

BAB II KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Wirausahawan Islam (*Islamicpreneur*)

a. Pengertian Wirausaha (*Entrepreneur*)

Wirausaha merupakan gabungan kata wira (gagah berani, perkasa) dan usaha. Jadi wirausaha berarti orang yang gagah berani atau perkasa dalam usaha.¹ Adapun menurut Kasmir, secara sederhana mengatakan bahwa:

“Wirausahawan (entrepreneur) adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut sekalipun dalam kondisi tidak pasti.”

Sedangkan menurut Mas’ud Machfoedz dkk, seorang wirausahawan adalah pribadi yang mandiri dalam mengejar prestasi, ia berani mengambil resiko untuk mulai mengelola bisnis demi mendapatkan laba.²

Entrepreneur merupakan seseorang yang mendirikan usaha dengan mengidentifikasi peluang yang ada dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan meskipun harus mengambil resiko dan ketidakpastian demi mendapatkan keuntungan dan pertumbuhan.³

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa wirausaha adalah seseorang yang mempunyai semangat untuk mandiri dalam memulai suatu usaha dan berani menghadapi resiko yang diterima dalam usahanya tersebut.

¹ Benedicta Prihatin Dwi Riyanti, *Kewirausahaan dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*, (Jakarta: PT. Gamedia Widiasarana Indonesia, 2003), 21.

² Kasmir, *Kewirausahaan*, 18.

³ Wedayanti dan Ketut, (2016), dikutip dalam Recha Abriana Anggraini, “Analisis Penerapan Technopreneurship pada Perusahaan Energi Alternatif,” *Jurnal Kajian Ilmiah*, vol. 19, no. 2 (2019): 120.

b. Wirausahawan Islam (*Islamicpreneur*)

Islamicpreneur berasal dari dua kata yaitu *Islamic* yang artinya adalah Islam dan *entrepreneur* artinya wirausaha. Jadi *Islamicpreneur* adalah aktivitas berwirausaha yang berdasarkan pada nilai-nilai agama Islam. Islam ialah agama yang memberikan tuntunan untuk masalah spiritual, pemikiran secara riil maupun berkaitan dengan bisnis. Islam dihadapkan pada modernisasi dan mengembangkan agama Islam untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Islam mendorong umatnya untuk berwirausaha dengan tidak memisahkan bisnis dari Islam. Islam memberikan ruang untuk melakukan kerangka penelitian tentang kewirausahaan dengan basis agama. Dalam perspektif Islam, kewirausahaan terdiri dari tiga pilar diantaranya yaitu:

- 1) Kewirausahaan sebagai cara untuk meraih peluang.
- 2) Pilar sosial ekonomi yang berarti kewirausahaan berpedoman pada etika, nilai, dan norma.
- 3) Pilar religius-spiritual yang berarti kewirausahaan digunakan sebagai sarana untuk mendekati diri kepada Allah SWT.⁴

Ketiga pilar tersebut bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits karena di dalamnya mengandung dasar pelaksanaan dan proses melakukan wirausaha dengan aturan yang benar menurut pandangan agama Islam. Hal inilah yang membedakan antara kewirausahaan Islam (*Islamicpreneur*) dengan kewirausahaan dunia barat yang jauh dari nilai dan norma agama. Karena nilai-nilai agama merupakan kunci yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku *entrepreneur*.

Konsep berwirausaha dalam Islam mengacu pada konsep wirausaha Nabi Muhammad SAW yang perlu ditiru dan diterapkan umat Muslim, sebagai berikut:⁵

⁴ Hary Soegiri, Moeljadi, dan Helmi Muhammad, "Entrepreneurship in Santriperspective," *Internasional Journal of Science and Research (IJSR)*, 2018, 483-484.

⁵ Yana Hendayana, Dini Lisnawati, Amir Machmud, *Kewirausahaan Berbasis Syariah*, (Bandung: Manggu Makmur Tanjung Lestari, 2017), 62.

1) *Shiddiq* (Benar dan Jujur)

Shiddiq artinya adalah berkata benar dan jujur. Seorang wirausaha Islam harus mampu meniru sifat Rasulullah SAW yaitu berkata benar, bertindak benar atau diam saja (jika tidak mampu berkata dan bertindak benar). Artinya baik pemimpin ataupun karyawan dalam berwirausaha harus bisa berperilaku benar dan jujur kepada setiap keputusan dan tindakan, jujur terhadap konsumen, pesaing sehingga usaha yang dijalankan dikelola dengan prinsip kebenaran dan kejujuran.

