

**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KREATIFITAS  
MAHASISWA DALAM BERWIRAUSAHA (Studi Pada Usaha Kedai Enyo)**



**IAIN PALOPO**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi Syariah Prodi  
Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam  
Negeri (IAIN) Palopo

**Oleh:**

**SODIRIN**

**15 0401 0040**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

**2019**

## Surat Pernyataan

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sodirin  
Nim : 15 0401 0040  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah

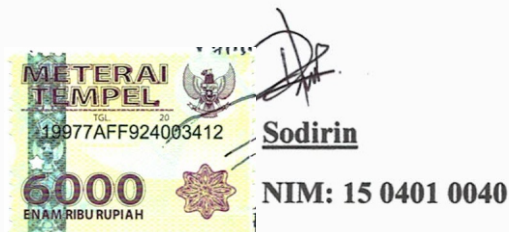
Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain, yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi, adalah karya saya sendiri kecuali kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Apabila dikemudian hari ternyata saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 2019

Pembuat pernyataan



## PENGESAHAN SKRIPSI

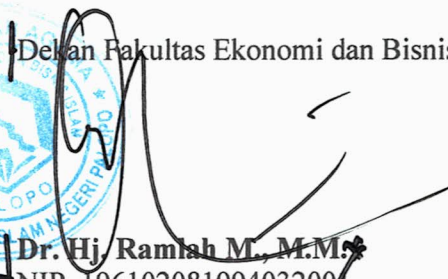
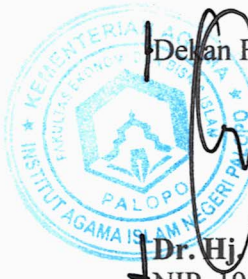
Skripsi yang berjudul “Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Kreativitas Mahasiswa dalam Berwirausaha (Studi Usaha Kedai Enyo)” yang ditulis oleh **Sodirin**, dengan NIM. 15 0401 0040 Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang *dimunaqasyahkan* pada hari Rabu 18 September 2019 M bertepatan dengan 18 Muharram 1441 H, telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 12 November 2019 M  
15 Rabbi’ul Awal 1441 H

### TIM PENGUJI

- |  |                   |         |
|--|-------------------|---------|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M.               | Ketua Sidang      | (.....) |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Sekretaris Sidang | (.....) |
| 3. Burhan Rifuddin, S.E., M.M.           | Penguji I         | (.....) |
| 4. Ilham, S.Ag., M.A.                    | Penguji II        | (.....) |
| 5. Dr. Rahmawati, M.Ag.                  | Pembimbing I      | (.....) |
| 6. Hendra Safri, S.E., M.M.              | Pembimbing II     | (.....) |

### Mengetahui

  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
  
Dr. Hj. Ramlah M., M.M.  
NIP. 196102081994032001

  
Ketua Program Studi  
Ekonomi Syariah  
  
Dr. Fasina, M.EI.  
NIP. 198102132006042002

## NOTA DINAS PENGUJI

Hal : Skripsi

Lam : -

Palopo, 10 September 2019

Kepada Yth.

Di\_  
Tempat

*Assalamu Alaikum Wr.Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Sodirin

NIM : 15 0401 0040

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi: **Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kreativitas Mahasiswa Dalam Berwirausaha (Studi Usaha Kedai Enyo)**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut, sudah layak untuk ujian tutup/ *munaqasyah*.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

*Wassalamu'Alaikum Wr.Wb*

Penguji I



**Burhan Rifuddin, S.E., M.M.**  
**NIP : 19670311 199803 1 001**

## NOTA DINAS PENGUJI

Hal : Skripsi

Lam : -

Palopo, 10 September 2019

Kepada Yth.

Di\_  
Tempat

*Assalamu Alaikum Wr.Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Sodirin

NIM : 15 0401 0040

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi: **Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kreatifitas Mahasiswa Dalam Berwirausaha (Studi Usaha Kedai Enyo)**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut, sudah layak untuk ujian tutup/ *munaqasyah*.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

*Wassalamu 'Alaikum Wr.Wb*

Penguji II



**Ilham, S.Ag., M.A.**

**NIP: 19731011 200312 1 003**

## PERSETUJUAN PENGUJI

Judul Skripsi : Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kreatifitas Mahasiswa Dalam Berwirausaha (Studi Usaha Kedai Enyo)

Yang ditulis oleh

Nama : Sodirin

NIM : 15 0401 0040

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Disetujui untuk diajukan pada ujian tutup/ *munaqasyah*.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Penguji I



**Burhan Rifuddin, S.E., M.M.**

**NIP: 19670311 199803 1 001**

Penguji II



**Ilham, S.Ag., M.A.**

**NIP: 19731011 200312 1 003**

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Lam : -

Palopo, 10 Agustus 2019

Kepada Yth.

Di\_  
Tempat

*Assalamu Alaikum Wr.Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Soderin

NIM : 15 0401 0040

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi: **Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kreatifitas Mahasiswa Dalam Berwirausaha (Studi Usaha Kedai Enyo)**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut, sudah layak untuk ujian tutup/ *munaqasyah*.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

*Wassalamu'Alaikum Wr.Wb*

Pembimbing I



**Dr. Rahmawati, M.Ag**  
**NIP: 19730211 200003 2 003**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : **Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kreativitas Mahasiswa Dalam Berwirausaha (Studi Usaha Kedai Enyo)**

Yang ditulis oleh

Nama : Sodirin

NIM : 15 0401 0040

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Disetujui untuk diajukan pada ujian tutup/ *munaqasyah*.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Pembimbing I



**Dr. Rahmawati, M. Ag**  
NIP: 19730211 200003 2 003

Pembimbing II



**Hendra Safri, M.M**  
NIP: 19861020 201503 1 001



## NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Lam : -

Palopo, 10 Agustus 2019

Kepada Yth.

Ketua Prodi Perbankan Syariah

Di\_  
Tempat

*Assalamu Alaikum Wr.Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Soderin

NIM : 15 0401 0040

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : **Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kreatifitas Mahasiswa Dalam Berwirausaha (Studi Usaha Kedai Enyo)**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut, sudah layak untuk ujian tutup/ *munaqasyah*.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

*Wassalamu 'Alaikum Wr.Wb*

Pembimbing II



**Hendra Safri, M.M**  
**NIP: 19861020 201503 1 001**

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ  
سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Puji Syukur Kehadirat Allah SWT atas segala limpahan Rahmat taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan ini meskipun dalam bentuk yang sederhana, guna melengkapi persyaratan dalam rangka menyelesaikan studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Salam dan salawat senantiasa dicurahkan kepada baginda Rasulullah SAW, keluarga dan para sahabatnya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak menerima masukan dan bantuan, bimbingan, petunjuk-petunjuk dan dorongan dari berbagai pihak yang semuanya ini sangat membantu penulis dalam rangka menyusun skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik. Oleh sebab itu melalui kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga kepada:

Terima kasih kepada kedua orang tua tercinta ibunda Tuniem dan ayahanda Saiman yang telah melahirkan dan membesarkan penulis merawat dengan penuh kasih sayang tak kenal putus asa sehingga penulis mampu menuntut ilmu hingga saat ini, serta dukungan baik moril maupun materi hingga penulis mampu bertahan menyelesaikan skripsi ini.

1. Rektor IAIN Palopo, Dr. Abdul Pirol M.Ag., Bapak Dr. H. Muammar Arafat Yusmad, S.H., M.H., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan; Bapak Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan

Keuangan; Bapak Dr. Muhaemin, M.A. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja sama. Yang telah bekerja sama dan berusaha meningkatkan mutu perguruan tinggi tersebut sebagai tempat menimba ilmu pengetahuan dan telah menyediakan fasilitas perkuliahan yang baik.

2. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Dr. Hj. Ramlah M., M.M; Bapak Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik;, Bapak Tadjuddin, SE., M.Si., Ak., CA., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan; Bapak Dr. Takdir, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerja sama; dan Hendra Safri, S.E., M.M., selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah.
3. Dr. Fasiha, S.E.I., M.EI., selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah beserta para dosen, asisten dosen Prodi Ekonomi Syariah yang selama ini banyak memberikan ilmu pengetahuan khususnya dibidang Ekonomi Syariah.
4. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Madehang, S.Ag. M.Ag., beserta staf yang menyediakan buku-buku/literatur untuk keperluan studi kepustakaan dalam menyusun skripsi ini.
5. Dr. Rahmawati, M.Ag., selaku pembimbing I dan Hendra Safri, S.E., M.M., selaku pembimbing II, Burhan Rifuddin, S.E., M.M., selaku penguji I dan Ilham, S.Ag., M.A., selaku penguji II yang senantiasa memberikan bimbingan dan semangat kepada penulis selama melaksanakan perkuliahan di IAIN Palopo dan khususnya pada saat menyusun skripsi ini.
6. Segenap Teman-teman Kedai Enyo, dan para konsumen yang setia di Kedai Enyo.

7. Kepada Orang-orang terdekatku terkhusus, Hera Anggriani yang selalu setia menemaniku setiap aktivitas dikampus dan menyemangatiku, Nurlaela PBS A, Irwan Ekis B, Hendro Ekis B, Lugis Ekis D, Asril Ekis D, Rio Ekis D dan lain-lain, yang telah memberikan motivasi, masukan, kerjasamanya dan bantuan berupa materi maupun non materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Teman-teman KKN Posko Subur angkatan XXXIV Tahun 2018, Teman-teman Ekonomi Syariah Terkhusus Ekis 015 B dan Teman-teman Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2015 yang turut andil dalam menyelesaikan skripsi ini.

Mudah-mudahan bantuan, motivasi, dorongan, kerjasama, dan amal bakti yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang layak di sisi Allah SWT.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan oleh karena itu, kritik dan saran dari berbagai pihak yang sifatnya membangun sangat diharapkan.

Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini bermanfaat dan semoga Allah SWT. Menuntut kearah jalan yang benar dan lurus.

Palopo, Juli 2019

Penulis

Sodirin

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
NOTA DINAS PENGUJI .....	iii
PERSETUJUAN PENGUJI .....	v
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	vi
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	viii
ABSTRAK .....	ix
PRAKATA .....	xiii
DAFTAR ISI .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Defenisi Operasional Variabel .....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	14
1. Kajian Pustaka .....	15
2. Pengertian Ilmu Ekonomi Islam .....	15

3. Karakteristik Ekonomi Islam .....	19
4. Pengertian Kreatifitas .....	19
5. Karakteristik Untuk Mendukung Perilaku yang Kreatif .....	21
6. Pengertian Kewirausahaan .....	24
7. Strategi Pemasaran .....	29
8. Teori Bauran Pemasaran .....	34
9. Perilaku Konsumen .....	37
10. Keputusan Pembelian .....	41
B. Kerangka Pikir .....	45
 BAB III PEMBAHASAN .....	 45
A. Jenis Penelitian .....	45
B. Lokasi Penelitian .....	45
C. Sumber Data .....	46
D. Teknik Pengumpulan Data .....	46
E. Teknik Analisis Data .....	47
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	 49
A. Gambar Lokasi Penelitian .....	49
B. Hasil Penelitian .....	51
C. Pembahasan .....	64
 BAB V PENUTUP .....	 69
A. Kesimpulan .....	69
B. Saran .....	70
 DAFTAR PUSTAKA .....	 71
 LAMPIRAN	

## ABSTRAK

**Sodirin,** 2019 Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Kreatifitas Mahasiswa Dalam Berwirausaha (Studi Kasus Kedai Enyo), Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palopo. Pembimbing (1) Dr. Rahmawati, M. Ag. Pembimbing (2) Hendra Safri, SE., M.M.

---

**Kata Kunci:** *Penerapan Etika Bisnis Islam, Kreatifitas Mahasiswa dalam Berwirausaha*

Permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah banyaknya pengusaha muda atau mahasiswa yang membuka usaha. Akan tetapi usaha yang dijalankan dalam melakukan kreatifitas bisnis kewirausahaan sering mengabaikan prinsip ekonomi Islam mereka hanya memikirkan keuntungannya saja, oleh karena itu dengan lahirnya sistem ekonomi islam saat ini yang harus diterapkan dalam melakukan usaha bisnis yang sesuai dengan pedoman syariat islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Untuk mengetahui penerapan prinsip ekonomi islam dalam kreatifitas usaha mahasiswa, 2) Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi prinsip ilmu ekonomi dalam meningkatkan kualitas kreatifitas usaha mahasiswa.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Jl. Andi Kambo Kota Palopo tepatnya di depan taman I Love Palopo City. Jenis data penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung melalui wawancara secara langsung dengan owner kedai enyo dan observasi langsung di kedai. Sedangkan data sekunder diperoleh dalam bentuk profil usaha kedai enyo. Selanjutnya data penelitian ini dianalisis untuk menarik kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Penerapan ilmu ekonomi Islam dalam menjalankan suatu usaha sangat perlu sesuai pedoman syariat Islam dan Faktor yang mempengaruhi ekonomi Islam dalam meningkatkan kreatifitas usaha yaitu berwirausaha harus berlandaskan prinsip- prinsip ekonomi Islam yaitu: 1) Adanya niat, 2) Modal, 3) Bersikap jujur dalam menjalankan usaha, 4) Proses mencari rezeki merupakan suatu tugas yang wajib bagi seorang muslim, 5) Tidak boleh berpuas diri dengan apa yang sudah didapatkan, 6) Bisnis yang akan dijalankan jangan sampai menimbulkan kerusakan lingkungan hidup, 7) Adanya semangat dan keyakinan yang tinggi, 8) Adanya minat menjadi pengusaha muda, 9) Selalu mengutamakan kepuasan pelanggan, 10) Berusaha mempertahankan kualitas rasa.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### ***A. Latar Belakang Masalah***

Di suatu negara apabila ingin berkembang harus memperhatikan kondisi ekonominya, baik ekonomi mikro maupun makro begitu pula dinegara kita negara indonesia ini yang kaya akan hasil alam dan sumber dayanya. Di negara maju dan berkembang yang tidak pernah selesai dan terus bertambah jumlahnya, maka dibutuhkan penanganan dalam menyelesaikan masalah ini untuk menciptakan lapangan kerja. Kita dituntut untuk kreatif dalam menjalankan kegiatan ekonomi sehingga kelak kita dapat membukakan lapangan pekerjaan bagi diri sendiri ataupun orang lain.

Realita era globalisasi dunia saat ini semakin ketatnya akan persaingan bisnis. Hal ini berdampak pada negara-negara yang sedang berkembang, khususnya Indonesia. Kondisi sektor ekonomi Indonesia saat ini, tidak diimbangi dengan terbukanya lowongan pekerjaan sehingga menyebabkan tingkat pengangguran.

