



ENTREPRENEURSHIP ISLAMI: MENGUATKAN PARADIGMA PERPADUAN AGAMA DAN EKONOMI

Warti'ah
STAI Daruttaqwa Gresik
wartiah@staidagresik.ac.id

Abstrak: Tulisan ini dimaksudkan sebagai tambahan wawasan teoritis tentang urgensi kewirausahaan, khususnya dalam konteks Indonesia. Paparan kewirausahaan dalam makalah ini didasarkan pada paradigma hubungan nilai-nilai agama sakral, dengan perilaku ekonomi yang dianggap sebagai sesuatu yang tidak senonoh. Pembahasan dalam makalah ini diawali dengan review yang mengungkap urgensi kewirausahaan dalam konteks pembangunan ekonomi di Indonesia, terutama sejak awal Masyarakat Ekonomi Asia. Wacana pentingnya kewirausahaan lebih keras disuarakan oleh para ahli karena Indonesia masih dinilai kurang siap menghadapi persaingan bebas. Hal ini disinyalir karena minimnya pengusaha yang dimiliki Indonesia dibandingkan negara Asia lainnya. Di sisi lain Indonesia, mayoritas penduduknya adalah umat Islam masih terjerat dengan tingginya pengangguran dan kemiskinan. Pada titik ini enggel dalam tulisan ini diambil, yaitu keterkaitan nilai-nilai budaya dan agama dengan perilaku ekonomi masyarakat dalam konteks Ketutanan. Untuk itu dalam tulisan ini diulas tentang konsep debat dari para ahli yang membahas hubungan antara kedua entitas. Selanjutnya, pemaparan dilanjutkan dengan mengedepankan teori umum kewirausahaan serta pembahasan dasar tentang kewirausahaan dalam perspektif Islam. Menyimpulkan pernyataan dan rekomendasi untuk penulisan ilmiah tentang kewirausahaan lebih ditingkatkan baik secara kuantitas maupun kualitas.

Kata Kunci: kewirausahaan, perspektif Islam.

PENDAHULUAN

ASEAN *Free Trade Area* atau era masyarakat ekonomi ASEAN telah diawali sejak tahun 2015 yang silam, akan tetapi masih ada pihak yang mempertanyakan kematangan Indonesia dalam menghadapi kompetisi bersama negara-negara lainnya. Menurutnya, ketidaksiapan Indonesia dalam hal tersebut adalah akibat kurang tersediannya entrepreneurship yang ada.¹

Selain itu, posisi Indonesia merupakan negara keempat dunia yang memiliki kapasitas tertinggi akan jumlah penduduknya, setelah China, Amerika dan India juga rangking satu dunia akan jumlah penduduk muslimnya. Hal ini pada hakikatnya menjadi potensi bagi perkembangan ekonomi Indonesia, namun juga menjadi problem dan tantangan tersendiri bagi pembangunan yang ada. Jika mayoritas penduduk Indonesia

¹ Riant Nugroho, *Membangun Interpreneur Indonesia tentang Manajemen Pemerintahan Jokowi* (Jakarta: PT. Gramedia, 2015), hlm. 5

adalah pemeluk Islam, maka tentunya mayoritas umat Islam pula yang menjalani problem ekonomi dan kesejahteraan di negeri ini.²

Pengangguran dan kemiskinan merupakan penyakit besar yang sampai saat masih menjadi problem yang harus segera diselesaikan bangsa Indonesia. Karenanya, perluasan kesempatan kerja dalam mengatasi pengangguran dan kemiskinan harus selalu diupayakan. Sehubungan dengan hal tersebut, maka peningkatan kompetensi entrepreneurship di rasa sangat urgen dan mendesak. Lahirnya entrepreneurship sebesar mungkin sangat dibutuhkan oleh Indonesia, sebab, pemerintah tidak akan mampu menggarap aspek pembangunan yang di rencanakan karena terbatasnya budget, dan controlling.³

Urgensi munculnya entrepreneur dan budaya entrepreneurship di Indonesia semakin terasa ketika keberadaan entrepreneur menjadi salah satu syarat utama kemajuan ekonomi dan kesejahteraan suatu negara. pertumbuhan ekonomi Indonesia selama ini ternyata di dominasi oleh kalangan entrepreneur. Menurut gubernur Bank Indonesia, bahwa 57% pertumbuhan ekonomi Indonesia di sumbangkan oleh para enterpreneurship. Begitu pula dengan 98% tenaga kerja yang juga di ciptan oleh kalangan yang sama. Karena itu, penciptaan entrepreneur dan budaya entrepreneurship hendaknya menjadi agenda prioritas pemerintah.⁴

Melihat potensi Indonesia yang kaya dengan sumber daya, selayaknya Indonesia mampu berdiri sejajar dengan negara-negara yang lain, bahkan bisa bersaing dengan China dan India yang memiliki pengaruh besar di dunia Internasional. Namun kenyataanya indonesia masih mengalami ketertinggalan yang cukup jauh dari para pesaingnya tersebut. Dalam konteks ini muncul pertanyaan yang cukup menggelitik ketika Indonesia di bandingkan dengan India dan Cina misalnya. Sebagai negara-negara yang memiliki tradisi keagamaan yang kuat, India dengan tradisi masyarakatnya yang hindis dan Cina dengan tradisi masyarakatnya yang komunis, kenapa merek bisa maju? Sementara Indonesia yang mayoritas masyarakatnya beragamanya Islam masih ketinggalan? Apakah ajaran agama di Indonesia dalam era persaingan ini sama sekali tidak memiliki relevansi terhadap kemajuan ekonomi para pemeluknya? Pertanyaan- pertanyaan ini tentunya patut di renungkan dan di carikan jawabannya untuk mencapai kemajuan dan kesejahteraan bersama.

