

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 Kepribadian Entrepreneurship Islam**

###### **2.1.1.1 Pengertian Kepribadian Entrepreneurship Islam**

Menurut Veithzal Rivai (2012:403) dalam Makhrus (2017:10) mengatakan bahwa seorang yang memiliki kepribadian entrepreneurship islam adalah orang yang harus mengetahui dan memahami larangan dan anjuran bisnis dalam islam, larangan bisnis dalam islam meliputi beberapa hal, yakni: larangan *khalabah*, larangan *najash*, dan larangan *dharar*.

Menurut Syaifullah (2011: 128) dalam Makhrus (2017:8) Kepribadian Kewirausahaan Islam (*islamicpreneurship*) bermakna segala bentuk aktivitas dalam mendirikan, memimpin, mengelola, mengambil risiko, dan menjadi pemilik usaha yang sesuai dengan ajaran islam. Sehingga *islamicpreneurship* merupakan upaya mendorong hadirnya praktik bisnis yang menebarkan nilai-nilai Islam segala bentuk aktivitas bisnis, hal tersebut disebabkan keberadaan manusia sebagai *khalifah* di muka bumi dan diciptakan oleh Allah untuk selalu beribadah kepada-Nya.

Menurut Rasem N. Kayed dan M. Kabir Hassan (2011:2) menyatakan bahwa “*islamic entrepreneurship is a viable devel strategy potentially capable of rendering significant contributions to confront these challenges , and further to advence the well-*

*being of the muslim nation at large*” yang artinya kewirausahaan Islam adalah strategi pengembangan yang layak yang berpotensi memberikan kontribusi yang signifikan untuk menghadapi tantangan-tantangan ini, dan lebih jauh untuk memajukan kesejahteraan bangsa muslim pada umumnya

Kepribadian Entrepreneurship Islam adalah kepribadian yang harus dimiliki oleh para pengusaha dan diterapkan dalam segala aspek kegiatan usaha, jujur dan amanah menjadi modal penting dalam menjalankan usaha karena mereka yang seperti itulah yang membenarkan risalah nabi.

#### **2.1.1.2 Karakteristik Kepribadian Entrepreneurship islam.**

Karakteristik *Muslimpreneurs* menurut para ahli dan akademisi Muslim, model diadaptasi dari Joni Tamkin (2014:345) dalam jurnal Antoni(2014:34), menyebutkan bahwa.

1. Takwa sebagai kerangka kerja

Merupakan pelaksanaan ibadah fardhu in dan fardhu kifayah serta niat untuk menjalankan prinsip-prinsip islam

2. Ibadah kepada Allah swt adalah prioritas

Ibadah kepada Allah sebagai prioritas utama, seperti shalat, puasa, zakat haji dan umrah, shadaqah, sholat sunat dan ibadah-ibadah lainnya meskipun dalam usaha sedang mengalami peningkatan jumlah penjualan namun harus tetap ibadah lah yang menjadi prioritas dan jangan sampai lalai terhadap ibadah.

3. Halal sebagai prioritas

Mencari sumber daya yang halal, bersih dan murni dan mempraktekan prosedur yang halal.

4. Tidak boros menggunakan sumber daya

Menggunakan segala sumber daya dengan efisien karna boros adalah perbuatan yang tidak di suaki Allah

5. Moralitas yang tinggi

Tidak terlibat dalam kegiatan yang dilarang yang dilarang oleh islam seperti riba, suap penggelapan, perzinahan, pencurian, dll

6. Terpercaya

Termasuk kejujuran,kepercayaan, menepati janji, ketepatan waktu dan lain-lain

### **2.1.1.3 Indikator Kepribadian Entrepreneurship Islam**

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Kepribadian Entrepreneurship Islam dikembangkan dari penelitian Antoni (2014:347) menurut Muhammad Syafi'i (2011:29) dan sifat-sifat ini diambil dari sifat Rasulullah SAW

1. Fatonah dalam mengmabangkan bisnis

Fatonah adalah cakap atau cerdas dan hal ini harus di miliki wirausahawan muslim akan memiliki sifat-sifat dasar yang mendorongnya untuk menjadi yang kreatif dan handal dalam menjalankan usahanya

