

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Manajemen Strategi

1. Pengertian Strategi

Secara bahasa strategi berasal dari kata *strategic* yang berarti menurut siasat atau rencana dan *strategy* yang berarti ilmu siasat.¹ Menurut istilah strategi adalah rencana yang cermat mengenal kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.² Strategi yaitu tindakan yang bersifat terus menerus, mengalami peningkatan dan dilakukan sesuai sudut pandang tentang apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen dimasa depan.

Strategi berasal dari bahasa Yunani *strategos*, yang berasal dari kata *stratus* yang berarti militer dan *egos* yang artinya memimpin. Strategi dalam konteks awalnya ini diartikan sebagai *generalship* atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang. Tidaklah mengherankan jika pada awalnya strategi ini memang populer dan digunakan secara luas dalam dunia militer. Sedangkan jika kita merunutnya sebagai sebuah bidang penelitian bisnis maka perkembangan dunia usaha dalam dekade 50-an dapat digunakan sebagai pijakan.³

Sebagaimana yang dikutip oleh Husein Umar “*Strategic Management In Action*”. Menurut Sukristono, strategi adalah sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

¹ John M Echols, Hasan Shadily, Kamus Inggris Indonesia, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007), hal. 701.

² Tim Penyusun, Kamus Besar Bahasa Indonesia, ed. 3 cet. 3, (Jakarta: PT Balai Pustaka, 2005), hal 423.

³ Setiawan Hari Purnomo dan Zulkieflimansyah, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: LPEE UI 1996), hlm. 8.

Sedangkan menurut Hamel dan Prahalad, strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.⁴ Dengan demikian strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competition*).⁵

Untuk memperjelas konsep strategi, dapat dibedakan antara strategi dan taktik. Strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan jangka panjang, sedangkan taktik merupakan cara untuk mencapai tujuan jangka pendek. Strategi merupakan seni menggunakan persaingan untuk mendapatkan keunggulan bersaing, sedangkan taktik merupakan seni menggunakan sumber daya, kapabilitas, dan kompetensi untuk memenangkan persaingan.

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis dapat mencapai ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengurangan bisnis, divestasi, likuidasi, dan *joint venture*. Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar. Selain itu, strategi mempengaruhi kemakmuran perusahaan dalam jangka panjang, khususnya untuk lima tahun, dan berorientasi ke masa depan. Strategi memiliki konsekuensi yang multifungsi dan multi dimensi serta perlu mempertimbangkan factor-faktor eksternal dan internal yang di hadapi.⁶

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu

⁴ Husein Umar, *Strategi Management in Action*, (Jakarta: PT Gramedia Utama, 2001), hal. 31

⁵ *Ibid.*, hal. 33.

⁶ Icsan Stiyo Budi, *Managemen Strategi*, (Jakarta: Salemba Empat. 2006) hlm, 179

tertentu. Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan dimulai dari apa yang terjadi.⁷

Strategi adalah bakal tindakan yang menuntun keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang banyak merealisasikannya. Di samping itu, strategi juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh Karena itu, sifat strategi adalah berorientasi ke masa depan. Strategi mempunyai konsekuensi multifungsional atau multidivisional dan dalam perumusannya perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun faktor eksternal yang dihadapi perusahaan.⁸

Sehingga dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa strategi itu adalah suatu proses yang direncanakan untuk mencapai sasaran perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Saat strategi telah diterapkan maka akan diketahui apakah gagal atau berhasil pada organisasi atau suatu perusahaan tersebut.

2. Perumusan Strategi

Perumusan strategi sangatlah diperlukan setelah mengetahui sesuatu ancaman yang dihadapi oleh perusahaan, peluang atau kesempatan yang dimiliki serta kekuatan dan kelemahan yang ada di perusahaan. Perumusan strategi meliputi menentukan misi perusahaan, menentukan tujuan-tujuan yang dicapai, pengembangan strategi dan penetapan pedoman kebijakan.

a. Misi

⁷ Husein Umar, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm, 31

⁸ Rachmat, *Manajemen Strategik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), hal 14.

Misi organisasi yaitu tujuan atau alasan dibentuknya suatu organisasi. Pernyataan misi organisasi yang disusun dengan baik, mengidentifikasi tujuan mendasar dan membedakan antara suatu perusahaan dengan perusahaan yang lain, dan mengidentifikasi jangkauan operasi perusahaan dalam produk yang ditawarkan dan pasar yang dilayani.

b. Tujuan

Tujuan merupakan hasil akhir aktivitas perencanaan. Tujuan merumuskan hal-hal yang akan diselesaikan, dan sebaiknya diukur jika memungkinkan. Pencapaian tujuan perusahaan merupakan hasil dari penyelesaian misi.

c. Strategi

Strategi perusahaan merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang cara perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan kemampuan bersaing.

d. Kebijakan

Kebijakan menyediakan pedoman luas untuk pengambilan keputusan organisasi secara keseluruhan. Kebijakan juga merupakan pedoman luas yang menghubungkan perumusan strategi dan implementasi. Kebijakan-kebijakan tersebut diinterpretasi dan implementasi melalui strategi dan tujuan divisi masing-masing.⁹

Strategi dalam penerapannya memerlukan syarat yang perlu diperhatikan agar penyusunan strategi dapat berjalan dengan efektif. Maka terdapat tiga hal yang perlu diperhatikan, menurut Siagian merumuskan syarat tersebut antara lain:

⁹ Rachmat, *Manajemen Strategik*, ..., hal30-32.

- 1) Strategi yang dirumuskan harus konsisten dengan situasi yang dihadapi organisasi
- 2) Strategi harus memperlihatkan secara realistis kemampuan suatu organisasi dalam menyediakan berbagai daya sarana dan prasarana yang diperlukan untuk mengoperasikan strategi tersebut
- 3) Strategi yang telah ditentukan dioperasionalkan secara teliti

Strategi jika dilaksanakan dengan baik akan mempunyai kegunaan atau manfaat. Manfaat dalam strategi ini akan membuat organisasi dalam hal ini industri akan membuat organisasi dalam hal ini industri kecil akan merencanakan pola pengembangan dengan cermat.¹⁰

3. Perencanaan Strategi

Strategi adalah proses manajerial untuk mengembangkan dan mempertahankan kesesuaian yang layak antara sasaran, keahlian, sumberdaya serta peluang-peluang pasar yang selalu berubah. Tujuan perencanaan strategi adalah untuk membentuk dan menyempurnakan usaha dan produk perusahaan sehingga memnuhi target laba pertumbuhan. Perencanaan strategis perusahaan harus melalui proses yang sistematis, terkoordinir, dan berkesinambungan.¹¹

Berikut proses Perencanaan strategis perusahaan:

- a. Misi bisnis merupakan maksud keberadaan suatu organisasi dalam masyarakat.
- b. Analisis lingkungan eksternal (analisa peluang dan ancaman) perusahaan harus memonitor factor-faktor lingkungan eksternal yang dapat mempengaruhi usaha.

