

BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Entrepreneurship*

1. Pengertian *Entrepreneurship*

Entrepreneurship berasal dari Bahasa Perancis, yakni *entreprendre* yang berarti melakukan (*to under take*), dalam arti melakukan kegiatan mengorganisir dan mengatur.¹ Istilah ini diperkenalkan pertama kali oleh Richard Cantillon pada tahun 1755 dalam tulisannya *Essai Sur la Nature du Commerce en General*.² Pada masa itu istilah *entrepreneur* merupakan sebutan bagi para pedagang yang membeli barang di daerah-daerah dan kemudian menjualnya dengan harga yang tidak pasti³.

Dalam literatur-literatur kewirausahaan, *entrepreneurship* diartikan berbeda-beda oleh para ahli. Menurut Suryana, *entrepreneurship* merupakan suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan dan mencari peluang dari masalah yang dihadapi oleh setiap orang dalam kehidupan sehari-hari.⁴ Berdasarkan definisi ini, inti dari *entrepreneurship* adalah kreativitas dan inovasi. Kreativitas adalah kemampuan untuk membuat ide baru dengan mengkombinasikan, mengubah, atau merekonstruksi ide-ide lama.⁵ Sedangkan inovasi merupakan penerapan dari penemuan suatu proses produksi baru atau pengenalan akan suatu produk baru.⁶

¹Antoni, "Muslim Entrepreneurship: Membangun Muslimpreneurs Characteristics Dengan Pendekatan Knowledge Based Economy", *El-Hikam*, Vol. VII, No. 2, Lombok Barat, 2014, hal. 332

² Hannah Orwa Bula, "Evolution and Theories of Entrepreneurship: A Critical Review on the Kenyan Perspective", *International Journal of Business and Commerce*, Vol. 1, No.11, Lahore, 2012, hal. 82

³ Suryana, *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Salemba Empat, Jakarta, 2013, hal. 10

⁴ *Ibid.*, hal. 82

⁵ Friday O. Okpara, "The Value of Creativity and Innovation in Entrepreneurship", *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, Rossi Smith Academic Publishing, Oxford, 2007, hal.1

⁶ Donald Rutherford, *Dictionary of Economics*, Routledge, London, 2002, hal. 297

Danang Sunyoto memiliki pandangan berbeda. Menurutnya, *entrepreneurship* adalah suatu sikap untuk menciptakan sesuatu yang baru serta bernilai bagi diri sendiri dan orang lain.⁷ Menurut definisi ini, *entrepreneurship* tidak hanya tentang mencari keuntungan pribadi, namun juga harus mempunyai nilai sosial.

Definisi berbeda diungkap oleh Abu Marlo, menurutnya *entrepreneurship* adalah kemampuan seseorang untuk peka terhadap peluang dan memanfaatkan peluang tersebut untuk melakukan perubahan dari sistem yang ada.⁸ Dalam dunia *entrepreneurship*, peluang adalah kesempatan untuk mewujudkan atau melaksanakan suatu usaha dengan tetap memperhitungkan resiko yang dihadapi.

Ada juga definisi yang lebih ringkas sebagaimana dikemukakan oleh Kasmir. Menurutnya, *entrepreneurship* merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Pengertian ini mengandung maksud bahwa seorang *entrepreneur* adalah orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya, atau bisa juga dengan menciptakan sesuatu yang berbeda dari yang ada.⁹

Dari berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa *entrepreneurship* adalah proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memanfaatkan peluang untuk menciptakan perubahan, baik berupa sesuatu yang baru ataupun berbeda, sehingga menghasilkan nilai tambah bagi diri sendiri dan orang lain. Jika *entrepreneurship* merujuk pada proses, atau kegiatannya, maka *entrepreneur* lebih merujuk pada pelakunya, yaitu orang yang mempunyai kreativitas dan inovasi untuk mengubah peluang menjadi bisnis nyata yang mendatangkan keuntungan. Berangkat dari definisi ini dapat diperoleh secara rinci unsur-unsur utama yang ada dalam

⁷ Danang Sunyoto, *Kewirausahaan Untuk Kesehatan*, Nuha Medika, Yogyakarta, 2013, hal. 2

⁸ Abu Marlo, *Entrepreneurship Hukum Langit*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2013, hal. 5

⁹ Kasmir, *Kewirausahaan*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2013, hal. 20

entrepreneurship, yaitu: penerapan kreativitas dan inovasi, pemanfaatan peluang, membuat perubahan, dan memberikan nilai tambah bagi diri sendiri dan orang lain.

2. Karakteristik *Entrepreneur*

Dalam pembahasan sebelumnya diketahui bahwa *entrepreneurship* merupakan suatu proses yang dilakukan oleh seorang *entrepreneur* dalam menerapkan kreativitas dan inovasi guna mewujudkan peluang dalam bisnis. Proses tersebut pada dasarnya merupakan implementasi dari karakteristik-karakteristik yang melekat pada diri *entrepreneur*. Karakteristik ini sekaligus menjadikannya berbeda dengan pebisnis biasa. Meski demikian, para ahli mempunyai pandangan yang berbeda.

