

**PEMAHAMAN ISLAMIC ENTREPRENEURSHIP VALUES  
SEBAGAI MOTIVASI MEMBANGKITKAN USAHA PASCA PANDEMI COVID-19  
(OVERVIEW SURAT QURAISSY)**

**Nur Majdina**

Universitas Darunnajah

[nurmajdina@darunnajah.ac.id](mailto:nurmajdina@darunnajah.ac.id)

**Engga Jalaludin**

Universitas Darunnajah

[engga.jalaludin@darunnajah.ac.id](mailto:engga.jalaludin@darunnajah.ac.id)

***Abstract:** Understanding Islamic entrepreneurship is very important to build a community entrepreneurial spirit that is oriented towards worldly and spiritual benefits. Then Islamic principles should be realized, so that entrepreneurship becomes an interesting topic of study that can minimize life's problems, especially economic problems. Through a study with a qualitative approach, this study aims to describe understanding of Islamic entrepreneurship as an attempt to arouse the spirit of entrepreneurship, especially after the Covid-19 pandemic through an overview of the surat Quraisy. The method used in this research is library research or literature review, which collects data from the literature and other sources that support and are related to the discussion in this study. The results of the discussion in this study entrepreneurship is an ideal alternative to the economic crisis, especially after the Covid-19 pandemic, where many businesses have experienced a decline. Islam makes entrepreneurship part of worship, therefore it is important to understand Islamic entrepreneurship in a Muslim so that it is able to bring prosperity to the poor and is worth blessing according to the directions in the surat Quraisy. This research is limited to a qualitative approach through literature review which can be redeveloped with another approach using data analysis methods in case studies, considering the many contemporary economic cases that can be used as research material.*

***Keywords:** Islamic Entrepreneurship, Post Pandemic, Surat Quraisy.*

## **PENDAHULUAN**

Perubahan terus terjadi di berbagai aspek, tidak terlepas pada aspek ekonomi terlebih pasca pandemi Covid-19. Salah satu perubahan yang terjadi juga dipengaruhi oleh krisis ekonomi yang secara tidak langsung mempengaruhi keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Banyak UKM harus memberhentikan karyawannya karena konsumsi barang dan jasa beralih dari offline ke online. Hal ini sangat disayangkan dan mengharuskan perhatian yang intensif, terlebih UMKM menjadi salah satu faktor penting penggerak perekonomian baik di tingkat daerah maupun nasional. Pasca pandemi menjadi babak baru bagi

para pelaku UMKM untuk terus bertahan, memperbaiki, dan berinovasi kearah ekosistem digital sebagai dampak perubahan akibat pandemi Covid-19.

Perbaikannya yang harus dilakukan sangat berpengaruh bagi pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Menurut Kemenko Perekonomian (2022)<sup>1</sup>, UKM merupakan 99% dari seluruh badan usaha di Indonesia. Persentase yang tinggi tersebut juga berdampak signifikan terhadap PDB yaitu sebesar 60,5 persen, dan juga mempengaruhi penyerapan tenaga kerja yang mencapai 96,9 persen dari total penyerapan tenaga kerja nasional. Sebelumnya, pada dua tahun pertama pandemi Covid-19 2020-2021 mengalami penurunan, menurut survei terhadap 1.180 responden pelaku UMKM yang dilakukan UNDP dan LPEM UI. Riset menunjukkan bahwa dalam dua tahun pertama pandemi, lebih dari 48 persen UKM menghadapi masalah bahan baku sebesar 77% yang berujung pada penurunan penjualan. Penurunan pada permintaan produk juga mengalami penurunan sampai 88% dan 97% UMKM juga mengalami penurunan<sup>2</sup>.

Pemulihan ini membutuhkan kebijakan yang benar-benar strategis baik di bidang keuangan maupun dana bantuan lainnya. Langkah-langkah yang dilakukan sehubungan dengan pemulihan ini antara lain: Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN), implementasi UU Cipta Kerja dan program Bangga Buatan Indonesia (BBI). Pada tahun 2020, hampir 46,6 juta dari 64 juta UKM Indonesia tidak memiliki akses permodalan, oleh karena itu hambatan ini menjadi dasar pemerintah untuk bertindak sebagai bentuk dukungan dengan memberikan pengaturan keuangan kepada UKM. Mulai 19 Januari 2022, negara menawarkan layanan Pembiayaan Ultra Mikro (UMi), dengan sistem pembiayaan ini tersedia sesuai dengan tingkat perkembangan bisnis UMKM<sup>3</sup>.

Selain itu, walaupun dukungan sudah diusahakan oleh pemerintah dengan berbagai kebijakan yang dibuat. Masalah inti yang sebenarnya dialami oleh para UMKM adalah terletak pada pribadi pemilik UMKM itu sendiri, dimana masih rendahnya jiwa kewirausahaan yang dimiliki oleh para pelaku UMKM<sup>4</sup>. Hal itu yang menjadi hambatan terbesar bagi para pelaku UMKM untuk terus berinovasi dan berdaya kreativitas pada produk-produk yang mereka pasarkan. Pemahaman mendalam terkait kewirausahaan penting sekali untuk terus mendorong

---

<sup>1</sup> Kementrian Keungan Republik Indonesia. 2020. Siaran Pers/27/KLI/2020.

<sup>2</sup> Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian. 2022. Biro KLIP Kemenko Perekonomian

<sup>3</sup> Asosiasi Fintech Pendanaan, AFPI. 2020. Fintech Indonesia. Data Industri 2020

<sup>4</sup> Lee, T., & Chu, W. (2011). Entrepreneurial Orientation and Competitive Advantage: The Mediation of Resource Value And Rareness. *African Journal of Business Management*, 5(33), 12797– 12809

semangat inovasi dan kemampuan pengambilan keputusan dan juga risiko untuk mendukung keberhasilan usaha dalam menghadapi persaingan terlebih persaingan global. Jangka panjang atau pendek sebuah usaha sangat dipengaruhi oleh pemahaman terkait kewirausahaan, karena hal inilah yang menjadi pembeda antara seorang pelaku usaha tau pembisnis dengan bukan pelaku usaha atau pembisnis. Pemahaman terkait kewirausahaan pulalah yang akan menguatkan manajemen usaha para pelaku bisnis<sup>5</sup>.