Di negara maju, seperti Amerika Serikat, kewirausahaan telah lama dianggap sebagai cara untuk memacu inovasi dan kemajuan teknologi, menimbulkan persaingan sehingga mengakibatkan banyaknya tingkat pengangguran yang terjadi disuatu negara, oleh karena itu perlu upaya serta



perbaiki sistem ekonomi yang bertujuan untuk menumbuhkan ekonomi serta kesejahteraan nasional atau negara.<sup>1</sup>

Negara Indonesia harus kita kenal sejak kecil. Indonesia memiliki potensi sumber daya alam yang kaya dengan sumber daya fisik (tanah, air, laut, air tawar dan air payau) yang memiliki potensi hayati dan nonhayati, oleh karena itu kita harus menjaganya agar sumber daya tersebut tidak disalah gunakan dan dapat bermanfaat bagi negara kita ini. Disinilah peran pemerintah sangat penting untuk melindungi sumber daya alam tersebut dari orang-orang yang ingin memanfaatkannya untuk kepentingannya sendiri, apabila sumber daya alam ini terjaga dengan baik maka ini dapat dimanfaatkan oleh negara untuk meningkatkan perekonomian. Salah satu hal yang tidak dapat di pungkiri bahwa negara Indonesia menghadapi masalah keterbatasan lapangan kerja bagi para lulusan perguruan tinggi serta banyaknya utang-utang negara Indonesia saat ini sehingga akan mempengaruhi perekonomian Indonesia kedepannya, inilah yang menjadi upaya tugas pemerintah untuk memberikan atau menciptakan peluang lapangan kerja agar anak-anak bangsa diindonesia tidak mengalami pengangguran. Kondisi ini yang akan di hadapi semakin buruk karena adanya persaingan global yaitu Masyarakat Ekonomi Asean (MEA).<sup>2</sup> Apalagi sekarang ini tingkat pengangguran juga dipengaruhi oleh adanya anak-anak bangsa yang tidak dapat menyelesaikan pendidikannya kejenjang yang lebih tinggi seperti universitas ataupun institute.

---

<sup>1</sup> Noormalita Primandaru. Jurnal *Economia* “Analisis Faktor-faktor Yang Berpengaruh Pada Minat Berwirausaha Mahasiswa”, 2017.

<sup>2</sup> Noormalita Primandaru. Jurnal *Economia* “Analisis Faktor-faktor Yang Berpengaruh Pada Minat Berwirausaha Mahasiswa”, 2017.

Faktor terpenting dalam upaya membangun ekonomi yang berkelanjutan untuk masa depan adalah sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas dimana sumber daya manusia ini yang akan dikelola lebih baik nantinya serta mengutamakan kualitas dan memiliki potensi yang dapat diandalkan dalam mengelola sumber daya serta peningkatan ekonomi, menciptakan banyak lapangan kerja serta memperbaharui sistem ekonomi agar dapat meningkat dan lebih baik lagi seperti yang diharapkan agar mengurangi tingkat pengangguran saat ini. Oleh sebab itu, sangat penting bagi kalangan pendidik di Perguruan Tinggi, baik negeri maupun swasta untuk mendorong terbentuknya semangat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Menjadi seorang wirausaha harus mempunyai keinginan dan mental yang benar-benar matang terlebih dahulu bekal dipersiapkan sejak dini agar pada usia dewasa sudah berpengalaman dan dapat menjadi seorang konglomerat yang bermartabat dan sukses dalam usaha yang diminatinya.<sup>3</sup> Inilah yang harus dipersiapkan calon pengusaha-pengusaha muda agar menjadi sukses dalam berwirausaha dan dapat menjadi suatu contoh atau pegangan serta panutan bagi calon pengusaha berikutnya.

Kreatifitas adalah mampu menangkap dan menciptakan peluang-peluang bisnis yang bisa dikembangkan. Di tengah persaingan bisnis yang ketat sekalipun seorang wirausaha tetap mampu menangkap dan menciptakan peluang baru untuk berbisnis, sehingga ia tidak pernah khawatir kehabisan lahan.

Para wirausahawan mendapatkan sebagian modal awal mereka dari sebuah perlombaan rencana bisnis, meminta saran dari para dosen mereka dan

---

<sup>3</sup> Dr. H. Ali Musa Pasaribu, *Kewirausahaan Berbasis Agribisnis*, Yogyakarta: Andi 2015, h. 21.

meyakinkan perusahaan lokal untuk membantu mereka menyempurnakan desain produk yang ingin mereka rencanakan. Wirausahawan karena mempunyai banyak teman diberbagai universitas atau kalangan lainnya dapat memanfaatkan program khusus yang didesain untuk menciptakan usaha yang baik. Para mahasiswa ini tidak hanya tinggal bersama mereka yang mempunyai jiwa kewirausahaan yang juga merupakan situasi ideal untuk mendorong dimulainya bisnis tetapi mereka juga memiliki akses diberbagai fasilitas tambahan seperti ruang rapat yang ditunjuk secara professional, akses internet nirkabel, whiteboard pintar, fasilitas komputer yang lengkap mesin foto copy dan sistem telepon.<sup>4</sup>

Sebagaimana Sabda Rasulullah SAW:

عَنْ عَاصِمِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ عَنْ سَالِمٍ عَنْ أَبِيهِ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُؤْمِنَ الْمُحْتَرِفَ (أَخْرَجَهُ الْبَيْهَقِيُّ)

Artinya:

*“Dari ‘Ashim Ibn ‘Ubaidillah dari Salim dari ayahnya, Ia berkata bahwa Rasulullah Saw. Bersabda: “Sesungguhnya Allah menyukai orang mukmin yang berkarya.”(H. R. Al-Baihaqi).<sup>5</sup>*

Berdasarkan hadis di atas dapat disebutkan bahwa berwirausaha merupakan kemampuan dalam hal menciptakan kegiatan usaha. Kemampuan menciptakan memerlukan adanya kreatifitas dan inovasi.

Banyak kalangan muda yang justru pada usia angkatan kerja menjadi pengangguran karena bercita-cita jadi pejabat (PNS) di salah satu instansi

---

<sup>4</sup> Thomas W. Zimmerer, Norman M. Scarborough, *Kewirausahaan dan Manajemen usaha Kecil*, Jakarta: Salemba Empat 2015, h. 25.

<sup>5</sup> H. R. Al-Baihaqi Juz III, h. 106

(departemen). Fenomena tersebut sangat disayangkan jika berkelanjutan. Cepat atau lambat fenomena ini harus dikikis habis. Pemerintah sebagai penyedia fasilitas kesempatan kerja juga dapat mengoreksi kinerjanya agar menjadi lebih baik untuk menciptakan tenaga kerja yang kreatif, aktif, cerdas dan kompetitif tentunya dalam bidang perekonomian usaha.

Ekonomi Islam mengajarkan kepada umatnya agar mereka selalu menjadikan asas-asas kebersamaan, keadilan, tanggung jawab dan memiliki empati sebagai pilar utama dalam membangun ekonomi Islam. Ekonomi Islam lahir untuk menjawab atas ekonomi kapitalis dan sosialis, dan karena begitu rusaknya tatanan ekonomi masyarakat yang diajarkan oleh orang-orang Yahudi dan Nasrani dengan menggunakan sistem bunga yang telah mengakar sampai ke ranah tatanan masyarakat pedesaan, banyaknya cabang bank dipedesaan yang seolah-olah membantu masyarakat yang berada dalam kesulitan namun ketika kita cermati lebih mendalam ternyata bank-bank yang berada dipedesaan sebagai cabang tanpa disadari oleh masyarakat awam ternyata terus-menerus menggrogoti harta masyarakat tanpa ampun melalui peminjaman uang dengan bunga persen yang sangat tinggi. Oleh karena itu kehadiran ekonomi Islam memberikan solusi bagi masyarakat dengan sistem bagi hasil atau mudharabah, sistem inilah yang harus dikembangkan atau diterapkan apabila masyarakat atau para pemuda pewirausaha akan melakukan suatu bisnis usaha. Sudah terlalu lama prinsip dan dasar Islam ditinggalkan pemeluknya, khusus dalam pencatutan ekonomi dan bisnis, masyarakat Islam sudah hampir melupakan. Pemikiran umat dalam hal ekonomi seolah-olah sudah terbelah antara dunia bisnis dan ekonomi yang kotor

dan berliku dengan syariah yang bersih dan suci, pemikiran yang sangat sekuler menyatakan bahwa Islam harus dipisahkan dari bisnis dan ekonomi agar tetap mulia dan bersih.

Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja atau melakukan pekerjaan berwirausaha sesuka hati untuk mencapai tujuan dan keinginannya dengan menghalalkan berbagai cara untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dengan cara yang dilakukan oleh para pewirausaha konvensional seperti melakukan penipuan, kecurangan, mengambil riba, menyuap dan perbuatan batil lainnya yang menghasilkan keuntungan yang besar. Dalam Islam diberikan suatu batasan dan ajaran atau garis pemisah antara yang boleh dikerjakan dengan yang tidak boleh dikerjakan, yang benar dan yang salah, serta yang halal dan yang haram, dalam al-quran dan hadis pun dijelaskan bahwa melakukan suatu usaha dalam islam harus adil serta memperhatikan kualitas yang islami agar tidak menimbulkan kerugian bagi masyarakat. Perilaku dalam berbisnis atau berdagang juga tidak luput dari adanya nilai moral atau nilai etika bisnis.

Rezeki yang telah Allah SWT tebarkan di muka bumi ini memerlukan usaha dan kerja keras untuk mendapatkannya. Rasulullah SAW mencintai orang yang mau berusaha dan berkarya dalam bekerja. Seperti pada Q.S Al-jumu'ah / : 9-10.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا  
تَعْلَمُونَ فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemahannya:

“Hai orang-orang beriman, apabila diseru untuk menunaikan shalat Jum'at, maka bersegeralah kamu kepada mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui. Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”

Seorang entrepreneurship harus mempunyai ide yang kreatif, yang nantinya mampu menangkap dan menciptakan peluang-peluang bisnis yang bisa dikembangkan, sehingga ia tidak pernah khawatir kehabisan lahan bisnisnya. Seorang entrepreneurship juga harus senantiasa berinovasi, dengan sifat inovatif maka ia akan selalu terdorong kembali kegairahan untuk meraih kemajuan dalam berbisnis dan mampu melakukan pembaruan-pembaruan dalam menangani bisnis yang digelutinya, sehingga bisnis yang dilakukannya tidak pernah usang dan selalu dapat mengikuti perkembangan zaman.

Manusia sepatutnya harus senantiasa bekerja keras untuk memenuhi kebutuhannya dengan didasari etos kerja Islami yang didalamnya didasari budaya kerja Islami yang bertumpu pada *akhlakul karimah*.

Begitu pula Allah SWT telah memberikan seruan kepada umat Islam untuk bekerja keras tidak hanya untuk tujuan dunia tetapi juga akhirat, diantara Firman-Nya yaitu: Q.S Al-Qasas / : 77.

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۗ  
وَأَحْسِنْ ۚ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ إِنَّ اللَّهَ  
لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Terjemahannya:

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari

(kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”<sup>6</sup>

Oleh karena itu manusia sebagai makhluk Allah serta pengikut nabi Muhammad SAW perlu selalu kreatif, berinovasi, serta bekerja keras. Bukan hanya menjadi pekerja tetapi berusaha untuk membuka peluang bisnis sendiri dengan kreatifitas dan inovasi yang dimiliki sesuai dengan apa yang telah dianjurkan Rasulullah.

Penerapan ilmu ekonomi Islam inilah yang harus diterapkan bagi para calon pengusaha muda agar terhindar dari perbuatan keji seperti yang dilakukan oleh para pengusaha konvensional, dalam ekonomi Islam pun diajarkan agar tidak terlena akan kenikmatan duniawi tetapi harus memikirkan kehidupan diakhirat. Islam adalah agama yang sempurna dan mempunyai sistem tersendiri dalam menghadapi masalah kehidupan ekonomi. Karena itu ekonomi sebagai satu aspek kehidupan, tentu juga sudah diatur oleh Islam, ini bisa dipahami sebagai agama yang sempurna, oleh karena itu Islam dilengkapi dengan sistem dan konsep ekonomi islam itu sendiri. Sistem inilah yang yang dapat digunakan sebagai panduan bagi manusia dalam menjalankan kegiatan ekonomi karena sistem yang telah diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW dan telah diatur dalam Al-Quran dan As-Sunnah.

Ekonomi Islam sesungguhnya merupakan konsekuensi logis dari kesempurnaan Islam itu sendiri, Islam haruslah dipeluk secara kafah dan komprehensif oleh umatnya. Islam menuntut kepada umatnya untuk mewujudkan

---

<sup>6</sup> Kementrian Agama RI, Al-Quran dan Terjemahan.

keislamannya dalam seluruh aspek kehidupannya apalagi dalam permasalahan ekonomi. Tentu saja Allah SWT telah menetapkan aturan-aturan dalam menjalankan kehidupan ekonomi serta telah menetapkan batasan-batasan tertentu terhadap perilaku manusia sehingga menguntungkan satu individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya, aturan tersebut lah yang akan membentuk suatu lingkungan dimana para individu melakukan kegiatan ekonomi mereka. Larangan-larangan Allah SWT seperti riba, perniagaan babi, judi, arak, dan lain-lain karena perkara-perkara tersebut mencerobohi fungsi manusia sebagai khalifah, oleh karena itu sumber rujukan untuk manusia dalam semua keadaan termasuk persoalan ekonomi harus memegang teguh dari ilmu Al-Quran dan As-Sunnah agar ekonomi yang dijalankan menuju keperekonomian yang Islami. Ekonomi Islam adalah salah satu solusi yang tepat untuk memperbaiki keadaan sistem ekonomi saat ini berbeda dengan sistem ekonomi konvensional yang sistem ekonominya tidak bersumber atau berlandaskan wahyu (Al-Quran dan As-Sunnah). Oleh sebab itu ia lahir dari pemikiran manusia yang bisa berubah berdasarkan waktu atau masa sehingga sistem ekonomi konvensional ini tidak akurat dan banyak mudaratnya yang menimbulkan banyak kerugian bagi individu atau masyarakatnya. Pada dasarnya sistem ekonomi Islam tentu saja berbeda dengan sistem ekonomi kapitalis yang didasarkan pada ajaran kapitalisme, dan juga berbeda dengan sistem ekonomi sosialis yang didasarkan pada ajaran sosialisme. Memang dalam beberapa hal sistem ekonomi Islam merupakan kompromi antara kedua sistem ekonomi tersebut, namun dalam banyak hal sistem ekonomi Islam berbeda sama sekali dengan kedua sistem ekonomi tersebut, sistem



ekonomi Islam memiliki sifat-sifat baik dari kapitalisme dan sosialisme namun terlepas dari sifat buruknya.

