

**POTRET DAKWAH KHADIJAH R. A. SEBAGAI WOMEN  
ENTREPRENEURSHIP**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Sosial Islam (S.Sos)

**Jurusan Manajemen Dakwah (MD)**

Oleh:

Siti Hajar

1601036169

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

**SEMARANG**

**2021**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Prof. Dr. Hamka KM.2 (Kampus 3 UIN Walisongo) Ngaliyan Telp. (024) 7506405  
Semarang 50185 website: fakdakom.walisongo.ac.id, email: fakdakom.uinws@gmail.com

---

**NOTA PEMBIMBING**

Lamp. : 5 eksemplar

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth. Dekan Fakultas  
Dakwah dan Komunikasi  
UIN Walisongo Semarang  
Di Semarang

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : SITI HAJAR  
NIM : 1601036169  
Fakultas : Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Jurusan : Manajemen Dakwah  
Judul : **Potret Dakwah Khadijah r.a. Sebagai Women Entrepreneurship**

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 14 Maret 2021

Pembimbing,

**Dra. Hj. Siti Prihatiningtyas, M.Pd.**  
NIP. 196708231993032003

**SKRIPSI**

**POTRET DAKWAH KHADIJAH R. A. SEBAGAI WOMEN  
ENTREPRENEURSHIP**

Disusun Oleh : Siti Hajar 1601036169

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada tanggal 15 April 2021 dan dinyatakan telah lulus memenuhi memperoleh  
gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua /Penguji I



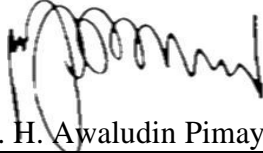
Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag.  
NIP. 19720410 200112 1 003

Sekretaris / Penguji II



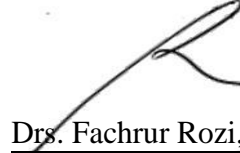
Dra. Hj. Siti Prihatiningtyas, M.Pd.  
NIP. 19670823 199303 2003

Penguji III



Dr. H. Awaludin Pimay, Lc., M.Ag.  
NIP.196107272000031 001

Penguji IV



Drs. Fachrur Rozi, M.Ag.  
NIP. 196905011994031001

Mengetahui Pembimbing



Dra. Hj. Siti Prihatiningtyas, M.Pd  
NIP. 19670823 199303 2003

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Pada 27 April 2021



Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag.  
NIP. 19720410 200112 1 003

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/ tidak diterbitkan sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang. 14 Maret 2021

Pembuat Pernyataan



Siti Hajar

Nim: 1601036169

## MOTTO

وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ ۖ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ  
الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ ۗ أُولَٰئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ

*“Dan orang-orang yang beriman, lelaki dan perempuan, sebahagian mereka (adalah) menjadi penolong bagi sebahagian yang lain. Mereka menyuruh (mengerjakan) yang ma'ruf, mencegah dari yang munkar, mendirikan shalat, menunaikan zakat dan mereka taat pada Allah dan Rasul-Nya. Mereka itu akan diberi rahmat oleh Allah; sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana”*

*(QS. At-Taubah: 71)*

ترجوا النجاة ولم تسلك مسالكها # ان السفينة لا تجري على اليبس

*Kamu menghendaki sukses, dan kamu tidak menepuh jalannya, ketahuilah olehmu bahwa sesungguhnya sampan tidak akan berlayar di atas daratan*

*(ابو العتاهية)*

## **PERSEMBAHAN**

**Dengan menyebut nama Allah SWT serta kerendahan hati yang tulus mengharap ridha Nya, skripsi ini penulis persembahkan kepada:**

1. Kedua orang tua saya tercinta. Abah Muslim dan Ibu Hartita. Sang Petani yang memiliki harapan tinggi, yang menginginkan dari mata anaknya mewakili Ia melihat dunia. Semoga Allah selalu memberikan Pahala atas setiap langkah dan peluh keringatnya demi menyekolahkan anaknya.
2. Kakak saya Muhammad Rasyid dan Restu eka Putra serta adik saya Mayang Sari. Mereka yang selalu memberikan do'a, semangat dan motivasi yang tak terhingga kepada saya.
3. Almamater saya (Universitas Islam Negri Walisongo) yang telah memberi Ilmu, pengalaman dan pelajaran yang sangat berharga untuk membuka pintu dunia dan peradaban.

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih dan maha penyayang. Segala puji hanya bagi Allah tuhan semesta alam. Atas segala nikmat dan karuniaNya lah memberikan kemudahan kepada penulis sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini. Shalawat besertakan salam semoga tetap terlimpahkan ke junjungan alam yang telah membawa umatnya dari zaman kebodohan menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Skripsi berjudul Potret Dakwah Khadijah r.a. sebagai Women Entrepreneurship ini disusun guna memenuhi tugas akhir dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen Dakwah fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan ribuan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Ibu Drs. Hj. Siti Prihatiningtyas, M.Pd dan Bapak Dedi Susanto, M.S.I. selaku Ketua dan sekretaris Jurusan Manajemen Dakwah.
4. Ibu Usfiyatul Marfu'ah, M.S.I selaku wali studi yang selalu memberi motivasi, memberi bimbingan, pengarahan kepada penulis agar segera menyelesaikan studi.
5. Ibu Drs. Hj. Siti Prihatiningtyas, M.Pd selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan segenap waktu, dalam memberikan ilmu serta motivasinya kepada penulis.

6. Segenap Bapak dan Ibu dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi, yang telah mentransformasikan Ilmunya kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan studi maupun penulisan skripsi ini.
7. Teman-Teman KKN Reguler UIN Walisongo Semarang posko 49 desa Delik, yang selalu memberi semangat dan motivasi (Yaser, Yasin, Miftah, Rio, Nimas, Dina, Nadya, Yuni, Elin, Nurul, Kurni dan Fitri).
8. Teman-teman seperjuangan MD angkatan 2016 dan khususnya MD D yang telah menjadi keluarga penulis selama menuntut ilmu di UIN Walisongo.
9. Keluarga besar Bank Niaga, Kost D5 yang telah menemani perjuangan penulis (Pak Supri, Bu Siti, Putri, Ayu, Mujib, Nisa, Tari, Devi, Ulfa, Bila).
10. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang secara tidak langsung turut membantu penyusunan skripsi ini.

Kepada mereka semua, penulis mengucapkan terimakasih atas segala bantuan yang tiada ternilai harganya. semoga Allah membalas dengan pahala yang berlipat ganda, amiin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena keterbatasan ilmu dan teori penelitian yang penulis kuasai dalam menyusun skripsi ini, maka kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan, demi perbaikan penelitian di masa yang akan datang. Akhirnya, semoga skripsi ini dapat memberikan manfa'at bagi penulis dan orang lain, untuk menjadi sumber belajar dan lainnya serta untuk dakwah Islam. Aamiin.

Semarang, 14 Maret 2021

Penulis

**Siti Hajar**

**NIM : 1601036169**



## ABSTRAK

**Siti Hajar (161036169).** Dengan skripsi yang berjudul: “*Potret Dakwah Khadijah r.a. sebagai Women Entrepreneurship*”.

Pada hakikatnya, dakwah bukan lagi sekedar usaha peningkatan pemahaman keagamaan dalam tingkah laku atau pun pandangan hidup saja, melainkan menuju cakupan yang lebih luas. Apalagi pada masa sekarang ini, dakwah harus lebih berperan menuju kepada pelaksanaan ajaran Islam dan lebih ditekankan dalam bentuk kerja nyata, berkarya yang memberikan dampak pada kesejahteraan masyarakat, salah satunya dakwah berbasis entrepreneur ini. Dalam rangka mencapai tujuan dan kesuksesan dakwah entrepreneur tersebut, tentu diperlukan strategi-strategi yang tepat. Dakwah merupakan kewajiban laki-laki dan perempuan. Dengan berbagai manifestasi yang menyudutkan perempuan, seperti masih adanya praktek budaya patriarkhi, pengaruh politik berbasis gender, anggapan bahwa perempuan dirumah saja, membuat perempuan mengalami keterbatasan menunjukkan kemampuannya. Padahal, perempuan juga bisa berdakwah tanpa harus berceramah, melainkan perempuan berdakwah melalui potensi-potensi yang dimilikinya. Siti Khadijah merupakan salah satu tokoh perempuan yang menyumbangkan pemikiran dan tenaganya dalam bidang islam dan ekonomi melalui kesuksesannya dalam perdagangan.

Fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi dakwah Khadijah dalam entrepreneurship dan bagaimana relevansi potret dakwah Khadijah dalam women entrepreneur masa sekarang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kepustakaan (*library research*). Dan menggunakan metode penelitian kualitatif studi tokoh dengan pendekatan tematis. Adapun data yang digunakan dalam skripsi ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dan data sekunder diperoleh dari literatur-literatur, buku-buku, skripsi, jurnal, artikel dan bahan kepustakaan lainnya yang berkaitan dengan Khadijah atau berhubungan dengan judul, kemudian data-data dianalisis dengan analisis taksonomi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah yang dilakukan Khadijah sebagai women entrepreneurship yakni menggunakan strategi dakwah Indrawati. Strategi dakwah Indrawati yang dilakukan Khadijah yakni dengan cara mengimplementasikan nilai dakwah dalam kegiatan entrepreneurshipnya. Di dalam menjalankan keentrepreneurshipannya, Khadijah memperhatikan beberapa asas dakwah. Antara lain: pertama, asas filosofis, sosiologis, psikologis dan asas kemampuan dan keahlian da'i (*achievement and professional*). Setiap strategi tentunya menggunakan beberapa metode. Dan adapun bentuk metode dakwah yang dilakukan Khadijah adalah praktik keagamaan dan keteladanan. Dan potret dakwah yang dilakukan oleh Khadijah masih sangat relevan diterapkan dan dijadikan teladan oleh perempuan entrepreneur masa sekarang.

**Kata kunci:** *Dakwah dan Women Entrepreneurship.*

## PEDOMAN LITERASI

### A. Konsonan

ء = a	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ‘	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

### B. Diftong

اي	Ay
او	Aw

### C. Syaddah (ّ-)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطَّبّ *at-thibb*.

### D. Kata Sandang (... ال)

Kata Sandang (... ال) ditulisdengan *al-...* misalnya الصنّاعة = *al-shina'ah*. *Al-* ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

### E. Ta' Marbuthah (ة)

Setiap ta' marbuthah ditulisdengan “h” mislanya المعيشة الطبيعية = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

### F. Lafz}ulJalalah

Lafzul - jalalah (kata الله) yang berbentuk frase nomina di transliterasikan tanpa hamzah. Contoh : عبد الله = *Abdullah*

### G. Vokal

#### 1. Vokal Pendek

◌َ = Fathah ditulis “a” contoh فَتَحَ *fataha*

◌ِ = Kasroh ditulis “i” contoh عَلِمَ *alima*

◌ُ = Dammah ditulis “u” contoh يَذْهَبُ { *yaz/habu*

#### 2. Vokal Rangkap

◌َ+ي = Fathah dan ya mati ditulis “ai” contoh كَيْفَ *kaifa*

◌َ+و = Fathah dan wau mati ditulis “au” contoh حَوْلَ *haulā*

#### 3. Vokal Panjang

◌َ+◌َ = Fathahdanalif ditulis a > contoh قَالَ *qa>la*

◌ِ+ي = Kasroh dan ya ditulis i > contoh قِيْلَ *qi>la*

◌ُ+و = Dammah dan wau ditulis u > contoh يَقُولُ *yaqu>lu*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>PEDOMAN LITERASI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Manfaat dan Tujuan Penelitian .....	6
D. Tinjauan Pustaka .....	7
E. Metodologi Penelitian .....	12
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	12
2. Sumber Data .....	12
3. Teknik Pengumpulan Data .....	14
4. Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	15
5. Teknik Analisis Data .....	15
F. Sistematika Penulisan Skripsi .....	16

<b>BAB II KERANGKA TEORITIK.....</b>	<b>18</b>
A. Ruang Lingkup Dakwah .....	18
1. Pengertian Dakwah.....	18
2. Pengertian Strategi Dakwah .....	20
3. Bentuk-Bentuk Strategi Dakwah .....	23
4. Dasar Hukum Da'wah .....	25
5. Tujuan Dakwah .....	27
6. Unsur-unsur Dakwah.....	29
B. Wirausaha/ Entrepreneurship.....	33
1. Pengertian Wirausaha/ Entrepreneurship .....	33
2. Kewirausahaan dalam pandangan Islam. ....	36
3. Karakter dan motivasi wirausaha .....	37
4. Tipe Pelaku Usaha.....	39
5. Profil Wirausaha.....	40
C. Definisi Women Entrepreneur .....	<b>41</b>
1. Defenisi women entrepreneur .....	41
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi wanita wirausaha .....	42
3. Etika perempuan pekerja .....	44
<b>BAB III BIOGRAFI KHADIJAH BINTI KHUWAILID .....</b>	<b>45</b>
A. Biografi Khadijah binti Khuwailid.....	45
1. Sejarah Hidup Siti Khadijah binti Khuwailid.....	45
2. Keislaman dan Pernikahan Khadijah .....	48
3. Keutamaan & kesitimewaan Khadijah .....	51
B. Aktivitas perdagangan Khadijah.....	53

1. Aktifitas Bisnis/ Perdagangan Khadijah.....	53
2. strategi khadijah dalam berbisnis /rahasia sukses bisnis khadijah .....	56
C. Peran Khadijah Dalam Dakwah Islam .....	62
D. Women Entrepreneur Masa Kini .....	64
<b>BAB IV ANALISIS STRATEGI DAKWAH KHADIJAH SEBAGAI WOMENPRENEURSHIP .....</b>	<b>69</b>
A. Analisis Strategi Dakwah Khadijah Dalam Entrepreneurship .....	69
B. Analisis Relevansi Potret Dakwah Khadijah Dalam Women Entrepreneur Masa Kini.. .....	75
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>78</b>
A. Kesimpulan .....	78
B. Saran.....	79
C. Penutup.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>86</b>

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Dakwah merupakan istilah yang populer di dalam agama Islam, tetapi dakwah sering diartikan dalam pengertian yang sempit. Dakwah oleh kebanyakan orang diidentikkan dengan pengajian, khutbah/ceramah dll. Enjang dan Aliyudin (2009: 2-5) mengemukakan bahwa persepsi dan pemahaman masyarakat tentang dakwah mengalami sedikit perubahan. Pada masa lalu dan mungkin sekarang masih ada, mengartikan dakwah sama dengan dakwah (*tabligh* atau *khithabah*) yaitu proses penyampaian ajaran agama Islam yang dilakukan secara lisan oleh penceramah diatas mimbar di majelis taklim. Padahal pengertian dakwah lebih luas dari itu dakwah adalah mengajak manusia ke jalan Allah SWT secara menyeluruh baik dengan lisan, tulisan, maupun dengan perbuatan sebagai ikhtiyar mewujudkan nilai-nilai jaran Islam dalam realitas kehidupan pribadi, keluarga dan masyarakat dalam semua segi kehidupan secara menyeluruh sehingga terwujud khairul ummah (masyarakat madani).

Pada masa sekarang, dakwah tidak hanya suatu kegiatan menyampaikan nasehat semata ataupun berceramah. Tetapi masyarakat membutuhkan da'i yang memberikan contoh secara nyata dengan perbuatan, tindakan dan perilaku. Lebih dari itu, dakwah kontekstual lebih ditekankan dan dibutuhkan di era sekarang dalam bentuk-bentuk kerja nyata, berkarya yang memberikan dampak pada kesejahteraan masyarakat salah satu contohnya dakwah dalam bidang entrepreneur.

Dakwah entrepreneurship secara sederhana dapat dipahami sebagai sebuah proses mengembangkan dan memajukan Islam dengan cara-cara yang konkret dan profesional melalui spirit kewirausahaan. Menyerukan

kebenaran dan mencegah kemungkaran adalah tugas setiap umat manusia, dengan kata lain setiap muslim wajib berdakwah. Perintah ini sesuai di dalam Al Qur'an surat Ali Imron ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: “dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar mereka lah orang-orang yang beruntung (Kemenag RI, 2013: 63).

Dakwah merupakan bagian dari tugas suci (ibadah) umat Islam, untuk itu dalam rangka mencapai kesuksesan diperlukan strategi dakwah yang tepat. Strategi dakwah merupakan perencanaan yang berisi rangkaian yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Ada dua hal yang harus diperhatikan dalam strategi dakwah. Pertama, strategi merupakan rencana tindakan (rangkaiannya kegiatan dakwah) termasuk penggunaan metode pemanfaatan sumber daya atau kekuatan. Kedua, strategi disusun guna mencapai tujuan tertentu. Artinya, arah dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan dakwah, oleh sebab itu, sebelum melakukan strategi, harus di tentukan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilan dakwahnya (Ali Aziz, 2004: 350).

Kewajiban berdakwah tentu tidak hanya kewajiban laki-laki saja, akan tetapi juga merupakan kewajiban perempuan. Sebagaimana yang dijelaskan dalam surah At-Taubah 71 bahwa tidak ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam berdakwah. Semuanya sama-sama mempunyai tugas untuk menyeru/ mengajak kepada kebaikan dan mencegah kemungkran.

Praktik diskriminasi peran perempuan dalam ranah publik disebabkan oleh pengaruh politik berbasis gender, budaya, dan pemahaman agama yang sakral menjadikan perempuan memiliki keterbatasan dan kendala dalam menunjukkan kemampuannya, salah satunya di bidang entrepreneur. Kesenjangan gender dalam dunia wirausaha sangat sering diperbincangkan. Diskriminasi gender masih



menjadi halangan bagi seorang wanita untuk memulai sebuah usaha. Budaya patriarki menjadi akar permasalahan gender. Budaya patriarki merupakan budaya di mana laki-laki mempunyai kedudukan lebih tinggi dari perempuan dan sistem patriarki ini istilah yang dipakai menggambarkan sistem sosial di mana kaum laki-laki sebagai suatu kelompok mengendalikan kekuasaan atas perempuan (Zaitunah Subhan, 2015, ix).

Dengan berbagai kualitas dan manifestasinya, budaya patriarki menempatkan lelaki sebagai yang menentukan dan mendominasi. Dikotomi perempuan untuk urusan yang berkaitan dengan tiga “ur”: dapur-sumur-kasur. Dan lelaki sebagai makhluk pengemban tugas luar, sebagai pencari nafkah, telah menempatkan perempuan sebagai manusia kelas kedua inferior (Azizy dkk, 2005: 95).

Adanya kesempatan yang luas terhadap potensi yang dimiliki perempuan tidak cukup menutup kemungkinan untuk meninggalkan hak-haknya terhadap keluarga dan masyarakat. Islam tidak mewajibkan kepada kaum perempuan untuk hanya berdiam diri di rumah dan hanya fokus dengan pekerjaan domestik. Islam sangat menghargai usaha manusia, sekaligus sangat tidak menyukai umatnya jadi penganggur (mi’roj, 2004: 37).

Prinsip dasar agama Islam sebagai rahmatan lil’alamin, yang berarti juga termasuk rahmat bagi perempuan tanpa terpasung hak-haknya dikarenakan berjenis kelamin perempuan. Dalam Islam juga tidak mengenal *the second sex*, yang mengutamakan jenis kelamin tertentu, atau suku bangsa tertentu, sebagaimana ditegaskan dalam Al-Qur’an Surat al-Hujurat [49]: 13 bahwa yang paling mulia di sisi Allah SWT adalah yang paling baik kualitas takwanya.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ

عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

*Artinya:* Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling takwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal. (Kemenag RI, 2013: 517).

Hasil kajian literatur, media massa dan realitas yang ada pada saat sekarang menjelaskan masih banyaknya permasalahan dan prospek yang dihadapi oleh kaum perempuan dalam menjadi *womenpreneurship*. Di antaranya adalah kurangnya kesadaran akan perannya sebagai seorang ibu atau istri setelah menjadi ibu rumah tangga (*womenpreneurship* dan peran ganda), kondisi kodratnya sebagai perempuan, peduli terhadap anggapan sosial yang meremehkan perempuan (kompas.com.2019). Selain itu, menurut hasil penelitian (Helmiatin, 2013) ada beberapa permasalahan dan hambatan yang dihadapi oleh *womenpreneur* diantaranya: Akses di permodalan, akses di pasar, akses di informasi, akses di pelatihan.

Saat sekarang, Permasalahan *women entrepreneur* dapat dilihat secara garis besar dari kacamata orang di desa dan yang tinggal di kota. Di kota-kota besar, fungsi perempuan sebagai ibu rumah tangga semakin berkurang peranannya karena beberapa penyebab, di antara penyebabnya ialah karena tuntutan kebutuhan rumah tangga, atau dorongan berprestasi sebagai orang modern. Di perkotaan banyak ditemui wanita yang berkarier secara mandiri. Sementara di desa, masih melekatnya budaya patriarki menjadikan perempuan sulit dalam berkarir terutama dalam bidang *entrepreneur*. Padahal menurut penelitian (Hendratni, 2013) *womenpreneurs* sangat berpotensi sebagai motor utama proses pemberdayaan wanita dan transformasi sosial, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap tingkat perekonomian negara.

Pada zaman Rasulullah SAW memberikan hak yang sama bagi perempuan bahkan banyak sekali ditemukan kaum perempuan yang berprestasi cemerlang layaknya laki-laki, dalam bidang politik, ekonomi, dan berbagai sektor publik lainnya (Zaitunah Subhan, 2015: xi).