Potensi banyaknya jumlah UMKM di Indonesia juga di dukung dengan banyaknya jumlah penduduk muslim di negara Indonesia ini, dimana negara Indonesia ini memiliki jumlah penduduk beraga Islam terbesar di dunia. Dengan potensi yang ada maka diperlukan peran aktif dari masyarakat muslim untuk mendorong kemajuan umat serta perekonomian rakyat berdasarkan prinsip Syariah. Salah satu program ekonomi Syariah yang berjalan adalah Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariaah (KNEKS). Dimana program tersebut menjadi penunjang upaya pengembangan ekonomi Syariah, yaitu menyatukan persepsi dan langkah menuju pusat produsen halal terkemuka di dunia. Industri halal merupakan salah satu kekuatan yang signifikan yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat. Maka kesadaran akan pemahaman tentang jiwa kewirausahaan penting dimiliki oleh para pengusaha muda. Dimana nilai aset ekonomi Syariah Indonesia baru mencapai \$3 miliar USD<sup>6</sup>.

Sebagai pengusaha muslim, panutan terbaik yang merupakan wirausahawan terbaik ialah Rasulullah SAW. Keteladan dari Nabi Muhammad SAW merupakan kontribusi berharga untuk memahami konsep kewirausahaan yang berbasis Syariah. Dimana teladan beliau yang memiliki dasar kejujuran, kehandalan, kecermatan serta komunikasi menjadi pilar utama yang harus ada dalam jiwa setiap pengusaha. Melihat kondisi umat Islam saat ini dalam penguasaan ekonomi relatif masih memiliki ketergantungan ekonomi dengan pihak lain dan mampu berdaulat. Pemahaman yang kurang optimal terhadap nilai dan ajaran yang telah di syariatkan Islam menjadi salah satu penyebab kelemahan kondisi umat Islam saat ini dalam penguatan ekonomi. Umat Islam harus mampu keluar dan bangun dari krisis ekonomi untuk memulihkan permasalahan kemiskinan serta keterbelakangan dengan jiwa kewirausahaan yang kokoh

---

<sup>5</sup> Butar-butar, M. 2021. Penguatan Entrepreneurship Insight Guna Meningkatkan Daya Saing Bagi Pelaku UKM di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 1 (1). 9-16

<sup>6</sup> Adamu. 2011. Sprituality in Entrepreneurship from Islamic Perspective: Conceptual Analysis on the Effects on Entrepreneurial Motivation and Social Responsibility. *International Conference of the Academy of HRD (Asia Chapter)*

berdasarkan prinsip Syariah yang diajarkan oleh Rasulullah SAW. Terlebih peran pengusaha muslim dalam upaya pemerataan ekonomi sangat diharapkan mengingat umat muslimlah yang mendominasi jumlah penduduk di Indonesia. Al-Quran juga mensyariatkan bahwa berbisnis dengan tujuan memberantas kemiskinan dan memberdayakan umat termasuk kegiatan yang bernilai ibadah bagi seorang muslim (QS 13: 11).

Al-Quran sebagai landasan utama di berbagai aspek kehidupan juga sudah menjelaskan secara terperinci terkait perekonomian bahkan mengerucut sampai pada pemahaman terkait jiwa kewirausahaan yang harus dimiliki oleh semua pengusaha muslim. Salah satu surat yang menjelaskan tentang pemahaman kewirausahaan adalah surat Quraisy. Dimana surat ini menjelaskan tentang keberhasilan suku Quraisy dalam berbisnis<sup>7</sup>. Selain teori-teori diatas yang telah dipaparkan baik berbasis data, atau berdasarkan ayat-ayat Al-Quran ada pula beberapa penelitian pendukung terkait pentingnya pemahaman *Islamic entrepreneurship* terhadap kinerja usaha. Beberapa penelitian tersebut adalah; Musfialdy & M.Soim menemukan bahwa nilai-nilai Islam terhadap *entrepreneurship* berpengaruh positif terhadap kinerja usaha. Penelitian yang dilakukan Adamu juga mengemukakan bahwa spiritualitas dalam Islam secara positif memengaruhi kinerja usaha<sup>8</sup>.

Sesuai pemaparan latar belakang yang telah dijelaskan diatas sebelumnya, melalui kajian dengan metode pendekatan kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan pemahaman *Islamic entrepreneurship* sebagai usaha untuk membangkitkan semangat berwirausaha pasca pandemi covid-19. Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dirumuskan, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan penguatan pemahaman *Islamic entrepreneurship* terhadap para pelaku usaha khususnya para pengusaha muslim serta memberikan kontribusi berupa arahan bagi para pembuat keputusan manajerial. Dalam hal ini adalah Kementrian Koperasi dan UMKM agar bekerja sama dengan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) untuk membuat kebijakan yang sesuai serta memberikan bantuan-bantuan serta pelatihan yang dapat terus meningkatkan usaha para UMKM di Indonesia berbasis nilai-nilai syariah. Dan bagi para pembaca khususnya umat Islam, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran berupa informasi untuk lebih

---

<sup>7</sup>Wahid, A.A. 2010. *Tafsir Ekonomi Kontemporer Kajian Tafsir Al-Quran tentang Ekonomi Islam*. Jakarta: Madani Publishing House

<sup>8</sup> Adamu et al, Op.cit. hal.8

memahami prinsip-prinsip Islam melalui *overview* surat Quraisy dalam penerapannya pada peningkatan pengembangan usaha.