METODE PENELITIAN

² Moh. Yunus, *Islam dan Kewirausahaan Inovatif* (Malang: UIN Malang Press, 2008). H

³ Bukhori Alma, *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum* (Bandung: Alfabeta, 2006), hlm. 14

⁴ Riant Nugroho, *Memahami Latar Belakang Pemikiran Enterpreneurship* Ciputra (Jakarta: Gramedia : 2010) hlm. XI



Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan (*Liberary Reseach*). Jenis sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah sumber data sekunder yakni dari berbagai literatur yang relevan dengan penelitian ini. Data dihimpun dengan menggunakan teknik *bibiliography-reserch* yaitu dengan *Reading* : yaitu dengan membaca literatur-literatur yang kaitan dengan tema pembahasan *Organizing* : yaitu dengan mengklasifikan data yang ada berdasarkan sub-sub pokok pembahasan. *Writing* : yaitu dengan melakukan penulisan atas data yang telah dipetakan (*organizing*) berdasarkan sub pokok pembahasan. *Analising* : yaitu dengan menganalisa data yang telah dipaparkan (*writing*) berdasarkan sub pokok pembahasan yang dianalisis dengan menggunakan metode dan pendekatan yang telah di tentukan. Adapun metode analisis data yang di pakai adalah dengan teknik *Content-analisis dan analisis deskriptif*

PEMBAHASAN

Teori Perpaduan Agama dengan Ekonomi: Sebuah Perdebatan Konsep

Studi tentang perpaduan agama dengan ekonomi telah banyak dilakukan oleh kalangan akademisi, dan umumnya dilakukan oleh sarjana-sarjana luar negeri. Studi yang paling mencengangkan dalam hal ini dilakukan oleh Max Weber dalam bukunya *The Protestant Ethic And The Spirit of Capitalism*. Menurut Weber bahwa aspek terpenting yang mendukung majunya semangat kapitalis dalam aktivitas ekonomi ialah agama. Agama sudah menjadi etika dan doktrin yang di berlaku dalam aktivitas ekonomi.. Kapitalisme berevolusi ketika semangat etika protestan mampu mempengaruhi sejumlah orang untuk terlibat aktif dalam kerja ekonomi, pengembangan bisnis serta perdagangan dan akumulasi modal untuk berinvestasi.⁵

Namun selanjutnya konsepsi tentang perpaduan agama dan ekonomi berkembang pesat dalam studi sosiologi dan antropologi ekonomi. Dalam kontruksi pemikiran teoritis para ilmu sosial, pada era setelah Weber. Robert Wuthnow misalnya, mengajukan konsepsi bahwa agama dan sosiologi ekonomi memiliki relevansi yang kuat, baik dalam tatanan teoritis maupun *realita-empiris*.⁶

Hakekatnya, studi-studi diatas adalah respon penolakan terhadap pemikiran para ekonom konvensional baik dari madzhab klasik maupun modern. Para pemikir ekonomi konvensional membangun kerangka dengan pemikiran teoritis berdasarkan filsafat *homo economicus* dan keunggulan *rational economic man*. Menurut mereka, tindakan ekonomi berdasarkan rasionalitas

⁵ Muhammad Muzakki, *Pengantar dalam Abdul Jalil, Spiritual Enterprenuership Transformasi Spiritualitas Kewirausahaan*, (Yogyakarta: LKIS Yogyakarta, 2013), hlm. 7

⁶ Robert Wathrow, "Religion and Economic Life" dalam Neil J Smelser Da Ricard Swedberg, *The Handbook of Economic Sociology* (New Jersey on New York: Presenton Universty Press, 1994).



economic man dan bukan *economic animal*.⁷ Konsepsi ini di perkuat oleh logika paradigma *positivistik-sekuler* dengan konstruksi keilmuan “bebas nilai”. Pemikiran sistem teori seperti ini terkesan meniadakan sistem nilai budaya dan agama yang telah berkembang dan mengakar dalam kehidupan sosial masyarakat.

Dengan pola pikir demikian, konsep ekonomi konvensional memimpikan tindakan manusia untuk tunduk pada kepentingan pribadi dan bersikap individualistik. Dampaknya setiap individu bebas mengejar utilitas secara optimal dengan memaksimalkan keuntungan dan meminimalisasi pengeluaran. Kapasitas individu seperti ini di katagorikan oleh Adam Smith sebagai *homo economicus*⁸ yang bertolak belakang dengan *homo ethicus*.⁹ Akibat dari ekonomi ini adalah dengan meniadakan fungsi jejaring sosial yang ada di masyarakat dalam setiap tindakan ekonomi individu.

