

MODEL BUDAYA WIRAUSAHA BERBASIS NILAI-NILAI KEWIRAUSAHAAN ISLAMI

Arif Julianto Sri Nugroho^{1*}, Abdul Haris², Sarwono Nursito³
^{1,2,3}Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten
***Email: arifjuliantosn72@gmail.com**

Abstract

The aim of this research is integrate the Islamic business values model, Islamic social responsibility and local culturalwisdom to intention and business performance. This research design used explanatory quantitative method. This research is done by hypothesis test which is formulated using SEM (Structural Equation Model). The sample of population in this research is villager area Islamic businessmen in five regency in Central Java. The method of taking sample is purposive sampling consist of 165 respondences. The analysis result shows that all research hypthothesis is proved. Antecedent intention Islamic business values, Islamic social responsibility and local cultural wisdom have positive influence and significant to the business performance

Key words : *Intention, Islamic businessvalue, local wisdom, performance, social responsibility*

1. PENDAHULUAN

Persaingan merupakan inti dari keberhasilan dan kegagalan usaha. Persaingan menentukan ketepatan aktivitas perusahaan yang dapat menyokong kinerja, seperti inovasi dan budaya kohesif. Strategi bersaing dilakukan untuk menegakkan posisi menguntungkan perusahaan dan dapat dipertahankan terhadap kekuatan-kekuatan yang menentukan persaingan (Porter, 1992)

Agama Islam merupakan agama yang integral mengatur semua urusan manusia sehingga Islam memandang penting pemberdayaan umat. Banyak pelaku wirausaha di Jawa Tengah sukses melaksanakan kegiatan usaha yang dilandasi semangat wirausaha Islami, tanggung jawab sosial Islami dan tetap memelihara nilai-nilai kearifan budaya lokal. Mereka mensejajarkan bahwa hidup, ibadah dapat dilakukan bersama-sama (Suara Merdeka.com, 2010).

Pada saat sekarang mulai tumbuh wirausaha-wirausaha muda tangguh yang dilandasi etos / nilai-nilai wirausaha Islami, menjunjung tinggi jiwa tanggung jawab sosial Islami dan tetap memelihara kearifan budaya lokal. Mereka percaya bahwa dengan semakin kerasnya usaha yang didukung dengan semakin sadar zakat, mencintai anak yatim, memberi sedekah dan makanan bagi orang miskin, berbakti kepada orang tua, rezeki dan kesuksesan akan terus mengalir. Wirausahawan ini tegar, yakin berpindah alih pekerjaan dari zona aman dan nyaman misalnya semula berprofesi sebagai PNS, karyawan perusahaan mapan beralih ke zona ketidakpastian di lingkungan wirausaha (Dony, Kompasiana, 2012).

Selain pentingnya penelitian dengan topik wirausaha, ditambah dengan masih relatif terbatas penelitian dengan tema nilai-nilai wirausaha Islami dan kearifan budaya lokal/ nilai-nilai tradisional media Indonesia, maka terbuka peluang untuk dilakukan penelitian dengan topik nilai-nilai wirausaha Islami dan kearifan budaya lokal

Rumusan Masalah

Dari latar belakang sebagai acuan ditarik rumusan masalah sebagai berikut: “apakah nilai-nilai kewirausahaan Islami, tanggung jawab sosial wirausaha Islami dan nilai-nilai kearifan budaya lokal berpengaruh terhadap intensi dan kinerja usaha”

Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini “ menguji pengaruh nilai-nilai wirausaha Islami, tanggung jawab sosial dan nilai-nilai kearifan budaya lokal terhadap intensi dan kinerja usaha “.

Bagi ilmu pengetahuan, melalui model kinerja yang dihasilkan, penelitian ini memberikan bukti empiris pentingnya intensi terhadap kinerja. Melalui pendekatan anteseden dan konsekuen dengan basis intensi berwirausaha, dapat diberikan gambaran yang jelas dan lengkap tentang intensi yang dipengaruhi nilai-nilai wirausaha Islami, sosial *enterpreneuship* Islami dan memelihara kearifan budaya lokal.

