

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Komunitas Meluaskan Manfaat atau biasa disebut Komunitas MM merupakan komunitas berbasis kewirausahaan muslim sekaligus distributor produk untuk berwirausaha. Didirikan oleh Diaz Adriani dan Ippho Santosa sebagai pimpinan umum dan grand mentor komunitas MM, dan diperkenalkan secara luas pada Agustus 2013 dengan nama Komunitas Muslimah Millionaire.

Pada awal pembentukan, Komunitas MM lebih memfokuskan kewirausahaannya untuk kalangan perempuan muslim, sehingga penggunaan kata ‘Muslimah’ pada nama komunitas dianggap sesuai dengan mitra perempuan yang banyak bergabung. Selama beberapa tahun sejak awal pembentukan, kewirausahaan yang dibawakan Komunitas MM bergerak pada beberapa sektor seperti busana muslim dan muslimah, kosmetik, herbal, dan kebutuhan muslim lainnya. Selama perkembangannya, akhirnya Komunitas MM memilih untuk lebih mendalami satu sektor kewirausahaan saja.

Dari hadits Rasulullah SAW. bersabda “*Sebaik-baik manusia diantaramu adalah yang paling banyak manfaatnya bagi orang lain* (HR. Bukhari)”, menjadikan komunitas ini bernamakan Meluaskan Manfaat dengan harapan dapat memberi manfaat bagi mitranya. Komunitas MM juga memberi kesempatan lebih luas lagi bagi seluruh muslim untuk dapat bergabung, tidak hanya untuk muslimah saja. Komunitas MM memiliki *tagline* sebagai satu-satunya komunitas yang menggunakan konsep *Marketing With Love*, yakni tidak hanya sekedar berjualan, namun dapat membantu dan memberikan solusi dari masalah-masalah yang mitranya hadapi. Selain itu, komunitas MM tidak hanya sekedar membantu dalam mencapai keberhasilan dunia, tapi juga membantu dalam mencapai keberhasilan akhirat melalui amalan hariannya, sedekah, dan kontribusi terhadap umat.

Seperti namanya, Komunitas MM memiliki visi untuk meluaskan manfaat, yakni dengan dapat saling membantu para anggota dan mitra komunitas dalam menjalankan aktivitas kewirausahaan, menjadikan pejuang agama Allah SWT. bagi laki-laki, dan menjadi keluarga pejuang agama Allah SWT. bagi perempuan, agar dapat berjuang dengan harta, jiwa, iman, Islam, ilmu, dan akhlak dengan

mengharapkan keberhasilan dunia dan akhirat, seperti yang dicantumkan dalam QS. Al-Hujurat 49:15 yang artinya “*Sesungguhnya orang-orang mukmin yang sebenarnya adalah mereka yang beriman kepada Allah dan Rasul-Nya kemudian mereka tidak ragu-ragu dan mereka berjihad dengan harta dan jiwanya di jalan Allah. Mereka itulah orang-orang yang benar.*”. Sedangkan misi dari komunitas ini agar dapat berjuang melalui harta dan jiwa adalah untuk dapat mencetak miliarder, sehingga MM dapat dikatakan sebagai Mencetak Miliarder dan digunakan sebagai logo Komunitas MM (Gambar 1.1).



**Gambar 1. 1 Logo Komunitas MM**

*Sumber:* Dokumentasi Komunitas MM, diakses tanggal 5 Agustus 2021

Program unggulan yang dilakukan komunitas MM untuk merealisasikan visi dan misi yang telah terbentuk, antara lain: (1) Kegiatan berjualan dan aktivitas perniagaan, mencetak pengusaha; (2) Program MM Campus, sebuah pengajaran dan pembimbingan untuk membentuk kewirausahaan muslim; (3) Program *Remind Dhuha*, digunakan untuk mengingatkan para pengusaha untuk bisa dhuha, karena dhuha adalah doanya para pengusaha; (4) Program Sedekah Jum’at Mulia atau SJM untuk ikut membangun kebutuhan masyarakat sekitar yang membutuhkan.