Manurut Winardi ada 8 karakteristik *entrepreneur*, yakni:

- a. *Desire for responsibility*, yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya. Seseorang yang memiliki tanggung jawab akan selalu mawas diri.
- b. *Preference for moderate risk*, yaitu lebih memilih resiko yang moderat, artinya selalu memiliki keberanian untuk mengambil resiko selama masih ada peluang untuk berhasil.
- c. *Confidence in their ability to success*, yaitu memiliki kepercayaan diri untuk memperoleh kesuksesan.
- d. *Desire for immediate feedback*, yaitu selalu menghendaki umpan balik dengan segera.
- e. *High level of energy*, yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
- f. *Future orientation*, yaitu berorientasi serta memiliki perspektif dan wawasan jauh ke depan.
- g. *Skill at organizing*, memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.

- h. *Value of achievement over money*, lebih menghargai prestasi daripada uang¹⁰

Sedangkan menurut Agbim, sebagaimana dikutip Agung Wahyu, hanya ada 6 karakteristik *entrepreneur*, yaitu:

- a. Tidak mudah menyerah dalam mencapai tujuan (*need for achievement*)
- b. Sikap *entrepreneur* dalam mengelola usahanya (*locus of control*)
- c. Memilih suatu tantangan namun cukup kemungkinan untuk berhasil (*risk taking propensity*)
- d. Kemampuan untuk berhubungan dengan sesuatu yang tidak bisa diprediksi (*tolerance for ambiguity*)
- e. Dapat menciptakan barang dan jasa baru (*innovativeness*)
- f. Memiliki percaya diri yang tinggi akan keberhasilan usahanya (*confidence*).¹¹

Menurut Danang Sunyoto seorang *entrepreneur* memiliki beberapa karakteristik, yakni:

- a. Disiplin, yaitu usaha untuk mengatur atau mengontrol kelakuan seseorang guna mencapai suatu tujuan dengan adanya bentuk kelakuan yang harus dicapai, dilarang, atau diharuskan.
- b. Mandiri, yaitu sikap untuk tidak menggantungkan keputusan akan apa yang harus dilakukan kepada orang lain dan mengerjakan sesuatu dengan kemampuan sendiri sekaligus berani mengambil resiko atas tindakanya tersebut.
- c. Realistis, yaitu cara berpikir yang sesuai dengan kenyataan.
- d. Komitmen tinggi, yaitu mengarahkan fokus pikiran pada tugas dan usahanya dengan selalu berupaya untuk memperoleh hasil yang maksimal.
- e. Jujur, yaitu mau dan mampu mengatakan sesuatu sebagaimana adanya.

¹⁰ Suryana, *Kewirausahaan...*, hal. 23

¹¹ Agung Wahyu Handaru, "Karakteristik Entrepreneur Melalui Multiple Diskriminan Analisis (Studi Pada Etnis Tionghoa, Jawa dan Minang di Bekasi Utara)", *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. VI, No. 1, Jakarta, 2015, hal. 357

- f. Kreatif dan inovatif, yaitu proses pemikiran yang membantu dalam mencetuskan gagasan-gagasan baru serta menerapkannya dalam usaha bisnis yang nyata.¹²

Berbeda dengan ketiga pendapat di atas, Abdul Jalil menyatakan bahwa ada 4 unsur karakter yang melekat dalam diri seorang *entrepreneur*, yaitu:

a. Aktif

Seorang *entrepreneur* merupakan pribadi yang aktif dalam berbagai kegiatan ekonomi dan bisnis. Pantang baginya untuk bermalas-malasan. Ia akan selalu aktif mengidentifikasi peluang-peluang yang ada di pasar untuk dijadikan sebagai acuan dalam mengembangkan bisnisnya.

b. Produktif

Entrepreneur adalah sosok yang produktif dalam hidupnya. Produktif ini erat kaitannya dengan manajemen waktu, energi, dan fokus. Seorang *entrepreneur* akan selalu memberikan hasil maksimal dengan mengoptimalkan ketiga hal tersebut.

c. Inovatif

Ini merupakan karakter vital dari seorang *entrepreneur*. Dengan karakter inovatif ini, seorang *entrepreneur* selalu menghadirkan perubahan-perubahan yang baru dan jitu dalam dunia bisnis, baik berupa bahan baku baru, proses baru, ataupun pasar baru.

d. Kalkulatif

Seorang *entrepreneur* bukanlah orang yang sembarangan dalam mengeksekusi peluang bisnis. Setiap keputusan dan langkah yang diambil tidak lain merupakan hasil kalkulasi yang matang.

Dari semua pendapat di atas, rumusan karakteristik yang disampaikan terakhir dinilai sebagai yang paling relevan. Selain ringkas, rumusan tersebut sejalan dengan pengertian *entrepreneur* yang disampaikan di awal.