¹⁰ Bayu Gumelar, Ratih Nur Pratiwi dan Riyanto, Strategi Pengembangan Industri Kecil Keripik Tempe di Desa Karangtengah Ngawi (Studi pada Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil Menengah dan Perindustrian Kabupaten Ngawi), *Jurnal Administrasi Publik (JAP)* Vol. 3. No. 1, (2011), dalam <https://media.neliti.com/media/publications/80868-ID-strategi-pengembanganindustri-kecl.kri.pdf>, diakses pada tanggal 11 Desember 2018 pukul 10.22 WIB, hlm. 57

¹¹ Nur Wenning Dkk, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan pada Objek Wisata Kebun Rada dan Kebun Binatang (KRKB) Gembira LOKa Di Kota Yogyakarta", *Jurnal Kajian Bisnis*. Hlm. 12.

- c. Analisa lingkungan eksternal, lingkungan internal menentukan factor penentu begi kelangsungan hidup perusahaan.
- d. Merumuskan sasaran setelah unit usaha mendefinisikan misinya dan menganalisa baik lingkungan internal maupun eksternal, maka unit tersebut dapat bergerak lebih lanjut untuk merumuskan tujuan dan sasaran untuk periode perencanaanya.
- e. Penetapan strategi sasaran menunjukkan arah tujuan yang akan dituju oleh suatu bisnis.
- f. Penerapan program setelah unit usaha mengembangkan strategi-strategi pokok untuk mencapai sasarnya.
- g. Implementasi merupakan penerapan dari perencanaan sasaran yang telah ditetapkan melalui analisa-analisa baik internal maupun eksternal untuk mencapai suatu tujuan.

2. Alternatif Strategi

Manajemen strategi merupakan proses manajemen yang komprehensif dan berkelanjutan yang ditunjukan untuk memformulasikan dan mengimplementasikan strategi yang efektif, hal ini merupakan sebuah cara untuk menggapai peluang dan tantangan bisnis. Strategi yang efektif adalah strategi yang mendorong terciptanya suatu keselarasan yang sempurna antara organisasi dengan lingkungannya dan antara organisasi dengan pencapaian dari tujuan strateginya.¹² Dengan mengimplementasikan strategi yang efektif maka alternatif strategi dapat dicapai sebuah lembaga tersebut dalam mencapai tujuannya.

Sebagian besar bisnis dalam mengembangkan strategi terdapat dua tingkat yang berbeda. Kedua tingkat tersebut memberikan kombinasi yang kaya dari berbagai pilihan strategi bagi organisasi.

¹² Ricky W. Griffin, *Manajemen*, Jilid I, (Jakarta: Erlangga, 2004), hal. 226.

a. Strategi Tingkat Bisnis

Strategi tingkat bisnis adalah serangkaian strategi alternatif yang dipilih organisasi pada saat organisasi tersebut berbisnis dalam suatu industri atau pasar tertentu. Alternatif semacam ini membantu organisasi untuk memfokuskan usaha persaingannya dalam setiap industri atau pasar tertentu.

b. Strategi Tingkat Korporasi

Strategi tingkat korporasi adalah serangkaian strategi alternatif yang dipilih organisasi pada saat organisasi mengelola operasinya secara simultan di beberapa industri atau beberapa pasar (mengembangkan suatu strategi yang sifatnya menyeluruh).¹³

3. Wirausaha

1. Pengertian Wirausaha

Wirausaha adalah orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan darinya serta mengambil tindakan yang tepat, guna memastikan kesuksesan.¹⁴

Wirausaha dalam konteks manajemen adalah orang yang mempunyai kemampuan menggunakan sumber daya financial (*money*), bahan mentah (*materials*), dan tenaga kerja (*labor*), untuk menghasilkan produk baru yang dapat membuat organisasi usaha.¹⁵

Sedangkan menurut Peter F. Drucker dalam buku Kasmir, kewirausahaan adalah kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.¹⁶ Pendapat

¹³ *Ibid.*, hlm 227.

¹⁴ Veithzal Rivai, et. all., *Islamic Business And Economic Ethics*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), hal. 13.

¹⁵ Suryana, *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat, dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Empat, 2003), hal. 11.

¹⁶ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2010), hal. 7.

Peter F. Drucker dapat dipahami bahwa wirausaha adalah orang yang mampu menciptakan sesuatu yang berbeda dari sesuatu yang belum ada maupun sesuatu yang sudah ada. Untuk memulai berwirausaha, seseorang perlu memulai mengerjakan suatu hal yang baru dan berbeda inilah yang disebut dengan kewirausahaan.

Pendapat-pendapat di atas dapat dipahami bahwa wirausaha adalah suatu sikap mental yang berani menanggung semua resiko yang ada dihadapannya untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik dengan menggunakan kreativitas dan inovasi. Dengan sikap ini seorang yang berpikiran maju dan bisa berdiri dengan kedua kakinya sendiri atau benar-benar mandiri adalah wirausaha yang dapat dibilang sukses.¹⁷

Sikap pemberani, berpikiran maju, dan siap menanggung resiko yang ada dihadapannya akan membawa pengusaha dapat mengembangkan usahanya terus sepanjang waktu. Sikap berani menanggung resiko yang dimiliki wirausaha akan sangat berguna di awal saat usaha baru dimulai. Karena setiap usaha yang akan dilakukan haruslah melewati perhitungan yang matang.

Seorang wirausaha yang berpikiran positif dan terus maju akan lebih paham untuk mencari kesalahan yang dia lakukan dan menjadikan kegagalan tersebut jauh lebih baik. Optimis dan keyakinan yang selalu dihati akan menjadikan seorang *entrepreneur* semangat dalam menjalankan usahanya dan menjadikan usahanya berhasil.¹⁸

Ciri-ciri Kewirausahaan yaitu:

- a. Percaya diri

¹⁷ Indriyo Gitosudarmo, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2003), hal. 122.

¹⁸ Kasmir, *Kewirausahaan...*, hal. 11.

- b. Berorientasi pada tugas dan hasil
- c. Pengambilan resiko
- d. Keorisinilan
- e. Berorientasi ke masa depan

Watak Kewirausahaan yaitu: ¹⁹

- a. Keyakinan, ketidaktergantungan, individualistis dan optimisme.
- b. Kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energik dan inisiatif.
- c. Kemampuan untuk mengambil resiko yang wajar dan suka tantangan.
- d. Perilaku sebagai pemimpin, bergaul dengan orang lain, menanggapi saran-saran kritik.
- e. Inovatif dan kreatif serta fleksibel.
- f. Pandangan ke depan, perspektif.

Berdasarkan uraian di atas dapat di ambil kesimpulan bahwa strategi wirausaha merupakan suatu cara yang di terapkan oleh wirausaha yang bertujuan untuk menunjang keberhasilan usaha yang dijalankan.