2. METODOLOGI

Kerangka Kerja Penelitian

Tabel 1. Kerangka kerja penelitian

Keterangan	Tahun 2014
Tujuan	Menguji model nilai-nilai kewirausahaan Islami, tanggung jawab sosial Islami dan kearifan budaya lokal terhadap intensi wirausaha dan kinerja usaha
Target	Teridentifikasi model intensi wirausaha melalui integrasi nilai-nilai kwi Islami, tanggung jawab sosial Islami dan kearifan budaya lokal yang berdampak positif pada intensi wirausaha dan kinerja usaha
Kebutuhan data item	<p>Nilai Wirausaha Islami meliputi: nilai-nilai kreativitas, inovasi, jujur, tanggung jawab, amanah, disiplin, kerja keras, suka bersyukur, mengejar hasil, berani mengambil resiko (Anisah, Salim, Djumahir, 2008)</p> <p>Sosial Enterpresneuship Islami meliputi: sedekah kepada keluarga miskin, taat membayar zakat, membantu anak yatim, ekspansi usaha sesuai etika Islam, membuka lapangan kerja bagi umat (Yazimilmati, Azmi, 2012)</p> <p>Nilai-nilai Kearifan Budaya Lokal meliputi: <i>Paternalisme</i>: peran orang tua, peran tokoh agama, peran tokoh masyarakat, <i>fatalisme</i>: supernaturalisme, <i>situational-fatalism</i> : keberuntungan (Mulyani, 1990)</p> <p>Intensi berwirausaha: Memilih jalur usaha daripada bekerja dengan orang lain, memilih karir sebagai wirausahawan, perencanaan untuk memulai usaha (Ramayah Harun, 2005)</p> <p>Kinerja peusahaan meliputi : data penjualan, profit, produktivitas usaha, produktivitas tenaga kerja (Whelen, Hunger, 1995)</p>
Metode Pengumpulan data	<i>Dept interview</i> dan kuesioner terhadap pengelola UMKM muslim sebanyak 165 responden di wil pedesaan dan pesisir Jateng secara <i>puposive sampling</i>
Analisis	Analisis hubungan antar variabel menggunakan <i>SEM Model</i>
Luaran	Model pemberdayaan UMKM melalui penerapan nilai-nilai kewirausahaan Islami, tanggung jawab sosial Islami dan kearifan budaya lokal

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Diskripsi Data Kuantitatif

Setelah data terkumpul dilakukan analisis awal berupadiskripsi data kuantitatif. Dalam penelitian ini analisis diskriptif dilakukan untuk mendapatkan gambaran mengenai jenis kelamin, usia, bidang usaha dan wilayah usaha

1 Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan data yang dikumpulkan, disimpulkan bahwa responden perempuan dalam penelitian lebih banyak 57,58% daripada responden laki-laki. Hasil analisis terhadap data jenis kelamin responden disajikan pada Tabel 2

Tabel 2. Distribusi Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi absolut	Frekuensi relatif
1	Laki-laki	70	42,42%
2	Perempuan	95	57,58%

Jumlah	165	100%
--------	-----	------

2 Usia Responden

Berdasarkan data disimpulkan bahwa sebagian besar responden berusia produktif, matang antara 41-60 tahun sebesar 64,84%. Hasil analisis data usia responden disajikan lengkap pada Tabel 3

Tabel 3. Distribusi Usia Responden

No	Usia (tahun)	Frekuensi absolut	Frekuensi relatif
1	<40	43	26,06%
2	41-60	107	64,84%
3	>60	15	9,10%
	Jumlah	165	100%

3 Bidang Usaha Responden

Berdasarkan data primer, dapat disimpulkan sebagian besar responden memiliki usaha makanan/kuliner sebesar 32,72% diikuti industri kecil. Hasil analisis bidang usaha responden disajikan selengkapnya pada Tabel 4