Menurut Chapra kecenderungan selama itu di perkuat oleh pemikiran Darwinisme sosial dan pandangan materialisme¹⁰ yang berakar dari tradisi pemikiran dan filsafat Barat. Pandangan seperti itu terus menjamah aspek sosial lain, termasuk ekonomi.¹¹ Pada tataran praktiknya ia menjelma sebagai motif utama setiap tindakan individu dalam berinteraksi sosial dengan selalu mempertimbangkan “untung- rugi”. Hal ini selanjutnya dikenal dengan proses rasionalisasi dalam ekonomi.¹²

Implifikasi terhadap proses rasionalisasi tersebut kian menjauhkan pemikiran ekonomi pada pertimbangan esensi kemanusiaan yang bersumber dari sistem nilai budaya dan agama dengan berdasar pada paradigma positifistik. Karena itulah para ekonom konvensional baik dari madzhab klasik maupun non klasik berargumen bahwa setiap persoalan ekonomik harus di selesaikan secara empiris dan matematik.

Kembali kepada pemikiran Weber, pada hakikatnya ia tidak menolak keseluruhan tradisi pemikiran rasional dari madzhab ekonomi konvensional. Studi Weber lebih cenderung mengkonvergensi nilai-nilai agama dan nilai-nilai kapitalisme masyarakat barat. Weber mengaitkan nilai-nilai keagamaan dengan perilaku rasional individu dalam konteks perkembangan ekonomi di Barat. Menurut Weber tradisi pemikiran rasional yang telah mengkristal bagi

⁷ Lucy W. Sondakh, *Globalisasi dan Desentralisasi: Perspektif ekonomi Lokal* (Jakarta: Lembaga Penerbit Fak. Ekonomi UI, 2003) hlm. 6

⁸ Mubyarto, *Membangun Sistem Ekonomi* (Yogyakarta: BPFE, 2000) hlm. 3

⁹ M. Teresa Ifnati, *Ethical Issues in Economic : From Altruism to Cooperation to Equity*, (London: Mic McMillan Press, 1997).

¹⁰ M. Umar Chapra, *The Future of Economic: and Islamic Perspective* (Jakarta: Syariah Economics and Banking Institut, 2001) hlm. 25-30

¹¹ Nugroho, *Uang, Reutenis dan Hutang Piutang di Jawa* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001). tt

¹² M. Lutfi Malik, *Etos Kerja, Pasar, dan Masjid Transformasi social keagamaan dalam Mobilitas Ekonomi Kemasyarakatan* (Jakarta: LP3ES, 2003) hlm. 28



masyarakat barat selanjutnya dapat memotivasi perilaku ekonomi individu dengan mendorong kemajuan kapitalisme.¹³

Selanjutnya, dalam perkembangan studi sosial ekonomi, muncul pemikiran kelembagaan baru (*New Institutionalism*) seperti yang di konsepsikan *victor Nee*. Ia mengasumsikan bahwa tingkah laku manusia selalu di pengaruhi oleh beberapa hal saling terhubung dan berintegrasi, yaitu intraksi istitusional sosial, ekonomi, politik, budaya dan agama.¹⁴ Institusi diartikan sebagai pihak yang menyiapkan seperangkat aturan formal dan informal yang membimbing tindakan individu dan kolektif, serta memfasilitasi terciptanya koordinatif antar individu.¹⁵

Sementara itu perkembangan pemikiran dalam tradisi keilmuan para pemikir muslim mengalami dinamika inklusif dan elastis. Konstruksi keilmuan para sarjana muslim tidak mendikotomikan kehidupan beragama dengan konteks sosial yang membentuk realitas masyarakat. Agama di posisikan pada level idealistik, sementara konteks sosial menjelaskan fenomena empiris serta kehidupan riil masyarakat. Bahkan dalam konteks ekonomi, beberapa ilmuan muslim memposisikan aktifitas ekonomi merupakan bagian tak terpisahkan dari kehidupan beragama.¹⁶

Konsepsi pemikiran keilmuan yang berkembang dalam peradaban dunia Islam sebagai mana di atas mengacu pada paradigma integratif. Paradigma integratif mengasumsikan persoalan ekonomi mustahil dipisahkan dari konteks kehidupan sosial yang lain termasuk konteks sosial keagamaan. Paradigma integratif juga menafikan dikotomi antara capaian tujuan material dan spritual, karena keduanya sama-sama di persepsikan memiliki orientasi serupa, yaitu pada pencarian dan penguatan amal kebajikan demi kepentingan dunia dan akhirat.¹⁷

Menurut Umar chapra, paradigma Islam sebagaimana terdapat dalam doktrin kejamaan cenderung menekankan pada terintegrasinya nilai-nilai moral dan persaudaraan kemanusiaan dengan keadilan sosial ekonomi. Dengan demikian, konsepsi ini mengindikasikan bahwa aktifitas ekonomi dalam persepektif Islam tidak bersifat sekedar kerja dan tidak bebas nilai. Bahkan, konsepsi ekonomi Islam mengarah pada integrasi nilai-nilai sebuah negara, dengan tujuan utama yang ingin dihasilkan adalah terwujudnya kesejahteraan (*Falah*) bersama. Dalam Islam, *falah* diartikan sebagai keberuntungan jangka panjang (dunia dan akhirat). Dengan