B. Manajemen Wirausaha

Para wirausaha menggunakan proses inovasi sebagai alat pemberdayaan sumber-sumber untuk menciptakan suatu nilai barang dan jasa. Proses inovasi dikendalikan oleh kreativitas. Kreativitas merupakan mata rantai antara pengetahuan pengenalan cara baru untuk mengimbinasikan sumber-sumber dan proses pengembangan pengetahuan secara sistematis ke dalam suatu inovasi yang digunakan dipasar. Inovasi bahkan dipandang

¹⁹Aprijon, "Kewirausahaan dan Pandangan Islam", *Jurnal Kewirausahaan*, Vol. 12 No.1, 2013, hal. 4. Diakses pada tanggal 15 Maret 2019 pukul 10:45 WIB.

sebagai penciptaan sumber-sumber yang berbentuk penemuan kegunaan sesuatu dalam alam.

Manajemen kewirausahaan menyangkut semua kekuatan perusahaan yang menjamin bahwa usahanya betul-betul eksis. Bila usaha baru ingin berhasil, maka wirausaha harus memiliki empat kompetensi, diantaranya:

1. Fokus pada pasar, bukan pada teknologi. Untuk definisi menejerial, pemasaran sering digambarkan sebagai "seni menjual produk". *Peter Drucker* seorang ahli teori manajemen terkemuka, mengatakan sebagai berikut. Bahwa akan selalu ada kebutuhan akan penjualan. Akan tetapi, tujuan pemasaran bukan untuk memperluas penjualan hingga kemana-mana. Tujuan pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami pelanggan dengan baik sehingga produk atau jasa sesuai dengan kebutuhannya sehingga terjual sendiri.²⁰
2. Buat ramalan pendanaan untuk untuk menghindari tidak terbiayainya perusahaan.
3. Bangun tim manajemen, bukan menonjolkan perorangan.
4. Beri peran tertentu, khusus bagi wirausaha penemu.

Jika manajemen kewirausahaan menyangkut lingkungan internal perusahaan, maka strategi kewirausahaan menyangkut kesesuaian kemampuan internal dan aktivitas perusahaan dengan lingkungan eksternal, dimana perusahaan harus bersaing dengan menggunakan keputusan-keputusan strategis. Dalam melakukan strategi usahanya, wirausaha biasanya menggunakan salah satu strategi dari empat strategi, sebagai berikut:

1. Berada dipasar dengan produk dan jasa baru.
2. Posisikan produk dan jasa baru tersebut pada relung pasar (*niche market*) yang tidak terlayani.
3. Fokuskan barang dan jasa pada relung yang kecil tetapi bisa bertahan.

²⁰ Philip Kolter, *Manajemen Pemasaran Edisi Millennium I* (Jakarta: INDEX, 2004), hlm. 9

4. Mengubah karakteristik produk, pasar atau industri.

C. Strategi Wirausaha

Pada umumnya perusahaan kecil yang berhasil secara berkesinambungan dan dapat bersaing secara unggul memiliki keunggulan dalam bidang teknik, produk yang unik dan memiliki cakupan distribusi geografis pasar yang terbatas. Ada beberapa keputusan strategis yang diperlukan dalam kondisi pertumbuhan, yaitu:

1. Perubahan produk barang dan jasa. Dengan demikian strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetisi inti (*core competition*).²¹
2. Strategi yang menyangkut penetrasi pasar, ekspansi pasar, diversifikasi produk dan jasa atau ekspansi usaha.
3. Kemampuan untuk memperoleh modal investasi dalam rangka penelitian dan pengembangan, proses produksi dan penggantian peralatan, dan dalam rangka penambahan sumber daya manusia.
4. Analisis pesaing baik yang ada maupun yang potensial untuk memantapkan strategi bersaing. Keputusannya harus berdasarkan perilaku, sumber daya, dan komitmen yang dimiliki pesaing di masa lalu.
5. Kemampuan untuk menopang keunggulan strategi perusahaan dan untuk memodifikasi strategi dalam menghadapi perubahan permintaan pelanggan dan perilaku strategi persaingan baru.
6. Penentuan harga barang atau jasa untuk jangka pendek dan jangka panjang.
7. Interaksi perusahaan dengan masyarakat luas.

D. Produktifitas Kerja

²¹ Husein Umar, *Strategi Management in Action*, (Jakarta: PT Gramedia Utama, 2001), hal. 33

Produktifitas kerja merupakan perilaku yang ditampakkan oleh individu atau kelompok, bahwa “ditinjau dari segi keprilakuan, kepribadian seseorang sering menempatkan dirinya dalam berbagai bentuk sikap, cara berfikir dan cara bertindak berbagai hal yang mempengaruhi kepribadian seseorang atau organisasional yang tercermin dalam perilakunya yang pada gilirannya akan berpengaruh pada kinerjanya.²² Produktifitas mempunyai berbagai pengertian antara lain yang terpenting adalah sebagai berikut : ²³

1. Produktivitas tidak lain rasio dari apa yang dihasilkan (*output*) terhadap keseluruhan fakto produksi yang digunakan (*input*)
2. Produktivitas pada dasarnya adalah sesuatu sikap mental yang selalu mempunyai pandangan bahwa mutu kehidupan hari ini harus lebih baik dari kemarin dan hari esok lebih baik dari hari ini.
3. Produktivitas mengikutsertakan pendayagunaan secara terpadu sumber daya manusia dan ketrampilan barang modal, teknologi, manajemen, informasi, energi dan sumber-sumber lain menuju kepada pengembangan dan peningkatan standar hidup untuk seluruh masyarakat melalui konsep produktivitas semesta/total.
4. Produktivitas adalah kekuatan pendorong (*driving force*) untuk mewujudkan kualitas hidup, pertumbuhan ekonomi dan kemajuan sosial yang pada hakekatnya sasaran pembangunan nasional kita. Dengan perkataan lain produktivitas Mendorong pertumbuhan, dan pertumbuhan adalah kemajuan.

Produktivitas mengandung pengertian filosofis dan definisi kerja. Secara filosofis, produktivitas mengandung pandangan hidup dan sikap mental yang selalu berusaha untuk meningkatkan mutu kehidupan. Keadaan hari ini harus lebih baik dari hari kemarin, dan

²² Desi Rahmawati, Pengaruh Motivasi terhadap Produktifitas Kerja Karyawan PR Fajar Berlian Tulungagung, *Jurnal Universitas Tulungagung*, Vol. 1 No. 1, 2013, hal8.

²³ Adya Dwi Mahendra, *Analisis Pengaruh Pendidikan, upah jenis Kelamin, Usia dan Pengalaman Kerja terhadap Produktifitas Tenaga Kerja*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2014) hal39

mutu kehidupan besok harus lebih baik dari hari ini. Pandangan hidup dan sikap mental yang demikian akan mendorong manusia untuk tidak cepat merasa puas, akan tetapi terus mengembangkan diri dan meningkatkan kemampuan kerja. Untuk definisi kerja, produktivitas merupakan perbandingan antara hasil yang dicapai (output) dengan keseluruhan sumber daya (input) yang dipergunakan per satuan waktu. Sumber daya masukan dapat terdiri dari beberapa faktor produksi seperti tanah, gedung, mesin, peralatan, bahan mentah dan sumber daya manusia sendiri. Dari pengertian di atas, peningkatan produktivitas dapat terwujud dalam bentuk:²⁴

1. Jumlah produksi yang sama dapat diperoleh dengan menggunakan sumber daya yang lebih sedikit
2. Jumlah produksi yang lebih besar dapat dicapai dengan menggunakan sumber daya yang terbatas,
3. Jumlah produksi yang lebih besar dapat dicapai dengan menggunakan sumber daya yang sama,
4. Jumlah produksi yang jauh lebih besar diperoleh dengan penambahan sumber daya yang relatif lebih kecil.