Dalam berwirausaha kejujuran sangat penting karena bentuk kesungguhan dan ketepatan (*mujahadah* dan *itqan*) dalam hal ketepatan waktu, janji, pelayanan, pelaporan, mengakui kelemahan dan kekurangan, menjauhkan diri dari berbuat bohong dan menipu (baik kepada diri sendiri, teman sejawat, perusahaan maupun mitra kerja).

2) *Amanah* (Dapat Dipercaya)

Amanah yaitu sifat kepercayaan baik dari sisi internal maupun eksternal. Amanah dan bertanggung jawab merupakan kunci sukses dalam menjalankan wirausaha. Memiliki sifat amanah akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab pada setiap diri seorang Muslim.⁶ Sifat amanah memainkan peranan yang fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab, kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur. Tugas manusia adalah amanah dari Allah.

3) *Tabligh* (Argumentatif/Komunikatif)

Tabligh yaitu kemampuan menyampaikan, kemampuan berkomunikasi secara efektif. Wirausaha yang efektif merupakan kemampuan menyampaikan komunikasi.⁷

⁶ Yana Hendayana, Dini Lisnawati, Amir Machmud, *Kewirausahaan Berbasis Syariah*, 60.

⁷ Yana Hendayana, Dini Lisnawati, Amir Machmud, *Kewirausahaan Berbasis Syariah*, 65.

Dalam hal ini para wirausahawan harus mampu melatih diri dalam menyampaikan ide dan produk bisnisnya, harus mampu menyampaikan dan mempromosikan keunggulan-keunggulan produknya dengan menarik dan tepat sasaran, serta mampu mengkomunikasikannya secara tepat dan mudah dipahami oleh siapapun yang mendengarkannya. Hal yang paling penting harus mampu menjembatani antara pihak perusahaan dan pihak *customer*.

4) *Fathonah* (Cerdas dan Bijaksana)

Sifat *fathonah* merupakan orang yang memiliki kecerdasan dalam berbisnis. Dalam hal ini, pengusaha yang cerdas merupakan pengusaha yang mampu memahami, menghayati dan mengenal tugas dan tanggung jawab bisnisnya dengan sangat baik.⁸ Dalam berwirausaha sifat *fathanah* perlu dimiliki agar semua kegiatan-kegiatan dalam suatu perusahaan dapat dilakukan dengan kecerdasan dan dapat memanfaatkan potensi akal dan pikiran yang ada untuk mencapai tujuan. Para pelaku wirausaha juga harus memiliki sifat *fathanah*, yaitu sifat cerdas, cerdik, dan bijaksana agar usahanya lebih efektif dan efisien.

Menurut M.J. Yusanto dan M.K Widjayakusuma yang dikutip oleh Nana Herdiana Abdurrahman mengungkapkan ciri-ciri wirausahawan muslim adalah sebagai berikut:⁹

Tabel 2.1 Ciri Wirausahawan Muslim

| Ciri | Sifat/Watak |
|-----------------------------------|---|
| Berorientasi pada tugas dan hasil | Haus akan prestasi, tekun dan tabah, mempunyai tekad yang kuat. |
| Percaya diri | Optimis terhadap rejeki yang diatur oleh Allah. |
| Jiwa pemimpin | Mudah bergaul dengan orang lain, mau menerima dan menanggapi baik saran |

⁸ Yana Hendayana, Dini Lisnawati, Amir Machmud, *Kewirausahaan Berbasis Syariah*, 65.

⁹ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah & Kewirausahaan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), 149.

| | |
|------------------------------|---|
| | maupun kritikan. |
| Orisinil | Kreatif, inovatif, luwes, serba bisa, dan mempunyai banyak pengetahuan. |
| Berorientasi pada masa depan | Berpandangan ke depan dan visioner. |
| Berani mengambil resiko | Menyukai tantangan |

Manusia membutuhkan harta untuk memenuhi kebutuhan hidup. Maka, Islam mewajibkan orang yang mempunyai tanggungan untuk bekerja salah satu bentuknya yaitu dengan berwirausaha dengan bertransaksi jual beli secara baik, sah dan sesuai dengan tuntunan agama Islam.