¹² Danang Sunyoto, *Kewirausahaan...*, hal. 9

3. Ruang Lingkup *Entrepreneurship*

Berbagai karakteristik dari seorang *entrepreneur* dalam bahasan sebelumnya jika diperhatikan merupakan sifat-sifat umum yang bisa melekat pada siapa pun, tidak terbatas pada pedagang saja. Oleh karena itu, dalam beberapa literatur para ahli memberikan pemetaan tentang ruang lingkup *entrepreneurship* dengan sangat luas dan mencakup berbagai bidang, yaitu:

a. Bidang agraris

Entrepreneur yang aktif di bidang ini biasa dikenal dengan istilah *agropreneur*. Bidang ini meliputi: pertanian, perkebunan serta kehutanan. Kegiatannya berupa usaha pembibitan, budidaya, serta kegiatan pasca panen seperti: distribusi, pengolahan, dan pemasaran.

b. Bidang perikanan,

Merupakan salah satu kegiatan bisnis yang dilakukan oleh seseorang maupun perusahaan yang berhubungan dengan pemanfaatan serta pengelolaan sumber daya hayati yang berhabitat di perairan. Pada awalnya, perikanan hanya terbatas pada penyediaan pangan bagi manusia, namun bisnis ini terus berkembang dan merambah sebagai sarana rekreasi, hiburan, dan olahraga.

c. Bidang peternakan.

Peternakan adalah usaha membudidayakan dan mengembangbiakkan hewan ternak dengan maksud mendapatkan manfaat serta hasil dari kegiatan tersebut. Pada masa kini, peternakan sudah menjadi salah satu lahan bisnis prospektif terbesar di dunia. Hal tersebut didukung dengan berbagai macam teknologi yang dikembangkan secara mutakhir untuk memperoleh hasil maksimal dalam berternak.

d. Bidang perindustrian

Ini adalah lingkup bisnis yang bergerak di bidang pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Usaha perakitan atau *assembling* dan juga reparasi adalah bagian dari industri.

e. Bidang pertambangan

Merupakan usaha bisnis dalam rangka pemanfaatan hasil bumi berupa mineral atau batubara yang meliputi tahapan kegiatan penyelidikan umum, eksplorasi, studi kelayakan, konstruksi, penambangan, pengolahan dan pemurnian, pengangkutan dan penjualan, serta pasca tambang.

f. Bidang jasa

Ini merupakan bidang bisnis yang menyediakan atau menjual sistem pelayanan kepada konsumen untuk mendapatkan keuntungan. Bidang ini banyak digemari oleh masyarakat. Yang termasuk dalam bidang ini di antaranya adalah penyediaan jasa transformasi, travel, perhotelan, koperasi, dan lain-lain.¹³

Dari berbagai ruang lingkup di atas, dapat disimpulkan bahwa *entrepreneurship* mencakup hampir semua bidang yang ada dalam bisnis. Hal ini meluruskan pemahaman sebagian masyarakat yang menganggap bahwa *entrepreneurship* terbatas pada bidang perdagangan saja. Padahal tidak demikian. Memang pada awalnya *entrepreneurship* adalah sebutan untuk orang yang melakukan transaksi jual beli, namun istilah tersebut terus mengalami perkembangan makna sehingga masuk dalam berbagai bidang sebagaimana disebutkan di atas.

B. Tafsir Maudhu'i

Al-Qur'an merupakan sumber pedoman dalam berperilaku yang di dalamnya memuat berbagai aspek kehidupan manusia mulai dari sosial, politik, teologi, sains, serta ekonomi. Agar bisa berperilaku qurani dalam berbagai aspek tersebut, umat Islam dituntut untuk berdialog dengan al-Qur'an. Dialog tersebut dapat berupa proses pembacaan, pemahaman, dan internalisasi nilai-nilai yang terkandung dalam ayat-ayatnya.

¹³ Basrowi, *Kewirausahaan untuk Perguruan Tinggi*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2014, hal.

Meski begitu, al-Qur'an juga bukan merupakan ensiklopedi yang tersusun secara rinci dan sistematis sesuai kaidah ilmiah pada umumnya. Hal ini karena ia hanya membahas berbagai aspek dalam ulasan global serta terpecah dalam berbagai ayat yang berbeda. Oleh sebab itu, penggunaan metode tafsir merupakan suatu keniscayaan ketika ingin memperoleh pemahaman yang sebenarnya dari ayat-ayat al-Qur'an.

