

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Deskripsi Teori

Penelitian ini menggunakan dasar *Theory Planned Behavior* (TPB) atau juga disebut Teori Tindakan Direncanakan. Teori ini merupakan pengembangan dari *Theory Reasoned Action* (TRA) atau juga disebut Teori Tindakan Beralasan yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein (1980). TRA mengasumsikan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh kemauan untuk melaksanakan atau tidak melaksanakan perilaku tertentu, atau sebaliknya. Kemauan tersebut dipengaruhi oleh dua variabel bebas yaitu sikap dan norma subyektif. Kemudian pada TPB dikembangkan dari teori sebelumnya dengan menambahkan satu variabel bebas yaitu perilaku kontrol yang dirasakan.<sup>1</sup>

Menurut teori tersebut, sikap seseorang dan norma subyektif mempengaruhi niat perilakunya. Niat perilaku tersebut berpengaruh pada perilaku yang ditunjukkan. Sikap mengacu pada penilaian menyenangkan atau tidak menyenangkan seseorang terhadap perilaku. Norma subyektif menggambarkan desakan sosial yang dialami oleh individu untuk mengerjakan atau tidak mengerjakan suatu perbuatan. Niat merujuk pada faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku individu. Persepsi kontrol perilaku dirasakan sebagai kepercayaan akan keterampilan seseorang untuk melaksanakan tindakan tersebut. Sehingga niat perilaku dapat dinyatakan menjadi perilaku jika perilaku itu ada di bawah kendali yang dirasakan seseorang tersebut, yang artinya orang tersebut menganggap dirinya memiliki kendali penuh atas keputusan melaksanakan atau tidak melaksanakan perilaku tersebut. Hasil penelitian secara konsisten menandakan bahwa sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan mempengaruhi niat berperilaku, yang kemudian mempengaruhi kinerja perilaku.<sup>2</sup>

Hubungan *Theory Planned Behavior* (TPB) dengan penelitian ini adalah apabila TPB menjelaskan bahwa adanya niat untuk melakukan suatu perilaku akan menimbulkan juga perilaku yang ditunjukkan

---

<sup>1</sup> Mahyarni Mahyarni, "Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior," *Jurnal EL-RIYASAH* 4, no. 1 (2013): 13, <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/elriyasa/article/view/17>.

<sup>2</sup> Jeffrey Allen Miles, *Management and Organization Theory* (United States: A Jossey-Bass Reader, 2012): 193-194.

oleh seseorang.<sup>3</sup> Sehingga apabila seorang wirausaha ada niat untuk melakukan suatu perilaku terkait keberhasilan usaha maka akan timbul perilaku untuk meraih tujuan tersebut. Dalam penelitian ini perilaku wirausaha dapat diwujudkan dalam bentuk *self efficacy* (keyakinan diri), memiliki motivasi dan orientasi kewirausahaan yang kuat serta penerapan karakteristik kewirausahaan islam dalam menjalankan usahanya untuk meraih keberhasilan usaha.

**1. Keberhasilan UMKM**

**a. Pengertian UMKM dan Keberhasilan Usaha**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merujuk pada usaha-usaha produktif yang berdiri sendiri, dikendalikan oleh individu sebagai pengusaha, yang mencakup berbagai sektor ekonomi.UMKM adalah kegiatan usaha yang membuka banyak peluang kerja dan menyediakan berbagai kebutuhan ekonomi masyarakat. Usaha yang digunakan dalam proses meningkatkan pendapatan dan ekonomi masyarakat serta sebagai alat untuk mencapai stabilitas nasional.<sup>4</sup> Dalam definisi yang lain, UMKM adalah jenis usaha ekonomi yang menghasilkan barang atau jasa dan dioperasikan oleh individu atau badan usaha yang sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.<sup>5</sup> Adapun konsep maupun batasan UMKM berdasarkan UU Nomor 20 tahun2008 tentang UMKM, sebagai berikut.<sup>6</sup>

**Tabel 2.1 Batasan dan Kriteria UMKM**

Entitas	Aset (Rp)	Omset (Rp)	Jumlah Karyawan
Mikro	<50 juta	<300 juta	1-4 orang
Kecil	>50 juta-500 juta	>300 juta-2,5 M	5-19 orang
Menengah	>500 juta-10 M	>2,5 M-50M	20-99 orang

Sumber: Amir Usakara (2021)

<sup>3</sup> Novia Nendita Tri Astuti and Khusnul Hidayah, “Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Diri, Dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Di Sleman,” *Seminar Nasional Akuntansi Bisnis Dan Manajemen* 1, no. 1 (2022): 240–49.

<sup>4</sup> Puji Hastuti, dkk, *Kewirausahaan Dan UMKM* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2022): 158.

<sup>5</sup> Feni Dwi Anggraeni, Imam Hardjanto, and Ainul Hayat, “Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha ‘Emping Jagung’ Di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing, Kota Malang),” *Jurnal Administrasi Publik (JAP)* 1, no. 6 (2021): 1286–1295, <https://doi.org/10.31949/jb.v2i4.1525>.

<sup>6</sup> Uskara, *UMKM Adalah Kunci (Membangkitkan Sektor UMKM Untuk Kemajuan Ekonomi Indonesia)*: 35.

Menurut Suryana (2011), keberhasilan usaha pada intinya merupakan pencapaian tujuan bisnis yang telah ditetapkan.<sup>7</sup> Tujuan utama dari seluruh aktivitas usaha adalah mencapai keberhasilan usaha. Suatu perusahaan akan sulit bertahan dan meneruskan aktivitas usahanya apabila mengalami penurunan keuntungan atau labanya tidak stabil.<sup>8</sup> Menurut Departemen Koperasi dan UKM, keberhasilan usaha dapat diartikan sebagai suatu keadaan atau kondisi kemajuan yang terjadi dalam mencapai tujuan dalam suatu aktivitas yang dinilai berdasarkan pertumbuhan volume usaha, kekayaan bersih, dan keuntungan bersih.<sup>9</sup>

#### **b. Faktor-Faktor Keberhasilan Usaha**

Menurut Suryana (2013) keberhasilan usaha dipengaruhi tiga faktor, sebagai berikut:<sup>10</sup>

- 1) Kemampuan dan kemauan. Seorang wirausaha yang mempunyai kemampuan dan juga mempunyai keinginan yang kuat akan menjadi sukses dalam bisnisnya. Dan tidak akan menjadi wirausaha yang sukses jika sekadar memiliki salah satunya. Mempunyai banyak kemauan tetapi tidak memiliki kemampuan atau mempunyai kemampuan tetapi tidak memiliki kemauan.
- 2) Tekad yang kuat dan kerja keras. Seorang wirausaha akan berhasil jika mempunyai tekad yang bulat dan mempunyai semangat untuk bekerja keras.
- 3) Kesempatan dan peluang. Wirausaha yang berhasil adalah orang yang tidak hanya menunggu atau mencari kesempatan dan peluang, melainkan orang yang bisa menciptakan peluang dan kesempatan.

Menurut Hendro (2011) menyatakan bahwa faktor-faktor keberhasilan usaha diantaranya:<sup>11</sup>

---

<sup>7</sup> Kadek Agus Suarmawan, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Dan Kecil (Studi Pada Usaha Kerajinan Inga Di Desa Bulian, Kec. Kubutambahan)," *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi* 5, no. 1 (2015): Suarmawan.

<sup>8</sup> Nurul Aini and Widyarendhi, "Pengaruh Efikasi Diri Dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha," *Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia* 2, no. 2 (2019): 184–95.

<sup>9</sup> Dyah Ayu Ardiyanti and Zulkarnen Mora, "Pengaruh Minat Usaha Dan Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Wirausaha Muda Di Kota Langsa," *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis* 10, no. 2 (2019): 168–78, <https://doi.org/10.33059/jseb.v10i02.1413>.

<sup>10</sup> Hermansyah Hermansyah and Dahmiri Dahmiri, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Berwirausaha Industri Percetakan (Studi Kasus Wirausaha Industri Percetakan Di Kota Jambi)," *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan* 8, no. 3 (2020): 38–44, <https://doi.org/10.22437/jmk.v8i3.8596>.

