**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Niken Setya Puspitarini
Tempat, Tanggal Lahir : Kupang, 26 Januari 1998
N.I.M : 2015710294
Program Studi : Ekonomi Syariah
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Pengetahuan dan Strategi Kewirausahaan Terhadap
Kinerja Wirausaha Muslim

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal: 15 April 2019



Dr. Dra. Ec. Wiwik Lestari, M.Si

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen
Tanggal: 15 April 2019



Dr. Dra. Ec. Wiwik Lestari M, Si

THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL KNOWLEDGE AND STRATEGY ON THE PERFORMANCE OF MUSLIM ENTREPRENEURS

Niken Setya Puspitarini
STIE Perbanas Surabaya
Email : niken.puspitarinii@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the direct effect of entrepreneurial knowledge on entrepreneurial performance and strategy on entrepreneurial performance. The population in this study were business people in East Java, the number of samples used by researchers was 146 entrepreneurs. Sampling is done by purposive sampling method. Primary data is collected through questionnaires to respondents, namely business owners, based on research instruments. The data analysis method used in this study is Multiple Regression. Based on the results of hypothesis testing shows that entrepreneurial knowledge has a positive but not significant effect as well as strategy has a negative but not significant effect. It's just that in this study the influential variable is the age of the business where the age of this business is part of entrepreneurial knowledge, the longer the establishment of the business is run, the greater the level of good influence on better performance as well. Because to minimize the level of risk when running a business.

Key Word : *Entrepreneurial Knowledge, Strategy and Entrepreneurial Performance*

PENDAHULUAN

Saat ini istilah wirausaha sering sekali terdengar di kalangan masyarakat yang merupakan persoalan penting di dalam perekonomian suatu bangsa yang sedang berkembang. Kemajuan atau kemunduran ekonomi suatu bangsa sangat ditentukan oleh keberadaan dan peranan dari kelompok wirausahawan. Pertumbuhan wirausaha ini membawa peningkatan perekonomian yang luar biasa bagi suatu negara, sehingga semakin banyak suatu negara memiliki wirausaha maka semakin meningkat perekonomiannya.

Perkembangan *entrepreneur* di Indonesia saat ini masih sangat rendah jika dibandingkan dengan negara-negara lain di Asia. Pernyataan ini dapat dilihat dari jumlah *entrepreneur* yang ada, di Indonesia hanya 1,56% dari jumlah penduduk yang ada. Sedangkan menurut

McClelland, suatu negara bisa menjadi makmur apabila ada terdapat *entrepreneur* sedikitnya 2% dari jumlah penduduk yang ada. Seperti keberhasilan pembangunan yang dicapai oleh negara Jepang. Selain Jepang, juga terdapat beberapa negara yang kemajuan perekonomiannya di sponsori oleh para *entrepreneur*nya yaitu Malaysia dengan jumlah *entrepreneur* 5% dari jumlah penduduknya, Singapura dengan jumlah *entrepreneur* 7% dari jumlah penduduknya, dan Amerika dengan lebih dari 12% penduduknya menjadi *entrepreneur*. Sayangnya saat ini, jumlah *entrepreneur* di Indonesia masih sedikit dan mutunya masih belum bisa dikatakan hebat untuk menopang perekonomian, sehingga persoalan wirausaha ini menjadi persoalan yang mendesak bagi suksesnya pembangunan perekonomian di Indonesia.

Kewirausahaan adalah proses dinamis dari visi, perubahan dan penciptaan yang mensyaratkan aplikasi energi dan semangat terhadap penciptaan dan implementasi dari ide baru dan solusi kreatif (Kuratko, 2009: 21). Tidak semua orang memiliki kapabilitas kewirausahaan. Hanya orang yang memiliki jiwa kewirausahaan dapat mendirikan dan mengelola usaha secara profesional (Echdar, 2013: 19).

