

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kewirausahaan saat ini berkembang begitu pesat. Hal ini bisa dilihat dengan banyaknya usaha bisnis yang dijalankan oleh wirausahawan dari beragam usia, dan status. Seperti anak sekolah, mahasiswa, guru/dosen hingga ibu rumah tangga. Hal tersebut bukanlah sesuatu hal yang tabu, karena berwirausaha adalah suatu aktivitas mencari penghasilan yang ada sejak dulu, bahkan Nabi Muhammad SAW mencari rizki dengan berdagang. Jadi tidak heran jika dengan berkembangannya era digital ini kewirausahaan juga mengalami perkembangan. Rasulullah Saw pernah bersabda dalam hadist, “*Pedagang yang jujur lagi terpercaya adalah bersama-sama para Nabi, shadiqin, dan para syuhada*”. (HR. Tirmidzi dan Hakim). Berdagang atau berbisnis harus dilandasi oleh kejujuran. Apabila orang berbisnis tidak jujur maka tunggulah kehancurannya. Apabila ia jujur, maka ia akan mendapatkan keuntungan dari segala penjuru yang tidak ia kira.¹ Seorang pembisnis yang menerapkan konsep kejujuran setiap proses bisnisnya merupakan pembisnis yang ber “etika islami”.

Karakter Etika Bisnis yang Islami digali dan dirumuskan berdasarkan konsep iman sebagai fondasi yang utama. Secara normatif mestinya Islam mampu menjadi sumber motivasi yang kuat dalam mewujudkan Etika Bisnis. Setiap aktivitas bisnis terkait dngan kerja produktif. Kerja yang produktif membutuhkan etika yang baik. Apabila dalam kondisi sosial yang berubah dengan cepat yang menjadikan materi sebagai parameter keberhasilannya sehingga dapat mengikis landasan moral ataupun nilai-nilai agama, terlebih dengan pertumbuhan dan penyebaran sikap individualistik yang semakin meluas ditandai dengan sikap mementingkan diri sendiri dan lebih

¹ Buchari Alma, *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 3

mengutamakan hasil dari pada proses.² Maka dari itu suatu bisnis perlu menanamkan Etika Bisnis Islam didalamnya.

Organisasi sebagai bentuk dan hubungan yang mempunyai sifat dinamis, dalam arti dapat menyesuaikan diri kepada perubahan, pada hakikatnya merupakan suatu bentuk yang dengan sadar diciptakan oleh manusia untuk mencapai tujuan yang telah diperhitungkan.³ Perilaku manusia pada prinsipnya merupakan hasil dari berbagai macam pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap, dan tindakan. Perilaku merupakan respon/ reaksi seorang individu terhadap stimulus yang berasal dari luar atau dalam dirinya.⁴ Teori WHO menganalisis bahwa yang menyebabkan seseorang berperilaku tertentu adalah empat alasan pokok berikut:

1. Pemikiran dan perasaan (*thoughts and feeling*) yaitu dalam bentuk pengetahuan, persepsi, sikap, kepercayaan dan penilaian seseorang terhadap objek.
2. Pengetahuan diperoleh dari pengalaman sendiri atau pengalaman orang lain.
3. Kepercayaan sering atau diperoleh dari orang tua, kakek atau nenek. Seseorang menerima kepercayaan berdasarkan keyakinan dan tanpa adanya pembuktian terlebih dahulu.
4. Sikap menggambarkan suka atau tidaknya seseorang terhadap objek. Sikap sering diperoleh dari pengalaman sendiri atau dari orang lain yang paling dekat. Sikap juga dapat membuat seseorang mendekati atau menjahui orang lain atau objek lain.⁵

Perilaku manusia yang memiliki keinginan untuk pencapaian suatu tujuan terhadap organisasi bisnisnya disebut dengan karakter wirausaha, biasanya manusia yang

² Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012). 88.

³Irham Fahmi, *Perilaku Organisasi, Teori, Aplikasi, dan Kasus* (Bandung: Alfabeta, 2016), 2.

⁴Mia Lasmi Wardiyah, *Teori Pendidikan dan Budaya Organisasi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2016), 33.