Produktivitas tenaga kerja dapat dilihat dari nilai produksi. Nilai produksi adalah tingkat produksi atau keseluruhan jumlah barang yang merupakan hasil akhir proses produksi pada suatu unit usaha yang selanjutnya akan dijual atau sampai ke tangan konsumen. Produktivitas tenaga kerja dapat digambarkan dari rasio output terhadap jumlah tenaga kerja yang digunakan.²⁵

1. Faktor yang mempengaruhi penawaran tenaga kerja

²⁴ Payaman Simanjuntak, *Pengantar Ekonomi Sumberdaya Manusia*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI, 2001), hal 28

²⁵ S mulyadi, *Ekonomi Sumber Daya Manusia dalam Perspektif Pembangunan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003) hal 48

Besarnya penawaran atau *supply* tenaga kerja dalam masyarakat adalah jumlah orang yang menawarkan jasanya untuk proses produksi. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi penawaran tenaga kerja menurut Simbolon (2010) yaitu :

- a. Jumlah Penduduk Makin besar jumlah penduduk, makin banyak tenaga kerja yang tersedia baik untuk angkatan kerja atau bukan angkatan kerja, dengan demikian jumlah penawaran tenaga kerja juga akan semakin besar.
- b. Struktur Umur Penduduk Indonesia termasuk dalam struktur umur muda, hal ini dapat dilihat pada bentuk piramida penduduk Indonesia. Meskipun pertambahan penduduk dapat ditekan tetapi penawaran tenaga kerja semakin tinggi karena semakin banyaknya penduduk yang memasuki usia kerja, dengan demikian penawaran tenaga kerja juga akan bertambah.
- c. Tingkat Pendapatan Secara teoritis tingkat upah akan mempengaruhi jumlah penawaran tenaga kerja. Apabila tingkat upah naik, maka jumlah penawaran tenaga kerja akan meningkat dan sebaliknya. Apabila upah meningkat dengan asumsi jam kerja yang sama, maka pendapatan akan bertambah sehingga ibu rumah tangga yang bekerja tidak perlu lagi membantu suami untuk mencari nafkah. Akibatnya tingkat partisipasi angkatan kerja akan berkurang, dengan demikian *supply* tenaga kerja efektif akan berkurang.
- d. Kebijakan Pemerintah
Memasukkan kebijakan Pemerintah dalam mengatasi permasalahan penawaran tenaga kerja merupakan hal yang sangat relevan. Dimisalkan kebijakan pemerintah dalam hal wajib belajar 9 tahun, akan mengurangi jumlah tenaga kerja dan adanya batasan umur kerja menjadi lebih tinggi akan menimbulkan pengurangan jumlah tenaga kerja.
- e. Bukan Angkatan Kerja

Wanita yang mengurus rumah tangga tidak termasuk dalam angkatan kerja, tetapi mereka adalah tenaga kerja yang potensial yang sewaktu waktu bisa memasuki pasar kerja. Dengan demikian semakin besar jumlah wanita yang mengurus rumah tangga maka penawaran tenaga kerja akan berkurang atau sebaliknya. Sama dengan hal di atas, penduduk yang bersekolah tidak termasuk dalam angkatan kerja tetapi mereka sewaktu waktu dapat menjadi tenaga kerja yang potensial, dengan demikian semakin besar jumlah penduduk yang bersekolah berarti *supply* tenaga kerja akan berkurang. Oleh karena itu jumlah penduduk yang bersekolah perlu diperhitungkan untuk masa yang akan datang.

f. Keadaan Perekonomian

Keadaan perekonomian dapat mendesak seseorang untuk bekerja memenuhi kebutuhannya, misalnya dalam satu keluarga harus bekerja semua karena pendapatan suami tidak mencukupi kebutuhan keluarga, atau seorang mahasiswa yang lulus tidak mau bekerja karena perekonomian orang tua sangat memadai, atau seorang istri tidak perlu bekerja karena perekonomian suami sudah mencukupi.²⁶

E. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

1. Pengetian UMKM

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM.²⁷ Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut.²⁸ Usaha

²⁶ Adya Dwi Mahendra, *Analisis Pengaruh Pendidikan, Upah, Jenis Kelamin, Usia dan Pengalaman Kerja terhadap Produktifitas Tenaga Kerja, ...*) hal.139

²⁷ Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2009), hal.16

²⁸ *Ibid*, hal.17

kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.²⁹

Sedangkan usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.³⁰

Di dalam Undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta.
- b. Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2.500.000, dan.
- c. Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp.100 milyar hasil penjualan tahunan di atas Rp.2,5 milyar sampai paling tinggi Rp.50 milyar.³¹

²⁹*Ibid*, hal.18

³⁰Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia,....*, hal.16

³¹ Undang-Undang Nomor tahun 2008 tentang UMKM, Bab IV pasal 6.

Kriteria usaha mikro menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 adalah sebagai berikut :

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00.

Kriteria usaha kecil menurut UU Nomor 20 tahun 2008 adalah sebagai berikut :

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Kriteria usaha menengah menurut UU No. 20 tahun 2008 adalah sebagai berikut :

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah).

Selain menggunakan nilai moneter sebagai kriteria, sejumlah lembaga pemerintahan seperti Departemen Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS), selama ini juga menggunakan jumlah pekerja sebagai ukuran untuk membedakan skala usaha antara usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Misalnya menurut Badan Pusat Statistik (BPS), usaha mikro adalah unit usaha dengan jumlah

pekerja tetap hingga 4 orang, usaha kecil antara 5 sampai 19 pekerja, dan usaha menengah dari 20 sampai dengan 99 orang. Perusahaan-perusahaan dengan jumlah pekerja di atas 99 orang masuk dalam kategori usaha besar.

Usaha mikro kecil dan menengah merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia. masa depan pembangunan terletak pada kemampuan usaha mikro kecil dan menengah untuk berkembang mandiri. Kontribusi usaha mikro kecil dan menengah pada GDP di Indonesia tahun 1999 sekitar 60%, dengan rincian 42% merupakan kontribusi usaha kecil dan mikro, serta 18% merupakan usaha menengah.

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian kedepan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya.

Secara umum, tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas.

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun definisi

UMKM berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda menurut negara. Karena itu, memang sulit membandingkan pentingnya atau peran UMKM antar negara.³²

Usaha Kecil dan Menengah disingkat UKM adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan usaha yang berdiri sendiri⁷. Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah: “Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.

Beberapa keunggulan UKM terhadap usaha besar antara lain adalah sebagai berikut.