Awalnya kewirausahaan berkembang dalam bidang industri, kemudian berkembang dan diterapkan dalam berbagai bidang lainnya, maka disiplin ilmu kewirausahaan dalam perkembangannya mengalami evolusi yang pesat. Pada mulanya, kewirausahaan berkembang dalam bidang perdagangan, kemudian diterapkan dalam berbagai bidang lain, seperti industri, perdagangan, pendidikan, kesehatan, pemerintah, perguruan tinggi, dan organisasi kemasyarakatan lainnya. Dalam konteks tertentu, kewirausahaan merupakan suatu kompetensi utama dalam menciptakan perubahan, pembaruan, dan kemajuan. Kewirausahaan tidak hanya dapat digunakan sebagai bisnis yang berjangka pendek, tetapi juga sebagai kiat untuk bertahan hidup secara umum dalam jangka panjang. Dalam bidang bisnis misalnya, perusahaan yang sukses dan memperoleh peluang besar karena pengusahanya memiliki kemampuan kreatif dan inovatif. Melalui kemampuan kreatif dan inovatif itulah perusahaan menciptakan nilai tambah atas barang dan jasa yang dikehendaki pelanggannya. Demikian juga dalam bidang pendidikan, kesehatan, pemerintahan, dan institusi lainnya, mereka berhasil disebabkan memiliki sumber daya yang kreatif dan inovatif dalam menciptakan perubahan-perubahan.

Dalam konteks sejarah Islam, penyebaran dakwah Islam tidak terlepas dari peran kaum pengusaha atau pedagang. Hal ini tidak dipungkiri bahwa Rasulullah SAW sebelum diangkat Allah SWT

sebagai Nabi, Beliau semasa remaja kerap menyerukan dakwah akhlak mulia berupa kejujuran dalam berkata khususnya saat berdagang. Selanjutnya, para sahabat Nabi pun demikian, mayoritas aktifitas mereka adalah pedagang. Para pengusaha akan dihadapkan dengan berbagai permasalahan, sehingga diperlukan kemampuan manajemen yang kuat untuk menyusun strategi-strategi pemasaran agar dapat terus bertahan dalam dunia usaha. Kelancaran suatu strategi pemasaran tentunya membutuhkan orientasi kewirausahaan yang kuat dan kemampuan manajemen kewirausahaan yang handal agar kinerja usaha dapat dihasilkan secara optimal. Dengan demikian, perusahaan dapat bersaing apabila secara konsisten dan berkesinambungan memperbaiki produk, barang, dan jasa atau proses itu sendiri.

Profesi pengusaha di dalam perspektif Islam tidak semata-mata profesi bersifat duniawi, namun lebih dari itu adalah profesi yang bernilai ibadah. Dalam kekayaan yang dimiliki manusia terdapat bagian kekayaan milik orang lain, sehingga manusia diwajibkan membayar zakat dan dianjurkan untuk bersedekah, infak, sedekah dan wakaf. Dalam kepribadian kewirausahaan Islam, seorang wirausaha muslim harus memiliki sifat-sifat dasar yang akan mendorongnya untuk menjadi pribadi yang kreatif dan handal dalam menjalankan strategi bisnis. Sifat-sifat yang harus dilakukan dalam strategi bisnis ada 4 yaitu, (1) Siddiq berarti jujur atau benar, dalam menjalankan bisnisnya, Nabi Muhammad saw selalu menunjukkan kejujuran dan meyakini betul bahwa membohongi sama dengan mengkhianati para pelanggan. Akibatnya, para pelanggan tidak akan bertransaksi bisnis lagi dan lambat laun bisnis pun akan hancur. (2) Amanah berarti dapat dipercaya. Dalam konteks ini, amanah adalah tidak mengurangi atau menambah sesuatu dari yang seharusnya atau dari yang telah disepakati. Itu bisa terjadi

antara penjual dan pembeli, penyewa dan

(3) *Fatanah* berarti cakap atau cerdas. Dalam transaksi muamalah, prinsip-prinsip yang dijiwai sifat fatanah tercermin dari mengadministrasikan dokumen transaksi, menjaga profesionalisme dan kualitas pelayanan dalam bertransaksi bisnis, Nabi Muhammad SAW senantiasa memperlihatkan profesionalisme yang beliau tunjukkan dengan kecerdasannya dan mengantisipasi perubahan yang terjadi di pasar, baik yang berhubungan dengan produk, teknologi, harga, maupun persaingan.