**Gambar 1. 2**

**Poster Program MM Campus**

*Sumber:* Dokumentasi Komunitas MM, diakses tanggal 5 Agustus 2021



**Gambar 1. 3**

**Program Pembinaan Mitra MM**

*Sumber:* Dokumentasi Komunitas MM, diakses tanggal 5 Agustus 2021

Melalui wasilah bisnis, para mitra dapat ikut berkontribusi untuk umat melalui Komunitas MM, seperti membantu pembangunan delapan sekolah di daerah tepian, membangun masjid di daerah Mamuju, Sulawesi Barat, dan pelaksanaan kurban dari sumbangan ribuan mitra komunitas MM. Selain itu, di tengah masa pandemi, mitra komunitas ikut menyumbangkan sejumlah dana untuk keperluan IGD. Gambar-gambar berikut merupakan dokumentasi dari beberapa kegiatan komunitas MM (Gambar 1.4, Gambar 1.5, dan Gambar 1.6).



**Gambar 1. 4**

**Program Pembangunan Sekolah**

*Sumber:* Dokumentasi Komunitas MM, diakses tanggal 5 Agustus 2021



**Gambar 1. 5**

**Program Pembangunan Masjid**

*Sumber:* Dokumentasi Komunitas MM, diakses tanggal 5 Agustus 2021



**Gambar 1. 6 Pelaksanaan Kurban Kontribusi MitraMM**

*Sumber:* Dokumentasi Komunitas MM, diakses tanggal 5 Agustus 2021

Komunitas MM berpusat di Jakarta dan memiliki cabang di berbagai daerah di Indonesia. Hingga saat ini, komunitas MM telah beranggotakan lebih dari 1000 mitra aktif yang tersebar di seluruh Indonesia. Selama masa pandemi, kegiatan komunitas banyak dilakukan secara virtual, sehingga lebih dapat mendekatkan mitranya dari berbagai daerah di Indonesia.

Sebelumnya, komunitas MM membuat cabang berdasarkan provinsi hingga daerah, menyesuaikan jumlah mitra di kategori distributor yang ada di daerah tersebut. Namun, seiring berjalannya waktu, komunitas MM membagi cabangnya berdasarkan kelompok distributor. Dalam kurun waktu 8 tahun terakhir, terdapat salah satu cabang komunitas MM yang mengalami perkembangan pesat dari segi mitra hingga pencapaian yang didapatkan, yakni Komunitas MM Infinity. Sehingga penelitian ini berfokus pada mitra yang berada di cabang tersebut.

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Kewirausahaan didefinisikan sebagai proses dinamis dari visi, perubahan, dan kreasi yang membutuhkan penerapan energy dan semangat menuju penciptaan dan implementasi ide-ide baru dan solusi kreatif (Kuratko, 2014:23). Kewirausahaan menjadi salah satu upaya dalam melakukan perubahan atau memperbaiki kondisi ekonomi dengan menemukan solusi yang dapat membantu dan mendatangkan keuntungan bagi masyarakat. Kewirausahaan menjadi salah satu bagian penting dalam pertumbuhan ekonomi, tidak hanya bagi individu maupun kelompok, peran kewirausahaan pada pertumbuhan ekonomi dapat dirasakan oleh masyarakat dengan memberikan kesejahteraan dan membuka lapangan pekerjaan sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi negara.

Begitupun yang terjadi di Indonesia, dari data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020, tercatat bahwa kewirausahaan di Indonesia berupa UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) memberikan kontribusinya pada pertumbuhan ekonomi negara sebesar 61.1% dan mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 97% dari total tenaga kerja yang ada pada tahun 2018. Bahkan jumlah UMKM di Indonesia ditahun yang sama mencapai 64.2 juta unit dan terus bertambah hingga 65.3 juta unit pada tahun 2019 (BPS, 2020).