Secara garis besar ada (4) metode tafsir yang digunakan sejak dahulu hingga sekarang, yaitu *tahlili*, *ijmali*, *muqaran*, dan *maudhu'i*. *Tahlili* merupakan metode penafsiran al-Qur'an sesuai tertib ayatnya dengan sedikit-banyak melakukan analisis. *Ijmali* merupakan metode penafsiran al-Qur'an melalui pembahasan yang bersifat umum (global). *Muqaran* adalah metode penafsiran dengan membandingkan ayat-ayat al-Qur'an. Sedangkan *maudhu'i* merupakan metode penafsiran al-Qur'an yang menghimpun berbagai ayat dalam kesatuan tema tertentu.¹⁴

Di antara keempatnya, metode *maudhu'i* adalah metode yang akan penulis gunakan untuk membahas ayat-ayat yang berkaitan dengan *entrepreneurship* dalam penelitian ini.

1. Pengertian Tafsir Maudhu'i

Kata *maudhu'i* berasal dari bahasa Arab (موضوع) yang merupakan isim *maf'ul* dari *fi'il madzi* (وضع) yang berarti meletakkan, menjadikan, menghina, mendustakan, dan membuat-buat.¹⁵ Al-Jurjany dalam *al-ta'rifaat* menyatakan bahwa وضع berarti menjadikan sesuatu lafal sesuai pemaknaannya.¹⁶

Menurut Abdul Hayy al Farmawi, tafsir *maudhu'i* merupakan metode tafsir yang cara kerjanya dengan menghimpun ayat-ayat al-Qur'an yang mempunyai maksud yang sama, dalam arti sama-sama membicarakan satu tema, yang penyusunannya berdasarkan kronologi

¹⁴ Muhammad Amin Suma, *Ulumul Qur'an*, Rajawali Pers, Jakarta, 2014, hal 379-391

¹⁵A. Warson Munawir, *Kamur al-Munawir Arab-Indonesia Terlengkap*, Pustaka Prograssif, Surabaya, 1997, hal. 1564-1565

¹⁶ Ali bin Muhammad al-Syarif al-Jurjany, *Kitab al Ta'rifat*, Maktabah al-Bannan, Beirut, 1985, hal. 273

serta sebab turunnya ayat tersebut, kemudian penafsir mulai memberikan keterangan dan penjelasan serta mengambil kesimpulan.¹⁷

Sedangkan menurut pakar tafsir Indonesia, Quraish Shihab, metode tafsir *maudhu'i* adalah suatu metode yang mengarahkan pandangan kepada satu tema tertentu, lalu mencari pandangan al-Qur'an tentang tema tersebut dengan jalan menghimpun semua ayat yang membicarakannya, menganalisis, dan memahaminya ayat demi ayat, menghimpunnya dalam benak ayat yang bersifat masih umum dengan yang khusus, yang *muthlak* digandengkan dengan yang *muqayyad*, dan lain-lain, sambil memperkaya uraian dengan hadis-hadis yang berkaitan untuk kemudian disimpulkan dalam satu tulisan pandangan menyeluruh dan tuntas menyangkut tema yang dibahas itu.¹⁸

Dalam praktiknya, metode tafsir *maudhu'i* sesungguhnya telah cukup lama bahkan disinyalir sejak masa-masa awal Islam, tetapi istilah tafsir *maudhu'i* itu sendiri diperkirakan baru lahir pada abad ke-14 H.

Tafsir *maudhu'i* ini juga ditengarai sebagai metode alternatif yang paling sesuai dengan kebutuhan umat saat ini. Selain diharapkan dapat memberi jawaban atas pelbagai problematika umat, metode *maudhu'i* dipandang sebagai yang paling obyektif. Sebab melalui metode ini seolah penafsir mempersilahkan al-Qur'an berbicara sendiri menyangkut berbagai permasalahan. *Istanthiq al-Qur'an* (ajaklah al-Qur'an berbicara), demikian ungkapan yang sering dikumandangkan para pendukung metode ini. Dalam metode ini, penafsir yang hidup di tengah realita kehidupan dengan sejumlah pengalaman manusia duduk bersimpuh di hadapan al-Qur'an untuk berdialog; mengajukan persoalan dan berusaha menemukan jawabannya dari al-Qur'an.¹⁹

¹⁷ Abd. al-Hayy al-Farmawi, *Metode Tafsir Maudhu'i: Suatu Pengantar*, Suryan A. Jamrah (terj.), Raja Grafindo, Jakarta, 1994, hal. 36

¹⁸ M. Quraish Shihab, *Kaidah Tafsir: Syarat, Ketentuan, dan Aturan yang Patut Anda Ketahui dalam Memahami Ayat-ayat Al-Qur'an*, Lentera Hati, Tangerang, 2013, hal. 385

¹⁹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Pembangunan Ekonomi Umat (Tafsir Al-Quran Tematik)*, Jakarta, 2012, hal. xx

2. Langkah-langkah Tafsir *Maudhu'i*

Dalam melakukan kajian tafsir *maudhu'i* para ahli tafsir memberikan panduan berupa langkah-langkah yang harus dilalui. Secara umum langkah-langkah tersebut adalah:

a. Menetapkan tema tertentu.