¹³ Anthony Giddens, *Pengantar dalam Max Weber, The Profestan Ethic the Spirit of Capitalism* (London and New York: Root Letge, 1992).tt

¹⁴ Victor Nee, *The New Institalisme in Economic and Sociology: dalam Neil J. Smelser dan Richard, the Hand book of Economic Sociology* (New Jerse and New York: Prisenton University Press, 2005). tt

¹⁵ Didik J. Rachbini, *Ekonomi Politik dan Teori Pilihan Publik* (Bogor: Ghelia Indonesia, 2002) hlm. 215

¹⁶16 Nor Huda, *Islam Nusantara, Sejarah Sosial Intelektual Islam di Indonesia* (Yogyakarta: Arruzz Media, 2007) hlm. 207

¹⁷ M. Lutfi Malik, *Etos Kerja, Pasar, dan Masjid*. hlm.40



demikian, *falah* mensyaratkan aktivitas ekonomi tidak boleh hanya terfokus pada pencapaian keberhasilan material, namun harus dibarengi dengan bingkai sepiritual keagamaan.¹⁸

Selanjutnya, untuk mengaktualisasikan ikatan sosial dan kerjasama tersebut, menurut khaldun, di perlukan solidaritas sosial (*ashhabiyah*) yang lebih bershifat fungsional. Konsep *ashhabiyah* yang memiliki arti substansis “Persaudaraan Islam” menurut Khaldun, harus di maksimalkan perannya untuk membangun kerjasama demi pencapaian tujuan bersama. Dengan demikian, Khaldun menegaskan bahwa perilaku ekonomi tidak bersifat mekanistik atau atomistik, tetapi di pengaruhi berbagai faktor seperti, politik, budaya dan agama. Selain itu konsep *ashhabiyah* mengisyaratkan adanya integrasi yang kuat antar sistem nilai moral-etik keagamaan dengan rasionalitas manusia. Bagi umat Islam basis moralitas yang di maksud mengacu pada ajaran al Qur’an dan al Sunnah serta keteladanan Nabi Muhammad SAW dalam menjalankan kehidupan di masyarakat. Sementara dari sisi rasionalitasnya yaitu bertumpu pada kualitas individu dalam menggunakan potensi akal yang di ekspresikan dalm bentuk kemampuan berpikir kritis, analistis, kreatif dan inovatif.

Berdasarkan paparan di atas, nampaknya konsep: “solidaritas sosial” (*ashhabiyah*) yang di gagas Ibn Khaldun memiliki kemiripan dengan konsep “*Solidaritas Sosial*” Emile Durkheim. Hanya saja Ibn Khaldun lebih cenderung menfokuskan kepada “*fungsionalisasi*” ikatan sosial masyarakat, sementara Durkheim lebih menyoroti bentuk solidaritas sosial yang kemudian di kenal dengan istilah “solidaritas mekanis” dan “solidaritas organis”.¹⁹

Poin penting yang dapat di tarik dari kerangka pemikiran Max Weber maupun Ibn khaldun sebagaimana uraian di atas adalah perpaduan antara tradisi budaya masyarakat (*Purpossifa Rationality*) dan nilai-nilai ajaran agama (etika protestan atau moral Islami) menjadi pemicu perkembangan ekonomi masyarakat. Dengan demikian semangat ekonomi bisa muncul dari sistem nilai budaya dan agama apapun.

Dalam perspektif Islam konsep tentang transformasi sosial terjadi dalam berbagai dimensi ajarannya. Artinya secara teorisis dan praksis, islam memiliki konsep tantang “Ideologi perubahan” (*transformatif*) yang mengantar umat islam pada cita-cita idealnya.²⁰ Untuk mendorong dan mengarahkan proses perubahan sosial dan transformasi masyarakat, detidaknya terdapat tiga pra syarat utama, yaitu : pertama, munculnya agen sosial yang menggerakkan perubahan. Dalam hal ini menurut Ali Syari’ati, agen sosial adalah indifidu yang memiliki

¹⁸ Pusat pengkajian dan pengembangan ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008) hlm. 42-44

¹⁹ Jonathan H. Turnes dan Leonard Bheeghley, *The Emergency of Sociological Theory* (Illionis: The Dorsey Press, 1981). hlm. 337

²⁰ Kuntowijoyo, *Paradigma Islam: Interpretasi untuk Aksi*, (Bandung: Mizan, 2008). hlm. 75



kapasitas “intelektual ideologis” sehingga dalam Islam hal tersebut merujuk pada kalangan utama yang memiliki basis spritualitas keagamaan dan kemampuan rasionalitas, dalam mengungkap problem sosial dalam masyarakat. Kapasitas keutamaan inilah yang melakukan dekonstruksi sosial, penyadaran secara struktural dan kultural, serta mendorong perubahan sejati di masyarakat.²¹ Kedua, kejelasan visioner- ideologis terhadap perubahan, Dan ketiga, memaksa penduduk bagi perubahan.

