

Literasi Kewirausahaan Sosial Islam pada Pengusaha Muslim di Indonesia

Alifya Nurul Falach¹

¹ Program Pascasarjana Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia;
alifyafalach@gmail.com

Abstrak : In emerging nations, there is an issue with the lack of entrepreneurs. Indonesia faces a number of difficulties, one of which is the dearth of Muslim businesspeople. Islamic entrepreneurship is frequently linked to moral and social values, which are actually ways that Muslims uphold the principles of their religion. This study makes an offer to provide a theoretical framework for encouraging Muslim businesspeople to engage in Islamic social entrepreneurship.

Kata Kunci: Islamic Social Entrepreneurship; Muslim entrepreneur; Creation of social value.

Pendahuluan

Diskursus mengenai kewirausahaan terus berkembang dan selalu menarik untuk dikaji baik dari sisi akademis maupun praktis berkaitan dengan *role model* kewirausahaan yang bersifat dinamis mengikuti arus ekonomi. Banyak aspek terlibat dalam proses kewirausahaan yang bermuara pada kegiatan wirausaha dan peningkatan jumlah wirausaha di yakini dapat memperkuat ketahanan ekonomi nasional (Kemenperin, 2018).

Islam adalah agama wirausaha (Kayed & Hassan, 2013). Namun realitas di lapangan khususnya Indonesia sebagai peringkat satu agama mayoritas Islam dunia justru memiliki jumlah wirausaha masih sangat minim. Rasio kewirausahaan di Indonesia sekitar 3,47 persen. Tertinggal dengan negara ASEAN seperti Thailand 4,2 %, Malaysia 4,7 % dan Singapura yang mencapai 8,7 %. Untuk menjadi negara maju jumlah wirausaha minimum 4 persen dan saat ini rata-rata negara maju jumlah wirausahanya sudah mencapai 12 persen (Situmorang, 2021)

IDAROTUNA: Jurnal Administrative
Science Vol 5 No 1 Mei 2023
<https://10.54471/idarotuna.v4i1.40>

Received: April 01, 2023
Accepted: April 22, 2023
Published: May 12, 2023

Publisher's Note: Program Study
Office Administrative stays neutral
with regard to jurisdictional claims in
published maps and institutional
affiliations.



Copyright: © 2023 by the authors.
Submitted for possible open access
publication under the terms and
conditions of the Creative Commons
Attribution (CC BY) license
(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Untuk menyelesaikan permasalahan minimnya jumlah wirausaha pemerintah Indonesia menargetkan rasio kewirausahaan mencapai 3,95% di tahun 2024. Hal ini didukung dengan adanya Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 2 tahun 2022, tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional (Kemenkop, 2022).

Selain permasalahan jumlah wirausaha yang minim, ditemukan hasil penelitian bahwa negara-negara berpenduduk mayoritas Muslim (>50% dari populasi) berhubungan positif dengan kapitalisme pasar bebas bahkan mengungguli Protestan dalam beberapa dimensi institusi kapitalis. (Soysa, 2019) Artinya sebagian besar pengusaha muslim belum menerapkan kewirausahaan sesuai tuntunan Islam.

kewirausahaan Islam harus dilihat baik sebagai bisnis yang dilakukan oleh umat Islam maupun bisnis yang dilakukan kepada umat Islam. kewirausahaan Islam tidak hanya bisnis yang dijalankan oleh umat Islam, tetapi juga bisnis yang berorientasi pada pasar Islam. Kedua perspektif harus dipertimbangkan untuk membangun kontribusi teoritis di bawah pendekatan yang lebih luas untuk mendefinisikan konstruk tersebut dan variabelnya masing-masing. (Carneiro-Da-Cunha et al., 2015)