Berdasarkan teks Al-Qur'an dan hadist serta sejarah umat Islam masa nabi, sudah saatnya kaum hawa untuk tampil berprestasi, bersaing dengan kaum laki-laki dalam hal kebaikan (*Fastabiqul khairat*). Tentunya dengan cara-cara terpuji, seperti tetap menjaga harkat dan martabatnya sebagai perempuan. (Hasbi Indra, dkk, 2004: 264).

Berbicara mengenai womenpreneur, beberapa abad silam menjadi sejarah, pedoman dan bukti nyata bahwa perempuan juga ikut andil di dalam ranah publik. Banyak tokoh muslimah perempuan menyumbang pemikiran-pemikirannya dalam wacana Islam dan politik, Islam dan ekonomi, Islam dan ilmu lingkungan, Islam dan kesehatan reproduksi, juga Islam dan sains. Sayangnya, catatan itu tertutup oleh dominasi kepentingan politik maskulin yang mereduksi peran perempuan sebagai istri dan sebagai ibu saja. Siti Khadijah merupakan salah satu tokoh perempuan yang menyumbangkan pemikiran dan tenaganya di bidang Islam dan ekonomi lewat kesuksesannya dalam bisnis/ perdagangannya . itulah yang menunjukkan salah satu tradisi keilmuan Islam yang memberi hak yang sama terhadap perempuan pada zaman Nabi.

Khadijah adalah isteri pertama nabiyuna Muhammad SAW, ia adalah seorang wanita bangsawan di zamannya, Sayyidah Quraisy ini dilahirkan dari keluarga terpandang dan berkedudukan tinggi, ia tidak hanya wanita cendekia dan terhormat tetapi juga terkenal sebagai seorang entrepreneurship yang sukses mengolah perdagangannya (Mahdi, 2002: 18). Kendatipun demikian keberhasilan dan kesuksesan Khadijah di bidang entrepreneur jarang dibahas, diungkap, diceritakan atau disampaikan oleh para ulama, kiai ataupun penceramah. Mereka lebih sering membahas mengenai kontribusi Khadijah sebagai seorang istri terkasih yang mendampingi Rasulullah, sebagai seorang ibu, tentang kesetiaan dan kepatuhannya kepada Rasulullah dll.

Oleh karena itu penelitian ini bertujuan mengungkap sisi strategi dakwah lewat keentrepreneurship Khadijah sebagai solusi untuk womenpreneurship masa kini dan untuk didakwahkan ke masyarakat luas.

Peran perempuan selain menjadi seorang istri bagi suaminya dan ibu bagi anak-anaknya, perempuan pun bisa beraktifitas di bidang lain, salah satunya bisa berdakwah di dalam dunia usaha/ entrepreneur. Khadijah merupakan tokoh yang tepat untuk dijadikan *rolemodel* untuk perempuan masa sekarang, Khadijah yang terbukti sebagai pendobrak kuatnya kultur budaya patriarki di Arab pada saat itu, dan juga Realitas historis Khadijah yang mempunyai peran signifikan dalam melakukan formulasi kehidupan sosial keagamaan dan kemasyarakatan yang ramah dan santun terbukti dalam keberhasilannya dalam berbisnis (Subhan, 2015: 435-436).

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Potret Dakwah Khadijah R.A Sebagai Women Entrepreneurship”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka fokus permasalahannya adalah:

1. Bagaimana Strategi Dakwah Khadijah dalam Entrepreneurship?
2. Bagaimana relevansi Potret Dakwah Khadijah sebagai women entrepreneurship dalam women Entrepreneurship Masa sekarang?

## **C. Manfaat dan Tujuan Penelitian**

Setelah menentukan rumusan masalah, kemudian menentukan apa tujuan yang ingin dicapai dan manfaat/ nilai guna ataupun fungsi dari hasil penelitian ini.

1. Tujuan Penelitian
  - a. Untuk mengetahui strategi dakwah Khadijah dalam Entrepreneurship
  - b. Untuk mengetahui relevansi potret dakwah Khadijah dalam women entrepreneur masa sekarang
2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Secara teoritis
  - 1) memberikan kontribusi pemikiran mengenai strategi dalam berwirausaha dan kaitannya dengan dakwah Islam. Pemikiran tersebut diharapkan menjadi motivasi untuk berbuat sesuatu sesuai dengan aturan Islam
  - 2) menanamkan nilai-nilai Islam dalam menjalankan dunia kewirausahaan
- b. Secara praktis
  - 1) untuk menambah wawasan akademisi dan praktisi dakwah agar mengembangkan dakwah berbasis entrepreneur
  - 2) Untuk membangkitkan kembali literatur ke-Islaman mengenai kontribusi perempuan diranah publik
  - 3) Memberikan acuan kepada womenpreneur untuk menjadikan Khadijah r.a sebagai *role model* dalam berwirausaha.
  - 4) memberikan motivasi kepada perempuan untuk berdakwah melalui entrepreneur ataupun memiliki jiwa seorang entrepreneurship .

#### **D. Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka merupakan telaah kritis atas penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Tinjauan pustaka juga merupakan informasi rujukan yang penulis gunakan dalam penelitian ini. Dalam pembahasan skripsi ini, penulis menggunakan beberapa literatur baik dari buku-buku maupun skripsi dalam rangka untuk menggali informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya. Beberapa buku dan skripsi yang relevan dengan penelitian ini , antara lain:

Lebih Sukses Berdagang Ala Khadijah & Abdurrahman Bin Auf, yang ditulis oleh Ahmad Asrof Fitri. Buku ini mengupas tentang bagaimana kiat-kiat sukses dalam berdagang ala Khadijah & Abdurrahman bin Auf, keduanya adalah saudagar Islam yang sukses menjalankan bisnis dengan syari'at Islam diawal-awal Islam berkembang. Keduanya adalah tokoh-tokoh pebisnis Islam yang memiliki kekayaan yang melimpah.

Mereka memperoleh kesuksesan yang luar biasa, namun tidak pernah lepas dari ajaran-ajaran Islam.

Khadijah Teladan Agung Wanita Mukminah, yang ditulis oleh Ibrahim Muhammad Hasan Al-Jamal. Buku ini berisikan tentang sejarah dan kisah sayyidatina Khadijah. Dalam buku ini menjelaskan bagaimana kiprah wanita solehah dan figur teladan bagi kaum muslimah. Dalam buku ini menjelaskan kontribusi Khadijah bagi Islam, baik sebagai perempuan maupun sebagai istri, buku ini berusaha merepresentasikan kembali sosok wanita teladan yang dapat dicontoh oleh wanita zaman kini.

Belajar Bisnis Kepada Khadijah, yang ditulis oleh Azti Arlina. Buku ini berisikan cara-cara dan rahasia sukses Khadijah dalam berbisnis. Buku ini juga menambah khazanah bisnis dari sudut pandang wanita dan Islam. Potret Wanita Solehah, yang ditulis oleh Hasan M. Noer. Buku ini berisikan tentang sosok-sosok wanita solehah yang sebagaimana semua kesolehan dari istri Rasulullah, dan didalam buku ini mencerminkan bagaimana sosok wanita yang menjadi dambaan laki-laki yang menggambarkan sosokwanita yang ta'at dalam ibadahnya, berakhlakul karimah, sabar dan setia merupakan gambran dari istri solehah dan wanita ideal dalam pandangan islam.

Skripsi Muliana 2018, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul skripsi *Konsep dakwah entrepreneur menurut Abdurrahman Bin 'Auf*. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Muliana tersebut menyimpulkan bahwa konsep dakwah entrepreneur yang ditanamkan oleh Abdurrahman Bin 'Auf adalah hidup dengan bisnis yang tidak pernah menjual barang cacat, mandiri, berani memulai usaha dari nol. Hasil penelitiannya juga menunjukkan metode atau rahasia menjalankan bisnisnya yaitu memiliki kepercayaan yang tinggi, berbisnis yang halal mulai dari modal, proses, hingga penjualan berdasarkan nilai-

nilai dan ajaran-ajaran islam, kerja super team, mempunyai keyakinan besar, bahkan sangat rajin bersedekah.

Skripsi Syarifatil Munawwarah 2018, Fakultas Adab dan Humaniora UIN Alauddin Makasar dengan judul skripsi *Siti Khadijah Ummul Mukminin (Biografi dan Peran dalam menghadapi Rasulullah)*. Hasil penelitian yang dilakukan tersebut menyimpulkan bahwa Siti Khadijah adalah seorang wanita yang merupakan keturunan Arab yang di mana keluarganya berasal dari keluarga yang sangat terpandang dan memiliki garis keturunan yang sangat baik, Siti Khadijah juga merupakan seorang wanita yang sudah terlahir dalam keadaan kaya raya namun diajarkan akhlak yang baik oleh keluarganya. Dan keluarganya senantiasa menjaganya dari lingkungan rumah yang dapat membawa Khadijah ke berbagai macam hal yang dapat merusak akhlaknya.

Usaha-usaha yang dilakukan oleh Khadijah ketika bersama rasulullah sangat banyak dimulai ketika Rasulullah pertama kali menerima wahyu, dan senantiasa memberikan semangat dan dorongan dalam melawati cobaan. Dan Khadijah juga ikut secara langsung mendakwahkan islam bagi masyarakat Arab yang saat itu masih banyak yang percaya pada agama nenek moyang, Keberhasilan yang dilakukan Khadijah dalam membantu Rasulullah dengan banyaknya orang masuk Islam dan serta bantuan pembelajaran bagaimana melakukan perdagangan sehingga ekonomi masyarakat Arab bisa maju dan memberikannya kejalan Allah.

Skripsi Mohammad Sarifudin, 2018 Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang dengan judul Skripsi *Dakwah berbasis kewirausahaan di Pesantren Entrepreneur Tegalrejo Magelang*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan dakwah berbasis kewirausahaan di pondok pesantren Entrepreneur Tegalrejo Magelang adalah selalu menerapkan Ilmu Dakwah dalam setiap kegiatannya, seperti dalam sistem praktik santri dalam berwirausaha yang meliputi akad dan

kualitas barang dan jasa. Serta menerapkan etika yang dicontohkan Rasulullah SAW dalam ber-entrepreneur. Ada pun faktor pendukungnya adalah sosok Gus Yusuf yang selalu menginspirasi, dorongan orang tua, fasilitas pesantren dan mitra. Sedangkan faktor penghambatnya adalah ketidakseimbangan aktifitas dan penyesuaian diri santri.

Skripsi Mahmud Arifudin, 2018 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung Bandar Lampung dengan judul skripsi *Motivasi Perempuan Dalam Berwirausaha (Studi Pada Perempuan Wirausaha di Pekalongan Lampung Timur)*. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa motivasi yang muncul dari para informan adalah berwirausaha sesuai dengan teori yang dipakai diantaranya yaitu *need for achievement, need for independence*, pengalaman, bentuk peranan serta dukungan keluarga dan teman. Kemudian ada variabel yang ditemukan ketika berada dilapangan yaitu hobi dan menguasai waktu luang. Variabel yang paling mempengaruhi adalah *need for independence* (kebutuhan akan kebebasan). Adanya motivasi perempuan berwirausaha di Lampung Timur sangat membantu masyarakat dalam mendapatkan pekerjaan dan juga motivasi dan tekad untuk lebih mengembangkan dan memajukan wirausahanya. Wirausaha perempuan selain bisa membantu perekonomian keluarga, juga dapat meningkatkan perekonomian daerah, khususnya Pekalongan Lampung Timur.

Jurnal penelitian oleh Mubasyaroh (2015) yang berjudul *“Karakteristik dan Strategi Dakwah Rasulullah Muhammad SAW Pada Periode Makkah”* dalam jurnal AT-TABSYIR, volume 3 nomor 2 Desember 2015. Jurnal ini berisikan mengenai karakteristik dan strategi dakwah yang dilakukan oleh Rasulullah SAW pada periode Makkah. Dakwah Rasulullah selama di Makkah lebih menekankan pada ekatologis atau ketuhanan karena masyarakat Arab pada saat itu belum mengesakan Tuhan (Allah). Hal ini dibuktikan dengan penyembahan terhadap berhala yang berjumlah setar 360 berhala yang mengelilingi Ka’bah. Disamping



itu, dakwah di Makkah selain lebih menekankan pada idang ketuhanan, juga memiliki karakteristik di antaranya; dakwah dalam bidang pendidikan, dakwah dalam pembinaan dan dakwah dalam bidang perencanaan.

Jurnal penelitian oleh Zainal Azman (2017) yang berjudul “*Strategi Dakwah Umar Bin Abdul Aziz Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Pendidikan Islam*”. Dalam jurnal El-Ghiroh Volume XIII, Nomor 02 september 2017. Jurnal ini membahas tentang karakteristik dakwah Umar bin Abdul Aziz yang tercermin dalam amar ma’ruf nahi munkar. Terlihat dari dakwah yang dilakukannya mulai dari diri sendiri, keluarga maupun masyarakat. Adapun indikator dakwah yang dilakukan oleh Umar in Adul Aziz terlihat dari kebijakan dalam memutuskan sesuatu bentuk pemerintahan yang dilakukan.

Adapun nilai-nilai pendidikan Islam yang terkandung dalam dakwah Umar bin Abdul Aziz tercermin pada apa yang diperuatnya. Sikap dalam memimpin rakyat yang adil dan bijaksana. Selain itu, nilai pendidikan Islam yang terkandung dalam dakwah Umar bin Abul Aziz terlihat dari kepribadiannya. Indikator yang terlihat dari kepribadian Umar bin Abdul Aziz ini adalah kedisiplinan yang tinggi dalam belajar menuntut ilmu dari kecil hingga menjadi khalifah.

Peneliti mengakui adanya persamaan dan perbedaan dengan beberapa tinjauan pustaka di atas. Penelitian ini memiliki kesamaan yakni membahas strategi dakwah, tentang women entrepreneur, dan juga subjek penelitian yakni Khadijah binti Khuwailid. Sementara perbedaan terletak pada fokus dimana belum ada yang melakukan penelitian sebagaimana yang penulis kaji, yakni mengenai strategi dakwah Khadijah sebagai women entrepreneurship.

## **E. Metodologi Penelitian**

Untuk memperoleh data yang akurat mengenai permasalahan diatas, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian yang relevan dengan judul diatas;

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif studi tokoh. Penelitian studi tokoh atau yang sering disebut juga dengan penelitian tokoh atau penelitian riwayat hidup individu (*individual life history*) merupakan salah satu jenis penelitian kualitatif yang dapat berbentuk studi kasus, multi kasus, multi situs, penelitian historis, penelitian ekologi (*ecological research*), penelitian fenomenologis, atau penelitian masa depan (*future research*). Oleh karena itu kaidah-kaidah yang dibangun dalam studi tokoh mengikuti penelitian kualitatif. Menurut Bogdan & Taylor sebagaimana yang dikutip oleh Furchan dan Maimun dalam STUDI TOKOH (Metode Penelitian Mengenai Tokoh) penelitian kualitatif yakni prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif: ucapan atau tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari orang-orang (subjek) itu sendiri (Furchan dan Maimun, 2005: 15).

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan tematis. Pendekatan ini merupakan aktivitas seseorang dideskripsikan berdasarkan sejumlah tema (topik) yang menggunakan konsep-konsep yang biasanya dipakai untuk mempelajari suatu bidang keilmuan tertentu, pendekatan ini bersifat analitis sehingga dapat membedakan antara pemikiran Khadijah dengan pemikiran tokoh lain dalam bidang strategi dakwah sebagai women entrepreneurship.

### **2. Sumber Data**

Arikunto (2006:129) menjelaskan “Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat

diperoleh”. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu:

a. Sumber data primer, merupakan buku-buku yang memberikan informasi lebih banyak dibandingkan buku-buku lainnya (Surahman, 1975: 123). Sumber data primer dari penelitian ini diantaranya adalah:

- 1) Azti Arlina, Belajar Bisnis kepada Khadijah: Menyelami kiat-kiat Sukses Entrepreneurship Dari Sang Istri Rosulullah
- 2) Ibnu Ishaq syarah dan tahqiq Ibnu Hisyam, Sirah Nabawiyah
- 3) Ahmad Asrof Fitri, Lebih Sukses Berdagang Ala Khadijah dan Abdurrahman Bin ‘Auf
- 4) Ibrohim Muhammad Hasan Al-Jamal, Khadijah Teladan Agung
- 5) Khoirul Amru Harahap, Rahasia Sukses Bisnis Khadijah Sang istri Nabi Muhammad SAW,

b. Sumber Sekunder

Sedangkan data sekunder merupakan literatur-literatur dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan objek pembahasan, data ini juga disebut sebagai data pelengkap, penunjang atau pendukung(Surahman, 1975: 156). Sumber data sekunder dari penelitian ini di antaranya:

- 1) Syaikh Mahmud Al-Mishri, Biografi 35 Shahabiyah Nabi
- 2) Hasan M. Noer, Potret Wanita Shalehah
- 3) Zaitunah Subhan, Al-Qur’an dan Perempuan Menuju Kesetaraan Gender dalam Penafsiran
- 4) H.M.H Al- Hamid Al-Husaini, Baitun Nubuwwah
- 5) Abdullah Haidir, Kisah Wanita-Wanita Teladan
- 6) Hesti Andi Bastoni, Beginiilah Rasulullah SAW Berbisnis
- 7) Amazing Stories Khadijah, Yanuar Arifin

Selain dari buku-buku sumber sekunder dalam penelitian ini juga berupa jurnal-jurnal, artikel, dan bahan kepustakaan lainnya yang ada relevansi dengan penelitian ini.

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu melalui dokumentasi. Dokumentasi merupakan salah satu metode yang pada umumnya digunakan dalam studi tokoh. Dengan dokumentasi, peneliti dapat mencatat karya tokoh atau tulisan-tulisan orang lain mengenai tokoh. (Furchan dan Maimun, 2005: 54). Teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan (Nazir, 1988: 111). Oleh karena itu, objek material penelitian ini adalah kepustakaan berupa buku-buku, jurnal serta sumber lain yang berhubungan dengan Strategi Dakwah Khadijah dalam Womenpreneurship.

Sedangkan prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dalam tiga tahap sebagai berikut:

- a. Tahap orientasi, yakni pada tahap ini, peneliti mengumpulkan data secara umum tentang sang tokoh untuk mencari hal-hal menarik dan penting untuk diteliti. Dan juga pada tahap ini menentukan fokus studi.
- b. Tahap eksplorasi, yakni pengumpulan data dilakukan lebih terarah sesuai dengan fokus studi yang telah ditentukan.
- c. Tahap studi terfokus, pada tahap ini, peneliti mulai melakukan studi secara mendalam yang terfokus pada masalah keberhasilan, keunikan, dan karya sang tokoh yang dianggap penting dan mempunyai pengaruh signifikan pada masyarakat (Furchan dan Maimun, 2005: 47-49).

#### 4. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Teknik pengecekan keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Pengecekan keabsahan data pada penelitian ini menggunakan validitas dan realibilitas.

Validitas (keabsahan) merupakan derajat ketepatan antara data yang berada pada obyek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Sedangkan realibilitas, berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan (Sugiyono, 2007: 363-364). Realibitas yang dipakai adalah keakuratan, yakni penyesuaian antara hasil penelitian dengan kajian pustaka yang telah dirumuskan. Jika dilakukan sendiri, misalnya berupa skripsi, tesis dan disertasi, reliabilitas selalu berdasarkan ketekunan, pengamatan dan pencatatan. Pengkajian yang cermat, akan berpengaruh pada kejengalan pencarian makna (Endraswara, 2011: 164).

Untuk menjaga tingkat validitas data dan kesesuaian penafsiran peneliti, peneliti melakukan *crosscheck* terhadap sumber-sumber data primer dan literatur-literatur mengenai Strategi dakwah Khadijah dalam womenpreneurship.

#### 5. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif dalam studi tokoh salah satunya dilakukan dengan analisis taksonomi. Analisis taksonomi merupakan analisis yang memusatkan perhatian pada domain tertentu, dan berguna untuk menggambarkan fenomena atau masalah sasaran studi. Pada analisis ini domain yang dipilih untuk diteliti secara lebih mendalam merupakan fokus studi, sehingga perlu dilacak struktur internal tokoh secara lebih rinci dan lebih mendalam. Teknik ini diawali dengan memfokuskan domain-domain tertentu, kemudian

membagi domain tersebut menjadi sub-sub domain serta bagian yang lebih khusus dan rinci (Furchan dan Maimun, 2005: 65-66).

Gambaran aplikatif desain penelitian tersebut adalah menentukan domain penelitian yaitu potret dakwah Khadijah sebagai women entrepreneurship. Mengumpulkan data biografi, dari sejarah hidup, aktivitas perdagangan, gerakan dakwah, peristiwa-peristiwa yang terjadi menjelang wafatnya, prinsip, nilai, etika, strategi bisnis Khadijah serta relevansinya terhadap perempuan masa kini, melalui teknik dokumentasi. Kemudian data-data tersebut dipilih, sesuai rumusan masalah, disajikan sesuai urutan pembahasan, dan ditarik kesimpulan.

#### **F. Sistematika Penulisan Skripsi**

Peneliti membagi kerangka penelitian menjadi tiga bagian yakni bagian awal, bagian utama dan bagian akhir. Hal ini bertujuan agar penelitian lebih terarah, sistematis, mudah dipahami dalam menjawab permasalahan sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

Bagian awal terdiri dari Halaman Judul, Halaman persetujuan Pembimbing, Halaman Pengesahan, Halaman Pernyataan, Kata Pengantar, Persembahan, Motto, Abstrak dan Daftar Isi.

Bagian utama penelitian terdiri dari lima bab klasifikasi sebagai berikut:

**BAB I** Pendahuluan, Pada bab ini, penulis menguraikan beberapa hal yang berkaitan dengan penelitian ini, pada bagian awal, diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfa'at penelitian, Tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, sistematika penulisan skripsi.