- 1) Faktor peluang. terdapat banyak peluang yang muncul, namun tidak semua peluang cocok bagi wirausaha. Peluang yang sesuai adalah peluang yang memiliki kesesuaian dan keselarasan dengan jenis bisnis yang sedang dijalankan..
- 2) Faktor manusia (SDM). Ada lima faktor kunci sukses dalam operasional yaitu, *Pertama* sumber daya manusia yang berkualitas dalam membuat perencanaan. *Kedua*, membutuhkan manajer yang hebat untuk melaksanakan perencanaan. *Ketiga*, membutuhkan *quality control*, *financial control*, dan *supervisor* yang sesuai dengan perencanaan. *Keempat*, membutuhkan *marketer* dan *seller* yang mampu memasarkan dan menjual produk. *Kelima*, membutuhkan *leadership*.
- 3) Faktor keuangan. Keuangan memainkan peran yang sangat penting dalam bisnis, di mana arus kas menjadi faktor utama. Jika aliran kas terhenti, maka kegiatan bisnis akan terhambat dan bisa berakhir.
- 4) Faktor organisasi. Organisasi bisnis memiliki sifat tidak statis dinamis, kreatif, dan berorientasi ke depan.
- 5) Faktor perencanaan. Perencanaan menjadi salah satu faktor yang penting karena jika bekerja tanpa memiliki perencanaan sama dengan melangkah tanpa memiliki tujuan.
- 6) Faktor pengelolaan usaha. Manajemen usaha melibatkan berbagai aspek, antara lain: merancang struktur organisasi, mengelola sumber daya manusia, mengelola aset, merencanakan jadwal dan kegiatan bisnis, menentukan jumlah karyawan, mengawasi distribusi barang, mengontrol persediaan barang, dan menjaga kualitas produk.
- 7) Faktor pemasaran dan penjualan, menjadi hal yang penting karena menjadi dasar kemampuan berwirausaha.
- 8) Faktor administrasi, menjadi hal yang harus diperhatikan ketika membuat strategi, perencanaan, dan pengembangan usaha karena dibutuhkan catatan, dokumentasi, dan pengelolaan data administrasi dari yang sudah dijalankan sebelumnya.

---

<sup>11</sup> Hermansyah and Dahmiri, 41-44.

- 9) Faktor peraturan pemerintah, seperti faktor ekonomi, politik, dan budaya lokal menjadi hal yang bisa mempengaruhi keberhasilan usaha.
- 10) Catatan bisnis, mencatat informasi bisnis menjadi penting untuk memantau kemajuan usaha dan memudahkan pengembangan bisnis di masa mendatang..

**c. Dimensi Keberhasilan Usaha**

Menurut Henry Faizal ada beberapa indikator untuk menunjukkan keberhasilan suatu usaha, diantaranya:<sup>12</sup>

- 1) Laba. Laba menjadi tujuan utama dalam suatu usaha, laba diperoleh dari hasil selisih antara pendapatan dengan biaya.
- 2) Produktivitas dan Efisiensi. Tinggi rendahnya tingkat produktivitas suatu mempengaruhi tinggi rendahnya tingkat produksi. Pada akhirnya akan mempengaruhi laba yang diperoleh karena secara langsung mempengaruhi penjualan.
- 3) Daya Saing. Usaha dapat dinyatakan berhasil jika mampu lebih unggul dari pesaing atau setidaknya mampu bertahan dalam menghadapi persaingan.
- 4) Kompetensi dan etika bisnis merupakan faktor penting dalam kesuksesan usaha. Kompetensi mencakup pengetahuan, temuan riset, dan pengalaman yang dapat berkontribusi secara kuantitatif maupun kualitatif sesuai bidangnya, sehingga memungkinkan terciptanya inovasi yang relevan dengan kebutuhan zaman.
- 5) Terbangunnya Citra Baik. Hal ini dibagi menjadi dua yaitu: *Pertama, trust internal* merupakan amanah atau kepercayaan dari seluruh orang yang berada di lingkungan internal perusahaan. *Kedua, trust external* merupakan amanah atau kepercayaan yang timbul dari pihak eksternal perusahaan seperti konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat luas, maupun pesaing.

Dimensi atau indikator lain yang dapat dimanfaatkan untuk mengukur keberhasilan suatu usaha merujuk pada

---

<sup>12</sup> Rosmala Dewi and Tati Herlina, "Pengaruh Kreativitas Dan Kemampuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Kuliner Di Baturaja Timur Kabupaten Oku," *Jurnal Manajemen Bisnis Unbara* 2, no. 1 (2021): 75–93, <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>.

penelitian terdahulu yang dilakukan Nunes, dkk (2012) dan Oyeku (2020) dilihat dari aspek berikut:<sup>13</sup>

- 1) Tingkat penjualan
- 2) Hasil produksi
- 3) Laba
- 4) Pertumbuhan usaha
- 5) Pengembangan usaha

## 2. Self efficacy

### a. Pengertian *Self efficacy*

*Self efficacy* atau juga disebut dengan efikasi diri, awal mulanya dikemukakan oleh Albert Bandura dalam *Psychological Review* nomor 84 tahun 1986.<sup>14</sup> Dr. Albert Bandura memperkenalkan konsep efikasi diri melalui teori kognitif sosial pada tahun 1977. Menurut Bandura, efikasi diri merupakan keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk menyelesaikan tugas, menggapai tujuan, atau menghadapi kendala. Keyakinan ini mempengaruhi perasaan, pemikiran, perilaku, dan motivasi individu. Bandura (1997) menjelaskan bahwa seseorang cenderung melaksanakan suatu tindakan jika ia merasa mampu dan percaya diri, sementara ia cenderung menghindari tindakan jika merasa kurang mampu dan kurang percaya diri. Tergantung pada sumbernya, efikasi diri bisa didapat, diubah, ditingkatkan, atau diturunkan.<sup>15</sup>

### b. Sumber-sumber *Self efficacy*

Sumber-sumber efikasi diri merupakan rangsangan atau peristiwa yang dapat memberikan inspirasi atau meningkatkan keadaan positif (*positive arousal*) yang mendorong individu untuk berusaha menyelesaikan tugas atau menghadapi masalah yang dihadapi. (Lazarus *et.al.*, 1980).<sup>16</sup> Bandura (1998) mengemukakan bahwa ada empat

---

<sup>13</sup> Srimulyani and Hermanto, "Impact of Entrepreneurial Self efficacy and Entrepreneurial Motivation on Micro and Small Business Success for Food and Beverage Sector in East Java, Indonesia.": 9

<sup>14</sup> Arya Firmanu Jendra and Sugiyono Sugiyono, "Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Kecemasan Presentasi Siswa Kelas XI Di SMA Negeri 1 Wuryantoro," *KONSELING EDUKASI "Journal of Guidance and Counseling"* 4, no. 1 (2020): 138–59, <https://doi.org/10.21043/konseling.v4i1.5992>.

<sup>15</sup> Anisa Septiyo Ningtias, "Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Perilaku Berbagi Pengetahuan Pada Karyawan Di Perpustakaan Universitas Airlangga" (Universitas Airlangga, 2018), <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>.