Tinjauan kritis terhadap literatur relevan yang tersedia menyimpulkan bahwa topik Kewirausahaan Islam tidak hanya kurang terwakili dalam literatur tetapi juga sebagian besar diabaikan oleh para peneliti. Dunia Islam dianggap hanya mengimpor ide-ide kewirausahaan daripada mengeksponnya dan berkontribusi secara positif untuk ekonomi global. Padahal pada abad-abad awal peradaban Islam, bisnis muslim berkembang dan praktik inovatif dalam perdagangan dan perdagangan secara luas di adopsi oleh non-Muslim (Kayed & Hassan, 2013)

Dalam Ekonomi Islam bentuk agama yang membawa rahmat bagi alam semesta dengan menerapkan kepentingan social fundamental bagi kehidupan yang berkeadilan dalam rangka mengurangi kesenjangan sosial dalam kehidupan manusia (Ahyani et al., 2021). Kewirausahaan sosial Islam saat ini diakui sebagai proses dua arah, menangani masalah sosial dan ekonomi yang dapat membawa inklusi sosial, kesetaraan, dan pembangunan bagi kelompok yang kurang beruntung di masyarakat. (Sardana et al., 2019).

Hasil dan Pembahasan

1. Karakteristik Potret Kewirausahaan Sosial di Indonesia

Menurut laporan BPS, saat ini pengusaha di Indonesia di dominasi oleh laki laki dengan presentase sebanyak 79,74% dan perempuan sebanyak 20,26%. Klasifikasi tersebut tidak

terbagi dalam agama pelaku usaha, namun dapat digaris bawahi bahwa jumlah pengusaha masih sangat minim. Belum ditemukan data mengenai presentase khusus pengusaha muslim namun di beberapa negara ditemukan penelitian bahwa wirausaha sosial paling aktif berada di Amerika Serikat dan Cina sebanyak 30%, sub-Sahara Afrika 10% dan Asia, termasuk Indonesia memiliki wirausaha sosial paling sedikit (5%). (Yunanto et al., 2021).

Pelaku kewirausahaan didominasi oleh jenjang Pendidikan Strata 1. Lebih spesifik Pelaku kewirausahaan aktivitas kesehatan manusia dan aktivitas sosial sebesar 56,37 % dilakukan oleh individu dengan tingkat Pendidikan strata 2 dan strata 3 (Bps, 2021). Dalam konteks kewirausahaan sosial, hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa perempuan lebih cocok untuk memimpin usaha sosial. Temuan menunjukkan bahwa wirausahawan sosial perempuan memiliki motivasi yang tinggi terhadap isu-isu sosial. Juga pengusaha perempuan menunjukkan transisi halus antara dua pendekatan sebab-akibat dan akibat selama proses penciptaan usaha (Rosca et al., 2020) Perempuan lebih cenderung menerjemahkan keinginan positif menjadi kewirausahaan sosial (Dickel & Eckardt, 2021)

Di Israel, meskipun cukup beragam, wirausahawan sosial sebagian besar adalah perkotaan, dengan status ekonomi sosial menengah atau menengah-tinggi, dengan tingkat pendidikan tinggi (Bar-Shalom dan Sarel 2011; Bin-Noon 2009; Oliver-Lumerman, Zilber, dan Shalit 2013 ; Weiman-Cocton 2006). (Cohen et al., 2019). Penelitian lain mengemukakan sebagian besar wirausahawan sosial (62,4%) berusia paruh baya, berkisar antara 31 hingga 50 tahun dan berpendidikan tinggi, karena 36,7% adalah lulusan dengan pendidikan tinggi dan 31,9% memiliki gelar pascasarjana. Sebagian besar dari mereka adalah anggota baru di UK mereka (52,7%) dan sebelum bergabung dengan perusahaan sebagian besar adalah karyawan (47,3%) dan wiraswasta atau anggota di perusahaan lain (33,2%), masing-masing di bidang kegiatan yang tidak relevan dan relevan. (Sotiropoulou et al., 2021)

Dari beberapa uraian fenomena kewirausahaan social berbagai negara, sekiranya di Indonesia pengembangan kewirausahaan dapat berorientasi pada kewirausahaan social Islam karena karakteristik wirausaha saat ini bersesuaian dengan karakteristik kewirausahaan social di berbagai negara. Peran pemerintah menjadi sentral dalam hal ini. Jika di urai dalam filosofinya kewirausahaan social juga memberi kontribusi besar pada permasalahan negara karena orientasi bisnisnya tidak hanya mengacu pada aspek material semata namun juga berupaya menyelesaikan permasalahan sosial disekitarnya.