**BAB II** Landasan Teori, dalam bab ini berisi gambaran umum tentang ruang lingkup strategi dakwah dan Entrepreneur. Bab ini menguraikan secara umum tentang strategi dakwah, bentuk strategi dakwah dan ruang lingkup dawah. Sedangkan penjelasan mengenai

entrepreneur meliputi, Pengertian wirausaha, Karakter wirausaha, motivasi wirausaha, tipe pelaku usaha, dan profil wirausaha. Dan penjelasan mengenai women entrepreneur meliputi faktor penghambat dan pendukung women entrepreneur.

BAB III Dalam bab ini membahas tentang biografi Khadijah r a., aktivitas perdagangannya, peran Khadijah dalam dakwah Islam serta women entrepreneur masa kini. Biografi Khadijah yang meliputi, sejarah hidup, keislaman, pernikahan kepribadian dan keutamaan Khadijah. Dan adapun aktivitas bisnis Khadijah yang meliputi, aktivitas perdagangan Khadijah, strategi sukses perdagangan Khadijah.

BAB IV Dalam bab ini berisikan analisis strategi dakwah Khadijah dalam entrepreneurship dan analisis relevansi potret dakwah Khadijah dalam women entrepreneur masa sekarang.

BAB V. Penutup, pada bagian ini berisi kesimpulan penelitian, saran-saran dan kata penutup.

## BAB II

### KERANGKA TEORITIK

#### A. Ruang Lingkup Dakwah

##### 1. Pengertian Dakwah

Kata dakwah dalam kamus Al-munawwir: Arab-Indonesia (1997: 406) berasal *دعا- يدعو- دعوا* yang artinya "memanggil", mengajak atau menyeru. Dalam ilmu tata Bahasa Arab kata dakwah berbentuk *isim masdar* yaitu *دعوا*, sedangkan bentuk *fi'il*-nya adalah *دعا- يدعو*. Makna dakwah secara etimologi juga dijelaskan oleh syekh Jum'ah amin Abdul Aziz bahwa dapat juga diartikan: An-Nida artinya memanggil; *da'a fulanun ila fulanah*, artinya si Fulan mengundang si Fulanah, Menyeru; *ad-du'a ila syai'i*, artinya menyeru dan mendorong kepada sesuatu dan *Ad-da'wat ila qadhiyat*, artinya menegaskannya atau membelanya, baik terhadap yang hak maupun batil, yang positif maupun yang negatif (Aziz, 1997: 24). Sedangkan secara terminologi, telah dirumuskan oleh para ulama dengan pengertian yang beragam. Pengertian dakwah tersebut dikemukakan oleh para pakar dakwah diantaranya adalah:

##### a. Syekh Ali Mahfudz

Menurut Syekh Ali Mahfudz dakwah adalah

حَثُّ النَّاسِ عَلَى الْخَيْرِ وَالْهُدَى وَالْأَمْرُ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّهْيُ عَنِ الْمُنْكَرِ لِيَفُوزُوا بِسَعَادَةِ الْعَاجِلِ وَالْآجِلِ

Mendorong manusia agar memperbuat kebaikan dan menurut petunjuk, menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan mungkar agar mereka mendapatkan kebahagiaan dunia akhirat (Ismail, Hotman, 2011: 28-29). Menurut beliau dakwah lebih dari sekedar ceramah dan pidato, walaupun memang secara lisan



dakwah dapat diidentikkan keduanya. Lebih dari itu, dakwah juga meliputi tulisan (*bi al-qalam*) dan perbuatan sekaligus keteladanan (*bi al-hal wa al-qudwah*).

b. Quraish Shihab

Mendefinisikan dakwah sebagai seruan atau ajakan kepada keinsafan, atau usaha mengubah situasi yang tidak baik kepada situasi yang lebih baik dan sempurna baik terhadap pribadi maupun masyarakat (shihab, 992: 194).

c. Mohammad Natsir

Mengartikan dakwah adalah usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan manusia dan seluruh umat manusia konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini dan yang meliputi al-amar bi al-ma'ruf an-nahyu an al-munkar dengan berbagai macam cara dan media yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya dalam perikehidupan bermasyarakat dan perikehidupan bernegara. (Natsir, 1996: 52).

d. Prof. Toha Yahya Umar MA

Da'wah yaitu mengajak manusia dengan cara yang bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah tuhan Allah untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan juga di akhirat. (Anshari, 1993, 10).

Beberapa definisi dakwah diatas, ke semuanya mengacu pada satu titik. Yakni dakwah merupakan panggilan dari Allah dan Nabi Muhammad SAW untuk umat manusia agar percaya kepada ajaran agama Islam dan mewujudkan ajaran yang diyakininya itu di dalam segala segi kehidupannya. Dengan pemaknaan itu, dakwah dapat merujuk pada aktivitas penyiaran agama Islam (tabligh),

penerapan/pengamalan ajaran Islam (tatbiq) serta pada pengelolaannya (tandhim). Adapun perluasan berikutnya dari pemaknaan dakwah adalah aktivitas yang berorientasi pada pengembangan masyarakat muslim, antara lain dalam bentuk peningkatan kesejahteraan sosial, politik dan perekonomian umat Islam (Zalikha, 44-52).

Amrullah Ahmad juga mendefinisikan dakwah Islam merupakan aktualisasi iman yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berfikir, bersikap dan bertindak manusia pada tataran kenyataan individual dan sosio-kultural dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran islam dalam semua segi kehidupan dengan menggunakan cara tertentu (Ahmad, 1985: 3).

Dari beberapa definisi di atas, penulis menyimpulkan bahwa dakwah adalah suatu proses mengajak, menyeru, mendorong serta memberikan arah perubahan kepada manusia. Mengubah struktur masyarakat dari arah kedzaliman ke arah keadilan. Kebodohan kearah kecerdasan dan kemajuan, dan intinya adalah melakukan perubahan ke yang lebih baik lagi sesuai dengan perintah Allah dan Rasul, semuanya dilakukan dalam rangka untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat kelak.

## **2. Pengertian Strategi Dakwah**

Strategi berasal dari bahasa Yunani: *strategia* yang berarti kepemimpinan atas pasukan atau seni memimpin pasukan kata *strategia* bersumber dari kata *strategos* yang berkembang dari kata *stratos* (tentara) dan kata *agein* (memimpin). Istilah strategi ini dipakai dalam konteks militer sejak dari zaman kejayaan Yunani-Romawi sampai masa awal industrialisasi. Kemudian istilah strategi meluas ke berbagai aspek kegiatan masyarakat, termasuk dalam

bidang dakwah. Hal ini penting karena dakwah bertujuan melakukan perubahan terencana dalam masyarakat. (Arifin, 2011: 227).

Little John menyamakan strategi dengan “rencana suatu tindakan” dan metodologinya yang sangat mendasar dikemukakan Burke sebagai the dramatic pentad (segi lima dramatik) dengan penjelasan sebagai berikut:

- a. act (aksi) apa yang harus dilakukan pelaku. Segi yang pertama ini apa yang sebaiknya dilakukan, dan apa yang seharusnya diselesaikan.
- b. scene (suasana) yaitu situasi atau keadaan di mana tindakan (kegiatan) tersebut dilaksanakan. Segi yang kedua ini meliputi penjelasan tentang keadaan fisik, budaya, maupun lingkungan masyarakat di mana kegiatan tersebut dilaksanakan.
- c. agent (agen) diri pelaku sendiri yang harus dan akan melaksanakan tugasnya, termasuk semua yang diketahui tentang substansinya. Substansi sendiri mencakup semua aspek kemanusiaannya, sikapnya, pribadinya, sejarah kehidupannya, dan faktor yang terkait lainnya.
- d. agency (perantara) yaitu instrument atau alat yang akan dan harus digunakan oleh aktor dalam melakukan tindakannya. meliputi saluran-saluran komunikasi, jalan pikiran, media, cara, pesan ataupun alat-alat yang terkait lainnya.
- e. purpose (tujuan) yaitu alasan untuk bertindak yang mencakup tujuan teoritis, akibat atau hasil yang diharapkan dari tindakan tersebut (Muhyiddin dan Syafi'i, 2002: 92).

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya sebagai peta jalan untuk menunjukkan arah saja,

melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 2007: 32). Dalam proses penentuannya, strategi merupakan proses berfikir yang mencakup pada apa yang disebut *stimultaneous scanning* (pengamatan simultan) dan *conservative focusing* (pemusatan perhatian). Maksudnya adalah strategi yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan secara terpusat dan hati-hati sehingga bisa memilih dan memilah tindakan-tindakan yang lebih efektif untuk mencapai tujuan yang diinginkan. (Suhandang, 2009: 91). Dari beberapa pengertian di atas penulis menyimpulkan bahwa strategi itu merupakan rancangan dan ketentuan-ketentuan untuk mencapai tujuan tertentu secara efektif lagi efisien.

Pimay (2005: 50) mengungkapkan bahwa strategi bisa tercipta sebagai cara dan daya upaya untuk meghadapi sasaran tertentu agar memperoleh hasil yang diharapkan secara maksimal. Dengan demikian, strategi dakwah dapat diartikan sebagai proses menentukan cara dan upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal. Dengan kata lain strategi dalam dakwah ialah siasat, taktik yang ditempuh dalam mencapai tujuan dakwah.

Adapun strategi dakwah menurut para ahli:

- 1) Asmuni Syukir, Strategi dakwah adalah metode siasat, taktik atau manuver yang dipergunakan dalam aktifitas dakwah (Syukir, 1983: 32).
- 2) Abu Zahrah, strategi dakwah Islam adalah perencanaan dan penyerahan kegiatan dan operasi dakwah Islam yang dibuat secara rasional untuk mencapai tujuan-tujuan Islam yang meliputi seluruh dimensi kemanusiaan (Aripudin & Sambas, 2007: 138).

Berdasarkan uraian di atas maka strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah secara efektif dan efisien. Strategi dakwah Islam sebaiknya dirancang untuk memberikan lebih tekanan pada usaha-usaha pemberdayaan umat, baik pemberdayaan ekonomi, politik, budaya maupun pendidikan. Karena itulah menurut Syukir strategi dakwah yang baik harus memperhatikan beberapa asas-asas berikut. Pertama, asas filosofis, yaitu asas yang membicarakan tentang hal-hal yang berkaitan dengan tujuan yang hendak dicapai dalam proses dakwah. Kedua, asas Sosiologis, asas ini berbicara tentang masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah. Ketiga, asas psikologis, yaitu asas yang terkait dengan kejiwaan manusia, untuk memahami karakter penerima dakwah agar aktivitas dakwah berjalan dengan baik. Keempat, asas kemampuan dan keahlian *da'i* (achievement and professional), bagaimana seorang *da'i* mampu melaksanakan suatu kewajiban baik melalui teori maupun praktek terhadap masyarakat secara efektif. Kemampuan dan keahlian *da'i* sangat menentukan corak strategi dakwah. Bagaimana formulasi strategi dakwah harus relevan dengan kemampuan dan keahlian *da'i*. Kelima, Asas efektifitas dan efisiensi. Maksud dari asas ini adalah aktifitas dakwah harus dapat menyeimbangkan antara waktu dan tenaga yang dikeluarkan dengan pencapaian hasilnya. (Syukir, 1983: 32-33).

### **3. Bentuk-Bentuk Strategi Dakwah**

Faktor penunjang dalam keberhasilan dakwah sangat diperlukan salah satunya strategi dakwah yang tepat sehingga dakwah Islam juga tepat sasaran. Pada era globalisasi dan informasi ini, tentunya sangat diperlukan penerapan dakwah yang dapat menjangkau dan mengimbangi kemajuan teknologi tersebut, maka itu dakwah harus dikembangkan melalui strategi pendekatan,

penerapan dakwah yang tepat (Amin, 2009: 100). Al-bayanuni membagi strategi dakwah dalam tiga bentuk yaitu:

a. Strategi Sentimental (*al-manhaj al'athifi*)

strategi sentimental adalah dakwah yang menfokuskan aspek hati dan menggerakkan prasaan dan bathin mitra dakwah. Memberi mitra dakwah nasihat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan, atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan metode yang dikembangkan dalam strategi ini. Strategi ini sesuai untuk mitra dakwah yang terpinggirkan (marginal) dan dianggap lemah, seperti kaum perempuan, orang-orang miskin, muallaf (imannya lemah), orang awam, anak yatim dll.

Strategi ini diterapkan Rasulullah SAW saat menghadapi kaum musyrik Makkah dengan menekankan aspek kemanusiaan seperti: kebersamaan, perhatian terhadap fakir miskin, kasih sayang terhadap anak yatim dll. Dengan strategi ini kaum lemah merasa dihargai.

b. Strategi Rasional (*almanhaj al-'aqli*)

strategi rasional adalah dakwah dengan beberapa metode yang menfokuskan pada aspek akal pikiran. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berfikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran. Penggunaan hukum logika, diskusi, atau penampilan contoh dan bukti sejarah merupakan beberapa metode dari strategi rasional. Al-qur'an mendorong penggunaan strategi rasional dengan beberapa terminologi antara lain: *tafakkur*, *tadzakkur*, *nazhar*, *ta'amul*, *i'tibar*, *tadabbur*, dan *istibshar*. *Tafakkur* adalah menggunakan pemikiran untuk mencapainya dan memikirkannya; *tadzakkur* ialah menghadirkan ilmu yang dipelihara setelah dilupakan; *nazhar* ialah mengarahkan hati untuk

berkonsentrasi pada objek yang sedang diperhatikan; *taamul* adalah mengulang-ulang pemikiran hingga menemukan kebenaran dalam hatinya; *i'tibar* bermakna perpindahan dari pengetahuan yang lain; *tadabbur* adalah suatu usaha memikirkan akibat-akibat setiap masalah; *istibshar* ialah mengungkapkan sesuatu atau menyingkapnya, serta memperlihatkannya kepada pandangan hati.

c. Strategi Indrawi (*al-manhaj al-hissy*)

strategi ini juga dikenal dengan strategi eksperimen atau strategi ilmiah maksudnya adalah sebagai sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi pada panca indra dan berpegang teguh atas hasil penelitian dan percobaan. Di antara metode yang di himpun oleh strategi ini adalah praktik keagamaan, keteladanan, dan pentas drama (Al-Bayanuni, 1993: 204-219).

Pengembangan strategi dakwah Islam era globalisasi menurut Pimay (2005: 51-53) dalam bukunya *paradigma dakwah humanis* menjelaskan, berkaitan dengan perubahan masyarakat di era globalisasi, maka perlu dikembangkan dakwah Islam sebagai berikut. *Pertama*, meletakkan paradigma tauhid dalam dakwah. *kedua*, perubahan masyarakat yang berimplikasi pada perubahan paradigma pemahaman agama. Dan yang *ketiga*, strategi yang imperatif dalam dakwah. Dakwah Islam berorientasi pada upaya *amar ma'ruf* dan *nahi munkar*. Dakwah tidak dipahami secara sempit sebagai pengajian umum atau memberikan ceramah di podium, akan tetapi lebih dari itu esensi dakwah adalah segala bentuk kegiatan yang mengandung unsur *amar ma'ruf* dan *nahi munkar*.

#### 4. Dasar Hukum Da'wah

Sesungguhnya, setiap muslim diperintahkan untuk menyampaikan Islam kepada seluruh manusia. Dasar pelaksanaan dakwah adalah AL-Quran dan Hadist. Banyak dalil dari Al-Qur'an

dan sunnah yang menunjukkan kewajiban setiap individu muslim, menurut kadarnya masing-masing. sebagaimana yang dijelaskan dalam Al-Qur'an (An-Nahl: 125)

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ  
أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk (Kemenag RI, 2013: 281).

Dalam Kaidah Usul Fiqih disebutkan pada dasarnya, perintah itu menunjukkan kewajiban (الأصل في الأمر الوجوب). Dengan demikian sangat jelas bahwa perintah dakwah dalam ayat ini adalah wajib (Aziz, 2009: 147). Dan adapun dasar hukum berdakwah Fardhu Kifayah berdasarkan surah Ali-Imran: 104)

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ؕ وَأُولَئِكَ هُمُ  
الْمُقَلِّدُونَ

Artinya: Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar merekalah orang-orang yang beruntung (Kemenag RI, 2013: 63).

Di dalam ayat tersebut yang menjadi titik beratnya adalah kalimat “minkum” yang artinya sebagian di antara kamu. Sehingga dapat dimaksudkan tidak semua individu memikul tanggung jawab berdakwah (Anshari, 1993: 66-68). Al-Ghazali juga berpendapat bahwa hukum dakwah adalah fardhu kifayah, dakwah hanya



dibebankan atas orang-orang yang memiliki keahlian dan kemampuan di bidang agama Islam. Kata min (من) dalam ayat tersebut diartikan "sebagian" (*li al-tab'idl*). Tentunya tanpa menafikan kewajiban setiap muslim untuk saling mengingatkan (Aziz, 2009: 148).

Berkaitan dengan hukum dakwah ada perbedaan pendapat para ulama, yakni ada yang mengatakan bahwa hukum dakwah adalah fardhu 'ain dan fardhu kifayah. Adapun yang mengatakan fardhu ain yakni setiap orang muslim (baligh) wajib melakukan dakwah tanpa terkecuali. Sedangkan ulama yang berpendapat bahwa fardhu kifayah apabila dakwah sudah dilakukan oleh sebahagian atau sekelompok orang tertentu maka gugurlah kewajiban kaum muslimin, karena sudah ada yang melasanakannya.

## 5. Tujuan Dakwah

Secara global, dakwah bertujuan untuk memanggil, meyeru, mengajak manusia untuk menjalankan segala perintah Allah dan menjauhi segala larangannya dengan berpedoman kepada al-Quran dan sunnah Nya. Disini agama bukan hanya sekedar satu sistem kepercayaan saja, tetapi di dalamnya terdapat multisistem untuk mengatur kehidupan manusia, baik dalam garis vertikal dengan Allah, maupun yang berupa garis horizontal manusia dan lingkungannya.

Para ahli dakwah memberi perhatian khusus untuk merumuskan tujuan dakwah, kebanyakan mereka menderivasi dari teks-teks al-Qur'an. Misalnya firman Allah dalam surat Al Baqarah ayat 208

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً ۖ وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ  
عَدُوٌّ مُّبِينٌ

*Artinya: Wahai orang-orang yang beriman Masuklah ke dalam Islam secara keseluruhan, dan janganlah kamu ikuti langkah-langkah setan. Sungguh, musuh yang nyata bagimu (Kemenag, 2013: 32).*

Menurut Ilyas Ismail sebagaimana yang dikutip oleh Ahmad Faqih dalam sosiologi Dakwah. Mengatakan tujuan dakwah adalah Transformasi sikap kemanusiaan (*al-ikhraj min azulumatila al-nur*), Menciptakan rahmat bagi seluruh alam (*rahmatan lil 'alamin*), Pembebasan sosial dari tekanan tirani, Mewujudkan umat teladan (*khairu ummah*) dengan ciri: saling berpesan dengan kebenaran, kesabaran, mengajak kepada kebaikan, mencegah kemungkaran (Faqih, 2015: 121).

Da'wah memiliki prinsip dan arah (*gerichtheid*) yang tertentu-tentu. Tujuan dakwah ialah ingin merubah situasi, dari situasi jahiliyah ke situasi tauhid, dari situasi tanpa moral ke situasi akhlaqul karimah, dari situasi sculair dan serba materialis kepada situasi Islam menuju ridho ilahi (Anshari, 1993, 10).

Sebagaimana dakwah itu merupakan kewajiban syar'i, ia juga merupakan kebutuhan masyarakat yang mendesak secara sosial, karena beberapa alasan berikut:

- a. Manusia membutuhkan orang yang bisa menjelaskan kepada mereka apa-apa yang diperintahkan oleh Allah untuk menegakkan hujah atas mereka.
- b. Kondisi kehidupan kita saat ini diwarnai oleh kerusakan, ketamakan, dan hawa nafsu, sementara para pelakunya menginginkan kerusakan tersebut tersebar di masyarakat agar masyarakat menjadi seperti mereka. Mereka mengajak masyarakat kepada kerusakan. Sebab mereka senang perbuatan keji tersebut tersebar di masyarakat.
- c. tidak diragukan, bahwa kepunahan dan kehancuran umat itu disebabkan oleh kefasikan para pembesar dan orang-orang kaya di antara mereka, serta banyaknya kemungkaran di seantero negri,

sehingga tidak ada lagi orang yang memerintahkan kebajikan dan melarang kemungkaran.

- d. takut pada azab allah yang kan menimpa masyarakat yang tidak mencegah amar ma'ruf nahi munkar (Aziz, 2005 :34-42).

## 6. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah, atau dalam kaidah fiqh disebut rukun dakwah, artinya segala sesuatu yang harus terpenuhi dan harus ada. unsur-unsur tersebut adalah da'i (pelaku/subjek dakwah), mad'u (objek/sasaran dakwah), maddatu da'wah (materi dakwah), tariqah dakwah (metode dakwah), Wasilah da'wah (media dakwah), dan atsar dakwah (efek dakwah)(Aziz, 2004: 75-143).

- a. Da'i (pelaku/subjek dakwah)

Subjek dakwah adalah orang-orang yang menyampaikan pesan-pesan dakwah. Da'i juga diartikan sebagai orang yang berusaha untuk mewujudkan Islam dalam semua segi kehidupan baik pada tataran individu, keluarga, umat, masyarakat dan bangsa (Ismail dkk, 2011:73). Sebagai pelaku dan penggerak dakwah da'i memiliki kedudukan yang sangat penting karena ia dapat menjadi penentu keberhasilan dan kesuksesan dakwah.