Individu atau pelaku yang menjalankan kewirausahaan disebut sebagai wirausaha atau wirausahawan. Wirausaha juga didefinisikan sebagai inovator atau pengembang yang dapat mengenali peluang dan mengubah peluang tersebut menjadi

ide yang dapat diterapkan atau dipasarkan melalui waktu, upaya, uang, atau keterampilan sehingga dapat menambah nilai dan menanggung resiko pasar yang kompetitif untuk menerapkan ide-ide tersebut (Kuratko, 2014:23). Karena kewirausahaan berperan penting terhadap pertumbuhan ekonomi, dibutuhkan lebih banyak wirausahawan yang dapat mencapai keberhasilan untuk menumbuhkan perekonomian dan meminimalisir kegagalan usaha (Hyder & Lussier, 2016). Valliere dan Peterson (dalam Kuswanti & Margunani, 2020), berpendapat bahwa jumlah wirausaha dapat menjadi tolok ukur atas kemajuan ekonomi di suatu negara.

Saat ini, jumlah wirausaha di Indonesia ada di angka 3.47% dari jumlah populasi penduduk yang ada. Sementara itu, Indonesia merupakan negara dengan populasi penduduk terbesar ke-4 di dunia tidak sebanding dengan jumlah wirausaha yang ada. Meskipun jumlah wirausaha di Indonesia telah melebihi standar internasional sebesar dua persen, jumlah tersebut masih relatif rendah jika dibandingkan dengan negara tetangga seperti Singapura, Malaysia, dan Thailand (Tabel 1.1).

TABEL 1. 1  
PERBANDINGAN JUMLAH POPULASI PENDUDUK DAN JUMLAH  
WIRAUSAHA PADA SUATU NEGARA TAHUN 2020

No	Negara	Jumlah Populasi Penduduk	% dari jumlah Wirausaha di negara
1	Singapura	5.7 juta	8.76
2	Malaysia	66.7 juta	4.74
3	Thailand	32.7 juta	4.26
4	Indonesia	270 juta	3.47

*Sumber:* Data olahan dari World Population Review dan CNN Indonesia (2021)

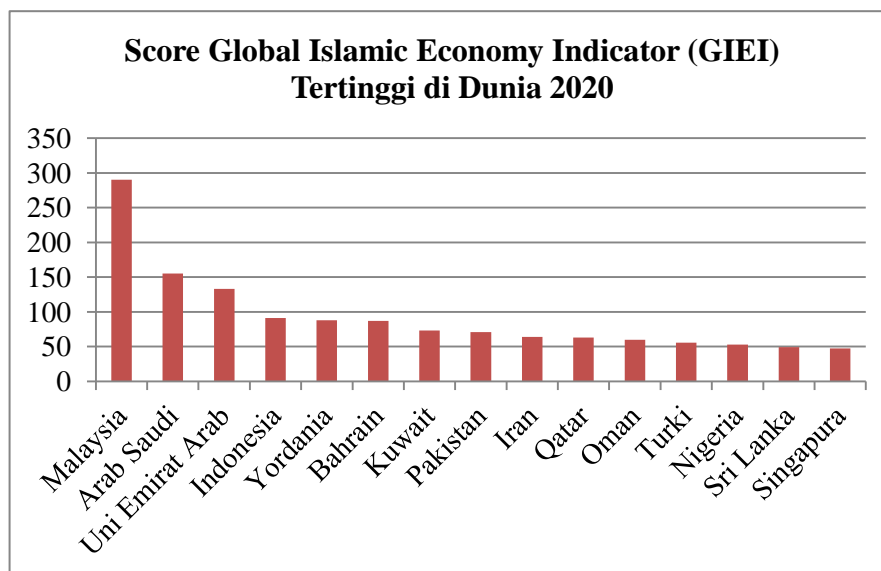
Pada tabel di atas, terdapat jumlah populasi penduduk pada suatu negara dan persentase jumlah wirausaha yang dimilikinya. Dengan memiliki 8,76 persen wirausaha dari jumlah populasi penduduk yang ada, Singapura mampu memasuki 10 besar peringkat daya saing global GTCI (*Global Talent Competitive Index*) di antara negara ASEAN lainnya, dengan menggunakan *Entrepreneurial Talent* sebagai salah satu indikator dalam menghitung skor perekonomian suatu negara. Pada peringkat yang sama, di tahun 2020 Indonesia mampu meningkatkan skor perekonomian negaranya dan berada di posisi ke-65, sehingga Indonesia mampu unggul dua peringkat di atas Thailand, dapat dilihat pada Tabel 1.2.