## KAJIAN TEORI

### *Islamic Entrepreneurship*

Kewirausahaan Islam merupakan gabungan kata, dimana kata kewirausahaan bersumber dari terjemahan Bahasa Inggris *entrepreneurship* yang memiliki makna *the backbone of economy*, yaitu titik pusat pertumbuhan ekonomi atau sebagai *tailbone economy* yaitu pengontrol pertumbuhan perekonomian suatu bangsa<sup>9</sup>. Secara bahasa, kewirausahaan (*entrepreneuership*) dimaknai sebagai nilai penting dalam membangun suatu usaha (*start up phase*) atau sebuah proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (*creative*) dan berbeda (*Innovative*). *Entrepreneurship* adalah karakter mental dan jiwa yang berusaha untuk aktif selalu dalam dunia usaha guna memuncullkan kreativitas dan inovasi usaha sehingga menghasilkan pendapatan secara kontinu dalam setiap kegiatan usaha yang dilaksanakan. Pelakunya disebut usahawan. Kewirausahaan diartikan juga watak, gairah, perilaku dan kecakapan seseorang dalam mengatur usaha dan praktek yang menjurus pada usaha mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru yang berbasis pada keridhohan-Nya, sebab segala hal yang dilakukan bermuara pada dan kembali kepada-Nya. Sebagaimana lahir-mati, takdir dan rezeki semuanya mutlak menjadi ranah kekuasaan absolut dan menjadi instrumen di luar rasionalitas manusia<sup>10</sup>. Oleh karena itu, setiap muslim hanya diperintahkan untuk senantiasa berusaha, melakukan berbagai kegiatan menghasilkan sesuatu dengan senantiasa berharap mendapatkan ridha-Nya dengan cara mengeluarkan kepribadian takwa, yakni melaksanakan segala perintah-Nya dan berusaha sekuat tenaga untuk dapat menjauhi segala larangan Allah SWT<sup>11</sup>.

Sedangkan Islam berasal dari: *salima* yang berarti selamat. Dari itu terbentuk *aslama* yang berarti menyerahkan diri atau tunduk dan patuh. Dari kata *aslama* itulah tercipta kata Islam. Pemeluknya disebut Muslim. Maka orang yang memeluk Islam artinya adalah orang yang menyerahkan diri kepada Allah dan siap patuh pada ajaran-ajaran-Nya. Secara terminologis dapat dikatakan Islam merupakan agama wahyu berlandaskan pada tauhid atau

---

<sup>9</sup> Utomo, K.W, dkk. 2021. *Islamic Entrepreneurship. Konsep Berwirausaha Ilahiyah*. Jakarta: Edu Pustaka

<sup>10</sup> Fauzan, F., & Nuryana, I. (2014). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet Di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 10(1), 38

<sup>11</sup> Utomo et al. Opcit. hal.15

keesaan Tuhan yang diturunkan kepada Nabi Muhammad Saw sebagai utusan-Nya yang terakhir dan diperuntukkan kepada seluruh manusia, di mana pun dan kapan pun, yang ajarannya meliputi seluruh aspek kehidupan manusia<sup>12</sup>.

Jadi ketika kata kewirausahaan dan Islam digabung menjadi kewirausahaan Islam (Islamic Entrepreneurship) dapat dipahami sebagai sebuah usaha kreatif dalam membangun suatu value dari asalnya belum ada menjadi ada dan dapat dinikmati orang banyak sesuai dengan ajaran Islam. Wirausaha Islam adalah suatu proses menciptakan barang dan jasa lewat kegiatan usaha yang disertai dengan semangat, kreativitas, inovasi, manajemen, keterampilan komunikasi guna mendapatkan hal-hal baru dan berbeda, serta dapat menghasilkan keuntungan sesuai dengan aturan-aturan Islam<sup>13</sup>.

### **Motivasi Berwirausaha**

Motivasi dalam kewirausahaan adalah motivasi yang mengarah pada pencapaian tujuan kewirausahaan, dimana dalam pencapaiannya akan melibatkan pengenalan serta eksploitasi terhadap peluang bisnis yang ada. Seorang usahawan dalam menjalankan sebuah usaha harus memiliki sebuah motivasi yang kuat, dimana motivasi yang dimaksud merupakan sebuah proses dimana usahawan bertingkah laku demi mencapai tujuan dalam menjalankan sebuah usaha. Selain motivasi dibutuhkan dalam menjalankan sebuah usaha, motivasi juga penting dimiliki ketika mengembangkan sutau usaha baru. Motivasi yang dibutuhkan meliputi, percaya diri, kreativitas, inovasi, keterampilan, jiwa kepemimpinan, yang mana semua unsur tersebut harus berorientasi masa depan. Salah satu faktor terpenting untuk pengembangan usaha tersebut adalah motivasi, karena dengan memiliki motivasi yang kuat bisa mendorong segala tindakan-tindakan bagi para pengusaha<sup>14</sup>.

Ketika seorang usahawan maka motivasi menjadi faktor penting dalam berwirausaha, dengan motivasi seorang usahawan dapat menentukan sejauh mana keberhasilan usahanya dapat diraih. Motivasi yang ada ada usahawan juga dapat menggambarkan berbagai aspek yang perlu dilakukan. Motivasi bagi para usahawan memiliki tiga dimensi, yaitu; 1) Ambition for freedom yang meliputi; aktivitas lebih bebas, memiliki usaha sendiri, menjadi lebih dihormati, terdepan dalam menerapkan ide baru, mengembangkan hobi dalam bisnis, 2) Self realization

---

<sup>12</sup> Misbahuddin, J. (2011). Konsep Al-Islam Dalam Al-Qur'an. *Jurnal Al- Ulum*, 11(2), 283–310.

<sup>13</sup> Utomo et al, *Opcit.* hal 15

<sup>14</sup> Amadea, P,T & Riana, G,I. 2020. Pengaruh Motivasi Berwirausaha, Pengendalian Diri, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Niat Berwirausaha. *Ejmunud.* 3 (1).

meliputi; Memeroleh posisi yang lebih baik di masyarakat, merasakan tantangan, memotivasi dan memimpin orang lain, melanjutkan tradisi keluarga, berinovasi, 3) Pushing factors meliputi; kehilangan pekerjaan, memperoleh pendapatan yang lebih baik, tidak puas dengan pekerjaan<sup>15</sup>.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *library research*. Riset kepustakaan atau sering juga disebut studi pustaka, ialah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian. Oleh karena penelitian ini menggunakan *library research*, maka pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif.