2. Kewirausahaan Sosial Islam

Pada konteks kewirausahaan sosial, paling tidak akan ditemukan tiga istilah yang saling berkaitan yaitu social entrepreneurship (kewirausahaan sosial), social entrepreneur

(wirausaha sosial atau orang yang melakukannya) dan social enterprise (lembaga/institusi atau perusahaan sosial yang menaungi aktivitas kewirausahaan sosial). (Herry Wibowo., 2015) Sehingga pengusaha sosial harus memiliki minimal tiga kriteria tersebut.

Kewirausahaan sosial memiliki definisi yang sangat beragam. Hal ini juga dikemukakan berbagai penelitian dan beberapa mengungkap Kurangnya pekerjaan statistik pada Kewirausahaan sosial menjadi sebab banyaknya ragam definisi yang ada saat ini (Desmarchelier et al., 2022). Meski demikian, kewirausahaan sosial telah berkembang di berbagai Negara dan dipandang sebagai pendekatan prospektif untuk mengatasi masalah-masalah sosial yang selama ini tidak dapat diselesaikan melalui pemerintah, organisasi sosial atau bisnis profit (Guritno et al., 2019) karena kesadaran pribadi dengan memulai perjalanannya mengenali masalah sosial disekitar mereka dan mencoba menyelesaikan melalui berbagai kegiatan yang membutuhkan keterlibatan intens dengan masyarakat (Eslahchi & Osman, 2021) Hal ini juga diperkuat oleh pengusaha property Syariah Ibu Nelly yang dalam bisnis nya juga mengedepankan aspek sosial mengatakan

“Dalam bisnis yang kita jalankan, aspek utama yang kita utamakan tidak hanya aspek bisnis tapi juga memerhatikan aspek social. Seorang pengusaha muslim harus menjalankan usaha sesuai dengan ajaran Islam, harus menjalankan dan mengamalkan yang diketahui”

Menumbuhkan kewirausahaan social Islam bermula dari pemahaman pengusaha untuk mempraktikan ajaran agamanya. Bagaimana tuntunan agama tidak terpisahkan dari praktik muamalat kontemporer yang dijalankan. Selain itu dibutuhkan peran dan kontribusi banyak pihak. Akademisi harus fokus pada pendidikan kewirausahaan sosial dan pemerintah harus menyusun kebijakan yang mendorong usaha wirausaha sosial untuk membantu solusi masalah sosial.(Naveed et al., 2021)

wirausaha sosial telah menjadi terkenal sebagai tokoh budaya yang bercerita inspirasional mempromosikan kehidupan kerja yang baik untuk diri sendiri dan baik untuk dunia. Dengan memeriksa secara kritis pola komunikasi wirausahawan sosial yang menceritakan spiritualitas pribadi dan organisasi.(Mattson, 1998)

3. Aspek permodalan

Dalam dunia usaha, aspek permodalan memiliki peran yang sangat penting. Berbeda dengan usaha komersial, salah satu permodalan pada usaha sosial sangat dipengaruhi oleh gaya linguistic (Parhankangas & Renko, 2017) sehingga kewirausahaan sosial yang memanfaatkan ekonomi baru dan membangun kekayaan, sistem lingkungan. beberapa

kegiatan harus diselenggarakan oleh pemerintah untuk membantu pengusaha, sedangkan pengusaha termotivasi secara sosial untuk membangun usahanya. (Del Giudice et al., 2019)