<sup>16</sup> Rini Astuti and William Gunawan, "Sumber-Sumber Efikasi Diri Karir Remaja," *Jurnal Psikogenesis* 4, no. 2 (2016): 141–51.

sumber pengembangan *self efficacy* yang dapat menunjukkan seberapa tinggi tingkat *self efficacy* seseorang.<sup>17</sup>

- 1) *Mastery Experience*, adalah pengalaman individu dalam menguasai suatu hal atau mencapai keberhasilan atau prestasi di masa lampau. Pengalaman sebelumnya menjadi sumber informasi yang paling penting untuk efikasi diri seseorang. Seseorang yang mempunyai pengalaman akan keberhasilan dapat menciptakan *self efficacy* yang tinggi, dan berlaku juga sebaliknya *self efficacy* rendah jika seseorang tersebut terus-menerus mengalami kegagalan.
- 2) *Vicarious Experiences*, *self efficacy* dapat tercipta melalui pembelajaran dengan melihat pengalaman orang lain. Melihat kesuksesan orang lain dengan usaha yang terus-menerus dapat meningkatkan efikasi diri seseorang. Sebaliknya efikasi dapat menurun apabila melihat kegagalan orang lain dalam melakukan sesuatu. Pengalaman kesuksesan orang lain memberikan anggapan bahwa jika orang lain dapat melakukan sesuatu, maka saya juga dapat melakukannya. Ada 2 kondisi yang mempengaruhi pengalaman atas keberhasilan orang lain, ialah kurangnya pemahaman seseorang terhadap kemampuan orang yang dilihatnya dan kurangnya pemahaman seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki.
- 3) *Verbal Persuasion*, seseorang yang mendapat dukungan oleh orang yang ada disekitarnya akan lebih mudah untuk yakin terhadap kemampuannya. Persuasi verbal dapat menaikkan keyakinan diri seseorang terhadap pengetahuan dan kemampuan yang dimilikinya sehingga bisa memotivasi seseorang untuk melaksanakan tugas apa saja. Sebaliknya jika seseorang lebih sering menerima perkataan negatif dari orang lain maka akan menurunkan efikasi diri yang dimilikinya.
- 4) *Psychological and Affective States*, keadaan emosi dan fisiologis yang diterima seseorang pada kondisi tertentu menyebabkan bentuk perilaku seseorang. Meningkatnya emosi atau ketegangan dan keadaan fisiologi menjadi hal yang krusial dalam berperilaku karena akan

---

<sup>17</sup> Ningtias, "Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Perilaku Berbagi Pengetahuan Pada Karyawan Di Perpustakaan Universitas Airlangga.": 5.

mempengaruhi perilaku yang ditunjukkan. Seseorang yang memiliki efikasi diri yang tinggi akan dapat mengatasi keadaan emosi yang dialaminya saat mengerjakan sesuatu, begitu pula sebaliknya.

Menurut Bandura, interaksi antara keempat sumber efikasi diri diatas diuraikan melalui beberapa kondisi. Pertama, interaksi bersifat *additive*, yang berarti semakin banyak sumber efikasi diri yang diperoleh individu, bertambah tinggi pula tingkat efikasi dirinya. Kedua, interaksi bersifat *relative*, yang berarti bahwa satu sumber efikasi diri dapat lebih kuat dibandingkan dengan sumber lainnya. Ketiga, interaksi bersifat *multicative*, di mana dua sumber efikasi diri dapat menandakan efek interaktif yang lebih besar daripada jumlah sumbangannya secara individu. Keempat, interaksi bersifat *configurative*, di mana kekuatan satu sumber efikasi diri bergantung pada keberadaan sumber-sumber efikasi diri lainnya.<sup>18</sup>

### c. Dimensi *Self efficacy*

Bandura (1997) menerangkan bahwa efikasi diri terdiri dari beberapa dimensi yang setiap dimensi mempunyai dampak terhadap performansi, yaitu:<sup>19</sup>

#### 1) *Magnitude* (Tingkat Kesulitan)

*Magnitude* atau tingkat kesulitan merujuk pada keterampilan individu untuk menyelesaikan tugas dengan tingkat kesulitan yang beragam. Efikasi diri dapat tercermin melalui tingkat kesulitan yang diberikan kepada individu dalam menghadapi hambatan dengan tingkat kesulitan yang beragam untuk mencapai keberhasilan. Individu cenderung menghindari tindakan yang dianggap diluar kemampuannya.

#### 2) *Strength* (Kekuatan)

Kekuatan dalam konteks ini berhubungan dengan kekuatan kepercayaan individu pada kemampuan yang dimilikinya. Semakin kuat keyakinan efikasi diri, maka semakin tinggi kemungkinan aktivitas yang diambil individu dapat dikerjakan dengan berhasil.

<sup>18</sup> Astuti and Gunawan, "Sumber-Sumber Efikasi Diri Karir Remaja.": 143-144.

<sup>19</sup> Suci Wulandari, "Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Kelas XII Di SMK Negeri Surabaya," *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 1, no. 1 (2013): 1–20, <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/viewFile/1902/5311>.

### 3) *Generality* (Generalitas)

Generalitas dalam konteks efikasi diri mengacu pada keyakinan individu terhadap kemampuannya secara umum. Seorang individu bisa merasa yakin dengan kemampuan dirinya berdasarkan pemahaman individu tersebut tentang kemampuannya secara keseluruhan.

Tidak hanya ketiga dimensi tersebut, masih mengacu kepada Bandura dan Luthans (2011), efikasi diri seorang wirausaha secara operasional diartikan sebagai kepercayaan diri yang dimiliki seseorang terhadap kemampuannya untuk dapat berhasil dalam menjalankan tugas tertentu dalam kewirausahaan. Hal tersebut dapat dilihat melalui dimensi, sebagai berikut:<sup>20</sup>

- 1) Keyakinan Individu
- 2) Tindakan
- 3) Sumber Daya Kognitif

## 3. Motivasi

### a. Pengertian Motivasi

Istilah kata motivasi berasal dari bahasa Latin, yaitu *motive* yang artinya daya penggerak, dorongan, atau kekuatan yang bersumber dari dalam diri seseorang untuk berbuat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), motivasi merupakan dorongan yang muncul dalam diri seseorang, baik secara sadar maupun tidak sadar, untuk mengerjakan suatu perbuatan dengan tujuan yang spesifik.<sup>21</sup> Sedangkan wirausaha merupakan seseorang yang bebas dan mempunyai kompetensi untuk hidup mandiri untuk melakukan aktivitas bisnisnya atau usahanya bahkan hidupnya. Seseorang tersebut memiliki kebebasan merancang, memutuskan mengelola, mengendalikan seluruh usahanya.<sup>22</sup>

Menurut Ratnawati dan Kuswardani (2010) motivasi berwirausaha merupakan kondisi yang menggerakkan dan mendorong seseorang untuk melaksanakan kegiatan

---

<sup>20</sup> Srimulyani and Hermanto, "Impact of Entrepreneurial Self efficacy and Entrepreneurial Motivation on Micro and Small Business Success for Food and Beverage Sector in East Java, Indonesia.": 9.

<sup>21</sup> Ardiyanti and Mora, "Pengaruh Minat Usaha Dan Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Wirausaha Muda Di Kota Langsa.": 170.

<sup>22</sup> Kardoyo, Widiyanto MBA, and Khasan Setiaji, *Kewirausahaan: Kajian Manajemen Keuangan Bagi Wirausaha Pemula* (Semarang: LPPM Universitas Negeri Semarang, 2017): 4.

kewirausahaan dengan mandiri, berorientasi ke masa depan, percaya diri, berani menghadapi risiko, inovatif, dan kreatif.<sup>23</sup> Beberapa penjelasan teori motivasi dari para ahli, sebagai berikut:<sup>24</sup>

1) Teori Motivasi Abraham Maslow

Teori motivasi Maslow mengelompokkan kebutuhan manusia menjadi lima tingkatan, sebagai berikut:

- a) Kebutuhan fisiologis (*Physiological needs*), merupakan keperluan mendasar manusia, seperti makanan, air, tempat berlindung, tidur, dan kebutuhan fisik lainnya.
- b) Kebutuhan keamanan dan keselamatan kerja (*Security or saver needs*), merupakan kebutuhan untuk merasa aman dan terlindungi dari bahaya fisik dan emosional, seperti keamanan finansial, kesehatan, dan stabilitas pekerjaan.
- c) Kebutuhan sosial (*Affiliation or acceptance needs*), Merupakan kebutuhan untuk menjalin hubungan sosial yang bermakna, seperti kasih sayang, persahabatan, penerimaan, dan rasa memiliki komunitas.
- d) Kebutuhan penghargaan (*Esteem needs*), adalah kebutuhan untuk dihargai dan diakui, baik melalui penghargaan dari dalam seperti rasa hormat diri, otonomi, dan pemenuhan potensi pribadi, maupun penghargaan eksternal seperti perhatian dan status sosial.
- e) Kebutuhan aktualisasi diri (*Needs for self actualization*), adalah dorongan supaya dapat mengembangkan dan mencapai potensi pribadi secara penuh, serta menjadi diri sendiri yang sesuai dengan kemampuan dan minatnya.