- b. Mad'u (objek/sasaran dakwah)

Objek dakwah adalah manusia secara individual atau kelompok yang menerima pesan-pesan dakwah. Secara umum, Al-Qur'an menjelaskan ada tiga tipe mad'u, yaitu mukmin, kafir dan munafik. Muhammad Abduh (dalam M. Munir 2006:23), membagi mad'u menjadi tiga golongan, yaitu;

- 1) Golongan cerdik cendikiawan yang cinta kebenaran, dapat berfikir secara kritis, dan cepat dapat mengangkat persoalan.
- 2) Golongan awam, yaitu orang yang kebanyakan belum dapat berfikir secara kritis dan mendalam, serta belum bisa menangkap pengertian yang tinggi-tinggi.
- 3) Golongan yang berbeda dengan kedua golongan tersebut, mereka senang membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas tertentu saja, dan tidak mampu membahasnya secara mendalam.

c. Maddatu da'wah (materi dakwah)

Maddah (materi) dakwah adalah isi atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u. Tentunya sudah jelas bahwa yang menjadi maddah dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri (Munir, 2006: 24). Menurut Muhyiddin (2002: 139), materi dakwah dapat dikembangkan dari prinsip; disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat, disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat, mencakup ajaran Islam yang kaffah dan universal, yakni aspek ajaran tentang hidup dan kehidupan, merespon dan menyentuh tantangan dan kebutuhan asasi dan kebutuhan sekunder, dan disesuaikan dengan program umum syari'at Islam (Syamsuddin, 2016: 316). Menurut Ali (1999: 60-63) materi dakwah dapat dikelompokkan dalam tiga masalah pokok, yakni: Masalah Akidah, masalah syari'ah, dan masalah akhlak.

d. Tariqah dakwah (metode dakwah)

Strategi dan metode mempunyai hubungan yang saling berkaitan. Albayanuni membedakan strategi dakwah dan metode dakwah yakni, strategi dakwah adalah ketentuan-ketentuan dakwah dan rencana-rencana yang dirumuskan untuk kegiatan dakwah. Sedangkan metode dakwah adalah cara-cara yang

ditempuh oleh pendakwah dalam berdakwah atau cara menerapkan strategi (Ali Aziz, 2004: 357)

Istilah metode berasal dari Yunani *methodos*, dalam bahasa Inggris disebut *method*, yang berarti cara. Metode dakwah artinya cara-cara yang dipergunakan oleh seorang da'i untuk menyampaikan materi dakwah, yaitu al-Islam atau serentetan kegiatan untuk mencapai tujuan tersebut. (Bachtiar, 1997: 34).

Al-qur'an telah menjelaskan dalam surat an-nahl 125 memuat dasar dan sandaran pokok bagi metode dakwah. Dalam ayat tersebut terdapat tiga metode dakwah yaitu: yang pertama, Hikmah yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitik beratkan pada kemampuan mereka sehingga di dalam menjalankan ajaran Islam selanjutnya mereka tidak lagi merasa terpaksa dan keberatan. yang kedua, mau'idzhan al-hasanah yakni memberikan nasehat-nasehat atau menyampaikan ajaran Islam dengan kasih sayang sehingga ajaran yang disampaikan dapat menyentuh hati mad'u. Dan yang ketiga dengan mujadalah billati hiya ahsan, yakni berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara yang sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan.

Secara garis besarnya, bentuk dakwah ada tiga, yang pertama dakwah bil-lisan yakni ajakan berdakwah menggunakan lisan, yang kedua dakwah bi al-qalam yakni berdakwah menggunakan tulisan, dan yang ketiga dakwah bil-hal. Dakwah bil-hal adalah suatu metode dakwah yang menggunakan kerja. Dalam dakwah bil-hal tidak terlepas dari lima prinsip utama, kelima prinsip tersebut menurut Husein As-Segaf adalah:

- 1) Dakwah bil-hal harus menghubungkan ajaran Islam dengan kondisi sosial budaya atau masyarakat tertentu
- 2) Dakwah bil haal bersifat pemecahan masalah yang dihadapi umat dalam suatu wilayah tertentu

- 3) Dakwah bil-hal harus mampu mendorong atau menggerakkan kemampuan masyarakat dalam memecahkan masalah dalam masyarakat misalnya dalam bidang pendidikan, ekonomi, kesehatan dan lain sebagainya
- 4) Dakwah bil-haal harus mampu membangkitkan swadya masyarakat, agar mereka dapat membangun dirinya sekaligus dapat memberi manfaat masyarakat sekitar.
- 5) Dakwah bil-haal mampu mendorong semangat kerja keras dan kebersamaan dalam rangka meningkatkan hubungan kerja sama yang harmonis dan produktif terutama untuk saling memenuhi kebutuhannya (Husein, 1991:51).

Berdasarkan ketiga bentuk dakwah tersebut maka metode dan tehnik dakwah dapat diklasifikasi menjadi: metode ceramah, metode diskusi, metode konseling, metode karyatulis, metode pemberdayaan masyarakat dan metode kelembagaan (Aziz, 2009: 359-380). Selanjutnya, Rasyid Ridla dkk menambahkan bahwa metode dakwah yang aplikatif dan responsif juga sangat dibutuhkan di era kontemporer. Adapun metode dakwah paling efektif pada masa sekarang adalah melalui pemenuhan upaya kebutuhan dasar manusia yang meliputi: sandang, pangan, kesehatan, pendidikan, perumahan dan lapangan kerja (Ridla dkk, 2017: 46)

e. Wasilah da'wah (media dakwah)

Wasilah dakwah adalah alat yang menghubungkan da'i dan mad'u dalam proses penyampaian dakwah. Dengan menggunakan media dakwah yang tepat tentunya akan menghasilkan dakwah yang efektif. Penggunaan media da alat-alat yang modern bagi pengembangan dakwah adalah suatu keharusan untuk mencapai efektivitas dakwah (Amin, 2009: 14).

Menurut Hamzah Ya'kub dalam buku Manajemen Dakwah Munir (2006: 32) Dalam proses dakwah wasilah yang dapat digunakan meliputi lima macam yakni

- 1) Lisan yakni seperti berpidato, ceramah, kuliah bimbingan dan penyuluhan
  - 2) Tulisan yakni dengan melalui buku, majalah, surat kabar dan spanduk.
  - 3) lukisan yakni melalui gambar dan karikatur
  - 4) audiovisual (alat yang merangsang indra pendengaran dan penglihatan) seperti televisi internet dll.
  - 5) akhlak (perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang secara langsung dapat dilihat dan didengarkan oleh mad'u.
- f. Atsar dakwah (efek dakwah)

Efek dakwah merupakan akibat dari pelaksanaan proses dakwah dalam objek dakwah. Positif atau negatif efek dakwah itu berkaitan dengan unsur-unsur lainnya, tidak bisa terlepas hubungannya. Keberhasilan dakwah itu tampak jelas seperti dokter mengobati suatu penyakit. Penelitian mengenai efek dakwah akan menjadi umpan balik dan bermanfaat bagi evaluasi unsur-unsur dakwah tersebut, agar dapat mengimprovisasi dakwah selanjutnya (Bachtiar, 1997: 36).

## **B. Wirausaha/ Entrepreneurship**

### **1. Pengertian Wirausaha/ Entrepreneurship**

Sebagaimana yang dikutip oleh Ika Yunia Fauzia dalam kemendikbud bahwa Kewirausahaan atau entrepreneurship adalah suatu sikap, jiwa, dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, yang bernilai dan berguna baik bagi dirinya sendiri ataupun orang lain. Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa, yang selalu aktif dan kreatif, berdaya, bercrepta, berkarya, bersahaja, serta

berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan atas kegiatan usahanya. Kewirausahaan berasal dari istilah *entrepreneurship*, sedangkan wirausaha berasal dari kata *entrepreneur*. Kata *entrepreneur* pertama kali diperkenalkan oleh Savari pada tahun 1723 dalam buku *Kamus Dagang*. Menurut Savary, *entrepreneur* adalah orang yang membeli barang dengan harga pasti, meskipun orang itu belum mengetahui berapa harga barang (atau guna ekonomi) itu akan dijual (Fauzia, 2019:1). *The concise oxford french dictionary* mengartikan *entrepreneur* sebagai *undertake* (menjalankan, melakukan, berusaha), *to set about* (mengatur), *to begin* (memulai), dan *to attempt* (mencoba, berusaha) (Riyanti, 2003: 25).

Kewirausahaan adalah sebuah karakter kombinitif yang merupakan penggabungan dan pencampuran antara sikap kompetitif, visioner, kejujuran, pelayanan, pemberdayaan, pantang menyerah dan kemandirian. Wirausaha berasal dari dua kata, yaitu wira dan usaha. Wira adalah pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani dan juga berwatak agung, dan usaha adalah perbuatan amal, bekerja dan berbuat sesuatu. Jadi wirausaha pejuang atau pahlawan yang berbuat sesuatu. Wirausaha juga merupakan sosok manusia yang berbudi luhur, karena tidak sedikit di antara mereka yang bisa membuka lapangan kerja, memberi kehidupan yang lebih baik untuk kerabat dan koleganya.

Wirusahawan adalah orang yang terampil memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya, dengan tujuan untuk meningkatkan kehidupannya. Seorang wirusahawan mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan, untuk mendirikan sebuah usaha yang diinginkan olehnya. Suherman juga mendefinisikan Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan,



menerapkan cara kerja, teknologi dan produksi baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik atau memperoleh keuntungan yang lebih besar (Suherman, 2008, 6-7).

Secara kontekstual, seorang wirausaha dapat didefinisikan dari beberapa sudut pandang dan konteks sebagai berikut:

- a. Bagi ahli ekonomi seorang entrepreneur adalah orang yang mengkombinasikan resources, tenaga kerja, material dan peralatan lainnya untuk meningkatkan nilai yang lebih tinggi dari sebelumnya dan juga orang yang memperkenalkan perubahan-perubahan, inovasi dan perbaikan produksi lainnya.
- b. Bagi seorang psychologist seorang wirausaha adalah seorang yang memiliki dorongan kekuatan dari dalam untuk memperoleh suatu tujuan, suka mengadakan eksperimen atau untuk menampilkan kebebasan dirinya diluar kekuasaan orang lain.
- c. (Suryana, 2014: 13) Bagi seorang bisnismen menurut Norman M. Scarborough dan Thomas W Zimmer (1993: 5) kewirausahaan didefinisikan : *“An entrepreneur is who creates a new buiness on the face risk and uncertainty for the purpose of achieving profit and growth by identifying opportunities and assembling the necessary resources to capitalize on those opportunities”*. wirausahawan adalah seseorang yang menciptakan suatu bisnis baru untuk menghadapi resiko dan ketidakpastian untuk maksud memperoleh keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan mengombinasikan sumber-sumber yang daya yang diperlukan untuk memanfaatkan peluang tersebut.
- d. pandangan pemodal wirausahawan adalah orang yang menciptakan kesejahteraan untuk orang lain, menemukan cara-cara baru untuk menggunakan sumber daya, mengurangi

pemborosan, dan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat (Suryana, 2014: 14).

Berdasarkan defenisi di atas entrepreneur mempunyai arti yang berbeda beda pada setiap orang mereka melihat dari sudut pandang yang berbeda. Namun demikian ada beberapa aspek penting yang terkandung dalam entrepreneur yaitu adanya unsur resiko, kreativitas, efisiensi, kebebasan dan imbalan (Alma, 2013: 36).

## **2. Kewirausahaan dalam pandangan Islam.**

Islam memang tidak menjelaskan secara eksplisit terakit konsep tentang kewirausahaan (entrepreneurship) ini, namun di antara keduanya mempunya kaitan yang cukup erat; memiliki ruh atau jiwa yang sangat dekat, meskipun bahasa tekhnis yang digunakan berbeda. Dalam Islam digunakan istilah kerja keras, kemandirian (biyadihi) dan tidak cengeng. Terdapat beberapa ayat dalam Al-Qur'an dan hadis yang menjadi rujukan mengenai pesan tentang semangat bekerja keras dan kemandirian ini, seperti” amal yang paling baik adalah pekerjaan yang dilakukan dengan cucuran kringatnya sendiri (HR Abu Daud)”.

“tangan di atas lebih baik dari tangan di bawah”: *“al yad al ulya khairun min al yad al sufla”* (HR. Bukhari Muslim ) dengan bahasa yang sangat simbolik ini Nabi mendorong umatnya untk kerja keras supaya memiliki kekayaan sehingga dapat memberikan sesuatu pada orang lain. Bekerja merupakan salah satu pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Al-Qur'an juga menyerukan pada semua orang yang memiliki kemampuan fisik untuk bekerja dalam usaha mencari sarana hidup untuk dirinya sendiri, tak seorang pun dalam kondisi normal, dibolehkan meminta-minta atau menjadi beban kerabat dan negara sekalipun. Al-Qur'an sangat menghargai mereka yang berjuang untuk memperoleh karunia (segala macam sarana kehidupan) Allah. Dalam pandangan Al-Qur'an juga

kerja dan amal adalah hal yang menentukan posisi dan status seseorang dalam kehidupan sebagaimana yang dijelaskan dalam surah Al-An'am 132(Taufiq, 2004: 41)

وَلِكُلِّ دَرَجَةٌ مِّمَّا عَمِلُوا وَمَا رَبُّكَ بِغَافِلٍ عَمَّا يَعْمَلُونَ (١٣٢)

Artinya: Dan masing-masing orang ada tingkatannya, (sesuai) dengan apa yang mereka kerjakan. Dan Tuhanmu tidak lengah terhadap apa yang mereka kerjakan(Qs. Al-Anam:132). (Departemen Agama RI, hal.).

### 3. Karakter Dan Motivasi Wirausaha

Menurut Suryana (2010: 54) secara umum karakteristik seorang wirausaha adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki motivasi untuk berprestasi : bekerja keras, pantang menyerah, semangat dan berkomitmen.
- b. Berorientasi ke masa depan: visioner, berfikir positif dan pengetahuan
- c. Tanggap dan kreatif dalam menghadapi perubahan: berfikir kritis, menyenangkan, proaktif, kreatif, inovatif, efisien, dan produktif
- d. Memiliki jaringan usaha: jaringan kerja, banyak teman dan kerja sama.
- e. Memiliki jiwa kepemimpinan: keberanian bertindak, tim yang baik, berjiwa besar, berani mengambil resiko dan having mentor terbuka (Suryana, 2010: 54).

Buchari Alma juga menambahkan Sifat-sifat seorang wirausaha yang harus dimiliki oleh entrepreneur yang sesuai ajaran islam adalah: Sifat takwa, tawakkal, zikir dan syukur, jujur, niat suci ibadah, bangun subuh dan bekerja, toleransi, berzakat dan berinfaq, silaturrahi (Alma, 2013:270-272).

Motivasi Wirausaha dapat diartikan sebagai dorongan dari dalam diri individu sehingga ada usaha dan berperilaku dengan cara tertentu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Menurut Gray motivasi merupakan hasil sejumlah proses yang bersifat internal atau eksternal bagi seorang individu, yang menyebabkan timbulnya sikap entusiasme dan persintesi dalam hal melaksanakan kegiatan tertentu (Cholih, 2016:82).

Gilad & Levine dalam Sofia (2017: 35), menjelaskan ada dua motivasi untuk menjadi wirausaha. Yang pertama, *Push theory*: bahwa individual yang didorong untuk menjadi wirausaha dengan kekuatan eksternal yang negatif, seperti ketidakpuasan kerja, sulit mencari pekerjaan, gaji yang tidak memadai, atau agenda kerja yang tidak teratur. *Push theory* dikenal dengan *necessary entrepreneurs*. Seseorang terdorong untuk berwirausaha karena unsur-unsur negatif yang tidak menyenangkan dalam hidupnya berhubungan dengan pekerjaan.

Kedua, *Pull theory*: bahwa individual didorong menjadi wirausaha karena ingin mencari keabsahan, pencarian jati diri, kekayaan dan pendapatan yang menggiurkan dan lainnya. Sedangkan *pull theory* dikenal dengan *opportunity entrepreneurs* dimana orang mampu melihat kesempatan dan peluang bisnis. Ini dikarenakan seseorang seseorang ditarik ke dalam dunia wirausaha karena unsur-unsur positif. Termasuk didalamnya adanya peluang pasar yang besar (*great market opportunity*), bisnis keluarga (*family business*), bidang studi (*field of study*), pengalaman pekerjaan sebelumnya (*previous work experience*), terobosan dari kesuksesan orang lain (*observed success of others*), dan peluang untuk membeli usaha (*opportunity to buy business*).

#### 4. Tipe Pelaku Usaha

Micheal Garber dalam buku E-Myth (Entrepreneur Myth), menelaah tiga tipe pelaku usaha, yakni:

- a. Tipe teknisi, Pebisnis tipe teknisi adalah pebisnis yang umumnya memulai bisnis dengan mengandalkan keahlian atau hobi. Orang tipe ini bercirikan sangat pintar menjalankan hal-hal teknis yang berkaitan dengan bisnisnya, keunggulan pebisnis tipe teknisi adalah tahu seluk beluk pekerjaan karyawannya. Keunggulan ini bisa berubah jadi kelemahan ketika ia sulit mendelegasikan pekerjaan karena lantaran merasa dirinyalah yang paling pintar mengerjakan sesuatu.

pebisnis tipe ini makin maju usahanya pasti makin sibuk pekerjaannya. Bambang Suharno berpendapat melihat kebanyakan pebisnis yang ada di sekitar kita adalah tipe teknisi. Mereka sangat sibuk ketika usahanya mulai maju, wajar jika banyak orang yang tidak mau jadi pebisnis dikarenakan tipe teknisi ini akan sangat sibuk.

- b. Tipe manajer, memiliki ciri-ciri selalu mengutamakan hal-hal yang penting terlebih dahulu, menempatkan pengalaman sebagai prioritas utama, sangat menginginkan dapat memimpin dan mengorganisasi setiap aktivitas,
- c. Tipe entrepreneur ini ia mudah mendelegasikan tugas. Ia lebih fokus memotivasi karyawan/pegawainya untuk tetap semangat dan berkembang. Pelaku usaha tipe entrepreneur ini hakikatnya adalah seorang pemimpin (leader) tipe kepribadian ini dianggap sangat ideal dalam memegang sebuah kendali bisnis (Suharno, 2008: 94-100).

## 5. Profil Wirausaha

Berbagai macam profil wirausaha, Menurut Zimmer & Scarborough, 1996: 9 antara lain:

### a. Women Entrepreneur

Banyak wanita yang terjun di bidang bisnis. Alasan mereka menekuni bidang bisnis ini didorong oleh faktor-faktor antara lain ingin memperlihatkan kemampuan prestasinya, membantu ekonomi keluarga, frustrasi terhadap pekerjaan sebelumnya dll.

### b. Minority entrepreneur

Kaum minoritas yang ada disebuah negara, mereka menekuni dan akhirnya bisnis mereka berkembang.

### c. Immigrant Entrepreneurs

Orang-orang pendatang yang memasuki suatu daerah biasanya sulit untuk memperoleh pekerjaan formal. Oleh karena itu, mereka lebih bebas terjun dalam pekerjaan yang bersifat non formal yang dimulai dari berdagang kecil-kecilan sampai tingkat menengah dan tidak menutup kemungkinan menjadi pedagang sukses.

### d. Part time entrepreneurs

Wirausahawan yang hanya setengah waktu melakukan usaha, biasanya bersifat hobi, kegiatan usahanya bersifat sampingan.

### e. Home based entrepreneurs

Ibu rumah tangga yang memuali kegiatan bisnisnya dari rumah tangga, misal ibu-ibuyang pandai buat kue dan meletakkannya ke warung warung, kemudian usahanya berkembang menjadi catreing yang melayani pesta-pesta dll. (usaha yang dirintis dari tempat tinggal)

### f. Family owned business

Keluarga yang dapat membuka berbagai jenis cabang usaha. Misal dimulai dari bapak, dan anaknya membuka cabang usaha yang sama di tempat yang berbeda.

g. Copreneurs

Copreneurs are entrepreneurial couples who work together as co-owners of their business. Copreneurs dibuat dengan cara menciptakan pembagian pekerjaan yang didasarkan atas keahlian masing-masing orang. Orang-orang yang ahli di bidang ini diangkat menjadi penanggung jawab divisi-divisi tertentu dari bisnis yang sudah ada. (Usaha yang dilakukan oleh dua orang wirausahawan yang bekerjasama sebagai pemilik dan menjalankan usahanya bersama-sama) (Alma: 2013: 36-38).

Beberapa ahli mengemukakan profil kewirausahaan dengan pengelompokan yang berbeda-beda, ada yang mengelompokkan berdasarkan kepemilikan, pengembangan, dan kegiatan usaha yang dilakukannya. Secara garis besar Roopke 1995: 5 mengelompokkan kewirausahaan berdasarkan pada perannya menjadi 3. Yang pertama, wirausahawan rutin, yaitu wirausahawan yang dalam kegiatan sehari-hari berfokus pada pemecahan masalah dan perbaikan standar prestasi tradisional. Yang kedua, wirausahawan arbitrase, yaitu wirausahawan yang selalu mencari peluang melalui kegiatan penemuan dan pemanfaatan dan yang ketiga wirausahawan inovatif yaitu wirausahawan dinamis yang menghasilkan ide dan kreasi baru. Ia merupakan promotor. (Suryana, 2014: 59)

## C. Definisi Women Entrepreneur

### 1. Definisi women entrepreneur

Perempuan Pengusaha (*Woman entrepreneur*) menurut Rachmawati (2010: 10) berasal dari kata woman dan Entrepreneur. Maksudnya adalah wanita yang menjalankan bisnis atau berwirausaha

namun tidak meninggalkan perannya sebagai ibu rumah tangga. Pengusaha perempuan (*women entrepreneur*) merupakan perempuan yang bergerak dalam bidang bisnis.

