

**PENGARUH PENERAPAN NILAI-NILAI KEWIRAUSAHAAN ISLAM TERHADAP  
KEBERHASILAN USAHA**

**(Studi pada Pengusaha Muslim Kuliner di Kabupaten Purworejo)**

Angger Lintang Sari  
[angger772@gmail.com](mailto:angger772@gmail.com)

Esti Margiyanti Utami, S.E., M.Si.  
Wijayanti, S.E., M.Sc.

Universitas Muhammadiyah Purworejo

**ABSTRAK**

Islam memandang aktivitas ekonomi secara positif. Semakin banyak manusia terlibat dalam aktivitas ekonomi maka semakin baik, sepanjang tujuan dari prosesnya sesuai dengan ajaran Islam. Menjadi wirausaha adalah solusi atas permasalahan perekonomian umat Islam, khususnya tingginya pengangguran. Islam memiliki nilai-nilai yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha yang pada dirinya melekat sikap kepemimpinan. Ia harus mengarahkan sumber daya manusia di sekelilingnya untuk mencapai tujuan bisnisnya secara efektif dan efisien. Sikap kepemimpinan yang berlandaskan nilai-nilai Islam akan menjadi kekuatan bagi dirinya dalam mengembangkan bisnis.

Tujuan penelitian ini diantaranya; menguji pengaruh nilai kewirausahaan *siddiq* terhadap keberhasilan usaha, menguji nilai kewirausahaan *amanah* terhadap keberhasilan usaha, menguji nilai kewirausahaan *fathanah* terhadap keberhasilan usaha dan menguji nilai kewirausahaan *tabligh* terhadap keberhasilan usaha.

Populasi pada penelitian ini adalah pengusaha muslim kuliner di Kabupaten Purworejo, yaitu 120 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan alternatif pilihan jawaban menggunakan skala *Likert* yang terdiri dari lima pilihan jawaban. Kuesioner telah diuji cobakan dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai kewirausahaan *siddiq*, *amanah*, *fathanah* dan *tabligh* berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *siddiq*, *amanah*, *fathanah*, dan *tabligh* secara signifikan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha.

**Kata Kunci:** *Siddiq*, *Amanah*, *Fathanah*, *Tabligh*, dan Keberhasilan Usaha.

## A. PENDAHULUAN

Islam memandang aktivitas ekonomi secara positif. Semakin banyak manusia terlibat dalam aktivitas ekonomi maka semakin baik, sepanjang tujuan dari prosesnya sesuai dengan ajaran Islam. Ketakwaan kepada Tuhan tidak berimplikasi pada penurunan produktivitas ekonomi, sebaliknya justru membawa seseorang untuk lebih produktif. Kekayaan dapat mendekatkan kepada Tuhan selama diperoleh dengan cara-cara yang sesuai dengan nilai-nilai Islam (Misanam *et al.*, 2008: 14).

Saat ini Islam menjadi agama mayoritas bagi penduduk Indonesia. Jumlahnya hampir mencapai 87% dari populasi seluruh penduduknya. Dengan jumlah mayoritas ini seharusnya umat Islam di Indonesia menjadi sebuah kekuatan ekonomi yang kokoh. Menjadi wirausaha adalah solusi atas permasalahan perekonomian umat Islam, khususnya tingginya pengangguran (Siswanto, 2016: 32-33).

Dalam Islam, baik dari segi konsep maupun praktek, aktivitas kewirausahaan bukanlah hal yang asing, justru inilah yang sering dipraktikkan oleh Nabi, istrinya, para sahabat dan juga para ulama di tanah air (Wigati, 2015: 161). Ciri khas yang menonjol dari pola kewirausahaan beliau adalah senantiasa melakukan perdagangan dengan penuh dedikasi, menjunjung tinggi reputasi, mengutamakan kejujuran, rajin, percaya diri, dan memiliki integritas diri yang baik sehingga penduduk Mekah sering menyebut beliau dengan sebutan *Shiddiq* (jujur), dan *Al-Amin* (kepercayaan) (Siswanto, 2016: 18).

Menurut Noor (2013: 401) mengemukakan bahwa keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya. Suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapatkan laba, karena laba adalah tujuan dari orang melakukan bisnis. Sedangkan menurut Riyanti (2003: 25) "Keberhasilan usaha didefinisikan sebagai tingkat pencapaian hasil atau tujuan organisasi".