TABEL 1. 2  
SKOR PEROLEHAN NEGARA ASEAN PADA GTCI 2019 & 2020

No	Negara	Skor		Peringkat Dunia
		2019	2020	
1	Singapura	77.27	78.48	3
2	Malaysia	58.62	60.04	26
3	Brunei Darussalam	49.91	52.17	38
4	Filipina	40.94	47.51	46
5	Indonesia	38.61	41.81	65
6	Thailand	38.62	41.3	67
7	Vietnam	33.41	35.11	96
8	Laos	33.56	34.54	98
9	Kamboja	26.57	27.12	117

Sumber: Data olahan dari The Global Talent Competitiveness Index Report Tahun 2019 & 2020 (diakses tahun 2021)

Begitupun Malaysia yang dapat menempati peringkat pertama pada GIEI (*Global Islamic Economy Indicator*), merupakan peringkat daya saing global yang memperhitungkan beberapa sektor dalam kegiatan ekonomi syariah seperti *halal food*, keuangan, pariwisata, *fashion*, kosmetik, serta media dan hiburan. Sedangkan Indonesia pada peringkat GIEI berada di urutan ke-4 (Gambar 1.8).



Gambar 1. 7 Grafik Peringkat GIEI Tahun 2020

Sumber: Data olahan dari Salaam Gateway dan Katadata Tahun 2020

Berdasarkan data di atas, Indonesia masih memiliki potensi untuk mengembangkan pertumbuhannya, terutama pada kegiatan ekonomi

syariah dan perluasan jumlah wirausaha dari kalangan muslim, mengingat Indonesia merupakan negara dengan penduduk beragama Islam terbesar di dunia.

Menurut Laporan Ekonomi dan Keuangan Syariah yang diterbitkan Bank Indonesia (2021), perekonomian syariah di Indonesia mampu berkinerja lebih baik saat menghadapi pandemi Covid-19 dibandingkan perekonomian nasional. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan wirausaha dari kalangan muslim mulai dirasakan dampaknya dalam upaya mendorong pertumbuhan ekonomi negara.

Selain itu, kewirausahaan dalam Islam merupakan perintah dalam bekerja keras dan berusaha, seperti yang telah Allah SWT firmankan dalam QS. Al-Jumu'ah 62:10, yang artinya "*Apabila shalat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung (62:10)*". Anjuran berusaha dan bekerja keras sebagai upaya memperbaiki kondisi ekonomi hingga mencapai keberhasilan telah tercantum dalam QS. Ar-Ra'd 13:11 yang artinya "*...Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri...*".

Keberhasilan menjadi tujuan utama dalam menjalankan kewirausahaan. Beberapa penelitian menggunakan keberhasilan menjadi variabel penting untuk diteliti karena mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara (Hyder & Lussier, 2016; dalam Aji *et al.*, 2018). Pencapaian keberhasilan usaha juga penting bagi wirausahawan untuk dapat mempertahankan kelangsungan usahanya dan dapat menarik konsumen menjadi konsumen loyal terhadap usaha yang dijalankan. Namun, bagaimana seorang wirausahawan muslim mencapai keberhasilannya perlu diselaraskan dengan ajaran Islam.

Dalam Islam, tidak hanya sistem dalam perekonomian dan kewirausahaan yang diatur, individu seorang muslim juga telah diatur dalam Al-Qur'an dan Hadits. Karakteristik wirausaha menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha. Beberapa hasil penelitian menunjukkan karakteristik wirausaha memberi pengaruh terhadap keberhasilan usaha (Maisaroh, 2019; Indarto & Santoso, 2020; Syaifudin, 2020). Namun, karakteristik wirausaha dalam perspektif Islam memiliki nilai-nilai Islam di dalamnya. Karakteristik wirausaha seorang muslim tentunya akan berbeda dengan karakteristik wirausaha pada umumnya.