Dimana penelitian kualitatif lebih menekankan pada penggunaan diri si peneliti sebagai instrumen. Dalam pendekatan kualitatif peneliti seyogianya memanfaatkan diri sebagai instrumen, karena instrumen nonmanusia sulit digunakan secara luwes untuk menangkap berbagai realitas dan interaksi yang terjadi. Peneliti harus mampu mengungkap gejala sosial di lapangan dengan mengerahkan segenap fungsi inderawinya. Dengan demikian, peneliti harus dapat diterima oleh informan dan lingkungannya agar mampu mengungkap data yang tersembunyi melalui bahasa tutur, bahasa tubuh, perilaku maupun ungkapan-ungkapan yang berkembang dalam dunia dan lingkungan informan.

## **PEMBAHASAN**

### **Entrepreneurship Values (Overview dari Surat Quraisy)**

Sebelum berkembangnya istilah *entrepreneurship* pada dunia keilmuan barat, Islam sudah mengenalkan konsep *entrepreneurship* melalui *uswah hasanah* (tauladan yang baik) dari baginda Rasulullah SAW, dimana beliau sudah terjun dalam dunia bisnis sejak usia 12 tahun ketika beliau mendampingi pamannya berdagang ke Syiria dan akhirnya bisa memiliki bisnis sendiri pada usia 17 tahun .

Teladan Rasulullah dalam *entrepreneurship* juga terkandung pada tafsiran ayat-ayat pada Surat Quraisy. Dimana secara garis besar surat Quraisy menjelaskan bahwa Allah telah menganugrahi keutamaan kepada suku Quraisy dalam hal perniagaan. Berikut

---

<sup>15</sup> Venesaar, U., Kolbre, E. & Piliste, T. 2016. Students' attitudes and intentions toward entrepreneurship at Tallinn University of Technology. *TUTWPE*, 154(1), 97–114

*entrepreneurship values* pada teladan Rasulullah dan kaum Quraisy sesuai tafsir surat Quraisy, sebagai acuan untuk terus menumbuhkan jiwa *entrepreneurship* terutama pasca pandemi Covid-19.

### 1. Hikmah yang terkandung pada Ayat pertama

Ada dua kata kunci penting dalam ayat pertama surat Quraisy ini yaitu: Pertama-tama **إِيْلَافٍ** merupakan bentuk pengucapan Mashdar **أَلْفٌ** (Asal Kata). Menurut Az-Zuhaili<sup>16</sup> dalam bukunya Tafsir Al-Munir, kata tersebut dapat diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia menjadi menetap dan berunding. Dari pemaknaan di atas, kita mendapatkan gambaran tentang keuletan-keuletan suku Quraisy dalam mengelola usaha. Kesuksesan usahanya tidak diraih dalam sekejap mata, namun membutuhkan proses yang panjang dan menantang. Jiwa wirausaha tidak muncul begitu saja, namun berkembang seiring dengan proses belajar dan membiasakan diri. Oleh karena itu, keterampilan kewirausahaan harus ditanamkan kepada siswa sejak dini untuk menghasilkan sumber daya manusia yang handal yang akan memperkuat perekonomian Indonesia. Dalam hal ini, lembaga pendidikan yang ada seharusnya tidak hanya mengajarkan *hard skill* berupa teori standar, tetapi juga mengajarkan siswa untuk menerapkan teori yang dipelajari dengan *soft skill*, khususnya kewirausahaan, yang terkadang lebih dibutuhkan di era globalisasi. serta tantangan dan kontinjensi di masa depan, seperti pandemi Covid-19 saat ini. Membiasakan berwirausaha sejak dini juga menjadi contoh Nabi Rasulullah SAW yang memulai usaha sejak usia 12 tahun<sup>17</sup>.

Kedua, **قُرَيْشٍ** menurut Al-Qurthubi (2003), kata ini memiliki arti ganda, yaitu: **التَّقْرِشُ** yang diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia berarti **التَّجْمُعُ** yaitu bersatu atau berkumpul. Oleh karena itu aspek terpenting adalah pentingnya asosiasi pengusaha dalam bentuk asosiasi, klub, koperasi, inkubator, dll. Asosiasi ini sangat penting baik bagi pengusaha pemula maupun yang usahanya masih kecil. Dengan aliansi ini, mereka memiliki daya tawar yang kuat dan dapat saling mendukung, serta perusahaan besar tidak mudah dimanipulasi<sup>18</sup>. **قُرَيْشٍ** memiliki arti lain yaitu **الْقَرْشُ** yang berarti makhluk laut yang sangat kuat bahkan bisa menghancurkan perahu. Makna kata ini sangat erat kaitannya dengan keagungan suku Quraisy karena nama **قُرَيْشٍ** merupakan *brand equity*. Merek tersebut diperkuat oleh posisinya di

<sup>16</sup> Az-Zuhaili. 1998. *Tafsir Al-Munir Fil Al- 'Aqidah wa Al-syari'ah wa Al-Manhaj*. Bairut: Dar Al-Fikri. 30.415

<sup>17</sup> Wahid, A.A. 2010. *Tafsir Ekonomi Kontemporer Kajian Tafsir Al-Quran tentang Ekonomi Islam*. Jakarta: Madani Publishing House

<sup>18</sup> Ibid. hal.

kalangan orang Arab. *Brand* dari suku Quraisy membuat suku ini sangat disegani di Arab, sehingga mereka selalu aman ketika bepergian ke luar negeri untuk memperluas bisnis.