2. Tabligh atau berkomunikasi dengan pelanggan

bisa dimaknai dengan menyampaikan. Dalam konteks bisnis pemahaman tabligh bisa mencakup argumentasi dan komunikasi. Pengusaha hendaknya

mampu mengomunikasikan produknya dengan strategi yang tepat. Dengan sifat tabligh, seorang pebisnis diharapkan mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran (transparency and fairness). Dengan itu, pelanggan dapat dengan mudah memahami pesan bisnis yang disampaikan

3. Kebermanfaatan usaha bagi umat muslim lain nya

Kebermanfaatan usaha yang dibangun untuk umat muslim seperti taaf berzakat dan memberikan dana untuk membangun masjid, membuka lapangan pekerjaan bagi sesama muslim yang membutuhkan

4. Amanah dalam memegang prinsip berwirausaha

adalah tidak mengurangi atau menambah sesuatu dari yang seharusnya atau dari yang telah disepakati. Itu bisa terjadi antara penjual dan pembeli, penyewa dan yang menyewakan dan sebagainya. Bersikap amanah mutlak diterapkan dalam setiap transaksi bisnis atau muamalah.

5. Shidiq merupakan kejujuran dalam diri seorang *islamicpreneurship*

Shidiq adalah berarti jujur atau benar, dalam menjalankan bisnisnya, Nabi Muhammad SAW selalu menunjukkan kejujuran atau meyakini betul bahwa membohongi para pelanggan sama dengan mengkhianati mereka, Amanah berarti dapat dipercaya.

## 2.1.2 Akses Informasi

### 2.1.2.1 Pengertian Akses Informasi

Menurut Gunawan (2012:4) Akses informasi adalah sistem berbasis komputer yang menggabungkan sistem informasi akuntansi dan sistem padat pengetahuan dalam memberikan informasi yang berkualitas dan pengetahuan yang memadai.

Menurut Jeager, Burnett dan Thompson (2011:14) dalam jurnal Kadek Indah Ratnaningsih I Gusti Ngurah Agung Suaryana (2014:18) akses informasi adalah termasuk akses terhadap struktur fisik yang mengandung informasi, struktur elektronik yang berisi informasi dan panduan dalam memperoleh informasi.

Menurut Cravens (2013:7) dalam Murtiadi Awaluddin (2017:7), Perbaikan informasi bisnis harus mencakup keseluruhan sistem industri dari kedatangan material sampai kepada konsumen dan desain ulang produk untuk masa mendatang. melihat komponen akses informasi yang dapat menciptakan keunggulan bersaing dan nilai superior bagi konsumen adalah informasi pelanggan (*customer information*), informasi pesaing (*competitor information*), dan informasi pasar lain (*other market information*).

Dari ketiga definisi menurut para ahli maka penulis menyimpulkan bahwa akses informasi adalah jalan untuk memanfaatkan informasi dengan menggunakan media apapun baik itu internet, koran, radio, TV dll. Dengan sarana tersebut digunakan untuk menciptakan keunggulan bersaing, menentukan sikap dari apa yang sedang

terjadi demi mendapatkan keuntungan strategis dari informasi yang masuk kepada perusahaan

### **2.1.2.2 Karakteristik Informasi**

Menurut Yakub (2012:13) untuk setiap tingkatan manajemen dengan kegiatan yang berbeda, dibutuhkan informasi dengan karakteristik yang berbeda pula. Karakteristik dari informasi yaitu:

1. **Kepadatan Informasi**, untuk manajemen tingkat bawah karakteristik informasinya adalah terfokus pada suatu masalah tertentu, karena digunakan oleh manajer bawah yang mempunyai tugas khusus. Sedangkan untuk manajemen yang lebih tinggi tingkatannya, mempunyai karakteristik informasi yang semakin tersaring, lebih ringkas dan padat.
2. **Luas Informasi**, manajemen tingkat bawah karakteristik informasinya adalah terfokus pada suatu masalah tertentu, karena digunakan oleh manajer bawah yang mempunyai tugas khusus. Sedangkan untuk manajemen yang lebih tinggi tingkatannya, mempunyai karakteristik informasi yang semakin luas, karena manajemen atas berhubungan dengan masalah yang luas.
3. **Frekuensi Informasi**, manajemen tingkat bawah frekuensi informasi yang diterimanya adalah rutin, karena manajemen tingkat atas berhubungan dengan pengambilan keputusan tidak terstruktur yang pola dan waktunya tidak jelas.
4. **Akses informasi**, level bawah membutuhkan informasi yang periodenya berulang-ulang sehingga dapat disediakan oleh bagian sistem informasi yang