Melihat realita saat ini kebanyakan pengusaha atau pun mahasiswa dalam melakukan kreatifitas bisnis kewirausahaan sering mengabaikan prinsip ekonomi islam mereka hanya memikirkan keuntungannya saja, oleh karena itu dengan lahirnya sistem ekonomi islam saat ini yang harus diterapkan dalam melakukan usaha bisnis yang sesuai dengan pedoman syariat islam.

### ***B. Rumusan Masalah***

Adapun rumusan masalah dalam penelitian adalah:

1. Bagaimana penerapan prinsip ilmu ekonomi Islam dalam usaha kreatifitas mahasiswa (pada usaha kedai enyo)?
2. Apakah faktor-faktor yang menjadi kreatifitas mahasiswa berwirausaha?

### ***C. Tujuan Penelitian***

Adapun tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui penerapan perilaku bisnis Islam di kedai enyo?
2. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi prinsip ilmu ekonomi dalam meningkatkan kualitas kreatifitas usaha mahasiswa?

### ***D. Manfaat Penelitian***

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik bagi para pelajar atau mahasiswa dan pengalaman untuk menambah wawasan dalam

meningkatkan kreatifitas dalam berwirausaha terhadap pemahaman ilmu ekonomi Islam.

## 2. Manfaat Praktis

Sebagai upaya untuk menambah khazanah keilmuan bagi mahasiswa pada umumnya, yang berkaitan langsung dengan kreatifitas usaha dalam ilmu ekonomi Islam.

### ***E. Defenisi Operasional Konsep***

Untuk mempermudah dalam memahami judul di atas, perlu penulis uraikan terlebih dahulu pengertian masing-masing variabel dan judul, diantaranya adalah:

#### 1. Kreatifitas

Kreativitas adalah orang yang mempunyai keahlian melihat hal-hal yang juga dilihat orang lain di sekitar kita, tetapi membuat keterkaitan-keterkaitan yang tak terpikir oleh orang lain. Orang yang kreatif membawa makna atau tujuan baru dalam suatu tugas, menemukan penggunaan baru, menyelesaikan masalah, atau memberikan nilai tambah atau keindahan.

#### 2. Mahasiswa

Mahasiswa adalah seseorang yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi, baik yang berada di Universitas, Institut atau Akademi.

#### 3. Wirausaha

Wirausaha adalah orang yang memiliki pandangan ke depan mengenai usaha terhadap produksi barang dan jasa. Selanjutnya mewujudkan suatu

penciptaan barang dan jasa tersebut sehingga menjadi pelaku dalam ekonomi terhadap permintaan atas produksi.

#### 4. Ilmu

pengetahuan adalah suatu bidang yang disusun secara bersistem menurut metode tertentu, yang dapat digunakan untuk menerangkan gejala tertentu di bidang (pengetahuan).

#### 5. Ekonomi Islam

Ekonomi Syariah merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang dilhami oleh nilai-nilai Islam. Ekonomi Syariah atau sistem ekonomi koperasi berbeda dari kapitalisme, sosialisme, maupun negara kesejahteraan (*Welfare State*). Berbeda dari sistem kapitalisme, sistem Ekonomi Islam menentang eksploitasi oleh pemilik modal terhadap buruh yang miskin, dan melarang penumpukan kekayaan.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. *Penelitian Terdahulu Yang Relevan*

Reset penelitian yang terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan serta menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini, maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil penelitian terdahulu, diantaranya :

1. Heni Widyaningsih 2017, Hubungan Antara Kreativitas Dengan Minat Berwirausaha Mahasiswa AKPAR BSI Yogyakarta Ditinjau Dari Jenis Pekerjaan Orang Tua. Hasil penelitian ini membuktikan pekerjaan orang tua yang berwirausaha lebih berpengaruh terhadap kreativitas dan minat berwirausaha mahasiswa dari pada pekerjaan orang tua yang bukan wirausaha, karena korelasi antara kreativitas mahasiswa dengan minat berwirausaha ditinjau dari orang tua yang berwirausaha lebih besar.<sup>1</sup>

2. Ela Hayati 2017, Usaha Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam ( Studi kasus Petani Nanas Desa Totokaton Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah ). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa melalui pelatihan masyarakat desa Totokaton dapat memahami tentang ekonomi kreatif serta mampu mengaplikasikannya, serta

---

<sup>1</sup> Heni Widyaningsih. "*Hubungan Antara Kreativitas Dengan Minat Berwirausaha Mahasiswa AKPAR BSI Yogyakarta Ditinjau Dari Jenis Pekerjaan Orang Tua*", 2017.

memberikan dampak positif, seperti membuka lapangan kerja baru, memberikan motivasi dan pengetahuan.<sup>2</sup>

3. Normalita Primandaru 2017, Analisis faktor-faktor Yang Berpengaruh Pada minat Berwirausaha Mahasiswa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh internal locus of control dan social control terhadap need for achievement mahasiswa, tidak terdapat pengaruh social support pada need for achievement dan yang terakhir terdapat pengaruh need for achievement terhadap minat berwirausaha mahasiswa.<sup>3</sup>

## ***B. Tinjauan Pustaka***

### **1. Pengertian Ilmu Ekonomi Islam**

Islam adalah agama yang sempurna dan mempunyai sistem tersendiri dalam menghadapi permasalahan kehidupan, baik yang bersifat materil maupun non materil. Karena itu ekonomi sebagai satu aspek kehidupan, tentu juga sudah diatur oleh Islam. Ini bisa dipahami, sebagai agama yang sempurna, mustahil Islam tidak dilengkapi dengan sistem dan konsep ekonomi. Suatu sistem yang dapat digunakan sebagai panduan bagi manusia dalam menjalankan kegiatan ekonomi. Suatu sistem yang garis besarnya sudah diatur dalam Alquran dan As-Sunnah.

Ekonomi Islam sesungguhnya merupakan konsekuensi logis dari kesempurnaan Islam itu sendiri. Islam haruslah dipeluk secara kafah dan

---

<sup>2</sup> Ela Hayati. "Usaha Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam ( Studi kasus Petani Nanas Desa Totokaton Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah)", 2017.

<sup>3</sup> Normalita Pimandaru. "Analisis faktor-faktor Yang Berpengaruh Pada minat Berwirausaha Mahasiswa", 2017.

komprehensif oleh umatnya islam menuntut kepada umatnya untuk mewujudkan keislamannya dalam seluruh aspek kehidupan.

Ekonomi Islam adalah suatu sistem yang didasarkan pada nilai-nilai Islam. Sumber dari keseluruhan tersebut sudah tentu Alquran, As-Sunnah, ijma dan qiyas. Nilai-nilai ini merupakan bagian integral dari keseluruhan ajaran islam yang komprehensif dan telah dinyatakan Allah SWT. Sebagai ajaran yang sempurna. Pada QS. Al-Ma-idah / : 3

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهِلَّ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ  
وَالْمُنْحَنِقَةُ وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبْعُ إِلَّا مَا  
ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَامِ ۗ ذَٰلِكُمْ فِسْقٌ ۗ  
الْيَوْمَ يَمْسَسُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا تَخْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنَ ۗ الْيَوْمَ  
أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتْمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ  
دِينًا ۗ فَمَنِ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرَ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ ۗ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ  
رَحِيمٌ

Terjemahannya:

Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelihnya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala. Dan (diharamkan juga) mengundi nasib dengan anak panah, (mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kefasikan. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka dan takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Ku-cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Ku-ridhai Islam itu jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa, sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Kementerian Agama RI, Alquran dan Terjemahan.

Ekonomi Islam memiliki sifat dasar sebagai ekonomi rabbani dan insani. Disebut ekonomi Rabbani karena syarat dengan arahan dan nilai-nilai ilahi. Lalu ekonomi Islam dikatakan memiliki dasar sebagai ekonomi insani karena sistem ekonomi ini dilaksanakan dan ditujukan untuk kemakmuran manusia. (Qardhawi, Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam).

Ilmu Ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diIlhami oleh nilai-nilai Islam.

Adapun beberapa pengertian ekonomi Islam yang dikemukakan oleh para ahli ekonomi Islam:

a. M. Akram Kan

Menurut M. Akram Kan Ekonomi Islam bertujuan untuk melakukan kajian tentang kebahagiaan hidup manusia yang dicapai dengan mengelola sumber daya alam atas dasar saling bekerjasama dan berpartisipasi.<sup>5</sup>

b. Muhammad Abdul Manan

Menurut Muhammad Abdul Manan Ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diIlhami oleh nilai-nilai Islam.<sup>6</sup>

c. M. Umer Chapra

Menurut M. Umer Chapra Ekonomi Islam adalah sebuah ilmu pengetahuan untuk membantu kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi

---

<sup>5</sup> Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2007, h.16.

<sup>6</sup> Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2007, h.16.

sumber daya yang terbatas yang berada dalam koridor yang tertuju pada ajaran Islam tanpa memberikan kebebasan individu atau tanpa ekonomi makro yang berkesinambungan tanpa ketidakseimbangan lingkungan.<sup>7</sup>

d. Muhammad Nejatullah Ash-sidiqy

Menurut Muhammad Nejatullah Ash-sidiqy Ekonomi Islam adalah respon pemikir muslim terhadap tantangan ekonomi pada masa tertentu.<sup>8</sup>

e. Kursyid Ahmad

Menurut Kursyid Ahmad Ekonomi Islam adalah sebuah usaha sistematis untuk memahami masalah-masalah ekonomi dan tingkah laku manusia dalam perspektif Islam.<sup>9</sup>

## **2. *Karakteristik Ekonomi Islam***

Ada Beberapa hal yang mempengaruhi perlunya mempelajari karakteristik ekonomi islam

1. Meluruskan kekeliruan pandangan yang menilai ekonomi kapitalis (memberikan penghargaan terhadap prinsip hak milik) dan sosialis (memberikan penghargaan terhadap persamaan dan keadilan) tidak bertentangan dengan metode ekonomi Islam.
2. Membantu para ekonom muslim yang telah berkecimpung dalam teori ekonomi konvensional dalam memahami ekonomi Islam.

---

<sup>7</sup> Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2007, h.16.

<sup>8</sup> Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2007, h.17.

<sup>9</sup> Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2007, h.17.



3. Membantu para peminat studi fiqh muamalah dalam melakukan studi perbandingan antara ekonomi islam dengan ekonomi konvensional.<sup>10</sup>

Sedangkan sumber karakteristik Ekonomi Islam adalah Islam itu sendiri meliputi tiga asas pokok. Ketiganya secara asasi dan bersama mengatur teori ekonomi dalam islam, yaitu asas akidah, akhlak, dan asas hokum (muamalah).

### ***3. Pengertian Kreatifitas***

Kreatifitas merupakan aspek penting dalam dunia usaha. Tidak hanya bagi para senior, tetapi juga pendatang baru yang memulai berkecimpung di dunia usaha. Sebagai modal awal, kreatifitas ini tidak hanya mendukung tetapi juga sangat mempengaruhi intensi berwirausaha, yang merupakan sumber bagi lahirnya wirausaha-wirausaha di masa depan.

Adapun Kreatifitas menurut para ahli yaitu:

- a. Hendro menyimpulkan bahwa kreatifitas itu merupakan kemampuan mengelola, memberdayakan, dan menggunakan pengetahuan apapun yang anda miliki, informasi, pengalaman, dan keterampilan lainnya untuk mengatasi kesulitan.
- b. Kreatifitas menurut Suryana merupakan kehadiran sebuah gagasan baru, atau sederhananya berpikir sesuatu yang baru.
- c. Menurut Lambing & Kuehl sampai pada kesimpulan bahwa salah satu faktor kesuksesan seorang wirausaha adalah kreatifitas dan kemampuannya melihat peluang.

---

<sup>10</sup> Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2007, h.17-18.

d. Kreatifitas menurut Muladi Wibowo menegaskan bahwa kesuksesan seorang wirausaha tidak dapat dipisahkan dari kreatifitas dan inovasi. Inovasi ini tidak akan muncul tanpa adanya kreativitas yang tinggi. Kreatifitas bahkan menjadi sumber penting dari kekuatan menghadapi persaingan, imbas dari perubahan yang sangat masif.

e. Menurut Rambat Lupioyadi menyimpulkan bahwa kreatifitas itu merupakan proses yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan. Antara individu satu dengan yang lain, kreatifitasnya memang berbeda-beda. Uniknya, tulis Rambat Lupioyadi, meski kreatifitas dasarnya adalah kemampuan dan bakat, namun pengetahuan dan lingkungan sangat mempengaruhi tinggi rendahnya kreativitas tersebut.

f. Menurut Utami Munandar menyimpulkan bahwa kreatifitas merupakan proses merasakan dan mengamati masalah, serta membuat dugaan tentang kekurangan. Kreatifitas dalam perkembangannya sangat terkait dengan aspek pribadi, pendorong, proses, dan produk. Kreatifitas, tulis Utami, muncul dari interaksi pribadi yang unik dengan lingkungannya. Itulah mengapa kreatifitas juga tidak jauh dari proses merasakan, mengamati masalah, serta membuat dugaan tentang kekurangan. kreatifitas atau daya cipta ini tidak hanya memungkinkan munculnya penemuan-penemuan baru dalam bidang ilmu dan teknologi, tetapi juga semua bidang usaha manusia lainnya.

Berdasarkan berbagai pendapat sebagaimana telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa kreatifitas merupakan kemampuan seseorang dalam menghasilkan sesuatu yang baru (bisa saja berangkat dari masalah) berupa ide

atau penemuan/produk/karya melalui pengetahuan, informasi, maupun pengalaman yang ia miliki.

Selama beberapa waktu kreatifitas dipandang sebagai:

- a. Inspirasi ilahi
- b. Sebuah bentuk kegilaan
- c. Sebuah bentuk intuisi yang sangat dikembangkan
- d. Sebuah manifestasi dari daya kreatif yang melekat dari dalam diri sendiri
- e. Sebuah daya kosmis yang berpusat pada alam

***4. Karakteristik untuk mendukung perilaku yang kreatif:***

- a. Kesadaran dan sensitivitas terhadap problem

Orang yang kreatif memiliki sensitivitas yang tajam terhadap lingkungan yang tidak dimiliki orang lain. Sering, kurangnya kesadaran terjadi karena terkunci dalam pemikiran pola tertentu.

