

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Jumlah angkatan kerja pada bulan Februari 2019 berjumlah 136,18 juta orang, dan mengalami kenaikan sekitar 2,24 juta orang dibandingkan pada bulan Februari 2018. Dari jumlah tersebut, sebanyak 129,36 juta orang penduduk yang bekerja, dan sebanyak 6,82 juta orang penduduk yang menganggur. Sementara itu, jumlah penduduk yang memilih untuk berwirausaha baru mencapai angka 8,06 juta jiwa dan rasio wirausaha tersebut masih berkisar 3,1 persen dari seluruh jumlah penduduk.¹ Menyambung analisis data di atas, menurut Airlangga Hartanto pada saat acara pesta retail nasional yang bertempat di ICE BSD selaku Menteri perindustrian mengatakan bahwa rasio wirausaha di Indonesia telah mampu mencapai standart internasional, yaitu sebesar 2 persen dan perlu berusaha untuk mengejar pencapaian Negara tetangga. Sebagaimana Singapura yang telah memperoleh angka 7 persen dan Malaysia pada angka 5 persen.² Dari data tersebut, maka terlihat jika perkembangan industri saat ini mulai meningkat seiring dengan munculnya wirausaha-wirausaha baru.

Wirasahawan itu sendiri asal katanya merupakan terjemahan dari *entrepreneur*. Kata *entrepreneur* tersebut merupakan bahasa perancis yang kemudian diterjemahkan dalam bahasa inggris yaitu *between taker* atau *go-beetween*.³ Istilah *entrepreneur* telah dikenal orang dalam sejarah ilmu ekonomi sejak tahun 1755. Richard Cantillon ahli ekonomi Perancis dianggap sebagai orang pertama yang telah menggunakan istilah *entrepreneur* dan *entrepreneurship*. Sebuah karya dengan judul “*Essai Sur La Nature Du Commerce En General*” yang dibuatnya, Cantillon mampu memberikan peran utama konsep “*entrepreneurship*” pada ilmu

¹Badan Pusat Statistik (BPS), *Statistik Tenaga Kerja 2019*, <https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/05/06/1564/februari-2019/tingkat-pengangguran-terbuka.html>, diakses pada tanggal 18 September 2019, pukul 06.45 WIB

²Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, *Indonesia Butuh 4 Juta Wirausaha Baru Untuk Menjadi Negara Maju*, <https://kemenperin.go.id/artikel/19926/indonesia-butuh-4-juta-wirausaha-baru-untuk-menjadi-negara-maju-ID>, diakses pada tanggal 18 September 2019, pukul 06.45 WIB

³Buchari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 22

ekonomi.⁴ Secara harfiah, asal kata wirausaha merupakan gabungan antara kata wira (gagah berani dan perkasa) serta dari kata usaha.⁵ Pengertian kata *entrepreneur* (kewirausahaan) pada Ensiklopedia Ekonomi, Bisnis dan Manajemen memiliki arti seorang pengusaha yang mampu mengetahui adanya peluang dengan mencari data mengenai sumber daya lain yang diperlukan beserta sumber dana yang digunakan untuk mewujudkan peluang tersebut, dan berani menanggung segala bentuk resiko yang berkaitan dengan pelaksanaannya. Adapun pada Kamus Besar Bahasa Indonesia, wirausaha merupakan orang yang pandai mengenali suatu produk baru beserta penentuan cara produksi, penyusunan operasi, pengaturan modal hingga pemasaran produk baru.⁶

Menurut para ahli, istilah *entrepreneur* memiliki arti yang begitu luas. Ada beberapa istilah *entrepreneur* yang dijelaskan oleh para ahli, seperti: menurut Winardi, *entrepreneur* adalah orang yang berani membayar harga tertentu dan akan dijual dengan harga yang tidak pasti, sambil membuat sebuah keputusan mengenai upaya pemanfaatan sumber daya dan menerima segenap resiko yang akan berubah. *Entrepreneur* juga diartikan sebagai orang yang dapat mengolah sumber daya untuk menjadi sebuah produk yang memiliki nilai dan akan memperoleh keuntungan dari peluang yang belum dikerjakan oleh orang lain. Tokoh *entrepreneur* Indonesia, Dr.Ir. Ciputra mengartikan *entrepreneur* sebagai seseorang yang memiliki kemampuan untuk mengubah suatu kotoran dan rongsokan menjadi sebuah emas. Menurutnya, seseorang dengan kemampuan mengubah kotoran dan rongsokan menjadi emas tidak harus selalu dari lingkungan dunia bisnis saja.⁷

Sehingga dari penjelasan tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwasannya *entrepreneur* adalah orang yang memiliki jiwa berani mengambil suatu resiko untuk membuka sebuah bisnis dalam berbagai kesempatan. Memiliki jiwa berani mengambil resiko berarti mempunyai mental mandiri dan berani untuk memulai usaha tanpa diliputi rasa takut ataupun cemas meskipun

⁴Richard Cantillon, *Essai Sur La Nature Du Commerce En General*, (Paris: Institut Coppet, Desember 2011)

⁵Abdul Jalil, *Spiritual Entrepreneurship*, (Yogyakarta: LKis Printing Cemerlang, 2013), 3.