Menurut Kertajaya dan Sula (2006: 120) ada empat hal yang menjadi *key success factors* (KSF) dalam mengelola suatu bisnis, agar mendapat celupan nilai-nilai moral yang tinggi yaitu, 1. *Shiddiq* (benar dan jujur), 2. *Amanah* (terpercaya, kredibel), 3. *Fathanah* (cerdas), 4. *Thabligh* (komunikatif). Keempat KSF ini *shiddiq*, *amanah*, *fathanah*, dan *tabligh* merupakan sifat-sifat Nabi

Muhammad saw, yang sudah sangat dikenal di kalangan ulama, tapi masih jarang diimplementasikan khususnya dalam dunia bisnis.

Bisnis kuliner merupakan bisnis yang sedang berkembang di Indonesia pada saat ini. Munculnya berbagai makanan yang unik, adanya wisata kuliner, dan tren kuliner sebagai gaya hidup masyarakat, menjadi bukti bahwa bisnis ini berkembang dengan pesat (<http://etd.repository.ugm.ac.id/>). Ada beraneka ragam jenis makanan yang tersebar dari Sabang sampai Merauke dan setiap daerah memiliki ciri khas masing-masing (<http://adira.co.id>). Setiap daerah pasti memiliki makanan khasnya tersendiri, tak tertinggal Kabupaten Purworejo.

Persaingan di Kabupaten Purworejo pun cukup tinggi. Semakin ketat persaingan dalam bisnis kuliner sekarang ini memaksa para pengusaha kuliner saling bersaing untuk berusaha menarik perhatian konsumen. Hal itu menyusul tidak sedikit pelaku usaha yang mencampurkan bahan kimia berbahaya demi citarasa maupun keawetan makanan. Produk pangan tersebut tentu sangat berbahaya jika dikonsumsi yaitu dapat menimbulkan keracunan dalam jangka pendek bahkan kematian dalam jangka panjang. Pelaku pelanggaran tersebut adalah bentuk kejahatan yang merugikan dan bertentangan dengan nilai-nilai etika bisnis dalam Islam (<http://www.google.co.id>).

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti bertujuan untuk meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh nilai-nilai kewirausahaan islami terhadap keberhasilan usaha. Penelitian ini merupakan replikasi penelitian yang dilakukan oleh Rimiyati dan Munawwaroh (2016) pada Pengusaha UMKM Muslim di Kota Yogyakarta. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa nilai-nilai kewirausahaan Islam berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Berdasarkan uraian diatas yang melatarbelakangi penelitian ini maka peneliti ingin meneliti tentang ***“Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Kewirausahaan Islam terhadap Keberhasilan Usaha (Studi pada Pengusaha Muslim Kuliner di Kabupaten Purworejo).***

## **B. RUMUSAN MASALAH**

1. Apakah penerapan Shiddiq berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha?
2. Apakah penerapan Amanah berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha?
3. Apakah penerapan Fathanah berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha?
4. Apakah penerapan Tabligh berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.

## **C. KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR**

### **1. KAJIAN TEORI**

#### **a. Kewirausahaan Islam**

Kewirausahaan dan perdagangan dalam pandangan Islam merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan ke dalam masalah muamalah. Masalah yang erat kaitannya dengan hubungan yang bersifat horizontal, yaitu hubungan antar manusia yang akan dipertanggungjawabkan kelak di akhirat. Manusia diperintahkan untuk memakmurkan bumi dan membawanya kearah yang lebih baik serta diperintahkan untuk berusaha mencari rizki. Dalam mencari rizki maka harus mencari pintu yang terbuka lebar dan jumlah yang banyak yang bagikan oleh Allah SWT. Pintu rizki yang banyak dan terbuka lebar adalah melalui kewirausahaan (Wigati, 2015: 13).

#### **b. Keberhasilan Usaha**

Menurut Noor (2013:401) mengemukakan bahwa keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya. Suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba, karena laba adalah tujuan dari orang melakukan bisnis. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Riyanti (2003: 25) "Keberhasilan usaha didefinisikan sebagai tingkat pencapaian hasil atau tujuan organisasi".