- a. Inovasi dalam teknologi yang telah dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.
- b. Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil.
- c. Kemampuan menciptakan kesempatan kerja cukup banyak atau penyerapannya terhadap tenaga kerja.
- d. Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibanding dengan perusahaan besar yang pada umumnya birokrasi.
- e. Terdapatnya dinamisme manajerial dan peran kewirausahaan.

2. Klasifikasi UMKM

Dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu

³² Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*, (Jakarta: LP3ES, 2012), hal. 11

kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam goncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang melibatkan banyak kelompok. Berikut ini adalah klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).³³

- a. *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.
- b. *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- c. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- d. *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB).

3. Karakteristik Usaha Mikro

Usaha kecil di Indonesia mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan karena pasar yang luas, bahan baku yang mudah didapat serta sumber daya manusia yang besar merupakan variabel pendukung perkembangan dari usaha kecil tersebut akan tetapi perlu dicermati beberapa hal sering perkembangan usaha kecil rumahan seperti: perkembangan usaha harus diikuti dengan pengelolaan manajemen yang baik, perencanaan yang baik akan meminimalkan kegagalan, penguasaan ilmu pengetahuan akan menunjang keberlanjutan usaha tersebut, mengelola sistem produksi yang efisien

³³ Ade Resalawati, *Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor UKM Indonesia*, (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Sya rif Hidayatullah Jakarta, 2011), hal. 31.

dan efektif, serta melakukan terobosan dan inovasi yang menjadikan pembeda dari pesaing merupakan langkah menuju keberhasilan dalam mengelola usaha tersebut.

Dalam buku Pandji Anoraga diterangkan bahwa secara umum, sektor usaha memiliki karakteristik sebagai berikut:³⁴

- a. Sistem pembukuan yang relatif administrasi pembukuan sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar.
- b. Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi.
- c. Modal terbatas
- d. Pengalaman **menejerial** dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas.
- e. Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharapkan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang.
- f. Kemampuan pemasaran dan negoisasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas.
- g. Kemampuan untuk sumber dana dari pasar modal terendah, mengingat keterbatasan dalam sistem administrasinya. Untuk mendapatkan dana di pasar modal, sebuah perusahaan harus mengikuti sistem administrasi standard an harus transparan.

Dari karakteristik tersebut menyiratkan bahwa adanya kelemahankelemahan yang sifatnya potensional terhadap timbulnya masalah. Hal ini menyebabkan berbagai masalah internal terutama yang berkaitan dengan pendanaan yang tampaknya sulit untuk mendapatkan solusi yang jelas.³⁵

5. Peranan UMKM

Diakui, bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-

³⁴ Pandji Anoraga, *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*, (Yogyakarta: PT Dwi Candra Wacana, 2010) hal. 32.

³⁵ Pandji Anoraga, *Ekonomi ...*, hal. 33

negara sedang berkembang (NSB), tetapi juga di negara-negara maju (NM). Di negara maju, UMKM sangat penting, tidak hanya kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar (UB), seperti halnya di negara sedang berkembang, tetapi juga kontribusinya terhadap pembentukan atau pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar.³⁶

6. Kekuatan dan Kelemahan UMKM

UMKM memiliki beberapa kekuatan potensial yang merupakan andalan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang adalah:

- a. Penyediaan lapangan kerja peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, diperkirakan maupun menyerap sampai dengan 50% tenaga kerja yang tersedia
- b. Sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru
- c. Memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar
- d. Memanfaatkan sumber daya alam sekitar, industri kecil sebagian besar memanfaatkan limbah atau hasil sampai dari industri besar atau industri yang lainnya
- e. Memiliki potensi untuk berkembang. Berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait.

Kelemahan, yang sering juga menjadi faktor penghambat dan permasalahannya dari Usaha Mikro terdiri dari 2 faktor:

³⁶ Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*, hal. 1.

a. Faktor Internal

Faktor internal merupakan masalah klasik dari UMKM yaitu diantaranya:

- 1) Masih terbatasnya kemampuan sumber daya manusia
- 2) Kendala pemasaran produk sebagian besar pengusaha industri kecil lebih memprioritaskan pada aspek produksi sedangkan fungsi-fungsi pemasaran kurang mampu dalam mengaksesnya. Khususnya dalam informasi pasar dan jaringan pasar, sehingga sebagian besar hanya berfungsi sebagai tukang saja.
- 3) Kecenderungan konsumen yang belum mempercayai mutu produk industri kecil.
- 4) Kendala permodalan usaha sebagian besar industri kecil memanfaatkan modal sendiri dalam jumlah yang relatif kecil.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan masalah yang muncul dari pihak pengembang dan Pembina UMKM. Misalnya solusi yang diberikan tidak tepat sasaran tidak adanya monitoring dan program yang tumpang tindih.

Dari kedua faktor tersebut muncul kesenjangan diantara faktor internal dan eksternal, yaitu di sisi perbankan, BUMN dan lembaga pendamping lainnya sudah siap dengan pemberian kredit, tapi UMKM mana yang diberi, karena berbagai ketentuan yang harus dipenuhi oleh UMKM. Di sisi lain UMKM juga mengalami kesulitan mencari dan menentukan lembaga mana yang dapat membantu dengan keterbatasan yang mereka miliki dan kondisi ini ternyata masih berlangsung meskipun berbagai usaha telah diupayakan untuk memudahkan bagi para pelaku UMKM memperoleh kredit, dan ini telah berlangsung 20 tahun.

F. Wirausaha Dalam Perspektif Islam

Pandangan Islam mengenai bekerja dan berusaha, termasuk berwirausaha merupakan bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia karena keberadaannya sebagai khalifah yang dimaksudkan untuk memakmurkan bumi dan membawa ke arah yang lebih baik. Islam memberikan keleluasaan untuk menjalankan usaha atau bisnis apapun sepanjang itu tidak termasuk yang diharamkan oleh syariat Islam. Semangat bekerja keras dan kemandirian yang merupakan inti dari kewirausahaan yang telah digambarkan dalam ajaran Islam.³⁷

خَيْرُ عَمَلٍ عَمَلُ رَجُلٍ بِيَدِهِ

“Pekerjaan yang paling baik adalah pekerjaan yang dilakukan dengan cucuran keringatnya sendiri” (HR. Abu Dawud).

الْيَدُ الْعُلْيَا خَيْرٌ مِنَ الْيَدِ السُّفْلَى

“Tangan di atas lebih baik dari tangan di bawah” (HR. Bukhari Muslim).