Dalam menetapkan tema ini para mufasir biasanya mengacu kepada tema-tema yang ada dalam al-Qur'an atau pada persoalan-persoalan kehidupan yang sedang dihadapi masyarakat, baik berkaitan dengan masalah sosial, agama, politik, budaya, ataupun ekonomi. Misalnya korupsi dalam al-Qur'an, kesetaraan gender dalam al-Qur'an, dan lain-lain.

b. Menghimpun ayat-ayat yang berhubungan dengan tema.

Setelah menetapkan tema, selanjutnya adalah mencari dan mengumpulkan ayat-ayat yang berkaitan dengan tema tersebut. Pada tahap ini diperlukan pengetahuan yang cukup luas untuk mencari ayat-ayat yang relevan. Apabila yang diangkat adalah tema yang secara eksplisit (*lafdzi*) disebutkan dalam al-Qur'an (misalnya: riba, perempuan, dan lain-lain), maka pencarian ayat yang relevan dapat langsung dilakukan dengan menggunakan bantuan kitab kamus ayat-ayat al-Qur'an, misalnya *Mu'jam Mufahras li Alfadz al-Qur'an* karya Fuad Abdul Baqi.

Sedangkan apabila yang diangkat adalah tema yang tidak secara langsung (*ma'nawy*) disebutkan oleh al-Qur'an (misalnya: patologi sosial, hak asasi manusia, dan lain-lain), maka harus dicari terlebih dahulu term-term yang dipakai al-Qur'an yang semakna dengan tema tersebut. Setelah itu baru dicari dalam kamus ayat-ayat al-Qur'an. Metode yang kedua inilah yang penulis gunakan dalam penelitian ini, karena memang al-Qur'an tidak menyebutkan secara eksplisit berkenaan dengan kewirausahaan.

c. Mengungkap *asbabun nuzul* dan memisahkan antara ayat-ayat *makki* dan *madani*.

Ayat yang lebih dahulu turun ditempatkan di awal, dan ayat yang turun kemudian ditempatkan berikutnya. Demikian pula ayat yang turun di kota Mekah (*makki*) didahulukan daripada ayat-ayat yang turun di kota Madinah (*madani*). Setelah itu dicari *asbabun nuzul* dari ayat tersebut. Hal ini dilakukan dengan pemahaman bahwa al-Qur'an ketika turun bersesuaian dengan realitas sosial yang ada, sehingga *asbab nuzul* akan sangat membantu dalam memahami ayat.

- d. Memahami korelasi (*munasabah*) antar ayat.

Pengetahuan *munasabah* ayat atau surat ini diperlukan, karena adanya ayat yang saling menjelaskan dan menguatkan satu sama lain. Disamping itu, juga untuk menunjukkan bahwa tidak ada kontradiksi dalam al-Qur'an.

- e. Menampilkan beberapa hadis yang berkaitan.

Hadis merupakan penguat (*bayan taqrir*) dan penjelas (*bayan tafsir*) dari ayat-ayat al-Qur'an yang masih bersifat global. Dengan menampilkan hadis-hadis yang relevan akan semakin menegaskan pemahaman atas ayat-ayat yang dibahas.

- f. Mempelajari ayat-ayat secara utuh dan komprehensif.

Langkah ini ditempuh dengan cara mengkompromikan ayat-ayat '*am* dan *khas*, *muthlaq* dan *muqayyad*, *nasikh* dan *mansukh*, atau mengkompromikan ayat-ayat yang kelihatannya bertentangan, sehingga menghasilkan pemahaman yang menyeluruh.

- g. Menyusun kesimpulan.

Setelah langkah-langkah di atas dilalui maka hasil dari berbagai analisis atas semua ayat-ayat yang berkaitan dengan tema tersebut dituangkan dalam suatu kesimpulan yang ringkas dan jelas.²⁰

Demikian langkah-langkah yang dirumuskan oleh para pakar tafsir dalam melakukan kajian menggunakan metode *maudhu'i*.

²⁰ Rachmat Syafe'i, *Pengantar Ilmu Tafsir*, Pustaka Setia, Bandung, 2006, hal. 295

3. Kelebihan dan kekurangan tafsir *maudhu'i*.

Jika dilihat dari langkah-langkah menggunakan metode *maudhu'i* di atas, sekilas metode ini menawarkan hasil yang sangat memuaskan dalam memahami al-Qur'an. Meski demikian, tafsir *maudhu'i* juga tidak bisa lepas dari kelebihan serta kekurangan sebagaimana metode *tahlili*, *ijmali*, dan *muqaran*. Di antara kelebihan tafsir *maudhu'i* adalah:

a. Membuat pemahaman menjadi utuh.

Dengan mengumpulkan dan menganalisis berbagai ayat yang senada dengan tema yang diangkat, maka pemahaman atas ayat-ayat al-Qur'an tentang suatu masalah dapat diserap secara utuh. Pemahaman serupa itu sulit ditemukan dalam metode tafsir yang lain. Maka dari itu, metode tafsir *maudhu'i* ini dapat diandalkan untuk pemecahan suatu permasalahan secara lebih menyeluruh dan tuntas.

b. Praktis.