- b. Ingatan

Banyak individu yang kreatif memiliki ingatan, dan beberapa dapat menunjukkan daya ingat yang menonjol, ingatan jangka panjang yang baik penting bagi kreatifitas agar dapat menyimpan sejumlah banyak informasi sehingga dapat dikombinasikan dalam bentuk yang luar biasa sehingga menghasilkan ide-ide kreatif.

- c. Kelancaran

Kelancaran berkaitan dengan kemampuan untuk membangkitkan sejumlah besar ide-ide dengan mudah. Mengapa kelancaran sangat penting karena berkaitan

dengan ide-ide karena semakin ide-ide itu kita memiliki, maka semakin besar kesempatan untuk menemukan ide-ide yang baik.

d. Fleksibilitas

Fleksibilitas merujuk kepada kemampuan untuk membangkitkan banyak ide. Fleksibilitas secara tidak langsung menunjukkan kemudahan mendapatkan informasi tertentu atau berkurangnya kepastian dan kelakuan.

e. Keaslian

Keaslian merupakan kemampuan untuk menghasilkan ide-ide luar biasa.

f. Disiplin Diri dan Keteguhan

Individu yang kreatif tidak hanya mengembangkan ide-ide baru, tetapi mereka juga bekerja keras dan dengan teguh melanjutkannya.

g. Kemampuan Mengadaptasi

Individu-individu yang kreatif sering terbuka pada pengalaman baru. Mereka memiliki minat yang luas dan sering melompat dari satu ke yang lain dengan mudah.

h. Permainan Intelektual

Individu-individu yang kreatif suka menggali ide-ide untuk kepentingan mereka sendiri. Oleh sebab itu sikap seperti ini sering kita temukan.

i. Humor

Humor merupakan kemampuan untuk bereaksi secara spontan terhadap kejanggalan makna atau pelaksanaan. Humor sering merupakan akibat dari sebuah liki-liku dalam makna dalam sebuah konsep.

## ***5. Motivasi Unsur Kreativitas***

Teori Klasik Hirarki kebutuhan dari Abraham Maslow menyatakan bahwa prioritas mengatur kebutuhan manusia. Kebutuhan ini dimulai dari kebutuhan psikologis dasar, kebutuhan rasa aman, kebutuhan aktivitas sosial, kebutuhan untuk dihargai dan mendapatkan status, sampai ke kebutuhan yang tertinggi yakni realisasi dan pemenuhan diri. Inilah yang dimaksudkan Maslow bahwa kebutuhan masing-masing tingkat harus dapat dipenuhi sebelum seorang individu mengejar tingkat kebutuhan yang paling tinggi.

Kepuasan dari kebutuhan kita, pada setiap tingkat dari hirarki Maslow, sering menyediakan motivasi yang kuat untuk menjadi kreatif. Motivasi juga dapat timbul dari kebutuhan organisasional, ketimbang dari kebutuhan personal.

## ***6. Kaidah-Kaidah Menurut Ekonomi Murni***

Manusia menjadikan kaidah sebagai pedoman dalam bertindak dalam ekonomi murni. Kaidah adalah patokan atau ukuran sebagai pedoman bagi manusia dalam bertindak. Kaidah juga dapat dikatakan sebagai aturan yang mengatur perilaku manusia dan perilaku sebagai kehidupan dalam bermasyarakat. Secara umum kaidah dibedakan menjadi dua hal yaitu kaidah etika atau kaidah hukum. Kaidah etika merupakan kaidah yang meliputi norma susila, norma agama, serta norma kesopanan. Sedangkan Kaidah Hukum merupakan kaidah yang memiliki sanksi tegas yang mengatur hubungan atau intraksi antar pribadi, baik secara langsung ataupun tidak langsung. Oleh karena itu kaidah hukum ditujukan untuk kedamaian, ketentraman, dan ketertiban hidup bersama dalam bermasyarakat.

## **7. Pengertian Kewirausahaan**

Istilah kewirausahaan mulai dipopulerkan sejak tahun 1990. Sebelum itu istilah kewirausahaan atau *enterpreneur* (bahasa Perancis) lebih populer. Kemudian kewirausahaan dipersamakan dengan *entrepreneurship* atau wirausaha diartikan berbeda beda namun pada prinsipnya maksud dan ruang lingkupnya sama. Kewirausahaan berasal dari kata Wirausaha. Wirausaha berasal dari kata *wira* artinya berani, utama, mulia. Usaha berarti kegiatan bisnis komersial maupun non komersial. Jadi kewirausahaan diartikan secara harfiah sebagai hal-hal yang menyangkut keberanian seseorang untuk melakukan kegiatan bisnis maupun non bisnis secara mandiri.<sup>11</sup>

Islam sebagai agama Allah yang sempurna memberikan petunjuk kepada manusia tentang bidang usaha yang halal, cara berusaha, dan bagaimana manusia harus mengatur hubungan kerja dengan sesama mereka supaya memberikan manfaat yang baik bagi kepentingan bersama dan dapat menciptakan kesejahteraan serta kemakmuran hidup bagi segenap manusia. Islam tidak hanya menyuruh manusia bekerja bagi kepentingan dirinya sendiri secara halal, tetapi juga memerintahkan manusia menjalin hubungan kerja dengan orang lain bagi kepentingan dan keuntungan kehidupan manusia di jagat raya ini. Oleh karena itu, dalam bidang usaha dan wiraswasta, Islam benar-benar memberikan petunjuk-petunjuk yang jelas untuk dapat dijadikan pedoman melakukan usaha dan wiraswasta yang baik.

---

<sup>11</sup> Daryanto, *Pendidikan Kewirausahaan*, Yogyakarta: Gava Media, 2012, h. v

Selain itu, Islam juga mengatur secara jelas hubungan kerja antara pemberi kerja dan karyawan atau buruh atau pembantu yang melaksanakan perintah dari pemberi kerja. Islam juga memberikan petunjuk dengan jelas masalah utang-piutang antara seseorang dan yang lain dalam melakukan transaksi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, karena masalah utang-piutang merupakan hal yang tidak bisa diabaikan dalam kehidupan manusia sehari-hari.

Islam memang tidak memberikan penjelasan secara eksplisit terkait konsep tentang kewirausahaan (*entrepreneurship*) ini, namun di antara keduanya mempunyai kaitan yang cukup erat; memiliki ruh atau jiwa yang sangat dekat, meskipun bahasa teknis yang digunakan berbeda.

Berwirausaha memberi peluang kepada orang lain untuk berbuat baik dengan cara memberikan pelayanan yang cepat, membantu kemudahan bagi orang yang berbelanja, memberi potongan, dll. Perbuatan baik akan selalu menenangkan pikiran yang kemudian akan turut membantu kesehatan jasmani. Hal ini seperti yang diungkapkan dalam buku *The Healing Brain* yang menyatakan bahwa fungsi utama otak bukanlah untuk berfikir, tetapi untuk mengembalikan kesehatan tubuh. Vitalitas otak dalam menjaga kesehatan banyak dipengaruhi oleh frekuensi perbuatan baik. Dan aspek kerja otak yang paling utama adalah bergaul, bermu'amalah, bekerja sama, tolong menolong, dan kegiatan komunikasi dengan orang lain. Dalam Islam digunakan istilah kerja keras, kemandirian (*biyadihi*), dan tidak cengeng. Setidaknya terdapat beberapa ayat alquran maupun Hadis yang dapat menjadi rujukan pesan tentang semangat kerja keras dan kemandirian ini, seperti pada Q.S At-Taubah / : 105:

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۗ وَسَتُرَدُّونَ  
اِلَىٰ عَالَمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Terjemahannya:

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."<sup>12</sup>

*Nash* ini jelas memberikan isyarat agar manusia bekerja keras dan hidup mandiri. Bekerja keras merupakan esensi dari kewirausahaan. Prinsip kerja keras adalah suatu langkah nyata yang dapat menghasilkan kesuksesan (*rezeki*), tetapi harus melalui proses yang penuh dengan tantangan (*reziko*). Dengan kata lain, orang yang berani melewati resiko akan memperoleh peluang rizki yang besar.

Terlepas dari berbagai definisi kewirausahaan yang dikemukakan oleh para ahli, maka wirausaha dapat dipandang, dari berbagai sudut dan konteks ekonomi, manajemen, pelaku bisnis, psikolog, dan pemodal.

#### a. Pandangan Ahli Ekonomi

Menurut ahli ekonomi, wirausaha adalah orang yang mengkombinasikan faktor-faktor produksi, seperti sumber daya alam, tenaga kerja, material dan peralatan lainnya, untuk meningkatkan nilai yang lebih tinggi dari sebelumnya. Wirausaha juga merupakan orang yang memperkenalkan perubahan-perubahan, inovasi dan perbaikan produksi lainnya.

---

<sup>12</sup> Kementerian Agama RI, Alquran dan Terjemahan.



#### b. Pandangan Ahli Manajemen

Wirausaha adalah seseorang yang memiliki kemampuan dalam menggunakan dan mengkombinasikan sumber daya, seperti keuangan, material, tenaga kerja, keterampilan untuk menghasilkan produk, proses produksi, bisnis dan organisasi baru. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa wirausaha adalah seseorang yang memiliki kombinasi kerja sama untuk unsur-unsur internal, yang meliputi motivasi, visi, komunikasi, optimisme, dorongan, semangat dan kemampuan untuk memanfaatkan peluang usaha.

#### c. Pandangan Pelaku Bisnis

Menurut Scarborough dan Zimmerer wirausaha adalah orang yang menciptakan suatu bisnis baru, dalam menghadapi resiko dan ketidakpastian, dengan maksud untuk memperoleh keuntungan dan pertumbuhan, dengan cara mengenali peluang dan mengkombinasikan sumber-sumber daya, yang diperlukan untuk memanfaatkan peluang.

#### d. Pandangan Psikolog

Wirausaha adalah orang yang memiliki peluang dorongan atau kekuatan, dari dalam dirinya untuk memperoleh suatu tujuan, serta suka bereksperimen, menampilkan kebebasan diluar kekuasaan orang lain.

#### e. Pandangan Pemodal

Wirausaha adalah seseorang yang menciptakan kesejahteraan untuk orang lain, menemukan cara-cara baru, mengurangi pemborosan dan membuka lapangan kerja bagi masyarakat.

Proses kreatif dan inovatif, hanya dilakukan oleh orang-orang yang memiliki kepribadian kreatif dan inovatif, yaitu orang-orang yang memiliki jiwa, sikap dan perilaku kewirausahaan, dengan cirri-ciri:

a. Penuh percaya diri, dengan indikatornya penuh keyakinan optimis, berkomitmen, disiplin dan bertanggung jawab.

b. Memiliki inisiatif, dengan indikatornya penuh energi, cekatan dalam bertindak aktif.

c. Memiliki motif berprestasi, dengan indikatornya orientasi pada hasil dan wawasan kedepan.

d. Memiliki jiwa kepemimpinan, dengan indikatornya berani tampil beda, dapat dipercaya dan tangguh dalam bertindak.

e. Berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan/menyukai tantangan.

## **8. Strategi Pemasaran**

### **a. Pengertian Strategi**

Philip Kotler menjelaskan bahwa strategi adalah wujud rencana yang terarah untuk mencapai tujuan yang diinginkan.<sup>13</sup> Pass dan Lowes, menjelaskan Strategi adalah rencana-rencana dan tindakan terpadu untuk mengubah posisi pasarnya dengan meninggalkan segmen pasar (*Market Segmen*) tertentu untuk berkonsentrasi ke segmen pasar lain yang memungkinkan perusahaan itu memiliki posisi kompetitif yang lebih kuat.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Kotler, Keller, *Manajemen pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1, ( Jakarta: Erlangga, 2013)

<sup>14</sup> Pass, Christopher dan Bryan Lowes, *Kamus lengkap bisnis*. (Jakarta : Penerbit Erlangga.1999)

Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya.<sup>15</sup> Strategi perusahaan adalah pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan dan mengungkapkan sasaran, maksud atau tujuan yang menghasilkan kebijakan utama dan merencanakan untuk pencapaian tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan dikejar oleh perusahaan.<sup>16</sup>

Secara umum teori strategi adalah untuk mencari suatu maksud. Jadi strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan untuk mencapai sesuatu maksud dalam pencapaian tujuan organisasi.<sup>17</sup> Dari pengertian di atas pemasaran bermula dari perencanaan startegis, yang lebih dahulu menetapkan visi, misi, tujuan lembaga.

#### b. Pengertian Pemasaran

Menurut Philip Kotler, pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia melalui proses pertukaran.<sup>18</sup> Menurut Basu Swastha DH, pemasaran adalah sistem seluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi.<sup>19</sup>

---

<sup>15</sup> Hermawan Kartajaya, *Dari Indonesia untuk Indonesia*. (Surabaya : Erlangga)

<sup>16</sup> Danang Suyanto. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi dan Kasus*. (Yogyakarta: CAPS. 2014)

<sup>17</sup> Poerwo Darminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. (Jakarta : Balai pustaka, 1993)

<sup>18</sup> Kotler, 1997 h. 8

<sup>19</sup> Danang Suyanto, 1997 h. 8

Berikut ini beberapa pengertian pemasaran menurut dari beberapa sumber:

a. Pemasaran adalah suatu proses yang dengan individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan nilai satu sama lain.

b. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut Philip Kotler definisi dari pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana perorangan dan kelompok mendapatkan kebutuhan mereka dengan menciptakan, penawaran produk yang bernilai masing-masing. Inti dari kegiatan pemasaran adalah untuk mengembangkan suatu produk, penelitian distribusi, komunikasi, penetapan harga, dan pelayanan.<sup>20</sup>

Menurut Payne pemasaran adalah suatu proses merasakan, membangkitkan, memahami, dan memuaskan kebutuhan target pasar yang lebih spesifik dengan menjembatani sumber daya organisasi kepada kebutuhan target pasar.<sup>21</sup> Sedangkan menurut Walker et al pemasaran adalah keseluruhan sistem dari aktifitas bisnis yang dirancang untuk perencanaan, harga, promosi, dan distribusi yang diharapkan produk dapat memuaskan target pasar untuk mencapai tujuan suatu organisasi.<sup>22</sup> Konsep pemasaran ini mencerminkan komitmen perusahaan kepada konsumennya.