Sifat yang ke- (4) adalah *tabligh* bisa dimaknai dengan menyampaikan. Dalam konteks bisnis, pemahaman *tabligh* bisa mencakup argumentasi dan komunikasi. Penjual hendaknya mampu mengkomunikasikan produknya dengan strategi yang tepat. Dengan sifat *tabligh*, seorang pebisnis diharapkan mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran (*transparency and fairness*). Dengan itu, pelanggan dapat dengan mudah memahami pesan bisnis yang disampaikan.

KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Pengetahuan Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan gabungan dari kreativitas, inovasi dan keberanian menghadapi risiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru. Kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan upaya memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari. Menurut Harvard's Theodore Levitt, kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru, sedangkan inovasi adalah melakukan sesuatu yang baru. Para wirausahawan akan berhasil apabila berpikir dan

yang menyewakan dan sebagainya.

melakukan sesuatu yang baru atau berbeda.

Menurut Kuntowicaksono dalam Apriliani (2015). Pengetahuan diperoleh melalui pengalaman, input informasi melalui panca indera, ingatan, dan menjadi proses terus menerus berjalan sepanjang hayat. Selanjutnya pengetahuan mempunyai tingkatan sebagai berikut:

1. Mengetahui (*know*)
Kemampuan untuk mengingat materi yang telah dipelajari dari seluruh bahan yang dipelajari atau rangsangan yang diterima.
2. Memahami (*comperhensip*)
Kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui dan dapat mempresentasikan materi tersebut.
3. Mengaplikasi (*aplication*)
Kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi dan kondisi yang sebenarnya.
4. Menganalisis (*analysis*)
Kemampuan untuk menjabarkan materi atau suatu objek dalam suatu komponen-komponen dalam struktur organisasi dengan yang lainnya.
5. Mensintesis (*sinthesis*)
Kemampuan untuk menyusun formulasi baru dari formulasi yang ada.
6. Mengevaluasi (*evaluation*)
Kemampuan untuk melakukan penelitian terhadap materi atau suatu objek.

Strategi

Strategi pemasaran menurut (Kotler and Armstrong 2012, 72) adalah logika pemasaran dimana perusahaan berharap dapat menciptakan nilai bagi *customer* dan dapat mencapai hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Strategi pemasaran adalah rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar

sasaran tertentu. Perusahaan bisa menggunakan dua atau lebih program pemasaran secara bersamaan, sebab setiap jenis program seperti periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, layanan pelanggan, atau pengembangan produk memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap permintaan. Oleh sebab itu, dibutuhkan mekanisme yang dapat mengkoordinasikan program-program pemasaran agar program-program itu sejalan dan terintegrasi dengan sinergistik. Mekanisme ini disebut sebagai strategi pemasaran. Umumnya peluang pemasaran terbaik diperoleh dari upaya memperluas permintaan primer, sedangkan peluang pertumbuhan terbaik berasal dari upaya memperluas permintaan selektif.

Strategi kewirausahaan dalam suatu perusahaan harus bersaing dengan menggunakan keputusan-keputusan strategis. Dalam melakukan strategi usahanya, wirausahawan biasanya menggunakan strategi sebagai berikut:

1. Berada pertama di pasar dengan produk dan jasa baru.
2. Posisikan produk dan jasa tersebut pada pasar segmen yang tidak terlayani.
3. Fokuskan barang dan jasa pada relung yang kecil, tetapi bisa bertahan.
4. Mengubah karakteristik produk, pasar, atau industri berbasis pada inovasi.

Kinerja Wirausaha

Kinerja perusahaan adalah pencapaian usaha sebagaimana tujuan perusahaan tersebut didirikan yaitu mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya untuk dapat menopang pertumbuhan dan perkembangan.

Perusahaan yang mampu melakukan identifikasi sumber daya berdasarkan kelemahan atau kekuatan yang dimiliki, mampu membuat skala prioritas dan memilih sumber daya mana yang dapat dioptimalkan untuk menghasilkan produktivitas dan efisiensi dalam rangka mencapai keberhasilan usaha.

Kinerja usaha perusahaan merupakan salah satu tujuan dari setiap pengusaha. Kinerja usaha industri kecil dapat diartikan sebagai tingkat keberhasilan dalam pencapaian maksud atau tujuan yang diharapkan. Sebagai ukuran kinerja usaha dan usaha suatu perusahaan dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti: kinerja keuangan dan image perusahaan.