Kamal Singh juga mendefinisikan “ A women entrepreneur can be defined as a confident, innovative and creative women capable of achieving self-economic independence individually or in collaboration, generates employment opportunities for others through initiating, establishing and running the enterprise by keeping pace with her personal, family and social life (<https://www.businessmanagementideas.com/entrepreneurship-2/women-entrepreneurs/21046> pada 02 oktober 2020 pukul 09:40 ).

Pengusaha wanita dapat didefinisikan sebagai wanita yang percaya diri, inovatif, dan kreatif yang mampu mencapai kemandirian ekonomi mandiri secara individu atau dalam kolaborasi, menghasilkan peluang kerja bagi orang lain dengan memulai, membangun, dan menjalankan perusahaan dengan mengikutinya. Kehidupan pribadi, keluarga dan sosial.

## **2. Faktor-faktor yang mempengaruhi wanita wirausaha**

Alma (2013: 44-46) mengungkapkan bahwa Faktor-faktor yang mempengaruhi wanita wirausaha dapat dibagi menjadi dua yaitu: faktor pendorong dan faktor penghambat. Ada beberapa faktor yang menunjang berkembangnya wanita karir dalam bidang wirausaha yaitu:

### **a. Faktor Pendorong, yakni**

- 1) Naluri kewanitaan yang bekerja lebih cermat, pandai mengantisipasi masa depan, menjaga keharmonisan, kerjasama dalam rumah tangga dapat diterapkan dalam kehidupan usaha.
- 2) Mendidik anggota keluarga agar berhasil dikemudian hari, dapat dikembangkan dalam personel manajemen perusahaan



- 3) Faktor adat istiadat, contohnya di Bali dan Sumatra Barat, dimana wanita memegang peranan dalam mengatur perekonomian rumah tangga.
  - 4) Lingkungan kebutuhan hidup seperti jahit menjahit, meyulam, aneka masakan, kosmetik, mendorong lahirnya wanita pengusaha yang mengembangkan komoiti tersebut.
  - 5) Majunya dunia pendidikan wanita sangat mendorong perkembangan wanita karir, menjadi pegawai, atau membuka usaha sendiri dalam berbagai bidang usaha.
- b. Faktor Penghambat
- 1) Faktor kewanitaan, di mana sebagai ibu rumah tangga ada masa hamil, menyusui dll. Akan mengganggu jalan bisnisnya. Hal ini dapat diatasi dengan mendelegasikan wewenang/tugas kepada karyawan/ orang lain. Tentunya pendelegasian ini terdapat dua kemungkinan yakni lebih baik atau lebih buruk.
  - 2) Faktor sosial budaya, adat istiadat. Wanita sebagai ibu rumah tangga tentunya bertanggung jawab penuh dalam urusan rumah tangga. Bila anak atau suami sakit, ia harus memberikan perhatian penuh, dan ini kan mengganggu aktivitas usahanya. Jalan bisnis yang dilakukan wanita tidak sebebaskan yang dilakukan laki-laki. Wanita tidak bebas melakukan perjalanan luar kota, mengadakan lobby dll. Juga anggapan kebiasaan dalam rumah tangga bahwa suamilah yang mencari nafkah.
  - 3) Faktor emosional yang dimiliki wanita, di samping menguntungkan juga dapat merugikan. Misalnya dalam pengambilan keputusan, karena ada faktor emosional, maka keputusan yang diambil kehilangan rasionalitas. Juga dalam memimpin karyawan, muncul elemen-elemen emosional yang mempengaruhi hubungan dengan karyawan pria atau wanita yang tidak rasional lagi.

- 4) Sifat pandai, cekatan, hemat dalam mengatur keuangan rumah tangga, akan berpengaruh terhadap keuangan perusahaan. Kebiasaan kaum ibu adalah apabila membeli akan menawar rendah sekali, tapi bila menjual harganya ingin tinggi.

### 3. Etika perempuan pekerja

Bekerja merupakan perwujudan dari eksistensi dan aktualisasi diri manusia dalam hidupnya. Manusia, laki-laki maupun perempuan diciptakan Allah dengan daya fisik, kalbu, fikir serta daya hidup untuk melakukan pekerjaannya merupakan bagian dari amal shaleh. (Shihab, 2013: 392).

Ketika Al-Quran tidak memberikan larangan kepada perempuan untuk bekerja, maka perempuan akan bebas mencari pekerjaan yang layak. Meskipun demikian, tentunya ada batasan-batasan serta nilai-nilai etis perempuan ( Al-Barudi, 2003, 447). Beberapa etika perempuan bekerja yang harus dipatuhi antara lain:

- a. Menjaga sopan santun (al-A'raf: 199)
- b. Berakhlak mulia (al-Isra:37)
- c. Menjaga kehormatan diri (al-AnnisA: 25)
- d. Bekerja berdasarkan profesionalitas (al-Isra: 84)
- e. Pekerjaan yang dilakukan sesuai kodrat (al-Isra: 84).
- f. Tetap menjaga tujuan keluarga berupa sakinah (al-Rum: 21)
- g. Tetap menjaga musyawarah antara suami-istri (Ali-Imran: 159)

## **BAB III**

### **Biografi Khadijah binti Khuwailid**

#### **A. Biografi Khadijah binti Khuwailid**

##### **1. Sejarah Hidup Siti Khadijah binti Khuwailid**

Siti Khadijah dilahirkan dari keluarga Quraisy yang mulia dan terhormat. Ayahnya bernama Khuwailid bin Asad bin Abdul Uzza bin Qushai bin Kilab bin Murrah bin Ka'ab bin Lu'ai bin Ghalib bin Fihir (Hisyam, 2012: 115). Dari sinilah garis keturunan Khadijah bertemu dengan Nabi Muhammad SAW. Pada kakek ke empat yaitu Qushay bin Kilab (Al-Jamal, 2014: 32). Khadijah lahir di Makkah (Ummul Qura) tahun 68 sebelum hijrah, 15 tahun sebelum tahun gajah, atau 15 tahun sebelum kelahiran nabi Muhammad (Mursi,2007: 417).

Khuwailid ayah Siti Khadijah adalah seorang komandan perang yang memimpin dalam perang Fijar. Ketika di rumah ia menjadi Ayah dari tokoh-tokoh Quraisy yaitu Khadijah Ummul Mukminin, Halah ibu Abul 'Ash menantu Rasulullah, Raqiqah ibu Umaimah binti Bujad Bin Umair bin Bani Tamim bin Murrah an Al-Awamil bin Hal,Hizam bin Khuwailid, dan Naufal bin Khuwailid, salah seorang singa Quraisy pada perang Al-Muthayyibin. Tidak bisa dilupakan peran Khuwailid dalam menghadap raja Yaman, yaitu Tubba' Al-Khiru (Tubba' adalah gelar raja Yaman, sedangkan nama asli Tubba' Al-Khiru adalah Hasan bin Tuban Abu Karib). Kejadiannya ketika berangkat ke Makkah untuk berhaji dengan sikap sombongnya ingin mengambil dan merebut HajarAswad. Maka dengan keberaniannya, Khuwailid menemui dan menjelaskan akibat yang akan dihadapi raja Yaman tersebut jika ingin mengambil Hajar Aswad akan mendapat laknat dari langit, karena Tuhan yang

menguasai Bait Al-‘Atiq tidak tinggal diam dan akan melaknat sampai binasa.

Khuwailid bin Asad beserta orang-orangnya memberikan nasehat kepada raja Yaaan tersebut sehingga, raja tersebut merasa cemas dan takut, sehingga memikirkan akibat yang akan diterima oleh dirinya jika mengambil Hajar Aswad tersebut. sehingga raja Yaman tersebut mengurungkan niatnya untuk mengambil Hajar Aswad agar terhindar dari laknat tuhan yang maha menguasai alam semesta (Al-jamal, 20014: 63-64). Khuwailid juga dikenal sebagai seorang pedagang yang sukses dalam perdagangannya. Ayah Khadijah banyak memberkan contoh teladan dalam berdagang yaitu jujur, tidak tamak dan tidak memaksakan kehendaknya. Sehingga beliau erkenal sebagai pedagang yang sangat baik.

Selanjutnya ibu dari Khadijah binti Khuwailid (Siti Khadijah) bernama Fatimah binti Za’idah bin Al-Asham bin Amin bin Luay. Kakek Fatimah, ibnu khantsar adalah pahlawan Quraisy di masa jahiliyah, sedangkan nenek Khadijah yaitu Halah binti Abdi Manaf bin Al-Harits yang nasabnya tersambung dengan Luay bin Ghalib (Hisyam, 2012: 116).

Nasab Khadijah dari pihak ayah berhimpun dengan nasab Rasulullah saw pada kakeknya yang keempat, Qushai bin Kilab. Qushai bin Kilab adalah pemimpin Quraisy yang berhasil merebut kekuasaan kota Mekkah dari tangan kaum Khuza’ah pada abad ke-5 M, setelah itu, Qushai menjadi pemimpin agama dan pemerintah kota Mekah dan diteruskan oleh keturunannya. Sedangkan nasab dari pihak ibu berhimpun dengan nasab Rasulullah saw pada kakeknya yang ketiga, Abdul Manaf. Di lihat dari nasab tersebut dari pihak ayah maupun ibu, Khadijah memiliki kerabatan yang sangat dekat. Dan

Khadijah lah istri Rasulullah yang paling dekat nasabnya dengan beliau dibandingkan istri yang lain. (Yamani, 2007: 49).

Kedua orang tua Khadijah berasal dari keluarga terpandang di masyarakat Quraisy dan berasal dari keturunan baik. Ia tumbuh dalam keluarga kaya raya, menjunjung tinggi akhlak mulia, berpegang teguh pada agama, dan jauh dari hiburan malam, padahal rata-rata orang-orang Makkah tenggelam dalam gemerlapnya hiburan malam di Makkah. Kedua orang tuanya juga berasal dari keluarga yang kaya raya namun saangat dermawan sehingga mereka terkenal di kalangan masyarakat Quraisy suka membantu orang yang membutuhkan (Al-jamal, 2014: 58).

Kepribadian dan perilakunya yang lurus benar-benar menggambarkan sifat orang mukmin. Khadijah mempunyai sifat yang luhur dan akhlak yang mulia. Dalam kehidupannya sehari-hari senantiasa memelihara kesuciannya dan martabat dirinya, ia jauh dari adat istiadat yang kurang senonoh yang dimiliki oleh wanita-wanita Arab Jahiliyyah pada waktu itu, sehingga oleh penduduk Makkah beliau diberi gelar At-Thahirah (wanita yang suci).

Gelar menunjukkan kemuliaan seseorang. Ia diberikan manusia kepada orang lain karena prestasi tertentu. Gelar tersebut tidak akan diperoleh kecuali melalui riset yang mendalam, uji kelayakan dan kepatutan (fit and proper test), dan melalui masa yang lama, sampai diyakini bahwa seseorang tersebut layak mendapatkannya.

Gelar inilah yang dimiliki oleh sayyidah Khadijah, ia memiliki gelar kemuliaan lebih dari satu gelar, selain Ath-Thahirah Khadijah juga diberi gelar Sayyidatu Nisa'i Quraisy (Pemuka Wanita Quraisy). Gelar tersebut diberikan karena kesempurnaan sifat dan akhlak mulianya. Khadijah juga mendapatkan gelar Ummul Mukminin (ibu-

ibu orang mukmin) karena ia termasuk istri Rasulullah SAW, bahkan ia lebih dahulu mendapatkannya.

Khadijah juga yang paling pertama secara urutan, kedudukan dan martabat karena pengorbanan yang telah ia persembahkan, dan keikutsertaannya dengan Rasulullah dalam setiap usaha dan eksistensi dakwah. Khadijahlah orang yang pertama beriman, berdakwah kepada laki-laki dan perempuan dengan berpeluh keringat, disiksa dijalan Allah swt, merasakan pedihnya ujian dan tetap bersabar turut serta dengan Rasulullah ketika diisolir, dalam usia yang seharusnya istirahat dari penatnya kehidupan. Dengan kontribusi dan *tadiyyah* (pengorbanan) Khadijah, ia pantas mendapatkan gelar Umm Al-mukminin dengan kedudukan yang lebih istimewa dibanding istri yang lain. Karena ia lebih dulu menemani Rosulullah saw dalam berjuang (Sunarto: 2014: 11).

## **2. Keislaman dan Pernikahan Khadijah**

Ibnu Ishaq menuturkan “ Khadijah binti Khuwailid adalah seorang saudagar wanita yang memiliki kemuliaan dan harta. Ia mempekerjakan sejumlah laki-laki untuk memperdagangkan harta miliknya dengan memberikan mereka imbalan. Ketika mendengar kejujuran bertutur kata, besarnya amanah Rasulullah saw, Khadijah mengirim utusan untuk menemuinya. Khadijah menawarkan nabi untuk memasarkan dagangannya ke negeri Syam dan bersedia memberikan nabi imbalan terbaik yang lebih banyak dari pada gaji yang pernah diterima orang-orang lain.

Nabi tidak sendiri dalam berdagang, ia ditemani budak milik Khadijah bernama Maisarah (Hisyam, 2012: 115). Pertemuan pertama Khadijah dalam rangka hubungan kerja membuat Khadijah terkesan. Hatinya tertambat kepada Muhammad bin Abdullah yang mempunyai kepribadian dan akhlak yang terpuji. Setelah kematian kedua suaminya, Khadijah memang banyak mendapatkan pinangan dari para

pemuka Quraisy. Namun semuanya ia tolak karena yang mereka kehendaki hanyalah kekayaan semata.

Pernikahan Khadijah dan nabi Muhammad dilaksanakan setelah nabi Muhammad kembali dari Syam. Usia Rosulullah saat itu adalah 25 tahun, sedangkan khadijah 40 tahun. Sebagaimana yang dikutip oleh Abdul Mun'im Muhammad dalam *Ath-Thabaqat Al-Kubra* Ibnu Sa'ad. Diriwayatkan dari Hakim Ibnu Hazm Ibnu Khuwailid “ rasulullah menikah pada usia 25 tahun, sedangkan Khadijah 2 tahun lebih tua dariku. Dia dilahirkan 15 tahun sebelum tahun Gajah dan aku dilahirkan 13 tahun sebelum tahun Gajah” (Mun'in Muhammad, 2019: 23). Ada beberapa pendapat yang mengemukakan bahwa umur Khadijah 28 tahun, 30 tahun, 45 tahun, dan 40 tahun saat menikah dengan nabi muhammad. Namun pendapat yang masyhur umur Khadijah menikah dengan nabi Muhammad yakni 40 tahun berasal dari Hakim Bin Hizam yang merupakan sepupu Khadijah dan hanya berbeda dua tahun dengan Khadijah kemudian Nafisa Binti Muniya yang menyampaikan keinginan Khadijah untuk Menikah dengan Nabi Muhammad (Ahmad, 2018: 9).

Khadijah di nikahkan dengan Rasulullah oleh ayah Khadijah sendiri dan ada yang menuturkan oleh saudaranya, Amr bin Khuwailid. Rasulullah memberikan mahar dua puluh ekor anak unta. Khadijah melahirkan seluruh putra putri Rosulullah kecuali putranya Ibrahim. Sebelum pernikahannya dengan Rosulullah Khadijah pernah menikah dengan Abu Halah bin Malik salah seorang warga Bani Usaid bin Amr bin Tamim dan melahirkan Hindun dan Zainab. Sebelum pernikahan Khadijah dengan Abu Halah, Khadijah bersuamikan Atiq bin Abid bin Abdullah bin Umar bin Makhzum dan melahirkan Abdullah dan Jariyah (Hisyam, 2012: 741).

Kehidupan rumah tangga Khadijah diliputi kebahagiaan. Dari kehidupan Khadijah dan nabi, dikarunia oleh Allah 7 anak. Adapula

yang mengatakan dikarunia 8 anak. Menurut sebagian sumber lain, dikatakan dikarunia hanya 6 anak. Ibnu Ishaq dalam Ibnu Hisyam menjelaskan dari Khadijahlah seluruh putra-putri Rosulullah Saw dilahirkan kecuali Ibrahim (ibu Ibrahim adalah Mariyah Al-Qibthiyyah). Riwayat paling Shahih sebagaimana yang dikutip oleh Arum Afifatur dalam kitab Al-Alam, menyatakan bahwa anak Khadijah dan Rosulullah hanya 6. Dua orang laki-laki bernama Qasim dan Abdullah. Sedangkan empat lainnya adalah perempuan, yaitu Zainab, Ruqayyah, Ummu Kaltsum dan Fatimah Azzahra (Rohmaniyati Thesis 2016: 56).

Khadijah tidak hanya piawai dalam mengelola bisnis, namun juga mengurus kehidupan rumah tangga. Khadijah juga seorang istri yang berbakti terhadap suaminya, Rosulullah. Khadijah selalu mendahulukan kepentingan Rosulullah dari pada kepentingan pribadinya (Fitri, 2017: 56).

Sebelum Islam datang, Khadijah telah terlebih dahulu menganut agama *hanif* (agama yang dibawa oleh Nabi Ibrahim a.s) yang berpegang pada manhaj tauhid. Kualitas keimanannya tidak diragukan lagi. Bahkan ketika masyarakat jahiliyyah disibukkan dengan aliran paganism yang mereka anut akan tetapi keimanan Khadijah tidak tergoyahkan. Setelah Khadijah menikah dengan Muhammad, suaminya masih tetap meneruskan kehidupannya ber *uzlah* (menjauhkan diri dari masyarakat ramai). Nabi Muhammad juga menjauhkan diri dari kebiasaan orang-orang Arab saat itu yang gemar minum arak dan berjudi. Muhammad Al-Ghazali menuturkan Meskipun Nabi Muhammad *uzlah* tidak menghentikan kegiatannya dalam mengurus perdagangan, penghidupan sehari-hari, pergi ke tempat-tempat perdagangan dan lain sebagainya (Harahap: 2008: 32).

Khadijah adalah perempuan yang beruntung. Sebab ia juga ikut mengalami kejadian awal turunnya wahyu. Ibnu Ishaq menuturkan “Khadijah binti Khuwailid mengimani Rasulullah Saw dan



membenarkan seluruh yang beliau bawa dari Allah serta memberikan dukungan sepenuhnya dalam melaksanakan perintah Allah”. Khadijah adalah wanita pertama yang beriman kepada Allah dan Rasul-Nya. Dengan masuk Islamnya Khadijah membuat beban Rasulullah menjadi ringan. Ketika Rasulullah mendengar umpatan dan caci maki terhadap beliau yang membuat hatinya sedih, Allah menghilangkan kesedihan itu melalui Khadijah saat Rasulullah kembali padanya. Khadijah memotivasi Rasulullah, meringankan bebannya dan menganggap remeh reaksi negatif manusia terhadap Rasulullah (Hisyam, 2012: 150).

### 3. Keutamaan & kesitimewaan Khadijah

Selama hidup, Khadijah telah melakukan segala kebaikan dan keutamaan. Kecintaannya pada Rabbnya sudah menjadi tabiat. Ia selalu memberi bantuan dan pertolongan kepada semua orang yang membutuhkan pertolongan. Ia memiliki kepribadian yang bersih. Berikut adalah beberapa keistimewaan Khadijah yang tidak dimiliki oleh perempuan lain:

- a. Khadijah adalah istri pertama Rasulullah , Rasulullah Saw tidak pernah menikah dengan wanita lain selama Khadijah masih hidup (Hisyam, 2012: 116).
- b. Khadijah merupakan satu-satunya perempuan yang mendapat salam dari Allah dan malaikat Jibril secara langsung. Diriwayatkan oleh Abu Zur'ah, bahwa, dia mendengar Abu Hurairah berkata:

أَتَى جِبْرِيلُ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالَ يَا رَسُولَ اللَّهِ هَذِهِ خَدِيجَةُ قَدْ أَتَتْكَ مَعَهَا  
 إِنَاءٌ فِيهِ إِدَامٌ أَوْ طَعَامٌ أَوْ شَرَابٌ فَإِذَا هِيَ أَتَتْكَ فَأَقْرَأْ عَلَيْهَا السَّلَامَ مِنْ رَبِّهَا عَزَّ وَجَلَّ  
 وَمَنِّي وَبَشِّرْهَا بِبَيْتٍ فِي الْجَنَّةِ مِنْ قَصَبٍ لَا صَحْبَ فِيهِ وَلَا نَصَبَ

“ Jibril pernah mendatangi Nabi Muhammad Saw dan berkata: “  
 Khadijah r.a akan menemui mu dengan membawa wadah berisi lauk,

*makanan dan minuman. Jika dia telah datang menemuimu, sampaikan salam Tuhannya dan diriku untuknya serta kabar gembira dari tuhannya dan dariku, bahwa dia akan memperoleh syurga dari permata yang mana tidak ada kebisingan dan rasa lelah di dalamnya. ( HR Bukhari Muslim).*

- c. Khadijah merupakan istri teladan, penolong, utama Rosulullah . dia wanita pertama yang membenarkan da'wah Rosulullah dan ikut merasakan berat dan pedihnya tantangan dakwah yang dialami Rasulullah (Haidir, 2005: 6). Karena itu ketika khadijah meninggal, Rasulullah selalu mengenang beliau. Dalam satu riwayat dikatakan:

قال رسول الله ﷺ: ما أبدلني الله عز وجل خيرا منها قد امننت ذكفر بي الناس  
 وصدقني اذ كذبتني الناس وواستني بما لها اذ حرمني الناس ورزقني الله عز وجل ولدها  
 اذ حرمني اولاد النساء (أخرجه أحمد)

*Allah belum pernah menggantikan yang lebih baik darinya. Dirinya telah beriman kepadaku takkala manusia mengingkariku, dia mempercayai ku ketika orang lain mendustaiku, dirinya telah mengorbankan seluruh hartanya manakala orang lain mencegahnya dariku dan dengannya Allah beriku rezeki takkala hal itu tidak diberikan pada istri-istri yang lain (H R Ahmad).*

أفضل نساء أهل الجنة خديجة بنت خويلد و فاطمة بنت محمد و اسية بنت  
 مزاحم امرأة فرعون و مريم ابنة عمران

Wanita-wanita yang paling utama sebagai penduduk surga adalah Khadijah binti Khuwailid, Fathimah binti Muhammad, Asiyah binti Muzahim (istri Fir'aun) dan Maryam binti 'Imran." (HR. Ahmad,

1:293. Syaikh Syu'aib Al-Arnauth menyatakan bahwa sanad hadits ini shahih.).