⁶Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2018), 45.

⁷Sukmadi, *Inovasi dan Kewirausahaan Edisi Paradigma baru Kewirausahaan* (Bandung: Humaniora Utama Press, 2016), 13-15.

berada pada kondisi yang tidak pasti.⁸ Seorang *entrepreneur* yang berjiwa berani ketika menghadapi resiko tersebut juga perlu mempertimbangkan akan nilai-nilai etika dan agama. Sehingga dalam menjalankan bisnis, seorang *entrepreneur* tidak selalu bicara mengenai keuntungan, transaksi, manajemen, dan accounting. Akan tetapi berkaitan pula dengan pelayanan, tanggung jawab sosial, dan keadilan.⁹

Dalam perkembangan zaman, *entrepreneur* sendiri menjadi topik yang hangat dan digandrungi oleh sebagian besar masyarakat di Indonesia, khususnya pada kalangan usia muda. Ada berbagai faktor psikologis yang membuat sikap negatif masyarakat mengenai profesi wirausaha, seperti sifat tidak jujur, dan kikir¹⁰, apalagi menjadi seorang wirausaha sering dianggap sebagai pilihan karir yang kurang menyenangkan sebab seseorang dihadapkan pada kondisi situasi kerja sehari-hari yang penuh dengan ketidakpastian, halangan, kegagalan, dan frustrasi,¹¹ akan tetapi sekarang dari waktu ke waktu pandangan tersebut mulai memudar. Wirausahawan baru tersebut mulai terpikat dan melihat profesi bisnis sebagai suatu hal yang dianggap sangat menjanjikan bagi masa depannya, sebab dengan berwirausaha mereka dapat membuat peluang untuk memperlihatkan kemampuan dan potensi diri mereka sendiri secara penuh serta dapat melakukan sebuah perubahan, dan juga mereka mempunyai sebuah kebebasan untuk mencapai tujuan yang dikehendaki untuk menentukan sendiri target pencapaian usaha yang mereka harapkan, serta bebas untuk menggunakan sumber daya yang tidak bergantung kepada orang lain¹², sehingga dengan adanya peluang tersebut membuat para remaja yang berlatar belakang kaum santri tidak ketinggalan pula untuk terlibat menjadi seorang wirausahawan. Santri sendiri

⁸ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2013), 19.

⁹ M. Sofyan Alnashr, *Spiritual Entrepreneurship Di Pesantren Entrepreneur Al-Mawaddah Kudus*, Islamic Review: Jurnal Riset dan Kajian Keislaman Vol. VIII, No.1 (2019), diakses pada 15 September 2019, <https://journal.ipmafa.ac.id>

¹⁰ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syari'ah dan Kewirausahaan I*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 141.

¹¹ Gerry Segal *et.al*, *The motivation to become an entrepreneur*, International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research Vol. 11 No. 1 (2005), diakses pada Rabu 9 Oktober 2019, <http://www.emeraldinsight.com/1355-2554.htm>

¹² Suharyadi, *et.al*, *Wirausahaan: Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), 8-9.

memulai menjadi wirausahawan sebagaimana dianjurkan oleh agama dan juga dicontohkan oleh Rasulullah Muhammad SAW. Hal-hal tersebut cukup menjelaskan akan pentingnya menjadi seorang pengusaha dalam kehidupan beragama, dan bermasyarakat sebagaimana telah dipelajari didalam pondok pesantren.