Menurut Glancey dalam Sony Heru Priyanto (2009: 73) Wirausaha yang memiliki kemampuan mengambil keputusan yang superior akan dapat meningkatkan performansi usaha seperti peningkatan profit dan pertumbuhan usaha.

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Kinerja Wirausaha

Pengetahuan kewirausahaan dalam berwirausaha sangat banyak sekali macamnya. Seperti contoh, pengetahuan dalam memahami tingkat risiko bisnis, pengetahuan dalam menyusun laporan keuangan, pengetahuan dalam penggunaan sosial media. Semakin banyaknya tingkat pengetahuan seorang wirausaha maka semakin pula dapat mempengaruhi tingkat kinerja dalam memperoleh keuntungan dan keberhasilan dalam berwirausaha.

Berdasarkan pada jurnal Risma Hanifa (2017) mengatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan memiliki hubungan yang rendah dengan keberhasilan usaha dikarenakan hubungan antara pengetahuan terhadap kinerja usahanya positif tetapi rendah. Menurut Harefa (2013:5) keberhasilan usaha dipengaruhi oleh karakteristik wirausahawan yaitu

kecakapan pribadi dan kecakapan sosial. Kecakapan pribadi menyangkut kesadaran diri, pengaturan diri, dan motivasi.

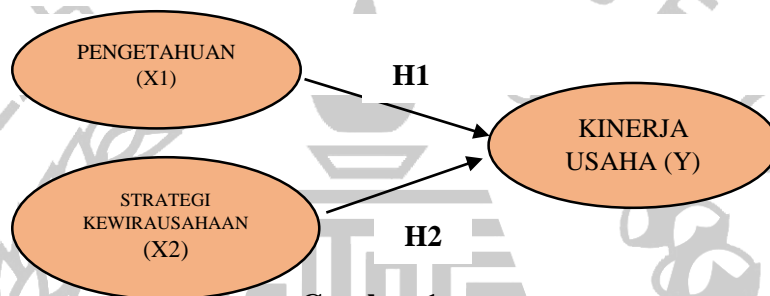
Pengaruh Strategi Kewirausahaan terhadap Kinerja Wirausaha

Dalam berwirausaha tentu memiliki strategi tersendiri. Ketika

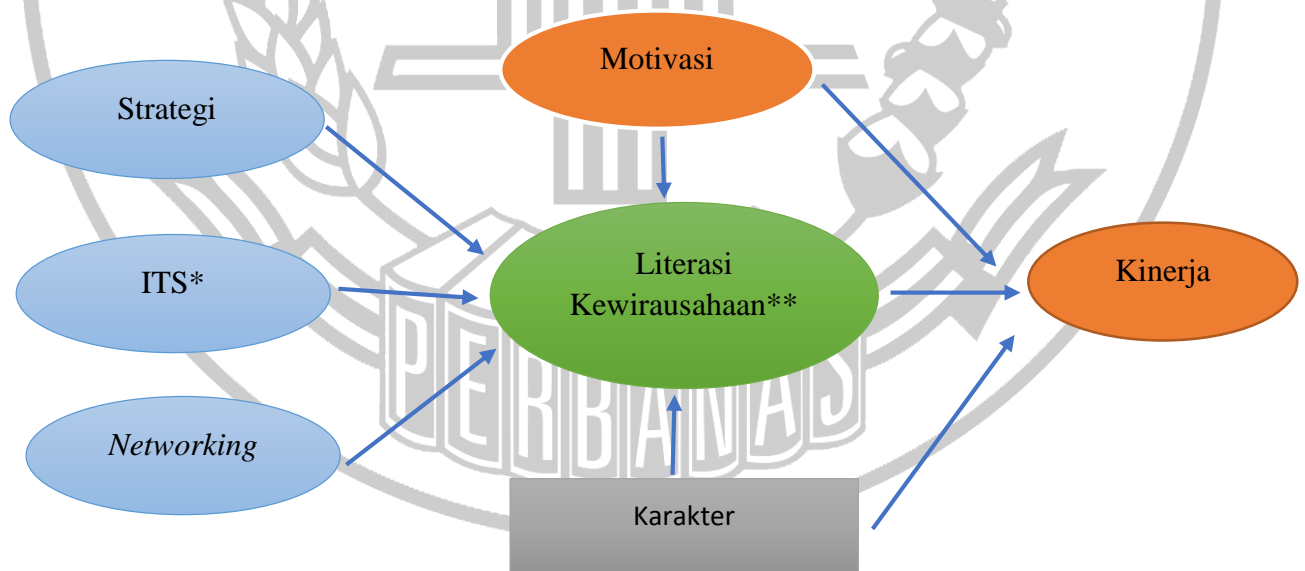
memulai usaha tentu ada modal yang harus dikeluarkan, untuk itu pengaruh dari seberapa besar strategi wirausaha yang dimiliki seseorang akan dapat mempengaruhi tingkat kinerja wirausaha Muslim. Strategi di dalam penelitian ini terbagi menjadi strategi inovasi atau strategi pemasaran atau bisnis. Sehingga, dorongan seseorang atas berwirausaha bisa melalui dorongan dari inovasi atau dorongan bisnis.