Teori Umum Entrepreneurship

Istilah entrepreneurship pertama kali dikenalkan oleh Richard Cantillon seorang ahli ekonomi Prancis. Kalam karya monumentalnya yang berjudul ”Essai Sur La Nature Du Commerce end General”, Cantillon menyatakan seorang entrepreneur sebagai orang yang membayar harga tertentu untuk produk tertentu untuk kemudian di jual kembali dengan harga dinamis, sambil membuat keputusan-keputusan tentang upaya memperoleh dan memanfaatkan sumber-sumber daya dan menerima resiko berusaha.²²

Entrepreneurship memiliki beberapa pengertian dari para ahli. Adalah Jean Babtista Say (1816) termasuk orang yang memunculkan konsep entrepreneurship setelah seratus tahun dari massa Cantillon menurut Say entrepreneurship adalah (kemampuan) agen dalm menyatukan berbagai alat produksi dan menemukan nilai produksinya, sehingga ia mampu membawa orang lain bersama-sama untuk membangun sebuah organisasi produksi. Nampaknya Say mulai memasukkan aspek Leadership dalam Entrepreneurship.²³ Menurut Pinchot sebagai mana dikutip oleh Husaini Usman, entrepreneurshipmerupakankemampuanuntuk menyatukan bakat, rekayasa, dan peluang yang ada sementara entrepreneur adalah orang yang berani mengambil resiko, inovatif, kreatif, pantang menyerah dan mampu menyiasati peluang secara tepat.²⁴ melembagakan perusahaan miliknya, siap mengambil resiko serta kreatif menggunakan potensi-potensi yang dimiliki dalam mengembangkan produksinya.²⁵

Karakteristik yang dimiliki seorang entrepreneur tersebut bukan sesuatu yang datang dengan sendirinya, melainkan dihasilkan dari proses-proses tertentu melalui faktor-faktor yang mengantarkannya. Berikut beberapa faktor tersebut, yaitu : Faktor Lingkungan, pendidikan, usia dan pengalaman kerja.

²¹ Ali Syari’ati, *Tugas Cendekiawan Muslim, Terj.* (Jakarta: Rajawali Press, 1987). tt

²² Winardi, *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, (Jakarta: Fajar Interpretatama offset, 2003). hlm. 1

²³ Aldotch Howard, *Entrepreneurship dalam The Handbook of Economic Sosiology*, (New Jersey: Pricetown Universty, 2005) hlm. 452

²⁴ Husaini Usman, *Manajemen: Teori, Praktik dan Riset Pendidikan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009). hlm. 21

²⁵ B. Prihatin Dwi Riayanti, *Entrepreneurship dari sudut pandang Psikologi Kepribadian*, (Jakarta: Grasindo, 2003). hlm. 25



Menurut Duchesneau, entrepreneur yang berhasil kebanyakan ialah orang yang dibesarkan oleh orang tua yang juga entrepreneur, karna banyak pengalaman yang mereka miliki. Begitu pula pengaruh pekerjaan orang tua terhadap pertumbuhan semangat entrepreneurship anaknya sangat signifikan.

Pendidikan yang baik akan memberikan pengetahuan yang lebih baik dalam memanaj usahanya. Hal itu alan sangat membantu dalam mengatasi masalah mengoreksi penyimpangan dalam bisnis.

Menurut Staw, usia bisa memiliki korelasi dengan tingkat keberhasilan jika dikaitkan dengan lamanya seseorang menjadi entrepreneur. Dengan kata lain semakin bertambah usia seorang intreprenuer maka semakin banyak pengalaman dibidang usahanya.

Pengalaman kerja merupakan faktor pendorong keberhasilan seorang intreprenuer pengalaman ketidakpuasan dan pernah gagal juga turut menjadi salah satu motivasi dalam mengembangkan usaha yang baru.²⁶

Enterpreneur Islami

Menelusuri titik pertemuan konsep-konsep lain ilmu pengetahuan tentang entrepreneurship yang bersifat relatif dengan nilai-nilai islam yang absolut. Sering kali menemukan kesulitan tersendiri. Untuk itu tulisan ini terdapat dua cara yang ditempuh dalam rangka menemukan titik singgung tersebut yaitu, pertama penelusuran berbasis sejarah islam yang relavan dengan masalah entrepreneurship. Dan kedua, mencari keterkaitan ajaran islam yang bersumber dari Al-qur'an dan As-Sunnah dengan konsep-konsep entrepreneurship yang ada.