c. Dasar-dasar *Islamicpreneur* dalam Al-Qur'an dan Hadits

Berwirausaha merupakan salah satu jalan seorang Muslim untuk melakukan konsep kegiatan bisnis sesuai dengan cara-cara yang diatur di dalam Al-Qur'an dan Hadits. Islam mengkategorikan bahwa berwirausaha merupakan ibadah ghairu mahdhah yaitu perbuatan yang dilakukan kepada sesama manusia.¹⁰

1) Dasar Ayat Al-Qur'an

Sesungguhnya berwirausaha atau jual beli adalah kegiatan yang diperbolehkan dalam Islam. Seperti firman Allah SWT dalam Q.S Al-Baqarah ayat 275 sebagai berikut:

.... وَأَحْلَأَ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...¹¹

Artinya: "...dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..."¹¹

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Islam memperbolehkan jual beli dan memerintahkan setiap kegiatan atau perbuatan dilakukan secara baik karena dalam beragama perlu adanya keseimbangan antara dunia dengan akhirat. Menjalankan wirausaha sejatinya tidak lepas dari pertolongan dan petunjuk

¹⁰ Kamaludin, "Kewirausahaan dalam Pandangan Islam," *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan 1*, (2019): 303.

¹¹ Kemenag RI, Al-Qur'an dan Terjemahan, Surah Al-Baqarah Ayat 275, Nomor: 158 Tahun 1987.

Allah SWT. Konsep transaksi ekonomi dilakukan dengan cara halal berlandaskan dengan syariat Islam agar tidak ada pihak yang dirugikan. Ekonomi Islam melarang berbagai bentuk kecurangan, seperti rendahnya tanggung jawab, rendahnya solidaritas, utang menunggak, sogok menyogok dan persaingan yang tidak sehat.¹²

2) Dasar Hadist Nabi

Allah SWT lebih mencintai hamba-hambanya yang mukmin untuk hidup dengan seimbang antara dunia dan akhirat. Umat Islam dilarang menjadi beban untuk orang lain, maka dianjurkan berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari dengan kemampuannya sendiri. Seperti yang dijelaskan dalam Hadits Nabi dibawah ini:

عن أنس بن مالك قال, قال رسل الله صلى الله عليه وسلم : ليس بخيركم من ترك دنياه لآخرته ولا اخرته لدنياه حتى يصيب منهما جميعا فإن الدين بلاغ إلى الآخرة ولا تكونوا كالأعلى الناس (رواه الديلمي وابن عساکر)

Artinya: “Dari Anas bin Malik ia berkata, Rasulullah SAW. bersabda: bukanlah orang yang paling baik diantara kamu orang yang meninggalkan kepentingan dunia untuk mengejar akhirat atau meninggalkan akhirat untuk mengejar dunia sehingga dapat memadukan keduanya. Sesungguhnya kehidupan dunia mengantarkan kamu menuju kehidupan akhirat. Janganlah kamu menjadi beban orang lain. (H.R Ad-Dailamy dan Ibnu Asakir).¹³

2. Kewirausahaan Berbasis Teknologi (*Technopreneurship*)

Teknologi komputer dan jaringan internet mulai dikenal sejak tahun 1960-an, telah memunculkan sebuah fenomena *e-commerce* (electronic commerce) di dunia bisnis manusia. *E-*

¹² Bahri, “Kewirausahaan Islam: Penerapan Konsep Berwirausaha dan Bertransaksi Syariah dengan Metode Dimensi Vertikal (Hablumminallah) dan Dimensi Horizontal (Hablumminannas),” *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, vol.1, no.2, (2018), 69-70.

¹³ Imam Abu Zakarian Yahya bi Syaraf an-Nawawi, *Terjemah Riyadhus Shalihin*, Jilid .1, Terj. Achmad Sunarto, (Jakarta: Pustaka Amani, 1999), 517.

commerce pada hakikatnya sebuah kegiatan jual beli berskala besar yang melibatkan banyak orang untuk mengelola produksi, pemasaran, penjualan, layanan dan kolaborasi sesama pelaku bisnis untuk menyebarkan informasi dan penyusunan komunitas komersial dengan memanfaatkan jaringan internet sebagai basis utamanya. *Technopreneurship* ini juga bagian daripada *e-commerce*, namun ia tidak dapat disamakan dengan *e-commerce* sebab *Technopreneurship* tidak mengandalkan sistem perdagangan yang rumit dan bertujuan besar seperti *e-commerce*.