## B. Aktivitas perdagangan Khadijah

### 1. Aktifitas Bisnis/ Perdagangan Khadijah

Mekkah adalah tempat tinggal Khadijah. Mekkah merupakan tempat yang mempunyai keistimewaan bagi penduduknya, tidak terkecuali Khadijah. Mekkah terletak disebuah lembah, dikelilingi gunung-gunung yang menjulang tinggi, tidak ada sama sekali tumbuhan, tidak banyak sumber air dan tidak dikelilingi oleh pohon yang rindang. Meskipun Mekkah terletak ditempat yang beriklim sangat panas, Allah memberi keistimewaan karena posisinya yang lebih unggul dari tempat lainnya.

Mekkah berada di titik tengah jalur perdagangan jazirah Arab yang menjadi penghubung antara negeri Yaman di wilayah selatan dan Syiria di daerah Utara. Mekkah ibarat pelabuhan ditengah padang pasir, mekah adalah tempat persinggahan para kafilah dagang yang membawa dagangan dari selatan ke utara, dari utara ke selatan dan dari Asia menuju pedalaman Afrika. Karena itulah, Mekah menjadi tempat berkumpulnya manusia, saat itu, perdagangan menjadi salah satu mata pencaharian yang berkembang (Al-Jamal, 2014: 37-40).

Perdagangan orang Mekah teratur rapi, ketika musim dingin mereka berdagang ke Yaman dan pada musim panas mereka berdagang ke Syam. Allah telah melimpahkan kenikmatan besar kepada mereka dan mengarahkan mereka kepada rezeki yang baik dn utama. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Allah dalam Al-Qur'an QS Quraisy:1-4

لَا يَلْفُ قُرَيْشٌ (١) الْفِهْمَ رِحْلَةَ الشِّتَاءِ وَالصَّيْفِ (٢) فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ (٣)

(الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَآمَنَهُمْ مِنْ خَوْفٍ) (٤)

*Artinya: Karena kebiasaan orang-orang Quraisy, (yaitu) kebiasaan mereka bepergian pada musim dingin dan musim panas. Maka hendaklah mereka menyembah Tuhan (pemilik) rumah ini (Ka'bah), yang telah memberi makanan kepada mereka untuk menghilangkan lapar dan mengamankan mereka dari rasa ketakutan (Kemenag RI, 2013: 602).*

Kaum laki-laki terkenal dengan kepiawaian dalam berdagang, membuka pasar-pasar di Yaman, Iraq dan Persia. Maka kaum wanita tidak kalah ikut serta dalam kepiawaian berdagang salah satunya adalah Khadijah binti Khuwailid. Para sejarawan sepakat bahwa, Khadijah mewarisi keindahan paras dan kebagusan akhlak ayahnya. Khadijah membantu lingkungannya dengan mencurahkan potensi dirinya. Semua itu menjadikan siapapun yang mengenalnya sangat menghormati, memuliakannya.

Khadijah mulai konsentrasi berdagang setelah suami kedua meninggal. Allah memberikan berkah pada perdagangan Khadijah dan Allah memberikan berkah pada perdagangan dan harta Khadijah sampai hartanya melimpah dan menjadi buah bibir manusia. Para pedagang di Syam, Persia, dan romawi seringkali menunggu dagangan Khadijah karena keistimewaannya berupa, kualitasnya yang bagus, berasal dari barang-barang pilihan, dan mencakup segala hal yang dibutuhkan. Barang niaga Khadijah mencakup minyak wangi, kain sutera, makanan pokok dll yang ia kirim ke beberapa negara. Bahkan sayyidah Khadijah memiliki pegawai dari romawi, Ghassan, Persia, Dasamskus, dan Ibu kota Kisra (Al-jamal, 2014: 77-79). Tercatat bahwa Khadijah selalu mempersiapkan sekian 80 unta yang mengantarkan barang dagangannya (Fitri, 2017: 61).

Khadijah mengatur perdagangannya dari dalam istananya. Ia membagi tugas kepada pembantu dan budaknya. Mereka bertugas mencari calon-calon pedagang yang akan dipilih Khadijah untuk membawa dagangannya. Jiwa kepemimpinan Khadijah terlihat saat

ada perkara yang harus dipecahkan, Khadijah bermusyawarah dengan keluarganya, tetapi tetap Khadijah sebagai pengambil utama keputusan. Berdasarkan pemikiran yang matang dan pengalamannya yang luas, ditambah dengan kecerdasan yang ia miliki dan pengetahuan yang mendalam mengenai seluk beluk manusia (Al-Jamal, 2014:). Khadijah merupakan seorang yang berfikir tajam, bercita-cita tinggi dan mempunyai pribadi yang luhur dalam mengendalikan perniagaannya. Khadijah juga seorang usahawan yang mengorientasikan keberhasilan melalui usahanya yang bersungguh-sungguh ( Razwy, :19).

Adapun dalam pengelolaan bisnisnya Khadijah menggunakan berbagai metode, diantaranya memberikan upah tetap kepada mereka (ijarah-penterj). Khadijah memberikan upah tersebut atas upaya yang mereka kerahkan dalam membeli dan menjual atas namanya. Metode yang lain adalah dengan mengikat akad dengan para pedagang yang akan mengelola hartanya. Keuntungan dibagi antara Khadijah dan para pedagang dengan prosentase tertentu, seperti seperempat, seperdelapan, seperenam dan sebagainya. Adapun jikalau ada kerugian, itu akan ditanggung oleh Khadijah. Akad ini disebut akad mudharabah atau Qaradh. Sebagaimana yang dikutip oleh Muhammad Hasan Al-jamal dalam khadijah Teladan Agung Wanita Mukminah. Syekh abu Zahra mengungkapkan:

*Tidak diragukan lagi bahwa kedua jenis akad tersebut membutuhkan amanah yang tinggi. Sayyidah Khadijah r.a memilih mereka berdasarkan amanah, karena mereka dalam berdagang menjadi wakil khadijah, sedangkan Khadijah tidak bertemu dengan mereka kecuali ketika berangkat dan ketika pulang berdagang, meskipun demikian ia tetap mengirim pembantunya untuk memantau mereka, semisal Maisarah.*

Nama Sayyidah Khadijah sangat dikenal di telinga orang-orang syam, Persia, Iraq, Romawi di mana barang dagangan Khadijah sampai ke negara tersebut. senada dengan itu, Sayyid Muhammad

Maliki menegaskan bahwa Khadijah mempunyai perniagaan yang berskala besar dan membuka peluang pekerjaan kepada penduduk disekitar Mekkah (Maliki, iii).

Perdagangan Khadijah sangat diberkahi, Khadijah mendapatkan keuntungan melimpah. Ruang tamunya selalu terbuka untuk para tamu yang datang, dan Khadijah juga sering memberi makan kepada orang-orang kelaparan (Sunarto, 2014: 65). Setelah menikah dengan Rosulullah Khadijah ,, sambungan , Khadijah menyerahkan semua hartanya untuk kepentingan dakwah. Khadijah adalah istri yang taat terhadap suami baik secara lahir maupun bathin.

Khadijah dengan sifatnya yang mulia, berdagang dengan sifat jujur beliau tidak pernah melakukan riba dalam berdagang sehingga banyak orang yang mau bekerja dengan Khadijah. Saat kebanyakan pedagang melakukan riba, namun Khadijah tidak melakukan hal tersebut . Khadijah berpegang teguh terhadap prinsip kemanusiaan bahwa tidak benar mengambil hak orang lain. Kejujuran Khadijah terlihat dari awal ketika Khadijah menjelaskan pembagian keuntungan sejak awal dengan pekerja, hal ini menunjukkan Khadijah merupakan pebisnis yang profesional dan Khadijah tidak mendzalimi orang yang bekerja dengannya.

## **2. Strategi Khadijah Dalam Berbisnis /Rahasia Sukses Bisnis Khadijah**

Rahasia dibalik kesuksesan bisnis Khadijah tidak terlepas dari dua faktor: internal dan eksternal. Faktor internal yakni seperti keimanan yang kokoh dan spritualitas yang tinggi, mentalitas wirausaha, memiliki modal dan pandai mengelolanya, kemampuan merekrut karyawan dan menjalin mitra kerja, suka berderma, berani mengambil keputusan dan pandai membaca peluang. Faktor eksternal seperti stabilitas keamanan kota Mekah dan letaknya yang strategis dan cocok untuk iklim usaha. Secara garis besar rahasia kesuksesan

bisnis Khadijah dikemukakan oleh Khoirul Amru Harahap (2008:72) sebagai berikut:

a. Keimanan yang kokoh dan spiritualitas yang tinggi

Iman dan tauhid mengantarkan seseorang bahwa harta yang dimiliki adalah milik Allah. Terbukti bahwa Khadijah selalu membantu dan menolong orang yang membutuhkan bantuan. Karena menyakini bahwa kesuksesan yang dimiliki tidak semata usaha sendiri melainkan partisipasi orang lain. Iman dan tauhid juga mengantarkan seorang pengusaha yang beriman untuk menghindari segala bentuk eksploitasi terhadap sesama manusia, menghindari praktik ribawi, pencurian dan penipuan.

Buah hasil dari keimanan sangat diperlukan pebisnis dalam menjalankan usaha bisnisnya. Pada masa jahiliyah Khadijah dikenal dengan perempuan yang memiliki kerhormatan dan kedudukan yang tinggi, keimanan sejati, jiwa besar dan perilaku yang suci. Dikedalaman hatinya Khadijah merasakan kegelisahan terhadap fenomena paganisme jahiliyah (aktivitas menyembah berhala) karena itu, ia menceritakan kegelisahan hatinya kepada Waraqah bin Naufal sebelum kemudian ia menikah dengan Rasulullah Saw. Sebelum memeluk Islam, Khadijah adalah penganut agama *hanif* yang berpegang pada manhaj tauhid. Sedangkan mengenai spritualitas Khadijah yang mengantarkan kesuksesan bisnisnya adalah nilai-nilai spritual yang dimilikinya seperti sikap jujur, amanah, komitmen, tawakal, sabar, ridha, rendah hati, asketis (sikap yang memperhatikan kesederhanaan, kejujuran, dan rela berkorban), wira'i. Dalam dunia bisnis nilai ini dinamakan dengan modal nonmateri.

b. Mentalitas Wirausaha

Menurut Khoirul Amru Harahap Khadijah adalah salah satu pebisnis tipe entrepreneur atau wirausaha. Sebagaimana yang

tercatat dalam sejarah bahwa Khadijah memperkerjakan orang lain yang mempunyai sikap jujur dan amanah dalam menjalankan usaha bisnisnya. Dapat disimpulkan bahwa Khadijah menciptakan lapangan kerja bagi orang lain dan pandai mendelegasikan pekerjaan kepada orang lain. Khadijah juga tercatat pernah menginvestasikan modalnya dalam usaha perdagangan yang dikelola ayahnya. Disamping itu, Khadijah juga pandai dalam bidang lobi dan menjalin *network*.

Ashadi Zein (2008: 2) menambahkan Khadijah dalam mengurus perniagaannya menggunakan konsep empowerment dalam konsep ini Khadijah memberikan kebenaran kepada para pekerja supaya bertindak, berfikir secara bebas asalkan tindakan dan keputusan tersebut dapat menyumbang kepada pencapaian tujuan usaha atau perdagangannya.

c. Punya Modal dan Pandai Menjaring Mitra Bisnis

Khadijah berasal dari keturunan seorang pedagang yang sukses dan kaya. Ia tidak kesulitan untuk mendapatkan modal usaha bisnisnya, disamping itu, Khadijah juga mendapatkan modal harta yang diwariskan oleh mendiang suaminya. Khadijah adalah sosok perempuan yang tidak suka menimbun harta, melainkan wanita yang sangat produktif. Ia senantiasa menjalankan roda bisnis dan tidak pernah melakukan monopoli. Modal yang Khadijah miliki, tidak dibiarkan tertimbun atau dihabiskan berfoya-foya atau konsumtif. Modal tersebut di investasikan dalam bentuk usaha perdagangan. Meskipun modal Khadijah yang berlimpah, (Harahap, 2008: 110-116) menjelaskan Khadijah berhasil dalam perdagangannya, juga karena tertanam modal non materi dalam jiwanya, bahkan modal non materi lebih dahsyat dan luar biasa dalam menentukan kesuksesan bisnisnya. Khadijah memang memiliki modal, tapi hal terpenting dalam bisnis bukanlah modal. Hakikatnya, modal tidak harus berbentuk



uang. Kemampuan berfikir, skill, kemauan, ide cemerlang dan kemampuan menjalin mitra bisnis atau jaringan (network) persahabatan adalah modal utama. Terbuti, bahwa modal non materi yang dimiliki oleh Khadijah di antaranya adalah kepiawian dalam memilih SDM. Perekrutan Muhammad sebagai pemimpin kafilah perdagangan ke Syam”.

Senada dengan itu, (Arlina, 2010: 58) mengungkapkan bahwa dalam menjalankan bisnis Khadijah tidak terlepas dari berbagai resiko, pemilihan SDM erat dengan resiko, namun Khadijah melakukannya dengan baik. Keberanian Khadijah membuat keputusan dan mengelola resiko mengantarkan Khadijah menjadi pengusaha yang sukses.

Tidak ada catatan lengkap mengenai siapa saja para pekerja atau karyawan Khadijah. Catatan sejarah hanya ada menjelaskan tentang beberapa orang di antara mitra bisnis Khadijah. Ada juga catatan yang menerangkan bahwa Khadijah sangat selektif dalam memilih karyawan atau mitra kerjanya. Artinya saat itu Khadijah sudah memiliki kriteria penilaian dalam merekrut karyawan dan mitra bisnisnya. Selain itu, Khadijah juga sudah menetapkan standar upah bagi para karyawannya dan membuat kontrak kerja.

Maksud mitra bisnis adalah orang yang pernah ditugasi oleh Khadijah untuk menangani urusan dagangannya. Kriteria karyawan dan mitra bisnis Khadijah yakni kejujuran, tanggung jawab dan sikap dapat dipercaya. Kriteria penilaian ditetapkan dengan maksud untuk menjamin keamanan dan keselamatan barang-barang dagangannya. Kriteria penilaian memang sangat dibutuhkan sebab kewenangan yang diberikan kepada karyawan atau mitra kerja sangat besar. Ia harus bertindak sebagai pembawa barang dagangan, pengawas, penjual, penanggung jawab keuangan dan lain-lain.

- d. suka berderma

Terdapat banyak catatan sejarawan yang menerangkan bahwa Khadijah adalah sosok perempuan yang terkenal hartawan dan dermawan. Khadijah selalu membantu para janda dan anak-anak yatim, menjamu para tamu, melimpahi rumah-rumah sanak keluarganya dengan kebajikan serta santunan.

Senada dengan itu (Zein, 2008: 5) mengatakan walaupun Khadijah usahawan yang tersohor di bumi Mekah dan disibukkan mencapai kemajuan dalam dunia perniagaan, beliau tidak lupa menggunakan harta nya dalam hal kebaikan, memberi makan dan pakaian orang miskin dan ermasuk membantu mereka yang tidak memiliki kemampuan unuk menikah.

e. Pandai membaca pasar target pasar

Stabilitas keamanan kota Mekkah dan letak yang strategis untuk iklim usaha membuka peluang bagi Khadijah untuk membuka usaha perdagangannya. Telah tercatat dalam sejarah bahwa hampir setiap kafilah dagang Quraisy yang berangkat ke negeri Syam dan Yaman memuat sebagian besar dagangannya.

Senada dengan itu, Fatimah Salwa dan Joni Tamkin (2013: 120-126) mengungkapkan faktor-faktor kejayaan perniagaan Khadijah yakni:

- 1) ciri-ciri pemilik yakni merujuk kepada nilai-nilai keusahawanan yang dimiliki oleh pengurus atau pemilik perniagaan. Di antara nilai-nilai keusahawanan yang dimiliki oleh Khadijah yakni berani menghadapi resiko, mengelola resiko dan pandai membaca peluang
- 2) Ciri-ciri pekerja yakni etika pekerja merupakan norma budaya yang menggalakkan pekerja menjalankan kewajiban bekerja dengan tanggung jawab. Etika berbisnis yang baik seperti, jujur, amanah, tidak menjual barang cacat, tidak menimbun barang dan

menghindari riba, menjadi pendorong suksesnya perdagangan Khadijah.

- 3) Amalan pengurusan yakni amalan pengurusan yang baik akan memberikan kesan positif kepada prestasi termasuk perkembangan keuntungan perniagaan.
- 4) Sumber modal, kewujudan sumber modal Khadijah yang mencukupi membuat Khadijah dapat memulakan bisnis dan mengembangkan bisnisnya. Khadijah bukan saja seorang peniaga yang mempunyai banyak harta, bahkan bijak menggunakan dan mengurus serta mengembangkan perniagaannya sehingga Khadijah mendapatkan keuntungan yang berlipat ganda (Zein, 2008: 31).
- 5) Amalan-amalan nilai agama, amalan-amalan nilai agama merujuk kepada ciri-ciri yang dimiliki oleh usahawan muslim dalam menjalankan aktivitas ekonomi berdasarkan al-Qur'an dan Hadis. Azti Arlina juga menyimpulkan bahwa Khadijah sosok perempuan hebat yang dapat mempraktikkan nilai-nilai agama dalam kehidupan termasuk perniagaan, di antara nilai-nilai agama yang dimiliki Khadijah: jujur, amanah, tawakkal, sabar dll. (Arlina, 2010: 98-100)
- 6) Budaya masyarakat. Budaya masyarakat Arab yang gemar berdagang juga menjadikan suksesnya bisnis Khadijah. Budaya keusahawanan masyarakat Arab turut menyumbang kepada kemajuan perniagaan Khadijah. Mayoritas penduduk Mekah terlibat dalam perniagaan. Pekerjaan ini menjadi amalan dan warisan sejak nenek moyang, keadaan tersebut memberi peluang kepada Khadijah untuk bersaing satu sama lain. Menurut K.H Moenawar Chalil yang dikutip oleh Fatimah Salwa, “ meskipun masyarakat Arab adalah masyarakat yang rusak akhlak dan moral, tetapi mereka maju dalam dalam beberapa bidang, salah satunya dalam perniagaan. ( fatimah salwa, 2013, 126).

### **C. Peran Khadijah dalam dakwah Islam**

Khadijah adalah mujahidah (pejuang perempuan) utama yang peran dan jasanya sangat besar dalam memperjuangkan dakwah Islam. Semasa hidupnya, Khadijah mengorbankan jiwa raga untuk membantu perjuangan Rasulullah Saw. Dalam berdakwah dan menyebarkan agama Islam, selama tiga tahun mengajak kaumnya untuk mengikuti ajaran agama Islam secara sembunyi-sembunyi sampai terang-terangan.

Hasil penelitian Syarifatul Munawwarah menemukan bahwa, sangat banyak peran Khadijah dalam memperjuangkan Islam, dimulai dari pertama kali menerima wahyu, Khadijah senantiasa membantu Rosulullah memberikan dukungan dan saran agar tetap sabar dan tegar atas ujian yang diberikan oleh Allah. Khadijah juga ikut andil langsung dalam menyebarkan dakwah Islam bagi masyarakat Arab yang mana pada saat itu, masih banyak yang percaya pada ajaran nenek moyang.

Keberhasilan dakwah yang dilakukan Khadijah mendampingi Rosulullah dengan banyaknya orang masuk Islam dan serta bantuan pembelajaran bagaimana melakukan perdagangan sehingga ekonomi masyarakat Arab bisa maju dan juga memberikannya kejalan Allah. Khadijah memberikan hartanya kepada Rasulullah sebagai modal dalam berusaha ataupun untuk kepentingan dakwah (Munawwarah, 2018, xi). Setelah pernikahan mereka Rasulullah menjalankan usaha dengan Khadijah yang membuat usaha tersebut semakin berkembang sangat pesat dan sampai mencapai negeri Yaman, Syiria, Iraq, Yordania, Bahrain dan negeri-negeri yang ada di Jazirah Arab yang memiliki pusat perdagangan (Fitri, 2017: 97).

Setelah turun wahyu, Rasulullah mendapat perintah dari Allah untuk menyebarluaskan agama Islam. Khadijah berperan penting

dalam kemaslahatan umat muslim saat itu. Dimana pada saat orang muslim mengalami siksaan yang sangat berat dan dimana ketika orang muslim mendapati perjanjian pemboikotan dengan orang kafir Quraisy. Khadijah tidak pernah berfikir bahwa membantu dan memberikan hartanya akan membuat ia kekurangan. Khadijah dengan murah hati selalu mengeluarkan hartanya untuk kemaslahatan umat (Al-Jamal, 2015: 80).