---

<sup>20</sup> Kotler, 2000 h. 4

<sup>21</sup> Payne, 1993 h.21

<sup>22</sup> Walker et al 1991 h. 5

Konsep-konsep inti pemasaran meliputi: kebutuhan, keinginan, permintaan, produksi, utilitas, nilai dan kepuasan; pertukaran, transaksi dan hubungan pasar, pemasaran dan pasar. Kita dapat membedakan antara kebutuhan, keinginan dan permintaan. Kebutuhan adalah suatu keadaan dirasakannya ketiadaan kepuasan dasar tertentu. Keinginan adalah kehendak yang kuat akan pemuas yang spesifik terhadap kebutuhan-kebutuhan yang lebih mendalam. Sedangkan permintaan adalah keinginan akan produk yang spesifik yang didukung dengan kemampuan dan kesediaan untuk membelinya.<sup>23</sup>

Dari definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran mencakup usaha yang dimulai dengan:

- a. Mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipuaskan.
- b. Menentukan produk yang hendak diproduksi.
- c. Menentukan harga produk yang sesuai.
- d. Menentukan cara-cara promosi penyaluran/penjualan produk.

Strategi pemasaran adalah proses perencanaan dan implementasi kebijakan perusahaan untuk mewujudkan tujuan-tujuan perusahaan yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan.

#### c. Unsur-Unsur Pemasaran

Ada tiga unsur pokok konsep pemasaran yaitu:

- 1) Orientasi pada konsumen

Perusahaan benar-benar ingin memperhatikan konsumen harus

---

<sup>23</sup> Philip Kotler Philip, h. 265.

- a) Menentukan kebutuhan pokok (*basic need*) dari pembeli yang akan dilayani dan dipenuhi.
- b) Menentukan kelompok pembeli yang akan dijadikan sasaran penjualan, bahkan kebutuhan tertentu dari kelompok pembeli tersebut.
- c) Menentukan produk dan program pemasarannya. Untuk memenuhi kebutuhan yang berbeda-beda kelompok pembeli yang dipilih sebagai sasaran, perusahaan dapat menghasilkan barang-barang dengan tipe model yang berbeda-beda dan dipasarkan dengan program pemasaran yang berlainan.
- d) Mengadakan penelitian pada konsumen untuk mengukur, menilai dan menafsirkan keinginan, sikap serta perilaku mereka.
- e) Menentukan dan melaksanakan strategi yang lebih baik, apakah menitikberatkan pada mutu yang tinggi harga yang murah atau model yang menarik.

2) Penyusunan kegiatan pemasaran secara integral (*integral marketing*)

Pengintegrasian kegiatan pemasaran berarti bahwa setiap orang dan setiap bagian dalam perusahaan turut berkecimpung dalam suatu usaha yang terkordinir untuk memberikan kepuasan konsumen sehingga tujuan perusahaan dapat direalisasikan. Selain itu juga terdapat penyesuaian dan koordinasi anatar produk, harga, saluran distribusi dan promosi untuk menciptakan hubungan pertukaran kuat dengan konsumen artinya, harga jual harus sesuai dengan kualitas produk, promosi harus disesuaikan dengan saluran distribusi harga dan kualitas produk.

### 3) Kepuasan konsumen (*consumer Satisfaction*)

Faktor yang akan menentukan apakah perusahaan dalam jangka panjang akan mendapatkan laba adalah banyak sedikitnya kepuasan konsumen yang dapat dipenuhi. Ini tidaklah berarti bahwa perusahaan harus mendapatkan laba dengan cara memberikan kepuasan kepada konsumen. Perkembangan masyarakat dan teknologi telah menyebabkan perkembangan konsep pemasaran, sekarang perusahaan dituntut untuk dapat menanggapi cara-cara atau kebiasaan-kebiasaan masyarakat. Perusahaan tidak lagi berorientasi kepada konsumen saja, tetapi juga harus berorientasi pada masyarakat. Dengan konsep pemasaran baru ini atau disebut berusaha memberikan kemakmuran kepada konsumen, dan masyarakat untuk jangka panjang.

Ada empat sasaran alternatif dari sistem pemasaran yang diajukan diantaranya:

- a) Memaksimalkan konsumsi.
- b) Memaksimalkan kepuasan konsumen.
- c) Memaksimalkan pilihan.
- d) Memaksimalkan mutu kehidupan.

### **9. Teori Bauran Pemasaran**

Dalam peranan strategisnya, pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah penentuan dua masalah pokok.

Pertama, bisnis apa yang digeluti perusahaan saat ini dan jenis bisnis apa yang dapat dimasuki dimasa mendatang.

Kedua, bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan elemen-elemen bauran pemasaran untuk melayani pasar sasaran.

Didalam pemasaran terdapat bauran pemasaran. Bauran pemasaran ialah serangkaian variabel pemasaran terkendali yang dipakai oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang dikehendaki perusahaan dari pasar sasarnya.<sup>24</sup>

Bauran pemasaran terdiri dari segala hal yang bisa dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan atas produknya. Beberapa kemungkinan itu dikumpulkan kedalam 4 unsur-unsur yang dikenal sebagai “4P” yaitu :

a. *Product* ( produk )

Segala sesuatu yang dapat ditawarkan kedalam pasar untuk diperhatikan pembeli, diusahakan untuk dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan konsumen.

b. *Price* ( harga )

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkannya.

c. *Place* (tempat)

Tempat adalah berbagai tempat kegiatan yang membuat produk terjangkau oleh sasaran konsumen.

d. *Promotion* (promosi)

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menunjukkan keistimewaan-keistimewaan produk yang diciptakannya dan merayu konsumen agar membelinya.

---

<sup>24</sup> Kotler, *Op Cit* 1984 h. 41



Bauran komunikasi pemasaran ( *marketing communication mix* ). Terdiri dari delapan model komunikasi utama menurut Kotler dan Keller,<sup>25</sup> yaitu:

1. Periklanan

Setiap bentuk presentasi nonpersonal berbayar dan promosi gagasan, barang, atau jasa oleh sponsor diidentifikasi melalui media cetak ( Koran dan majalah ), media penyiaran ( radio dan televise ), media jaringan ( telepon, kabel, satelit, wireless), media elektronik ( rekaman suara, rekaman video, videodis, CD-ROM, halaman Web, dan media tampilan ( billboard, tanda-tanda, poster).

2. Promosi Penjualan

Berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong percobaan atau pembelian produk atau jasa termasuk promosi konsumen ( seperti sampel, kupon, dan premi), promosi perdagangan ( seperti iklan dan display tunjangan ), bisnis dan tenaga penjualan promosi ( konteks untuk tenaga penjualan).

3. Events and experiences

Perusahaan yang mensponsori program yang dirancang untuk menciptakan interaksi harian atau merk terkait khusus dengan konsumen, termasuk olahraga, seni, hiburan dan karena sebaiknya acara lebih sedikit kegiatan formal.

4. Humas dan Publisitas

Bebagai program diarahkan secara internal kepada karyawan dari perusahaan atau eksternal kepada konsumen, perusahaan lain, pemerintah, dan media untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau produk.

---

<sup>25</sup> Kotler Kelller, *Op Cit* 2012 h. 478

#### 5. Direct Marketing

Penggunaan mail, telepon, fax, email, atau internet untuk berkomunikasi secara langsung dengan atau meminta respon dialog dari pelanggan tertentu.

#### 6. Interaktif Marketing

Online dan program yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek dan langsung atau tidak langsung meningkatkan kesadaran, meningkatkan citra atau menimbulkan penjualan produk dan jasa.

#### 7. Word-Of Mouth Marketing

Dari orang ke orang, tertulis, atau komunikasi elektronik yang berhubungan dengan manfaat atau pengalaman membeli atau menggunakan produk atau jasa.

#### 8. Personal Selling

Interaksi secara langsung dengan satu atau lebih calon pembeli untuk tujuan membuat persentasi, menjawab pertanyaa, dan pengadaan pesanan.

#### ***10. Perilaku Konsumen***

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh empat faktor: budaya (budaya, sub-budaya, dan kelas sosial), sosial ( kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status), pribadi ( usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri), dan psikologis ( motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap). Riset terhadap semua faktor-faktor itu dapat memberikan isarat seperti bagaimana cara membuat orang menjadi konsumen dan melayani konsumen tersebut dengan lebih efektif.

Para konsumen sangat beragam dilihat dari segi usia, pendapatan, tingkat pendidikan dan selera. Mereka juga membeli jenis barang dan jasa yang sangat berbeda-beda. Memahami perilaku pembelian dari pasar sasaran merupakan tugas penting bagi pemasar berdasarkan konsep pemasaran. Konsumen membuat sejumlah keputusan pembelian setiap hari hampir seluruh pasar dapat mengambil keputusan pembelian konsumen secara detail untuk memperoleh jawaban apa yang konsumen beli, dimana mereka membelinya, bagaimana caranya, seberapa banyak, kapan dan mengapa mereka membelinya. Pemasar dapat mempelajari pembelian konsumen guna untuk mengetahui apa yang mereka beli, dimana dan seberapa banyak.

Menurut Kotler dan Keller “ perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka”.<sup>26</sup>

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen merupakan semua kegiatan, tindakan serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli konsumen menggunakan produk dan jasa. Ada dua elemen penting dari perilaku konsumen yaitu proses pengambilan keputusan yang kesemuanya itu melibatkan individu dalam menilai dan menggunakan barang-barang serta jasa secara ekonomis.

Memahami perilaku pembelian konsumen atau yang disebut juga sebagai karakteristik konsumen, memiliki manfaat yang besar bagi perusahaan untuk

---

<sup>26</sup> Kotler Keller, 2012 h. 173

kelancaran kegiatan usaha jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Perilaku pembelian konsumen atau karakteristik konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor:

a. Faktor Budaya

Faktor budaya terdiri dari sub-sub budaya yang lebih menampakkan identitas serta sosialisasi khusus bagi para anggotanya. Faktor budaya terdiri dari budaya itu sendiri dan sub-sub budayanya:

1) Budaya

Budaya atau culture adalah penentu dasar keinginan dan perilaku seseorang, pemasar benar-benar memperhatikan nilai budaya di setiap Negara untuk memahami cara terbaik memasarkan produk lama mereka dan mencari peluang bagi produk baru.

2) Sub-sub Budaya

Setiap budaya terdiri dari sub-sub budaya yang lebih kecil yang memberikan lebih banyak ciri-ciri sosialisasi bagi anggotanya. Sub budaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras dan wilayah geografis.

b. Faktor Sosial

Selain faktor budaya faktor sosial sebagai faktor referensi, keluarga, serta peran sosial dan status mempengaruhi perilaku pembelian. Faktor sosial dapat dikelompokkan dari beberapa acuan.

- 1) Kelompok referensi seseorang yaitu kelompok yang mempunyai pengaruh bertatap muka atau tidak langsung terhadap sikap setiap perilaku seseorang tersebut.
- 2) Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dikalangan masyarakat.
- 3) Peran dan status seseorang didalam banyak kelompok atau organisasi, yang sering menjadi sumber informasi penting dan membantu mendefinisikan norma perilaku.

c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi yang terdiri dari:

- 1) Usia dan tahap siklus hidup

Orang membeli barang atau jasa yang berbeda dapat dibentuk oleh siklus hidup yang mengalami perubahan sepanjang hidupnya.

- 2) Pekerjaan dan lingkungan ekonomi

Pekerjaan juga mempengaruhi pola konsumsi dilingkungan ekonomi serta pemasar berusaha mengidentifikasi beberapa kelompok pekerjaan yang mempunyai minat diatas rata-rata terhadap produk dan jasa mereka dan bahkan menghantarkan produk khusus untuk kelompok pekerjaan tertentu maka pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang.

- 3) Kepribadian dan konsep diri

Setiap orang mempunyai karakteristik pribadi yang mempengaruhi perilaku konsumennya. Yang dimaksud dengan kepribadian

(personality), adalah sekumpulan sifat psikologis manusia yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan tahan lama terhadap rangsangan lingkungan ( termasuk perilaku pembelian ).

4) Gaya hidup dan nilai

Orang-orang sub budaya, kelas sosial dan pekerjaan yang sama mungkin mempunyai gaya hidup yang sangat berbeda. Sebagian gaya hidup terbentuk oleh keterbatasan uang atau keterbatasan waktu pada konsumen. Perusahaan yang bertujuan melayani konsumen dengan keuangan terbatas akan menciptakan produk dan jasa murah.

Dalam perilaku ini konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, dan pribadi.

### ***11. Keputusan pembelian***

Sebelum merencanakan pemasaran, suatu perusahaan perlu mengidentifikasi konsumen, walaupun banyak keputusan pembelian melibatkan hanya satu pengambilan keputusan, keputusan tersebut mungkin melibatkan beberapa peserta yang memerankan peran, pencetus atau ide, pemberi pengaruh, pengambilan keputusan, pembeli serta pemakai. Disini tugas pemasar adalah mengidentifikasi peserta pembelian lain, criteria pembelian mereka serta berpengaruh terhadap pembeli.

Adapun keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual dengan adanya penilaian yang objektif.

Menurut Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa sebuah keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana seorang konsumen secara actual melakukan pembelian produk. Konsumen juga sebagai pelaku utama dalam proses pembelian selalu jadi perhatian produsen.<sup>27</sup>

Menurut Kotler dan Keller “ keputusan pembelian adalah suatu proses keputusan yang diambil konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk melalui tahapan-tahapan yang dilalui konsumen sebelum melakukan pembelian yang meliputi kebutuhan yang dirasakan, kegiatan sebelum membeli, perilaku waktu memakai, dan perasaan setelah membeli”.<sup>28</sup>

Kotler mengemukakan proses keputusan pembelian terhadap konsumen terdiri dari lima tahap yang dilakukan oleh seorang konsumen sebelum sampai pada keputusan pembelian dan pasca pembelian. hal ini menunjukkan bahwa proses membeli yang dilakukan oleh konsumen dimulai jauh sebelum tindakan membeli dilakukan serta mempunyai konsekuensi setelah melakukan pembelian tersebut. Kotler dan Keller menggambarkan adanya lima tahapan dalam suatu proses pembelian,<sup>29</sup> yaitu:

a. Pengenalan Masalah

Proses membeli dengan pengenalan masalah atau kebutuhan pembelinya dari suatu perbedaan antara keadaan yang sebenarnya dan keadaan yang diinginkannya. Misalnya kebutuhan orang normal adalah haus dan lapar berubah menjadi suatu dorongan berdasarkan pengalaman yang sudah ada.