Mengkaji entrepreneurship dalam perspektif islam melalui sudut pandang sejarah islam, meniscayakan seseorang untuk kembali menelaah sejarah agung nabi Muhammad SAW. Bahkan saja dikarenakan sang Nabi adalah pembawa risalah keislaman. Namun sejarah kehidupan beliau yang sangat kental dengan nilai-nilai dan prilaku entrepreneurship menjadikan sangat layak untuk dijadikan acuan. Bahkan, pada poin tertentu banyak ahli yang mengatakan islam adalah agama kaum pedagang, serta disebarkan keseluruh penjuru dunia setidaknya sampai abad ke-13 M juga oleh para pedagang muslim.²⁷

Menurut Syafi'i Antonio, jiwa entrepreneurship dalam diri nabi Muhammad SAW. Tidak tertanam begitu saja, tetapi hasil dari proses panjang dari semenjak beliau masih kecil. Jauh

²⁶ B. Prihatin Dwi Riayanti, *Enterpreneurship dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*, (Jakarta: Grasindo, 2003), hlm. 37

²⁷ Muhammad Anwar, H, M. *Pengantar kewirausahaan, Teori dari Aplikasi* (Jakarta : Prenada, 2014), hlm. 127.



sebelum diangkat menjadi nabi dari rosul, beliau sudah dikenal sebagai pedagang. Mulai sejak kecil beliau menunjukkan kesungguhannya terjun dalam bidang bisnis atau entrepreneurship. Beliau mulai merintis karir dagangannya saat berusia 12 tahun dan mulai usahanya sendiri ketika berusia 17 tahun. Profesi sebagai pedagang terus dilakukan sehingga beliau berumur 37 tahun (3 tahun sebelum beliau diangkat rosul). Hal ini menjelaskan bahwa nabi Muhammad memenuhi dunia bisnis (menjadi entrepreneurship) selama kurang lebih 25 tahun, lebih lama dari masa kerasulan beliau yang berlangsung 23 tahun.²⁸

Dalam menjalankan bisnisnya, nabi Muhammad menghiasi diri dengan kedisiplinan, keajaran, keteguhan memegang janji dan sifat-sifat mulia lainnya, sehingga masyarakat sangat memercayainya dan memberikan gelar Al-Amin kepadanya. Selain itu, beliau sangat gigih, andal dan cerdas dalam berbisnis. Tidak jarang beliau memperoleh keuntungan dua kali lipat dibanding para pedagang yang lainnya. Itulah sebabnya Khadijah sering kali memberikan bonus keuntungan kepada beliau selain dari keuntungan yang disepakati. Setelah menikah dengan Khadijah, beliau tetap meneruskan bisnisnya meskipun dengan posisi yang berbeda dibanding dengan sebelum beliau menikah. Sebelum menikah beliau menjadi project manager bagi Khadijah, namun setelah menikah beliau menjadi joint dan supervisor bagi agen-agen perdagangan khadijah.

Dalam ilmu entrepreneurship, yang dilakukan Nabi Muhammad pasca menikah merupakan suatu lompatan dari Quadrant pekerja melompat menjadi Quadrant *Business Owner and Coinvestor*. Dengan demikian beliau telah mengaplikasikan suatu teori yang oleh Robert T. Kiyosaki disebut Cashflow Quadrant. Padahal teori tersebut baru ia kemukakan skitar 15 abad kemudian setelah masa kehidupan Nabi Muhammad.

Ketika di Madinah, Nabi Muhammad membangun Pasar berorientasi syariat islam dan berbeda dengan pasar-pasar yang dikuasai oleh Yahudi. Pasar tersebut langsung diawasi oleh Rosulullah. Beliau menertibkan segala sesuatunya, mengurus dan membimbing serta menyerahkan masyarakat setempat. Beliau ingin memastikan bahwa tidak ada lagi segala bentuk transaksi yang menyimpang dari ajaran islam seperti penipuan, kecurangan timbangan, penimbunan dari semacamnya.

Berdasarkan paparan diatas karir nabi sebagai seorang entrepreneur bisa dijelaskan secara runtut yaitu, pada usia 12 tahun, nabi Muhammad telah mengenal perdagangan yang dapat diistilahkan dengan magang (intership). Hal itu terus beliau lakukan sampai berusia 17 tahun ketika beliau mulai membuka usaha sendiri. Saat itu beliau bisa dikatakan sudah menjadi Business

²⁸ Muhammad Syaff'i Antono, *Muhammad SAW The Super Leader Supermanager* (Jakarta : Tazkia Publishing Dan Prohm (Entre, 2008) Hal. 10.



Manager. Dalam perkembangan selanjutnya, ketika beliau dipercaya untuk mengelola modal dari para investor Makkah, maka beliau bisa disebut sebagai investor Manager. Saat beliau berusia 25 tahun dan menikah dengan Khadijah beliau menjadi mitra bisnis sang Istri, sehingga beliau bisa dikatakan sebagai *business owner*. Setelah menginjak 30-an, Nabi Muhammad menjadi seorang investor dan mulai memiliki banyak waktu, untuk memikirkan kondisi masyarakat. Pada saat itu, beliau sudah mencapai apa yang disebut sebagai “kebebasan uang (*financial freedom*) dan waktu”. Sejak saat itu beliau sudah mulai menyendiri (*tabannuts*) ke Gua Hira’. Hal itu beliau lakukan kira-kira sejak usia 37 tahun dan pada umur 40 tahun beliau diangkat Nabi dan Rasul.