Sekarang pondok pesantren juga telah berkembang sangat pesat, sebab sekarang pondok pesantren tidak hanya sekedar lembaga pendidikan agama islam yang mengajarkan pendidikan dengan pengasuhan seorang kyai dengan ciri khas kelembagaan membentuk sebuah akhlak yang baik saja. Dahulu, pondok pesantren identik dengan lembaga pendidikan agama untuk menghasilkan insan yang beriman dan bertakwa (imtak), akan tetapi sejak berkembangnya pendidikan modern pada tahun 1970-an hingga 2000-an, pondok pesantren kini mulai bertransformasi menjadi suatu lembaga pendidikan yang menghasilkan santri imtak dan mampu menguasai ilmu pengetahuan serta teknologi (iptek)¹³, sehingga dari perubahan tersebut nantinya alumni dari pondok pesantren tidak semata-mata akan menjadi seorang ulama, kyai, guru, dan tenaga pengajar saja, akan tetapi mereka bisa menduduki tempat diberbagai lapisan dimasyarakat dan bahkan juga bisa menjadi seorang wirausahawan. Sehingga nantinya alumni dari pondok pesantren tersebut tidak sekedar berada pada suatu pekerjaan yang harus sesuai dengan tuntunan agama islam. Apalagi dalam perekonomian Indonesia saat ini memang diperlukan suntikan support *entrepreneur* dari sektor pesantren, karena di pondok pesantren akan ditemukan jiwa generasi muda yang begitu gigih, kreatif, dan pantang menyerah dalam meraih impiannya, sehingga dari masalah tersebut perlu diadakannya pelatihan ketrampilan bagi kaum santri sebagai bekal mereka nantinya ketika sudah lulus dari pondok pesantren berupa program *santripreneur*.

Program *santripreneur* itu sendiri merupakan salah satu program yang dibuat oleh Kementerian Perindustrian dan terus diupayakan demi menciptakan para *entrepreneur* di Indonesia. Adanya program *santripreneur* tersebut dibuat untuk menciptakan para *entrepreneur* pada lingkungan pondok pesantren, sekaligus menjadi bentuk penerapan dari adanya Peta Jalan Making Indonesia 4.0 yang berupaya dalam pemberdayaan Industri Kecil dan Menengah (IKM). Kegiatan yang dibuat oleh Kementerian Perindustrian telah menyiapkan beberapa program untuk

¹³Sahala Panggabean, *et.al*, *The Ma'ruf Amin Way Keadilan, Keumatan, Kedaulatan*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2019), 262.

memberdayakan ekonomi yang berbasis pondok pesantren serta menumbuhkan gairah kewirausahaan pada kalangan santri ataupun alumni dari pondok pesantren tersebut. Program pertama yang dibuat adalah model untuk mengembangkan wirausaha dalam bidang industri baru beserta pengembangannya pada lingkungan pesantren yang diberi nama program santri berindustri. Adapun program yang kedua adalah model santri berkreasi, yang mempunyai tujuan untuk mendidik dan mengembangkan potensi kreatif santri pada bidang digital dan melahirkan *creativepreneur* pada lingkungan pondok pesantren.¹⁴

Membahas mengenai konsep *santripreneur* sendiri sebenarnya tidak bisa terlepas dari kata *entrepreneur* itu sendiri, sebab *santripreneur* merupakan gabungan dari kata santri dan *entrepreneur*. Kata *santripreneur* sebenarnya tidak memiliki arti baku, sebab dalam kamus bahasa Indonesia ataupun kamus bahasa asing tidak ditemukan adanya makna kata *santripreneur* tersebut. Kata *santripreneur* mengandung arti seorang santri (orang yang belajar ilmu dipesantren) yang memiliki usaha sendiri, dan berani membuat kegiatan mandiri yang produktif. Dapat diartikan pula sebagai seorang santri yang berani mengambil berbagai resiko untuk melaksanakan usaha sendiri dengan cara memanfaatkan adanya peluang untuk membuat usaha baru yang lebih inovatif, sehingga usaha yang dibuatnya tersebut mampu berkembang lebih pesat lagi dan dapat menghadapi berbagai tantangan dari para pesaing.¹⁵ Pembahasan *santripreneur* tersebut tidak terlepas dari konsep yang sering digunakan oleh kebanyakan santri terutama bagi mereka yang berada di Kudus. *Santripreneur* yang diartikan sebagai santri yang mempunyai usaha sendiri dan memiliki jiwa bisnis serta merupakan refleksi dari falsafah Gusjigang.