memberikan dalam bentuk laporan periodik. Dengan demikian akses informasi tidak dapat secara online tetapi dapat secara *off line*. Sebaliknya untuk level tinggi, periode informasi yang dibutuhkan tidak jelas sehingga manajer-manajer tingkat atas perlu disediakan akses *online* untuk mengambil informasi kapan pun mereka membutuhkan.

5. Waktu informasi, manajemen tingkat bawah, informasi yang dibutuhkan adalah informasi historis, karena digunakan dalam pengendalian operasi yang memeriksa tugas rutinyang sudah terjadi. Untuk manajemen tingkat tinggi waktu informasi lebih ke masa depan berupa informasi prediksi karena digunakan untuk pengambilan keputusan strategik yang menyangkut nilai masa depan.
6. Sumber Informasi, karena manajemen tingkat bawah lebih berfokus pada pengendalian internal perusahaan. Maka manajer tingkat bawah lebih memerlukan informasi dengan data yang bersumber dari internal perusahaan sendiri. Manajer tingkat atas lebih berorientasi pada masalah perencanaan strategik yang menghubungkan dengan lingkungan luar perusahaan. Karena itu membutuhkan informasi dengan data yang bersumber pada eksternal perusahaan.

### **2.1.2.3 Indikator Akses Informasi**

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Akses Informasi dikembangkan dari penelitian Cravens (2013:7) dalam jurnal Murtiadi Awaluddin (2017:7) :

1. Media dan sumber informasi

Media dan sumber informasi adalah alat untuk menjangkau informasi seluas-luas nya baik informasi internal maupun informasi eksternal.

2. Informasi Pelanggan

Informasi pelanggan merupakan kebutuhan bagi para pelaku usaha guna mengatur strategi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

3. Informasi Pesaing

Informasi pesaing salah satu ukuran untuk mengetahui pergerakan yang dilakukan oleh pesaing

4. Informasi Pasar lain

Informasi pasar lain ukuran untuk mengetahui apa yang sedang menjadi incaran oleh konsumen.

### **2.1.3 Kinerja Usaha**

#### **2.1.3.1 Pengertian Kinerja Usaha**

Menurut Harris dan Bonna (2011:8) dalam jurnal Murtiadi Awaluddin (2017:8) menyatakan bahwa kinerja merupakan ukuran keberhasilan atau prestasi yang telah

dicapai oleh suatu perusahaan yang diukur tiap kurun waktu tertentu. Kinerja perusahaan adalah pencapaian usaha sebagaimana tujuan perusahaan tersebut didirikan yaitu mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya untuk dapat menopang pertumbuhan dan perkembangan.

Menurut Mahmud (2011:3) dalam jurnal Windi Astuti dan Murwatiningsih (2016:124) Kinerja Usaha adalah mengarah pada tingkat pencapaian prestasi pada perusahaan dalam periode tertentu kinerja usaha yang baik ditandai dengan pertumbuhan penjualan yang baik, laba yang selalu meningkat, dan modal yang selalu bertambah

Bernardin dan Russell (2014:176) dalam dalam jurnal Murtiadi Awaluddin (2017:8) mendefinisikan kinerja usaha sebagai *performance is defined as the record of outcomes produced on specific job function or activity during a specific time period*, artinya kinerja didefinisikan sebagai catatan mengenai *outcome* yang dihasilkan dari suatu aktifitas tertentu selama kurun waktu tertentu pula. Kinerja adalah hasil yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya mencapai tujuan organisasi yang bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral dan etika.