---

<sup>27</sup> Kotler Armstrong, 2011 h.149

<sup>28</sup> Kotler, 2012 h. 166

<sup>29</sup> Kotler, 2012 h. 166

b. Pencarian Informasi

Konsumen mungkin tidak berusaha secara aktif dalam mencari informasi sehubungan dengan kebutuhannya, oleh karena itu banyak informasi yang dimiliki kemudahan memperoleh informasi serta kepuasan konsumen yang diperoleh dari kegiatan pembelian penggunaan produk.

c. Evaluasi Berbagai Alternatif Merk

Yang didapat dari calon pembeli digunakan untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai alternative yang dihadapinya serta produsen harus berusaha memahami cara konsumen dalam mengenal informasi yang diperolehnya sampai pada sikap tertentu mengenai produk, merk, dan keputusan konsumen untuk membeli.

d. Keputusan Pembelian

Produsen harus memahami bahwa konsumen mempunyai cara tersendiri dalam menangani informasi yang diperolehnya dengan membatasi alternatif yang harus dipilih serta evaluasi untuk menentukan produk mana yang akan dibelinya.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Apabila suatu barang yang tidak memberikan kepuasan seperti yang diharapkan, maka pembeli merubah sikapnya terhadap produk barang tersebut menjadi sikap negatif, bahkan mungkin saja menolak dari daftar pemilihan.

Menurut Kotler ada enam keputusan yang harus dilakukan oleh pembeli yaitu:



a. Pemilihan Produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain. Dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk.

b. Pilihan Merk

Konsumen harus mengambil keputusan tentang merk atau produk mana yang akan dibeli. Karena setiap merk atau produk mempunyai perbedaan tersendiri maka perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merk dan produk yang dipercaya.

c. Pilihan Penyalur

Konsumen harus mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi. Dalam hal ini konsumen dapat menentukan penyalur bias dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan berbelanja, serta keluasan tempat.

d. Waktu Pembelian

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bias berbeda-beda seperti ada yang membeli setiap hari, satu minggu sekali, dua minggu sekali, tiga minggu sekali atau sebulan sekali.

e. Jumlah Pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih

dari satu jenis produk. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyak produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari pembeli.

f. Metode Pembayaran

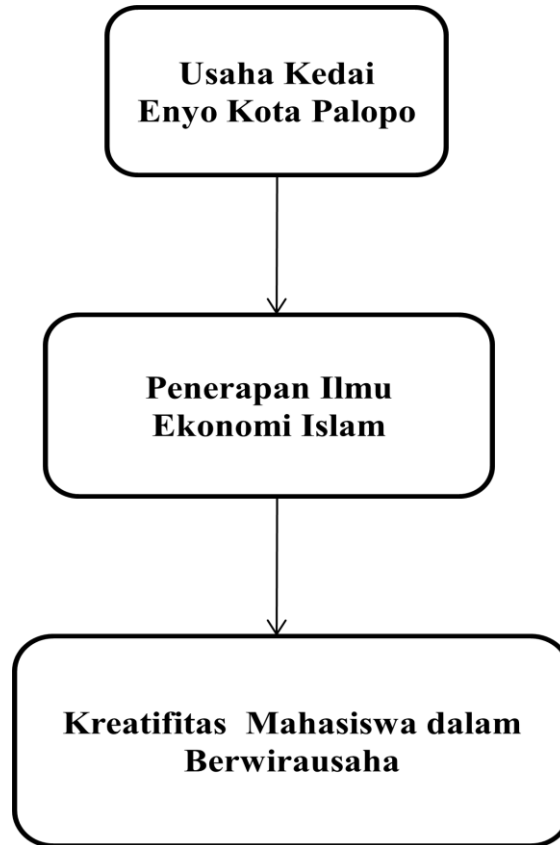
Konsumen dapat mengambil keputusan dalam metode pembayaran yang akan dilakukan dalam pengambilan keputusan konsumen menggunakan produk atau jasa. Saat ini keputusan pembeli dipengaruhi oleh tidak hanya pada aspek budaya, lingkungan, dan keluarga, keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh teknologi yang digunakan dalam transaksi pembelian juga dipengaruhi oleh teknologi yang digunakan dalam transaksi pembelian sehingga memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi baik didalam maupun diluar rumah.

**C. Kerangka Pikir**

Kerangka pikir adalah penjelasan sementara terhadap suatu objek masalah. kerangka pikir ini disusun berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang terkait.

Peneliti ini meneliti mengenai Penerapan Ilmu Ekonomi Islam Terhadap kreatifitas mahasiswa dalam Berwirausaha. Dengan demikian peneliti akan menelaah mengenai kreatifitas mahasiswa dalam berwirausaha, untuk menjelaskan kerangka pikir yang di maksudkan dalam penelitian ini, penulis menggambarakannya dalam skema sebagai berikut:

### **Skema Kerangka Pikir**



## **BAB III**

### **Metode Penelitian**

#### ***A. Jenis Penelitian***

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini yang menggunakan pendekatan kualitatif bertujuan untuk menggali informasi berdasarkan peristiwa yang terjadi dilapangan. Proses dan makna lebih ditonjolkan dalam penelitian ini. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan.<sup>1</sup>

Berdasarkan hal diatas, untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih terarah , maka penelitian disusun melalau tiga tahap, yaitu tahap persiapan, tahap pengumpulan data melalui wawancara dengan responden,dokumentasi, tahap pengelolaan data yang menyangkut pengklasifikasian data dan penyusunan data

#### ***B. Lokasi Penelitian***

Lokasi penelitian yaitu tempat dimana melakukan kegiatan penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan. Dalam melaksanakan penelitian ini yang akan dijadikan tempat penelitian yaitu Kedai Enyo Jl. Andi Kambo Kota Palopo, untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mahasiswa berwirausaha dalam penerapan ilmu ekonomi Islam.

#### ***C. Sumber Data***

##### **a. Data Primer**

---

<sup>1</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada,2004), h. 82.

Data primer adalah data yang di peroleh langsung dari sumber yang diteliti, yang dilakukan dengan wawancara langsung kepada narasumber di lapangan untuk mendapatkan hasil penelitian yang relevan, sesuai dengan hasil penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung ( melalui media perantara ), dari pihak tertentu yang sangat berhubungan dengan penelitian, data ini diperoleh umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun arsip (data documenter) yang di publikasikan dengan yang tidak di publikasikan, seperti buku-buku, internet, makalah, majalah, dan dokumen yang dijadikan objek studi.

***D. Subjek Penelitian***

Adapun subjek penelitian dalam penelitian ini adalah usaha kedai enyo yaitu owner kedai enyo, anggota serta pelanggannya.

***E. Teknik Pengumpulan Data***

a. Observasi (Pengamatan)

Observasi yaitu peneliti melakukan pengamatan melalui aspek-aspek apa saja yang akan diamati dimana kaitannya dengan masalah dan tujuan penelitian yang ada. Pada proses pengamatan penulis terlebih dahulu harus merencanakan hal-hal yang perlu diamati agar masalah tersebut dapat dengan mudah di pecahkan.

b. Interview (wawancara)

Interview (wawancara) adalah suatu proses interaksi dan komunikasi antara dua orang dengan tujuan untuk mencoba mendapatkan keterangan atas jawaban yang akurat atau metode pengumpulan data dengan tanya jawab sepihak untuk mencari kejujuran dari seseorang yang di kerjakan antara narasumber dan wawancara dan berlandaskan pada tujuan penelitian.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu peneliti melakukan pencatatan data melalui dokumen dan laporan-laporan serta informasi yang diambil atau didapat pada usaha uber coffee dan mahasiswa yang mempunyai hubungan dengan penelitian tersebut.

***F. Teknik Analisis Data***

a. Induktif

Metode induktif digunakan dalam menganalisa data yang diperoleh yakni data kualitatif, data yang tidak berbentuk angka walaupun ada kemungkinan adanya data yang kemudian dideskriptifkan secara verbal. Teknik ini merupakan teknik analisa yang dilakukan dengan cara mengomparasikan sumber pustaka yang berkaitan dengan fokus penelitian atau dengan kata lain metode analisa data yang berangkat dari faktor-faktor yang bersifat khusus untuk ditarik kesimpulan yang bersifat umum.

b. Deduktif

Metode deduktif berarti teknik atau metode yang berangkat dari pengetahuan yang bersifat umum menjadi khusus. Metode ini adalah metode yang

menggunakan logika untuk menarik satu atau lebih kesimpulan berdasarkan seperangkat premis yang diberikan.

c. Komparatif

Metode ini yaitu membandingkan pendapat yang ada dengan melihat argumentasinya. Misalnya membandingkan pemikiran seorang ahli dengan ahli lainnya dalam suatu bidang yang diteliti. Metode ini juga berarti membandingkan kesamaan dan perbedaan terhadap kasus, peristiwa, ataupun terhadap ide-ide yang berkaitan dengan suatu konsep yang dijadikan penelitian.





## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambar Lokasi Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum Kedai Enyo**

Kedai Enyo adalah sebuah kedai yang didesain untuk jualan minuman dan makanan yang dibuat dari bahan-bahan alami asli yang terpilih dan beragam rasa. Kedai Enyo menawarkan pengalaman minum-minuman ice/hot dengan atmosfer kedai enyo yang nyaman untuk menikmati minuman dan makanan /snack menjadikan suasana yang menyenangkan. Konsep ini hampir sama dengan usaha kedai yang saat ini banyak didirikan di kota palopo.

Kedai Enyo menawarkan pelanggannya berbagai macam minuman yang berkualitas seperti Thaitea, Greentea, Black choco/Cokelat, Cappucino, Taro, Avocado, Tiramizu, Kopi Susu, Kopi Hitam. Minuman tersebut disajikan oleh “kak Irwan” terlatih dengan keahlian dan pengalamannya. Kak Irwan akan menyajikan minuman-minuman tersebut dengan mencampur minuman dengan susu murni dengan air gula, susu coklat dan cita rasa lainnya. Kedai Enyo juga menyajikan beberapa menu pendamping seperti pisang nugget, banana roll dan banana kribo.

##### **2. Visi dan Misi Kedai Enyo**

###### **a. Visi**

Menjadikan kedai enyo terkemuka dan inovatif dengan mutu terjamin.

b. Misi

- a) Memproduksi olahan minuman yang inovatif.
- b) Berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen.
- c) Aktif dalam melakukan promosi terhadap orang-orang di keramaian.

**3. Sejarah Kedai Enyo**

Kedai Enyo adalah sebuah usaha gerobak yang sederhana yang pada dasarnya menyediakan minuman-minuman yang terpilih dari dalam negeri maupun luar negeri yang beragam.

Kedai Enyo pertama kali didirikan pada tanggal 05 Mei Tahun 2019 di Jl. Andi Kambo Kota Palopo tepatnya di depan taman I Love Palopo City. Awal berdirinya kedai ini oleh salah satu mahasiswa yang mempunyai keinginan dan kreatifitas dalam berwirausaha. Meskipun sejenis kedai yang berada di pinggir jalan kota palopo, pada dasarnya masih terdapat peluang bagi kedai-kedai minuman kecil yang lain untuk masuk di pasar ini dan eksis.

Kedai Enyo didirikan untuk menyediakan minuman dengan kualitas tinggi. Penawaran ini akan menjadi jawaban bagi kebutuhan konsumen dengan harga yang terjangkau. Menu diracik dengan sentuhan professional untuk memberikan cita rasa unik dan modern yang berbeda dengan yang ditawarkan pesaing. Selain itu juga ditawarkan beberapa jenis makanan pendamping sebagai pelengkap.

Elemen-elemen utama yang ditawarkan dan membedakan antara Kedai Enyo dengan kedai yang lainnya adalah :

- a. Produk yang berkualitas, dari bahan-bahan pilihan yang alami, bahan-bahan asli dari luar maupun dalam negeri.
- b. Layanan konsumen yang prima.
- c. Lokasi kedai yang nyaman dan strategis.
- d. Desain kedai yang menarik.

## **B. Hasil Penelitian**

Berdasarkan wawancara terhadap owner kedai enyo yaitu:

### **a. Apakah lokasi yang anda tempati usaha sudah strategis dan terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat?**

Jawaban:

Iya, saya rasa sudah sangat strategis karena lokasi tempat saya berjualan berdampingan dengan Taman I Love Palopo City, dimana taman tersebut selalu dikunjungi oleh masyarakat palopo maupun dari luar palopo baik anak-anak yang berkunjung ditaman tersebut, remaja dan juga orang tua yang datang berkunjung untuk berfoto dan menikmati wifi gratis yang disiapkan oleh pemerintah untuk dinikmati oleh pengunjung.<sup>1</sup>

Lokasi yang dipilih Kak Irwan sudah cukup strategis, karena disini sudah termasuk wilayah kota, apabila untuk mendapatkan bahan juga sangat mudah. Adanya pemilihan lokasi usaha yang strategis termasuk faktor yang mempengaruhi perkembangan suatu usaha. Semakin strategis tempat yang dipilih maka akan semakin tinggi pula peningkatan penjualan dan itu akan berpengaruh pada kesuksesan usaha. Begitupun sebaliknya, jika lokasi yang dipilih kurang strategis maka peningkatan produksi tidak terlalu bagus.

---

<sup>1</sup> Kak Irwan (Owner Kedai Enyo) wawancara, tanggal 01 Agustus 2019

**b. Melihat banyaknya kedai atau usaha minuman yang berada di kota Palopo, strategi apa yang anda lakukan untuk memajukan usaha anda?**

Jawaban :

Melihat banyaknya pesaing yang ada di Kota Palopo tentunya saya memiliki strategi tersendiri untuk menarik konsumen diantaranya :

1. Meningkatkan promosi melalui penyebaran brosur kepada teman-teman dan masyarakat.
2. Share nama kedai dan produk yang dijual ke sosial media seperti, WA, Ig, Facebook, dan lain-lain.
3. Memberikan kupon atau diskon gratis 1 kap kepada pelanggan yang membeli minimal 5 kap minuman.<sup>2</sup>

Dalam menarik konsumen strategi yang saya lakukan yaitu strategi bisnis disebut juga strategi bersaing, biasanya dikembangkan dengan menekankan perbaikan posisi persaingan produk perusahaan dalam industry khusus atau segmen pasar yang dilayani. Strategi bisnis mungkin menekankan pada peningkatan laba dalam produksi dengan cara membagikan brosur.

Agus Hermawan menyatakan Strategi pemasaran sangat diperlukan untuk mencegah penurunan jumlah konsumen serta jatuhnya daya saing produk bisnis di pasar.<sup>3</sup> Strategi merupakan daya cipta (inovasi) serta merupakan cara pencapaian tujuan yang sudah ditentukan oleh pemimpin puncak perusahaan sedangkan fokus pada pemasaran dilakukan oleh manajer pemasaran. Melalui strategi ini sebuah proses pemasaran yang baik dapat dipertahankan, memberikan cara-cara yang baru yang membuat para

---

<sup>2</sup> Kak Irwan (Owner Kedai Enyo) wawancara, tanggal 01 Agustus 2019

<sup>3</sup> Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012)

pelanggan senantiasa menemukan keunikan dalam produk, hal ini merupakan salah satu strategi yang dibutuhkan dalam pemasaran.