**c. Siddiq**

Menurut Siswanto (2016: 116-117) shiddiq adalah menyakini kebenaran, berkata benar, dan dan berbuat benar. Kebenaran merupakan bisikan nuraninya yang paling objektif dan sesuai standar kebenaran yang paling hakiki. Shiddiq secara manajerial mengandung makna *reability* (dapat dipercaya), *trust* (kepercayaan), *truth* (kebenaran), dan *disclousure* (penyingkapan kebenaran). Modal utama bagi seorang wirausaha muslim adalah kejujuran. Kejujuran bahkan dapat mengalahkan sebuah persaingan bisnis.

**d. Amanah**

Menurut Siswanto (2016: 118) amanah adalah dapat dipercaya, dan ini merupakan sifat yang langka. Amanah merupakan dasar dari tanggung jawab, kepercayaan, dan kehormatan. Lawan dari sikap amanah adalah khianat. Dalam amanah terkandung nilai-nilai yang harus ditumbuhkembangkan, yaitu *honesty* (kejujuran), *responsibility* (bertanggung jawab), *commitment* (komitmen), *accountable* (bertanggung jawab), *honorable* (yang terhormat), dan *credibility* (dapat dipercaya).

**e. Fathanah**

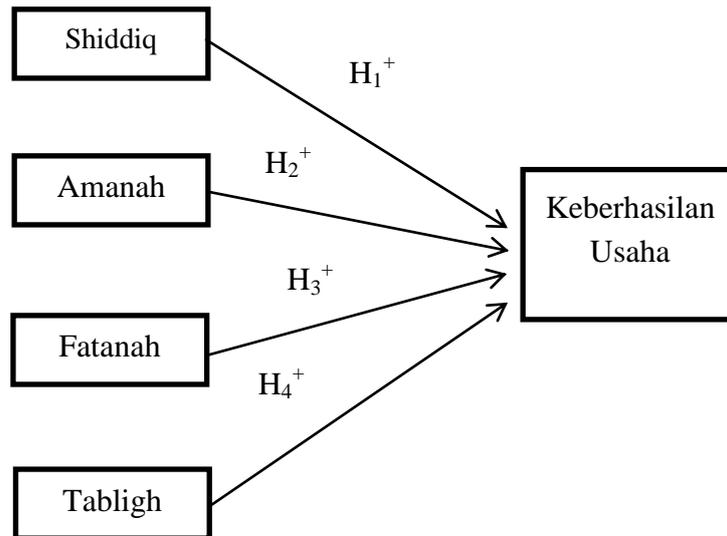
Menurut Siswanto (2016: 118) fathanah sering diartikan sebagai kecerdasan dan kapasitas keilmuan. Dalam makna ini sebenarnya juga terkandung aspek penguasaan kemahiran. Makna, lain dari fathanah adalah profesionalisme, yaitu memiliki kapasitas untuk melakukan sesuatu sesuai dengan keahlian. Pemaknaan tentang cerdas saat ini mengarah pada kemampuan menggunakan pikiran dengan berbagai cara.

**f. Tabligh**

Menurut Siswanto (2016: 119) tabligh memiliki arti “menyampaikan” dalam konotasi pesan, bukan barang atau benda. Tabligh mensyaratkan pada jenis pesan yang sah dan membawa keberkahan hidup yang dibangun berdasarkan cinta. Esensi tabligh adalah memerintahkan kebaikan dan mencegah kemungkaran

berdasarkan cinta dan bertujuan mendapatkan ridha dari Allah. Aplikasi tabligh bagi seorang wirausaha muslim akan terkait dengan bagaimana berinteraksi dengan orang yang dipimpin dan mengefektifkan pengaruh terhadap bawahannya

## 2. KERANGKA PIKIR



**Gambar 1.**  
**Kerangka Pikir**

**Keterangan :**



: Pengaruh variabel X terhadap Y secara Parsial.

## D. HIPOTESIS

1. Pengaruh Nilai Kewirausahaan Islam (Shiddiq) terhadap Keberhasilan Usaha.

Menurut Kartajaya dan Sula (2006 : 120) menjelaskan bahwa sifat Fatanah, Shiddiq, Amanah, dan Tabligh merupakan *key success factor* (KSF) dalam bisnis, karena bisnis membutuhkan nilai-nilai moral dan etika untuk mencegah ketidakadilan.

Hasil penelitian Rimiyati dan Munawwaroh (2016) menunjukkan bahwa variable penerapan nilai kewirausahaan Islami yaitu : kejujuran, kemauan kerja keras, menepati janji, tertib adminitrasi, selalu berdoa, membayar zakat dan sedekah secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha.