Di dalam Penelitian Raeny Dwi Santy (4:2018) Menjelaskan bahwa Kinerja merupakan serangkaian kegiatan manajemen yang memberikan gambaran sejauh mana hasil yang sudah dicapai dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dalam

akuntabilitas publik baik berupa keberhasilan maupun kekurangan yang terjadi. Ivan cevich

Kinerja usaha merupakan sebuah capaian dari sebuah perusahaan sebagaimana perusahaan memiliki tujuan untuk mendapatkan prestasi, dan hal ini di tandai oleh meningkat nya laba, modal yang selalu bertumbuh, dan pertumbuhan penjualan yang semakin membaik guna menopang pertumbuhan dan perkembangan usaha tersebut

### **2.1.3.2 Karakteristik Kinerja Usaha**

Kaplan dan Norton (2010:76) dalam M. Ikhwan Maulana Haeruddin (2018:96) mengembangkan tolak ukur keberhasilan perusahaan yang lebih komprehensif, dinamakan *Balanced Scorecard*. Menurut konsep *Balanced Scorecard* kinerja perusahaan untuk mencapai keberhasilan kompetitif dapat dilihat dari empat bidang, yaitu berdasarkan:

1. Perspepektif finansial

Dimana pada perspektif ini perusahaan dituntut untuk meningkatkan pangsa pasar, peningkatan penerimaan melalui penjualan produk perusahaan. Selain itu peningkatan efektifitas biaya dan utilitas asset dapat meningkatkan produktivitas perusahaan.

2. Perspektif pelanggan

Dimana perusahaan harus mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan segmen pasar. Identifikasi secara tepat kebutuhan pelanggan sangat membantu perusahaan bagaimana memberikan layanan kepada pelanggan.

### 3. Perspektif proses bisnis internal

Pada perspektif bisnis internal *Balanced Scorecard*, proses-proses yang terjadi di dalam perusahaan atau organisasi akan diidentifikasi lebih lanjut untuk mencapai tujuan. Dalam perspektif ini, perusahaan melakukan pengukuran terhadap aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan baik manajer maupun karyawan untuk menciptakan suatu produk yang dapat memberikan kepuasan tertentu bagi pelanggan dan juga para pemegang saham.

### 4. Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan

Pada perspektif ini mengembangkan tujuan dan ukuran-ukuran yang mengendalikan pembelajaran dan pertumbuhan organisasi. Tujuan-tujuan yang ditetapkan dalam perspektif finansial, pelanggan, dan proses bisnis internal mengidentifikasi dimana organisasi harus unggul untuk mencapai terobosan kinerja, sementara tujuan dalam perspektif pembelajaran dan pertumbuhan memberikan infrastruktur yang memungkinkan tujuan-tujuan ambisius dalam ketiga perspektif itu tercapai.

### 2.1.3.3 Indikator Kinerja Usaha

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Kinerja Usaha dikembangkan dari penelitian Mahmud (2011:3) dalam jurnal Windi Astuti dan Murwatiningsih (2016:124):

#### 1. Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan rasio pertumbuhan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya. Hal ini sangat penting untuk mengukur kinerja perusahaan baik atau tidak.

#### 2. Pertumbuhan Laba

Pertumbuhan laba adalah ukuran untuk melihat kenaikan laba yang diperoleh perusahaan, karena semakin laba bertumbuh pada perusahaan maka akan menunjukkan pula kinerja yang baik pada perusahaan

#### 3. Pertumbuhan Modal

Modal ini berasal dari modal internal dan modal eksternal, modal internal biasanya berasal dari modal pribadi pelaku usaha atau harta yang dimiliki sendiri yang kemudian diinvestasikan untuk keuntungan kemajuan perusahaan. Adapun modal eksternal adalah modal yang berasal dari pinjaman, kreditur, hutang bank, dan saluran dana dari para investor. Bertumbuhnya modal akan memudahkan pelaku usaha untuk melakukan ekspansi usahanya guna meningkatkan kinerja perusahaan yang lebih baik.