Adapun penelusuran konsep entrepreneurship dalam perspektif islam, melalui analisa keterkaitan ajaran islam dengan entrepreneurship itu sendiri, lebih merujuk pada kata atau kalimat yang dipakai al-Qur’an dan as-Sunnah yang relevan dengan entrepreneurship. Dalam hal ini ada beberapa kata, seperti *al-„amal*, *al-kash*, *al-fi“il*, *as-sa“yu*, *an-nashru*, dan *ash- sa“n*. meskipun masing-masing kata memiliki makna dan implikasi berbeda, namun secara umum deretan kata-kata tersebut berarti bekerja, berusaha, mencari rezeki, dan menjelajah (untuk bekerja).²⁹

Secara makna harfiah, kata-kata diatas tidak ada yang secara jelas menunjukkan arti entrepreneurship. Tetapi dengan mengkomparasikan antara makna, maka karakter entrepreneurship bisa ditemukan. Dalam hal ini unsur-unsur dan karakteristik entrepreneurship yang terdapat dalam islam bisa disebutkan sebagai berikut:

1. Aktif

Islam mendorong umatnya agar bersifat aktif, bekerja keras, dan memiliki etos kerja yang tinggi. Islam sangat menghargai bahkan mengistimewakan orang islam yang memiliki karakter-karakter diatas. Dalam surah at-Taubah 105, Allah swt. berfirman:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ

فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ

“Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”.

²⁹ Abdul Jalil, *Spiritual Entrepreneurship*., hlm. 67



2. Produktif

Secara teoritis produktivitas bisa diartikan sebagai sebuah interaksi terpadu secara serasi dari tiga faktor esensial, yaitu: investasi, manajemen, dan tenaga kerja.³⁰ Produktivitas dengan makna seperti ini dapat diperoleh dari adanya kemampuan dan kemauan untuk berkompetensi, dengan sportiv, bebas, dan sikap profesionalisme yang tinggi. Jika demikian maka produktivitas semacam ini relevan dengan QS. Al-Mulk ayat 2 yang berbunyi:

الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا ۗ وَهُوَ الْعَزِيزُ الرَّحِيمُ

“Yang menjadikan mati dan hidup, supaya Dia menguji kamu, siapa di antara kamu yang lebih baik amalnya. dan Dia Maha Perkasa lagi Maha Pengampun”

Ayat ini dengan jelas mengatakan bahwa kita diciptakan untuk berkompetensi dalam kebaikan baik dalam hal duniawi maupun ukhrawi. Untuk itu seseorang harus senantiasa produktif. Selain itu untuk menciptakan budaya kompetensi yang dinamis, maka islam tidak membatasi produktivitas itu pada satu bidang, namun produktivitas itu digalahkan dalam bidang apapun sepanjang itu dibenarkan oleh syariat. Disinilah kebebasan berproduksi, dalam bidang apapun dijamin dalam islam. Hal ini berkorelasi dengan ayat al-Qur'an surat al-Isra' ayat 84:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ ۗ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا

“Katakanlah: "Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannyamasing-masing". Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalanNya”.

3. Kreatif dan Inovatif

Kreatif adalah karakter yang menjadikan seseorang selalu melihat segala sesuatu dengan cara berbeda dan baru. Proses kreativitas melibatkan adanya ide-ide baru, berguna dan tidak terduga, tetapi dapat diimplementasikan dengan nyata. Cara berpikir dan berperilaku inilah yang akan mengantarkan seseorang menjadi inovatif. Dengan memahami makna kreatif inovatif seperti ini maka kita akan menemukan betapa dalam islam terdapat nilai-nilai ajaran yang sangat relevan dengan hal tersebut. Dalam sebuah hadits dikatakan “Barang siapa menemukan sesuatu yang baru, maka baginya pahala atas penemuan itu dan pahala orang yang mengamalkannya”.³¹

³⁰ Purwatiningsih, Manajemen Sumber Daya Manusia (Semarang: Stikubank, 1992), hlm. 54

³¹ HR. Muslim, No. 6975 Kitab Al Ilmi., libat Muslim, Shabih Muslim (Beirut: Dar Ihya al- Turats, 1972)



4. Kalkulatif

Kalkulatif dalam teori bisnis juga disebut berani mengambil resiko. Resiko merupakan sesuatu yang melekat di dalam aktivitas bisnis. Dalam bisnis setidaknya bisnis dibagi dalam dua kategori, yaitu: pertama, resiko yang sistematis. Resiko ini diakibatkan oleh adanya kondisi atau situasi tertentu yang bersifat makro, seperti perubahan politik, kebijakan ekonomi, perubahan pasar, krisis dan sebagainya yang berdampak pada kondisi ekonomi secara umum. Kedua, resiko yang tidak sistematis, yaitu resiko yang unik dan cenderung tidak diprediksi. Menghadapi kenyataan bisnis yang demikian, maka dalam perspektif ekonomi islam, seorang entrepreneurship muslim dituntut untuk selalu memperhitungkan segala kemungkinan resiko yang ada dalam aktivitas bisnis yang dijalani. Hal tersebut memiliki relevansi kuat dengan prinsip umum yang ada dalam ayat al-Qur'an surat al Hasy 18:

يٰٓأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”.