Falsafah Gusjigang merupakan ajaran Sunan Kudus dalam menjalani hidup. Beliau merupakan sesepuh pendiri kota Kudus dan salah satu Walisongo yang bernama Syeh Ja'far Shodiq. Ada dua ciri khas yang melekat pada diri Syeh Ja'far Shodiq yaitu sebagai *waliyyul ilmy* dan wali saudagar. Sebagai *waliyyul ilmy*, beliau ahli hukum agama islam, pemerintahan, kesusasteraan dan

¹⁴Yosi Winoso, *Santripreneur siapkan santri menuju Indonesia 4.0*, 24 Maret 2019, https://m.wartaekonomi.co.id/redaksi/clara_aprilia&hl=id

¹⁵Toha Maksum, *Pengembangan Kemandirian Pesantren Melalui Program Santripreneur*, Engagement Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Volume 2, Number 2 (2018), diakses pada 2 September 2019, <http://engagement.kopertais4.or.id>

pedagang yang kaya.¹⁶ Sementara citra sebagai wali saudagar didukung adanya jejak sejarah saat melaksanakan misi dakwah beliau yang tidak bisa lepas dengan dunia saudagar. Ajaran Gusjigang juga berpengaruh pada warga setempat sebagai masyarakat yang religius dan pandai berdagang. Adanya masjid serta pondok pesantren yang berdekatan dengan pasar semakin meyakinkan ajaran gusjigang tersebut. Gusjigang mengajarkan bahwa kepribadian seorang muslim itu harus bagus akhlaknya, pintar ngaji, dan wasis dagang. Ada semacam hubungan antara perbuatan, agama, dan pekerjaan, yang mana dari ketiganya mampu menjadi sebuah karakter bagi tiap individu.¹⁷ Menurut sejarah sejak dahulu, masyarakat Kudus mempunyai sebuah aktivitas yaitu berdagang. Mereka dikenal sebagai pedagang muslim yang begitu taat beragama. Pedagang muslim tersebut teridentifikasi berpusat dikawasan Kudus Kulon.

Masyarakat Kudus yang dikenal dengan masyarakat religius, yang mana kehidupan agama kesehariannya lebih mendominasi. Mereka juga dikenal sebagai pedagang yang begitu gigih, terampil, dan pekerja keras. Sehingga dari sini masyarakat Kudus mendapat julukan sebagai masyarakat santri pedagang. Falsafah gusjigang bagi masyarakat Kudus dirasa tidak asing lagi. Kata “Ji” memiliki arti mengaji, yang dalam kesehariannya berdekatan dengan kehidupan islami masyarakat pada kawasan Menara Kudus. Kata “gang” berarti pedagang, tampak pada aktivitas kegiatan usaha orang Kudus yang menonjol dalam usaha perdagangan. Adapun jiwa kewirausahaan yang ada pada pengusaha Kudus merujuk kepada ajaran dari Sunan Kudus yang sudah menjadi suatu nilai hidup dan mampu mempengaruhi kegiatan ekonomi. Masyarakat Kudus menganggap bahwa Sunan Kudus merupakan penyebar agama islam yang begitu faqih serta wasis dalam berdagang.¹⁸

¹⁶Maharromiyati, *Pewarisan Nilai Falsafah Budaya Lokal Gusjigang sebagai Modal Sosial di Pondok Pesantren Entrepreneur Al Mawaddah Kudus*, Journal of Educational Social Studies JESS 5 (2) (2016), diakses pada 15 September 2019, <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jess>

¹⁷Muhammad Mustaqim, *Spirit GusJigang Kudus dan tantangan Globalisasi Ekonomi*, Jurnal Penelitian Vol. 9, No. 1 (2015), diakses pada 15 September 2019, <http://journal.stainkudus.ac.id>

¹⁸Abdul Jalil, *Spiritual Entrepreneurship*, (Yogyakarta: LKis Printing Cemerlang, 2013), 11-12.

Gusjigang merupakan suatu konsep hidup masyarakat Kudus yang mayoritas islam dan sebagian besar hidupnya berkaitan dengan aktivitas berdagang. Gusjigang merupakan sebuah pedoman hidup untuk masyarakat Kudus dalam menjalani kehidupan agama serta berkaitan dalam kegiatan berdagang untuk mencari nafkah. Sebagian masyarakat Kudus menganggap bahwa gusjigang adalah karakter yang dimiliki oleh saudagar santri yang berada pada kawasan sekitar Masjid Menara Kudus atau disebut “Wong ngisor menara”. Masyarakat ngisor menara mengidentifikasi dirinya sebagai penganut ajaran gusjigang Sunan Kudus. Masyarakat disekitar Masjid Menara Kudus juga mendapat julukan santri pedagang. Santri pedagang merupakan suatu julukan untuk seseorang yang menjalankan usaha dalam berdagang secara islami. Usaha dagang yang dijalankan begitu bervariasi, mulai dari tekstil, pakaian dan makanan.¹⁹