Tabel 4. Distribusi Bidang Usaha

No	Bidang usaha	Frekuensi absolut	Frekuensi relatif
1	Perdagangan	33	20,00%
2	Makanan/ kuliner	54	32,72%
3	Pertanian	25	15,15%
4	Pengolahan	8	4,84%
5	Industri kecil	45	27,29%
	Jumlah	165	100%

4. Sebaran Kuesioner berdasarkan wilayah

Sebaran kuesioner terbesar ada di wilayah Kabupaten Klaten sebesar 57,57% diikuti wilayah Kabupaten Sukoharjo, Kabupaten Banyumas, Kabupaten Boyolali dan Kabupaten Jepara. Hasil sebaran disajikan lengkap Tabel 5

Tabel 5. Distribusi Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi absolut	Frekuensi Relatif
1	Kabupaten Klaten	95	57,57%
2	Kabupaten Sukoharjo	25	15,15%
3	Kabupaten Banyumas	20	12,12%
4	Kabupaten Boyolali	15	9,09%
5	Kabupaten Jepara	10	6,07%
	Jumlah	165	100%

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kehandalan kuesioner dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengukuran validitas dalam penelitian ini menunjukkan jumlah varians dari indikator yang diekstraksi oleh variable/konstruk laten yang dikembangkan. Nilai *variance extract* yang dapat diterima adalah 0,50. Hasil uji validitas selengkapnya disajikan Tabel 6

Tabel 6. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Variance Extract
1	Nilai-nilai wirausaha Islami	0,52

2	<i>Sosial Responsibility Entrepreneurship</i> Islami	0,54
3	Nilai-nilai Kearifan Budaya Lokal	0,57
4	Intensi Berwirausaha	0,59
5	Kinerja perusahaan	0,58

Hasil uji validitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *variance extract* untuk seluruh variabel penelitian telah memenuhi kriteria yang disyaratkan. Hal tersebut menunjukkan bahwa jumlah *variance* dari indikator yang diekstraksi oleh konstruk/variabel laten telah mampu mengukur apa yang seharusnya diukur.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh alat ukur dapat diandalkan atau dipercaya. Dapat pula dikatakan uji ini menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat memberikan hasil yang relatif sama apabila dilakukan pengukuran kembali pada objek yang sama. Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan nilai *reliability construct*. Nilai reliabilitas minimum dari dimensi/ indikator pembentuk variabel laten yang dapat diterima adalah 0,70. Hasil Uji Reliabilitas lengkap disajikan Tabel 7

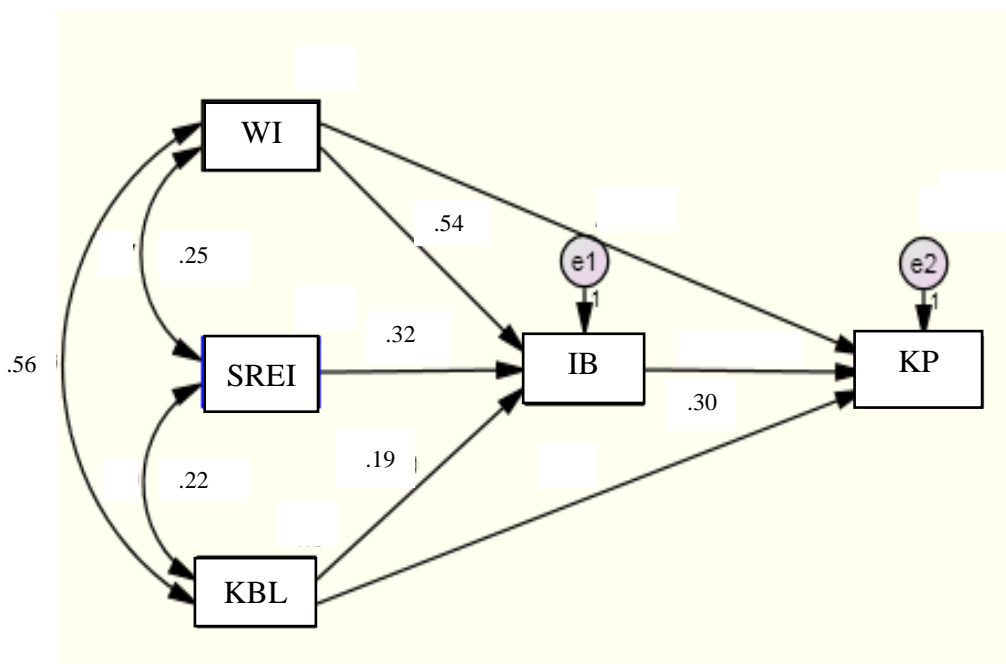
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Reliabilitas
1	Nilai-nilai wirausaha Islami	0,90
2	<i>Sosial Responsibility Entrepreneurship</i> Islami	0,89
3	Nilai-nilai Kearifan Budaya Lokal	0,91
4	Intensi Berwirausaha	0,87
5	Kinerja perusahaan	0,89