Bekerja keras merupakan hal yang penting dari kewirausahaan. Prinsip kerja keras dalam kewirausahaan merupakan langkah nyata yang harus dilakukan agar dapat menghasilkan kesuksesan. Teladan dari Rasulullah saw yang merupakan seorang wirausaha yang memiliki nilai-nilai kejujuran, amanah, *fathanah* (kecerdasan), *tabligh* (komunikatif) merupakan pilar utama yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha.³⁸

1. Etika Berwirausaha Dalam Islam

Etika sering disebut sebagai tindakan mengatur tingkah laku atau perilaku manusia dengan masyarakat. Tingkah laku ini perlu diatur agar tidak melanggar norma-norma atau kebiasaan yang berlaku di masyarakat. Hal ini disebabkan norma-norma atau kebiasaan masyarakat di setiap daerah atau negara berbeda. Oleh karena itu, dalam

³⁷Ahmad Muhtar Syarofi, Nilai-Nilai Ekonomi Islam dalam Berwirausaha, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 7 NO. 1, 2016, hal. 80 dalam <http://ejournal.aisyarifuddin.ac.id/index.php/istishoduna/article/view/84>. Diakses pada tanggal 15 Maret 2019 pukul 10:21 WIB.

³⁸ Haris Faulidi Asnawi, “Revitalisasi Nilai-Nilai...”, hal 178.

etika berwirausaha perlu ada ketentuan yang mengaturnya. Adapun ketentuan yang diatur dalam etika wirusaha secara umum adalah sebagai berikut:

- a. Sikap dan perilaku seorang pengusaha harus mengikuti norma yang berlaku dalam suatu negara atau masyarakat.
- b. Penampilan yang ditunjukkan seorang pengusaha harus selalu apik, sopan, terutama dalam menghadapi situasi atau acara-acara tertentu.
- c. Cara berpakaian pengusaha juga harus sopan dan sesuai dengan tempat dan waktu berlaku.
- d. Cara berbicara seorang pengusaha juga mencerminkan usahanya, sopan, penuh tata krama, tidak menyinggung atau mencela orang lain.
- e. Gerak-gerik seorang pengusaha juga dapat menyenangkan orang lain, hindarkan gerak-gerik yang mencurigakan.

Kemudian, etika atau norma yang harus ada dalam benak dan jiwa setiap pengusaha sebagai berikut:³⁹

a. Kejujuran

Seorang pengusaha harus selalu bersikap jujur, baik dalam berbicara maupun bertindak. Tanpa kejujuran usaha tidak akan maju dan tidak akan dipercaya konsumen atau mitra kerjanya.

b. Bertanggung jawab

Pengusaha harus bertanggung jawab terhadap segala kegiatan yang dilakukan dalam bidang usahanya.

c. Menepati janji

Pengusaha dituntut untuk selalu menepati janji, serta harus konsisten terhadap apa yang telah dibuat dan disepakati sebelumnya.

³⁹ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), hal20-23.

d. Disiplin

Pengusaha dituntut untuk selalu disiplin dalam berbagai kegiatan yang berkaitan dengan usahanya.

e. Taat hukum

Pengusaha harus selalu patuh dan menaati hukum yang berlaku, baik yang berkaitan dengan masyarakat ataupun pemerintah.

f. Selalu membantu

Pengusaha secara moral harus sanggup membantu berbagai pihak yang memerlukan bantuan.

g. Komitmen dan menghormati

Pengusaha harus komitmen dengan apa yang mereka jalankan dan menghargai komitmen dengan pihak-pihak lain.

h. Mengejar prestasi.

Pengusaha yang sukses harus selalu berusaha mengejar prestasi setinggi mungkin, supaya perusahaan dapat terus bertahan dari waktu ke waktu. Prestasi yang berhasil dicapai perlu terus ditingkatkan.

2. Perilaku Bisnis Wirausaha Muslim

Perilaku seorang muslim dalam berbisnis sangat diperlukan sebagai investasi menguntungkan dan menjamin kehidupannya di dunia dan akhirat. Al-Qu'ran dan hadis adalah panduan bagi perilaku seseorang dengan menyelaraskan perilakunya dengan perilaku Rasulullah.⁴⁰ Perilaku bisnis seorang wirausaha muslim dapat dilihat dari ketaqwaannya, sikap amanah yang dia miliki, kebaikannya, serta semua kegiatan bisnisnya hanya dilakukan untuk ibadah semata.

⁴⁰ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2006), hal. 43.

Sifat-sifat yang harus dimiliki seorang wirausaha yang sesuai dengan ajaran agama Islam adalah:⁴¹

a. Sifat takwa, tawakal, dzikir dan syukur

Adanya sifat takwa maka kita akan diberi jalan keluar penyelesaian dari suatu masalah dan mendapat rizki yang tidak disangka. Adanya sikap tawakal kita diberi kemudahan dalam menjalankan usaha walaupun usaha yang dijalankan memiliki banyak saingan. Sikap bertakwa dan bertawakal akan membuat kita senantiasa berzikir untuk mengingat Allah dan bersyukur sebagai ungkapan terimakasih atas segala kemudahan yang diterima. Maka kita akan merasa tenang dan melaksanakan segala usaha dengan kepala dingin dan tidak setres.

b. Jujur

Jujur dalam segala kegiatan yang berhubungan dengan orang lain maka akan membuat tenang lahir dan batin.

c. Niat suci dan ibadah

Bagi seorang muslim kegiatan bisnis senantiasa diniatkan untuk beribadah kepada Allah sehingga hasil yang didapat nanti juga akan digunakan untuk kepentingan di jalan Allah.

d. Azzam dan bangun lebih pagi

Kemauan keras (azam) dapat menggerakkan motivasi untuk bekerja keras dengan sungguh-sungguh. Rasul saw mengajarkan agar kita berusaha mencari rezeki mulai pagi hari setelah salat subuh. Orang-orang atau bangsa yang berhasil ialah yang mau bekerja keras, tahan menderita, dan berjuang memperbaiki nasibnya.⁴²

⁴¹ Aprijon, "Kewirausahaan...", hal. 10-11.

⁴² Buchari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hal. 254.

e. Toleransi

Sikap toleransi diperlukan dalam bisnis sehingga dapat menjadi pribadi yang mudah bergaul, supel, fleksibel, toleransi terhadap langganan dan tidak kaku.

f. Berzakat dan berinfaq

Berzakat dan berinfaq tidak akan membuat miskin, melainkan Allah akan melipat gandakan rezeki, serta membersihkan harta sehingga harta yang diperoleh memang benar-benar harta yang halal.

g. Silaturahmi

Silaturahmi dapat mempererat ikatan kekeluargaan dan memberikan peluang-peluang bisnis yang baru.