Konsep branding sendiri sebenarnya sudah diajarkan oleh Rasulullah SAW. Sebelum menjadi Rasul, beliau dikenal dengan sebutan “Al-Amin”, gelar ini menjadi tanda utama Rasul, sehingga tanda inilah yang membuat saudagar besar bernama Khadijah mempercayakannya untuk mengurus hasil produksinya. Merk "Al-Amin" ini merupakan aset yang sangat mendukung kesuksesan perusahaan yang dipimpin oleh Rasul. Jadi, seperti raja para rasul dan suku Quraisy, branding sangat penting bagi seorang entrepreneur. Jika merek adalah salah satu aset yang dapat menambah nilai bagi konsumen dengan meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka<sup>19</sup>.

## 2. Hikmah yang terkandung pada Ayat kedua

Ada dua kata menarik dalam ayat kedua ini yang perlu kita renungkan, yaitu: Pertama, **رِحْلَةً** yang artinya **إِرْتِحَالٌ** (bepergian). Suku Quraisy yang tinggal di negeri gurun sangat bergantung pada perdagangan sebagai sumber pendapatan utama mereka. Bisnis mereka tidak hanya domestik, tetapi juga antar negara, misalnya ke Suriah dan Yaman. Kita dapat belajar dari arti kata tersebut bahwa seorang pengusaha harus memiliki keberanian yang besar untuk memperluas jaringan usahanya dan melebarkan usahanya hingga ke luar negeri. Oleh karena itu, pasar produk manufaktur tidak terbatas pada pasar domestik, tetapi harus global. Oleh karena itu, di masa pandemi Covid-19 ini, tidak menjadi alasan bagi seorang pengusaha khususnya anak muda untuk tidak semangat dalam memulai usaha. Justru ini menjadi tantangan bagi kita semua untuk terus berinovasi dan berkreasi secara bersamaan. sebanyak mungkin. Selain itu, era globalisasi dan perdagangan bebas bukan lagi menjadi hal yang menakutkan, melainkan menjadi peluang ekspansi untuk memperluas pasar .

Kedua, **الشِّتَاءُ وَالصِّيفُ** yang artinya musim dingin dan musim panas. Menurut Ibnu Katsir (1999), kaum Quraisy melakukan perjalanan ke Yaman untuk berdagang pada musim dingin karena Yaman merupakan daerah yang hangat. Di mana dapat ditemukan berbagai parfum dan rempah-rempah di Yaman yang berasal dari India dan Teluk Persia. Di musim panas, kaum Quraisy pergi ke Suriah karena Suriah adalah negara yang dingin, dari sana mereka menerima sebagian bahan baku pertanian yang dibutuhkan di tanah gurun mereka (Wahid 2010). Proses tersebut terus dilakukan oleh kaum Quraisy untuk terus berinovasi dengan kreatif mungkin.

---

<sup>19</sup> Ibid hal 27

Selain itu, era globalisasi dan perdagangan bebas bukan lagi menjadi hal yang menakutkan saat ini, melainkan menjadi peluang ekspansi untuk memperluas pasar.

Tafsir di atas menunjukkan bahwa suku Quraisy memiliki pengalaman dalam segmentasi pasar. Dimana suku Quraisy diidentikkan dengan iklim daerah yang menjadi pasar mereka. Di era globalisasi saat ini, segmentasi terus meningkat dan semakin inklusif, sehingga tidak hanya berdasarkan geografi. Segmentasi yang digunakan oleh pengusaha karenanya harus lebih kompleks, apalagi teknologi berkembang lebih cepat. Dengan menggunakan teknologi tersebut, seorang pengusaha dapat memaksimalkan peluang yang ada dan memperluas segmentasi pasar.

### **3. Hikmah yang terkandung pada Ayat ketiga**

Pada ayat ketiga **فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ** Allah mengajarkan kepada manusia bahwa ada keseimbangan antara perdagangan dan konsistensi dalam beribadah. Bagi seorang pengusaha muslim, bisnis yang dijalankannya tidak boleh mengakibatkan dirinya melalaikan ibadah. Di sisi lain, bisnis atau usaha yang dijalankan harus dapat mendukung kelancaran pelayanan atau memberikan kontribusi yang signifikan terhadap dakwah. Contohnya adalah Khadijah, saudagar kaya di Mekkah. Hampir seluruh hasil kegiatan bisnis digunakan untuk mendukung dakwah yang dicanangkan oleh baginda Rasulullah SAW. Dalam hal ini, Islam tidak melarang seseorang untuk mengusahakan harta sebanyak-banyaknya, selama harta tersebut diperoleh dengan cara yang halal. Bahkan orang kaya pun lebih baik jika hartanya digunakan untuk dakwah dan membantu mereka yang membutuhkan<sup>20</sup>.

### **4. Hikmah yang terkandung pada Ayat keempat**

Pada ayat keempat **الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَأَمَّنَهُمْ مِنْ خَوْفٍ** konsep tawakal menjadi konsep utama yang dapat digali. Jika ayat -ayat sebelumnya hanya membahas beberapa usaha suku Quraisy dalam memenuhi kebutuhan mereka yang berada pada daerah yang tandus. Namun dalam ayat ini, Allah menegaskan bahwa meskipun jelas kebutuhan tersebut akan terpenuhi karena usaha mereka, pada akhirnya Allah memiliki otoritas untuk memenuhi kebutuhan tersebut bagi mereka. Dalam konteks tawakkal ini, manusia hanya diberi wewenang oleh Allah untuk melakukan apa yang dia bisa, namun pada akhirnya Allah yang menentukan rezekinya<sup>21</sup>.

---

<sup>20</sup> Ibid. hal.30

<sup>21</sup> Ibid. hal. 33

Implikasi dari konsep pemisahan dalam suatu usaha maupun suatu bisnis yang dapat ditarik dari kandungan ayat ini adalah keberanian suku Quraisy dalam mengambil risiko (*risk taking*). Konsep risiko dari kewirausahaan yang terkandung dalam frasa **وَإِنَّهُمْ مِنْ خَوْفٍ** yang memiliki arti melindungi dari rasa takut. Dalam ayat ini, Allah menyatakan bahwa hanya Dia yang bisa memberikan rasa aman. Tidak ada risiko yang dapat merugikan manusia kecuali atas kehendak-Nya.

