

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

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.

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.

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.

Kepribadian para pemilik/manajer merupakan faktor penting, terutama karena persepsi dan daya tanggapnya terhadap perubahan lingkungan, dalam

menentukan pola perilaku yang secara signifikan dapat berdampak pada strategi dan proses internal perusahaan. Banyak penelitian telah dilakukan mengenai pentingnya persepsi individu, nilai-nilai dan basis kognitif terhadap strategi dan dampak dari keputusan strategi (kinerja) sebagai konsekuensi pentingnya kegiatan wirausaha, Islam menekankan pentingnya pembangunan dan penegakan budaya kewirausahaan dalam kehidupan setiap muslim. Budaya kewirausahaan muslim itu bersifat manusiawi dan religius, berbeda dengan budaya profesi lainnya yang tidak menjadikan pertimbangan agama sebagai landasan kerjanya. Seorang wirausahawan muslim akan memiliki sifat-sifat dasar yang mendorongnya untuk menjadi pribadi yang kreatif dan handal dalam menjalankan usahanya, atau menjalankan aktivitas pada perusahaan tempatnya bekerja. Sifat-sifat dasar itu, di antaranya ialah:

Pertama, selalu menyukai dan menyadari adanya ketetapan dan perubahan. Ketetapan ditemukan antara lain pada konsep aqidah, seperti dalam al Quran QS al Anbiya ayat 25 yang berbunyi, Terjemahnya:

وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ مِنْ رَسُولٍ إِلَّا نُوحِيَ إِلَيْهِ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا أَنَا فَاعْبُدُونِ ﴿٢٥﴾

*"Dan kami tidak mengutus seorang rasul pun sebelum kamu melainkan kami wahyukan kepadanya: "Bahwasanya tidak ada Tuhan (yang hak) melainkan aku, Maka sembahlah olehmu sekalian akan aku".*

Kedua, bersifat inovatif, yang membedakannya dengan orang lain. Dalam hal ini al Quran menempatkan manusia sebagai khalifah, dengan tugas memakmurkan bumi, dan melakukan perubahan serta perbaikan (al Hadits).

Ketiga, berupaya secara sungguh-sungguh untuk bermanfaat bagi orang lain. Ada beberapa hadits Nabi yang menjelaskan keharusan seseorang untuk bermanfaat bagi orang lain.

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 yang menyewakan dan sebagainya. Bersikap amanah mutlak diterapkan dalam setiap transaksi bisnis atau muamalah. Selain itu, sehebat apa pun strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang bertumpu pada 4P (*product, price, place, dan promotion*) atau 4C (*commodity, customer, competition dan change*) ditempuh, misalnya tidak akan membuahkan sukses tanpa disertai adanya nilai-nilai amanah (Bakhri, 2012). (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.

Dari penjelasan diatas dan juga uraian dari penjelasan peneliti terdahulu. Penelitian ini dilakukan karena ingin mengetahui pengaruh pengetahuan dan pengaruh strategi kewirausahaan terhadap wirausaha Muslim. Maka dari itu peneliti mengambil topik “**Pengaruh Pengetahuan dan Strategi Wirausaha Terhadap Kinerja Wirausaha Muslim**”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang dapat dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap kinerja wirausaha muslim dalam bisnis secara syariah?
2. Apakah pengaruh strategi kewirausahaan terhadap kinerja wirausaha Muslim dalam bisnis secara syariah?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini maka peneliti memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengetahuan terhadap kinerja wirausaha Muslim.
2. Untuk mengetahui pengaruh strategi kewirausahaan terhadap kinerja wirausaha Muslim.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

#### **1. Bagi Peneliti**

Hasil dari peneliti ini diharapkan akan menambah pengetahuan yang terkait dengan berpengaruhnya pengetahuan kewirausahaan dan strategi kewirausahaan terhadap kinerja wirausaha Muslim.

#### **2. Bagi Akademis**

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan kepada wirausaha Muslim tentang berpengaruhnya pengetahuan kewirausahaan dan strategi kewirausahaan terhadap kinerja wirausaha Muslim.

#### **3. Bagi STIE Perbanas Surabaya**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu koleksi perpustakaan STIE Perbanas Surabaya dan sebagai bahan pembanding atau acuan bagi semua mahasiswa STIE Perbanas Surabaya yang ingin

melakukan penelitian yang sama dan dapat memberikan informasi sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

#### 4. Bagi Wirausaha Muslim

Hasil penelitian ini dapat berguna bagi para wirausaha-wirausaha muslim dan dapat meningkatkan strategi dan pengetahuan dalam berwirausaha yang diberikan pada pihak internal maupun eksternal untuk dapat meningkatkan kinerja dalam berwirausaha.

### **1.5 Sistematika Penulisan Skripsi**

Dalam sistematika ini terdapat lima bab yang di dalamnya berisikan sub bab tentang uraian penjelasan yang berkaitan satu sama lainnya. Adapun sistematika penulisan ini adalah:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menguraikan secara keseluruhan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini terdiri dari penelitian terdahulu, landasan teori kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang uraian mengenai rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variable, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.



#### **BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Pada bab ini diuraikan mengenai garis besar tentang responden penelitian dari aspek pendidikan, umur usaha, jumlah karyawan, usia responden, jenis kelamin serta hasil analisis dari analisis penelitian. Isi dari bab ini meliputi gambaran subyek penelitian dan analisis data.

#### **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini diuraikan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian. Isi dari bab ini meliputi kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran

