

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi Indonesia tidak lepas dari banyaknya pengusaha baru yang bermunculan. Dengan kreatifitas dan inovasi para pengusaha ini mengeluarkan terobosan baru dalam menjalankan usaha. Dengan seiring bertumbuhnya para pengusaha baru ini, maka tercetus lah pemikiran sesama pengusaha untuk mendirikan perkumpulan sebagai komunitas bisnis. Komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, yang umumnya memiliki ketertarikan yang sama. Komunitas bisnis merupakan perkumpulan dari sekelompok orang yang memiliki kesamaan visi dan misi. Para anggota komunitas bisnis membentuk komunitas untuk saling berinteraksi antara satu sama lain untuk kemajuan bisnis nya. Saat ini komunitas bisnis sudah banyak didirikan di Indonesia. Banyak Komunitas pengusaha yang sudah tersebar di berbagai kota di nusantara, salah satunya di kota Bandung.

Di kota Bandung terdapat berbagai komunitas bisnis salah satu nya komunitas TDA (Tangan Di Atas). TDA merupakan salah satu komunitas bisnis terbesar di kota bandung, TDA didirikan oleh Badroni Yuzirman dan 6 pengusaha lainnya pada 22 Januari tahun 2006 sampai saat ini anggota TDA sudah memiliki lebih dari 500 anggota yang bergerak di berbagai macam bidang usaha diantaranya usaha *caffé*, kuliner, *fashion*, dll.

Pengusaha yang tergabung dalam komunitas harus memiliki visi dan misi yang sama agar mencapai tujuannya. Dengan mempertahankan visi dan misi yang baik maka usaha dapat dipertahankan untuk kelangsungan bisnis mereka. Pengusaha yang memiliki kualitas dan manajemen yang baik akan memudahkan perusahaan dalam mencapai sasaran mereka. Penekanan akan pentingnya kualitas pengusaha merupakan salah satu tanggapan dalam menyikapi perubahan, dan tentu saja pengusaha memerlukan upaya-upaya untuk dapat memperbaiki dan mengembangkan usahanya.

Kewirausahaan yang beragam menurut pendapat para ahli yang dititikberatkan pada perbedaan penekanan, yaitu penekanan pada subjek (pelaku wirausaha) dan berdasarkan objek (kegiatan wirausaha). Menurut Hisrich and Peter (2008:333) Kewirausahaan sebagai “proses penciptaan sesuatu yang baru dan dengan asumsi risiko dan manfaat”. Berdasarkan pendapat tersebut kegiatan kewirausahaan memperhatikan risiko sosial, fisik, keuangan, dan menerima imbalan dalam bentuk uang dan kepuasan personal serta independensi. Setiap bisnis dan kegiatan kewirausahaan yang diniatkan dan konsisten dilaksanakan sesuai ajaran Islam merupakan salah satu bentuk penghambaan kepada Allah SWT. Dan semua praktek yang dilaksanakan sesuai ajaran Islam merupakan salah satu bentuk penghambaan kepada Allah SWT. Dan semua praktek yang dilaksanakan dengan berpedoman pada prinsip-prinsip Islam akan dihitung sebagai perbuatan baik (amal soleh) yang dihargai oleh Allah SWT. Dalam al-Qur'an dijelaskan : *“Barang siapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan sedang ia orang yang beriman, maka mereka itu masuk kedalam*

surga dan mereka tidak dianiaya walapun sedikit” Islam sangat memperhatikan pentingnya bekerja dan berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia, bahkan Allah SWT akan menilai kualitas hidup dan ketaqwaan hamba-Nya tidak hanya atas kesetiaan dalam menghambakan diri pada aspek-aspek tauhid dan ibadah mahdhah, fungsi ibadah. Tapi juga berdasarkan kegiatan-kegiatan muamalah yang dilakukan nya, untuk mengaktualisasi dirinya sebagai *khalifah fil ardhy*.

Di era digital ini sudah tidak heran sesuatu dilakukan secara praktis dan mudah dalam segala kegiatan sehari-hari termasuk di dalam nya yaitu kegiatan mengakses informasi guna merancang perencanaan dan pengambilan keputusan dalam sebuah usaha. Akses informasi dalam menciptakan keunggulan bersaing perusahaan semakin dirasakan setiap pemilik perusahaan. Usaha mengakses informasi, setiap manajer perusahaan berusaha menguasai teknologi dan sistem informasi. Menurut Cravens (2003:7) dalam Murtiadi Awaluddin (2017:7) melihat komponen akses informasi yang dapat menciptakan keunggulan bersaing dan nilai superior bagi konsumen adalah informasi pelanggan , informasi pesaing, dan informasi pasar lain.

Menganalisis Keberhasilan usaha adalah dengan mengetahui kinerja suatu usaha yang dapat dirumuskan melalui suatu perbandingan nilai yang dihasilkan dari suatu usaha dan nilai yang diharapkan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Kinerja Usaha tak lain dikerahkan dari pengendalian perusahaan secara internal. Kinerja usaha adalah output dari berbagai faktor yang oleh karenanya semua faktor yang ada sangat penting untuk mengetahui tingkat adaptabilitas bisnis dengan lingkungannya. Harris

dan Bonna (2001) dalam Murtiadi Awaluddin (2017:7) menyatakan bahwa kinerja merupakan ukuran keberhasilan atau prestasi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan yang diukur tiap kurun waktu tertentu. Kinerja perusahaan yaitu pencapaian usaha sebagaimana tujuan perusahaan tersebut didirikan yaitu mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya untuk menopang pertumbuhan dan perkembangan.

Dalam jurnal Makrus mengatakan bahwa adanya gagasan dan praktek *islamicpreneurship* yang banyak dikampanyekan oleh beberapa pengusaha muslim, semacam menjadi alur baru dalam konsep dan praktik bisnis, setelah sebelumnya telah *socialpreneurship*, *technopreneurship*, dan lainnya. selain itu, adanya gagasan *islamicpreneurship* menjadi salah satu dorongan dan motivasi terhadap para pengusaha muslim dalam memperbesar donasi kebaikan dalam arus produksi, distribusi dan konsumsi atas barang dan jasa menjadi islami sehingga pada tahap ini yang perlu dilakukan mendorong hal tersebut menjadi sebuah gerakan yang mampu memberikan dampak sistemik tidak saja terhadap semua lapisan masyarakat, baik secara individu maupun kelompok. Sehingga keberadaan konsep *islamicpreneurship* tidak lain merupakan unsur inti dalam gagasan dan praktik ajaran Islam kedalam praktik bisnis dan berwirausaha yang pada akhirnya menjadi sebuah kebiasaan dan budaya dalam berbisnis.

Indikator keberhasilan dari konsep *islamicpreneurship* yakni dengan adanya praktik elaboratif antara praktik bisnis dan penerapan nilai ajaran Islam itu sendiri, sehingga aktivitas bisnis atau berwirausaha tidak saja menjadi kegiatan saling berburu

laba yang sebesar-besar yang menyebabkan pengesampingan terhadap nilai etis dalam masyarakat dan agama. Para *islamicpreneur* akan selalu berpandangan bahwa segala aktivitas bisnis yang dilakukannya sangat terkait dengan prinsip, nilai, dan sarana diri untuk mendekatkan diri kepada Allah. Akibatnya, bila aktivitasnya hanya diorientasikan untuk pencapaian dan penumpukan hal-hal yang bersifat material, seorang *islamicpreneur* akan merasa rugi karena tidak mampu memberikan peran dan dampak positif terhadap diri dan orang-orang disekelilingnya, khususnya mereka yang tidak mampu (dhuafa). Namun tidak sedikit pula pengusaha yang merasa ragu akan penerapan nilai-nilai islami pada usaha yang di jalan oleh para pengusaha dikarenakan masih banyak nya yang beranggapan bahwa islam hanya lah mengurus peribadatan secara ritual saja padahal islam lebih dari pada itu mencakup seluruh kegiatan-kegiatan diluar ibadah ritual saja.

Hal ini diperkuat oleh hasil survey yang dilakukan oleh peneliti, berikut adalah hasil survey awal dengan penyebaran kuesioner penulis terhadap pengusaha di komunitas bisnis TDA Bandung:

Tabel 1.1

Survey Awal Variabel Kepribadian Entrepreneurship Islam

No	Pertanyaan	Hasil kuisioner awal	
Variabel kepribadian entrepreneurship islam		Ya	Tidak
1	Apakah usaha anda memiliki kebermanfaatn bagi umat muslim ?	46,7% siap mengambil resiko	53,3% tidak siap mengambil resiko
2	Apakah anda sebagai pelaku usaha berinovasi dalam usaha yang islami ?	43,3% memiliki tujuan demi kemaslahatan	56,7% tidak memiliki tujuan demi kemaslahatan umat

Sumber: TDA Bandung 2019

Hasil survey awal melalui kuesioner, peneliti melihat 2 permasalahan dalam variabel yang bersangkutan yaitu 53,3% pengusaha di TDA belum siap menghadapi resiko untuk mengambil keuntungan yang lebih besar dikarenakan para pengusaha masih berfikir akan mengalami kerugian yang besar jika mengambil resiko padahal hal itu adalah hal yang harus di hadapi orang seorang pengusaha jika ingin usaha nya berkembang dan 56,7% pengusaha di komunitas TDA tidak memiliki tujuan demi kemaslahatan umat karena para pengusaha masih berfikiran ketika sudah menjalankan usaha orientasi masa depan mereka hanyalah untuk keuntungan pribadi saja.

Dilansir dari solotrust.com bahwa teknologi sudah berkembang pesat dan menjadikan teknologi menjadi media untuk memudahkan para pelaku usaha membentuk dan menentukan strategi bisnis yang tepat di masa yang akan datang. Perkembangan teknologi sudah tak bisa dibendung dan telah merambah ke seluruh sendi perekonomian. Sesuai arahan dari pemerintah melalui depkominfo mengatakan bahwa pengusaha sekarang harus bisa menggunakan teknologi informasi dalam segala

kegiatan usahanya agar dapat lebih efisien dalam menjalankan usaha. Penggunaan teknologi informasi dalam pengaksesan informasi yang cepat dan tepat dalam mendapatkan informasi ini di sambut baik oleh para pengusaha terutama bagi pengusaha pemula karena ini akan lebih memudahkan mereka untuk mempercepat pertumbuhan usaha mereka. Namun demikian tidak dapat dipungkiri bahwa hal ini memiliki beberapa hambatan karena tidak semua orang akan langsung paham akan mendapatkan akses informasi yang cepat dan tepat, itu bisa terjadi karena media yang kurang lengkap, user yang tak paham akan penggunaan teknologi dan lainnya.

Hal ini diperkuat oleh hasil survey yang dilakukan oleh peneliti, berikut adalah hasil survey awal dengan penyebaran kuesioner penulis terhadap pengusaha di komunitas bisnis TDA Bandung:

Tabel 1.2
Survey Awal Variabel Akses Informasi

No	Pertanyaan	Hasil kuisioner awal	
		Ya	Tidak
1	Apakah Melalui komunitas ini dapat memudahkan mencari informasi pemasok dan pelanggan ?	43,3% dapat kemudahan informasi dengan bergambung komunitas	56,7% tidak dapat kemudahan dalam mencari informasi di komunitas
2	Apakah anda memberikan ruang bagi pelanggan untuk memberikan penilaian dan saran terhadap usaha anda ?	40% memberi ruang bagi pelanggan untuk memberikan penilaian	60% tidak memberi ruang bagi pelanggan untuk memberikan penilaian

Sumber: TDA Bandung 2019

Hasil survey awal melalui kuesioner , penulis melihat 2 permasalahan yang memiliki persentase tinggi dalam variabel yang bersangkutan 56,7% pengusaha di komunitas TDA tidak mendapat kemudahan dalam mendapatkan informasi pemasok atau pelanggan dalam komunitas dikarenakan para pengusaha yang tergabung dalam komunitas TDA Bandung berasal dari berbagai latar belakang jenis usaha yang mengakibatkan tidak bisa nya mereka saling tukar informasi mengenai usaha yang sejenis, dan 60% pengusaha di komunitas bisnis TDA tidak memberi ruang bagi pelanggan untuk memberikan penilaian karena para pelaku usah masih merasa khawatir jika di sediakan kotak saran tidak bisa menjawab seluruh keluhan yang di sampaikan oleh pelanggan.

Kinerja usaha merupakan ukuran atas pencapaian tujuan yang telah ditetapkan, Mahasiswa Master of Business Administration (MBA) Program School of Business and Management (SBM) ITB terlibat dalam pelatihan sekitar 125 pelaku usaha kecil dan menengah di Jawa Barat lewat program Coaching Clinic. Mahasiswa akan mendampingi pelaku usaha ini untuk mencari solusi atas persoalan bisnis yang mereka hadapi terutama pada masalah bagaimana pelaku usaha untuk mendapatkan kinerja usaha yang baik. Dan program ini dilakukan pada 124 pelaku UKM yang ada di Jabar yang memiliki berbagai macam usaha yang digeluti oleh mereka, dan dari 124 pelaku usaha tersebut ditemukan berbaifai kendala guna mencapai kinerja usaha yang diinginkan. Direktur MBA ITB Subiakto Sukarno menambahkan, persoalan yang banyak dihadapi UKM terkait Kinerja usaha yang belum optimal. "Mereka merasa

permintaan banyak, penjualan bagus tapi uangnya tidak ada. Seringkali mereka membeli bahan terlalu banyak," tuturnya.

Hal ini di dukung oleh hasil survey yang di lakukan oleh peneliti, berikut adalah hasil survey awal dengan penyebaran kuesioner penulis terhadap pengusaha di komunitas bisnis TDA Bandung:

Tabel 1.3
Survey Awal Variabel Kinerja Usaha

No	Pertanyaan	Hasil kuisioner awal	
		Ya	Tidak
1	Apakah hasil penjualan selalu melampaui target penjualan yang ingin di capai ?	36,7% penjualan melampaui target	63,3% penjualan tidak selalu melampaui target

Sumber: TDA Bandung 2019

Hasil survey awal melalui kusioner, penulis melihat 1 permasalahan yang memiliki persentase tinggi dalam variabel yang bersangkutan yaitu 63,3% pengusaha di komunitas bisnis TDA mengalami penjualan tidak selalu melampaui target.

Adapun hasil wawancara yang penulis dapat dari 12 responden yang tergabung di komunitas bisnis TDA penulis menyimpulkan bahwa para pengusaha kesulitan menerapkan kepribadian *entrepreneurship* islam. Kesulitan yang meraka dapatkan yaitu belum bisa nya usaha mereka berdampak bagi umat secara luas dan belum berani nya para pengusaha untuk mengambil risiko demi mengambil keuntungan yang lebih besar. Sebagian pengusaha keberatan dalam pengambilan risiko dan hal itu menurun kan kinerja usaha yang mereka geluti.

Dalam hal ini penulis juga menemukan penelitian terdahulu mengenai variabel-variabel yang penulis gunakan di sebuah UMKM atau sentra industry kreatif. Dalam hasil penelitian Ni Made Wirastika Sari (2016) Karakteristik entrepreneur dibedakan menjadi karakteristik individu dan karakteristik psikologi. Karakter entrepreneur baik itu karakter individu maupun karakter psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Hal ini menunjukkan pentingnya untuk membangun karakteristik *entrepreneurship* karena pengusaha yang berkarakter menentukan kinerja yang optimal guna mencapai keberhasilan usaha.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti mengenai kinerja usaha yang dipengaruhi oleh kepribadian entrepreneurship islam dan akses informasi pada pengusaha di komunitas Tangan Di Atas (TDA), penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul sebagai berikut:

“PENGARUH KEPERIBADIAN *ENTREPRENEURSHIP* ISLAM DAN AKSES INFORMASI TERHADAP KINERJA USAHA PADA PENGUSAHA DI KOMUNITAS BISNIS TANGAN DI ATAS (TDA)”

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang penelitian diatas. Serta untuk memberikan batasan terhadap permasalahan yang akan dibahas, maka identifikasi masalah yang ditetapkan penulis adalah sebagai berikut :