Hikmah yang terkandung dalam surat Quraisy dan keteladanan Rasulullah SAW di atas seharusnya dapat memberikan wawasan bagi para pengusaha dan pemuda milenial untuk terus berinovasi, melihat dinamika global yang terjadi saat ini dan yang akan datang serta meningkatkan semangat untuk terus menghasilkan pendapatan, terutama untuk menciptakan perusahaan baru dan perusahaan dengan kewirausahaan Islam sesuai dengan Al-Quran dan Sunnah - Sunnah Rasulullah SAW<sup>22</sup>.

### **Menumbuhkan Jiwa *Islamic entrepreneurship***

Fenomena yang terjadi di Indonesia di kalangan masyarakat masih memiliki kecenderungan untuk mencari pekerjaan baik pegawai pemerintahan atau swasta, ini membuat tidak mudah untuk mencetak entrepreneur terkhusus di kalangan para muslim. Hal ini menunjukkan bahwa wirausahawan bukanlah pilihan pertama bagi masyarakat, dikarenakan pendidikan yang ada di Indonesia baik formal maupun nonformal belum menjurus atau mengarahkan pada wirausahawan. Faktor lain adalah karena wirausaha belum bisa menjadi alternatif serta solusi bagi negara dalam memecahkan krisis yang ada di Indonesia, terlebih mayoritas orang tua lebih merasa bangga dan berhasil jika anak-anak mereka berhasil menjadi pegawai di pemerintahan atau BUMN dengan jumlah penghasilan yang jelas dan sama setiap bulannya. Sistem pendidikan yang ada di Indonesia juga lebih mengarahkan peserta didiknya untuk menjadi karyawan di kantor atau perusahaan .

Fenomena lain yang juga terjadi di Indonesia adalah terus meningkatnya angka pengangguran di setiap tahunnya. Hal inilah yang harus menjadi perhatian besar bagi pemerintah dan harus diupayakan bagaimana solusinya, terlebih adanya global pasar bebas yang menyebabkan semakin kompetitifnya lapangan pekerjaan sehingga semakin perlunya sumber daya manusia yang berkualitas. Maka membangun jiwa *entrepreneurship* perlu didesak

---

<sup>22</sup> Subur. (2007). Islam dan Mental Kewirausahaan; Studi Tentang Konsep dan Pendidikannya. *Insania; Jurnal Pemikiran Alternatif Kependidikan*, 12(3), 341–354

dan harus dimulai dan ditumbuhkan melalui berbagai strategi dan beragam cara, karena *entrepreneurship* tidak hanya tentang bakat seseorang melainkan semangat berjuang serta keinginan untuk terus menciptakan nilai tambah dengan cara-cara baru yang berdayasaing melalui perkombinasian sumber daya yang ada. Untuk nilai tambah yang diciptakan dapat melalui beberapa strategi, yaitu : 1) Pengembangan teknologi baru, 2) Penemuan pengetahuan baru, 3) Perbaikan produk yang sudah tersedia, 4) Penemuan cara-cara yang berbeda untuk menghasilkan barang dan jasa yang lebih banyak dengan sumber daya yang lebih sedikit<sup>23</sup>.

Khusus penumbuhan *Islamic entrepreneurship* dapat dilakukan melalui berbagai cara diantaranya, pemberian pendidikan serta pelatihan khusus baik di lingkungan sosial maupun di masyarakat . Untuk pendidikan di sekolahpun juga perlu mengedapankan proses pembangunan serta penumbuhan karakter *Islamic entrepreneurship* itu sendiri, agar karakter *Islamic entrepreneurship* dapat berjalan secara cepat dan tepat dan tidak ada prosesnya yang sia-sia. Maka penumbuhan jiwa *Islamic entrepreneurship* memerlukan dorongan serta peran semua pihak mulai dari orang tua di rumah, guru-guru di sekolah, maupun tokoh masyarakat di lingkungan sosial,dengan memberikan serta memposikan diri sebagai pendidik yang mampu memberikan bimbingan serta arahan -arahan yang positif. Tidak hanya sekedar mengarahkan dengan sifat memaksakan, karena pembelajaran yang dipenuhi ketulusan, keikhlasan serta kesabaran lebih efektif dan mengena terlebih bagi kaum muda.

Salah satu penelitian yang dilakukan oleh Hamdan <sup>24</sup>, menunjukkan bahwa salah satu cara nyata untuk menumbuhkan jiwa *Islamic entrepreneurship* perlu usaha yang terprogram dengan kurikulum dan pelatihan kelompok belajar masyarakat terkait *Islamic entrepreneurship*. Karena pembekalan dan penanaman jiwa *Islamic entrepreneurship* pada kalangan pemuda yang hanya lulusan SMA bahkan lulusan perguruan tinggi belum tentu bisa memotivasi diri mereka untuk melakukan kegiatan berwirausaha, sehingga belum mampu melahirkan usahawan-usahawan yang mampu menguasai teknologi yang mampu menghasilkan berbagai lapangan pekerjaan serta membuka banyak lapangan pekerjaan.