Motivasi merupakan salah satu aspek penting dalam keberhasilan seorang wirausaha dalam menyelesaikan tugas-tugasnya. Semakin tinggi motivasi yang dimiliki, semakin tinggi kesempatan untuk meraih tujuan yang diharapkan. Setiap wirausaha memiliki serangkaian tugas yang harus diselesaikan dengan baik, dan melalui motivasi yang kuat,

---

<sup>23</sup> Anggri Puspita Sari et al., *Kewirausahaan Dan Bisnis Online* (Yayasan Kita Menulis, 2020): 50.

<sup>24</sup> Anggri Puspita Sari et al., *Kewirausahaan dan Bisnis Online*, 45-49.

mereka dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik dan menguasai pengetahuan yang sesuai dengan tujuan dan aspirasi mereka. Demikian, motivasi yang tinggi memainkan peran krusial dalam kesuksesan seorang wirausaha dalam mencapai tujuan yang diharapkan.<sup>25</sup>

**b. Bentuk-Bentuk Motivasi**

Motivasi muncul dalam dua bentuk dasar, yaitu:<sup>26</sup>

1) Motivasi ekstrinsik (dari luar)

Motivasi ekstrinsik timbul dari faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi seseorang. Ini dapat berupa pujian, hadiah, pengakuan, atau tekanan sosial. Motivasi ekstrinsik mendorong seseorang untuk mengembangkan semangat motivasi dalam dirinya sendiri dan memperbaiki sikapnya.

2) Motivasi intrinsik (dari dalam)

Motivasi intrinsik merupakan motivasi yang timbul dari dalam diri seseorang itu sendiri. Motivasi tersebut terus tumbuh dan berkembang secara internal sehingga mendorong dan mempengaruhi seseorang tersebut untuk melakukan tindakan yang bermakna dan memiliki nilai bagi dirinya sendiri.

**c. Faktor-Faktor Pendorong Motivasi**

Faktor-faktor pendorong motivasi seseorang untuk berwirausaha menurut Susanto (2009) sebagai berikut:<sup>27</sup>

1) Faktor Personal

Seorang wirausaha cenderung memiliki pengendalian diri lebih tinggi daripada seorang non-wirausaha karena seorang wirausaha mempunyai keinginan yang kuat untuk menentukan nasibnya sendiri.

2) Faktor Lingkungan

Lingkungan merujuk pada seluruh fenomena fisik, alam, dan sosial yang memengaruhi perkembangan individu. Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan, pembelajaran, perilaku, dan pengembangan individu. Dalam hal ini lingkungan keluarga mempunyai peran penting, menjadi media

---

<sup>25</sup> Rusdiana, *Kewirausahaan: Teori Dan Praktik* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2018): 71.

<sup>26</sup> Irham Fahmi, *Kewirausahaan, Teori, Kasus, Dan Solusi* (Bandung: Alfabeta, 2014): 14.

<sup>27</sup> Sari et al., *Kewirausahaan Dan Bisnis Online*: 51.

pertama dan yang utama dalam mempengaruhi perilaku anak. Pengaruh dari orang tua yang mempunyai usaha sendiri cenderung keturunannya akan termotivasi untuk menjadi seorang pengusaha.

3) Faktor Sosiologis

Kondisi tersebut berpengaruh pada meningkatnya kegiatan kewirausahaan pada kelompok tertentu misalnya kaum wanita, akademisi, dan minoritas.

4) Faktor Sumber Daya

Faktor yang terakhir yang tidak kalah penting yaitu adanya sumber daya atau adanya modal. Menjadi hal yang sangat penting dalam memberikan dorongan pada individu untuk berwirausaha.

**d. Dimensi Motivasi**

Yuyun Wirasmita menjelaskan bahwa motivasi individu menjadi seorang wirausaha terbagi menjadi empat dimensi:<sup>28</sup>

- 1) Alasan Finansial, menyatakan bahwa seseorang menjadi wirausaha karena ingin memperoleh pendapatan, menjadi sukses, mapan, mendapat bonus, kaya, dan sebagai wujud keamanan dalam hal ekonomi.
- 2) Alasan sosial, menyatakan bahwa seseorang menjadi wirausaha karena ingin memperoleh status sosial, mendapat pengakuan dari masyarakat, dan dapat membanggakan kedua orangtua di lingkungan masyarakat.
- 3) Alasan pelayanan, menyatakan bahwa seseorang menjadi wirausaha karena ingin membuka kesempatan kerja bagi orang lain, berbagi pengetahuan kepada masyarakat, ikut serta memelihara stabilitas perekonomian bangsa, mewujudkan impian dan cita-cita untuk generasi berikutnya, keluarga, dan masyarakat, memperoleh kesetiaan dari pasangan, dan dapat membahagiakan orang tua.
- 4) Alasan pemenuhan diri, menyatakan bahwa seseorang menjadi wirausaha karena ingin bisa mandiri, mendapatkan sesuatu yang diinginkan, tidak terlalu

---

<sup>28</sup> Ardiyanti and Mora, "Pengaruh Minat Usaha Dan Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Wirausaha Muda Di Kota Langsa.": 170.

bergantung dengan orang lain, dan menjadi orang yang produktif dengan memanfaatkan potensi diri.<sup>29</sup>

#### 4. Orientasi Kewirausahaan

##### a. Pengertian Orientasi Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan istilah yang bersumber dari kata "wirausaha." Kata "wira" mengandung makna berani, mulia, dan utama, sedangkan kata "usaha" merujuk pada kegiatan bisnis yang dapat bersifat komersil maupun non-komersil. Dengan demikian, kewirausahaan dapat diterjemahkan secara harfiah sebagai segala hal yang terkait dengan individu yang melaksanakan kegiatan bisnis atau non-bisnis secara mandiri..<sup>30</sup>

Day, John, Reynald, Pane, Lancaster, Geoff (2006), kewirausahaan pada dasarnya adalah sifat, ciri, dan karakteristik individu yang mempunyai kemampuan untuk mengubah gagasan inovatif menjadi kenyataan di dunia nyata melalui pendekatan yang kreatif. Inti dari kewirausahaan ialah keterampilan dalam membuat sesuatu yang baru dan berbeda. Caarson dan Cromie (2008), mengemukakan bahwa kewirausahaan melibatkan kombinasi antara kreativitas, inovasi, dan keberanian menghadapi risiko. Hal ini dikerjakan melalui kerja keras untuk membangun dan menjaga usaha baru. Sedangkan berdasarkan Inpres RI No. 4 Tahun 1995: "Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan/atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan/atau memperoleh keuntungan yang lebih besar."<sup>31</sup>

Menurut Mustikowati (2016), orientasi kewirausahaan melibatkan beberapa aspek, seperti inovasi produk-pasar, melakukan usaha yang berisiko dengan skala kecil, menjadi proaktif dalam inovasi, serta memiliki semangat untuk

---

<sup>29</sup> Ani Interdiana Candra Sari, Elin Karlina, and Fadli Rasam, "Peran Pendidikan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Dalam Menumbuhkan Sikap Mental Kewirausahaan Peserta Didik," *Research and Development Journal of Education* 7, no. 2 (2021): 403–12, <https://doi.org/10.30998/rdje.v7i2.10287>.

<sup>30</sup> Daryanto and Aris Dwi Cahyono, *Kewirausahaan: Penanaman Jiwa Kewirausahaan* (Yogyakarta: Gava Media, 2013): 3.