H<sub>1</sub> : Nilai Kewirausahaan Islami (Shiddiq) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

2. Pengaruh Nilai Kewirausahaan Islam (Amanah) terhadap Keberhasilan Usaha.

Amanah artinya dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan kredibel. Amanah bisa juga bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Seorang pebisnis haruslah memiliki sifat amanah, karena Allah menyebutkan sifat orang-orang mukmin yang beruntung adalah yang dapat memelihara amanat yang diberikan kepadanya (Kartajaya dan Sula, 2006: 125).

Hasil penelitian Hidayat (2013) menunjukkan terdapat hubungan positif antara karakteristik wirausahawan dan praktek manajemen terhadap kesuksesan usaha agribisnis. Karakteristik ini mencakup dalam sifat-sifat Nabi Muhammad SAW yaitu *siddiq, amanah, fathanah, dan tabligh*.

H<sub>2</sub> : Nilai Kewirausahaan Islami (Amanah) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

3. Pengaruh Nilai Kewirausahaan Islam (Fathanah) terhadap Keberhasilan Usaha.

Fathanah dapat diartikan cerdas, intelektual, kecerdikan, atau kebijaksanaan. pemimpin perusahaan yang fathanah artinya pemimpin yang memahami, mengerti, dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibanya. Dalam bisnis, implikasi ekonomi sifat fathanah adalah bahwa segala aktivitas dalam manajemen suatu perusahaan harus dengan kecerdasan, dengan mengoptimalkan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan (Kartajaya dan Sula, 2006: 128-129).

Hasil penelitian Zahroh dan Nafik (2015) menunjukkan bahwa implementasi nilai fathanah dalam pengelolaan bisnis memiliki dampak yang baik di setiap aspek manajemen pengelolaan bisnis kopi di Pesantren Mukmin mandiri Sidoarjo.

H<sub>3</sub> : Nilai Kewirausahaan Islami (Fathanah) mempunyai pengaruh positif dan terhadap Keberhasilan Usaha.

4. Pengaruh Nilai Kewirausahaan Islam (Tabligh) terhadap Keberhasilan Usaha.

Sifat tabligh artinya komunikatif dan argumentatif. Orang yang memiliki sifat tabligh, akan menyampaikan dengan benar (berbobot) dan dengan tutur kata yang tepat (*bi al-hikmah*). Jika merupakan seorang pemimpin dalam dunia bisnis, ia haruslah menjadi seseorang yang mampu mengkomunikasikan visi dan misinya dengan benar kepada karyawan dan *stakeholder* lainnya (Kartajaya dan Sula, 2006: 132).

Hasil penelitian Hidayat (2013) menunjukkan terdapat hubungan positif antara karakteristik wirausahawan dan praktek manajemen terhadap kesuksesan usaha agribisnis. Karakteristik ini mencakup dalam sifat-sifat Nabi Muhammad SAW yaitu *siddiq, amanah, fatanah, dan tabligh*.

H<sub>4</sub> : Nilai Kewirausahaan Islam (Tabligh) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

## E. METODE PENELITIAN

### 1. Definisi Operasional Variabel

#### a. Siddiq (X<sub>1</sub>)

Menurut Siswanto (2016: 116) shiddiq adalah menyakini kebenaran, berkata benar, dan berbuat benar. Kebenaran merupakan bisikan nuraninya yang paling objektif dan sesuai standar kebenaran yang paling hakiki.

Adapun indikator dari siddiq meliputi:

- 1) Niat yang lurus.
- 2) Selalu berpikir jernih.
- 3) Berbicara benar dan berkomunikasi secara santun.
- 4) Sikap terpuji.
- 5) Perilaku teladan.

#### b. Amanah (X<sub>2</sub>)

Menurut Siswanto (2016: 118) amanah adalah dapat dipercaya dan merupakan sifat yang langka.

Adapun indikator dari amanah meliputi:

- 1) Terpercaya dan penuh tanggung jawab.
- 2) Responsif.

3) Objektif.

4) Akurat.

5) Disiplin.

c. Fathanah ( $X_3$ )

Menurut Siswanto (2016: 118) fathanah sering diartikan sebagai kecerdasan dan kapasitas keilmuan.

Adapun indikator dari fathanah meliputi:

1) Rasa ingin tahu yang tinggi.

2) Mencintai kebenaran, tidak masalah datangnya dari mana.

3) Berpedoman bahwa hari ini harus lebih baik dari hari kemarin.

4) Menilai paradigme yang berlaku secara kritis.