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *reliability construct* untuk masing-masing variabel laten. 0,7. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa alat ukur masing-masing variabel laten dapat diandalkan/dipercaya.

3. Analisis Data

Hasil analisis SEM secara *full model* disajikan Gambar 1



Gambar 1. Analisis full model

Sedangkan Uji terhadap kelayakan model SEM disajikan lengkap Tabel 8

Tabel 8. Hasil Pengujian Kelayakan Full Mode³

No	Goodness of Fit Index	Cut off Value	Hasil	Evaluasi Model
1	Chi square	kecil (< 385.0582)	356.984	Baik
2	Probability	≥ 0,05	0,094	Baik
3	RMSEA	≤ 0,08	0,027	Baik
4	GFI	≥ 0,90	0,913	Baik
5	AGFI	≥ 0,90	0,918	Baik
6	CMIN/DF	≤ 2,00	1,164	Baik
7	TLI	≥ 0,95	0,973	Baik
8	CFI	≥ 0,95	0,985	Baik

Berdasarkan analisis disimpulkan bahwa model ini sesuai atau fit dengan data yang ada seperti terlihat dari tingkat signifikansi nilai *chi-square*.

4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan nilai *Critical Ratio* (CR) dari suatu hubungan kasualitas. Adapaun hasil uji hipotesis penelitian disajikan lengkap tabel 9

Tabel 9. Pengujian Hipotesis⁴

No				Std.Est	Est	SE	CR	P
1	Intensi Berwirausaha	←	Wirausaha Islami	0.543	0.772	0.209	4.248	0.005
	Intensi Berwirausaha	←	Sosial Responsibility Entrepreneurship Islami	0.317	0.382	0.1288	2.520	0.002
3	Intensi Berwirausaha	←	Kearifan Budaya Lokal	0.186	0.236	0.114	2.040	0.034
4	Kinerja Perusahaan	←	Intensi Berwirausaha	0.302	0.225	0.095	2.348	0.021

Pengujian Hipotesis 1

Parameter estimasi untuk pengujian pengaruh nilai-nilai wirausaha islami terhadap intensi berwirausaha menunjukkan nilai CR sebesar 4.248 dengan probabilitas sebesar 0.005. Karena nilai probabilitas < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai wirausaha islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi wirausaha.

Pengujian Hipotesis 2

Parameter estimasi untuk pengujian pengaruh *sosial entrepreneurship* islami terhadap intensi wirausaha menunjukkan nilai CR sebesar 2.520 dengan probabilitas sebesar 0.002. Karena nilai probabilitas < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa *sosial entrepreneurship* islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi wirausaha.

Pengujian Hipotesis 3

Parameter estimasi untuk pengujian pengaruh nilai-nilai kearifan budaya lokal terhadap intensi berwirausaha menunjukkan nilai CR sebesar 2.040 dengan probabilitas sebesar 0.034. Karena nilai probabilitas < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai kearifan budaya lokal berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha.