<sup>31</sup> Farid, *Kewirausahaan Syariah* (Depok: PT Fajar Interpretama Mandiri, 2017):10.

mengatasi pesaing.<sup>32</sup> Dalam memulai bisnis, diperlukan keberanian seseorang untuk menghadapi semua macam risiko, baik risiko kegagalan maupun risiko keberhasilan. Risiko tersebut merupakan bagian yang tak terhindarkan dalam menjalankan sebuah bisnis.<sup>33</sup>

#### **b. Tipe-Tipe Orientasi Kewirausahaan**

Menurut Hutagalung ada empat tipe orientasi kewirausahaan, sebagai berikut:<sup>34</sup>

- 1) *The Personal Achiever*, seorang wirausaha yang dengan tipe ini mempunyai ciri-ciri sebagai berikut: mempunyai kebutuhan berprestasi, mempunyai kebutuhan atas *feedback*, mempunyai kebutuhan perencanaan dan penetapan tujuan.
- 2) *The Supersales Person*, seorang wirausaha yang dengan tipe ini memiliki ciri-ciri diantaranya: mampu memahami dan mengerti orang lain, memiliki kemauan yang kuat agar bisa menolong orang lain, dan mempercayai pentingnya proses sosial.
- 3) *The Real Manager*, seorang wirausaha dengan tipe ini mempunyai ciri-ciri antara lain: ingin bersaing, memiliki ketegasan, dan berambisi untuk menonjol diantara yang lain.
- 4) *The Expert Idea Generation*, seorang wirausaha dengan tipe ini mempunyai ciri-ciri antara lain: Keinginan untuk berinovasi, menyukai ide-ide, dan memiliki kecerdasan yang tinggi

#### **c. Dimensi Orientasi Kewirausahaan**

Awalnya orientasi kewirausahaan yang dikemukakan Miller terdiri dari tiga dimensi yaitu inovatif, berani mengambil risiko dan proaktif. Kemudian dikembangkan oleh Lumpkin dengan menambahkan dua dimensi yaitu

---

<sup>32</sup> Marta Marsela Manahera, Silcyljeova Moniharapon, and Hendra N Tawas, "Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk Dan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Umkm Nasi Kuning Di Manado)," *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 6, no. 4 (2018): 3603–12.

<sup>33</sup> Ita Rifiani Permatasari and Ayu Sulasari, "Kajian Peranan Orientasi Wirausaha Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Umkm Di Kota Malang," *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis* 13, no. 1 (2019): 49, <https://doi.org/10.33795/j-adbis.v13i1.64>.

<sup>34</sup> Rifanto Dwi., Viqiawan, and Anna Wulandari, "Pengaruh Kompetensi Wirausaha, Orientasi Kewirausahaan Dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pelaku Usaha Warung Tegal Di Cibuntu" (Universitas Pelita Bangsa, 2019): 5.

agresivitas kompetitif dan otonomi.<sup>35</sup> Berdasarkan hal tersebut adapun lima dimensi orientasi kewirausahaan yang diaplikasikan pada penelitian ini yaitu:

1) Inovatif

Inovatif disini berarti perusahaan cenderung terlibat dan mendukung ide-ide baru, eksperimen, dan proses kreatif. Hal ini bertujuan untuk menghasilkan produk, layanan, atau teknologi baru yang bisa memberikan nilai tambah untuk perusahaan dan memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang.

2) Proaktif

Proaktif digambarkan sebagai pandangan mencari peluang, melakukan langkah-langkah untuk mengantisipasi persaingan di masa depan. Dalam konteks ini, proaktif ditunjukkan dengan inisiatif untuk memperkenalkan layanan dan produk baru sebagai respons terhadap persaingan yang ada.

3) Berani mengambil risiko

Berani mengambil risiko ditandai sebagai implikasi penerapan orientasi kewirausahaan menjadi perilaku dengan berkomitmen terhadap sumber daya untuk mendapatkan *return* yang tinggi dari hasil mengambil peluang yang ada.

4) Agresivitas kompetitif

Keagresifan bersaing merupakan cerminan dari upaya perusahaan untuk menjadi yang paling unggul dari pesaing ditandai dengan sikap agresif dan responsif yang kuat terhadap tindakan yang dilakukan pesaing.

5) Otonomi

Otonomi menjadi indikator terpenting terkait dengan pemegang kendali atau otoritas tertinggi dalam pengambilan keputusan.<sup>36</sup>

## 5. Karakteristik Kewirausahaan Islam

Karakter merupakan kualitas positif yang ada pada diri individu yang menjadikannya menarik perhatian, serta membantu

---

<sup>35</sup> M. Khalifatul Ardhi, Jangkung Handoyo Mulyo, and Irham, "How Does Entrepreneurial Orientation Affect the Business Performance of Coffee Shop MSMEs in Indonesia?," *E3S Web of Conferences* 306 (2021): 2, <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202130603011>.

<sup>36</sup> Ardhi, Mulyo, and Irham, M. Khalifatul Ardhi, Jangkung Handoyo Mulyo, and Irham, "How Does Entrepreneurial Orientation Affect the Business Performance of Coffee Shop MSMEs in Indonesia?": 2.

membangun citra dirinya. Karakter dapat diartikan sebagai watak, tabiat, kualitas kejiwaan, moral, atau sifat-sifat yang mengidentifikasikan individu dengan individu lain. Karakter yang kuat dan positif memainkan peran penting dalam membentuk identitas dan meninggalkan kesan yang baik kepada orang lain.<sup>37</sup> Dalam Agama Islam sendiri semua bentuk tindakan harus didasarkan kepada perspektif atau aturan yang terdapat di dalam syari'at, yang mana hal ini berasaskan pada Al-Qur'an dan Al-Hadits. Hal ini adalah ciri khas utama di semua kegiatan yang berlandaskan agama Islam, termasuk kegiatan kewirausahaan. Kewirausahaan Islami ada ketika nilai-nilai Islam terinternalisasi dalam suatu usaha, sehingga tujuan usaha tersebut adalah memberikan manfaat kepada orang lain sekaligus bentuk ibadah kepada Allah SWT. Namun, kewirausahaan Islami juga melibatkan semangat kewirausahaan seperti inovasi, kreativitas, tanggung jawab, keterampilan dalam menghadapi risiko, kejujuran, dan ketekunan dalam mencapai tujuan. Keseluruhan aspek ini menjadikan karakteristik kewirausahaan Islam yang patuh kepada Allah SWT dan disaat yang bersamaan dapat mencapai keberhasilan usaha.<sup>38</sup> Di dalam Karakteristik wirausaha syariah atau islam memiliki pembeda dengan wirausaha lain karena adanya akhlak yang melekat pada jiwanya sebagai seorang wirausaha.<sup>39</sup>

Islam mengajarkan beberapa sifat dasar yang sebaiknya dimiliki oleh seorang wirausaha Muslim dalam menjalankan usahanya. Beberapa sikap yang dianjurkan adalah:<sup>40</sup>

a. Kejujuran

Kejujuran adalah bagian dari sifat *Shiddiq* (jujur) yang diperlihatkan oleh Rasulullah SAW. Satu dari contoh etika berbisnis yang diperlihatkan oleh Rasulullah SAW adalah kejujuran. Dalam dunia bisnis, kejujuran tercermin melalui dedikasi dan keterampilan dalam menjalankan tugas dengan

---

<sup>37</sup> Amir Machmud and Yusuf Murtadlo Hidayat, "Characteristics of Islamic Entrepreneurship and The Business Success of SMEs in Indonesia," *Journal of Entrepreneurship Education* 23, no. 2 (2020): 3.

<sup>38</sup> Dwi Prasetyani, *Kewirausahaan Islami*, Edisi I (Surakarta: CV Djiwa Armata Press, 2020).

<sup>39</sup> Usniah and Alhifni, "Karakteristik Entrepreneur Syariah Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Bogor": 373-374

<sup>40</sup> Agus Supriyanto, "Peran Nilai-Nilai Islami Dalam Kewirausahaan Untuk Menunjang Sebuah Kinerja Bisnis," *El -Hekam: Jurnal Studi Keislaman* 7, no. 1 (2022): 69-82, <https://doi.org/10.31958/jeh.v7i1.6515>.

tepat waktu, memberikan pelayanan yang baik, menepati janji, mengakui kekurangan dan kelemahan, serta menjauhi perilaku yang melibatkan kebohongan dan penipuan. Bisnis yang berkualitas harus didasarkan pada kesepakatan dan keterbukaan antar pihak tanpa ada pihak yang dirugikan.<sup>41</sup>

Sebagaimana firman Allah yang ada di dalam Al-Quran pada surat *Ar-Rahman* ayat 9:<sup>42</sup>

وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ ﴿٩﴾

Artinya: “Dan tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi timbangan itu.” (QS. *Ar-Rahman*/55: 9)

b. Kemampuan Bekerja Keras

Karakteristik kewirausahaan Islam selanjutnya yaitu kemampuan bekerja keras, sebagaimana yang firman Allah SWT pada surat *Ar-Ra’du* ayat 11:<sup>43</sup>

لَهُ مُعَقَّبَاتٌ مِنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُعَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُعَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ ﴿١١﴾

Artinya: “Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.” (QS. *Ar-Ra’d*/13: 11)

c. Menepati Janji

Menepati janji merupakan merupakan implikasi dari sifat Rasulullah SAW yaitu *Amanah* (dapat dipercaya). Sebab dalam dunia usaha seorang wirausaha banyak melakukan

<sup>41</sup> Usniah and Alhifni, “Karakteristik Entrepreneur Syariah Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Bogor”: 375.