a. Pengertian *Technopreneurship*

Technopreneurship ialah penggabungan dua kata yaitu, “*Technology*” dan “*Entrepreneurship*” yang dimana jika diartikan adalah sebuah proses pembentukan usaha baru yang melibatkan teknologi dan diharapkan dapat menciptakan strategi dan inovasi yang tepat untuk menjadikan salah satu faktor dalam mengembangkan ekonomi nasional.¹⁴ Bahwa *technopreneurship* merupakan suatu proses komersialisasi produk-produk teknologi yang kurang berharga menjadi berbagai produk yang bernilai tinggi sehingga menarik minat konsumen untuk membeli atau memilikinya, dan dianggap sebagai salah satu konsep yang merupakan sebuah turunan dari “*Entrepreneurship*” yang sama-sama memiliki prinsip mencari keuntungan sebanyak mungkin namun lebih berfokus pada suatu bisnis yang mengaplikasikan teknologi tertentu.¹⁵

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa *technopreneurship* adalah suatu kolaborasi antara teknologi dengan usaha yang dilakukan secara mandiri sehingga menghasilkan lapangan pekerjaan dan membangun perekonomian sekaligus teknologi di Indonesia.

Dalam hal jual beli model *technopreneurship*, hal-hal utama yang dapat kita amati adalah sebagai berikut:

¹⁴ Nelloh, L. A. M., “Proses Kewirausahaan dalam Motivasi Pencapaian dan Intensi “E-Preneurs” Mahasiswa Bisnis dan Manajemen”, *Jurnal Kajian Ilmiah*, (2018), 18.

¹⁵ Wicaksono, E. K., & Nurmida, I., “Analisis Penerapan *Technopreneurship* pada Perusahaan Energi Alternatif (Studi Pada CV Wahana Putera Ideas Bandung) Analysis of *Technopreneurship Applications in Alternative Energy Company (Study in CV Wahana Putera Ideas Bandung)*”, vol. 4, no. 2, (2017), 1831–1837.

- 1) Skala usahanya yang kecil dapat disebut sebagai wirausaha
- 2) Jenis barang yang diperjual belikan
- 3) Sarana penunjang periklanan dan tempat (majelis) pertukaran barang
- 4) Pelaku jual beli

b. Konsep dalam Pengembangan *Technopreneurship*

Dalam pengembangan *technopreneurship* membutuhkan beberapa konsep diantaranya, sebagai berikut:

1) *Business skill*

Business skill ialah dimensi yang penting dalam rangka mencapai tujuan wirausaha dan sebagai indikator untuk mengukur keterampilan berwirausaha.¹⁶ Hal-hal yang terkait dengan *business skill*, sebagai berikut:

a) Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan semangat, sikap dan perilaku atau kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan kegiatan yang mengarah pada mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan menerapkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar.

b) Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu proses dimana perusahaan menciptakan nilai terhadap pelanggan dan sebagai balasannya pelanggan memberikan nilai sehingga keduanya terjalin hubungan yang kuat. Adapun untuk strategi pemasaran dapat dikembangkan dengan variabel yaitu, produk dan jasa. Produk meliputi, pengemasan, nama merek, harga, jaminan, pelayanan, citra, waktu pengiriman dan website yang dilihat oleh pelanggan.

¹⁶ Muhyi, (2014) dikutip dalam Recha Abriana A, dkk, "Analisis Penerapan *Technopreneurship* Pada Perusahaan Energi Alternatif", *Jurnal Kajian Ilmiah*, vol. 19, no. 2, (2019), 121.

c) Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk. Seorang wirausaha dalam menentukan harga harus menetapkan tiga elemen penting yaitu biaya, margin dan kompetisi.

d) Distribusi

Menyediakan fasilitas pada konsumen dengan cara mendistribusikan agar tersedia di tempat-tempat yang menjadi pasar bagian produk yang bersangkutan. Pemilihan lokasi yang tepat dapat mempengaruhi peningkatan keuntungan suatu perusahaan secara keseluruhan.

e) Promosi

Promosi merupakan aktivitas mengkomunikasikan sebuah produk dengan tujuan membujuk target pasar untuk membeli produk tersebut. Promosi menciptakan kesadaran dan ketertarikan konsumen kepada produk yang bersangkutan dengan memberikan informasi mengenai ketersediaan produk melalui media cetak maupun elektronik.