Tafsir dengan metode *maudhu'i* disusun secara praktis dalam memecahkan permasalahan yang timbul. Kondisi semacam ini amat cocok dengan kehidupan umat yang semakin modern dengan mobilitas yang tinggi sehingga mereka seakan-akan tak punya waktu untuk membaca kitab-kitab tafsir yang besar, padahal untuk mendapatkan petunjuk al-Qur'an mereka harus membacanya. Dengan adanya tafsir *maudhu'i* masyarakat akan mendapatkan petunjuk al-Qur'an secara efektif, dan efisien.²¹

Sementara itu, kelemahan dari metode *maudhu'i* ini adalah adanya pemenggalan dalam memahami al-Qur'an. Biasanya di dalam satu ayat mengandung banyak permasalahan. Misalnya tentang shalat dan zakat, kedua ibadah itu sering diungkap beriringan dalam satu ayat. Apabila yang dibahas kajian *maudhu'i* adalah masalah shalat, maka mau tidak mau ayat tentang zakat akan dibahas sekedarnya atau bahkan ditinggalkan, karena yang menjadi fokus adalah pembahasan tentang shalat tersebut. Ini yang

²¹ M. Sja'roni, "Studi Tafsir Tematik", *Jurnal Stud Islam Panca Wahana*, Edisi 12, Bangil, 2014, hal. 12

menjadikan metode *maudhu'i* seolah memenggal pemahaman atas ayat al-Qur'an sehingga pemahaman suatu ayat menjadi terbatas pada permasalahan yang dibahas tersebut.²²

Dengan beberapa kelebihanannya sebagaimana disebut di atas, tafsir *maudhu'i* menjadi sebuah metode yang ramai digunakan oleh para pengkaji al-Qur'an di masa sekarang. Isu-isu terkini berkaitan dengan masalah sosial, budaya, politik, ataupun ekonomi akhirnya menjadi tema menarik yang dikupas menggunakan metode tafsir *maudhu'i* ini.

C. Penelitian Terdahulu

Sebuah penelitian dalam bidang apapun tidak bisa lepas dari kontribusi dan rancang bangun keilmuan yang telah diletakkan oleh orang-orang sebelumnya. Begitupun dalam penelitian ini. Telah banyak penelitian terdahulu yang sama ataupun bersinggungan dengan tema yang penulis angkat, baik dari segi metode yang dipakai, sumber primer yang digunakan, dan lain sebagainya.

Penelitian menggunakan metode *maudhu'i* sendiri juga telah banyak dilakukan oleh para pengkaji tafsir. Di antaranya adalah penelitian dari Wardani dan Mulyani dari IAIN Antasari berjudul "Eko-Teologi al-Qur'an: Sebuah Kajian Tafsir al-Qur'an dengan Pendekatan Tematik". Penelitian ini membahas salah satu isu global yaitu krisis lingkungan hidup menggunakan metode tematik. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa ajaran-ajaran al-Qur'an yang berbasis teologis tentang pemeliharaan lingkungan sangat jelas dan komprehensif. Al-Qur'an menginginkan agar pengelolaan alam tidak lepas dari nilai-nilai tauhid, secara seimbang, dan ekonomis (tidak boros, eksploitatif). Al-Qur'an memerintahkan agar bumi "dimakmurkan", tidak hanya dalam pengertian digali hasil-hasilnya, melainkan juga dijaga keseimbangannya. Al-Qur'an juga mengakui kesetaraan kosmis, baik manusia, hewan, dan tumbuhan, dalam keterciptaannya. Martabat manusia

²² Nashrudin Baidan, *Metodologi Penafsiran Al-Qur'an*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2000, hal. 165

yang lebih tinggi daripada hewan dan tumbuhan dalam hirarki wujud tidak seharusnya kemudian membenarkan manusia bertindak semena-mena terhadap alam, dan mengeksploitasinya melampaui batas kewajaran.²³ Meskipun penelitian ini menggunakan metode *maudhu'i*, tapi tema yang diangkat tidak berkaitan dengan kewirausahaan sebagaimana yang akan penulis lakukan.

Kemudian ada juga penelitian menggunakan metode tafsir tematik berjudul “Patologi Sosial Perspektif Al-Qur’an (Kajian Tafsir Tematik Sosiologi)” yang ditulis oleh Abid Rohman. Penelitian ini merupakan upaya melihat masalah penyakit-penyakit masyarakat dari kaca mata al-Qur’an. Dalam pembahasannya diungkapkan bahwa al-Qur’an telah menjelaskan beberapa jenis penyakit sosial (seperti *kufur*, syirik, *nifaq*, miras, pencurian, korupsi, kriminalitas, dan lain-lain) dalam ayat-ayatnya, adapun sebab yang melatarbelakangi munculnya penyakit itu karena adanya potensi negatif dalam diri manusia yang menguasai potensi positifnya. Sebagai upaya pencegahan penyakit masyarakat itu, al-Qur’an memberikan solusi kepada masyarakat untuk senantiasa memperbanyak zikir, ingat kepada Allah baik itu dengan membaca al-Qur’an maupun mendengarkan tausiah sebagai upaya kontrol sosial.²⁴ Meski sama-sama kajian *maudhu'i*, namun tema yang diangkat dalam penelitian ini berbeda dengan penulis. Tema yang penulis angkat adalah berkaitan dengan *entrepreneurship*.