<sup>42</sup> Al-Qur’an, *Ar-Rahman* ayat 9, Al-Qur’an Dan Terjemahannya (Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2019): 782.

<sup>43</sup> Al-Qur’an, *Ar-Ra’du* ayat 11, Al-Qur’an Dan Terjemahannya: 346 .

transaksi, oleh karena itu salah satu etika bisnis pada ajaran agama Islam adalah memiliki sifat dapat dipercaya, yaitu dengan menepati janji. Dengan sifat tersebut semua pelanggan atau mitra akan bisa bertahan dan terus menjalin kerja sama.<sup>44</sup> Allah berfirman dalam Al-Quran disebutkan surat *Al-Baqarah* ayat 27:<sup>45</sup>

الَّذِينَ يَنْقُضُونَ عَهْدَ اللَّهِ مِنْ بَعْدِ مِيثَاقِهِ وَيَقْطَعُونَ مَا أَمَرَ اللَّهُ بِهِ أَنْ يُوصَلَ وَيُفْسِدُونَ فِي الْأَرْضِ أُولَئِكَ هُمُ الْخَاسِرُونَ

Artinya: “(yaitu) orang-orang yang melanggar perjanjian Allah sesudah perjanjian itu teguh, dan memutuskan apa yang diperintahkan Allah (kepada mereka) untuk menghubungkannya dan membuat kerusakan di muka bumi. Mereka itulah orang-orang yang rugi.” (QS. Al-Baqarah/2: 27)

d. Tertib Administrasi

Anjuran agar melaksanakan tertib administrasi disebutkan dalam Al-Quran pada surat *Al-Baqarah* ayat 282:<sup>46</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu’amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya,..”(QS. Al-Baqarah/2: 282)

e. Selalu Berdoa

Sebagai seorang wirausaha muslim sudah semestinya selalu melibatkan Allah dalam menjalankan setiap pekerjaannya. Karena apapun yang kita kerjakan tanpa keridhaan Allah, tidak akan memperoleh hasil yang

<sup>44</sup> Kamaluddin, “Kewirausahaan Dalam Pandangan Islam,” in Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan, vol. 1, (2019): 306, <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3632>.

<sup>45</sup> Al-Qur’an, Al-Baqarah ayat 27, Al-Qur’an Dan Terjemahannya: 6.

<sup>46</sup> Al-Qur’an, Al-Baqarah ayat 282, Al-Qur’an Dan Terjemahannya: 63.

membahagiakan.<sup>47</sup> Untuk itu manusia dianjurkan untuk senantiasa berdoa kepada Allah, seperti yang dianjurkan Allah dalam firman-Nya surat *Al-Baqarah* ayat 186.<sup>48</sup>

وَإِذَا سَأَلَكَ عِبَادِي عَنِّي فَإِنِّي قَرِيبٌ أُجِيبُ دَعْوَةَ الدَّاعِ إِذَا دَعَانِ  
فَلْيَسْتَجِيبُوا لِي وَلْيُؤْمِنُوا بِي لَعَلَّهُمْ يَرْشُدُونَ ﴿١٨٦﴾

Artinya: “Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu tentang Aku, maka (jawablah), bahwasanya Aku adalah dekat. Aku mengabulkan permohonan orang yang berdoa apabila ia memohon kepada-Ku, maka hendaklah mereka itu memenuhi (segala perintah-Ku) dan hendaklah mereka beriman kepada-Ku, agar mereka selalu berada dalam kebenaran.” (QS. *Al-Baqarah*/2: 186)

f. Menunaikan Zakat dan Sedekah

Anjuran untuk menunaikan zakat tertulis dalam firman Al-Qur’an surat *At-Taubah* ayat 103:<sup>49</sup>

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ  
صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.” (QS. *At-Taubah*/9: 103)

g. Memiliki Jiwa Kepemimpinan

Dalam Islam, diajarkan bahwa untuk memiliki jiwa kepemimpinan, salah satu karakteristiknya adalah kemampuan untuk merencanakan tindakan dan bertanggung jawab terhadap kepemimpinannya. Seperti yang difirmankan di dalam Al-Quran Surat *Al-Hasyr* ayat 18.<sup>50</sup>

<sup>47</sup> Kamaluddin, “Kewirausahaan Dalam Pandangan Islam” : 308.

<sup>48</sup> Al-Qur’an, *Al-Baqarah* ayat 186, Al-Qur’an Dan Terjemahannya: 38.

<sup>49</sup> Al-Qur’an, *At-Taubah* ayat 103, Al-Qur’an Dan Terjemahannya: 279.

<sup>50</sup> Al-Qur’an, *Al-Hasyr* ayat 18, Al-Qur’an Dan Terjemahannya: 809.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِإِعْدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٨﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (QS. Al-Hasyr/59: 18)

**B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu yang digunakan sebagai rujukan sekaligus acuan dan bahan perbandingan antara persamaan dan perbedaan yang berhubungan dengan penelitian ini mengenai keberhasilan usaha, sebagai berikut:

**Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu**

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Veronika Agustini Srimulyani dan Yustinus Budi Hermanto (2022)	<i>Impact of Entrepreneurial Self efficacy and Entrepreneurial Motivation o Micro and Small Business Success for Food and Beverage Sector in East Java, Indonesia.</i> <sup>51</sup>	Hasil penelitian: 1) Secara parsial efikasi diri dan motivasi berwirausaha berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil F&B di Jawa Timur. 2) Motivasi berwirausaha sebagai variabel mediasi parsial berpengaruh pada efikasi diri berwirausaha

<sup>51</sup> Srimulyani and Hermanto, “Impact of Entrepreneurial Self efficacy and Entrepreneurial Motivation on Micro and Small Business Success for Food and Beverage Sector in East Java, Indonesia.”

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			<p>terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil F&amp;B di Jawa Timur.</p> <p>3) Secara bersamaan, efikasi diri dan motivasi berwirausaha berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil F&amp;B di Jawa Timur.</p>
<p><b>Persamaan:</b> Terdapat kesamaan pada variabel <i>Self efficacy</i>, motivasi, dan keberhasilan usaha</p>			
<p><b>Perbedaan:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Terdapat perbedaan lokasi yang menjadi objek penelitian.</li> <li>2) Adanya penambahan variabel orientasi kewirausahaan dan karakteristik kewirausahaan islam</li> </ol>			
2.	M. Khalifatul Ardhi, Jangkung Handoyo Mulyo dan Irham (2021)	<i>How Does Entrepreneurial Orientation Affect the Business Performance of Coffee Shop MSMEs in Indonesia.</i> <sup>52</sup>	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa dimensi proaktif, otonomi, dan agresivitas kompetitif berpengaruh positif terhadap kinerja usaha UMKM <i>coffee shop</i> . Sedangkan dimensi inovatif dan pengambilan risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha UMKM <i>coffee shop</i> .

<sup>52</sup> Ardhi, Mulyo, and Irham, "How Does Entrepreneurial Orientation Affect the Business Performance of Coffee Shop MSMEs in Indonesia?"

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
	<p><b>Persamaan:</b> Terdapat kesamaan pada variabel orientasi kewirausahaan</p> <p><b>Perbedaan:</b> 1) Terdapat perbedaan objek penelitian yaitu pada penelitian ini berfokus pada UMKM <i>coffee shop</i>. Sedangkan pada penelitian yang akan dikerjakan peneliti menysasar pada UMKM bidang <i>Food and Beverage</i> di Kabupaten Kudus. 2) Adanya penambahan variabel <i>self efficacy</i>, motivasi, dan karakteristik kewirausahaan.</p>		
3.	Amir Machmud dan Yusuf Murtadlo Hidayat (2020)	<i>Characteristic of Islamic Entrepreneurship and The Business Success of SMEs in Indonesia.</i> <sup>53</sup>	Secara bersamaan variabel Karakteristik kewirausahaan syariah berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM di Indonesia
	<p><b>Persamaan:</b> Terdapat kesamaan variabel Karakteristik kewirausahaan islam dan keberhasilan usaha.</p> <p><b>Perbedaan:</b> 1) Terdapat perbedaan pada objek penelitian yang dikaji. 2) Adanya penambahan variabel <i>self efficacy</i>, motivasi, dan orientasi kewirausahaan islam.</p>		
4.	Laela Aprilianti dan M. Zainal Abidin (2021)	<i>Pengaruh Efikasi Diri, Motivasi, dan Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Fotocopy di Kecamatan Banjarmasin Utara, Banjarmasin.</i> <sup>54</sup>	Hasil Penelitian menyatakan bahwa variabel efikasi diri, motivasi, dan lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha <i>fotocopy</i> di Kecamatan Banjarmasin Utara, Banjarmasin.