Sumber daya modal sosial pengusaha adalah penentu kinerja ekonomi bisnisnya. Pengaruh sumber daya modal sosial dimoderasi oleh intensitas persaingan dalam industri dan pengalaman pengusaha. kinerja ekonomi lebih dipengaruhi oleh sumber daya jaringan profesional dan institusional daripada oleh sumber daya jaringan lainnya (Hernández-Carrión et al., 2017)

Dalam wawancara dikemukakan bahwa tidak dapat dipungkiri, karena keuntungan pada kewirausahaan social bukanlah aspek utama, kerap kali pengambilan margin usaha tidak terlalu banyak sehingga para stakeholder khususnya investor yang terlibat pada usaha yang dijalankan harus memiliki visi yang sama dalam sudut pandang bisnisnya.

4. Aspek Inovasi

Keberlangsungan Wirausaha membutuhkan inovasi produk maupun proses. Di Indonesia sebanyak 23,41% usaha telah memperkenalkan produk barunya ke pasar atau telah melakukan inovasi produk. Sementara itu, sebanyak 23,90% usaha telah menerapkan proses baru dalam kegiatan usahanya atau telah menerapkan inovasi proses (Bps, 2021). Berdasar presentase tersebut lebih banyak wirausaha yang tidak melakukan inovasi.

Lingkup kewirausahaan social mencakup kombinasi inovasi, sumber daya dan peluang untuk menangani masalah sosial dan lingkungan. Sehingga untuk mendapatkan solusi yang lebih baik untuk masalah masalah social inovasi dan kelincahan wirausaha social perlu di optimalkan. Lembaga negara tidak memiliki ciri khas yang diwakili oleh para wirausaha social memiliki fokus yang lebih besar pada hasil dan kemampuan untuk mengeksplorasi berbagai model pemecahan masalah (Sciences & Gorica, n.d.). wirausaha social memiliki peran kunci yang bertindak sebagai jembatan antara manajer inovasi dan individu yang mencerminkan teknologi (Battisti, 2019)

Kedmenec dan Strašek (2017) menyatakan bahwa negara-negara dengan orientasi jangka panjang akan memiliki tingkat kewirausahaan sosial yang lebih tinggi. Sedangkan negara-negara dengan orientasi jangka pendek fokus pada pencapaian tujuan yang cepat. Studi-studi ini memberikan wawasan praktis untuk menyoroti bahwa wirausahawan sosial menghargai komitmen jangka Panjang (Pounder, 2021)

Wirausaha sosial adalah mereka yang lebih tinggi dalam keterbukaan terhadap pengalaman, karakteristik kepribadian manajerial yang lebih rendah, dan lebih didorong oleh ideologi daripada peran kepemimpinan dan orientasi perubahan sosial termasuk

keuntungan. Wirausaha sosial juga memiliki ideologi awal yang lebih kuat dan pelatihan kepemimpinan (Cohen et al., 2019).

Terbukti bahwa peran kewirausahaan sosial menumbuhkan kemampuan inovatif, pengembangan proaktif, dan keberanian mengambil risiko bagi masyarakat di Indonesia dan dampak nilai-nilai sosial menumbuhkan pengakuan sosial, tanggung jawab, dan kontribusi terhadap ekonomi dengan sikap dengan kepemimpinan transformasional yang potensial. perilaku serta motivasi inspiratif, rangsangan intelektual semakin tinggi social entrepreneurship akan meningkatkan social value (Yunanto et al., 2021)

5. Penciptaan nilai sosial

Inovasi model baru kolaborasi kewirausahaan sosial dan kualitas kelembagaan merupakan mekanisme penting yang mampu mengoptimalkan penggunaan sumber daya, mengatasi permasalahan sosial ekonomi dan kemiskinan, serta meningkatkan produktivitas. Lebih jauh lagi, ini merupakan rantai nilai dalam mendorong implementasi kebijakan publik dan memitigasi ketahanan pembangunan daerah yang berkelanjutan. Karena inovasi model baru menciptakan nilai keadilan sosial dan ekonomi yang lebih baik, itu adalah elemen inovasi terpenting dalam kerangka dasar teori keberlanjutan inovasi sosial. (Prasetyo et al., 2021)