Berbagai peristiwa di alami Khadijah selama mendampingi Rasulullah dalam menyebarkan agama Islam. Khadijah bahkan merasakan dan menyaksikan kekejaman yang di lakukan oleh orang kafir yang tega menyiksa orang Muslim hingga meninggal dunia. Khadijah selalu mendoakan orang mukmin yang selalu bersabar dan bertahan, Khadijah selalu memohon kepada Allah swt agar selalu memberikan kepada orang-orang yang sabar itu kelapangan dan jala keluar, dan mereka mendapatkan pertolongan dari segala kezhaliman dan penindasan (Al-jamal, 2014: 246).

Khadijah juga rela berpisah dengan putrinya Ruqayyah karena ikut berhijrah ke negeri Habsyi bahkan Khadijah turut serta bersama Rasulullah dalam masa pemboikotan oleh kafir quraisy. Ketika terjadi pemboikotan, Khadijah melakukan kegiatan dengan melakukan banyak sumbangan terhadap orang muslim yang merasa kelaparan dan tersiksa dalam masa pemboikotan. Khadijah juga memasok banyak makanan dan minuman untuk persiapan orang muslim (Fitri, 2017: 105-108). Khadijah menemani Rasulullah di masa pengasingan itu, karena telah berjuang keras, kondisi fisik Khadijah mengalami penurunan kesehatan. Terlebih lagi, umur Khadijah saat itu mencapai 65 tahun.

Setelah keluar dari masa pemboikotan selama enam bulan, orang terdekat Rasulullah Saw, Abu Thalib meninggal dunia.

Berselang sekitar dua tiga bulan setelah kematian Abu Thalib, Khadijah berpulang kerahmatullah. Kematian dua orang yang besar jasanya dalam mendakwahkan Islam telah membawa kesedihan yang mendalam bagi Rasulullah. Terlebih lagi, setelah Abu Thalib dan Khadijah ,meninggal dunia, Rasulullah mendapatkan perlakuan yang lebih kasar dari kaum kafir Quraisy. Mereka lebih berani berlaku jahat terhadap Rasulullah. Tahun tersebut dikenal dengan *amul huzni* (tahun kesedihan).

Siti Khadijah wafat 3 tahun sebelum Hijrah ke Madinah, yaitu pada tanggal 11 ramadhan di Mualla yang biasanya terkenal dengan desa Al-hajun dalam usia 65 tahun. Saat pemakaman, Rasulullah Saw yang turun ke liang lahat untuk menguburkan beliau (Munawwar, 2004: 16).

#### **D. Women Entrepreneur Masa Kini**

Womenpreneur (pengusaha perempuan) adalah sebutan bagi wanita/perempuan yang berprofesi sebagai pengusaha. Bisnis di era millennial sudah bukan dominasi kaum pria. Banyak perempuan memilih profesi sebagai pengusaha karena beberapa alasan, di antaranya adalah waktu yang lebih fleksibel, bisa menjalani pekerjaan sesuai passion, juga bisa berkarya sambil terus mengurus rumah tangga (<https://www.citawanita.com/womenpreneur-tren-profesi-wanita/> di akses tanggal 28 januari 2021 pukul.09:00).

Pengusaha perempuan telah ditunjuk sebagai mesin baru dan bintang ekonomi di negara berkembang untuk membawa kemakmuran dan kesejahteraan. Berbagai pemangku kepentingan telah menunjuk mereka sebagai sumber penting pertumbuhan ekonomi dan pembangunan yang belum dimanfaatkan ( Vossenber, 2013: 1).

Berdasarkan statistik, jumlah perempuan lebih banyak dibandingkan dengan laki-laki. Dengan jumlah yang banyak, perempuan harus ditingkatkan baik sebagai subjek maupun objek pembangunan bangsa. Wanita memainkan peran penting dalam hidup. Wanita adalah benteng utama keluarga. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia mulai dari peran perempuan dalam memberikan pendidikan kepada anak-anaknya hingga bagaimana perempuan dapat menjaga sistem ekonomi dalam keluarga. Pertumbuhan ekonomi akan memicu pertumbuhan industri dan peningkatan kualitas pemenuhan hidup. Di sektor ini, perempuan dapat membantu meningkatkan perekonomian keluarga dengan berbagai cara baik dengan wirausaha maupun tenaga kerja didik (Hani, 2012:276).

Jumlah wanita di Indonesia sebagai pengusaha atau pemilik usaha terus bertambah mengikuti kemajuan perekonomian nasional dan perkembangan sosial yang semakin modern, yang juga di dorong oleh semakin besarnya peluang bagi wanita di Tanah Air untuk mendapatkan pendidikan yang baik dan kebebasan dalam menentukan jalan hidup pribadinya, termasuk keputusannya untuk menjadi pengusaha atau memiliki usaha sendiri (Nurmalasari, 2020, 113).

Seiring berkembangnya zaman, sederet nama pengusaha wanita, khususnya muslimah semakin bermunculan, Salah satunya, Anne Rufaidah (ketua Asosiasi perancang pengusaha mode Indonesia) yang berbisnis mengaplikasikan nilai-nilai dakwah di dalam bisnisnya. Bisnis busana muslimah yang ia miliki bertujuan untuk mensosialisasikan busana muslimah di kalangan masyarakat luas. Seiring perkembangan zaman, ia melihat pergeseran busana muslimah. Banyak perancang yang menghilangkan kaidah aurat dalam merancang busana muslimah. Busana tersebut panjang, namun membentuk lekukan tubuh yang merusak makna busana muslimah itu sendiri. Padahal sudah jelas, itu semua tidak sesuai dengan pedoman

Al-qur'an dan hadis. Dalam Al-Qur'an dan hadis juga diterangkan bagaimana idealnya busana bagi seorang muslimah: yakni tidak membentuk aurat, tidak transparan, menutup dada dan syarat-syarat lainnya. Anne berprinsip bahwa memegang pedoman Al-qur'an dan Hadis dalam rancangan busana miliknya (Arlina, 2010: 8-9).

Misalnya lagi, pengusaha perempuan yang sukses dalam bisnisnya yakni Linda Afriani. Sosok perempuan yang mengembangkan bisnis dengan menerapkan prinsip dan strategi Khadijah dalam berbisnis. Pertama, Prinsip menjadi produktif, walaupun memiliki kekayaan yang melimpah, tidak membuat Khadijah menghamburkan uang dan kekayaannya dan berperilaku konsumtif. Bunda Linda membuat peluang bisnis dengan menanamkan pada dirinya untuk terus produktif dan bisa bermanfaat bagi masyarakat Luas. Kedua, memiliki minat dan bakat dalam berwirausaha, ketiga, pembagian profit, pembagian laba yang didapat tidak diendapkan melainkan digunakan Linda untuk membuka usaha baru. Tak tanggung-tanggung hingga sekarang, sejumlah 100 UKM telah di gaet dan bekerjasama untuk mengembangkan usahanya. Keempat, pemberian gaji, Linda mengadakan berbagai acara untuk meningkatkan keakraban dan memberikan apresiasi yang sesuai dengan kinerja karyawan seperti pemberian hadiah berupa umroh dan jalan-jalan ke Eropa. (<https://www.kompasiana.com/angelsari/5bc99b9bab12ae760a6273f2/sukses-berbisnis-ala-siti-khadijah?page=2> diakses tanggal 3 februari pada pukul 09,18).

Meskipun demikian, women entrepreneur masa kini, dapat dilihat secara garis besar dari kacamata orang di desa dan yang tinggal di kota, Di kota-kota besar fungsi perempuan sebagai ibu rumah tangga semakin berkurang peranannya karena beberapa penyebab, di antara penyebabnya ialah karena tuntutan kebutuhan



rumah tangga, atau dorongan berprestasi sebagai orang modern. Di perkotaan banyak ditemui wanita yang berkarier secara mandiri. Sementara di desa, masih melekatnya budaya patriarki menjadikan perempuan sulit dalam berkarir terutama dalam bidang entrepreneur.

Dan inilah beberapa fakta yang terjadi pada women entrepreneur masa kini:

1. sebagaimana yang dikutip oleh Belinda Damayanti dalam kitab Al-Arabiyyah Baina Yadaik terdapat sebuah artikel yang berjudul Al-usrah bainal Madhi wal Hadhiir (keadaan keluarga masa lampau dan sekarang). Yang mana nyata terjadi di sekeliling kita. Yakni banyaknya kaum hawa yang bekerja di luar rumah meninggalkan anak-anak mereka dan menyibukkan diri dengan pekerjaan. Tanggung jawab sebagai ibu sekaligus sebagai pengatur ritme kehidupan rumah tangga bersama suami menjadi terbengkalai dan juga mengabaikan anaknya.(Damayanti, 2019, 84). Selain itu, banyak media masa juga mengabarkan berita-berita mengenai perempuan pekerja yang mentelantarkan anaknya bahkan yang lebih miris terjadinya pembunuhan yang dilakukan oleh Suami diakibatkan ketidakpedulian seorang Istri terhadap suaminya dikarenakan bekerja (<https://news-Okezone-com> diakses pada tanggal 02 November 2020).
2. Masih melekatnya praktik zaman jahiliyah yakni budaya patriarki yang membuat perempuan terpinggirkan, zaman sekarang jika perempuan sukses, anggapan orang-orang sangat negatif terhadapnya, sebagian orang memandang perempuan yang bekerja pasti rumah tangganya berantakan, pasti anaknya terlantar dan sebagainya. Kesuksesan perempuan dipandang negatif bagi sebagian orang sebagaimana yang ditegaskan oleh Najwa Shihab di dalam youtube Chanelnya “perempuan yang berkontribusi lewat berbagai bidang misal bekerja dan berkarya, memiliki hambatan bahkan celaan dari harian dan lingkungan, bahkan sekedar membuat pilihan saja

sudah menentang. Banyak perempuan yang merasa bersalah walau memiliki tujuan mulia, tidak sedikit perempuan yang cemas dengan kemampuannya sendiri bahkan ada juga yang menganggap rendah dirinya sendiri. Penelitian menunjukkan sukses berkolerasi positif bagi laki-laki namun kerap mempunyai korelasi negatif terhadap perempuan( <https://youtu.be/93FiM3tWt0g>) diakses pada tanggal 25 november 2020 pukul 07.00.

## **BAB IV**

### **Analisis Strategi Dakwah Khadijah Sebagai Womenpreneurship**

#### **A. Analisis Strategi Dakwah Khadijah dalam Entrepreneurship**

Dakwah adalah mendorong manusia agar memperbuat kebaikan dan petunjuk serta menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan mungkar agar mereka mendapatkan kebahagiaan dunia akhirat (Ismail, Hotman, 2011: 28-29).

Dakwah bukan hanya tentang ceramah dan pidato semata, walaupun memang secara lisan dakwah dapat diidentikkan keduanya. Lebih dari itu, dalam masyarakat saat ini, dakwah yang relevan lebih ditekankan dan dibutuhkan dalam bentuk kerja nyata, karya yang memberikan dampak pada kesejahteraan masyarakat. Dan dalam agama Islam dakwah merupakan unsur dalam pengembangan Islam yang memajukan taraf kehidupan dan beragama supaya menjadi lebih baik dari sebelumnya. Salah satu bentuk pengembangan dakwah Islam yang memajukan taraf kehidupan dan beragama yakni dakwah melalui entrepreneurship ini.

Dakwah entrepreneurship secara sederhana dapat diartikan sebagai sebuah proses pengembangan Islam dengan cara-cara konkret atau tindakan nyata melalui spirit kewirausahaan. Berdakwah bagi setiap umat muslim merupakan tugas mulia, artinya setiap umat Islam berkewajiban untuk mendorong, menyeru atau memanggil manusia untuk melaksanakan amar ma'ruf nahi munkar. Islam tidak mampu berjalan dengan baik jika umat Islam terbelakang, miskin, bodoh dan tidak dapat memposisikan diri ditengah-tengah arus globalisasi ini. Kemiskinan dan kehidupan di bawah garis kemiskinan masih banyak ditemukan di sekitar kita.

Dalam melaksanakan dakwah jika menginginkan hasil yang sesuai dengan tujuan akhir, maka harus ditunjangi dengan strategi yang sesuai lagi mumpuni. Strategi dakwah sangat penting untuk mencapai tujuan, sedangkan pentingnya suatu tujuan adalah untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Strategi dakwah merupakan serangkaian kegiatan yang di desain untuk mencapai tujuan yakni mengajak kepada kema'rufan dan mencegah pada kemungkaran.

Strategi dakwah sebagai sebuah upaya dan cara untuk menyampaikan pesan dakwah yang harus memperhatikan strategi-strategi yang tepat pada sasaran dakwah dan strategi dakwah yang digunakan Khadijah adalah strategi dakwah menurut Al-Bayanuni, salah satunya yakni strategi Indrawi. Dimana, strategi tersebut merupakan sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi pada panca indra dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan. Dalam hal ini, potret Khadijah berdakwah yakni melalui perbutaan/ tindakan nyata yakni berbisnis dengan merealisasikan nilai dakwah dan sosial didalamnya.

Nilai dakwah merupakan nilai nilai Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis sebagai pedoman bagi masyarakat dalam menentukan perbuatan dan tindakan untuk bertingkah laku dalam lingkungan sosial.. Berdasarkan pembahasan diatas, bahwasanya strategi dakwah yang dilakukan Khadijah yakni melaksanakan kegiatan entrepreneurship dengan mewujudkan/ menginternalisasi ajaran islam serta seruan nilai-nilai agama Islam melalui tindakan suri tauladan terutama. Hal ini dimaksudkan agar mitra dakwah dapat mengikuti jejak Khadijah. Dalam praktik strategi indrawi ini Khadijah menggunakan metode dakwah bil-hal yakni praktik keagamaan dan keteladanan (suatu cara atau jalan yang ditempuh seseorang dalam proses dakwah melalui perbuatan atau tingkah laku yang patut ditiru).

Metode dakwah bil-hal adalah dakwah dengan perbuatan nyata, tanpa melalui kata-kata. Karena itulah dalam pelaksanaannya unsur keteladanan (uswah) merupakan unsur yang paling dominan. Metode dakwah bil-hal disebut juga dakwah pembagunan dikarenakan dakwah ini merupakan kegiatan-kegiatan dakwah yang diarahkan untuk meningkatkan kesejahteraan umat, baik rohani maupun jasmani. Adapun metode dakwah bil-hal yang dilakukan Khadijah sebagai womenpreneurship yakni merealisasikan makna dakwah melalui kegiatan entrepreneurship. Realisasi dari dakwah ini pada prinsipnya akan menuntut perhatian dari masyarakat Islam itu sendiri dalam masalah sikap dan perbuatan nyata yang sesuai dengan ketentuan agama agar dapat dicontoh oleh orang lain khususnya women entrepreneur.

Dalam Islam, kesadaran menghayati dan melakukan hak dan kewajiban bagi para pemeluknya, baik dalam sikap, perilaku, perkataan, perbuatan maupun pemikiran merupakan bentuk disiplin sosial (Mahfudz, 1994: 259-260). Landasan yang kuat dan fleksibel bagi sikap dan perilaku dalam disiplin sosial inilah yang sudah termuat dalam ajaran Islam yang meliputi seluruh aspek kehidupan manusia baik sebagai makhluk pribadi maupun makhluk sosial.

Dalam bidang sosial, praktik keagamaan serta keteladanan, yang dilakukan Khadijah yakni menyantuni kaum dhu'afa dan bersedekah. Terdapat banyak catatan sejarah yang menerangkan bahwa Khadijah adalah sosok perempuan yang terkenal hartawan dan dermawan. Khadijah selalu membantu para janda dan anak-anak yatim, menjamu para tamu, melimpahi rumah-rumah sanak keluarganya dengan kebajikan serta santunan. Kegiatan menyantuni orang lemah dan bersedekah merupakan wujud dari ajaran Islam. Hal ini dimaksudkan untuk mengurangi beban seseorang yang sedang mengalami kesusahan. Khadijah juga meringankan serta mengurangi angka kemiskinan. Dalam kegiatan bisnis Khadijah, Khadijah memperkerjakan karyawan dalam perdagangannya, hal ini sesuai

dengan tujuan dari kegiatan entrepreneur ini yakni menyediakan pendapatan bagi individu, membuka peluang pekerjaan bagi masyarakat dan menawarkan kesempatan kerja bagi masyarakat. Tercatat bahwa Khadijah memiliki pegawai dari romawi, Ghassan, Persia, Dasamskus, dan Ibu kota Kisra. Islam mengajarkan umatnya untuk bekerja keras. “tangan di atas lebih baik dari tangan di bawah”: “*al yad al ulya khairun min al yad al sufla*” (HR. Bukhari Muslim) dalam hadis ini, terkandung makna bahwa nabi mendorong umatnya untk kerja keras supaya memiliki kekayaan sehingga dapat memberikan sesuatu pada orang lain. Dengan adanya lapangan pekerjaan yang disediakan oleh Khadijah tentunya dapat memenuhi kebutuhan hidup seseorang dan mengurangi angka kemiskinan.

Khadijah dalam menjalankan keentrepreneurshipannya memperhatikan beberapa asas dakwah. Antara lain: pertama, asas filosofis, yakni azas yang membicarakan tentang hal-hal yang berkaitan dengan tujuan yang hendak dicapai dalam proses dakwah. Khadijah dalam berbisnis tentunya bertujuan untuk mengembangkan bisnisnya dan mendapat keuntungan. Terbukti bahwa bisnis Khadijah berhasil berkembang bahkan tidak hanya di Mekah melainkan beberapa negara wilayah Arab.

Terlepas dari itu Khadijah menerapkan tujuan dakwah Islam dalam kegiatan entrepreneurshipnya yang mana tujuan dari agama Islam adalah “membentangkan jalan Allah di atas bumi ini agar dilalui umat manusia”. Dari penjelasan tersebut dapat dipahami makna itu mengandung upaya mengubah sikap, sifat, pendapat dan perilaku seseorang. Upaya itu dapat dilaksanakan dengan menerapkan dan mematuhi ajaran Allah dn Rasul-Nya sehari-hari. Sebagaimana yang diketahui bahwa praktik bisnis orang jahiliyah selalu menggunakan unsur riba dalam bisnisnya. Mereka menganggap bahwa riba tidak berbeda dengan jual-beli. Mereka beranggapan bahwa riba merupakan cara untuk meraih keuntungan.

Meskipun Khadijah berada dilingkungan Arab, tidak menjadikannya mengikuti praktik zalimnya orang jahiliyah. Khadijah tidak pernah menerapkan riba dalam perdagangannya, Khadijah tidak pernah menjual barang yang cacat demi mendapat keuntungannya, sebelum Kafilah perdagangan pergi untuk menjual barang dagangannya Khadijah selalu memeriksa segala kesiapan dan kebugusan barangnya. Dalam hal ini Khadijah telah merealisasikan nilai dakwah Islam dalam perdagangannya.

Yang Kedua, azas Sosiologis, asas ini berbicara tentang masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah. Dalam berbisnis Khadijah mempertimbangkan asas sosiologis yang mana Khadijah pandai melihat situasi dan kondisi masyarakatnya. Letak geografis Mekah dan Kondisi masyarakat Arab yang mayoritas pedagang membuat Khadijah juga terpacu mengambil peluang dalam berbisnis.

Yang ketiga, azas psychologis, yaitu azas yang terkait dengan kejiwaan manusia, untuk memahami karakter penerima dakwah agar aktivitas dakwah berjalan dengan baik. Kegiatan keentrepreneurship Khadijah mempunyai nilai-nilai dakwah. Yang mana asas psikologi ini Khadijah mengajak semua orang untuk selalu mengingat Allah dan mematuhi segala larangan Allah, dengan mengaplikasikannya pada nilai sosial yakni saling tolong-menolong dan tidak sombong.

Yang Keempat, asas kemampuan dan keahlian *da'i* (achievement and professional), bagaimana seorang *da'i* mampu melaksanakan suatu kewajiban baik melalui teori maupun praktek terhadap masyarakat secara efektif. kemampuan dan keahlian Khadijah dalam berbisnis tidak diragukan lagi. Keberhasilan dan kejayaan bisnisnya tidak terlepas dari kemampuan dan kecerdasannya dalam mengelola bisnisnya. Sebagaimana yang telah dipaparkan dalam bab III bahwa Khadijah binti Khuwailid adalah seorang pengusaha wanita yang sukses dan disegani oleh masyarakat Arab. Khadijah selain ia wanita yang cerdas dan terhormat. Khadijah juga terkenal sebagai seorang entrepreneur yang sukses

mengelola perdagangannya. Khadijah mulai fokus berdagang setelah kedua suaminya meninggal. Allah memberikan keberkahan pada perdagangan dan hartanya, sampai hartanya melimpah dan menjadi buah bibir manusia. Tercatat bahwa Para pedagang di Syam, Persia, dan Romawi seringkali menunggu dagangan Khadijah karena keistimewaannya berupa, kualitasnya yang bagus, berasal dari barang-barang pilihan (tidak menjual barang yang cacat atau rusak), dan mencakup segala hal yang dibutuhkan.