Kudus sendiri tercatat pada tahun 2018 memiliki jumlah penduduk 861.430 jiwa, yang terdiri dari 423.985 jiwa laki-laki (49,22 persen) serta 437.445 jiwa perempuan (50,78 persen). Dan data dari Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi kabupaten Kudus pada tahun 2018 ada sebanyak 4.886 permintaan tenaga kerja.²⁰ Dari data tersebut maka untuk menanggulangi permintaan tenaga kerja yang begitu banyak dibutuhkan lapangan pekerjaan yang mampu menyerapnya, dan diantaranya dengan menumbuhkan minat berwirausaha bagi setiap individu, sebagaimana Kudus yang terkenal dengan falsafah Gusjigangnya yang bisa menjadi dasar penyemangat untuk berwirausaha. Didukung pula dengan sektor industri yang menjadi penopang utama perekonomian kabupaten Kudus dengan menyumbang kontribusi sebanyak 81,06 persen terhadap PDRB kabupaten Kudus. Sektor ini dibedakan dalam berbagai kelompok industri besar, industri sedang, industri kecil, dan industri rumah tangga.

Data yang didapat oleh Dinas Perinkop pada tahun 2018 menyebutkan bahwa terdapat 13.009 unit perusahaan industri/unit usaha yang terdapat dikabupaten Kudus. Angka tersebut mencakup seluruh perusahaan industri baik besar/sedang hingga industri

¹⁹Sumintarsih *et.al*, *Gusjigang : Etos Kerja Dan Perilaku Ekonomi Pedagang Kudus* (Yogyakarta: Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB), 2016), 73-74.

²⁰Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Kudus, *Kudus dalam angka 2019*, <https://kuduskab.bps.go.id>, diakses pada tanggal 29 September 2019, pukul 10.00 WIB

kecil/rumah tangga. Bila dibandingkan dengan tahun 2017 telah mengalami peningkatan jumlah unit industri sebanyak 0,076 persen. Adapun untuk nilai produksi juga mengalami peningkatan bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Tercatat nilai produksi pada tahun 2018 adalah sebesar 144,83 triliun atau mengalami kenaikan sebesar 6,00 persen. Hal tersebut menjelaskan bahwa kabupaten Kudus merupakan suatu daerah yang begitu strategis jika dari segi industrinya. Sesuai data BPS tercatat ada 186 perusahaan yang mampu menyerap 101,433 orang tenaga kerja. Kalau dibandingkan dengan tahun sebelumnya jumlah perusahaan dan jumlah tenaga kerjanya masih tetap. Sedangkan jika dilihat dari jenis industri, industri tembakau dirasa masih begitu mendominasi sebesar 34,46 persen dari jumlah usaha industri besar dan sedang, selanjutnya industri pakaian jadi sebesar 19,77 persen, dan industri makanan dan minuman 2,22 persen. Sedangkan untuk penyerapan tenaga kerja terbesar masih didominasi industri tembakau/rokok yakni sebesar 75,88 persen diikuti industri dari kertas 12,42 persen dan industri mesin/TV/radio sebesar 3,12 persen.²¹

Dengan data statistik Kabupaten Kudus tersebut, maka sudah sepatutnya kita mulai sadar akan pentingnya berwirausaha untuk menciptakan pembaharuan perekonomian industri yang sudah ada dengan memulai bisnis yang diawali dari lingkup sektor rumah tangga hingga kepada sektor industri besar dengan tidak meninggalkan falsafah Gusjigang yang menjadi identitas bagi wirausaha di Kudus, dan tidak terkecuali bagi mereka generasi muda yang berlatar belakang sebagai santri juga bisa menjadi pelopor wirausaha baru. Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, penulis terdorong untuk melakukan sebuah penelitian tentang *entrepreneur* kaum santri di kota Kudus. Sebagai batasan masalah dalam penelitian ini, telah disusun tiga rumusan inti pembahasan, yaitu : (1) Esensi bisnis yang mendorong gerakan *entrepreneur* santri dalam merefleksikan falsafah gusjigang, serta (2) konvergensi amalan spiritual *entrepreneur* santri, dan (3) relevansi falsafah gusjigang.