2) *Technology skill*

Technology skill ialah keahlian manajerial dalam menguasai berbagai perkembangan teknologi. Hal-hal yang termasuk dalam aspek *technology skill* adalah:

a) *Invention dan Innovation*

Invensi adalah sebuah penemuan baru yang bertujuan untuk mempermudah kehidupan. Inovasi adalah proses adopsi sebuah penemuan oleh mekanisme pasar.

b) Mekanisme pasar teknologi

Mengemukakan bahwa permintaan dan penawaran itu disebut juga dengan mekanisme pasar, pengertian dari permintaan yaitu keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu, yang disertai dengan kesediaan dan kemampuan membeli barang tersebut. Sedangkan pengertian dari penawaran yaitu jumlah barang yang

produsen ingin tawarkan (jual) pada berbagai tingkat harga selama satu periode tertentu.

c) Hak Kekayaan Intelektual

Elemen dasar HaKI meliputi cakupan karya jenis apa saja yang dilindungi, syarat substansif, cara untuk memperolehnya, isi dan jangka waktu berlakunya perlindungan HaKI itu. Elemen dasar HaKI yaitu Hak Cipta, Paten, Merek dan Rahasia Dagang.

d) Desain Industri/Produk

Desain industri adalah suatu kreasi tentang bentuk, konfigurasi, atau komposisi garis atau warna, atau garis dan warna atau gabungan daripadanya yang berbentuk 3 dimensi atau 2 dimensi yang memberikan estetis dan dapat diwujudkan dalam pola 3 dimensi atau 2 dimensi serta dapat dipakai untuk menghasilkan produk, barang, komoditas, industri atau kerajinan tangan.

e) Kemasan

Pengemasan merupakan merupakan bungkus produk yang diterima konsumen, sedangkan pengepakan merupakan bungkus sejumlah produk dan biasa diterima oleh agen atau penyalur.¹⁷

c. **Model-model Jual Beli *Technopreneurship***

Technopreneurship mengacu pada pemanfaatan teknologi informasi untuk pengembangan wirausaha. Penggunaan teknologi informasi dalam hal ini adalah pemakaian internet dalam pemasaran dan memperkenalkan produk seperti dalam perdagangan online (*e-commerce*), serta pemanfaatan program khusus untuk memotong biaya produksi dan kegiatan operasional lainnya yang memakan biaya yang lebih mahal. Situs atau aplikasi yang banyak dimanfaatkan sebagai tempat berkreasi *technopreneurship* adalah sebagai berikut:

¹⁷ Recha Abriana A, dkk, "Analisis Penerapan *Technopreneurship* Pada Perusahaan Energi Alternatif", *Jurnal Kajian Ilmiah*, vol. 19, no. 2, (2019), 121-122.

1) Facebook

Facebook adalah salah satu jaringan sosial yang sangat terkenal pada zaman sekarang, hampir setiap orang memiliki akun facebook. Dilain sisi sebagai tempat berinteraksi dengan teman, facebook juga dapat memperluas jaringan pengguna dan masih banyak sekali kegunaan lainnya. Keuntungan menggunakan aplikasi facebook diantaranya sebagai berikut:

- a) Sebagai tempat berinteraksi dengan teman
- b) Mempererat silaturahmi
- c) Sarana untuk berdiskusi
- d) Sebagai alat promosi
- e) Memperluas jaringan atau teman

2) Twitter

Twitter adalah situs web yang menawarkan jejaring sosial berupa mikroblog sehingga pengguna dapat mengirim dan membaca pesan. Pengguna twitter dapat melihat *tweet* penulis lain yang dikenal sebagai pengikut. Twitter dapat memberikan informasi *update* (pembaharuan) informasi tentang dunia bisnis.

3) Instagram

Instagram merupakan salah satu aplikasi yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk tempat sebagai wadah berbagi informasi terhadap penggunanya. Pemanfaatan instagram sendiri tidak hanya dalam berbagi informasi berupa teks, gambar, audio dan video saja akan tetapi juga dimanfaatkan sebagai pemasaran produk. Instagram digunakan sebagai penyampaian informasi produk kepada publik yang membaca dan melihatnya.

4) Blogspot

Blog adalah situs web yang berisi tulisan, artikel atau informasi bermanfaat yang diperbaharui secara teratur. Blogspot dapat diakses secara online baik umum atau pribadi. Berikut merupakan ciri-ciri blog secara umum:

- a) Memiliki nama dan alamat yang bisa diakses secara online
- b) Memiliki tujuan
- c) Memiliki isi postingan yang berupa artikel, catatan dan informasi lainnya.
- d) Postingan atau isi blog terarsip (sesuai tanggal, bulan dan tahun posting)
- e) Isi blog selalu bertambah atau terupdate sesuai dengan tujuan dari blog.