Pada perspektif berbasis sumber daya dan kerangka nilai budaya, hasilnya menawarkan bukti empiris bahwa sumber daya tingkat individu relevan untuk memprediksi sejauh mana pengusaha menekankan tujuan sosial untuk bisnis mereka. Selanjutnya, budaya mempengaruhi cara pengusaha mengalokasikan sumber daya mereka terhadap penciptaan nilai sosial. (Brieger & De Clercq, 2019)

Kesimpulan

Pengembangan kewirausahaan sosial Islam sebagai ekonomi alternatif yang memiliki potensi yang sangat besar di Indonesia namun memerlukan peran aktif dari para akademisi, praktisi dan juga pemerintah. Serta untuk menumbuhkan kewirausahaan sosial Islam dari berbagai literatur diperlukan banyak pondasi yang dalam penelitian ini penulis merangkum tiga pondasi utama yang bisa menjadi acuan diantaranya adalah sumber daya permodalan, inovasi, dan penciptaan nilai sosial.

Referensi

Ahyani, H., Slamet, M., & Tobroni. (2021). *Rahmatan Lil 'Alamin in Economic Development Era*

4.0 Perspective Philosophy and Theory Islamic Economic Law-Proccees at IAIN Madura Journal Al-Ihkam: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial 09 April 2021. <https://doi.org/10.19105/al-ihkam.v15i1.2682>

- Battisti, S. (2019). Digital Social Entrepreneurs as Bridges in Public–Private Partnerships. *Journal of Social Entrepreneurship*, 10(2), 135–158. <https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1541006>
- Bps. (2021). *Statistik Karakteristik Usaha*.
- Brieger, S. A., & De Clercq, D. (2019). Entrepreneurs' individual-level resources and social value creation goals. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 193–216. <https://doi.org/10.1108/IJEER-12-2017-0503>
- Carneiro-Da-Cunha, J. A., Dos Santos, M. G., De Souza, L. J., Alssabak, N. A. M., & Macau, F. R. (2015). The history of an Islamic entrepreneurship: Achieving exporting-network leadership through religious legitimacy. *International Journal of Business and Globalisation*, 15(3). <https://doi.org/10.1504/IJBG.2015.071921>
- Cohen, H., Kaspi-Baruch, O., & Katz, H. (2019). The social entrepreneur puzzle: the background, personality and motivation of Israeli social entrepreneurs. *Journal of Social Entrepreneurship*, 10(2), 211–231. <https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1541010>
- Del Giudice, M., Garcia-Perez, A., Scuotto, V., & Orlando, B. (2019). Are social enterprises technological innovative? A quantitative analysis on social entrepreneurs in emerging countries. *Technological Forecasting and Social Change*, 148, 119704. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.07.010>
- Desmarchelier, B., Djellal, F., & Gallouj, F. (2022). Cities and social entrepreneurship. *Annals of Regional Science*, 0123456789. <https://doi.org/10.1007/s00168-022-01176-0>
- Dickel, P., & Eckardt, G. (2021). Who wants to be a social entrepreneur? The role of gender and sustainability orientation. *Journal of Small Business Management*, 59(1), 196–218. <https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1704489>
- Eslahchi, M., & Osman, A. (2021). Becoming a social entrepreneur: Individual and collective learning in communities of practice. *Australian Journal of Adult Learning*, 61(2), 195–215.
- Guritno, P. D., Suyono, H., & Pandowo, M. H. C. (2019). Competency Model of Social Entrepreneurs: Learning from Successful Indonesian Social Entrepreneurs. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 8(3), 94–110.
- Hernández-Carrión, C., Camarero-Izquierdo, C., & Gutiérrez-Cillán, J. (2017). Entrepreneurs' Social Capital and the Economic Performance of Small Businesses: The Moderating Role of Competitive Intensity and Entrepreneurs' Experience. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 11(1), 61–89. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/sej.1228>
- Herry Wibowo., S. A. N. (2015). Kewirausahaan Sosial (Merevolusi Pola Pikir Menginisiasi Mitra Pembangunan Kontemporer). In *Program Manager*.
- Kayed, R. N., & Hassan, M. K. (2013). Islamic entrepreneurship. In *Islamic Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.4324/9780203840801>
- Kemenkop. (2022). *Kejar Target Rasio Kewirausahaan, KemenKopUKM Kick Off Program Patenpreneur 2022*. Kementrian Koperasi Dan UKM Republik Indonesia.