Barang niaga Khadijah mencakup minyak wangi, kain sutera, makanan pokok dll yang ia kirim ke beberapa negara. Bahkan sayyidah Khadijah mengatur perdagangannya dari dalam istananya. Ia membagi tugas kepada pembantu dan budaknya. Mereka bertugas mencari calon-calon pedagang yang akan dipilih Khadijah untuk membawa dagangannya. Jiwa kepemimpinan Khadijah terlihat saat ada perkara yang harus dipecahkan, Khadijah bermusyawarah dengan keluarganya, tetapi tetap Khadijah sebagai pengambil utama keputusan. Berdasarkan pemikiran yang matang dan pengalamannya yang luas, ditambah dengan kecerdasan yang ia miliki dan pengetahuan yang mendalam mengenai seluk beluk manusia. Adapun dalam pengelolaan bisnisnya Khadijah menggunakan berbagai metode, diantaranya memberikan upah tetap kepada mereka (ijarah-penterj) dan metode akad mudharabah.

Dan yang kelima, Asas efektifitas dan efisiensi. Maksud dari asas ini adalah asas yang menekankan melaksanakan usaha atau suatu kegiatan dengan semaksimal mungkin sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan sebelumnya. Dalam bisnisnya Khadijah memperhatikan efektifitas dan efisiensi bisnisnya. Manajemen waktu dan cara menggunakan sumber daya yang dimiliki Khadijah sangat efektif dan efisien. Salah satu kiat sukses dalam menjalankan bisnis adalah menerapkan prinsip shiddiq sebagai modal dasar untuk menerapkan efektifitas dan efisiensi dalam dunia manajemen. Efisiensi ditekankan pada penggunaan input untuk menghasilkan suatu output tertentu sedangkan



efektifitas ditekankan pada tingkat pencapaian atas tujuan yang diwujudkan melalui penerapan leadership dan pemilihan strategi yang tepat.

## **B. Relevansi Strategi Dakwah Khadijah Dalam Women Entrepreneur Masa Kini**

Peran perempuan dalam masyarakat dan agama sangat besar, mulai dari lingkungan keluarga sampai lingkungan masyarakat pada umumnya. Kehadiran perempuan tidak dapat dinafikan untuk kebaikan umat dan generasi penerus bangsa. Berkaitan dengan peran ini, kiprah perempuan dalam dakwah sangat dibutuhkan.

Kewajiban berdakwah tidak hanya dibebankan kepada laki-laki melainkan perempuan juga memiliki kewajiban untuk mencegah kemungkaran dan mengajak kepada kebaikan. Sama halnya dengan bekerja. Bekerja merupakan perwujudan eksistensi manusia dan realisasi diri dalam kehidupan. Manusia diciptakan oleh Allah baik laki-laki maupun perempuan dengan daya fisik, kalbu, kemampuan berfikir serta daya hidup untuk melakukan suatu pekerjaan. Bekerja merupakan amal sholeh yang dapat dilakukan baik perempuan maupun laki-laki. Al-Qur'an tidak melarang perempuan dalam bekerja melainkan ada batasan-batasan serta nilai etis yang harus dijaga oleh perempuan.

Adapun beberapa etika yang harus dipatuhi antara lain: menjaga sopan santun, berakhlak mulia, menjaga kehormatan diri, bekerja dengan profesionalitas, pekerjaan yang dilakukan sesuai koadrat, tetap menjaga tujuan keluarga sakinah dan tetap menjaga musyawarah antara suami dan istri. Khadijah terbukti sebagai pendobrak kuatnya kultur budaya patriarki saat itu. Oleh karena itu, dalam konteks kekinian strategi dakwah Khadijah sebagai womenpreneurship dengan menggunakan strategi indrawi sangat relevan diterapkan terhadap women entrepreneur masa sekarang. Minimnya kesadaran perempuan akan jati diri dan potensinya sebagai

muslimah merupakan masalah yang menghawatirkan bagi umat ini. Bagaimana tidak? Mereka yang memegang peranan penting dalam mendidik generasi baru islam terkadang justru tergelincir dalam kesalahan yang mestinya dapat mereka hindari dengan pemahaman agama dan meniru keteladan wanita yang baik. Hal itu seringkali disebabkan kurangnya figur keteladanan yang bisa mereka contohi. Salah satu krisis bangsa ini adalah keteladanan dalam menjalankan peran dan potensi yang diinginkan. Meskipun Khadijah hidup pada masa berabad-abad silam, namun segala perbuatan Khadijah sangat pantas dijadikan teladan pada saat sekarang ini. Sebagaimana yang dijelaskan Rasulullah dalam sebuah hadis

أفضل نساء أهل الجنة خديجة بنت خويلد و فاطمة بنت محمد و اسية بنت مزاحم امرأة

فرعون و مريم ابنة عمران

Wanita-wanita yang paling utama sebagai penduduk surga adalah Khadijah binti Khuwailid, Fathimah binti Muhammad, Asiyah binti Muzahim (istri Fir'aun) dan Maryam binti 'Imran." (HR. Ahmad, 1:293. Syaikh Syu'aib Al-Arnauth menyatakan bahwa sanad hadits ini shahih.).

Strategi dakwah Indrawi Khadijah melalui kegiatan entrepreneurship ini sesuai diterapkan pada kondisi womenentrepreneur masa sekarang. Dimana, para perempuan entrepreneur masa kini telah menerapkan nilai-nilai dakwah di dalam kewirausahaannya. Mereka tidak hanya berwirausaha semata melainkan juga berdakwah. Kegiatan dakwah saat ini masih didominasi para da'i atau pendakwah laki-laki. Padahal perempuan juga sudah dikatakan berdakwah dalam melakukan kegiatan entrepreneur ini, merealisasikan nilai-nilai dakwah dalam keentrepreneurshipannya. Sesuai dengan makna dari dakwah itu sendiri yakni aktualisasi iman yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara berfikir, bersikap, bertindak dalam

rangka mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan dengan menggunakan cara tertentu. Bekerja merupakan perwujudan aktualisasi diri manusia dalam hidupnya. Melalui dakwah dengan entrepreneurship ini, perempuan dapat mengaktualisasikan dirinya dengan mengimplementasikan ajaran-ajaran Islam di dalam setiap kegiatannya dan mematuhi etika-etika yang telah di atur dalam Al-Qur'an.

Karena sudah menjadi kepastian bahwa dampak dari melakukan dakwah itu adalah yang utama kepada si aktivis dakwah itu sendiri.. Perempuan pun memiliki andil sebagai pelaku dan penggerak dakwah. Seorang da'iyah/ pelaku dakwah memiliki kedudukan yang sangat penting karena ia dapat menjadi penentu keberhasilan dan kesuksesan dakwah. Dakwah yang dibawanya harus bisa menjadikan dirinya pribadi yang lebih baik lagi. Keteladanan menjadi bagian yang penting dalam dakwah karena sifat alamiah dari manusia itu sendiri yang amat sangat mudah untuk meniru. Manusia akan lebih mudah meniru jika ada contoh disekitarnya.

Berdasarkan realitas yang telah di jelaskan dalam bab III, masih banyaknya womenentrepreneur yang melanggar etika-etika dan batasan-batasan untuk tetap menjaga kehormatan perempuan sebagaimana yang telah termuat dalam ajaran Islam. Mulai dari pemilihan pekerjaan, menjaga kehormatan diri, tidak menghargai suami dan lain sebagainya.

Padahal Alqur'an tidak melarang perempuan untuk sukses. Manusia, laki-laki maupun perempuan diciptakan oleh Allah mempunyai daya fisik, kalbu, fikir serta daya hidup untuk melakukan pekerjaannya merupakan bagian dari amal shaleh (Shihab, 2013: 392). Bahkanpun, pada zaman kenabian banyak sahabiyah-shahabiyah yang sukses. Tapi tentunya dengan menerapkan etika-etika dan batasan-batasan untuk tetap menjaga kehormatan perempuan. Khadijah telah terbukti menjadi panutan di medan womenpreneur ini.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, Strategi Dakwah Khadijah sebagai Womenpreneurship dapat disimpulkan bahwa Khadijah menggunakan strategi dakwah Indrawi. Strategi dakwah Indrawi yang dilakukan Khadijah yakni dengan cara merealisasikan dakwah dalam kegiatan entrepreneurshipnya. Di dalam menjalankan keentrepreneurshipnya, Khadijah memperhatikan beberapa asas dakwah. Antara lain: pertama, asas filosofis, sosiologis, psikologis dan asas kemampuan dan keahlian da'i (achievement and professional).

Setiap strategi tentunya menggunakan beberapa metode. Strategi merujuk pada sebuah rencana untuk mencapai tujuan, sedangkan metode adalah cara yang dapat digunakan untuk merealisasikan strategi. Dan adapun bentuk-bentuk metode dakwah yang dilakukan Khadijah adalah praktik keagamaan yang sosial.

Dalam bidang sosial praktik keagamaan yang dilakukan Khadijah yakni menyantuni kaum dhu'afa, bersedekah, serta membuka peluang pekerjaan bagi masyarakat yang dapat meringankan beban sosial yakni kemiskinan. dan metode dakwah bil hal melalui keteladanan. Adapun metode dakwah bil-hal yang dilakukan Khadijah sebagai womenpreneurship yakni merealisasikan makna dakwah melalui kegiatan entrepreneurship. Realisasi dari dakwah ini pada prinsipnya akan menuntut perhatian dari masyarakat Islam itu sendiri dalam masalah sikap dan perbuatan nyata yang sesuai dengan ketentuan agama agar dapat dicontoh oleh orang lain.

Potret dakwah yang dilakukan Khadijah masih sangat relevan diterapkan pada perempuan entrepreneur masa sekarang. Hal ini disebabkan Khadijah merealisasikan dakwah dalam kegiatan entrepreneurnya yang berdasarkan ajaran dan etika yang diterangkan dalam agama Islam. Oleh sebab itu, sebagai umat Islam, womenpreneur sepantasnya mencontoh strategi dakwah yang diterapkan oleh Khadijah dalam berbisnis. Agar keberhasilannya tidak hanya didunia akan tetapi dapat menambah dekatnya jiwa kepada Allah Swt. Perempuan bukan harus ia berceramah kesana kemari untuk berdakwah. Melainkan, dengan berwirausaha dan merealisasikan nilai dakwah di dalamnya, itu juga sudah dikatakan berdakwah.

Perempuan pun memiliki andil sebagai pelaku dan penggerak dakwah. Karena sudah menjadi kepastian bahwa dampak dari melakukan dakwah itu adalah yang utama kepada si aktivis dakwah itu sendiri. Seorang da"iyah/ pelaku dakwah memiliki kedudukan yang sangat penting karena ia dapat menjadi penentu keberhasilan dan kesuksesan dakwah.

Dakwah yang dibawanya harus bisa menjadikan dirinya pribadi yang lebih baik lagi. Keteladanan menjadi bagian yang penting dalam dakwah karena sifat alamiah dari manusia itu sendiri yang amat sangat mudah untuk meniru. Manusia akan lebih mudah meniru jika ada contoh disekitarnya. Dengan masih banyaknya womenentrepreneur yang melanggar etika-etika dan batasan-batasan untuk tetap menjaga kehormatan perempuan sebagaimana yang telah termuat dalam ajaran Islam, Khadijah merupakan tokoh yang tepat untuk dijadikan *role model* untuk womenpreneur masa kini.

## **B. Saran**

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti menyampaikan saran sebagaiberikut:

1. merupakan sebuah keharusan bagi para da'i khususnya perempuan untuk memahami cara strategi dakwah yang dilakukan Khadijah agar selalu berpedoman pada sumber ajaran Islam sebagai tuntutan.
2. Dakwah tidak terbatas pada ceramah saja, tetapi memiliki cakupan yang lebih luas, bahkan dakwah aplikatif dengan entrepreneur ini merupakan cara yang efektif dalam berdakwah
3. Kepada para entrepreneur perempuan, hendaknya menjadikan Khadijah sebagai *role model* dalam berkarier. Hendaknya menerapkan batasan-batasan yang harus diatuhi oleh perempuan dalam bekerja agar dapat membantah anggapan masyarakat mengenai perempuan sukses memiliki korelasi yang negatif.
4. Saran bagi penulis sendiri, dan teman penulis lainnya agar terus mengkaji perjalanan para sahabat- Shahabiyah dan ulama dalam berdakwah dengan strategi yang beragam untuk dijadikan sebagai perbandingan dan contoh sehingga dapat mencapai hasil yang optimal. Serta untuk membangkitkan kembali literatur ke-islaman.

### **C. Penutup**

Dengan mengucapkan alhamdulillah peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Peneliti juga mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi semangat penuh saat berlangsung penelitian ini. *Jazakumullah Ahsanal Jaaza' Amin*

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Dengan segala kerendahan hati, kritik dan saran yang membangun dari pembaca menjadi harapan peneliti, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan para pembaca umumnya. Aamiin.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al- Banjari, Abu Fatimah Al-Hajj Munwwar Bin Ahmad Al-Ghazali, Ad-Durru Tsamin, Martapura: Putera Saharaoffset. 2004
- Al-Barudi, Imad zaki. 2003. Tafsir Wanita. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar
- Al-Istanbuli, Mahmud Mahdi dan Mustafa Abu Nasr as-Syalbi. 2002. *Wanita Sholihah Dalam Cahaya Kenabian*. Yogya: MITRA PUSTAKA.
- Al-Jamal,Ibrahim Muhammad Hasan. 2014. Khadijah Teladan Agung Wanita Mukminah. Surakarta: Insan Kamil
- Al-Khudari Beik, Muhammad. Nurul Yaqin fii Sirati Sayyidil Mursalin. Semarang: Karya Toha Putra
- Ahmad, Jumal. Usia Khadijah Ketika Menikah degan Muhmmad SAW. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah
- Alma, Buchari. 2013. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Amin, Samsul Munir. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Anshari, M. Hafi. 1993. *Pemahaman dan Pengalaman Dakwah*. Surabaya: Al-Ikhlas.
- Arifin, Anwar. 2011. *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Aripudin, Acep dan Syukriadi Sambas. 2007. *Dakwah Damai: Pengantar Dakwah antar Budaya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Arlina, Azti. 2010. Belajar bisnis Kepada Khadijah. Jakarta: Mizan
- Assegaf, Husein. 1991. Pembangunan dan Dakwah Bil-Hal. Jakarta: Mimbar Ulama
- Aziz, Jum'ah Amin Abdul. 2000. *Fiqih Dakwah*. (terj: Abdus Salam Masykur). Cet III Solo: Era Intermedia.
- Aziz, Moh Ali. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Aziz, Moh. Abdul. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media.
- Azizy, Qodri A dkk. 2005. *Pemikiran Islam Kontemporer di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bachtiar, Wardi. 1997. *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu.
- Cholih, Abdul. 2016. *Perilaku & Budaya Organisasi*. Yogyakarta: Ombak.
- Effendy, onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi, Teori & Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Endraswara, Suwardi. 2011. *Metodologi Penelitian Sastra*. Yogyakarta: Tim Redaksi CAPS
- Faqih, Ahmad. 2015. *Sosiologi Dakwah Teori dan Praktik*. Semarang: CV Karya Abadi Jaya.
- Farid. 2017. *Kewirausahaan Syari'ah*. Depok: Kencana
- Fauzia, Ika Yunia. 2019. *Islamic Entrepreneurship (Kewirausahaan Berbasis Pemberdayaan)*. Depok: Rajawali Pers.
- Fitri, Ahmad Asrof. 2017. *Lebih Sukses Berdagang Ala Khadijah dan Abdurrahman bin Auf*. Yogyakarta: Semesta Hikmah
- Furchan, Arief dan Agus Maimun. 2005. *Studi Tokoh*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Haidir, abdullah. 2005. *Kisah Wanita-wanita Teladan*. Jakarta: Kantor kerjasama dakwah Sulay, Riyadh
- Harahap, Khoirul Amru. 2008. *Rahasia Sukses Bisnis Khadijah Sang istri Nabi*. Jakarta: qultum Media
- Hisyam, Ibnu. 2012. *Sirah Nabawiyah*. Jakarta: Akbar Media.
- Hani, Ummu, dkk. 2012: *Pola Kewirausahaan Wanita Indonesia*. Bandung: Elsevier



- Indra, Hasbi dkk. Cet 2. 2004. *Potret Wanita Solehah*. Jakarta: PENAMADANI
- Ismail, Ilyas dan Prio Hotman. 2011. *Filsafat Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Jamal, Ibrahim Muhammad Hasan. 2014. *Khadijah Wanita Mukmin*. Cet II. Jawa Tengah: Insan Kamil
- Kemenag RI Alqur'an terjemah perkata Asbabum Nuzul dan Tafsir bil hadis: Bandung : Semesta Alqur'an 2013, 281
- Mahfudh, Sahal. 1994. *Nuansa Fiqih Sosial*. Yogyakarta: LkiS
- Mardalis. 2008. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara
- Muhyidin, Asep dan Agus Achmad Syafi'i. 2002. *Metode Pengembangan Dakwah*. Bandung: CV Pustaka.
- Mulia, Siti Musdah. *Muslimah Sejati Menempuh Jalan Islami Meraih Ridha Ilahi*. Bandung: Penerbit MARJA.
- Munawwarah, syarifatil. 2018. *Siti Khadijah Ummul Mukminin*. Skripsi. Makassar: UIN Alaudin Makassar
- Munawwir, Ahmad Warson. 1997. *Al-Munawwir Kamus Arab-Indonesia*. Surabaya: Pustaka Progesif.
- Munir, Muhammad. 2006. *Manajemen Dakwah*. Cet 1. Jakarta: Prenada Media
- Munsiy. Abdul Kadir. 1981. *Metode Diskusi Dalam Dakwah*. Surabaya: Al-Ikhlash.
- Mursi, Muhammad Said. 2007. *Tokoh-Tokoh Besar Islam Sepanjang Sejarah*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar
- Nazir, M. 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta: Gramedia
- Nurmalasari, Deasy. 2020. "Analisis Karakteristik dan Peran Pengusaha Perempuan pada Anggota Wwww. UMKMIndonesia. ID". JABE. 7

- Pimay, Awaluddin. 2005. *Paradigma Dakwah Humanis: Strategi dan metode Dakwah Prof KH Syaifudin Zuhri*. Semarang: Rasail.
- Ridla, M Rosyid dkk. 2017. *Pengantar Ilmu Dakwah (Sejarah, Perspektif dan Ruang Lingkup)*. Yogyakarta: Samudra Biru
- Riyanti, Benedicta Prihatin Dwi. 2003. *Kewirausahaan Dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Grasindo.
- Shihab, Muhammad Quraish. 2013. *Secercah Cahaya Ilahi*. Bandung: Mizan
- Soewadji, Jusuf. 2012. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Solihatin, Isna Rahma. 2017. *Konsepsi Al-Qur'an Tentang Perempuan Pekerja dalam Mensejahterakan Keluarga*. Jurnal Harkat. 12 (2)
- Subhan, Zaitunah. 2015. *Al-Qur'an Perempuan Menuju Kesetaraan Gender dalam Penafsiran*. Jakarta: Kencana
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif, R dan D*. Bandung: Alfabeta
- Suharno, Bambang. 2008. *Langkah Jitu Memulai Usaha Dari Nol*. Jakarta: Penebar Swadya.
- Suherman, Eman. 2008. *Desain Pembelajaran Kewirausahaan*. Bandung: ALFABETA CV
- Sunarto, Ahmad. 2014. *Biografi Khadijah*. Surabaya: Aulia
- Surahman, Winarno. 1975. *Dasar-Dasar Teknik Research*. Bandung: Transito
- Suryana. 2014. *Kewirausahaan (kiat dan Proses Menuju Sukses)*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Susanto, Dedy. 2015. *Pola Strategi Dakwah MTA di Kota Semarang*. Jurnal Ilmu Dakwah, 35 (2), 163-164
- Syukir, Asmuni. 1983. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-ikhlas

Taufiq, Ali Muhammad. 2004. *Praktik Manajemen Berbasis Al-Qur'an*. Jakarta: Gema Insani.

Vossenbergh, Siska. 2013. *Women Entrepreneurship Promotion in Developing countries*. The Netherlands: MSM)

Wijatno, Serian. 2009. *Pengantar Entrepreneurship*, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Zain, Ashadi. 2008. *Rahasia Bisnis Istri Nabi: Khadijah*. Kuala Lumpur: PTS Professional Publishing Sdn. Bhd.

<http://edukasi.kompas.com/readdiakses> 06 Maret 2020

[https://m.detik.com/news/kolom/d-4899090/memuliakanperempuan-secara-ngeblur?utm\\_source=facebook](https://m.detik.com/news/kolom/d-4899090/memuliakanperempuan-secara-ngeblur?utm_source=facebook).diakses 02 maret 2020

<https://www.kompasiana.com/angelsari/5bc99b9bab12ae760a6273f2/sukses-berbisnis-ala-siti-khadijah?page=2> diakses tanggal 3 februari pada pukul 09,18

<https://youtu.be/93FiM3tWt0g> diakses tanggal 25 November 2020 pukul 07.00

<https://www.citawanita.com/womenpreneur-tren-profesi-wanita/> / di akses tanggal 28 januari 2021 pukul.09:00.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siti Hajar  
NIM : 1601036169  
Tempat/tanggal lahir : Senama Nenek, 09 Mei 1997  
Alamat asal : Senama Nenek, RT 003/002 Kecamatan  
Tapung Hulu, Kabupaten Kampar, Riau.

Jenjang Pendidikan :

1. SD N 001 Tapung Hulu
2. MTS Al- Munawwarah Boarding School
3. MA Al-Munawwarah boarding School
4. UIN Walisongo Semarang

Pengalaman organisasi :

1. Anggota Kordais tahun 2016
2. Anggota Pelatihan Kaligrafi Uin WS
3. Anggota RPMRS Semarang

Demikian daftar riwayat hidup ini, saya buat dengan sebenar-benarnya.

Semarang, 14 Maret 2021

Penulis



Siti Hajar  
NIM : 1601036169