KESIMPULAN

Berangkat dari paparan di atas nampaknya entrepreneurship merupakan faktor penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Entrepreneurship turut menentukan berhasil tidaknya upaya ekonomi yang dilakukan sebuah bangsa. Oleh karena itu, entrepreneurship ikut disepiratkan oleh agama, dimana agama selama ini masih dijadikan motivator utama oleh masyarakat negara tertentu dalam setiap aktifitasnya semisal masyarakat Indonesia. Dalam hal ini, Islam yang merupakan agama dengan pemeluk mayoritas di Indonesia juga lantang mendorong entrepreneurship kepada penganutnya. Untuk itu, agar spirit islam tentang entrepreneurship semakin bisa dipahami dengan baik, maka ke depan perlu terus dilakukan kajian dan penelitian terkait agar entrepreneurship betul-betul bisa membumi di tengah masyarakat Indonesia.



DAFTAR PUSTAKA

- Alma. 2006. *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta.
- Antono, Muhammad Syafi'i. 2008. *Muhammad SAW The Super Leader Supermanager*. Jakarta: Tazkia Publishing Dan Prolm .Entre.
- Anwar, Muhammad. H. M. 2014. *Pengantar kewirausahaan. Teori dari Aplikasi*. Jakarta: Prenada.
- Chapna, Umer. 2001. *The Future of Economic: and Islamic Perspective*. Jakarta: Syari'ah Economic and Banking Institute.
- Departemen pendidikan dan kebudayaan. 1989. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Giddens, Anthoni. 1992. *Pengantar dalam Max Weber. The Profestan Ethic the Spirit of Capitalism*. London and New York: Root Letge.
- Hambal, Ahmad Ibn. 1999. *Masnad Ahmad*. Vol. 33 .Kairo: Mu'assasah al- Risalah.
- Howard, Aldotch. 2005. *Enterpreneurship dalam The Handbook of Economic Sosiologi*. New Jersey: Pricetown Universty.
- Huda, Nor. 2007. *Islam Nusantara. Sejarah Sosial Intelektual Islam di Indonesia*. Yogyakarta: Arruzz Media.
- Ifnati, M. Teresa. 1997. *Ethical Issues in Economic : From Altruism to Cooperation to Equity*. London: Mic McMillan Press.
- Jalil, Abdul. 2013. *Spiritual Enterpreneursip Transformasi Spiritualitas Kewirausahaan*. Yogyakarta: LKIS Yogyakarta.
- Kuntowijoyo. 2008. *Paradigma Islam: Interpretasi untuk Aksi*. Bandung: Mizan.
- Malik, M. Lutfi. 2003. *Etos Kerja. Pasar. dan Masjid Transformasi social keagamaan dalam Mobilitas Ekonomi Kemasyarakatan*. Jakarta: LP3ES.
- Meredith, Geoffrey G. 2001. *Kewirausahaan Teori dan Praktek. Terj.* Jakarta: LPPM dan PT. Pustaka Binaman Pressindo.
- Mubyarto. 2000. *Membangun Sistem Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE. Muslim. 1972. *Shahib Muslim*. Beirut: Dar Ihya al-Turats.
- Nee, Victor. 2005. *The New Institutionalisme in Economic and Sociology: dalam Neil J. Smelser dan Richard. the Hand book of Economic Sociology*. New Jerse and New York: Prisenton University Press.
- Nugroho, Heru. 2001. *Uang. Reutenis dan Hutang Piutang di Jawa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.



- Nugroho, Riant. 2010. *Memahami Latar Belakang Pemikiran Enterprenuership Ciputra* .Jakarta: Gramedia :
- Nugroho, Riant. 2015. *Membangun Interpreneuir Indonesia tentang Manajemen Pemerintahan Jokowi* .Jakarta: PT. Gramedia.
- Purwatiningsih. 1992. *Manajemen Sumber Daya Manusia* .Semarang: Stikubank.
- Pusat pengkajian dan pengembangan ekonomi Islam. 2008..P3EI. *Ekonomi Islam* .Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rachbini, Didik J. 2002. *Ekonomi Politik dan Teori Pilihan Publik* .Bogor: Ghelia Indonesia.
- Riayanti, B. Prihatin Dwi. 2003. *Enterpreneuirship dari sudut pandang Psikologi Kepribadian* .Jakarta: Grasindo.
- Sondakh, Lucy W.. 2003. *Globalisasi dan Desentralisasi: Perspektif ekonomi Lokal* .Jakarta: Lembaga Penerbit Fak. Ekonomi UI.
- Syari'ati, Ali. 1987. *Tugas Cendekiawan Muslim. Terj.* .Jakarta: Rajawali Press.
- Turnes, Jonathan H. dan Leonard Bheeghley. 1981. *The Emergency of Sociological Theory* .Illionis: The Dorsey Press.
- Usman, Husaini. 2009. *Manajemen: Teori. Praktik dan Riset Pendidikan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Wathrow, Robert. 1994. "Religion and Economic Life" dalam Neil J Smelser Da Ricard Swedberg. *The Handbook of Economic Sociology* .New Jersey on New York: Presenton Universty Press.
- Winardi. 2003. *Enterpreneuir dan Enterpreneuirship*. .Jakarta: Fajar Interpratama offset.
- Yunus, Moh.. 2008. *Islam dan Kewirausahaan Inovatif* .Malang: UIN Malang Press.