1. Dalam variabel kepribadian entrepreneurship Islam pelaku usaha yang tergabung pada komunitas bisnis TDA masih belum seluruhnya menerapkan Kepribadian entrepreneurship Islam karna perlu beradaptasi dalam menerapkan entrepreneurship secara islam.
2. Dalam variabel akses informasi para pengusaha yang tergabung dalam komunitas bisnis TDA Bandung masih belum seluruhnya memiliki akses informasi mengenai keperluan strategi mereka.
3. Dalam variabel Kinerja usaha Para pengusaha yang teragabung dalam komunitas bisnis TDA belum memiliki kinerja usaha yang baik dalam menjalankan usaha nya karena penjualan yang dilakukan tidak selalu melampaui target.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang penelitian yang ditemukan oleh penulis di atas, maka penulis mencoba merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini.

Rumusan masalahnya antara lain sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan pengusaha yang tergabung di komunitas bisnis TDA mengenai kepribadian entrepreneurship islam
2. Bagaimana tanggapan pengusaha yang tergabung di komunitas bisnis TDA mengenai akses informasi.
3. Bagaimana tanggapan pengusaha yang tergabung di komunitas bisnis TDA mengenai kinerja usaha.

4. Bagaimana pengaruh kepribadian entrepreneurship islam dan akses informasi terhadap kinerja usaha secara simultan dan parsial pada pengusaha di komunitas bisnis TDA

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk memperoleh data-data bahan yang diperlukan sebagaimana yang digambarkan dalam perumusan masalah mengenai pengaruh kepribadian entrepreneurship islam dan akses informasi terhadap kinerja usaha pada pengusaha di komunitas TDA yang akan penulis gunakan dalam rangka menyusun skripsi.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah memperoleh data dan informasi yang tepat untuk menganalisis data. Secara khusus penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui tanggapan pengusaha yang tergabung di komunitas bisnis TDA mengenai kepribadian entrepreneurship islam
2. Untuk mengetahui tanggapan pengusaha yang tergabung di komunitas bisnis TDA mengenai akses informasi.
3. Untuk mengetahui tanggapan pengusaha yang tergabung di komunitas bisnis TDA mengenai kinerja usaha.

4. Untuk mengetahui tanggapan pengusaha yang tergabung dalam komunitas bisnis TDA pengaruh nya kepribadian entrepreneurship islam dan akses informasi terhadap kinerja usaha secara simultan dan parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Setelah dilakukannya penelitian maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan kegunaan antara lain:

1.4.1 Kegunaan Praktis

Dapat memberikan informasi tambahan kepada anggota komunitas yang ada, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi lebih mengenai kepribadian entrepreneurship islam dan akses informasi terhadap kinerja usaha.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi penulis dalam penelitian ini akan menambah wawasan serta ilmu pengetahuan dalam membuat metode penelitian serta dalam penelitian tersebut data mengetahui bagaimana pengusaha yang tergabung dalam komunitas.
2. Bagi komunitas untuk meningkatkan motivasi pengusaha secara keseluruhan, untuk meningkatkan kualitas usahanya, untuk meningkatkan hubungan dalam pencapaian tujuan komunitas tersebut.
3. Bagi kampus dalam penelitian ini akan memberikan acuan baru untuk dijadikan contoh dalam metode penelitian yang nantinya dapat membantu para mahasiswa tahun ajaran selanjutnya.

1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dan pengumpulan data yang dilakukan penulis bertempat di Jl. Talaga Bodas No 51, Kota Bandung Jawa Barat.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai mulai Maret 2019 sampai dengan Agustus 2019.

Adapun jadwal penelitian penulis sebagai berikut :

Tabel 1.4
Pelaksanaan Penelitian

No	Uraian	Waktu Kegiatan																											
		Febuari				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Survei Tempat penelitian	■	■	■	■																								
2	Melakukan Penelitian					■	■																						
3	Mencari Data							■	■	■	■																		
4	Membuat Proposasl							■	■	■	■																		
5	Seminar									■	■	■	■																
6	Revisi											■	■	■	■														
7	Peneliatian Lapangan													■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
8	Bimbingan																					■	■	■	■	■	■	■	■
9	Sidang																									■	■	■	■