Ada pula penelitian berjudul “Rekonstruksi Tata Nilai Ekonomi dalam Al-Qur’an”. Penelitian yang menggunakan metode tematik ini ditulis oleh Muhammad Najib dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Dalam tesis ini dibahas tentang bangunan tata nilai ekonomi dalam al-Qur’an. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai-nilai ekonomi dalam al-Qur’an membentuk sebuah tatanan ekonomi yang bertujuan meningkatkan

²³ Wardani dan Mulyani, “Eko-Teologi Al-Qur'an: Sebuah Kajian Tafsir Al-Qur'an dengan Pendekatan Tematik”, *Jurnal Ilmu Ushuluddin*, Vol. 12, No. 2, IAIN Antasari, Banjarmasin, 2013, hal. 167

²⁴ Abid Rohman, “Patologi Sosial Perspektif Al-Qur’an (Kajian Tafsir Tematik Sosiologi)”, *Disertasi*, Universitas Islam Negeri Surabaya, Surabaya, 2013.

produktifitas untuk dinikmati sebanyak mungkin orang dengan tetap memperhatikan asas keterlibatan satu sama lain. Tujuan itu diupayakan dengan memberikan kebebasan kepada pelaku pasar. Kebebasan tersebut dibatasi dengan seperangkat aturan yang menjamin hak orang lain agar tidak dilanggar. Tatanan tersebut juga mendorong keberlangsungan proses produksi dengan memperhatikan kelestarian sumber daya alam dan mengendalikan pola konsumsi. Sementara itu, untuk menghindari kesenjangan pendapatan yang timbul secara alami atau sebagai konsekuensi persaingan, dilakukan upaya represif dan persuasif untuk mendorong terjadinya distribusi kekayaan.²⁵ Tema yang diangkat dalam penelitian ini berdekatan dengan penulis, yakni berhubungan dengan dunia ekonomi. Metode yang dipakai pun sama, yakni metode tafsir *maudhu'i*, akan tetapi penelitian tersebut tidak secara khusus membahas tentang *entrepreneurship*.

Entrepreneurship atau kewirausahaan sendiri sudah menjadi tema dari banyak penelitian di luar tafsir, khususnya dalam dunia ekonomi, misalnya skripsi karya Mega Yunina Sari berjudul: “Analisis Pemahaman Kewirausahaan Terhadap Motivasi Mahasiswa Untuk Menjadi *Young Entrepreneur*” (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Ekstensi Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara serempak ilmu pengetahuan (*knowledge*), kepribadian atau sikap, *skill* atau keterampilan berpengaruh signifikan terhadap motivasi mahasiswa untuk menjadi *young entrepreneur* pada mahasiswa program studi Manajemen Ekstensi Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.²⁶

Kemudian ada skripsi berjudul “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha dan Keterampilan Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”, karya Yunita

²⁵ Muhammad Najib, "Rekonstruksi Tata Nilai Ekonomi dalam Al-Qur'an", *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2016.

²⁶ Mega Yunina Sari, “Analisis Pemahaman Kewirausahaan Terhadap Motivasi Mahasiswa Untuk Menjadi *Young Entrepreneur* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Ekstensi Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara)”, *Skripsi*, Universitas Sumatra Utara, Medan, 2012

Widyaning Astiti dari Universitas Negeri Yogyakarta tahun 2014. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal. Variabel penelitiannya adalah pendidikan kewirausahaan sebagai variabel bebas, motivasi dan keterampilan berwirausaha sebagai variabel terikat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitiannya adalah *field research*.²⁷

Sebenarnya masih banyak lagi penelitian yang senada dengan kedua penelitian di atas, namun sebagian besar masih sama dalam hal membahas masalah kewirausahaan dilihat dari perspektif ilmu ekonomi.