Meskipun muslim merupakan mayoritas di Indonesia, dalam praktiknya, masih ditemukan pelaku usaha yang kurang menanamkan nilai-nilai Islam di

dalamnya, bahkan berbuat curang dan melanggar syariat. Dikutip dari katadata.co.id (2021), pengaduan konsumen akibat penipuan yang didapatkan pada tahun 2020 meningkat seiring banyaknya konsumen yang beralih ke metode belanja online di masa pandemi Covid-19. Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (Ditjen PKTN) Kementerian Perdagangan (Kemendag) mencatat ada 396 dari 931 pengaduan pada 2020 yang terkait belanja online. Laporan pelanggan ini berupa pembatalan pembelian, barang tidak sesuai dengan iklan, konsumen tidak menerima produk, rusak hingga penipuan. Kehadiran nilai-nilai Islam dalam menjalankan usaha dikaitkan dengan kesadaran pelaku usaha bahwa profit tidak hanya diukur secara nominal di dunia (perspektif jangka pendek), namun juga diperoleh keuntungan jangka panjang berupa berkah dan pahala yang tidak terlihat secara kasat mata (Khatimah, 2021).

Berdasarkan fakta yang ada, kehadiran karakteristik wirausaha dalam perspektif Islam dinilai penting untuk memberikan kesadaran bahwa keberhasilan datang dari pelaku usaha itu sendiri, sebagaimana Rasulullah SAW telah mencontohkan sikap dan sifatnya dalam melakukan kegiatan kewirausahaan memberikan kesan baik kepada pelanggan dan mitranya, bahkan dapat mendatangkan keberhasilan pada usahanya. Pada penelitian yang dilakukan Khatimah (2021) terhadap UMKM di Jawa Barat, menemukan bahwa karakteristik wirausaha muslim memiliki pengaruh yang kuat terhadap keberhasilan usaha dibandingkan karakteristik wirausaha umumnya. Beberapa penelitian lainnya menemukan bahwa karakteristik wirausaha muslim memberikan pengaruh terhadap peningkatan aktivitas kewirausahaan, kinerja, dan keberhasilan usaha (Usniah & Alhifni, 2017; Ishaq & Abbass, 2020; Ludin *et al.*, 2018).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keberhasilan wirausaha ialah jaringan sosial. Pada masa pandemi Covid-19, banyak ditemukan pelaku usaha terpaksa menutup usahanya karena tidak memperoleh dukungan material maupun non material untuk mempertahankan usahanya. Isu lain yang dihadapi pelaku usaha adalah tantangan untuk memperluas pasar mereka di tengah pandemi. Menurut Gunartin (2017), hal umum yang seringkali menjadi penghambat usaha di Indonesia untuk berkembang yaitu lembaga strategi pemasaran (*marketing*), lemahnya kreativitas dan inovasi, Sumber Daya Manusia (SDM) yang kurang kompeten, permodalan usaha, dan lemahnya kemampuan dalam membaca peluang. Jaringan



sosial menjadi salah satu faktor lingkungan yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha. Menurut Santos *et al.* (2019), kurangnya jaringan sosial yang dimiliki oleh pelaku usaha dapat menghambat keberhasilan usaha yang dijalankan.