Tujuan blog secara umum, antara lain:

- a) Menyampaikan informasi yang bermanfaat untuk diri sendiri maupun bagi orang lain.
- b) Memberikan keuntungan bagi diri sendiri maupun orang lain.
- c) Berbagi pengalaman
- d) Berkarya atau aktualisasi diri, dan lain sebagainya.¹⁸

3. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha kecil dan menengah adalah penggerak di belakang pembangunan ekonomi yang ada di Indonesia. Dalam pembahasan bisnis dan ekonomi khususnya usaha istilah UMKM adalah pemegang peranan penting dalam perekonomian.

a. Pengertian Usaha Kecil dan Menengah (UMKM)

Definisi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Bab 1 Pasal 1. UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) ialah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang sudah ditetapkan dalam Undang-Undang. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) Bab 1 Pasal 1 yang dimaksud dengan:

- 1) Usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif milik perorangan yang memenuhi kriteria UMKM sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang ini.

¹⁸ <http://www.rumahkiat.com/pengertian-blog-atau-website/3> , diakses 17 November 2021.

- 2) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh perorangan yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki dan menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang ini.
- 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan dan menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar dengan kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang ini.

b. Kriteria dan Klarifikasi UMKM

Dalam mengetahui jenis usaha yang sedang dijalankan perlu memperhatikan suatu kriteria. Sebab dalam hal ini akan mempengaruhi proses pengurusan surat ijin usaha serta menentukan biaya pajak yang akan dibebankan kepada pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Menurut UU No.20 Tahun 2008 Pasal 6 disebutkan bahwa:

- 1) Kriteria Usaha Mikro
 - a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- 2) Kriteria Usaha Kecil
 - a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

- 3) Kriteria Usaha Menengah
 - a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Menurut kategori Biro Pusat Statistik (BPS), usaha kecil identik dengan industri kecil dan industri rumah tangga. BPS mengklasifikasikan industri berdasarkan jumlah pekerjanya, yaitu: (1) industri rumah tangga dengan pekerja 1-4 orang; (2) industri kecil dengan pekerja 5-19 orang; (3) industri menengah dengan pekerja 20-99 orang; (4) industri besar dengan pekerja 100 orang atau lebih.¹⁹

c. Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Dalam UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pada pasal 3 disebutkan bahwa usaha mikro dan kecil bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Berarti UMKM berperan dalam pembangunan perekonomian nasional melalui kontribusi terhadap PDB, penciptaan lapangan pekerjaan, dan penyerapan tenaga kerja.

Menurut Glen Glenardi kemampuan UMKM dalam menghadapi krisis dan pembangunan perekonomian nasional disebabkan oleh:

- 1) Sektor Mikro dapat dikembangkan hampir ke semua sektor usaha dan tersebar di seluruh wilayah Indonesia.
- 2) Sifat penyebarannya sangat luas (baik sektor usaha dan wilayahnya) sektor mikro juga sangat berperan dalam pemerataan kesempatan kerja.

¹⁹ Isnaini Nurrohmah, "Analisis Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Sebelum dan Sesudah Menerima Pembiayaan *Musarakah* Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT (Studi Kasus: BMT Beringharjo Yogyakarta)" (skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), 15-16.

- 3) UMKM termasuk usaha-usaha anggota koperasi yang pada umumnya fleksibel. UMKM dengan skala usaha yang tidak besar, kesederhanaan spesifikasi dan teknologi yang digunakan dapat lebih mudah menyesuaikan dengan perubahan atau perkembangan yang terjadi.
- 4) UMKM merupakan industri padat modal. Dalam struktur biaya produksinya, komponen tersebar adalah biaya variable 17 yang mudah menyesuaikan dengan perubahan/perkembangan yang terjadi.
- 5) Produk-produk yang dihasilkan sebagian besar merupakan produk yang berkaitan langsung dengan kebutuhan primer masyarakat.
- 6) UMKM lebih sesuai dan dekat dengan kehidupan pada tingkat bawah (*grassroot*) sehingga upaya mengentaskan masyarakat dari keterbelakangan akan lebih efektif.²⁰

d. Permasalahan dalam Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Menurut Tambunan perkembangan UKM di Indonesia tidak lepas dari berbagai macam permasalahan. Ada beberapa masalah yang umum dihadapi oleh pengusaha kecil dan menengah seperti keterbatasan modal kerja dan/atau modal investasi, kesulitan mendapatkan bahan baku dengan kualitas yang baik dan harga terjangkau, keterbatasan teknologi, sumber daya manusia dengan kualitas yang baik (manajemen dan teknik produksi), informasi pasar, dan kesulitan dalam pemasaran.²¹

Sedangkan menurut Mudrajad Kuncoro mengungkapkan bahwa ada tujuh tantangan yang harus dihadapi UKM dalam era krisis global, yaitu:

- 1) Tidak adanya pembagian tugas yang jelas antara bidang administrasi dan operasi. Kebanyakan UKM dikelola oleh perorangan yang merangkap sebagai pemilik sekaligus pengelola perusahaan.