5) Memandang manusia dengan setara.

6) Melihat kesalahan sebagai bagian dari proses belajar.

d. Tabligh ( $X_4$ )

Menurut Siswanto (2016: 119) tabligh memiliki arti "menyampaikan" dalam konotasi pesan, bukan barang atau benda. Tabligh mensyaratkan pada jenis pesan yang sah dan membawa keberkahan hidup yang dibangun berdasarkan cinta.

Adapun indikator dari tabligh meliputi:

1) Mencintai bawahan.

2) Menganggap semua bawahan begitu spesial.

3) Menyatakan segala sesuatu dengan tulus dan mendengarkan bawahan.

4) Mengakui kelebihan bawahan.

5) Menganggap bawahan seperti saudara.

e. Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha menurut Noor (2013:401) adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya. Suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba, karena laba adalah tujuan dari orang melakukan bisnis.

Adapun indikator dari keberhasilan usaha meliputi:

1) Kemampuan mendapat laba (*Profitability*)

- 2) Produktivitas dan efisiensi (Productivity and Efficiency)
- 3) Daya saing (Competitiveness)
- 4) Kompetensi dan etika usaha (Competence and Ethics)
- 5) Terbangunnya kepercayaan atau amanah dari masyarakat luas (*trust*).

## 2. PENGUJIAN INSTRUMEN PENELITIAN

### a. Uji Validitas

Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2005: 52). Teknik yang digunakan untuk menguji validitas adalah dengan menggunakan *correlation product moment* dengan kriteria, jika nilai korelasi positif dan besarnya  $>0,3$  dapat dikatakan instrument tersebut valid. Begitu pula sebaliknya, jika koefisien korelasi positif dan besarnya  $<0,3$  berarti instrument tersebut tidak valid.

Berdasarkan uji validitas pada penelitian ini semua item pertanyaan dinyatakan valid dalam mengukur variabel penelitian karena nilai korelasi person per item menghasilkan nilai lebih dari 0,3. Sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut valid. Artinya bahwa butir pernyataan dalam kuesioner dapat mengukur variabel penelitian dengan tepat.

### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005:47). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $>0,7$ .

Berdasarkan hasil penelitian semua butir pernyataan mempunyai nilai *Cronbach Alpha*  $>0,7$  sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument tersebut adalah reliabel. Artinya, butir pernyataan

dalam kuesioner konsisten dalam mengukur konstruk atau variabel penelitian, sehingga dapat digunakan untuk mengumpulkan data selanjutnya.

## F. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Penelitian

#### a. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS 16,0 untuk mengetahui pengaruh variabel *siddiq* ( $X_1$ ), *amanah* ( $X_2$ ), *fathanah* ( $X_3$ ), dan *tabligh* ( $X_4$ ) terhadap keberhasilan usaha ( $Y$ ) secara parsial. Hasil uji regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 1**

**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel	<i>Standardized Coefficients Beta</i>	<i>p</i> value	Keterangan
Siddiq ( $X_1$ )	0,154	0,037	Positif dan signifikan
Amanah ( $X_2$ )	0,148	0,043	Positif dan signifikan
Fathanah( $X_3$ )	0,339	0,000	Positif dan signifikan
Tabligh ( $X_4$ )	0,372	0,000	Positif dan signifikan

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui persamaan garis regresi dalam penelitian ini dapat ditulis berikut:

$$Y = 0,154X_1 + 0,148X_2 + 0,339X_3 + 0,442X_4$$

Persamaan regresi tersebut berarti:

- 1)  $b_1 = 0,154$ , artinya *siddiq* ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha ( $Y$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa, apabila penerapan *siddiq* meningkat, maka keberhasilan usaha akan meningkat.
- 2)  $b_2 = 0,148$ , artinya *amanah* ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha ( $Y$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa,

apabila penerapan amanah meningkat, maka keberhasilan usaha akan meningkat.

3)  $b_3 = 0,339$ , artinya fathanah ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Y). Hasil ini menunjukkan bahwa, apabila penerapan fathanah meningkat, maka keberhasilan usaha akan meningkat.

4)  $b_4 = 0,372$ , artinya tabligh ( $X_4$ ) mempunyai pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Y). Hasil menunjukkan bahwa, apabila penerapan tabligh meningkat, maka keberhasilan usaha akan meningkat.