Seiring dengan perkembangan kewirausahaan yang semakin banyak dikaji, ada pula yang mulai membahas konsep kewirausahaan menggunakan perspektif Islam. Di antaranya adalah “Islam dan Kewirausahaan (Sebuah Gagasan dalam Menumbuhkan Semangat Wirausaha Muslim)” tulisan M. Thahir Maloko. Di dalamnya dinyatakan bahwa seorang *entrepreneur* yang beragama dan menjadikan agamanya sebagai pedoman dalam bekerja akan terbebas dari tujuan menghalalkan segala cara. Sifat dasar ajaran Islam sangat mendorong umatnya untuk berwirausaha. Bekerja untuk mencukupi kebutuhan hidup dalam pandangan Islam dinilai sebagai suatu ibadah dan merupakan pengamalan dari syariat. Selain memerintahkan bekerja, Islam juga menuntun setiap muslim agar dalam berwirausaha haruslah bersikap profesional. Inti profesionalisme setidaknya dicirikan oleh tiga hal: pertama, *kafa'ah*, yaitu cakap atau ahli dalam bidangnya; kedua, *himmatul 'amal*, yakni memiliki semangat atau etos kerja yang tinggi; ketiga, amanah, yakni bertanggung jawab dan terpercaya.²⁸ Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penulis dalam hal tema yang diangkat, yaitu kewirausahaan dilihat dari perspektif Islam. Namun penelitian ini masih sangat luas, karena yang dibahas adalah kewirausahaan dalam Islam secara umum, sedangkan

²⁷ Yunita Widyaning Astiti, “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Dan Keterampilan Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”, *Skripsi*, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2014

²⁸ M. Thahir Maloko, “Islam Dan Kewirausahaan (Sebuah Gagasan Dalam Menumbuhkan Semangat Wirausaha Muslim)”, *Assets*, Vol.2, No.1, UIN Alauddin Makasar, Makasar, 2012, hal. 56

penelitian yang penulis lakukan lebih berfokus pada sumber ajaran Islam itu sendiri (al-Qur'an).

Kemudian ada tulisan Suyanto berjudul “Spirit Kewirausahaan Muslim dalam Upaya Membangun Kemandirian Umat”. Dijelaskan di dalamnya bahwa dalam konteks masyarakat muslim, nilai-nilai Islam menjadi spirit kewirausahaan umat. Setidaknya ada tujuh spirit muslim yang relevan untuk menumbuhkan semangat kewirausahaan umat Islam, yakni: selalu berusaha (ikhtiar), bertaqwa, beristighfar, bertawakal, rajin berdo'a, bermurah hati dan gemar berinfaq, serta senantiasa bertahmid. Tujuh spirit muslim inilah yang bernilai mewujudkan kemandirian umat Islam.²⁹ Penelitian Suyanto ini cukup memberikan pemahaman baru bahwa dalam Islam terdapat nilai-nilai kewirausahaan. Namun demikian, penelitian ini terasa kering lantaran sedikit sekali menyingung ayat-ayat al-Qur'an sebagai sumber ajaran Islam itu sendiri. Oleh sebab itu, penulis bermaksud untuk melanjutkan kajian Suyanto secara lebih spesifik dan radikal dengan mengupas kewirausahaan dalam perspektif al-Qur'an.

Ada pula penelitian berjudul “Nilai-Nilai Ekonomi Islam dalam Berwirausaha” yang ditulis oleh Ahmad Muhtar Syarofi. Di dalamnya dijelaskan bahwa dengan melihat realita secara jujur dan objektif, maka menumbuhkan mental wirausaha merupakan terobosan yang penting dan tidak dapat ditunda-tunda lagi. Semua harus berpikir untuk melihat dan melangkah ke arah sana. Di dalam Ekonomi Islam, baik dari segi konsep maupun praktik, aktivitas kewirausahaan bukanlah hal yang asing, justru inilah yang sering dipraktekkan oleh Nabi Muhammad saw., istrinya, para sahabat, dan juga para ulama. Islam bukan hanya bicara tentang *entrepreneurship*, tetapi langsung mempraktekkannya dalam kehidupan nyata. Lembaga pendidikan melalui para praktisinya harus lebih konkret dalam menyiapkan program kegiatan pembelajaran yang benar-benar dapat

²⁹ Suyanto, “Spirit Kewirausahaan Muslim Dalam Upaya Membangun Kemandirian Umat”, *Welfare*, Vol.2, No.1, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2013, hal. 75

mendorong tumbuh dan berkembangnya spirit kewirausahaan mulai dari sekolah dasar sampai perguruan tinggi.³⁰

Secara umum, ketiga tulisan di atas memang telah membahas tentang kewirausahaan dalam Islam, di dalamnya juga telah disinggung ayat-ayat al-Qur'an yang berkaitan dengan kewirausahaan, namun *scope* kajian tersebut masih sangat luas. Oleh sebab itu, penulis bermaksud untuk membahas kewirausahaan khusus dalam perspektif sumber ajaran agama Islam yaitu al-Qur'an. Selain itu, karena ketiga tulisan di atas bentuknya adalah artikel, maka penjelasan yang diberikan masih sangat terbatas. Sebab itulah bahasan dari artikel tersebut masih perlu dilanjutkan dengan kajian yang lebih utuh dan mendalam yang akan penulis upayakan dalam penelitian ini.



³⁰ Ahmad Muhtar Syarofi, "Nilai-Nilai Ekonomi Islam dalam Berwirausaha", *Iqtishoduna* Vol. 7, No. 1, Institut Agama Islam Al-Qolam, Malang, 2016, hal. 64