²⁰ Glen Glenardi, "Peran Perbankan Dalam Pengembangan Keuangan Mikro," (disampaikan dalam rangka diskusi kelompok C-2 Temu Nasional dan Bazar Pengembangan Keuangan Mikro: 2002), 290.

²¹ Tambunan Tulus T.H, *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*, (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2002), 73.

- 2) Akses Industri kecil terhadap lembaga kredit formal rendah, sehingga cenderung menggantungkan pembiayaan usahanya dari modal sendiri atau sumber lain.
- 3) Sebagian besar usaha kecil ditandai dengan belum mempunyai status badan hukum. Mayoritas UKM merupakan perusahaan perorangan yang tidak berakta notaris.
- 4) Tren nilai ekspor menunjukkan betapa sangat berfluktuatif dan berubah-ubahnya komoditas ekspor Indonesia.
- 5) Pengadaan bahan baku, masalah terbesar yang dihadapi dalam pengadaan bahan baku adalah mahalnnya harga, terbatasnya ketersediaan, dan jarak yang relatif jauh (bahan baku berorientasi ekspor dari luar daerah).
- 6) Masalah utama yang dihadapi dalam memenuhi kebutuhan tenaga kerja adalah tidak terampil dan mahalnnya biaya tenaga kerja. Regenerasi perajin dan pekerja terampil relatif lambat.
- 7) Dalam bidang pemasaran, masalahnya terkait dengan banyaknya pesaing yang bergerak dalam industri yang sama, relatif minimnya kemampuan bahasa asing sebagai suatu hambatan dalam melakukan negosiasi.²²

B. Penelitian Terdahulu

| No | Peneliti | Metode | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|---|--|--|--|--|
| 1. | Sandi Supaya, Sri Wahyuni, Mardinawati, | Penelitian ini menggunakan metode kuisione | 1. <i>Technopreneurship</i> UMKM kopi Temanggung menjalankan usaha dan | Persamaan dalam penelitian ini adalah <i>Technopreneurship</i> | Perbedaan dari penelitian ini adalah pada metode dan |

²² Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2003).

| | | | | | |
|----|---|---|---|--|--|
| | Makmun Riyanto ²³ <i>Technopreneurship</i> UMKM Kopi Temanggung dalam Menjalankan Usaha dan Menghadapi Persaingan | r dengan pendekatan kuantitatif | menghadapi persaingan sangat baik. 2.Pemahaman <i>technopreneurship</i> digunakan sebagai pemasaran produk, mencari informasi, pengembangan jaringan, meningkatkan keunggulan bersaing. | UMKM Kopi | pendekatan penelitian. |
| 2. | Ramadhan Prasetya Wibawa, Dyan Kharisma Nurdiansyah, Suci Romelah ²⁴ Analisis Tingkat <i>Technopreneurship</i> pada UMKM Sambel Pecel Wahyu Tumurun Kota | Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif | 1. Mengikutsertakan keturunan sang pengusaha dalam pelatihan usaha agar mengenal beberapa alternatif teknologi proses dan didorong dalam pengaplikasiaannya. 2. Pemanfaatan teknologi menyebabkan lingkungan kerja menjadi lebih | Persamaan dalam penelitian ini adalah <i>Technopreneurship</i> pada UMKM | Perbedaan dalam penelitian ini adalah pada industri makanan. |

²³Sandi Supaya, dkk, “*Technopreneurship* UMKM Kopi Temanggung dalam Menjalankan Usaha dan Menghadapi Persaingan”, *Hasil Seminar Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Polines*, vol. 2, (2020), 895-898.