Jaringan sosial adalah kunci untuk membuka dan mendapatkan akses ke sumber lain karena mereka memfasilitasi komunikasi antara orang-orang yang memiliki hubungan jaringan (Anderson *et al.*, 2007; dalam Sienatra, 2020). Dengan memiliki jaringan sosial, para pelaku usaha dapat memperoleh dukungan berupa material maupun non material, seperti mendapatkan dukungan bisnis, informasi, pendanaan, hingga bantuan berkelanjutan. Jaringan sosial sendiri merupakan sekumpulan orang yang menjalin hubungan sosial satu dengan lainnya baik secara langsung maupun tidak langsung untuk mencapai tujuan yang diharapkan (Kuswanti & Margunani, 2020). Dalam penelitian yang dilakukan Monnickendam-Givon *et al.* (2018) kepada suatu komunitas keagamaan, menemukan bahwa jaringan sosial memungkinkan untuk mendukung berjalannya kewirausahaan. Bahkan dalam penelitian yang dilakukan Sundari (2019) kepada anggota komunitas Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI), menunjukkan hasil bahwa jaringan sosial memberi pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Untuk mendorong pertumbuhan wirausaha dari kalangan muslim hingga mencapai dan mampu mempertahankan keberhasilannya, diperlukan wadah berkumpul untuk mengakomodir kebutuhan pengembangan wirausaha muslim itu sendiri, seperti organisasi maupun komunitas. Keberadaan komunitas kewirausahaan berbasis Islam di masa sekarang telah mengalami sedikit pergeseran pada tujuan. Jika dulu keberadaan komunitas bertujuan untuk melawan praktik ekonomi dan pemerintah yang tidak memihak pada umat Islam, maka sekarang, komunitas menjadi wadah dan upaya memerangi praktik bisnis riba, termasuk meningkatkan kesadaran beragama wirausahawan Muslim (Syahida, 2018). Beberapa komunitas kewirausahaan berbasis Islam telah dikenal di masyarakat seperti Komunitas Pengusaha Muslim Indonesia (KPMI), Persaudaraan Muslimah (Salimah) - Koperasi Syariah Serba Usaha Salimah (Kossuma), Jaringan Pengusaha Muslim Indonesia (JPMI), Komunitas MM (Meluaskan Manfaat), dll.

Dari berbagai komunitas kewirausahaan berbasis Islam tersebut, peneliti menemukan Komunitas MM memiliki fokus yang berbeda diantara komunitas lainnya. Jika beberapa komunitas memfokuskan pada penetapan kesesuaian syariah

pada aktivitas usaha, komunitas MM menambah fokusnya pada keberhasilan usaha mitranya. Komunitas MM membagi mitranya ke dalam dua kategori, yakni *Reseller* dan Distributor. Pada tanggal 22 Juli 2021 peneliti melakukan wawancara lebih lanjut kepada salah satu pihak komunitas MM dan merupakan mitra yang berada di kategori distributor, ia mengungkapkan bahwa mitra yang telah mencapai keberhasilannya dan mampu mengembangkan serta mempertahankan usahanya berada di kategori distributor, sedangkan mitra di kategori lainnya telah mencapai keberhasilan sebatas cukup untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Komunitas MM juga memiliki program pembinaan yang dipandu oleh kelompok mitra kategori distributor kepada mitra lainnya guna membantu mencapai keberhasilan hingga mampu mengembangkan dan mempertahankan usahanya.

Keberadaan komunitas MM memberikan dampak positif, tidak hanya membantu mitranya dalam mencapai keberhasilan dan mempertahankan usahanya, masyarakat juga turut merasakan manfaat dari kegiatan kontribusi umat yang dilakukan oleh para mitra komunitas MM seperti pembangunan fasilitas ibadah, pendidikan, penyaluran hewan kurban pada perayaan hari raya kurban, hingga penyaluran bantuan pada korban yang mengalami bencana alam. Dalam keberhasilan mitranya, komunitas MM selalu mengedepankan visinya, yakni meluaskan manfaat dengan membantu sesama pelaku usaha hingga masyarakat yang membutuhkan.

Dari pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut terkait keberhasilan wirausahawan muslim pada mitra komunitas MM. Selain itu, berdasarkan fenomena dan fakta yang didapatkan, dan juga dukungan teori dan penelitian terdahulu, peneliti ingin membahas lebih lanjut untuk mengetahui seberapa besar pengaruh karakteristik wirausaha dalam perspektif Islam dan jaringan sosial terhadap keberhasilan wirausahawan muslim. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Karakteristik Wirausaha dalam Perspektif Islam dan Jaringan Sosial Terhadap Keberhasilan Wirausahawan Muslim (Studi pada Mitra Komunitas MM (Meluaskan Manfaat))”.