Untuk mempersiapkan strategi pemasaran yang efektif, perusahaan harus mempelajari pesaing serta pelanggan aktual dan potensial. Perusahaan-perusahaan perlu mengidentifikasi strategi, tujuan, kekuatan, kelemahan dan pola reaksi pesaing. Mereka juga perlu mengetahui cara merancang sistem intelijen persaingan yang efektif.

Pesaing-pesaing terdekat perusahaan adalah mereka yang berusaha memuaskan pelanggan dan kebutuhan yang sama serta mengajukan tawaran yang sama. Perusahaan juga harus memperhatikan pesainnya, yang mungkin menawarkan cara yang baru atau cara yang lain untuk memuaskan kebutuhan yang sama. Perusahaan harus mengidentifikasi pesaingnya dengan menggunakan analisis industri dan analisis berdasarkan pasar. Adapun strategi Yang digunakan melalui sosial media seperti WA, Facebook dan Ig.

1. Sosial Media adalah struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu dan organisasi ) dan tempat untuk para netter berkolaborasi dengan yang lainnya dengan menunjukkan jalan dimana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga, teman dan lainnya dalam berbagai pendapat, wawasan, pengalaman, pandangan dan melakukan promosi bisnis.

2. WA adalah aplikasi pesan untuk smartpone dengan basic mirip Blackberry Messenger.

3. Facebook merupakan salah satu situs media sosial yang sangat populer di dunia saat ini.

4. Instagram sama halnya dengan facebook merupakan salah satu media sosial yang populer di dunia.

**c. Bagaimana cara mempertahankan kualitas dan rasa pada produk anda?**

**Jawaban:**

Dengan menetapkan takaran setiap minuman seperti gula, susu murni dan fresh milk sesuai dengan selera dan cita rasa konsumen.<sup>4</sup>

**d. Apa yang melatarbelakangi anda sehingga tertarik untuk mendirikan usaha kedai enyo?**

**Jawaban:**

Ada beberapa hal yang melatarbelakangi saya mendirikan usaha ini yaitu:

1. Berusaha hidup mandiri.
2. Mengurangi beban orang tua.
3. Memanfaatkan waktu luang.
4. Untuk tabungan masa depan.
5. Menjadi entrepreneur yang sukses mulai dari hal-hal kecil.<sup>5</sup>

Menjadi seorang entrepreneur muda memang sudah saya minati. Berikut ini beberapa Pengetahuan mengenai usaha, yang akan dimasuki atau dirintis dan lingkungan usaha yang ada:

1. Pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab.
2. Pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis.

Sedangkan, keterampilan yang harus dimiliki wirausaha yaitu :

---

<sup>4</sup> Kak Irwan (Owner Kedai Enyo) wawancara, tanggal 01 Agustus 2019

<sup>5</sup> Kak Irwan (Owner Kedai Enyo) wawancara, tanggal 01 Agustus 2019

1. Keterampilan konsektual dalam mengatur strategi dan memperhitungkan resiko.
2. Keterampilan kreatif dalam menciptakan nilai tambah.
3. Keterampilan dalam memimpin dan mengelola.
4. Keterampilan dalam berkomunikasi dan berinteraksi.
5. Keterampilan tehnik usaha yang akan dilakukan.

Untuk menjadi seorang wirausaha yang sukses, tentu saja harus memiliki kompetensi untuk dapat menghadapi resiko dan tantangan. Pengetahuan saja tidak cukup bagi wirausaha, tetapi juga harus disertai dengan keterampilan yang berupa keterampilan manajerial, konseptual, memahami, mengerti, komunikasi, merumuskan masalah dan cara bertindak, mengatur dan menggunakan waktu dan keterampilan lainnya. Apabila wirausaha, hanya memiliki pengetahuan dan keterampilan hal tersebut tidaklah cukup tetapi wirausaha juga harus memiliki sikap motivasi dan komitmen terhadap pekerjaan yang sedang dihadapinya.

Kompetensi diartikan sebagai pengetahuan, keterampilan dan kemampuan individu, yang langsung berpengaruh pada hasil, karena wirausaha adalah orang yang selalu berorientasi pada hasil.

**e. Apa keunggulan produk kedai enyo dibandingkan produk dari usaha lain?**

Jawaban:

Keunggulan produk kedai enyo adalah, dimana makanan dan minuman yang disediakan masih asli seperti Thai tea, Green tea, Black Choco/coklat dan bubuk lainnya, kopi yang langsung diambil dari toraja dengan tidak menggunakan zat kimia atau zat pengawet. Hal tersebut dilakukan karena memikirkan kesehatan konsumen agar tidak terjadi

sesuatu yang akan membuat konsumen jera dan tidak mau lagi membeli produk yang dimiliki sehingga sangat perlu menjaga kualitas penjualan.<sup>6</sup>

Selain itu, Kak Irwan tidak menggunakan zat-zat pengawet yang berbahaya karena produk yang dimiliki sudah cukup tahan lama yakni bisa bertahan lebih dari 1 minggu karena menggunakan produk yang awet dan asli.

**f. Bagaimana penerapan kedai enyo dalam berwirausaha ditinjau dari pandangan Islam?**

Jawaban:

Dalam menerapkan kedai enyo yang dilakukan adalah:

1. Memprioritaskan kenyamanan dan keinginan konsumen.
2. Menggunakan sistem bagi hasil (mudharabah).
3. Tidak mengandung riba artinya sesuai dengan harga dan kualitas rasa.<sup>7</sup>

Sebagai seorang muslim pastilah kita melakukan aktivitas jual beli sesuai dengan aturan dan akidah Islam, dimana seorang penjual harus berperilaku ramah dan sopan terhadap semua konsumen agar konsumen merasa nyaman, tidak membedakan individu baik berdasarkan warna kulit, ras, kebangsaan, agama, jenis kelamin dan usia. Dalam agama Islam bentuk kegiatan kewirausahaan bukanlah menjadi sesuatu yang baru. Keduanya bagaikan dua buah sisi mata uang yang tidak dapat dipisahkan. Nabi Muhammad SAW, istrinya dan para sahabat nabi pun juga melakukan kegiatan wirausaha. Meskipun dalam bentuk kajiannya tidak ditemukan adanya aturan-aturan yang mengatur tentang kewirausahaan dalam ekonomi Islam secara eksplisit. Rasulullah Saw bersabda "Hendaklah kamu melakukan perdagangan karena didalam perdagangan tersebut terdapat 90 pintu rezeki yang dapat terbuka. Dalam sejarah Islam dikatakan bahwa kegiatan

---

<sup>6</sup> Kak Irwan (Owner Kedai Enyo) wawancara, tanggal 01 Agustus 2019

<sup>7</sup> Kak Irwan (Owner Kedai Enyo) wawancara, tanggal 01 Agustus 2019



berwirausaha sudah dilakukan sejak zaman nabi dan para sahabatnya, jadi sebenarnya kegiatan berwirausaha itu telah menjadi ciri khas bagi umat Islam yang sudah dilakukan sejak dahulu. Dengan kata lain etos bisnis yang ada dalam agama Islam sudah sangat lama dikembangkan menjadi etika yang bernilai tinggi dalam menunjang kemaslahatan usaha. Kegiatan perdagangan Islam ini juga menjadi kendaraan bagi umat Islam untuk dapat menyebarkan syiar Islam ke berbagai belahan dunia. Kegiatan perekonomian dalam agama Islam berbeda dengan kegiatan perekonomian yang lain. Ekonomi Islam menjadi acuan bagi para umat muslim dalam menjalankan kegiatannya. Dimana para pelaku ekonomi Islam berkegiatan selalu mengutamakan adanya nilai ketuhanan dan dalam setiap kegiatannya selalu dibarengi adanya niat dan harapan untuk mendapat ridho dari Allah SWT.

Terdapat beberapa penerapan dalam berbisnis yang diterapkan dalam agama Islam dijadikan sebagai acuan dalam perkembangan dunia wirausaha yang dilakukan oleh pelaku-pelaku kewirausahaan muslim. Penerapan tersebut telah diatur oleh Allah SWT dalam kitab Alquran:

- a. Dalam menjalankan bisnis Islam yaitu dengan mengedepankan adanya prinsip kejujuran dalam berbisnis. Hal ini sesuai dengan apa yang dicontohkan oleh nabi Muhammad SAW.
- b. Tidak berbuat ingkar, Hendaklah seorang pelaku bisnis menepati setiap perkataan dan selalu memenuhi apa yang telah dia janjikan.
- c. Memprioritaskan kenyamanan dan keinginan konsumen.
- d. Menggunakan sistem bagi hasil (mudharabah).

- e. Menjual barang-barang yang halal dan suci, etika bisnis dalam agama Islam mengharuskan adanya kegiatan jual beli dengan menggunakan komoditas barang yang sesuai dengan Syariat. Tidak dibenarkan dalam bisnis Islam menjual barang-barang yang tidak halal dan tidak jelas kadarnya.
- f. Dilakukan dengan persetujuan kedua belah pihak, etika kegiatan bisnis dalam ekonomi Islam mengharuskan adanya kesepakatan pada saat ijab-qabul yang terjadi antara pelaku bisnis sehingga kegiatan berbisnis tidak bersifat memaksa dan memberatkan satu pihak. Etika bisnis ini memberikan pemahaman bahwa segala bentuk kegiatan transaksi akan dianggap baik jika dalam pelaksanaan keduanya saling menerima dan sepakat.
- g. Apa kendala yang dihadapi oleh kedai enyo dalam memasarkan produknya?**

Jawaban:

Menurut kak Irwan dari hasil wawancara kendala yang dihadapi kedai enyo yaitu banyaknya pesaing warung/kedai yang bermunculan baik di lokasi berjualan ataupun yang berada disekitaran kota palopo dan apabila terjadi hujan terkadang pelayanan operasional tidak berjalan, apalagi salah satu pesaing yang berdekatan dengan kedai selalu mengikuti apa yang baru dari produk yang saya ciptakan.<sup>8</sup>

Selain dari kendala banyaknya pesaing dikota palopo, kendala yang dihadapi juga seperti faktor cuaca seperti hujan turun seketika. Dalam suatu usaha

---

<sup>8</sup> Kak Irwan (Owner Kedai Enyo) wawancara, tanggal 01 Agustus 2019

atau pasar tentu saja banyak persaingan seperti yang dijelaskan berikut ini menurut Philip Kotler:

#### 1. Persaingan Merk

Perusahaan dapat melihat pesaingnya sebagai perusahaan lain yang menawarkan produk dan jasa yang sama atau sejenis kepada pelanggan yang sama dengan kisaran harga yang sama.

#### 2. Persaingan Industri

Perusahaan dapat melihat pesaingnya lebih luas lagi yaitu perusahaan menganggap pesaing utamanya sebagai semua perusahaan yang membuat dan menjual produk dan jasa yang sama.

#### 3. Persaingan Bentuk

Perusahaan dapat melihat pesaingnya lebih luas lagi yaitu semua perusahaan menghasilkan produk yang memberikan manfaat yang sama.

#### 4. Persaingan Umum

Perusahaan dapat memandang pesaing utamanya dalam arti yang lebih luas lagi yaitu semua perusahaan yang bersaing untuk konsumsi rupiah yang sama.

#### **h. Faktor apa yang membuat anda mendirikan usaha kedai enyo?**

Jawaban:

Dengan melihat banyaknya Teman-teman, kerabat yang berdatangan baik untuk jalan-jalan atau sekedar lewat di kota palopo saya ada minat dengan melihat peluang menjadi entrepreneur muda akhirnya saya ada niat dengan modal nekad untuk mendirikan usaha ini mulai dari usaha yang kecil-kecil dari berjualan di lapangan pancasila palopo hingga

akhirnya saya memutuskan pindah ke Taman I love Palopo City di Jl. Andi kambo Kota Palopo.<sup>9</sup>

Seperti yang dipaparkan sebelumnya bahwa minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan serta kesadaran untuk bekerja keras atau berkemauan keras dengan adanya pemusatan perhatian untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut akan risiko yang akan dihadapi, senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami, serta mengembangkan usaha yang diciptakannya. Di dalam dunia wirausaha konvensional, menurut Suwarman bahwa minat berwirausaha diukur dari komponen kognitif sebagai pengetahuan yang bersumber dari pengalaman, komponen afektif yakni tentang perasaan seseorang, dan konatif yang berupa perbuatan.<sup>10</sup>

Islam memandang minat berwirausaha jauh lebih komprehensif. Tidak hanya sekedar aspek duniawi dan materi, namun juga pada aspek etika dan spiritual. Islam memandang minat berwirausaha harus berlandaskan prinsip dan muslim. Integritas wirausahawan muslim tersebut terlihat dalam sifat-sifat sebagai berikut:

1. Motivasi bersifat vertikal dan horizontal Secara horizontal terlihat pada dorongannya untuk mengembangkan potensi dirinya dan keinginannya untuk selalu mencari manfaat sebesar mungkin bagi orang lain. Sementara secara vertikal dimaksudkan untuk mengabdikan diri kepada Allah SWT. Motivasi di sini berfungsi sebagai pendorong, penentu arah, dan penetapan

---

<sup>9</sup> Kak Irwan (Owner Kedai Enyo) wawancara, tanggal 01 Agustus 2019

<sup>10</sup> Justin (Salim Segaf Al-Djufri, *Islamic Business Strategy for Entrepreneurship*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2006), h.11-12)

skala prioritas. Rasulullah SAW menyebutkan bahwa nilai suatu pekerjaan dilihat dari kualitas niatnya sendiri.

2. Niat suci dan ibadah Islam menekankan bahwa keberadaan manusia di dunia adalah untuk mengabdikan diri kepada-Nya. Bagi seorang muslim, menjalankan usaha merupakan aktivitas ibadah, sehingga ia harus dimulai dengan niat yang suci (*lillahita'ala*). Sebab dengan itulah ia memperoleh garansi keberhasilan dari Tuhan.

**i. Dari mulai berdirinya kedai enyo hingga sekarang apakah mengalami peningkatan pendapatan atau justru menurun?**

Jawaban:

Dari awal saya berjualan Alhamdulillah pendapatan saya terus meningkat setiap harinya namun terkadang pada saat-saat tertentu karena cuaca yang tidak mendukung yang mengakibatkan hujan turun biasanya pendapatan saya menurun.<sup>11</sup>

Dalam menjalankan sebuah usaha pasang surut suatu usaha memang kadang terjadi apakah pendapatan kita mengalami kenaikan atau penurunan tergantung dari konsumen atau pembeli.