Pengujian Hipotesis 4

Parameter estimasi untuk pengujian pengaruh intensi wirausaha terhadap kinerja usaha menunjukkan nilai CR sebesar 2.348 dengan probabilitas sebesar 0.021. Karena nilai probabilitas < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa intensi wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model intensi wirausaha dengan basis pelaku usaha mikro di wilayah pedesaan dan pesisir Jawa Tengah. Untuk tujuan tersebut, maka dilakukan analisis terhadap faktor-faktor yang menjadi antededen dan konsekuensi intensi wirausaha. Penggunaan perspektif pelaku usaha mikro muslim yang berada di pedesaan dan pesisir di wilayah Jawa Tengah menjadi hal yang penting karena spesifik budaya masing-masing kluster wilayah Jawa Tengah menunjukkan ciri khas tersendiri serta mereka memiliki jumlah yang dominan.

Dari hasil analisis penelitian dapat diketahui bahwa ketiga antededen intensi yaitu nilai-nilai kewirausahaan Islam, tanggung jawab sosial Islami dan kearifan budaya lokal berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi usaha. Sedangkan untuk antededenya juga menunjukkan hal yang serupa, yaitu intensi berpengaruh terhadap kinerja usaha.

Hasil wawancara mendalam pada responden didapat beberapa keyakinan, laku ritual mereka dalam menjalankan usaha yang bersumber nilai-nilai agama Islam dipadu nilai-nilai kearifan budaya lokal dapat memacu mereka sebagai semangat menjalankan kegiatan usaha

SARAN

Rumusan saranyang diajukan sebagai berikut :

1. Pemerintah diharapkan memberikan perhatian yang mendalam terhadap intensi wirausaha. Hal ini penting karena intensi yang didasari nilai-nilai kewirausahaan Islami, *Sosial entrepreneurship* Islami dan kearifan budaya lokal dapat berperan penting terhadap kinerja usaha.
2. Nilai-nilai etos wirausaha Islami yang menjadi pondasi kuat wirausahawan mikro muslim hendaknya terus ditingkatkan. Pasar konsumen Muslim pada satu dekade terakhir sangat menjanjikan bagi pertumbuhan ekonomi nasional
3. Pihak Perguruan Tinggi semakin ditantang untuk mengembangkan Inkubator bisnis inovasi yang dilandasi nilai-nilai etos wirausaha Islami, tanggung jawab sosial Islami dan kearifan lokal sebagai perwujudan munculnya wirausaha muda berdaya saing.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen I, 2008, *Attitude and attitude Change*, Psychology Press: WD Crano eds
 Aslan, M, 2000, “ a Cross Cultural comparison of British and Turkish Managers in terms of Protestant Work Ethic Characteristics, *Business Ethics: A European Review*, Volume 9 Number 1, UK: Balckwell Publishers Ltd
 Asifudin, AJ, 2004, *Etos Kerja Islami*, Surakarta: Universitas Muhammadiyah