### 2.1.4 Penelitian Terdahulu

Sebelum penulis melakukan penelitian, penulis mempelajari dan membaca penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, untuk menjaga keaslian penelitian, maka dapat dibandingkan dengan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu**

No	thn	Sumber Jurnal	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	2017	Murtiadi Awaluddin  Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar	Pengaruh Kepribadian <i>Entrepreneurship</i> Islam dan Akses Informasi Terhadap Strategi Bisnis dan Kinerja Usaha Kecil di Kota Makassar  Metode <i>eksplanatory</i>  Populasi 100 Pelaku usaha	Kepribadian <i>entrepreneurship</i> islam, akses informasi, dan strategi bisnis berpengaruh langsung, positif dan signifikan terhadap kinerja usaha kecil. Ini mengindikasikan bahwa saat kepribadian <i>entrepreneurship</i> islam membaik, akses informasi membaik serta terjadi peningkatan strategi bisnis usaha kecil.	Penelitian ini dengan penelittian penulis menggunakan variabel yang sama yaitu kepribadian <i>entrepreneursh</i> ip islam, akses informasi dan kinerja usaha	Penelitian terdahulu membahas 4 variabel sedangkan penelitian penulis membahas 3 variabel yang terdapat didalam penelitian
2	2010	Bambang Hermanto  Fakultas Ekonomi Universitas Negri Manado	Pengaruh Regulasi Pemerintah, Akses Informasi, Persaingan Usaha terhadap Strtegi Bisnis dan Kinerja Usaha Industri Kecil di Sulawesi Utara  Metode Sampling Bertahap	Berdasarkan hasil penelitian analisis menunjukan bahwa faktor akses informasi tidak mempunyai pengaruh langsung yang signifikan dan positif terhadap kinerja usaha. Tidak signifikannya pengaruh akses informasi terhadap kinerja dapat diinterpretasikan bahwa pemilik usaha industry kecil di SULUT selama ini kurang memiliki kemampuan dalam mengakses informasi yang tersedia,	Penelitaian ini dengan penelitian penulis menggunakan variabel yang sama yaitu akses informasi terhadap kinerja usaha	Perbedaan dengan penelitian penulis ialah terletak pada tempat penelitian terdahulu

			Populasi 200 Pelaku Usaha	walaupun penting untuk meningkatkan kinerja usahanya.		
3	2016	Ni Made Wirastika Sari dan Lukman M. Baga  Departemen Agribisnis FEM, SPS, IPB. Staf Pengajar Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi Manajemen IPB	Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Gula Aren di Kabupaten Lombok Regency  <i>Probability Sampling</i>  Populasi 165 Pelaku Usaha	Karakteristik kewirausahaan UMKM gula aren di Kabupaten Lombok Barat dibedakan menjadi karakteristik individu dan karakteristik priologis. Karakteristik kewirausahaan baik itu karakteristik individu maupun karakteristik psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.hal ini menunjukkan pentingnya untuk membangun karakteristik kewirausahaan karena karakteristik menentukan keberhasilan usaha.	Penelitian ini dengan penelitian penulis memiliki 2 variabel yang sama yaitu akses informasi dan kinerja usaha	Penelitian terdahulu menggunakan tempat penelitian yang berbeda dengan penulis
4	2011	Md. Aminul Islam  School of Business Innovation and Technopreneurship University Malaysia Perlis, Malaysia	Effect of Entrepreneur and Firm Characteristics on the Business Success of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Bangladesh  300 pelaku usaha	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa karakteristik kewirausahaan secara signifikan terkait dengan kinerja usaha UKM di Bangladesh sementara karakteristik UKM ditemukan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan UKM di Bangladesh	Penelitian ini dengan penelitian penulis memiliki 2 variabel yang sama dengan penulis yaitu kepribadian entrepreneursh ip dan kinerja usaha	Penelitian terdahulu menggunakan 4 variabel , jumlah populasi berbeda dan variabel pendukung berbeda
5	2010	Muhammad Rakib  Universitas Negeri Makassar	PENGARUH MODEL KOMUNIKASI WIRAUSAHA, PEMBELAJARAN WIRAUSAHA, DAN SIKAP KEWIRAUSAHAAN ISLAM TERHADAP KINERJA USAHA KECIL  <i>Cross sectional survey</i>  Populasi 140 orang.	Kinerja usaha tergolong cukup tinggi. Hal ini dapat dilihat dari setiap indikator yang memiliki nilai rata-rata cukup tinggi. Dan hasil penelitian ini sejalan dengan pandangan beberapa ahli yang menyatakan bahwa suatu perusahaan seharusnya tidak hanya mengeruk keuntungan sebanyak mungkin, tetapi juga mempunyai etika dalam bertindak menggunakan sumber daya manusia dan lingkungan guna turut mewujudkan pembangunan berkelanjutan	Penelitian ini dengan penelitian penulis memiliki 1 variabel yang sama yaitu kinerja usaha	Tempat penelitian berbeda, populasi berbeda dan variabel pendukung berbeda