Dalam menjalankan strateri-strategi serta cara-cara yang telah dirumuskan, Al-Quran dan hadist sudah sangat banyak menyampaikan sebelumnya. Beberapa hadist nabi yang mendorong untuk pengembangan jiwa *Islamic entrepreneurship* antara lain, “Hendaklak kamu

---

<sup>23</sup> Ibid. hal.341

<sup>24</sup> Hamdan, H. (2019). Model Pengembangan Kreativitas dan Inovasi dalam Membentuk Entrepreneur di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(1), 59–68

berdagang karena didalmnya terdapat Sembilan puluh persen pintu rezeli “ (HR.Ahmad), “Pekerjaan seseorang dengan tangannya dan setiap transaksi jual beli yang mabrur (dibenarkan)” (HR.Ahmad dan Al-Bazzar). Hadist tersebut juga memperlihatkan bagaimana contoh serta praktik dari baginda Nabi Muhammada SAW, dimana beliau menyarankan pada uamtnya agar menjadi pengusaha yang unggul sebagaimana beliau unggul dalam usahanya. Praktik berwirausaha yang dicontohkan nabi banyak direalisasikan oleh para sahabat, dimana banyak dari para sahabat menjadi wirausahawan yang unggul seperti, Abu Hanifah. Abu Hanifah aalah salah satu ahli fiqih yang sangat terkemuka namun beliau juga memiliki jiwa wirausaha yang tinggi. Murid-murid dari Abu Hanifah juga banyak yang mengikuti jejak beliau diantaranya adalah, Abu Yusuf dan Al-Syaibani yang mengaplikasikan teori-teori yang diajarkan dalam praktik usaha sehingga mereka melahirkan teori-teori sistem ekonomi Islam yang sampai pada umat Islam sekarang <sup>25</sup>.

### **Model Islamic entrepreneurship**

Dalam Islam kegiatan *entrepreneurship* bukanlah hal yang baru. Nabi Muhammad SAW, istrinya beserta para sahabat telah banyak melakukan kegiatan wirausaha pada zamannya. Secara eksplisist tidak ada aturan-aturan tentang kewirausahaan namun secara implisist Nabi Muhammad SAW bersabda, “ Hendaklak kamu melakukan perdagangan perdagangan karena didalam perdagangan tersebut terdapat 90 pintu rezeki yang dapat terbuka”<sup>26</sup>.

Pemahaman serta penguatan terkait *entrepreneurship* akan terus muncul pada seseorang apabila ia tidak pernah ragu dalam mengembangkan usahanya dan idede-ide baru yang dimiliki <sup>27</sup>. Maka ada empat model yang memicu munculnya kewirausahaan, antara lain:

Pertama adalah inovasi (*Innovation*). Seorang *entrepreneur* adalah seorang inovator yang peka terhadap perubahan- perubahan<sup>28</sup>. Maka garda terdepan dalam Islam haruslah seorang *Islamic Entrepreneur* yang memiliki ide-ide serta inovasi-inivasi baru terutama dalam menghadapi perubahan global. Lahirny inovasi berbisnis pada sesorang mucul dari faktor

---

<sup>25</sup> Siswanto, A. (2016). *The Power of Islamic Entrepreneurship: Energi Kewirausahaan Islami*. Jakarta: Amzah

<sup>26</sup> Nurfaqih, M. I., & Fahmi, R. A. (2018). Social Entrepreneurship (Kewirausahaan Sosial) dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Working Paper Keuangan Publik Islam*, 1(8), 1–15

<sup>27</sup> Hilyati, M. (2013). Pendidikan Kewirausahaan; Sebuah Alternatif Mengurangi Pengangguran Terdidik dan Pencegahan Korupsi. *Al-Ta'lim Journal*, 20(3), 465–471

<sup>28</sup> Darwis, M. (2016). Pendidikan Entrepreneurship Dalam Perspektif Global. *Tarbiyatuna: Jurnal Pendidikan Islam*. 9(2).112–128

personal orang tersebut. Faktor-faktor personal tersebut adalah;(a) keinginan berprestasi. Keinginan tersebut tampak dalam wujud tindakan untuk melakukan sesuatu lebih baik dan efisien dibandingkan sebelumnya<sup>29</sup>, (b) adanya sifat penasaran, (c) berani menanggung risiko dengan penuh perhitungan untuk mulai mengelola bisnis demi mendapatkan laba (Nuranisa, 2018)<sup>30</sup>, (d) faktor pendidikan dan faktor pengalaman. Sedangkan faktor lingkungan yang mendorong lahirnya inovasi, yaitu: (a) adanya peluang, (b) pengalaman, dan (c) kreativitas. Kesemuanya itu terjadi karena memiliki rasa percaya diri, berinisiatif, punya motif berprestasi, berwawasan jauh kedepan, punya jiwa kepemimpinan dan tidak takut mengambil risiko dengan penuh perhitungan<sup>31</sup>.

Kedua adalah pemicu (*Triggering Event*). Pemicu seseorang beralih menjadi seorang *entrepreneur* adalah : (a) ketidakpuasan terhadap pekerjaan yang ada sekarang, (b) Pemutusan Hubungan Kerja (PHK), (c) terpaksa karena tidak ada pekerjaan lain, dan lain- lain. Sedangkan Faktor faktor lingkungan yang mendorong menjadi pendorong melaksanakan aktivitas bisnis adalah: (a) sumber-sumber yang bisa dimanfaatkan, misalnya tabungan, modal, warisan, memiliki bangunan yang strategis, (b) mengikuti training-training bisnis, kursus bisnis, dan seterusnya<sup>32</sup>.

Ketiga adalah pelaksanaan (*Implementation*). Beberapa faktor personal yang mendorong pelaksanaan dari sebuah bisnis adalah sebagai berikut: (a) siap mental secara total, (b) adanya manajer pelaksana sebagai tangan kanan, pembantu utama, (c) adanya kemauan yang tinggi terhadap bisnis, (d) adanya visi, pandangan jauh ke depan untuk mendapatkan keberhasilan<sup>33</sup>.

Keempat adalah proses pertumbuhan (*Growth*). Beberapa faktor yang mendorong proses pertumbuhan sebuah bisnis adalah: (a) tim kompak dalam menjalankan usaha sehingga semua rencana dan pelaksanaan operasional dapat berjalan lancar dan produktif, (b) strategi mantap sebagai produk dari tim yang solid dan kompak, (c) produk yang istimewa dan dapat di banggakan. Misalnya aspek kualitas makanan, lokasi usaha, manajemen, personalia dan sebagainya.

---

<sup>29</sup> Yuliana, E. (2017). Kewirausahaan dalam Perspektif Islam. Ta'dib, 15(2), 29–44.