<sup>53</sup> Machmud and Murtadlo Hidayat, “Characteristics of Islamic Entrepreneurship and The Business Success of SMEs in Indonesia.”

<sup>54</sup> Laela Aprilianti and M. Zainal Abidin, “Pengaruh Efikasi Diri, Motivasi, Dan Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Fotocopy Di Kecamatan Banjarmasin Utara, Banjarmasin,” *Administratus* 5, no. 2 (2021): 54–73, <https://doi.org/10.56662/administratus.v5i2.155>.

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
	<p><b>Persamaan:</b> Terdapat kesamaan pada variabel efikasi diri, motivasi, dan keberhasilan usaha.</p> <p><b>Perbedaan:</b> 1) Terdapat perbedaan bidang usaha yang diteliti dan lokasi penelitian. 2) Adanya penambahan variabel orientasi kewirausahaan dan karakteristik kewirausahaan islam.</p>		
5.	Merline dan Oey Hannes Widjaja (2022)	<i>Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Alumni dan Mahasiswa Universitas Tarumanegara.</i> <sup>55</sup>	Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh pada variabel pengetahuan kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, dan inovasi terhadap variabel keberhasilan usaha yang bersifat positif signifikan.
	<p><b>Persamaan:</b> Terdapat kesamaan pada variabel orientasi kewirausahaan dan keberhasilan usaha</p> <p><b>Perbedaan:</b> 1) Adanya perbedaan pada objek penelitian, pada penelitian ini objeknya tertuju pada alumni dan mahasiswa Universitas Tarumanegara yang memiliki usaha 2) Adanya penambahan variabel <i>self efficacy</i>, motivasi, dan karakteristik kewirausahaan islam.</p>		

Sumber: Data sekunder diolah oleh peneliti, 2023

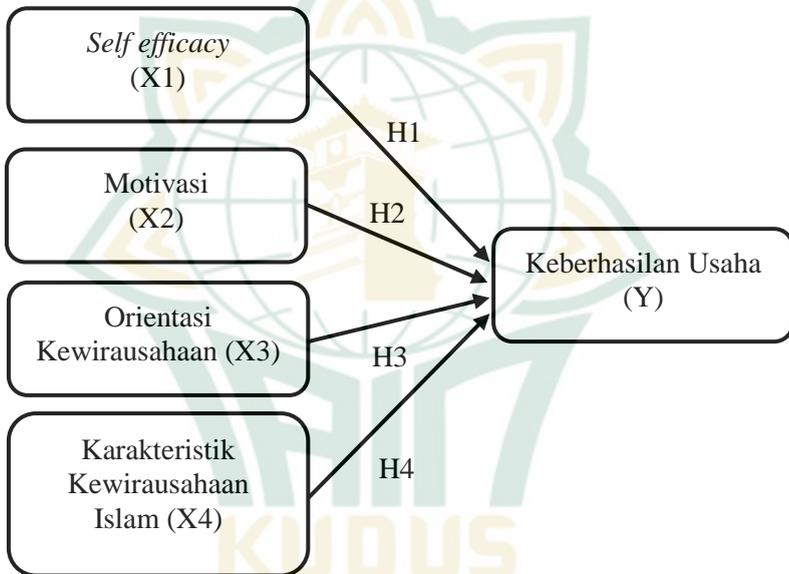
### C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan suatu pengaturan konseptual yang mengilustrasikan keterkaitan antara variabel-variabel di dalam suatu penelitian. Kerangka berpikir dibangun dengan memanfaatkan teori-teori yang sesuai, selanjutnya dianalisis secara mendalam untuk memahami keterkaitan antara variabel-variabel yang sedang diteliti.

<sup>55</sup> Merline Merline and Oey Hannes Widjaja, "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan UKM Alumni Dan Mahasiswa Universitas Tarumanegara," *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 4, no. 2 (2022): 435–43, <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18243>.

Proses ini membantu dalam merumuskan hipotesis dan mengarahkan penelitian secara sistematis.<sup>56</sup> Penelitian ini mengangkat judul “Keberhasilan UMKM *Food and Beverage*: Ditinjau dari *Self Efficacy*, Motivasi, Orientasi Kewirausahaan, dan Karakteristik Kewirausahaan Islam”, sehingga pada penelitian ini ada empat variabel independen yaitu: *Self efficacy* (X1), Motivasi (X2), Orientasi Kewirausahaan (X3), dan Karakteristik Kewirausahaan (X4). Kemudian ada satu variabel dependen yaitu Keberhasilan Usaha (Y). Hubungan antar variabel digambarkan dengan kerangka berpikir melalui gambar/skema sebagai berikut:

**Gambar 2.1 Kerangka Berpikir**



Sumber: Veronika A. Srimulyani dan Yustinus B Hermanto (2022), M. Khalifatul Ardhi, dkk (2021), Amir Machmud dan Yusuf M. Hidayat (2020).

**D. Hipotesis**

Hipotesis merupakan suatu pernyataan yang masih dalam tingkat kelemahan atau ketidakpastian dan membutuhkan pengujian untuk memastikan kebenarannya. Istilah "*hypo*" berarti lemah atau kurang, sedangkan "*thesis*" merujuk pada pendapat atau kebenaran. Oleh karena itu, hipotesis merupakan sebuah pernyataan yang masih

<sup>56</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2022): 96.

memerlukan pengujian melalui metode ilmiah untuk menguji validitasnya.<sup>57</sup> Hipotesis merupakan jawaban awal terhadap rumusan masalah penelitian. Jawaban ini didasarkan pada teori yang sesuai, bukan pada kondisi nyata yang didapat melalui pengumpulan data. Penting dicatat bahwa hanya penelitian dengan pendekatan kuantitatif yang memerlukan pembentukan hipotesis..<sup>58</sup> Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

### 1. Pengaruh *Self efficacy* Terhadap Keberhasilan UMKM

Dalam penelitian yang dijalankan oleh Siti Halimah dan Nur Laily (2018) berjudul "Pengaruh Efikasi Diri, Motivasi dan Kemandirian Terhadap Keberhasilan Usaha Wanita", mereka melakukan penelitian terhadap anggota kampung kue di Surabaya. Sampel penelitian terdiri dari 40 orang dan menggunakan analisis regresi linier berganda sebagai metode analisis. Dari hasil penelitian mengindikasikan bahwa variabel efikasi diri memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Hal ini dinyatakan dengan nilai t-hitung sebesar 4,156 yang lebih besar daripada t-tabel sebesar 1,687.<sup>59</sup>

Penelitian lain yang dilakukan oleh Puput Nuryatimah dan Dahmiri pada tahun 2021, mereka menyelidiki pengaruh motivasi, kompetensi, dan efikasi diri terhadap keberhasilan UMKM Sale Pisang Purwobakti di Kabupaten Bungo. Populasi penelitian ini terdiri dari seluruh karyawan UMKM Sale Pisang Purwobakti, dan sampel yang diambil sebanyak 68 orang karyawan. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa secara parsial, variabel efikasi diri mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM Sale Pisang.<sup>60</sup>

Hasil penelitian lain yang dilaksanakan Novia Nendita Tri Astuti dan Khusnul Hidayah pada tahun 2022 yang berjudul "Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Diri, dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil di Sleman" memperlihatkan bahwa variabel efikasi diri memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil di Sleman. Pengambilan sampel yang dilakukan tertuju pada 40

---

<sup>57</sup> Suliyanto, *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, Dan Disertasi* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2018): 99.