6	2010	Rasem N. Kayed  <i>Departmen of Economics and Finance University</i>	ISLAMIC ENTREPRENEURS HIP: A CASE STUDY OF SAUDI ARABIA  Metode <i>descriptive statistics</i>  Populasi 106 orang	Pengusaha Saudi yang memandang diri mereka sebagai muslim yang berkomitmen, memiliki yang sangat positif terhadap kewirausahaan islam dan sangat percaya bahwa islam adalah agama wirausaha. Mereka memahami kewirausahaan sebagai kegiatan keagamaan dan juga kegiatan ekonomi yang dimaksudkan untuk menghasilkan pendapatan halal untuk memenuhi kewajiban keuangan mereka dan untuk berkontribusi bagi kesejahteraan umat. Namun, prioritas mereka tidak jelas dan dengan demikian mereka sering bertentangan dengan diri mereka sendiri. Keyakinan pengusaha Saudi akan keunggulan budaya mereka tidak menghalangi mereka untuk mengagumi teknologi barat.	Penelitian ini membahas 1 variabel yang sama dengan penulis dan sangat dijelaskan dengan rinci yaitu islami Entrepreneurs	Tempat penelitin berbeda, variabel pendukung berbeda.
7	2018	Bahri  Program studi kewirausahaan , Universitas Widya Mataram	ISLAMIC ENTREPRENEURS HIP: IMPLEMENTATION OF THE CONCEPT OF ENTREPRENEURS HIP AND SHARIA TRANSACTION WITH VERTICAL DIMENSION METHODS (HABLUMMINALLAH) AND DIMENSION HORIZONTAL (HABLUMMINANNAS)  Metode pustaka ( <i>library research</i> )	Kewirausahaan merupakan kemampuan dan keahlian kreatif dan inovatif yang dimiliki seseorang yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Sedangkan dalam agama islam kewirausahaan merupakan bagian dari aspek kehidupan yang dikelompokan ke dalam masalah muamalah. Islam sebagai agama yang rahmatan li al-amin, memberikan sumber-sumber normative yang berkaitan dengan kerja, nilai kerja, dan etos kerja. Etos kerja harus didasarkan pada tiga unsur, yaitu tauhid takwa dan ibadah.	Penelitian ini membahas 1 variabel yang sama dengan penulis dan sangat dijelaskan dengan rinci yaitu <i>Islamic entrepreneurs hip</i>	Metode yang digunakan berbeda dengan penelitian penulis, penelitian terdahulu menggunakan metode pustaka.
8	2009	Henny Welsa  Universitas Taman Siswa Yogyakarta	PENGARUH KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEMAMPUAN USAHA SERTA KINERJA USAHA	Secara global dari hasil penelitian ini dapat ditarik simpulan bahwa kewirausahaan pemelik usaha mempengaruhi kemampuan usaha sehingga dapat pula meningkatkan kinerja	Penelitian ini memiliki 1 variabel yang sama dengan penulis yaitu kinerja usaha	Variabel pendukung yang digunakan oleh penelitian terdahulu

			<p>RUMAH MAKAN PADANG DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA</p> <p>Populasi 72 rumah makan padang</p>	<p>sebagai berikut: pengaruh kewirausahaan terhadap kinerja usaha. Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha yang berarti hipotesis kelima yang menyatakan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha di terima. Hal ini menunjukkan dengan spirit kewirausahaan yang terbentuk oleh pengaruh budaya minang kabau dapat meningkatkan kinerja usaha.</p>		<p>berbeda yaitu kewirausahaan dan kemampuan usaha sedang kan penulis kepribadian entrepreneursh ip dan akses informasi</p>
--	--	--	---	--	--	---