**j. Apa modal utama anda mendirikan usaha kedai enyo?**

**Jawaban:**

Modal utama mendirikan kedai enyo adalah:

1. Niat
2. Semangat
3. Keyakinan
4. Optimis
5. Modal/Uang<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Kak Irwan (Owner Kedai Enyo) wawancara, tanggal 01 Agustus 2019

<sup>12</sup> Kak Irwan (Owner Kedai Enyo) wawancara, tanggal 01 Agustus 2019

Karena dengan adanya niat dengan penuh semangat dan keyakinan maka saya mendirikan kedai ini dengan terus optimis bahwa saya bisa menjadi entrepreneur yang kreatif dan mandiri dengan modal yang terbilang pas-pasan.

Dalam berwirausaha, modal tidak selalu identik seperti uang dan barang yang berwujud, tetapi juga dapat berupa modal yang tidak berwujud seperti modal intelektual, modal sosial, modal moral dan modal mental yang dilandasi dengan nilai agama.

### **C. Pembahasan**

#### **a. Penerapan Ilmu Ekonomi Islam terhadap Kreativitas Mahasiswa Dalam Berwirausaha**

Berdasarkan wawancara terhadap owner kedai enyo, sebagai seorang muslim pastilah kita melakukan aktivitas jual beli sesuai dengan aturan dan akidah Islam, dimana seorang penjual harus berperilaku ramah dan sopan terhadap semua konsumen agar konsumen merasa nyaman, tidak membedakan individu baik berdasarkan warna kulit, ras, kebangsaan, agama, jenis kelamin dan usia. Dalam agama Islam bentuk kegiatan kewirausahaan bukanlah menjadi sesuatu yang baru. Keduanya bagaikan dua buah sisi mata uang yang tidak dapat dipisahkan. Nabi Muhammad SAW, istrinya dan para sahabat nabi pun juga melakukan kegiatan wirausaha. Meskipun dalam bentuk kajiannya tidak ditemukan adanya aturan-aturan yang mengatur tentang kewirausahaan dalam ekonomi Islam secara eksplisit. Rasulullah Saw bersabda”Hendaklah kamu melakukan perdagangan karena didalam perdagangan tersebut terdapat 90 pintu rezeki yang dapat terbuka.

Dalam sejarah Islam dikatakan bahwa kegiatan berwirausaha sudah dilakukan sejak zaman nabi dan para sahabatnya, jadi sebenarnya kegiatan berwirausaha itu telah menjadi ciri khas bagi umat Islam yang sudah dilakukan sejak dahulu. Dengan kata lain etos bisnis yang ada dalam agama Islam sudah sangat lama dikembangkan menjadi etika yang bernilai tinggi dalam menunjang kemaslahatan usaha. Kegiatan perdagangan Islam ini juga menjadi kendaraan bagi umat Islam untuk dapat menyebarkan syiar Islam ke berbagai belahan dunia. Kegiatan perekonomian dalam agama Islam berbeda dengan kegiatan perekonomian yang lain. Ekonomi Islam menjadi acuan bagi para umat muslim dalam menjalankan kegiatannya. Dimana para pelaku ekonomi Islam berkegiatan selalu mengutamakan adanya nilai ketuhanan dan dalam setiap kegiatannya selalu dibarengi adanya niat dan harapan untuk mendapat ridho dari Allah SWT.

Terdapat beberapa penerapan dalam berbisnis yang diterapkan dalam agama Islam dijadikan sebagai acuan dalam perkembangan dunia wirausaha yang dilakukan oleh pelaku-pelaku kewirausahaan muslim. Penerapan tersebut telah diatur oleh Allah SWT dalam kitab Al-Qur'an:

- a. Dalam menjalankan bisnis Islam yaitu dengan mengedepankan adanya prinsip kejujuran dalam berbisnis. Hal ini sesuai dengan apa yang dicontohkan oleh nabi Muhammad SAW.
- b. Tidak berbuat ingkar, Hendaklah seorang pelaku bisnis menepati setiap perkataan dan selalu memenuhi apa yang telah dia janjikan.
- c. Memprioritaskan kenyamanan dan keinginan konsumen.
- d. Menggunakan sistem bagi hasil (mudharabah).

e. Menghindari riba, seperti dalam berbagai kajian ilmu ekonomi yaitu menyatakan bahwa perbedaan mendasar daripada ekonomi Islam dan Konvensional adalah pengharaman riba dan sejenisnya dalam segala kegiatan transaksi.

f. Menjual barang-barang yang halal dan suci, agama Islam mengharuskan adanya kegiatan jual beli dengan menggunakan komoditas barang yang sesuai dengan Syariat. Tidak dibenarkan dalam bisnis Islam menjual barang-barang yang tidak halal dan tidak jelas kadarnya.

g. Dilakukan dengan persetujuan kedua belah pihak, kegiatan bisnis dalam ekonomi Islam mengharuskan adanya kesepakatan pada saat ijab-qabul yang terjadi antara pelaku bisnis sehingga kegiatan berbisnis tidak bersifat memaksa dan memberatkan satu pihak.

### **Faktor yang Menjadikan Prinsip Ilmu Ekonomi Islam dalam Meningkatkan Kualitas Kreatifitas Usaha Mahasiswa**

Dalam meningkatkan kualitas faktor yang mempengaruhi prinsip ilmu ekonomi Islam mahasiswa menjalankan usahanya yaitu:

- 1) Adanya niat pada diri sendiri
- 2) Modal
- 3) Adanya semangat dan keyakinan yang tinggi
- 4) Bersikap jujur dalam menjalankan usaha
- 5) Tidak boleh berpuas diri dengan apa yang sudah didapatkan
- 6) Bisnis yang akan dijalankan jangan sampai menimbulkan kerusakan lingkungan hidup



- 7) Proses mencari rezeki merupakan suatu tugas yang wajib bagi seorang muslim
- 8) Adanya minat menjadi pengusaha muda
- 9) Selalu mengutamakan kepuasan pelanggan
- 10) Berusaha mempertahankan kualitas rasa

Karena dengan adanya niat dan keinginan yang tinggi seseorang dalam berwirausaha selalu mempertahankan kualitas rasa pada produk dengan menetapkan takaran setiap minuman seperti gula, susu murni dan fresh milk sesuai dengan selera dan cita rasa konsumen serta dengan adanya keinginan, ketertarikan serta kesadaran untuk bekerja keras atau berkemauan keras dengan adanya pemusatan perhatian untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut akan risiko yang akan dihadapi, senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami, serta mengembangkan usaha yang diciptakannya.

Dalam sudut pandang apapun kreativitas akan sangat terasa dalam kehidupan kita sehari-hari. Terlebih jika seseorang tengah berada dalam suatu masalah. Dalam sebuah permasalahan seseorang pasti akan berfikir bagaimana cara yang harus dilakukan untuk menghadapinya. Kemampuan berfikir itulah yang akan dikembangkan menjadi daya kreatif seseorang. Daya kreatif itu akan secara spontan akan muncul dari dalam diri seseorang yang bukan merupakan pemikiran dari orang lain.

Dalam prinsip ilmu ekonomi islam seseorang wirausaha selalu mengutamakan nilai-nilai islami seperti yang di ajarkan oleh Rasulullah SAW dan para sahabatnya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan :**

1. Berdasarkan penelitian tersebut, maka penulis menyimpulkan bahwa penerapan ilmu ekonomi Islam dalam berwirausaha bukanlah hal yang asing , justru inilan yang sering dipraktikkan oleh Nabi, istrinya, para sahabatnya dan juga para ulama ditanah air. Islam bukan hanya bicara soal kreativitas dalam berwirausaha melainkan langsung mempraktikkan kedalam kehidupan nyata. Ekonomi Islam menjadi acuan bagi para umat muslim dalam menjalankan kegiatannya. Dimana para pelaku ekonomi Islam berkegiatan selalu mengutamakan adanya nilai ketuhanan dan dalam setiap kegiatannya selalu dibarengi adanya niat dan harapan untuk mendapat ridho dari Allah SWT.
2. Kreatifitas merupakan aspek penting dalam dunia usaha. Tidak hanya bagi para senior, tetapi juga pendatang baru yang memulai berkecimpung di dunia usaha. Sebagai modal awal, kreatifitas ini tidak hanya mendukung tetapi juga sangat mempengaruhi intensi berwirausaha, yang merupakan sumber bagi lahirnya wirausaha-wirausaha baru di masa depan.

## **B. Saran**

Berdasarkan pada hasil penelitian di atas terdapat beberapa hal yang dapat disarankan, yakni sebagai berikut:

1. Mahasiswa diharapkan dapat lebih kreatif dalam berwirausaha untuk memanfaatkan waktu mereka.
2. Dengan adanya penelitian ini diharapkan juga kepada para Enterpreneur muda baik dari kalangan mahasiswa atau lainnya dapat terus menjalankan usahanya dengan penuh keyakinan dan percaya diri sesuai dengan syariat Islam. Sehingga mahasiswa memiliki wawasan yang lebih baik dan lebih lengkap seputar dunia wirausaha yang sesuai dengan syariat Islam.

## Daftar Pustaka

- Batubara, Annisa Anggit Nofrida. "Pengaruh Kreatifitas Dan Pengetahuan Manajemen Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Tanjungpura)." *Jurnal Manajemen Update* 8.3.
- Burhanudin, Abdullah Nafi. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa IAIN Walisongo Semarang Prodi Ekonomi Islam. Diss. Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam: Ekonomi Islam, 2012.
- Citradewi, A., & Margunami. (2016). Pengaruh Kepribadian, Pendidikan Kewirausahaan, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Aktivitas Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Semarang. *Economic Education Analysis Journal* Vol 5. No. 2.
- Departemen Agama RI, Al-Quran dan Terjemahan.
- Dr. H. Ali Musa Pasaribu, Kewirausahaan Berbasis Agribisnis, Yogyakarta: Andi 2015, h. 21.
- Ela Hayati. "Usaha Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam ( Studi kasus Petani Nanas Desa Totokaton Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah )", 2017.
- Fikrian, Mukhlis. Analisis Peran Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Angkatan 2014). Diss. UIN Raden Intan Lampung, 2018.
- Heni Widyaningsih. "Hubungan Antara Kreativitas Dengan Minat Berwirausaha Mahasiswa AKPAR BSI Yogyakarta Ditinjau Dari Jenis Pekerjaan Orang Tua", 2017.
- H. R. Al-Baihaqi Juz III, h. 106.
- Karyaningsih, Rr Ponco Dewi. "Hubungan Kreativitas, Efikasi Diri dan Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)* 5.2 (2017): h. 162-175.
- Mardatillah, A. (2013). Etika bisnis dalam perspektif islam. *Journal Islamic Science*, 6 (April 2013), h. 89–98.
- Mayasari, T., Kadarohman, A., & Rusdiana, D. (2013). Eksplorasi Dimensi Kreativitas Untuk Pengembangan Produk Kreatif Energi Baru dan Terbarukan. *Jurnal Pengajaran MIPA*. Vol. 18 No. 2 h. 221-229.
- Muhammad Isnan Nurfaqih, Rizqi Anfanni Fahmi. "Social Entrepreneurship (Kewirausahaan Sosial) dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Program*

Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia, 2018.

Nurfaqih, Muhammad Isnain, and Rizqi Anfanni Fahmi. "Social Entrepreneurship (Kewirausahaan Sosial) dalam Perspektif Ekonomi Islam." (2018).

Noormalita Primandaru. Jurnal *Economia* "Analisis Faktor-faktor Yang Berpengaruh Pada Minat Berwirausaha Mahasiswa", 2017.

Putra, Bagus Pramana. "Pengaruh Locus of Control dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha (Studi pada Mahasiswa Ekonomi Islam Febi UINSU)." (2018).

Rianto, S & Al Banin, Q. (2015). Pengaruh Pengetahuan Manajemen Mahasiswa Terhadap Intensi Berwirausaha Yang Dimoderasi Oleh Kecerdasan Emosional Dan Kecerdasan Spritual. STIE Islam Bumiayu Indonesia.

Ristiani, Dwi. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Angkatan 2013). Diss. UIN Raden Intan Lampung, 2017.

Thomas W. Zimmerer, Norman M. Scarborough, *Kewirausahaan dan Manajemen usaha Kecil*, Jakarta: Salemba Empat 2015, h. 25.

Wulandari, P.H (2018) Pengaruh Kreativitas dan Hasil Belajar Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Kelas XI Tata Niaga SMK Negeri 1 Kota Jambi.

**LAMPIRAN**



Gambar 1.1 Tempat Usaha Kedai Enyo



Gambar 1.2 Karyawan Usaha Kedai Enyo



Gambar 1.3 Wawancara dengan Owner Kedai Enyo Kak Irwan



Gambar 1.4 Wawancara dengan konsumen tetap Kedai Enyo Kak Lugis



## RIWAYAT HIDUP



Sodirin lahir di Putemata, Kec. Malangke, Kab. Luwu Utara, Provinsi Sulawesi Selatan pada tanggal 02 Desember 1996. Anak Pertama dari dua bersaudara dari pasangan ayahanda Saiman dan ibunda Tuniyem. Penulis pertama kali menempuh pendidikan formal pada tahun 2003 di SDN 126 Putemata dan tamat pada tahun 2009. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ditingkat SMP, tepatnya di SMP Negeri 3 Malangke Barat dan tamat pada tahun 2012. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ditingkat SMA, tepatnya di SMK Negeri 1 Palopo dan dinyatakan lulus pada tahun 2015.

Pada tahun 2015 penulis melanjutkan pendidikan sampai kejenjang perguruan tinggi. Penulis memilih untuk melanjutkan pendidikan di **Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo**, dengan Program Studi Ekonomi Syariah (EKIS) fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Berbagai macam rintangan yang dihadapi di Perguruan Tinggi tidak menyurutkan langkahnya untuk terus aktif dan mengikuti perkuliahan dan berhasil menyelesaikan studi pada tahun 2019.

Seiring dengan berjalannya waktu, dengan berjalannya aktivitas yang padat diperkuliahan dan aktivitas lainnya, namun penulis berhasil menyelesaikan karya tulis ilmiah dengan judul *Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kreatifitas Mahasiswa Dalam Berwirausaha (Studi Usaha Kedai Enyo)* sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pendidikan jenjang program Strata Satu (S1) Ekonomi.