<sup>30</sup>Nuranisa. (2018). Sistem Kewirausahaan Islam. IQRA : Jurnal Ilmu Kependidikan & Keislaman.2(1). 45–52

<sup>31</sup> Aprijon. (2013). Kewirausahaan dan Pandangan Islam. Menara Riau; *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Pengembangan Masyarakat Islam*.12(1).1–1

<sup>32</sup> Subur. Opcit. hal. 345

<sup>33</sup> Subur.Loc.cit

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil bahasan pada penelitian ini, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut: *Entrepreneurship* menjadi salah satu alternatif ideal terhadap keterpurukan ekonomi, terlebih pasca pandemi covid-19 yang mana banyak berbagai usaha yang mengalami penurunan. Islam menjadikan *entrepreneurship* bagian dari ibadah, sehingga pentingnya pemahaman *Islamic entrepreneurship* pada diri seorang muslim mampu membawa kemakmuran bagi kaum dhuafa dan bernilai keberkahan sesuai arahan pada surat Quraisy. Selain itu dengan adanya makalah ini diharapkan menjadi salah satu usaha untuk para masyarakat khususnya para pelaku usaha untuk membangkitkan semangat berwirausaha terlebih pasca pandemic covid-19 melalui *overview* surat Quraisy

Penelitian ini memiliki keterbatasan, dimana penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui kajian pustaka yang bisa di kembangkan kembali dengan pendekatan lain menggunakan metode analisis data pada studi kasus, mengingat banyaknya kasus ekonomi kontemporer yang dapat di jadikan sebagai bahan penelitian

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qurthubi. 2003. *Al-Jami' li Ahkam Al-Quran*. Riyadh: Dar' Alam Al-Kutub.20.204
- Amadea, P,T & Riana, G,I. 2020. Pengaruh Motivasi Berwirausaha, Pengendalian Diri, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Niat Berwirausaha. *Ejmunud*. 3 (1).
- Aprijon. (2013). Kewirausahaan dan Pandangan Islam. Menara Riau; *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Pengembangan Masyarakat Islam*.12(1).1–11
- Asosiasi Fintech Pendanaan, AFPI. 2020. Fintech Indonesia. Data Industri 2020.
- Az-Zuhaili. 1998. *Tafsir Al-Munir Fil Al- 'Aqidah wa Al-syari'ah wa Al-Manhaj*. Bairut: Dar Al-Fikri. 30.415
- Butar-butur, M. 2021. Penguatan Entrepreneurship Insight Guna Meningkatkan Daya Saing Bagi Pelaku UKM di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 1 (1). 9-16
- Darwis, M. (2016). Pendidikan Entrepreneurship Dalam Perspektif Global. *Tarbiyatuna: Jurnal Pendidikan Islam*. 9(2).112–128.
- Hamdan, H. (2019). Model Pengembangan Kreativitas dan Inovasi dalam Membentuk Entrepreneur di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(1), 59–68. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v7i1.2548>

- Hilyati, M. (2013). Pendidikan Kewirausahaan; Sebuah Alternatif Mengurangi Pengangguran Terdidik dan Pencegahan Korupsi. *Al-Ta'lim Journal*, 20(3), 465–471. <https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.15548/jt.v20i3.44>
- Ibnu Katsir.1999. *Tafsir Al-Quran al- 'Azim*. Dar Thaybah li Al-Nasyr wa Al-Tauzi. 8.491
- Isa Muhammad Adamu. 2011. Spirituality in Entrepreneurship from Islamic Perspective: Conceptual Analysis on the Effects on Entrepreneurial Motivation and Social Responsibility. *International Conference of the Academy of HRD (Asia Chapter)*
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. 2020. Siaran Pers/27/KLI/2020.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. 2022. Biro KLIP Kemenko Perekonomian.
- Lee, T., & Chu, W. (2011). Entrepreneurial Orientation and Competitive Advantage: The Mediation of Resource Value And Rareness. *African Journal of Business Management*, 5(33), 12797– 12809. <https://doi.org/10.5897/AJBM11.1179>
- Mulyadi, M. 2011. Penelitian kualitatif dan kuantitatif serta Pemikiran Dasar. *Jurnal Komunkasi dan Media Massa*. 15(1). 131.
- Nuranisa. (2018). Sistem Kewirausahaan Islam. *IQRA : Jurnal Ilmu Kependidikan & Keislaman*.2(1). 45–52.
- Nurfaqih, M. I., & Fahmi, R. A. (2018). Social Entrepreneurship (Kewirausahaan Sosial) dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Working Paper Keuangan Publik Islam*, 1(8), 1–15.
- Siswanto, A. (2016). *The Power of Islamic Entrepreneurship: Energi Kewirausahaan Islami*. Jakarta: Amzah
- Subur. (2007). Islam dan Mental Kewirausahaan; Studi Tentang Konsep dan Pendidikannya. *Insania; Jurnal Pemikiran Alternatif Kependidikan*, 12(3), 341–354. <https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.24090/insania.v12i3.258>
- Utomo, K.W, dkk. 2021. *Islamic Entrepreneurship. Konsep Berwirausaha Ilahiyah*. Jakarta: Edu Pustaka.
- Venasaar, U., Kolbre, E. & Piliste, T. 2016. Students' attitudes and intentions toward entrepreneurship at Tallinn University of Technology. *TUTWPE*, 154(1), 97–114.
- Wahid, A.A. 2010. *Tafsir Ekonomi Kontemporer Kajian Tafsir Al-Quran tentang Ekonomi Islam*. Jakarta: Madani Publishing House.
- Yuliana, E. (2017). Kewirausahaan dalam Perspektif Islam. *Ta'dib*, 15(2), 29–44. <https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.37216/tadib.v15i2.183>
- Zed, M. 2008. *Metode penelitian kepustakaan*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Fauzan, F., & Nuryana, I. (2014). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet Di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 10(1), 38

Misbahuddin, J. (2011). Konsep Al-Islam Dalam Al-Qur'an. *Jurnal Al- Ulum*, 11(2), 283–310.