Berdasarkan jurnal Rita Indah Mustikowati (2014) mengatakan bahwa strategi bisnis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Strategi bisnis akan semakin kuat apabila perusahaan menciptakan ide baru dan sangat diperlukan komitmen yang baik agar tidak terjadi penipuan atau perbuatan yang tercela.

Rerangka pemikiran yang menjadi dasar dalam penelitian ini dapat digambarkan seperti yang ditunjukkan Gambar 1



Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Gambar 2
Kerangka Pemikiran Kolaborasi

Keterangan :

ITS* = Implementasi transaksi syariah

**

= Literasi kewirausahaan muslim sebagai *second order variable*

METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sampel

Populasi yang telah ditetapkan oleh peneliti adalah Wirausaha Muslim yang berada di daerah Jawa Timur. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Populasi adalah seluruh elemen yang menjadi suatu objek dalam penelitian. Informasi yang di dapatkan dari objek akan diambil keputusannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wirausaha Muslim yang ada di wilayah Jawa Timur.

Data Penelitian

Sampel yang digunakan adalah metode sampel *non-probabilitas*, dimana tidak semua anggota populasi menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, karena pemilihan sampel berdasarkan tujuan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian, jadi tidak semua anggota populasi terpilih menjadi sampel, yang digunakan hanya sampel yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Karakteristik pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wirausaha yang berdomisili di wilayah Jawa Timur.
2. Wirausaha yang usia usahanya minimal dua tahun.
3. Wirausahawan yang Muslim.
4. Wirausaha yang memiliki karyawan minimal dua karyawan.

Variabel Penelitian

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kinerja Wirausaha. Sedangkan variabel independen dalam penelitian ini yaitu pengetahuan dan strategi kewirausahaan.

Definisi Operasional Variabel

Pengetahuan Kewirausahaan

Pengetahuan Kewirausahaan menurut Siti Nurbaya dan Moerdiyanto (2012: 10) adalah ilmu, seni maupun perilaku, sifat, ciri, dan watak seseorang yang mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif.

Strategi

Strategi kewirausahaan dalam suatu perusahaan harus bersaing dengan menggunakan keputusan-keputusan strategis. Dalam melakukan strategi usahanya, wirausahawan biasanya menggunakan strategi sebagai berikut:

1. Berada pertama di pasar dengan produk dan jasa baru.
2. Posisikan produk dan jasa tersebut pada pasar segmen yang tidak terlayani.
3. Fokuskan barang dan jasa pada relung yang kecil, tetapi bisa bertahan.
4. Mengubah karakteristik produk, pasar, atau industri berbasis pada inovasi.

Strategi Kewirausahaan, adalah kemampuan pengusaha/ perusahaan dalam analisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan, perumusan (formulasi) strategi, pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran perusahaan, serta melakukan evaluasi untuk mendapatkan umpan balik dalam merumuskan strategi yang akan datang.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Metode yang digunakan dalam pengujian hipotesis adalah menggunakan analisis linier berganda. Peneliti menggunakan bantuan program software *SPSS 22.0 for windows* untuk memperoleh hasil yang lebih terarah.