Selaras dengan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk memetakan nilai-nilai spiritual yang mendorong santri untuk melakukan gerakan *entrepreneurship* dan penerapannya dalam aksi nyata sebagaimana merefleksikan

²¹Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Kudus, *Kudus dalam angka 2019*, <https://kuduskab.bps.go.id>, diakses pada tanggal 29 September 2019, pukul 10.00 WIB

falsafah gusjigang. Hal ini didasarkan sebab adanya penelitian DO Moberg yang menyebutkan kalau spiritualitas itu terlalu fana, mistis, sakral dan dianggap sangat spekulatif dan sulit untuk diterapkan dalam perhitungan sehingga mengakibatkan kerohanian sulit untuk dipelajari dengan metode ilmu duniawi.²² Akan tetapi pendapat tersebut sekarang dibantahkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Makbul yang menyimpulkan bahwa spiritual itu bisa dinilai dan terlihat melalui kejujuran yang bersumber dari spiritualitas/religiusitas pelaku usaha sehingga menimbulkan sebuah keberhasilan usaha.²³

Selain itu dalam konteks Islam, justru aktivitas bisnis seorang Muslim haruslah difokuskan untuk beribadah kepada Allah dengan menjalankan bisnis yang konsisten sesuai standar moral dan etika Islam, memenuhi kewajiban agama, dan berkontribusi pada keseluruhan tujuan untuk memberi manfaat kepada masyarakat. Sehingga dari perspektif tersebut, kerangka kegiatan agama dan ekonomi tidak dapat dipisahkan, dan sebagai akibatnya, serangkaian perilaku ekonomi tidak hanya dipandu oleh pedoman sekuler, hukum, dan etika, tetapi oleh pedoman agama.²⁴ Sebagaimana hubungan dari kerangka tersebut sesuai dengan inti tipology falsafah gusjigang.

Riset mengenai keterkaitan spiritualitas dengan kegiatan kewirausahaan bisa dilihat dari riset yang dilakukan oleh Jackson dan Konz yang menganalisisnya dengan kewirausahaan.²⁵ Dalam Islam, religiusitas atau spiritualitas Muslim menggambarkan kebergantungan hanya kepada Allah sebagaimana tujuan penciptaan manusia untuk menyembah kepada-Nya. Implikasinya, aspek kehidupan manusia selalu terintegrasi antara sisi material dan

²²David O. Moberg, *Spirituality Research: Measuring the Immeasurable*, Journal of the American Scientific Affiliation Volume 62, Number 2 Perspectives on Science & Christian Faith, (2010), diakses pada 9 November 2019, <http://www.asa3.org/ASA/PSCF/2010/PSCF6-10Moberg.pdf>

²³Makbul, Zafir Mohd, *Entrepreneurial Success: An Exploratory Study among Entrepreneurs*, International Journal of Business and Management, Vol 6, No 1, January (2011), diakses pada 6 November 2019, <http://www.ccsenet.org/ijbm>

²⁴Aan Jaelani, *Maqashid Syariah Dan Pengembangan Kewirausahaan Berkelanjutan Di Indonesia*, Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam Vol. 4, No. 2, Desember 2019, diakses pada 09 Mei 2020.

²⁵Jackson dan Konz, *Spirituality and Entrepreneurship*, Journal of Management, Spirituality and Religion 3, No. 3 (2006), 242-57, diakses pada Sabtu 9 Mei 2020 <https://tandfonline.com>

spiritual sebagai bagian dari kepercayaan kepada Allah. Penelitian dari Mubarak *et.all* juga memberikan penjelasan mengenai spiritualitas yang mana mereka justru mengeksplorasi tentang spiritualitas sebagai aspek vital dalam konteks kewirausahaan Islam.²⁶ Selain itu Gursoy *et.all* juga menganalisis tentang dampak religiusitas wirausaha pada nilai-nilai, dan hubungan antara nilai-nilai tersebut dan perilaku wirausaha dengan menguji perbedaan antara pengusaha Muslim yang mempraktikkan dan tidak mempraktikkannya. Hubungan antara nilai-nilai dan religiusitas dianalisis dalam kerangka kerja integratif dengan teori nilai Schwartz. Riset tersebut menegaskan bahwa Pengusaha Muslim yang mempraktikkan nilai-nilai memiliki rasa hormat yang lebih besar, serta komitmen dan penerimaan terhadap kebiasaan tradisional dan gagasan keagamaan dibandingkan dengan para pengusaha Muslim yang tidak mempraktikkannya. Disisi lain, pengusaha Muslim yang tidak mempraktikkannya memiliki pemikiran dan tindakan yang lebih mandiri dalam hal memilih, menciptakan, dan mengeksplorasi, serta lebih cenderung mencari kesenangan duniawi.²⁷