- Kemenperin. (2018). *Ekonomi Kuat Jika Wirausaha Banyak*. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.
- Mattson, C. (1998). *Woo-Woo for Gainful Good ? A Critical Examination of Social Entrepreneurs and Spiritually Invested Storytelling Heroic Entrepreneurship and Its Discontents What explains the daring of the social entrepreneur who leaves a well-salaried job and , in some ca.*
- Naveed, M., Zia, M. Q., Younis, S., & Shah, Z. A. (2021). Relationship of individual social entrepreneurial orientations and intentions: role of social entrepreneurship education. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 15(1), 39–50. <https://doi.org/10.1108/apjie-07-2020-0118>
- Parhankangas, A., & Renko, M. (2017). Linguistic style and crowdfunding success among social and commercial entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 32(2), 215–236. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.11.001>
- Pounder, P. A. (2021). Social entrepreneurship and cultural contextualization: a review. *International Journal of Development Issues*, 20(3), 344–357. <https://doi.org/10.1108/IJDI-02-2021-0029>
- Prasetyo, P. E., Setyadharma, A., & Kistanti, N. R. (2021). The Collaboration of Social Entrepreneurship and Institution for Sustainable Regional Development Security. *Open Journal of Business and Management*, 09(05), 2566–2590. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2021.95141>
- Rosca, E., Agarwal, N., & Brem, A. (2020). Women entrepreneurs as agents of change: A comparative analysis of social entrepreneurship processes in emerging markets. *Technological Forecasting and Social Change*, 157, 120067. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120067>
- Sardana, D., Bamiatzi, V., & Zhu, Y. (2019). Decoding the Process of Social Value Creation by Chinese and Indian Social Entrepreneurs: Contributory Factors and Contextual Embeddedness. *Management and Organization Review*, 15(2), 269–306. <https://doi.org/10.1017/mor.2019.21>
- Sciences, A., & Gorica, V. (n.d.). *Kontinuitet poslovanja*. 323–331.
- Situmorang, A. (2021). *Rata-Rata Rasio Wirausaha di Negara Maju 12 Persen, Indonesia Baru 3,74 Persen*. Liputan6.Com.
- Sotiropoulou, A., Papadimitriou, D., & Maroudas, L. (2021). Personal Values and Typologies of Social Entrepreneurs. The Case of Greece. *Journal of Social Entrepreneurship*, 12(1), 1–27. <https://doi.org/10.1080/19420676.2019.1668827>
- Soysa, I. de. (2019). Is Islam Compatible with Free-Market Capitalism? An Empirical Analysis, 1970–2010. *Politics and Religion*, 12(2), 227–256. <https://doi.org/doi:10.1017/S1755048318000780>
- Yunanto, Y., Suhariadi, F., Yulianti, P., Andajani, W., & Subagyo. (2021). Creating Social Entrepreneurship Value for Economic Development. *Problems and Perspectives in Management*, 19(4), 124–137. [https://doi.org/10.21511/ppm.19\(4\).2021.11](https://doi.org/10.21511/ppm.19(4).2021.11)