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel Bebas	B	t hitung	t tabel
Constant	1.668		
Pengetahuan Kewirausahaan	0.501	1.408	1.645
Strategi	-0.217	-0.666	1.645
F	1.250		
Signifikan F	0.290		
R Square	0.017		

Sumber: data diolah

Berikut adalah hasil yang diperoleh dan dimasukkan ke dalam persamaan regresi:

$$Y = 1.668 + 0.501X_1 + (-0.217X_2) + e$$

Keterangan:

Y = Kinerja Wirausaha

α = Konstanta

X₁ = Pengetahuan Kewirausahaan

X₂ = Strategi

E = error

rendah antara pengetahuan kewirausahaan dengan kinerja usaha.

Berdasarkan deskriptif pengetahuan kewirausahaan inovasinya masih rendah sehingga tidak dapat mempengaruhi secara positif terhadap kinerja wirausaha, meskipun semakin banyaknya ilmu pengetahuan dalam berwirausaha tidak akan menjamin seseorang wirausaha dapat meningkatkan kinerja dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan adanya penelitian ini bahwa tingkat banyaknya pengetahuan seorang wirausaha tidak bisa dijadikan tolak ukur agar dapat meningkatkan kinerja dengan baik.

Pengaruh Pengetahuan Terhadap Kinerja Wirausaha

Diketahui berdasarkan tabel 1 bahwa nilai tabel sebesar 1.645. t_{hitung} sebesar 1.408 maka diperoleh $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1.408 < 1.645$, artinya variabel pengetahuan kewirausahaan mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja wirausaha Muslim. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap variabel pengetahuan kewirausahaan (X₁) berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap kinerja (Y). Artinya jika variabel pengetahuan kewirausahaan ditingkatkan maka belum tentu dapat meningkatkan tingkat kinerja seorang wirausaha. Secara logika semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan akan dapat meningkatkan kinerja seorang wirausaha. Namun dari hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh yang rendah atau tidak signifikan. Hasil dari penelitian ini sama dengan Risma Hanifah (2017) mengatakan bahwa dalam hubungannya dengan kinerja usaha secara parsial terdapat hubungan positif yang

Pengaruh Strategi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Wirausaha

Diketahui berdasarkan tabel 1 bahwa nilai tabel sebesar 1.645. t_{hitung} sebesar -0.666 maka diperoleh $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-0.666 < 1.645$, artinya variabel strategi mempunyai pengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja wirausaha Muslim.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap variabel strategi (X₂) tidak berpengaruh terhadap kinerja (Y). Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil Rita Indah Mustikowati (2014) yang mengatakan bahwa strategi bisnis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hasil ini

memberi makna bahwa semakin baik strategi bisnis yang dimiliki maka pencapaian kinerja perusahaan juga akan semakin baik.

Jika dilihat berdasarkan deskriptif strategi menunjukkan bahwa tingkat strategi pada sebuah usaha tidak bisa mempengaruhi tingkat kinerja seorang wirausaha. Dikarenakan strategi belum bagus dalam bidang pemasaran, keuangan dan inovasi sehingga dibutuhkan

pengalaman dalam berwirausaha agar bisnis yang dijalankan dapat meningkatkan kinerja wirausaha.

Mengingat pengujian belum berhasil membuktikan bahwa pengetahuan kewirausahaan dan strategi berpengaruh terhadap kinerja wirausaha maka akan ditambahkan dengan variabel alternatif yaitu umur usaha. Berikut adalah hasil dari pengujian umur usaha terhadap kinerja wirausaha:

Tabel 2
Hasil Uji F, Uji t dan R Square

Variabel	B	t hitung	t tabel
Umur Usaha	0.501	1899	1.645
F	2.065		
Signifikan F	0.131		
R Square	0.028		

Sumber: data diolah

Umur Usaha diketahui bahwa dengan nilai tabel sebesar 1.645 (berdasarkan nilai Tabel t). Pada tabel 4.7 diketahui t_{hitung} sebesar 1.899 maka diperoleh $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1.899 > 1.645$). Apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih besar dibandingkan nilai t tabel, menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu umur usaha dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja wirausaha Muslim.