- Al-Bukhari,1987/ 1407 H, *Kitab Nafaqat, Kutubu Sittah, Riyadh*: Maktabah Darul Salam
- Bacon, Calvin M, CharlesHofer, 2003” Matching Strategic resources with strategy and Industry Structure” *Academy of Entrepreneurship Journal*, Vol 9,number 2 pp 67-68
- Bellah, RN,1992, *Religi Tokugawa Akar-akar Budaya Jepang*, Jakarta : Gramedia
- Donny Oktaviansyah,2012 “Ketika Rumah Disulap Jadi Kantor”, Jakarta: Kompasiana
- Guerrero, M Ralp J & Urbano D,2006, “ The Impact of Desirability and Faesibility on enterpreneurial Intentions: A Structural Equation Model, *International Entrepreneurship and Management Journal*
- Hamilton, RT&Harper, DA,1994, The enterpreneur in Theory and Practice , *Journal Economics Studies*, 21 3-18
- Hailani Muji Tahir,1982, *Baitul Mal: Institusi Keuangan Islam*, Kajang: Sincer Press hal 112
- Hastin Umi Anisah, Djumahir,2008, “ Peran Budaya Banjar dalam Meningkatkan Kinerja dan Keunggulan Bersaing Melalui Kewirausahaan Islami dan Strategi :Studi pada Industri Kecil Menengah Batu Mulia di Martapura Kalimantan Selatan” *Jurnal AplikasiManajemen*
- Hastin Umi Anisah,2012, “ Penerapan Nilai-nilai kewirausahaan Islami dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing UMKM ”*eco-enterepreneurship seminar &Call for paper*, FE Universitas Negeri Semarang
- Jauch LR, William Glueck, 1999, *Management Strategis dan kebijakan Perusahaan*, ed 3, Jakarta: Erlangga
- Khairul Fadli,2010“Peranan Pendakwah dalam pembangunan ekonomi Masyarakat Medan di Indonesia”, *Program Pengkajian Islam*, Akademi Pengkajian Islam Universiti Malaya, h 178
- Murrell, P,2002, “Institutions and Firms in Transition Economics, *Journal of Economic Literature*, Clasification Numbers: P3
- Mulyani Endang,1990, ”Pengaruh Sikap Mental Tradisional, Achievement Motivation dan Keinovatifan Pengusaha Terhadap Kinerja perusahaan UMKM di Sukoharjo, *Skripsi*, Perpustakaan FISIPOL UGM
- Mu'tasim, R, Abdul Munir Mulkhan,1998, *Bisnis kaum Sufi: Studi Tarekat dalam Masyarakat Industri*, Cetakan I, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Nasikoen,1979, *Modernisasi versus Tradisionalisme*, Yogyakarta: Seksi penerbitan Balitbang FISIP UGM
- Nawawi Al Bantany,2011, *Al Qur'an tafsir per kata Tajwid Kode Angka Al Hidayah*” Jakarta: Penerbit Kalim
- Porter, ME,1992, *Competitive advantage: Creatingand Sustaining Superior Perfomance*, New York: the Free Press
- Rosbi Abdul Rahman,2010, “Pengukuran Keberkesanan zakat: Perspektif Maqasid al Syariah dan Tasawuf Islam”. *Seventh international Confrence. The Tawhidi epistemology. Zakat and Economy*: Bangi Selangor
- Rusinal Siron,1999, *Principles Management: A Study guide*, Petaling Jaya: Prentice Hall, h 225
- Samdin, 2008, Pemahaman Modal dalam praktik dagang masyarakat Muslim Gu-lakudo di Sulawesi tenggara, *Jurnal Aplikasi Manajemen* Vol 6 Nomor 3 pp 391-495
- Stephen P Robbins et al,2002, *Management*(7th edition), New Jersey: Prentice Hall/ Pearson Education,Inc, h 114
- Suaramerdeka.com,2010” Ingin cetak sejuta pengusaha Muslim yang kuat”, <http://index.php>
- Weber, M, 2003, *Etika Protestan dan Semangat Kapitalisme*, terjemahanYusup Priyasudirja, Cet kedua, Jakarta: Pustaka Promethea
- Wheelen, Thomas L,JD Hunger, 2000, *Strategic Management and Business Policy*, Upper saddle River, NJ: Prentice Hall
- Wijaya, Toni, 2009*Analisis Structural Equation Model menggunakan AMOS*, Jogyakarta: Penerbit Atmajaya Yogyakarta
- Wijaya, Toni, 2008 “kajian Model perilaku Berwirausaha UKM DIY dan Jawa Tengah” *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, Vol 10 N0 2 pp 93-104

YazilmiwatiY, Azmi, 2012” Enterprenerur’s Social Responsibilities from Islamic Perspective: A Study of Muslim Entrepreneurs in Malaysia”, *Journal of Global Strategic Management*, h 5-13

Ya’qub, HH.1992. *Kode Etik Dagang Menurut Islam : Polapembinaan Hidup dalam Berekonomi*, cetakan II, Bandung: CV Diponegoro

***Hasil Penelitian Terapan Fasilitasi Dinas Pendidikan Provinsi Jateng tahun 2014**