### **1.3 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang penelitian di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh karakteristik wirausaha dalam perspektif Islam terhadap keberhasilan wirausahawan muslim pada Mitra Komunitas MM?

2. Bagaimana pengaruh jaringan sosial terhadap keberhasilan wirausahawan muslim pada Mitra Komunitas MM?
3. Bagaimana pengaruh karakteristik wirausaha dalam perspektif Islam dan jaringan sosial terhadap keberhasilan wirausahawan muslim pada Mitra Komunitas MM?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah ditemukan, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik wirausaha dalam perspektif Islam terhadap keberhasilan wirausahawan muslim pada Mitra Komunitas MM.
2. Untuk mengetahui pengaruh jaringan sosial terhadap keberhasilan wirausahawan muslim pada Mitra Komunitas MM.
3. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik wirausaha dalam perspektif Islam dan jaringan sosial terhadap keberhasilan wirausahawan muslim pada Mitra Komunitas MM.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

##### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Kegunaan penelitian ini dari aspek teoritis sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan memberikan pengetahuan terkait ilmu administrasi bisnis, khususnya terkait dengan karakteristik wirausaha dalam perspektif Islam, jaringan sosial dan keberhasilan wirausahawan muslim.
2. Memberikan gambaran mengenai faktor-faktor keberhasilan wirausahawan muslim, terutama pada wirausahawan muslim yang berada di Negara Indonesia.
3. Beberapa temuan yang terungkap dalam penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan rujukan bagi peneliti selanjutnya.

##### **1.5.2 Aspek Praktis**

Kegunaan penelitian ini dari aspek praktis bagi:

###### **1. Objek Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan informasi terkait faktor-faktor kewirausahaan yang dibutuhkan dan dapat

dikembangkan di dalam Komunitas MM. Dengan hal ini, diharapkan dapat membantu dan memberikan solusi dalam menyusun kebutuhan para mitra dalam meraih keberhasilan wirausahawan, terutama dari kalangan muslim.

#### 2. Universitas

Sebagai penambahan pengetahuan terkait karakteristik wirausaha dalam perspektif Islam yang memiliki peran dalam keberhasilan wirausahawan muslim. Sebagai institusi pendidikan, diharapkan universitas ikut serta dalam mengembangkan pelaku usaha atau wirausaha dari kalangan muslim.

#### 3. Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dalam penelitian selanjutnya mengenai kewirausahaan, terutama referensi teori ahli terbaru dalam meraih keberhasilan wirausaha dari kalangan muslim agar hasil analisis semakin berkembang. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih jauh menganalisis terkait faktor-faktor keberhasilan wirausahawan muslim.

#### 4. Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan baru terhadap pertumbuhan kewirausahaan dari kalangan Muslim di Indonesia. Dari penelitian ini, dapat dikaji lebih lanjut mengenai sistem yang dibutuhkan dalam menambah keberhasilan wirausaha dari kalangan Muslim di Indonesia.

### **1.6 Waktu dan Periode Penelitian**

Periode penelitian ini berjalan selama enam bulan yang dimulai pada Desember 2021 hingga Mei 2022.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan bertujuan untuk mempermudah dalam memberikan gambaran umum serta isi dari penelitian ini. Pada penelitian ini terdiri atas 5 bab yang mengacu pada buku panduan skripsi/tugas akhir, adapun sistematika penulisan penelitian ini sebagai berikut:

## **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan secara umum objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, waktu dan periode penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II: KAJIAN TEORI**

Bab ini menjelaskan teori yang digunakan, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

## **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, teknik analisis data, dan pengujian hipotesis.

## **BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan analisa data dari topik yang diteliti oleh penulis dengan menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan sebelumnya.

## **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini terdiri dari kesimpulan hasil penelitian serta saran yang diperoleh dari penelitian untuk objek yang diteliti dan pihak terkait lainnya.