Adapun ketika nilai-nilai spiritual tersebut dikaitkan dengan pembahasan mengenai falsafah gusjigang, itu bisa dilihat atas adanya penelitian yang dilakukan oleh Pujiyanto *et.all* yang memberikan pemahaman bahwa kristalisasi nilai-nilai kewirausahaan yang tercerminkan pada perilaku dan tindakan orang-orang di masyarakat Kudus merupakan bentuk ajaran gusjigang Sunan Kudus.²⁸ Penelitian pujiyanto tersebut disempurnakan oleh Maharromiyati dan Suyahmo yang menjelaskan jika kristalisasi nilai kewirausahaan dalam falsafah gusjigang itu mengandung nilai karakter yang termuat seperti sifat jujur, toleransi, disiplin, peduli sosial, tanggung jawab, religius,

²⁶ Mohd Zain Mubarak *et.all*, *Spirituality In Islamic Entrepreneurship: Motivation and Achievements Of Successful Entrepreneurs in Kelantan*. Journal of Techno Social 6, No. 2 (2014), diakses pada Sabtu 9 Mei 2020, <https://publisher.uthm.edu.my>

²⁷ Dogan Gursoy *et.all*, *Religiosity and entrepreneurship behaviours*, International Journal of Hospitality Management 67 (2017): 87-94 diakses pada Sabtu 9 Mei 2020 <https://sciencedirect.com>

²⁸ Pujiyanto *et.al*, *Gusjigang: The Entrepreneurship Philosophy From Sunan Kudus*, Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR), volume 313 (2018), diakses pada 15 September 2019, <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

rasa ingin tahu, gemar membaca, kerja keras, kreatif, dan juga mandiri Gusjigang yang merupakan.²⁹

Adanya hasil penelitian yang didapat tersebut akan disajikan dalam bentuk tabel sebagaimana berikut:

Tabel 1.1
Research Gap Spiritual Entrepreneur

Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Moberg, D Journal of the American Scientific Affiliation Vol.62, No.2 2010	<i>Spirituality Research: Measuring the Immeasurable?</i>	Spiritual tidak berpengaruh dalam kegiatan bisnis. Riset tersebut menggunakan metode Kuantitatif dengan kuesioner dan interview
Zafir Mohd Makhbul International Journal of Business and Management Vol. 6, No. 1 Januari 2011	<i>Entrepreneurial Success: An Exploratory Study among Entrepreneurs</i>	Spiritual berpengaruh dalam kegiatan bisnis yang terbukti dengan sebuah kejujuran dalam diri pelaku usaha. Riset tersebut menggunakan metode Kuantitatif dengan kuesioner
Mubarak <i>et.all</i> Journal of Techno Social 6, No. 2 2014	<i>Spirituality In Islamic Entrepreneurship</i>	Spiritualitas berpengaruh sebagai aspek vital dalam konteks kewirausahaan Islam. Riset tersebut menggunakan metode kualitatif
Dogan Gursoy <i>et.all</i> International Journal of Hospitality Management 67 2017	<i>Religiosity and entrepreneurship behaviours</i>	Religiusitas wirausaha tersebut berdampak pada perbedaan perilaku pengusaha Muslim yang mempraktikkan dan tidak mempraktikkannya.

Sumber data : Review hasil riset terdahulu

²⁹Maharromiyati, *Pewarisan Nilai Falsafah Budaya Lokal Gusjigang sebagai Modal Sosial di Pondok Pesantren Entrepreneur Al Mawaddah Kudus*, Journal of Educational Social Studies JESS 5 (2) (2016), diakses pada 15 September 2019, <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jess>

Hasil dari penelitian terdahulu masih ada yang bersifat kontradiktif satu sama lain, sehingga perlu adanya penelitian lebih lanjut lagi untuk mengetahui hasil penelitian manakah yang dapat didukung. Peneliti berusaha meneliti mengenai spiritual *entrepreneur* kaum santri. Menariknya penelitian ini untuk dilakukan, karena belum pernah ada penelitian yang menghubungkan antara spiritualitas dengan bisnis pada kaum santri dikota Kudus yang dikombinasikan dengan ajaran falsafah lokal gusjigang.

Bertitik tolak dari latar belakang masalah yang dijelaskan tersebut, maka penulis tertarik mengadakan penelitian lebih mendalam lagi mengenai Spiritual *Entrepreneur* kaum santri, sehingga penulis melakukan sebuah penelitian dengan judul: **Spiritual *Entrepreneur* Kaum Santri Berbasis Falsafah Kearifan Lokal Gusjigang di Kota Kudus.**

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan suatu batasan masalah dalam penelitian. Penentuan fokus penelitian didasarkan pada hasil studi pendahuluan, pengalaman, dan referensi, serta disarankan oleh pembimbing atau orang yang dipandang ahli³⁰.