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Kepribadian Entrepreneurship Islam adalah kepribadian yang harus dimiliki oleh para pengusaha dan di terapkan dalam segala aspek kegiatan usaha, jujur dan amanah menjadi modal penting dalam menjalankan usaha karna mereka yang seperti itulah yang membenarkan risalah nabi.

akses informasai adalah jalan untuk memanfaatkan informasi dengan menggunakan media apapun baik itu internet, koran, radio, TV dll. Dengan sarana tersebut digunakan untuk menciptakan keunggulan bersaing, menentukan sikap dari apa yang sedang terjadi demi mendapatkan keuntungan strategis dari informasi yang masuk kepada perusahaan

Kinerja usaha merupakan sebuah capaian dari sebuah perusahaan sebagaimana perusahaan memiliki tujuan untuk mendapatkan prestasi, dan hal ini di tandai oleh

meningkat nya laba, modal yang selalu bertumbuh, dan pertumbuhan penjualan yang semakin membaik guna menopang pertumbuhan dan perkembangan usaha tersebut

### **2.2.1 Hubungan antar variabel penelitian**

#### **2.2.1.1 Hubungan antara kepribadian entrepreneurship islam terhadap kinerja usaha**

Dalam hasil penelitian Muhammad Rakib (2010:125) bahwa “Kepribadian wirausaha merupakan kunci dari keberhasilan kinerja usaha. Keberhasilan kinerja usaha tidak hanya karena keahlian yang dimiliki, tetapi juga dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain jiwa kewirausahaan dan kreatifitas individual yang melahirkan inovasi. Perusahaan tidak dapat dipisahkan dengan kewirausahaan. Dan hal ini mengindikasikan bahwa kepribadian entrepreneurship islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

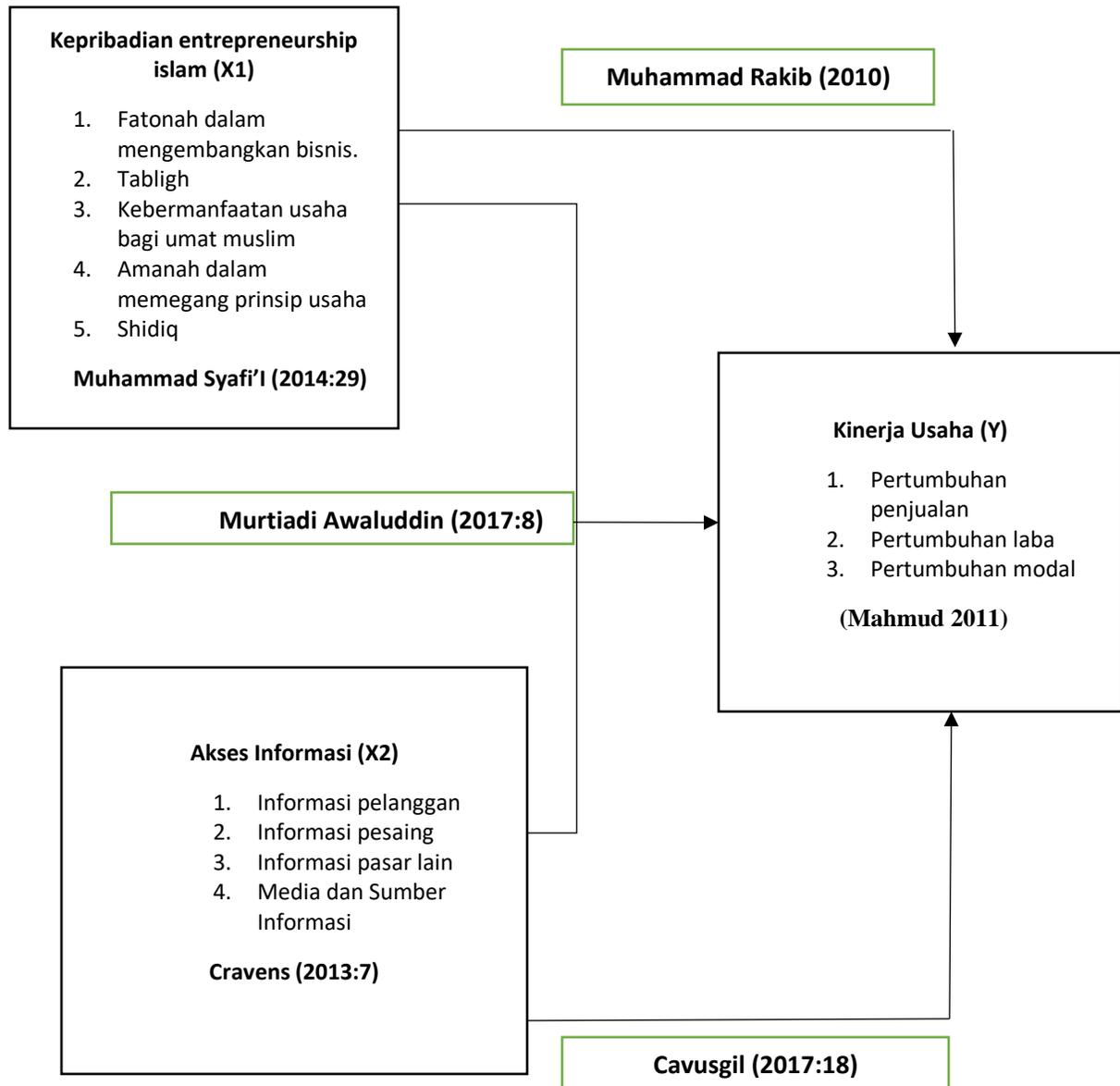
#### **2.2.1.2 Hubungan antara akses informasi terhadap kinerja usaha**