²⁴ Ramadhan Prasetya Wibawa, dkk, “Analisis Tingkat *Technopreneurship* pada UMKM Sambel Pecel Wahyu Tumurun Kota Madiun”, *Jurnal Equilibrium*, vol. 6, no. 2 (2018), 172.

| | | | | | |
|----|---|--|--|---|--|
| | Madiun | | bersih dan hemat energi dibandingkan dengan teknologi lama. 3. Strategi yang digunakan UMKM Sambel Pecel Wahyu Tumurun berupa bantuan teknologi tepat guna serta pendampingan usaha. | | |
| 3. | Siti Fathmah ²⁵ Pengaruh Kepribadian yang Berpengetahuan <i>Entrepreneurship</i> , dan Motivasi <i>Berentrepreneur</i> Terhadap Minat <i>Islamicpreneurship</i> (Studi pada Mahasiswa FEBI IAIN Kudus) | Penelitian ini menggunakan metode angket atau kuesioner dengan pendekatan kuantitatif. | 1. Variabel kepribadian dan pengetahuan <i>Entrepreneurship</i> mempunyai pengaruh yang positif terhadap motivasi <i>Entrepreneur</i> sehingga dinyatakan bahwa rata-rata mahasiswa FEBI IAIN KUDUS mampu menumbuhkan motivasi <i>Entrepreneur</i> . 2. Motivasi <i>Entrepreneur</i> mempunyai pengaruh yang positif terhadap | Persamaan dalam penelitian ini adalah tentang <i>Entrepreneur</i> dan <i>Islamicpreneurship</i> . | Perbedaan dalam penelitian ini adalah pengaruh motivasi <i>berentrepreneur</i> |

²⁵ Siti Fathmah, “Pengaruh Kepribadian yang Berpengetahuan *Entrepreneurship*, dan Motivasi *Berentrepreneur* Terhadap Minat *Islamicpreneurship* (Studi pada Mahasiswa FEBI IAIN Kudus)” (skripsi, IAIN Kudus, 2021), 50.

| | | | | | |
|--|--|--|---|--|--|
| | | | <p>minat <i>Islamicpreneurship</i> sehingga dinyatakan bahwa rata-rata mahasiswa FEBI IAIN KUDUS memiliki kepribadian yang mampu menumbuhkan minat <i>Islamicpreneurs hip</i>.</p> | | |
|--|--|--|---|--|--|

Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwasanya penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian terdahulu, *pertama* penelitian dari Sandi Supaya, Sri Wahyuni, Mardinawati, Makmun Riyanto, yang membedakan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu, metode dan pendekatan penelitian. Adapun untuk persamaannya yaitu mengenai *Technopreneurship* UMKM Kopi. *Kedua*, penelitian dari yang dilakukan oleh Ramadhan Prasetya Wibawa, Dyan Kharisma Nurdiansyah dan Suci Romelah yang membedakan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu, pada industri makanan., adapun untuk persamaannya yaitu *Technopreneurship* pada UMKM. *Ketiga*, penelitian dari Siti Fathmah yang membedakan yaitu pengaruh motivasi *berentrepreneur*, adapun untuk persamaannya mengenai *Enterpreneur* dan *Islamicpreneurship*.

C. Kerangka Berfikir

Untuk memperjelas arah dan ruang lingkup penelitian secara umum, maka perlu diuraikan konsep pemikiran dalam penelitian ini, agar dapat mendeskripsikan tentang *islamicpreneur* dan *technopreneurship* pada UMKM Kopi Lelet Cangkir Rembang.

Pada penelitian ini akan mengkaji analisis *islamicpreneur* dan *technopreneurship* pada UMKM Kopi Lelet Cangkir Rembang. Saat ini meminum kopi telah menjadi gaya hidup di Indonesia, bagi kebanyakan masyarakat minuman kopi adalah suatu ritual yang unik. Akhirnya tempat produksi kopi pun semakin banyak di berbagai daerah. Hal ini disebabkan peluang usaha kopi semakin hari semakin

luas, mengingat kopi sudah menjadi gaya hidup di berbagai kalangan. Bukan hanya untuk tujuan ekspor saja akan tetapi masyarakat di berbagai daerah juga suka mengkonsumsi kopi baik laki-laki maupun perempuan. Meskipun persaingan dalam bisnis kopi cukup ketat, hal ini tidak menyurutkan produksi kopi rumahan UMKM Kopi Lelet Cangkir Rembang, karena UMKM ini memiliki ciri khas dari kebanyakan UMKM lainnya. Hal tersebut didasari UMKM kopi lelet cangkir ini menerapkan *islamicpreneur* dan *technopreneurship* dalam produksinya sehingga membedakan dengan produksi kopi lainnya.

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