Fokus dalam penelitian ini adalah:

1. Implementasi Gusjigang dalam membentuk karakter *entrepreneur*. Peneliti lebih fokus pada segi dagang atau bisnis kaum santri karena bertujuan untuk mengetahui bagaimana kegiatan bisnis yang dijalankan oleh kaum santri tersebut bisa merefleksikan falsafah gusjigang itu sendiri, dan mampu memberikan perbedaan spiritual jiwa *entrepreneur* santri dalam kegiatan bisnis menggunakan falsafah gusjigang dengan tidak menggunakan falsafah gusjigang.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada batasan masalah sebagaimana yang telah disebutkan, setidaknya mampu dirumuskan suatu masalah yang akan menjadi fokus penelitian ini. Adapaun rumusan masalah tersebut antara lain:

³⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 485.

1. Apa esensi bisnis para *entrepreneur* kaum santri?
2. Bagaimana konvergensi spiritual para *entrepreneur* kaum santri dalam merefleksikan falsafah gusjigang?
3. Bagaimana relevansi pengimplementasian falsafah gusjigang untuk membentuk karakter *entrepreneur* santri?

D. Tujuan Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian pasti harus memiliki tujuan yang jelas, sehingga dengan adanya tujuan tersebut mampu diperoleh solusi atas masalah yang dihadapi. Sesuai rumusan masalah diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hasil analisis tentang esensi bisnis para *entrepreneur* kaum santri.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hasil analisis tentang konvergensi spiritual para *entrepreneur* kaum santri dalam merefleksikan falsafah gusjigang.
3. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hasil analisis tentang relevansi pengimplementasian falsafah gusjigang untuk membentuk karakter *entrepreneur* santri.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian dengan judul “Spiritual *Entrepreneur* Santri Berbasis Falsafah Kearifan Lokal Gusjigang di Kota Kudus” ini, diharapkan mampu memberikan sebuah manfaat secara teoritis dan praktis.

1. Manfaat Teoritis
 - a. Untuk memberikan sumbangan pemikiran untuk pengembangan ilmu ekonomi pada umumnya, khususnya untuk ekonomi Islam mengenai falsafah gusjigang
 - b. Diharapkan pula memberikan hasil penelusuran penelitian ekonomi Islam yang bersentuhan secara langsung dengan aspek-aspek kemanusiaan secara riil
2. Manfaat Praktis
 - a. Untuk memberikan sebuah jawaban atas permasalahan yang diteliti dalam pengimplemtasian gusjigang untuk membentuk jiwa *entrepreneur* santri dan serta memberikan pemahaman pengembangan konsep gusjigang
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai pemantik tumbuhnya semangat para santri dalam berwirausaha serta melakukan kegiatan ekonomi kreatif

- c. Memberikan tawaran praksis *entrepreneur* santri, karena potensi ekonomi santri ini sangat besar. Dan permasalahan bangsa ke depan akan banyak banyak ditentukan oleh permasalahan ekonomi

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian memiliki maksud untuk mendapatkan suatu gambaran serta garis besar dari tiap bagian yang saling berhubungan, sehingga dapat diperoleh penelitian yang sistematis serta alamiah. Berikut ini adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun:

1. Bagian Awal

Pada bagian awal ini memuat judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, motto, halaman persembahan, kata pengantar, abstraks, daftar isi serta halaman tabel.

2. Bagian Isi

Pada bagian isi membuat garis besar yang terdiri dari lima BAB, antara BAB I sampai BAB V saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, sebagaimana berikut ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan memuat tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab kajian pustaka berisi tentang pengertian spiritual *entrepreneur*, nilai-nilai spiritual *Entrepreneur*, prinsip-prinsip keimanan *entrepreneur*, unsur-unsur *entrepreneur* dalam islam, Karakteristik-karakteristik *entrepreneur*, cara membangun jiwa *entrepreneur*, pengertian falsafah gusjigang, pentingnya falsafah gusjigang, serta kendala yang dihadapi dalam mengembangkan falsafah gusjigang.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab hasil penelitian dan pembahasan akan menjelaskan tentang hasil penelitian yang telah diperoleh peneliti, yaitu mengenai gambaran umum objek penelitian, deskripsi data penelitian, analisis data dan pembahasan tentang spiritual *entrepreneur* kaum santri menggunakan falsafah kearifan lokal gusjigang di kota Kudus.

BAB V : PENUTUP

Bab penutup memuat tentang kesimpulan, keterbatasan, saran-saran, dan penutup.

3. Bagian akhir mencakup daftar pustaka, daftar riwayat hidup, transkrip wawancara dan lampiran-lampiran lainnya.