Menurut Cavusgil (2015:18) dalam Jurnal Murtiadi Awaluddin (2017) mengatakan bahwa dengan mengadopsi informasi diharapkan dapat memperbaiki kinerja perusahaan, seperti penurunan biaya dan waktu transaksi dan koordinasi antara rekan bisnis, memperluas pasar dengan biaya lebih murah dan lebih mudah serta mengembangkan mengembangkan dan menciptakan pasar baru. Hal ini di dukung pula oleh penelitian Murtiadi Awalludin (2017) bahwa “Akses Informasi berpengaruh positif terhadap kinerja usaha. Berdasarkan pada penelitian-penelitian sebelumnya tentang

pengaruh variabel akses informasi terhadap kinerja usaha adalah positif. Ini berarti bahwa peningkatan akses informasi akan diikuti dengan peningkatan kinerja usahadengan asumsi faktor-faktor lain yang mempengaruhi besar kecil nya kinerja usaha dianggap konstan.

### **2.2.1.3 Hubungan antara kepribadian entrepreneurship islam dan akses informasi terhadap kinerja usaha**

Dalam penelitian Murtiadi Awalludin (2017:19) bahwa “ Kepribadian *entrepreneurship* islam dan akses informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Ini mengindikasikan bahwa saat kepribadian *entrepreneurship* Islam dan akses informasi membaik maka akan kinerja usaha pun akan mengalami peningkatan yang sangat baik.



**Gambar: 2.1 Paradigma penelitian**

### 2.3 HIPOTESIS

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang dimaksud untuk menjawab permasalahan yang ada.

Menurut Umi Narimawati (2007:73) : “ Hipotesis dapat dikatakan sebagai pendugaan sementara mengenai hubungan antar variabel yang akan diuji kebenarannya. Karena sifatnya dugaan, maka hipotesis hendaknya mengandung implikasi yang lebih jelas terhadap pengujian yang dinyatakan”.

Berdasarkan kerangka pemikiran dan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis mengambil hipotesis sementara dalam memecahkan masalah tersebut, bahwa :

**Hipotesis Utama:**

kepribadian entrepreneurship islam dan akses informasi berpengaruh terhadap kinerja usaha pada pengusaha yang tergabung di komunitas bisnis TDA Bandung.

**Sub Hipotesis:**

- :Kepribadian entrepreneurship islam berpengaruh terhadap kinerja usaha pada pengusaha yang tergabung di komunitas bisnis TDA Bandung.
- Akses informasi berpengaruh terhadap kinerja usaha pada pengusaha yang tergabung di komunitas bisnis TDA Bandung.