⁵ Mia Lasmi Wardiah, *Teori Perilaku dan Budaya Organisasi* (Bandung : Pustaka Setia 2016, 25

mempunyai karakter wirausaha akan menunjang keberhasilan suatu bisnis atau organisasi yang dipimpinya. Menurut Peggy A. Lambing & Charles R. Kuehl dalam buku *Entrepreneurship*, kewirausahaan adalah suatu usaha yang kreatif yang membangun suatu *value* dari yang belum ada menjadi ada dan bisa dinikmati oleh orang banyak. Katanya, setiap wirausahawan (*entrepreneur*) yang sukses memiliki empat pokok yaitu:

1. Kemampuan (hubungannya IQ dan *Skill*)
2. Keberanian (hubungannya dengan EQ dan Mental)
3. Keteguhan hati (hubungannya dengan motivasi diri)
4. Kreativitas yang memerlukan sebuah inspirasi sebagai cikal bakal ide untuk menemukan peluang berdasarkan intuisi (hubungan dengan *experience*).⁶

Pada tahap perintisan kewirausahaan, maka pertumbuhan kewirausahaan sangat tergantung pada kemampuan pribadi, organisasi dan lingkungan. Faktor yang berasal dari pribadi ialah: komitmen, visi, kepemimpinan dan kemampuan manajerial. Faktor yang berasal dari organisasi antara lain: kelompok, struktur budaya dan strategi. Faktor lingkungan antara lain: pesaing, pelanggan, pemasok, dan lembaga-lembaga keuangan yang membantu dana.⁷

Perkembangan kewirausahaan sangatlah pesat, hal ini dapat dilihat dari bertambahnya UMKM atau perusahaan di kota-kota atau kabupaten seperti di kabupaten Demak. CV. Fairuz Group adalah salah satu perusahaan dalam bidang industri jasa produksi fashion yang berdiri di kabupaten Demak yang sudah berdiri selama 10 tahun dengan perkembangan yang cukup pesat. Keberhasilan yang dicapai oleh CV. Fairuz Group tidak lepas dari peran karakter kewirausahaan yang dimiliki oleh pelaku bisnisnya, selain itu etika yang tertanam pada CV. Fairuz Group juga turut ikut andil dalam setiap proses penciptaan

⁶ D. Made Dharmawati, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Raja Grafindo Pesada, 2016), 4-6.

⁷ Basrowi, *kewirausahaab untuk perguruan tinggi* (Bogor: Galih Indonesia, 2016), 17.

loyalitas terhadap customer dari CV. Fairuz Group desa Wonorejo kec. Karangayar kab. Demak.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Etika Bisnis Islam dan Karakter Kewirausaha yang ada pada CV. Fairuz Group dan juga ingin mengetahui hubungan dari Etika Bisnis Islam dan Karakter Kewirausahaan terhadap prestasi yang dimiliki oleh CV. Fairuz Group. Peneliti sangat tertarik melakukan penelitian di CV. Fairuz Group karena perusahaan ini didirikan oleh anak muda yang kala itu berusia 19 tahun yang mempunyai latar belakang pendidikan sarjana pelayaran, selain itu CV. Fairuz Group selama ini mampu memenangkan tender proyek dari berbagai macam produk fashion ternama.⁸ Sedangkan jika dilihat dari lokasi usaha dari CV. Fairuz Group tidak memungkinkan mampu untuk berkembang begitu pesat, karena letak lokasi usaha CV. Fairuz Group di pojok pedesaan, cukup jauh dengan jalan raya dan dinilai kurang strategis untuk dijadikan perusahaan. Hal tersebutlah yang membuat penulis memutuskan untuk melakukan penelitian di CV. Fairuz Group desa Wonorejo kec. Karangayar kab. Demak.⁹

Berdasarkan latar belakang dan alasan tersebut, maka penulis akan melakukan penelitian skripsi yang berjudul “Analisis Implementasi Etika Bisnis dan Karakter Kewirausahaan pada CV. Fairuz Group desa Wonorejo kec. Karangayar kab. Demak”

B. Fokus Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati oleh penulis di tempat penelitian.¹⁰ Pendeskripsian data hanya

⁸ M. Taufiq Hidayat., wawancara oleh penulis, 4 Desember, 2019, wawancara 1, transkrip.

⁹ Hasil observasi keadaan tempat di CV. Fairuz Group Desa Wonorejo Kec. Karanganyar Kab. Demak pada hari rabo tanggal 4 Desember 2019.

¹⁰ Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), 4.

bertujuan untuk menggambarkan keadaan fenomena yang diamati di lapangan sebagaimana yang dikatakan oleh Saifudin Anwar bahwa penelitian ini bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai situasi atau kejadian berdasarkan data yang diperoleh dari subjek yang diteliti dan tidak dimaksudkan untuk pengujian hipotesis.¹¹

Fokus penelitian ini menjelaskan penerapan Etika Bisnis Islam dan menjelaskan Karakteristik Kewirausahaan yang dimiliki oleh pimpinan-pimpinan CV. Fairuz Group yang mampu menjadi faktor pendorong pencapaian prestasi usaha di CV. Fairuz Group desa Wonorejo kec. Karanganyar kab. Demak yang subjek utamanya adalah CV. Fairuz Group dan objeknya adalah etika bisnis dan karakter kewirausahaan yang ada di CV. Fairuz Group.