#### **b. Hasil Uji Signifikansi Parsial**

Uji hipotesis dalam penelitian ini berdasarkan nilai signifikansi (*p-value*) dan koefisien regresi untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas dapat mempengaruhi variabel terikat secara parsial. Dimana jika signifikansi  $<0,05$  dan koefisien regresi bernilai positif atau negative maka hipotesis diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) secara individu terhadap variabel dependen (Y).

Berdasarkan tabel 1 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Pengaruh Siddiq ( $X_1$ ) terhadap Keberhasilan Usaha (Y)

Nilai signifikansi variabel siddiq sebesar  $0,037 (<0,05)$ . Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa siddiq berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada pengusaha muslim kuliner di Kabupaten Purworejo.

2) Pengaruh Amanah ( $X_2$ ) terhadap Keberhasilan Usaha (Y)

Nilai signifikansi variabel amanah sebesar  $0,043 (< 0,05)$ . Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa amanah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada pengusaha muslim kuliner di Kabupaten Purworejo.

3) Pengaruh Fathanah ( $X_3$ ) terhadap Keberhasilan Usaha (Y)

Nilai signifikansi variabel fathanah sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ).

Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa fathanah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada pengusaha muslim kuliner di Kabupaten Purworejo.

4) Pengaruh Tabligh ( $X_4$ ) terhadap Keberhasilan Usaha (Y)

Nilai signifikansi variabel tabligh sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ). Dari

hasil tersebut menunjukkan bahwa tabligh berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada pengusaha muslim kuliner di Kabupaten Purworejo.

## 2. Pembahasan

a. Penerapan Nilai Kewirausahaan Islam (Siddiq) positif terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil pengujian dengan menggunakan uji analisis regresi linier berganda yang disajikan pada tabel menunjukkan bahwa variabel siddiq memiliki nilai beta 0,154 dengan nilai signifikan sebesar 0,037. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama ( $H_1$ ) diterima, yang menyatakan siddiq berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa siddiq mempengaruhi keberhasilan usaha, sedangkan nilai signifikan menunjukkan bahwa siddiq memiliki pengaruh yang kuat terhadap keberhasilan usaha.

Terbuktinya hipotesis pertama pada penelitian ini dapat dilihat dari penerapan nilai siddiq pada pengusaha muslim kuliner yaitu memulai pekerjaan untuk beribadah, berpikir jernih dalam menemukan ide/gagasan, berbicara jujur dan santun dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, bersikap baik kepada mitra kerja, dan memberikan teladan kepada karyawan.

Hasil penelitian ini sesuai dan memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Rimiyati dan Munawwaroh (2016) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel kejujuran, kemauan kerja keras, menepati janji, tertib administrasi, selalu berdoa, membayar zakat dan sedekah

secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha.

b. Penerapan Nilai Kewirausahaan Islam (Amanah) positif terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil pengujian dengan menggunakan uji analisis regresi linier berganda yang disajikan pada tabel menunjukkan bahwa variabel amanah memiliki nilai beta 0,148 dengan nilai signifikan sebesar 0,043. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua (H2) diterima, yang menyatakan amanah berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa amanah mempengaruhi keberhasilan usaha, sedangkan nilai signifikan menunjukkan bahwa amanah memiliki pengaruh yang kuat terhadap keberhasilan usaha.

Terbuktinya hipotesis kedua pada penelitian ini dapat dilihat dari penerapan nilai amanah pada pengusaha muslim kuliner yaitu menjaga kepercayaan mitra usaha, tanggap terhadap permasalahan konsumen, bertindak objektif dalam menjalankan usaha, mencari solusi terbaik menghadapi permasalahan dalam usaha, dan membudayakan sikap disiplin terhadap diri sendiri maupun karyawan.

Hasil penelitian ini sesuai dan memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2013) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif indikator yang digunakan sebagai karakter wirausahawan berspektif Islam yaitu *siddiq*, amanah, fathanah, dan *tabligh* terhadap kesuksesan usaha agribisnis.

3. Penerapan Nilai Kewirausahaan Islam (Fathanah) positif terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil pengujian dengan menggunakan uji analisis regresi linier berganda yang disajikan pada tabel menunjukkan bahwa variabel fathanah memiliki nilai beta 0,339 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga (H3) diterima, yang menyatakan fathanah berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa fathanah mempengaruhi keberhasilan usaha, sedangkan nilai signifikan

menunjukkan bahwa fathanah memiliki pengaruh yang kuat terhadap keberhasilan usaha.