<sup>58</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 100.

<sup>59</sup> Halimah and Laily, "Pengaruh Efikasi Diri, Motivasi Dan Kemandirian Terhadap Keberhasilan Usaha Wanita."

<sup>60</sup> Puput Nuryatimah and Dahmiri, "Pengaruh Motivasi, Kompetensi Dan Efikasi Diri Terhadap Keberhasilan Umkm Sale Pisang Purwobakti Kabupaten Bungo," *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)* Vol. 10, no. 03 (2021): 485–96.

pelaku UMK di Sleman, Yogyakarta dengan menyebarkan kuesioner. Kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 22.0.<sup>61</sup> Berdasarkan uraian ilmiah dan hasil dari beberapa penelitian terdahulu, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**HI:** *Slef-efficacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM Food and Beverage.*

## 2. Pengaruh Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan UMKM

Aisyah Solehati dan Milla Marlina Assegaf (2022) melakukan penelitian tentang “Pengaruh Lingkungan Sociopreneur dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha pada Wirausaha Wanita (Survei Pada Komunitas Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia Kota Bandung)”. Penelitian tersebut ditujukan untuk anggota komunitas IWAPI Bandung dengan mengambil sampel sejumlah 68 orang. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa variabel motivasi baik secara simultan maupun secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.<sup>62</sup>

Penelitian lain yang dijalankan oleh Agustina Rachmawati tahun 2022 mengenai “Pengaruh Knowledge Management, Motivasi, dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pasca Pandemi Covid-19 (Studi pada Wanita Pedagang di Dupak Grosir Surabaya)” memperoleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa variabel motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Penelitian tersebut dilakukan dengan pengambilan sampel sebanyak 100 pelaku UMKM wanita di Dupak Grosir Surabaya. Dengan analisis regresi linier berganda menggunakan program SPSS versi 25.0.<sup>63</sup>

Penelitian yang berjudul "Pengaruh Efikasi Diri dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha" dilakukan oleh Nurul Aini dan Widaryfendhi pada tahun 2019. Dalam penelitian tersebut, teknik non-purposive sampling digunakan untuk

---

<sup>61</sup> Astuti and Hidayah, “Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Diri, Dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Di Sleman.”

<sup>62</sup> Aisyah Solehati and Milla Marlina Assegaf, “Pengaruh Lingkungan Sociopreneur Dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Wirausaha Wanita (Survei Pada Komunitas Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia Kota Bandung),” *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis* 8, no. 1 (2022): 107–120.

<sup>63</sup> Agustina Rachmawati and Nur Laily, “Pengaruh Knowledge Management , Motivasi Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pasca Pandemi COVID-19 (Studi Pada Wanita Pedagang Di Dupak Grosir Surabaya),” *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 11, no. 11 (2022).

mengambil sampel yang terdiri dari 55 responden yang memiliki usaha di Desa Gadabung. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan analisis linier berganda. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa variabel motivasi memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha pemilik dan pengelola UKM di Desa Gadabung.<sup>64</sup> Berdasarkan tinjauan literatur dan temuan penelitian sebelumnya, oleh karena itu dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H2:** *Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM Food and Beverage.*

### 3. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan UMKM

Penelitian yang dilaksanakan Elvina (2020) mengenai “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM” melibatkan 205 pelaku UMKM industri fashion di Kabupaten Labuhanbatu Selatan. Metode SEM (*Structural Equation Modelling*) digunakan untuk menganalisis data dengan memanfaatkan program AMOS versi 23. Memperoleh hasil yang mengindikasikan bahwa variabel orientasi kewirausahaan mempunyai andil yang signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM bidang fashion. Ditemukan pula faktor yang paling menonjol dari variabel orientasi kewirausahaan yaitu kemampuan dalam mengenali dan mengidentifikasi peluang usaha.<sup>65</sup>

Penelitian tentang “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil di Kota Padang” oleh Mentari Ritonga dan Yulhendri (2019) menunjukkan hasil bahwa variabel orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha mikro kecil makanan di Kota Padang. Teknik *Two Two Cluster Random* digunakan untuk pengambilan sampel sejumlah 694 responden yang merupakan pelaku usaha mikro kecil makanan di Kota Padang, dianalisis menggunakan analisis jalur.<sup>66</sup>

---

<sup>64</sup> Aini and Widyarendhi, “Pengaruh Efikasi Diri Dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha.”

<sup>65</sup> Elvina, “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM,” *JSHP* 4, no. 1 (2020): 46–55, <https://doi.org/10.30871/jaemb.v7i2.1675>.

<sup>66</sup> Mentari Ritonga and Yulhendri, “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Di Kota Padang,” *EcoGen* 2, no. 2 (2019): 206–17.

Merline dan Oey Hannes Widjaja (2022) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Inovasi Terhadap Keberhasilan UKM Alumni dan Mahasiswa Universitas Tarumanegara”. Sampel diambil dengan teknik *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* sebanyak 100 orang responden, yakni alumni dan mahasiswa Universitas Tarumanegara yang mempunyai UKM. Kemudian menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan bantuan Aplikasi SmartPLS versi 3.3.3. hasil penelitian menyimpulkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.<sup>67</sup> Berdasarkan uraian ilmiah dan hasil dari beberapa penelitian terdahulu, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H3:** *Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM Food and Beverage.*

#### **4. Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Islam Terhadap Keberhasilan UMKM**

Penelitian Astrid Manzani, Zuhendry, dan Diena Fadhilah (2021) yang membahas tentang “Pengaruh Penerapan Sifat *Shiddiq, Amanah, Fathanah, dan Tabligh* Terhadap Keberhasilan Usaha *Online Shop*” menunjukkan hasil bahwa variabel sifat *Shiddiq, Amanah, Fathanah, dan Tabligh* baik secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Keempat sifat tersebut adalah sifat-sifat Rasulullah SAW. Adapun sampel pada penelitian ini sebanyak 75 responden yang merupakan pelaku usaha *online shop* muslim di Kota Medan. Data dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner yang menggunakan skala Likert untuk pengukuran. Setelah itu, data tersebut dianalisis menggunakan metode analisis linier berganda.<sup>68</sup>

Muhammad Akbar, Misbahuddin, dan Abd Wahab (2021) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Perilaku Kewirausahaan Muslim Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil (Studi pada Usaha Kuliner di Kota Makassar)”. Populasi pada penelitian tersebut ada

---

<sup>67</sup> Merline and Widjaja, “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan UKM Alumni Dan Mahasiswa Universitas Tarumanegara.”

<sup>68</sup> Astrid Manzani, Zuhendry, and Diena Fadhilah, “Pengaruh Penerapan Sifat *Shiddiq, Amanah, Fathanah Dan Tabligh* Terhadap Keberhasilan Usaha *Online Shop*,” *Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal* 2, no. 1 (2021): 13–23.

sebanyak 279 usaha kuliner dan diambil 74 sebagai sampel. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dengan pengukuran skala likert yang kemudian dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis inferensial. Hasil penelitian menemukan bahwa variabel perilaku kewirausahaan muslim memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.<sup>69</sup>

Penelitian yang dijalankan oleh Amir Machmud dan Yusuf Mutadlo Hidayat dalam judul “*Characteristics of Islamic Entrepreneurship and The Business Success of SMEs in Indonesia*”. Dengan mengambil sampel sebanyak 50 pelaku UKM di Jawa Barat yang bergerak di industri halal dan pengumpulan data melalui kuesioner yang selanjutnya diolah dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menemukan bahwa secara simultan variabel karakteristik kewirausahaan islam mempunyai pengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UKM.<sup>70</sup> Berdasarkan uraian ilmiah dan hasil dari beberapa penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H4:** Karakteristik kewirausahaan islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM Food and Beverage.

---

<sup>69</sup> Muhammad Akbar, Misbahuddin, and Abd Wahab, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Perilaku Kewirausahaan Muslim Terhadap Kinerja Usaha Kecil (Studi Pada Usaha Kuliner Di Kota Makassar),” *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, no. 1 (2021): 25–39, <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v3i1.551>.

<sup>70</sup> Machmud and Murtadlo Hidayat, “Characteristics of Islamic Entrepreneurship and The Business Success of SMEs in Indonesia.”