Data yang dibutuhkan berbentuk uraian yang menggambarkan peristiwa, proses, atau keadaan tertentu. Penelitian ini, penulis memfokuskan meneliti peran Etika Bisnis Islam dan Karakter Kewirausahaan pada Prestasi Usaha di CV. Fairuz Group desa Wonorejo kec. Karanganyar kab. Demak.

Alasan peneliti menggunakan jenis penelitian studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif dalam penelitian ini karena akan sangat membantu untuk mengungkap dan mendeskripsikan sebuah keadaan secara rinci dan mendalam dalam bentuk narasi yang ada secara alami tanpa ada manipulasi data.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan maka dapat dibuat rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Implementasi Etika Bisnis Islam di CV. Fairuz Group desa Wonorejo kec. Karanganyar kab. Demak?

¹¹Saifudin Anwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), 126.

2. Bagaimana Karakter Kewirausahaan pada Pimpinan di CV. Fairuz Group desa Wonorejo kec. Karanganyar kab. Demak?
3. Bagaimana Prestasi Usaha di CV. Fairuz Group desa Wonorejo kec. Karanganyar kab. Demak?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk:

1. Mengetahui Gambaran implementasi Secara Deskriptif dari Implementasi Etika Bisnis Islam di CV. Fairuz Group desa Wonorejo kec. Karanganyar kab. Demak.
2. Mengetahui implementasi Karakter Kewirausahaan Berperan di CV. Fairuz Group desa Wonorejo kec. Karanganyar kab. Demak Secara Deskriptif.
3. Mengetahui Prestasi Usaha yang Dicapai oleh CV. Fairuz Group desa Wonorejo kec. Karanganyar kab. Demak.

E. Manfaat Penulisan

Penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan baik bagi pihak peneliti sendiri maupun bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan (secara akademik). Secara lebih rinci kegunaan penelitian ini dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen bisnis syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Lembaga Pendidikan

Tulisan ini akan membantu menambah referensi dalam perkuliahan terutama jurusan Manajemen Bisnis Syari'ah serta menjadikan bahan referensi yang bisa untuk diperbandingkan dengan penulisan lainnya bagi peneliti lain khususnya dalam mengkaji analisis etika bisnis islam dan karakter kewirausahaan pada prestasi usaha.

b. Bagi tempat penelitian

Penelitian ini secara tidak langsung akan memberi dorongan tempat penelitian untuk mengevaluasi kinerja etika bisnis yang ada dan membantu pengembangan karakter kewirausahaan pelaku bisnis pada tempat penelitian yaitu di CV. Fairuz Group desa Wonorejo kec. Karanganyar kab. Demak.

c. Bagi Pembimbing

Penelitian ini memberikan manfaat bagi pembimbing dalam mengevaluasi dan pengaplikasian manajemen bisnis syari'ah, khususnya pada bidang etika bisnis dan kewirausahaan.

d. Bagi Peneliti

Penelitian ini juga memberi manfaat bagi penulis sebagai sarana belajar lebih mendalam secara teoritis dan meberikan pengalaman yang luar biasa karena adanya penelitian lapangan yang lebih mendalam.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika yang dimaksud disini adalah merupakan gambaran keseluruhan dari isi penelitian ini yang dijelaskan secara singkat. Adapun penelitian ini terdiri dari lima bab. Dari bab-bab tersebut terdapat sub-sub bab yang merupakan rangkaian dari urutan pembahasan dalam penelitian, maka sistematika pembahasannya dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. BAB I (PENDAHULUAN)

Bab ini berisi tentang Latar Belakang Masalah, Fokus Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

2. BAB II (KERANGKA TEORI)

Bab ini berisi tentang penjelasan varibel-variabel yang ada terdapat di judul, seperti: pengertian etika bisnis islam ruang lingkup dan pendalaman materi lainnya seputar etika bisnis islam, definisi karakter kewirausahaan dan teori lainnya yang mendiskripsikan tentang materi karakter

kewirausahaan dan indikator-indikator prestasi usaha. Adapun kerangka teori selanjutnya menjabarkan mengenai penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir dalam penelitian ini.

3. **BAB III (METODE PENELITIAN)**

Bab ini menjelaskan tentang bagaimana cara peneliti memperoleh hasil penelitian yang meliputi: jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data.

4. **BAB IV (HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN)**

Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti di lapangan, yang berupa gambaran umum obyek penelitian dan pembahasan tentang deskriptif etika bisnis islam dan karakter kewirausahaan yang ada di CV. Fairuz Group dan hubungan etika bisnis islam dan karakter kewirausahaan pada prestasi usaha di CV. Fairuz Group desa Wonorejo kec. Karanganyar kab. Demak.

5. **BAB V (PENUTUP)**

Bab ini menjelaskan tentang simpulan dan saran penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti.