Hal ini dapat dijelaskan bahwa semakin lama seorang wirausaha mendirikan usahanya tersebut akan dapat mempengaruhi tingkat kinerja dengan baik. Wirausaha yang berpengalaman dapat mengetahui dengan baik bagaimana cara meminimalisir tingkat risiko yang dijalankan pada saat menjalankan usaha. Dengan begitu tingkat pengalaman pada pengetahuan kewirausahaan melalui umur usaha diyakini dapat meningkatkan kinerja wirausaha muslim. Jadi pada penelitian ini variabel pengetahuan kewirausahaan dan strategi dapat mempengaruhi tingkat kinerja seorang wirausaha melalui umur usaha tersebut. Karena pada penelitian ini tingkat pengetahuan berwirausaha tidak

cukup jika tidak dilandasi dengan adanya tingkat pengalaman dalam berwirausaha, karena tingkat pengalaman dalam berwirausaha dapat juga menghadapi strategi dalam berwirausaha dengan baik dan menghadapi risiko-risiko yang terjadi di dalam dunia bisnis.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pada pengujian hipotesis penelitian dan pembahasan hasil penelitian, maka kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan kewirausahaan dan strategi, secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja wirausaha Muslim.
2. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja wirausaha. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik pengetahuan kewirausahaan maka kinerja usahanya semakin baik pula.
3. Strategi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kinerja usaha.

Keterbatasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Adapun keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini masih banyak yang belum memahami tentang pengetahuan kewirausahaan karena mayoritas responden mendirikan usaha dengan otodidak dan hanya mendapatkan pengetahuan seputar usahanya dari orangtua /usaha keluarga.
2. Responden dalam penelitian ini masih banyak yang belum bisa dalam penyusunan laporan keuangan.
3. Pencarian responden yang memang benar-benar harus berintegritas dengan dilihat dari sisi tingkat Pendidikan dan termasuk umur usaha agar dapat ditinjau seberapa tingkat pemahaman responden dalam menghadapi risiko bisnis yang dijalankan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan sari hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti agar dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya. Adapun saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan memperluas daerah penelitian agar hasil penelitian lebih baik.
2. Bagi wirausaha dengan tingkat pengetahuan kewirausahaan yang masih belum mengetahui dengan baik. Lebih baik ditingkatkan lagi tingkat pengetahuan kewirausahaan karena hal ini dapat meningkatkan kinerja dalam berwirausaha.

DAFTAR RUJUKAN

Arasti, Z. (2014). Business failure factors in Iranian SMEs: Do successful and unsuccessful entrepreneurs have different viewpoints.pdf.

Journal of Global Entrepreneur Research.

Assauri,Sofjan. 2010. Manajemen pemasaran Dasar Konsep dan Strategi. PT Rajagrafindo Persada,Jakarta.

Awaluddin,Murtiadi 2017. "Pengaruh Kepribadian Entrepreneurship Islam Dan Akses Informasi Terhadap Strategi Bisnis Dan Kinerja Bisnis Usaha Kecil, Makassar".

D Made Dharmawati. 2016. Kewirausahaan. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Echdar,S. 2013. *Manajemen Entrepreneurship: Kiat Sukses Menjadi Wirausaha*. Penerbit Andi, Yogyakarta.

Endi Sarwoko. 2013. *Entrepreneurial Characteristics and Competency as Determinants of Business Performance in SMEs*. IOSR Journal of Business and Management

Fandy Tjiptono, 2009, Strategi Pemasaran, edisi kedua, cetakan ketujuh, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.

Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. Pemasaran Strategik. Andi Offeset. Yogyakarta

Ghozali, Imam. 2013. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMP SPSS 21 Up Date PLS Regresi." Semarang: Universitas Diponegoro

Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kuntowicaksono. (2012). *Pengaruh Pengetahuan Wirausaha dan Kemampuan Memecahkan Masalah Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Sekolah Menengah Kejuruan*: journal of Economic Education.

Kuratko,D.F. 2009. *Introduction to Entrepreneurship*, Eight Edition. Cengage Learning, Canada.

Rita Indah dan Irma Tysari. 2014. "Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Ukm Sentra Kabupaten Malang)".Skripsi Sarjana Ekonomi, Universitas Kanjuruhan, Malang

Sedarmayanti. 2014. *Manajemen Strategi*, Refika Aditama, Bandung.

Sugiyono. 2015. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Suryana. 2014. *Kewirausahaan : Kiat dan Proses Menuju Sukses* Jakarta: Salemba Empat