Terbuktinya hipotesis ketiga pada penelitian ini dapat dilihat dari penerapan nilai fathanah pada pengusaha muslim kuliner yaitu memiliki rasa ingin tahu yang tinggi terhadap perkembangan usaha, pengusaha menanamkan nilai-nilai kebenaran dalam menjalankan usaha, menyakini bahwa hari ini akan lebih baik dari hari kemarin, kritis terhadap lingkungan, tidak membedakan mitra usaha, dan melihat kesalahan sebagai proses belajar.

Hasil penelitian ini sesuai dan memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Zahroh dan Nafik (2015) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa implementasi nilai fathanah dalam pengelolaan bisnis memiliki dampak yang baik di setiap aspek manajemen bisnis.

#### 4. Penerapan Nilai Kewirausahaan Islam (Tabligh) positif terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil pengujian dengan menggunakan uji analisis regresi linier berganda yang disajikan pada tabel menunjukkan bahwa variabel tabligh memiliki nilai beta 0,372 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis keempat (H4) diterima, yang menyatakan tabligh berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa tabligh mempengaruhi keberhasilan usaha, sedangkan nilai signifikan menunjukkan bahwa tabligh memiliki pengaruh yang kuat terhadap keberhasilan usaha.

Terbuktinya hipotesis keempat pada penelitian ini dapat dilihat dari penerapan nilai tabligh pada pengusaha muslim kuliner yaitu peduli terhadap karyawan, mengutamakan kesejahteraan karyawan, mendengarkan karyawan, menghargai karyawan, dan menganggap karyawan sebagai keluarga.

Hasil penelitian ini sesuai dan memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2013) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif indikator yang digunakan sebagai karakter

wirausahawan berspektif Islam yaitu siddiq, amanah, fathanah, dan tabligh terhadap kesuksesan usaha agribisnis.

#### **G. SIMPULAN**

1. Penerapan Nilai Kewirausahaan Islam Siddiq berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.
2. Penerapan Nilai Kewirausahaan Islam Amanah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.
3. Penerapan Nilai Kewirausahaan Islam Fathanah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.
2. Penerapan Nilai Kewirausahaan Islam Tabligh berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 19*. Cetakan Tiga. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, Taufik (2013), "Karakteristik Wirausaha dan Praktek Manajemen Berperspektif Islam Serta Hubungannya Terhadap Kesuksesan Agribisnis (Kasus Tiga Wirausaha di Kabupaten Bogor dan Sukabumi)", Skripsi Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor 2013.
- Kertajaya dan Sula (2006). *Syariah Marketing*. Bandung; Mizan Media Utama.
- Misanam, Munrokhim. dkk. 2008. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Noor HF. 2013. *Ekonomi Manajerial*. Jakarta (ID): Raja Grafindo Persada.
- Rimiyati, Hasnah dan Munawaroh, Munjiati. (2016), "Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Kewirausahaan Islami Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Pengusaha UMKM Muslim Di Kota Yogyakarta)", Vol.7, No 2 September 2016.
- Riyanti, Dwi. 2003. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Grasindo.
- Siswanto, Agus. 2016. *The Power of Islamic Entrepreneurship Energi Kewirausahaan Islami*. Jakarta: AMZAH.
- Subagyo, Putri Eka Ayuni (2014), "Keterkaitan Antara Karakter Ideal Wirausahawan Dalam Perspektif Islam Dengan Keberhasilan Usaha: Survei Persepsi Wirausahawan UMKM Bogor", Skripsi Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor 2014.

Wigati, Sri. 2015. *Kewirausahaan Islam (Aplikasi dan Teori)*. Government of Indonesia (Gol) and Islamic Development Bank (IDB).

Zahroh dan Nafik. 2015. "Nilai Fathonah Dalam Pengelolaan Bisnis Di Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo", Vol. 2 No. 9 September 2015

<http://etd.repository.ugm.ac.id/> (diakses pada tanggal 9 Agustus 2019 jam 22.00)

<http://adira.co.id> (diakses pada tanggal 9 Agustus 2019 jam 22.30)

<http://www.google.co.id>(diakses pada tanggal 27 Juli 2019 jam 21.00)

<http://www.republika.co.id/>(diakses pada tanggal 22 Juli 2019 jam 22.25)

<https://kaguralagoe.blogspot.com> (diakses pada tanggal 13 September jam 09.15).