3. Orientasi Berwirausaha Muslim

Dalam berbisnis seorang muslim selalu patuh dengan syariat agama Islam. Seorang muslim yang menjalankan bisnis diharapkan membawa keseimbangan dalam hidupnya imbang dalam hal dunia dan akhirat. Dengan berpegang pada syariat Islam, bisnis mempunyai tujuan empat hal, yaitu:

a. Profit

Profit berupa materi dan benefit berupa nonmateri. Profit berupa materi diperoleh dengan melakukan bisnis dengan cara yang halal dengan tidak menghalalkan segala cara.

b. Pertumbuhan

Sebuah usaha harus dijaga agar tetap tumbuh dan berkembang. Pertumbuhan yang berjalan harus sesuai dengan syariat agama Islam yang sudah ada. Untuk menjaga agar bisnis tumbuh dari tahun ke tahun maka pelaku bisnis harus meningkatkan kualitas produksi dan pelayanan agar konsumen tetap senang membeli atau memakai jasa yang telah disediakan oleh produsen. Selain itu

investasi syariah juga diperlukan untuk tetap menjaga pertumbuhan bisnis, seperti mengeluarkan zakat, infaq, sadaqah, dan tidak berfoya-foya.

c. Keberlangsungan

Setiap usaha diharapkan selalu mengalami pertumbuhan. Pertumbuhan ini haruslah dijaga keberlangsungannya agar usaha yang dilakukan dapat berlangsung dalam kurun waktu yang lama, di dunia dan di akhirat. Untuk menjaga keberlangsungan harus dibuat suatu perencanaan dan tidak lupa dengan tetap berlandaskan syariat Islam.⁴³

d. Ridha Allah SWT

Semua yang dilakukan oleh seorang muslim harus memiliki tujuan akhir keberkahan dari Allah SWT. Keberkahan yang diperoleh dari ridha Allah diperoleh dengan menjalankan semua syariat Islam dan menjalankan semua kegiatan bisnisnya dengan ikhlas.

Islam mengajarkan kepada penganutnya bahwa harta yang telah didapatkan bukanlah tujuan dari akhir dari hidup, tetapi fasilitas berupa harta kekayaan seseorang yang dapat membantu sesamanya dengan lebih baik.⁴⁴ Sebagai seorang *entrepreneur* atau wirausahawan muslim harus mengerti jika semua harta yang diperoleh adalah harta Allah yang dititipkan padanya, maka selayaknya sebagai umat muslim yang baik, mereka harus menafkahkan sebagian hartanya di jalan Allah SWT.

G. Pengertian Dampak

Pengertian dampak menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif

⁴³ Malahayati, *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah*, (Yogyakarta: Jogja Great! Publisher, 2010), hal. 72.

⁴⁴ Hamzah Ya'qub, *Etos Kerja Islami*, (Jakarta: CV Pedoman Ilmu Jaya, 1992), hal. 21.

maupun negatif.⁴⁵ Dampak secara sederhana bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat. Dalam setiap keputusan yang diambil oleh seseorang biasanya mempunyai dampak tersendiri, baik itu dampak positif maupun dampak negatif. Dampak juga bisa merupakan proses lanjutan dari sebuah pelaksanaan pengawasan internal. Dari penjabaran diatas maka kita dapat membagi dampak ke dalam dua pengertian yaitu:

1. Dampak Positif

Dampak adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya. Sedangkan positif adalah pasti atau tegas dan nyata dari suatu pikiran terutama memperhatikan hal-hal yang baik. Positif adalah suasana jiwa yang mengutamakan kegiatan kreatif dari pada kegiatan yang menjemukan, kegembiraan dari pada kesedihan, optimisme dari pada pesimisme.

Positif adalah keadaan jiwa seseorang yang dipertahankan melalui usaha-usaha yang sadar bila sesuatu terjadi pada dirinya supaya tidak membelokkan fokus mental seseorang pada yang negatif. Bagi orang yang berpikiran positif mengetahui bahwa dirinya sudah berpikir buruk maka ia akan segera memulihkan dirinya. Jadi dapat disimpulkan pengertian dampak positif adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau

⁴⁵ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) versi online, dalam <https://kbbi.web.id/dampak.html>, diakses 28 Agustus 2019

memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang baik.

2. Dampak Negatif

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia dampak negatif adalah pengaruh kuat yang mendatangkan akibat negatif. Dampak adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya. Berdasarkan beberapa penelitian ilmiah disimpulkan bahwa negatif adalah pengaruh buruk yang lebih besar dibandingkan dengan dampak positifnya.

Jadi dapat disimpulkan pengertian dampak negatif adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang buruk dan menimbulkan akibat tertentu.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dampak secara umum adalah suatu pengaruh yang menimbulkan akibat yaitu positif ataupun negatif.⁴⁶ Sehingga dapat disimpulkan bahwa dampak dalam konteks strategi pengembangan UMKM ini merupakan suatu akibat yang muncul baik dalam bentuk positif maupun negatif. Menurut Alfian dampak industri kreatif atau industrialisasi yang terjadi dalam masyarakat dapat ditinjau dari:

- a. Dari sudut ekonomi, keberhasilan industri akan menyebabkan perubahan dalam struktur perekonomian.

⁴⁶ Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian dampak dalam <https://kbbi.web.id/dampak> diakses pada tanggal 29 Agustus 2019 pukul 13.35 WIB.

- b. Dari sudut sosial, industri menghasilkan perubahan struktur sosial di mana sebagian besar masyarakat bergantung pada sektor industri.
- c. Dari segi budaya, industri menghasilkan perubahan nilai dan pola hidup masyarakat.

H. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian. Hal ini ditujukan agar dapat memperkaya teori dalam mengkaji penelitian serta menghindari duplikasi dan pengulangan penelitian atau kesalahan yang sama seperti yang dibuat oleh peneliti sebelumnya. Diantaranya yaitu:

Penelitian Emmy Nurhayati⁴⁷ untuk mengetahui strategi peningkatan produktivitas untuk mencapai target produktivitas dan efisiensi perusahaan. Hasil dari penelitian menunjukkan melalui pendekatan *just in time* yang digunakan dalam penelitian ini, diharapkan tingkat produktivitas dan efisiensi perusahaan dapat tercapai sesuai target. Persamaan dari penelitian yakni membahas tentang produktivitas kerja. Perbedaan dari penelitian ini yakni metode yang digunakan dalam penelitian.

Penelitian Johannes Wifrid Pangihutan Purba⁴⁸ untuk mengetahui analisis strategi pemasaran dalam upaya peningkatan pangsa pasar perusahaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor produksi memiliki tingkat dominan yang kurang terhadap hunian kamar. Persamaan dengan penelitian ini yakni membahas tentang cakupan pasar. Perbedaan dari penelitian ini yakni pembahasan tentang pangsa pasar.

⁴⁷ Emmy Nurhayati, Strategi Peningkatan Produktivitas Untuk Mencapai Target Produktivitas dan Efisiensi Perusahaan, *Industrial Engineering Journal of the University of Sarjanawiyata Taman Siswa*, Vol 2 No 1, 2008

⁴⁸ Johannes Wifrid Pangihutan Purba, analisis strategi pemasaran dalam upaya peningkatan pangsa pasar perusahaan, *Jurnal Pemasaran*, Vol 19 No 1, 2012

Penelitian Mercy Ivana Supit dkk⁴⁹ untuk mengetahui analisis implementasi kebijakan dan perubahan organisasi terhadap produktivitas pegawai di instant polda sulut. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kebijakan yang baik dan dan memberdayakan membawa dampak terhadap peningkatan produktivitas organisasi. Persamaan dari penelitian yakni membahas tentang produktivitas kerja. Perbedaan dari penelitian ini yakni metode yang digunakan dalam penelitian.

Penelitian Christina Whidya Utami⁵⁰ untuk mengetahui peningkatan nilai perusahaan melalui perbaikan produktivitas dan kualitas pada sector jasa sebuah analisis konseptual. Hasil dari penelitian ini menunjukkan perusahaan membutuhkan strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan diikuti juga oleh usaha untuk menurunkan biaya pada aktivitas yang terkait. Persamaan dari penelitian yakni membahas tentang produktivitas yang digunakan. Perbedaan dari penelitian ini yakni metode yang digunakan dalam penelitian.

Penelitian A.A. Sagung Diah Istri Pramayani dan I Gusti Ayu Dewi Andyani⁵¹ untuk mengetahui pengaruh pemberdayaan, perilaku inovatif, dan motivasi kerja terhadap produktivitas kerja karyawan bumbu bali restoran tanjung benoa badung bali. Hasil dari penelitian ini ialah memiliki perilaku inovatif juga merupakan hal yang penting untuk mengembangkan inovasi dalam meningkatkan produktivitas kerja. Persamaan dari penelitian yakni membahas tentang produktivitas yang digunakan. Perbedaan dari penelitian ini yakni metode yang digunakan dalam penelitian.

⁴⁹ Mercy Ivana Supit dkk, analisis implementasi kebijakan dan perubahan organisasi terhadap produktivitas pegawai di instant polda sulut *Jurnal Emba*, Vol 7 No 8, 2019

⁵⁰ Christina Whidya Utami, Peningkatan Nilai Perusahaan Melalui Perbaikan Produktivitas dan Kualitas Pada Sektor Jasa Sebuah Analisis Konseptual, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol 4 No 1, 2002

⁵¹ A.A. Sagung Diah Istri Pramayani dan I Gusti Ayu Dewi Andyani, Pengaruh Pemberdayaan, Perilaku Inovatif, dan Motivasi Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bumbu Bali Restoran Tanjung Benoa Badung Bali, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol 4 No 1, 2002

Penelitian Desi Rahmawati⁵² untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap produktivitas kerja karyawan PR Fajar Berlian. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa peran manajer dalam memotivasi kerja karyawan dengan memberikan Gaji, Bonus, dan Promosi akan mempengaruhi produktivitas kerja karyawan. Persamaan dari penelitian ini yakni membahas tentang produktivitas kerja dalam suatu usaha. Perbedaan dari penelitian ini yaitu metode yang digunakan dalam penelitian.

Penelitian Sukarman Kamuli⁵³ untuk mengetahui pengaruh iklim organisasi terhadap produktivitas kerja pegawai di sekretariat daerah Kota Gorontalo. Hasil dari penelitian menunjukkan secara simultan dan secara sendiri-sendiri berdasarkan analisis jalur dimensi iklim organisasi struktur, arus komunikasi, tanggung jawab, penghargaan terhadap sumberdaya manusia dan imbalan dan sanksi secara nyata dan positif berpengaruh terhadap produktivitas kerja pegawai di sekretariat daerah Kota Gorontalo. Persamaan dari penelitian ini yakni membahas tentang produktivitas kerja pada suatu usaha. Perbedaan dari penelitian ini yaitu metode yang di gunakan dalam penelitian.

Penelitian Rimiyati dan Munawaroh⁵⁴ bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan nilai-nilai kewirausahaan Islami terhadap keberhasilan usaha pada pengusaha UMKM muslim di kota Yogyakarta. Penelitian mengambil 50 pengusaha UMM di wilayah Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel penerapan nilai-nilai kewirausahaan Islami berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha. Persamaan dari penelitian ini yakni mengenai nilai-nilai dalam berwirausaha.

⁵² Desi Rahmawati, Pengaruh Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PR Fajar Berlian Tulungagung, *Jurnal Universitas Tulungagung*, vol1 No.1,2013

⁵³ Sukarman Kamuli, Pengaruh Iklim Organisasi Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai di Sekretariat Daerah Kota Gorontalo, *Jurnal Inovasi*, Vol 9 No.1 2012

⁵⁴Hasnah Rimiyati dan Munjiati Munawaroh, "Penerapan Nilai-nilai Kewirausahaan Islami terhadap Keberhasilan Usaha", *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 7 No. 2, 2016, dalam <http://journal.umy.ac.id/index.php/mb/article/view/3908>. Diakses pada tanggal 15 Maret pukul 10:19 WIB.

Perbedaan dari penelitian ini membahas mengenai berwirausaha dalam meningkatkan produktivitas kerja.

Penelitian Musfaldy dan M. Soim⁵⁵ bertujuan untuk mengetahui peranan nilai-nilai Islam dalam meningkatkan kewirausahaan dan kinerja usaha mikro. Penelitian ini dilakukan dengan teknik wawancara berdasarkan pertanyaan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel nilai-nilai Islam yang diukur dari 3 (tiga) sub variabel berpengaruh terhadap *entrepreneurship* Islami. Persamaan penelitian ini yakni membahas tentang nilai-nilai dalam berwirausaha. Perbedaan dari penelitian ini membahas mengenai berwirausaha dalam meningkatkan produktivitas kerja.

Penelitian Herlin Adiputri⁵⁶ Strategi untuk meningkatkan produktivitas di BMT Muamalat Limpung hasil dari penelitian tersebut yaitu dalam peningkatkan produktivitas dapat dicapai dengan cara maksimalisasi pemberdayaan sumber daya tenaga kerja atau karyawan, meningkatkan nilai tambah BMT Muamalat dan diversifikasikan pasar. Persamaan dengan penelitian ini yaitu membahas tentang strategi dalam meningkatkan produktivitas kerja. Perbedaan dari penelitian ini yaitu tidak membahas mengenai tinjauan dalam perspektif islam.

Penelitian Tejo Nurseto⁵⁷ strategi menumbuhkan wirausaha kecil dan menengah yang tangguh. Hasil dari penelitian tersebut adalah usaha penciptaan wirausaha baru yang tangguh akan lebih baik jika dilakukan terhadap lulusan perguruan tinggi yang telah memiliki dasar keilmuan dan intelektualitas yang tinggi. Persamaan dengan

⁵⁵Musfaldy dan M. Soim, "Peranan Nilai-Nilai Islam dalam Meningkatkan Kewirausahaan dan Kinerja Usaha Mikro (Studi di Kota Pekanbaru Provinsi Riau)", *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 19 No. 1, 2016, dalam <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/Kutubkhanah/article/view/2505>. Diakses pada tanggal 5 Maret 2019 pukul 11:00 WIB.

⁵⁶ Herlin Adiputri, *Strategi Untuk Meningkatkan Produktivitas di BMT Muamalat Limpung*, (Semarang: UIN Walisongo, 2015), hal 2

⁵⁷ Tejo Nurseto, Strategi Menumbuhkan Wirausaha Kecil dan Menengah Yang Tangguh, *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, Vol.1, No.1, 2014

penelitian ini yaitu membahas tentang strategi dalam berwirausaha. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu tidak membahas tentang nilai-nilai islam.

I. Kerangka Berpikir

Alur dalam penelitian yang dilakukan terhadap pelaksanaan program pemberdayaan melalui pengembangan desa wisata seperti pada bagan berikut:

