

**ANALISA KEBERHASILAN ETNIS CINA DENGAN ETNIS JAWA
DALAM BERWIRAUSAHA MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi pada Etnis Cina di Pecinan Semarang)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata
(S1) Dalam Program Studi Ekonomi Islam



Oleh :

NANDA FIRMANSYAH

NIM. 1905026128

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO

SEMARANG

TAHUN 2023



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Nanda Firmansyah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah Skripsi saudara :

Nama : Nanda Firmansyah

NIM : 1905026128

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul Skripsi : "ANALISA KEBERHASILAN ETNIS CINA DENGAN ETNIS JAWA DALAM BERWIRAUSAHA MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM"

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I

Dr.H. Muchamad Fauzi, S.E.,M.M.
NIP. 197302172006041001

Semarang, 27 Desember 2023

Pembimbing II

Naili Saadah, M.Si.
NIP. 198803312019032012



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALIASONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JL. Prof. Dr. H. Hamka Kampus 3 Ngaliyan Semarang 50185. Telp./Fax. : (024) 7608454
Website : www.febi.walisongo.ac.id, Email : febi@walisongo.ac.id

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini:

Nama : Nanda Firmansyah
NIM : 1905026128
Jurusan : S1 Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **“ANALISIS KEBERHASILAN ETNIS CINA DENGAN ETNIS JAWA DALAM BERWIRAUSAHA MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”**

Telah di ujikan dalam sidang *munaqosyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS dengan predikat baik pada tanggal : **29 Desember 2023**.

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2023/2024.

Semarang, 13 Mei 2024

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang,

Singgih Muheramtohad, M.E.I
NIP. 198210312015031003

Penguji Utama I,

Johan Arifin S. Ag., MM.
NIP. 197109082002121001

Pembimbing I,

Dr. H. Muchamad Fauzi, S.E., M.M
NIP. 197302172006041001

Sekretaris Sidang,

Fita Nurotul Faizah, M.E.
NIP. 199405032019032026

Penguji Utama II,

Sokhikhatul Mawadah, M.E.I.
NIP. 198503272018012001

Pembimbing II,

Naili Saadah, M.Si.
NIP. 198803312019032012





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. DR. HAMKA (Kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang

Nomor : B-4409/Un.10.5/D.1/DA.08.05/12/2023

20 Desember 2023

Lamp. : -

H a l : Penunjukan menjadi Dosen
Pembimbing Skripsi

Kepada Yth. :
Dr. H. Muchammad Fauzi, MM
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan pengajuan proposal skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nanda Firmansyah
NIM : 1905026128
Program Studi : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Keberhasilan Etnis Cina dalam Berwirausaha Dibandingkan dengan Etnis Jawa Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Maka, kami berharap kesediaan Saudara untuk menjadi Pembimbing I penulisan skripsi mahasiswa tersebut, dengan harapan:

1. Topik yang kami setuju masih perlu mendapat pengarahan Saudara terhadap judul, kerangka pembahasan dan penulisan.
2. Pembimbingan dilakukan secara menyeluruh sampai selesainya penulisan skripsi.

Untuk membantu tugas Saudara, maka bersama ini kami tunjuk sebagai Pembimbing II Saudara/I Naili Sa'adah, M.Si.

Demikian, atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Tembusan :

1. Pembimbing II
2. Mahasiswa yang bersangkutan

MOTTO

“Allah SWT tidak akan membebani seorang hamba, melainkan dengan kemampuannya”

(Q.S Al-Baqarah: 286)

“Orang lain gak akan bisa paham struggle dan masa sulitnya kita,
yang mereka ingin tahu hanya bagian success storiesnya.

berjuanglah untuk diri sendiri, walaupun gak ada yang tepuk tangan.

Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.

tetap berjuang ya !!!”

(Fardi Yandi-Influencer)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji Syukur saya persembahkan kepada Allah SWT serta tak lupa sholawat kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang selalu senantiasa kita tunggu syafaatnya di yaumul akhir kelak, dan atas segala Rahmat serta kenikmatan hidayah serta inayah- Nya kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini. Karya tulis skripsi ini dipersembahkan penulis kepada orang tua serta saudari-saudari tercinta yaitu, Bapak Moh Taufan dan Ibu Idha Muslihatun serta saudari Vanda Nuzul Nisfa dan Dinda Milla Sukma yang senantiasa mencurahkan do'a, motivasi, semangat dan bimbingan yang tidak terbatas. Terimakasih yang tiada hentinya atas segala dukungan yang tidak pernah berhenti diberikan kepada saya.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nanda Firmansyah

NIM : 1905026128

Jurusan/Program Studi : (S1) Ekonomi Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

“Strategi Keberhasilan Etnis Cina Dalam Berwirausaha Dibandingkan Dengan Etnis Jawa Menurut Prespektif Ekonomi Islam”

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian dan penulisan saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang merujuk pada sumbernya.

Semarang, 16 Desember 2023

Deklator



Nanda Firmansyah

NIM.1905026128

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata Bahasa Arab yang dipakai dalam penulisan skripsi ini berpedoman pada “Pedoman Transliterasi Arab-Latin” yang dikeluarkan berdasarkan Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987. Berikut penjelasan pedoman tersebut:

A. Kata Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan Transliterasinya dengan huruf lain.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Š	Es (dengan titik di atas,
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah,
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas,
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
سین	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah,
صن	Dad	Ḍ	De (dengan titik di bawah,
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik di bawah,
ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah,
ع	'Ain	‘	Koma terbalik di atas

غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
(-)	Fathah	A	A
(- ◌)	Kasrah	I	I
(- ◌)	Dhammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arabnya yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
(-) - ي	Fathah dan Ya	Ai	A dan i
(-) - و	Fathah dan wau	Au	A dan u

3. Vokal Panjang (maddah)

Vokal Panjang atau maddah yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah dan alif	Ā	A dan garis diatas
يَ	Fathah dan ya	Ā	A dan garis diatas
يِ	Kasrah dan ya	Ī	I dan garis diatas
وُ	Dhammah dan waw	Ū	U dan garis diatas

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta marbutah hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dhamimah, transliterasinya adalah (t,
2. Ta marbutah mati mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah (h,
3. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu transliterasikan dengan ha (h)

D. Syaddah (Tasyid)

Syaddah atau tasyid yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasdid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

E. Kata Sandang

Kata Sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf al namun dalam transliterasi ini kata sandang dibedakan atas kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.

1. Kata sandang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai bunyinya huruf, yaitu huruf ditulis dengan huruf (A1), kemudian diikuti kata sandang tersebut.

F. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof, namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Jika hamzah itu terletak di awal kata, maka hamzah itu tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun harf, ditulis terpisah, hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazimnya dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan. Maka dengan transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan arab, huruf kapital tidak dikenal, dengan transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya : huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersendiri, bukan huruf awal kata sandangnya. Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain, sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya strategi keberhasilan Etnis Tionghoa dalam berwirausaha dibandingkan dengan Etnis Jawa menurut perspektif ekonomi islam di Pasar Pecinan Semawis Kota Semarang. Etnis Tionghoa adalah Etnis minoritas yang ada di Indonesia, sedangkan Etnis Jawa adalah etnis mayoritas di Indonesia. Akan tetapi keduanya memiliki perbedaan strategi berwirausaha untuk mencapai keberhasilan dalam dunia wirausaha. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi keberhasilan wirausaha Etnis Tionghoa dibandingkan dengan Etnis Jawa yang ditinjau dari perspektif ekonomi islam. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif, Dimana suatu fenomena dianalisis dan cenderung menggunakan narasi dalam pemaparan analisisnya. Teknik analisis data yang dilakukan yaitu observasi, wawancara kepada wirausaha di Pasar Semawis Pecinan Kelurahan Kranggan Kota Semarang, serta dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan analisis keberhasilan antar etnis Tionghoa dan Jawa di Pasar Semawis Pecinan Kota Semarang menyatakan bahwa etos kerja atau kerja keras serta kerja cerdas lah yang sangat membantu akan keberhasilan suatu usaha. Untuk perspektif ekonomi islam sendiri dengan adanya sifat sifat Rasulullah seperti menanamkan Siddiq, Amanah, Tabligh dan Fathanah yang mana sifat – sifat ini dilakukan atau di praktikkan oleh kedua etnis yaitu etnis Tionghoa dan etnis Jawa dalam berwirausaha dan menjadi salah satu faktor akan keberhasilan dalam berwirausaha.

Kata Kunci: Strategi Keberhasilan, Etnis Tionghoa, Etnis Jawa, Ekonomi Islam

ABSTRACT

The background of this research is the success strategy of ethnic Chinese in entrepreneurship compared to ethnic Javanese which will be wrapped in views from Islamic economics in Semawis Chinatown Market, Semarang City. The Tinghoa ethnic group is an ethnic minority in Indonesia, in contrast to the Javanese ethnic group which is the majority in Indonesia. However, success in the world of entrepreneurship is different for the two ethnic groups, namely Chinese and Javanese. The aim is to determine the success strategies of ethnic Chinese entrepreneurs compared to ethnic Javanese and reviewed from an Islamic economic perspective. This research uses a descriptive qualitative method, where a phenomenon is analyzed and tends to use narrative in presenting the analysis. The data analysis techniques used were observation, interviews with entrepreneurs at the Semawis Chinatown Market, Kranggan Village, Semarang City, and documentation. The results of this research show that based on the analysis of success between Chinese and Javanese ethnic groups in Semawis Chinatown Market, Semarang City, it is stated that work ethic or hard work and smart work is what really helps the success of a business. From an Islamic economic perspective, the characteristics of the Prophet, such as instilling Siddiq, Amanah, Tabligh and Fathanah, are these characteristics that are recognized or practiced by both ethnic groups, namely the Chinese and Javanese, in entrepreneurship and are one of the factors for success in entrepreneurship.

Keywords: Succes Strategy, Chinese Ethnicity, Javanese Ethnicity, Islamic Economy

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahhirabbil ‘alamin, dengan penuh rasa syukur segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan serta kelancaran penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam tak luput selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan syafaatnya. Dengan kerendahan hati yang mendalam penulis mempersembahkan skripsi ini kepada pihak yang senantiasa memberikan dukungan dan kontribusi kepada penulis. Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Nizar Ali, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, Bapak Wakil Dekan I,II,III, serta seluruh civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag selaku Kepala Jurusan S1 Ekonomi Islam dan Bapak Nuruddin, S.E.,M.M, selaku Sekretaris Jurusan S1 Ekonomi Islam serta Ibu Fita Nurotul Faizah, M.E, yang senantiasa memberikan bantuan, arahan, motivasi, bimbingan, dan do’a.
4. Ibu Prof. Dr. Hk. Siti Mujibatun. M. Ag, selaku wali studi.
5. Bapak Dr. Muchamad Fauzi, M.M, selaku pembimbing I dan ibu Naili Saadah, M.Si selaku pembimbing II yang telah bersedia dan senantiasa sabar untuk meluangkan waktu, tenaga, serta pikirannya dalam memberikan bimbingan serta arahnya dalam proses penyusunan skripsi.
6. Cik Indi selaku pemilik toko textile Neo Kranggan, Bapak Gunawan selaku pemilik toko textile PD. Bintang Jaya, Koh Hoo selaku pemilik usaha kuliner lumpia, Bapak Sukis selaku pemilik usaha kuliner Soto Legend, Bapak Toni selaku pemilik toko barang Antik dan Stiker dan Ibu Ririn selaku pemilik toko Kue Kering dan Manisan yang telah bersedia untuk menjadi informan pada skripsi ini.
7. Bapak Moh Taufan dan Ibu Idha Muslihatun selaku orang tua penulis yang telah memberi dukungan, do’a dan kasih sayang kepada penulis.
8. Teman, sahabat dan kerabat, Latifah Komariah yang telah memberikan support, bantuan dan arahan.

Semarang, 22 Mei 2023

Deklarator

Nanda Firmansyah

1905026128

DAFTAR ISI

ANALISA KEBERHASILAN ETNIS CINA DENGAN ETNIS JAWA DALAM BERWIRAUSAHA MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM.....	i
(Studi pada Etnis Cina di Pecinan Semarang).....	i
SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
NOTA PEMBIMBING.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
DEKLARASI.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	viii
ABSTRAK.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Tinjauan Pustaka.....	5
1.6. Metode Penelitian.....	12
1.7. Sistematika Penulisan.....	15
BAB II.....	21
LANDASAN TEORI.....	21
2.1. Landasan Teori.....	21
2.1.1. Teori Wirausaha.....	21
2.1.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Kewirausahaan.....	22
2.2. Strategi Kewirausahaan.....	26

2.2.1.	Jenis-jenis Kewirausahaan.....	27
2.3.	Pengertian Etnis.....	32
2.3.1.	Etnis Arab.....	33
2.3.2.	Etnis Jawa.....	33
2.3.3.	Etnis Tionghoa	34
2.4.	Pengaruh Etnis dalam Strategi Berwirausaha.....	35
2.5.	Perbedaan Keberhasilan Usaha Etnis Cina dan Etnis Jawa dalam Berwirausaha	36
2.6.	Wirausaha dalam Perspektif Islam	37
2.6.1.	Wirausaha menurut Al-Qur'an	37
2.6.2.	Sejarah Nabi dalam Berwirausaha.....	39
2.6.3.	Sifat-sifat Nabi dalam Berwirausaha.....	40
2.7.	Tokoh Wirausahawan Muslim	44
2.7.3.	Tokoh Wirausaha Cina Muslim di Indonesia.....	47
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN		49
3.1.	Keadaan Umum Daerah Penelitian	49
3.1.1.	Keadaan Geografis dan Topografis Lokasi Penelitian	49
3.2.	Sejarah Singkat Pasar Pecinan.....	53
3.3.	Kondisi Perekonomian	56
3.4.	Lokasi Penelitian	56
3.5.	Waktu Penelitian	57
BAB IV		58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		58
4.1.	Strategi Perdagangan Etnis Cina	58
4.2.	Strategi Perdagangan Etnis Jawa.....	59
4.3.	Implementasi Prinsip Dagang Menurut Islam.....	59
BAB V		65
PENUTUP		65
5.1.	Kesimpulan.....	65
5.2.	Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN		72
TRANSKIP WAWANCARA		76
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		91

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Penduduk Etnis di Indonesia.....	3
Tabel 1. 2 Tinjauan Pustaka.....	5
Tabel 3. 1 Lokasi Penelitian	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Pola Pikir Perilaku Etnis Tionghoa dan Jawa ... Error! Bookmark not defined.

Gambar 2. 2 Kerangka Penelitian Error! Bookmark not defined.

Gambar 3. 1 Peta Batas Administrasi Kota Semarang 50

Gambar 3. 2 Pemerintahan Kelurahan Kranggan 50

Gambar 3. 3 Pemerintahan Kelurahan Kranggan Semarang Tengah 52

Gambar 3. 4 Pecinan Tempo Lama 54

Gambar 3. 5 Semawis Tempo Lama 55

Gambar 3. 6 Pecinan Setelah Revitalisasi 55

Gambar 3. 7 Pasar Pecinan Ketika Malam Hari 56

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kota Semarang mempunyai penduduk yang heterogen dengan berbagai keragaman suku atau etnis seperti Jawa, Tionghoa/Cina dan Arab. Adanya keberagaman suku yang ada di kota Semarang melatarbelakangi munculnya slogan “variety of culture” yang berarti perkembangan kota Semarang tetap mempertahankan budaya yang bersifat multicultural. Kota Semarang menjadi ibukota provinsi Jawa Tengah, hal ini membuat kota Semarang menjadi tempat strategis bagi etnis Jawa, Tionghoa/Cina dan Arab untuk saling berbaur. Etnis Cina sangat dikenal di wilayah Indonesia sebagai etnis yang senang dengan kegiatan berwirausaha atau berdagang, saat ini etnis Cina dijuluki sebagai suatu kelompok atau komunitas wirausahawan yang memegang banyak aspek pemenuhan kebutuhan masyarakat Indonesia. Menurut La Ode bahwa, jika terdapat golongan berdasarkan ekonomi – ekonomi kuat maupun lemah yang menempati posisi pertama dengan golongan ekonomi kuat adalah etnis Cina/Tionghoa.¹

Ada tradisi etnis Cina yang mana dipegang erat sampai sekarang, yaitu tradisi “generation to generation” atau generasi turun-temurun yang mana merupakan ciri khas dari warisan leluhur. Dari warisan tersebut menjadi suatu pondasi yang kuat bagi langkah pedagang etnis Cina di Kya-Kya. Pada prinsip “generation to generation” mengatur pola hubungan keluarga dalam suatu lingkup keluarga etnis Cina. Didalam prinsip ini, ada suatu system yang mana bisa disebut “lingkaran dalam”. Di lingkaran dalam ini melibatkan di anggota keluarga yang mengacu untuk merencanakan keuangan keluarga terhadap keluarganya.² Selain itu juga ada faktor keberhasilan etnis Cina dalam berwirausaha yang tidak kalah pentingnya bahwa ada budaya etos kerja para pedagang etnis Cina/Tionghoa yang memiliki enam etos kerja yaitu, kerja keras, hemat, disiplin, jujur, kemandirian dan profit oriented. Pada etos budaya kerja tersebut terbentuk karena dilatarbelakanginya oleh adanya beberapa faktor yaitu, faktor kekerabatan, faktor tradisi atau faktor adat istiadat, serta faktor ilmu pengetahuan. Adanya implikasi dari etos budaya kerja tersebut terhadap kehidupan pedagang etnis Tionghoa berimplikasi dibidang ekonomi dan bidang sosial-budaya.³

¹ La Ode, tiga muka etnis Cina-Indonesia, Bigraf Publishing, Yogyakarta 1997, hal 38

² Dwi Suhartini, Jefta Arghian Renata, “Pengelolaan Keuangan Keluarga Pedagang Etnis Cina”, Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis, Vol.7 No.2 (2007), hal 77

³ Fitri Amalia, Kuncoro Bayu Prasetyo, “Etos Budaya Kerja Pedagang Etnis Tionghoa Di Pasar Semawis Semarang”, Jurnal Sosiologi Antropologi, (2015), Hlm 15

Dalam Sejarah di Asia Timur bangsa yang paling awal memasukinya ialah bangsa Cina. Pada abad ke-15 awal dimulainya suatu pelayaran yang dikomandai oleh kaisar Yongle ke Samudera Selatan. Untuk tugas ekspedisi ke samudera Selatan Kaisar Yongle mencari seorang Laksamana yang mempunyai sifat setia, berani dan cerdas. Agama Islam telah tersebar di berbagai wilayah di penjuru dunia di saat abad ke-15. Oleh karena itu, laksamana yang melaksanakan ekspedisi harus memahami tentang agama Islam dan agama lainnya. Dengan itu, kaisar Cina masa Dinasti Ming menunjuk Cheng Ho untuk melakukan ekspedisi pelayaran ke samudera Selatan. Pada saat itu kekuasaan Dinasti Ming adalah masa untuk memperluas kekuasaan dan untuk mempertahankan apa yang telah dicapai saat itu⁴. Dinasti Ming telah menjalin Kerjasama dengan Kawasan Asia-Afrika serta juga dengan Nusantara⁵.

Pada saat ekspedisi pelayaran kearah samudera selatan langsung dipimpin oleh Laksamana Cheng Ho dengan menunjukkan betapa besarnya prestasi pada kekuasaan Dinasti Ming pada masa kaisar Yongle yang mana telah mampu mengirimkan armada laut hingga ke Afrika⁶. Laksamana Cheng Ho seorang pemimpin ekspedisi pelayaran yang mana lebih awal (1405-1433) dibandingkan dengan pelayaran bangsa Eropa seperti Christoforus Colombus yang mana pada tahun 1451-1506 melakukan perjalanan berlayar ke Amerika, pelayaran Vasco De Gama pada tahun 1460-1521 berlayar dari Portugis ke India, adapun Ferdinand Magellans 1480-1521 yang mana melakukan dengan pertama untuk keliling bumi⁷. Tahun 1405-1433, kaisar Yongle memberikan amanah kepada laksamana Cheng Ho sebagai duta kekaisaran Cina untuk ke samudera Selatan. Pada saat perjalanan berlayar Laksamana Cheng Ho membawa 62 kapal yang dilengkapi 17.800 orang anak buah dan membawa sejumlah emas, sutera, porselin, kerajinan dan barang lainnya yang mana akan digunakan untuk suatu hadiah kepada raja-raja di negeri yang dikunjungi oleh Laksamana Cheng Ho.

Masuknya etnis Cina di Semarang terlihat dari adanya peninggalan yang ada di daerah Simongan yaitu SAM PO KONG, sejak saat itu orang Cina diwajibkan tinggal dalam satu wilayah saja. Terdapat banyak peninggalan seperti, kelenteng, rumah dengan arsitektur khas Cina, pasar, kuliner yang terlihat di kawasan Pecinan Semarang. Kawasan Pecinan dipertegas oleh adanya surat keputusan Walikota nomor. 650/157 tanggal 28 Juni

⁴ Liang Liji, *Dari Relasi Upeti ke Mitra Strategi 2000 Tahun Perjalanan Hubungan Tiongkok – Indonesia*, Jakarta, Buku Kompas, 2012, hlm 106

⁵ Willem G.J. Remmelink, *Sejarah Cina Ikhtisar Sejarah dan Kebudayaan Cina dari Zaman Prasejarah Sampai Masa Kini*, hlm. 65

⁶ Amen Budiman, *Semarang Riwayatmu Dulu*, Semarang, Tanjung Sari, 1978, hlm. 9

⁷ Kong Yuanzhi, *Cheng Ho Musling Tinghoa Misteri Perjalanan Muhibah di Nusantara*, Pustaka Obor Indonesia, 2013, Jakarta, hlm. 3

2005 mengatur tentang revitalisasi Kawasan pecinan dan sebagai pusat wisata, budaya, wirausaha cina di daerah semarang.

Pada saat kaum imigrasi cina datang ke negara Indonesia, kondisi kehidupan ekonomi penduduk Indonesia tergantung pada hasil pertanian. Saat itu penduduk Indonesia kurang menyukai usaha perdagangan. Oleh karena itu orang cina mengambil kesempatan ini sehingga dengan bermodalkan tekun, teliti dan cermat. Akhirnya orang cina dapat menguasai segala sektor perdagangan disemua lapisan masyarakat.

1,2 persen penduduk Indonesia adalah Etnis Cina. Etnis Cina di Indonesia masuk dalam daftar 20 terbesar penduduk Indonesia, berdasarkan data sensus penduduk 2010, jumlah warga keturunan Tionghoa di Indonesia mencapai 2,83 juta jiwa atau sekitar 1,2 persen dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 236,73 juta jiwa. Dengan jumlah tersebut warga keturunan etnis Cina di tanah air berada di urutan 18 berdasarkan suku bangsa yang ada di Indonesia. Jawa merupakan suku dengan jumlah terbesar di Indonesia, yaitu 95,2 juta jiwa atau sekitar 40persen dari total penduduk di Indonesia. Kemudian suku terbesar ketiga , sunda dengan jumlah mencapai 36,7 juta jiwa atau 15,5 persen dari total penduduk Indonesia. Menurut perhitungan kalender Cina, Tahun baru Imlek 2568 jatuh pada 28 Januari 2017. Seluruh warga keturunan etnis Cina diseluruh dunia merayakannya dan tidak terkecuali etnis Cina di Indonesia. Shio tahun 2568 adalah Ayam Api yang memiliki karakter sanggup menyelesaikan pekerjaan dengan dedikasi tinggi dan tidak suka tergantung dengan orang lain. Gong Xi Fa Cai.⁸

Tabel 1. 1 Jumlah Penduduk Etnis di Indonesia

Nama Etnis	Jumlah
Jawa	95.217.022
Sunda	36.701.670
Batak	8.466.969
Cina	7.670.000
Sulawesi	7.634.262
Madura	7.179.356
Betawi	6.807.968
Minangkabau	6.462.713

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2023

Etnis cina dalam kegiatan perdagangan atau wirausaha merambah hingga di Kawasan kota Semarang yang dikenal sebagai kampung cina (pecinan). Memperoleh

⁸ Badan Pusat Statistik (BPS), 2011

julukan sebagai etnis yang hebat dalam kegiatan berwirausaha sebagaimana besar masyarakat menganggap bahwa etnis cinalah yang hanya dapat melakukan hal itu.⁹ Etnis Tionghoa mendapatkan julukan atau stigma bahwa etnis Cina hebat dalam menjalankan suatu usaha atau hebat dalam menjadi pengusaha yang mana bahwa masyarakat pribumi menganggap hanya etnis Tionghoa lah yang bisa melakukan hal itu, terbalik dengan masyarakat pribumi yang lebih banyak menjadi konsumen. Sementara itu jika diteliti lebih dalam masih banyak profesi sebagai pengusaha atau wirausahawan yang berasal dari pribumi berhasil dalam menjalankan usahanya.¹⁰

Dari fenomena yang telah dipaparkan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “STRATEGI KEBERHASILAN ETNIS CINA DALAM BERWIRAUSAHA DIBANDINGKAN DENGAN ETNIS JAWA MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang fenomena masalah yang telah dikemukakan diatas maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana analisis keberhasilan wirausaha etnis Cina dengan etnis Jawa dalam berwirausaha di kampung pecinan?
- 1.2.2 Bagaimana analisis keberhasilan wirausaha etnis cina dengan etnis Jawa ditinjau dalam perspektif ekonomi islam?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.3.1 Untuk mengetahui analisis keberhasilan wirausaha etnis cina dengan etnis jawa dalam berwirausaha dikampung pecinan.
- 1.3.2 Untuk mengetahui analisis keberhasilan wirausaha yang dilakukan etnis cina dengan etnis jawa ditinjau dalam perspektif ekonomi islam.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat tersebut sebagai berikut.

⁹ La ode, Tiga Muka Etis Cina-Indonesia, Bigraf Publishing, Yogyakarta, 1997, hlm. 38

¹⁰ Sevi Azkia Syafak, “Perbedaan Karakteristik Wrausaha Etnis Cina Dengan Wirausaha Pribumi Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Pasar Kecamatan Sember Rejo Kabupaten Tanggamus)” Lampung, (2017), Hlm 5

1.4.1 Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dan informasi dalam bidang ekonomi dan diharapkan dapat menjadi literatur ilmu pengetahuan dan bacaan bagi pihak yang membutuhkan.

1.4.2 Bagi pemerintah daerah

Sebagai salah satu pertimbangan daerah untuk lebih meningkatkan perhatiannya pada masyarakat yang mayoritas berprofesi sebagai pedagang (wirausaha).

1.4.3 Bagi pembaca

Masyarakat diharapkan dapat mengetahui perbedaan karakter wirausaha etnis cina dengan pribumi dan dapat mengetahui yang manakah yang lebih sesuai dengan prinsip perinsip ekonomi islam.

1.5. Tinjauan Pustaka

Setelah melakukan peninjauan mengenai penelitian terdahulu, terdapat beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Hal tersebut pula bertujuan guna memberikan informasi, menghubungkan, serta mencari gap mengenai hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

Tabel 1. 2 Tinjauan Pustaka

No	Nama	Judul	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Syafak, Sevi Askia ¹¹	Perbedaan Karakteristik Wirausaha Etnis Cina Dengan Wirausaha Pribumi Dalam Perspektif Ekonomi Islam (studi di pasar Kecamatan Sumber Rejo Kabupaten Tanggamus) 2017	Perbedaan terdapat pada lokasi penelitian dan waktu penelitian, serta pada objek penelitian yaitu etnis Jawa.	Hasil penelitian ini menunjukkan pada karakter berwatak luhur, kerja keras dan disiplin, serta merasakan kebutuhan orang lain. Etnis Cina banyak memikirkan bagaimana caranya mendapatkan keuntungan yang banyak. Dalam perspektif ekonomi islam yaitu pada wirausahawan etnis Cina tidak melibatkan Tuhan dalam kegiatan berwirausaha.
2	Moh Syakur, Muha	Reaktualisasi Khasanah	Perbedaan terdapat pada	Hasil penelitian ini menunjukkan pada adanya kewirausahaan

¹¹ Sevi Azkia Syafak, "Perbedaan Karakteristik Wrausaha Etnis Cina Dengan Wirausaha Pribumi Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Pasar Kecamatan Syمبر Rejo Kabupaten Tanggamus)" Lampung, (2017).

	mmad Faiq ¹²	Kewirausahaan Perspektif Tionghoa Muslim. 2020	pada lokasi dan waktu penelitian yang berbeda	seseorang dapat berperan sebagai pengurang angka pengangguran dengan membuka lapangan pekerjaan. Etnis Cina telah memberikan bukti kongkret di Indonesia atas keberhasilan dalam berwirausaha. Jika usaha dikelola dengan manaati hal-hal yang diperintahkan oleh ajaran agama islam dan tidak menimbulkan kerusakan di muka bumi, maka kewirausahaan yang baik menurut agama islam dapat menumbuhkan kemaslahatan baik didunia maupun di akhirat
3	Okki Sutanto,Nani Nurrachman ¹³	Makna Kewirausahaan Pada Etnis Jawa, Minang, dan Tionghoa. (studi representasi sosial) 2018	Perbedaan terdapat pada menggunakan teknik analisis melalui hierarchized evocation, selanjutnya dilakukan analisis leksikal dan kategorikal dari atribut-atribut yang muncul.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masing-masing etnis memaknai kewirausahaan dengan berbeda. Jika pada etnis Jawa kewirausahaan diasosiasikan dengan sifat atau nilai penting terkait kemandirian dan kerja keras. Pada wirausaha terdapat 3 alasan yaitu: kesesuaian dengan kepribadian, idealism dan pemberdayaan Masyarakat serta penyaluran hobi. Wirausahawan Jawa yang penting adalah kebermanfaatn, strategi, dan manajemen. Perbedaan etnis jawa dengan yang lain yaitu Kejujuran dan nrimo atau menerima apa adanya.

¹² Moh Syakur and Muhammad Faiq, "Reaktualisasi Khasanah Kewirausahaan Perspektif Tionghoa Muslim," *Jurnal PROGRESS: Wahana Kreativitas dan Intelektualitas* 8, no. 2 (2020).

¹³ Okki Sutanto and Nani Nurrachman, "Makna Kewirausahaan Pada Etnis Jawa, Minang, Dan Tionghoa: Sebuah Studi Representasi Sosial," *Jurnal Psikologi Ulayat* 5, no. 1 (2018): 86.

4	Busman ¹⁴	Analisis Gaya Manajerial Etnis Tionghoa Dalam Pengembangan Usaha Penjualan Suku Cadang Sepeda Motor (studi kasus toko suku cadang sepeda motor jalan veteran Selatan kota Makassar) 2019	Perbedaannya terdapat pada gaya kepemimpinan etnis Cina dan pengembangan usaha penjualan suku cadang sepeda motor jalan veteran Selatan Kota Makassar.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kejayaan perdagangan terjadi di abad ke- 16 sampai pada abad ke-20 dan salah satu kelompok yang saling berperan ialah etnis Tionghoa. Mereka jadi pedagang perantara antara Makassar dengan Tionghoa, Makassar dengan Batavia, Banjarmasin dan pulau-pulau di timur. Selain membawa barang dari luar Makassar dan menjadi pedagang perantara. Ketika itu orang-orang Tionghoa menjadi pengepul dan mengorganisir perdagangan taripang, kulit penyu dan agar-agar yang dihasilkan oleh masyarakat lokal.
5	Jennifer Christina Dialim ¹⁵	Strategi Dagang Antara Pedagang Etnis Tionghoa dengan Pedagang Pribumi di Kota Palembang. (2023)	Perbedaan terdapat pada fokus perdagangan etnis Cina dan Pribumi serta terdapat pada perbedaan lokasi dan waktu penelitiannya.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pedagang kelontong etnis Tionghoa maupun strategi pedagang kelontong pribumi sama-sama mempunyai persamaan dan perbedaan dalam menjalankan usaha mereka. Persamaannya ialah pada strategi pendapatan yaitu dalam menetapkan Solusi jika pengeluaran lebih besar dari pada pendapatan. Persamaan lainnya ialah pada strategi keuntungan dalam menetapkan harga produk mempertahankan keuntungan

¹⁴ Busman, "Analisis Gaya Manajerial Etnis Tionghoa Dalam Pengembangan Usaha Penjualan Suku Cadang Sepeda Motor (Studi Kasus Toko Suku Cadang Sepeda Motor Jalan Veteran Selatan Kota Makassar)" (2019): 28, <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/15437>.

¹⁵ Jennifer Christina Dialim et al., "Journal of UKMC National Seminar on Accounting Proceeding Strategi Dagang Antara Pedagang Etnis Tionghoa Dengan Pedagang Pribumi Di Kota Palembang" 2, no. 1 (2023): 338–347.

				usaha dan kegunaan dalam keuntungan tersebut. Adapun keterbatasan yang mungkin dapat mempengaruhi hasil penelitian ini yang hanya mengeksplorasi dari perspektif pemilik toko kelontong dan perlu perbandingan juga dari perspektif pembeli dan adanya pemilik toko kelontong.
6	Aini Nur Rohmah, Joko Widodo, & Sutrisno Djaja ¹⁶	Perilaku Wirausaha Pedagang Etnis Cina di Jalan Samanhudi di Kabupaten Jember. (2017)	Perbedaannya terdapat pada perilaku wirausaha etnis Cina serta ada perbedaan pada lokasi dan waktu penelitian.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat ciri-ciri perilaku wirausaha pedagang etnis Cina di jalan Samanhudi kabupaten Jember dalam menjalankan usahanya telah mengalami masalah dan kendala dalam berdagang. Akan tetapi mereka dapat mengawasi masalah tersebut dan dapat mempertahankan usahanya selama bertahun-tahun. Mereka rata-rata menjalankan usaha sudah lebih dari 5 tahun. Menjadi seorang wirausaha harus memiliki jiwa dalam berbisnis yang mumpuni, salah satunya mereka dapat memanfaatkan peluang waktu dan peluang usaha baru dalam berdagang. Sebagai pedagang juga harus jujur dan dapat dipercaya. Menanamkan kepercayaan kepada konsumen sangat diperlukan untuk mendukung keberhasilan dalam

¹⁶ Aini Nur Rohmah, Joko Widodo, and Sutrisno Djaja, "Perilaku Wirausaha Pedagang Etnis Cina Di Jalan Samanhudi Kabupaten Jember," *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial* 11, no. 1 (2017): 8.

				berwirausaha. Menepati janji ialah salah satu perilaku yang dapat menjadi pendukung suatu usaha.
7	Ardio Fadhil, Agus Syam, dan Muhammad Rakib ¹⁷	Studi Komparatif Sikap Kewirausahaan Antara Etnis Tionghoa dan Etnis Cina Pribumi di Kota Makassar (studi pada pengusaha ritel tradisional di kecamatan Wajo Kota Makassar)	Perbedaan terdapat fokus pada studi komparatif sikap kewirausahaan serta adanya perbedaan tempat objek penelitian serta waktu pada penelitiannya.	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa sikap wirausaha etnis Tionghoa dan sikap wirausaha etnis Pribumi memiliki perbedaan dan persamaan. Adapun perbedaannya terlihat dari pengamatan peneliti bahwa etnis Tionghoa lebih memilih untuk tetap menutup tokonya tepat waktu sesuai jadwal meskipun terkadang masih ada konsumen yang datang, sedangkan etnis Pribumi memilih untuk tetap melayani pelanggan walaupun sudah lewat dari waktu tutup yang dijadwalkan. Rata-rata wirausaha etnis Tionghoa memiliki usaha yang diwariskan secara turun-temurun. Sedangkan rata-rata etnis Pribumi membangun dari nol. Adapun persamaannya, wirausaha etnis Tionghoa dan etnis Pribumi sama-sama

¹⁷ rakib muhammad Fadhil ardhio, syam agus, "Sikap Kewirausahaan, Etnis Tionghoa Dan Etnis Pribumi." (2019): 9 halaman.

				memiliki kejujuran yang tinggi, mereka bertanggung jawab dengan produk yang dijual, tidak hanya menjamin pada setiap produk yang disalurkan kepada konsumen.
8	Muhammad Shulthoni Yusuf ¹⁸	Etika Bisnis Komunitas Tionghoa Muslim Yogyakarta (2011).	Perbedaannya terdapat pada etika komunitas Tionghoa muslim serta adanya perbedaan pada tempat dan waktu penelitiannya.	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengusaha Tionghoa muslim yang ada di Yogyakarta berpegang pada dasar etika bisnis yang berupa etos kerja yang kuat, kerja keras, pandangan hidup hemat, kejujuran, kehandalan dan kepercayaan yang semuanya diterapkan dalam Tindakan dan sikap, tidak lagi dalam perkataan dan pernyataan. Konstruk tersebut berpegang secara lebih jelas dalam kesuksesan berkat tradisi kekeluargaan, paternalism, solidaritas kelompok dan jaringan sosial. Komunitas muslim Tionghoa Yogyakarta ialah corak komunitas yang berkuasa dalam wilayah perdagangan dan tidak marjinal yang secara structural ialah bagian dari masyarakat sekitarnya.
9	Tri Siwi Agustina	Mengungkap Perilaku Inovatif 3 Etnis Wanita Pedagang di Surabaya (2014)	Perbedaannya terdapat pada pengungkapan perilaku inovatif 3 etnis pedagang wanita yaitu etnis Jawa, Cina, dan	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa perilaku inovatif dari antara tiga kelompok etnis Wanita pedagang di Surabaya, Dimana secara keseluruhan unsur-unsur perilaku inovatif dari Wanita pedagang etnis Tionghoa lebih

¹⁸ Etos Kerja and Perspektif Islam, "Etika Bisnis Komunitas Tionghoa," no. 9 (n.d.): 57–73.

			Madura serta perbedaannya terdapat pada lokasi dan waktu penelitiannya.	unggul dibandingkan dengan Wanita pedagang etnis Jawa dan Madura. Aktivitas eksplorasi, melakukan percobaan dan penerapan yang dilakukan wanita pedagang etnis Jawa lebih rendah daripada wanita etnis Tionghoa dan Madura. Aktivitas menghasilkan ide dan mencari dukungan yang dilakukan Wanita pedagang Madura lebih rendah daripada wanita etnis Jawa dan Tionghoa.
10	Meida Rachmawati & Ignatius Hari Santoso ¹⁹	Etnis Tionghoa dan Jawa Cara Pandang Mereka Dalam Mempersiapkan Suksesor Bisnis Keluarga (2019).	Perbedaannya terdapat pada lokasi penelitian, waktu penelitian dan juga tentang sudut pandang dari ekonomi islam.	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa adanya perbedaan cara pandang yang terjadi antara masyarakat etnis Tionghoa dan Jawa dalam mempersiapkan calon penerus dalam bisnis keluarga. Secara garis besar perbedaan tersebut terletak pada kesediaan masing-masing etnis untuk mendelegasikan tugas yang penting. Lalu dengan adanya perbedaan rencana pengembangan kepemimpinan, dan perbedaan dorongan yang diberikan oleh masing-masing anggota senior keluarga untuk mengikutsertakan calon suksesor menjalankan bisnis keluarga kedepannya dengan mengikuti kegiatan seminar atau pelatihan bisnis.

¹⁹ Meida Rachmawati and Ignatius Hari Santoso, "Etnis Tionghoa Dan Jawa : Cara Pandang Mereka Dalam Mempersiapkan Suksesor Bisnis Keluarga," *Jurnal Manajemen* 16, no. 2 (2020): 180–192.

1.6. Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Menurut Denzin dan Lincoln (1994) dalam Anggito dan Setiawan (2018) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan yang melibatkan metode yang ada.²⁰ Sedangkan menurut Moelong (2017) dan Fairus (2020), penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, Tindakan dan lain – lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata – kata dan bahasa.²¹ Dengan itu, penulis menerapkan metodologi penelitian ini guna mendapatkan data dari pelaku narasumber dan penulis melakukan penelitian ini dengan terjun langsung pada objek penelitian yakni etnis yang diteliti. Objek penelitian tersebut yaitu para wirausahawan dari etnis cina dan jawa di kota Semarang guna mengamati penerapan strategi keberhasilan etnis cina dalam berwirausaha dibandingkan dengan etnis jawa pada pasar Pecinan kota Semarang.

1.6.2 Sumber dan Jenis Data

a. Data Primer

Data yang didapatkan oleh peneliti diperoleh secara langsung dan dalam waktu yang berdekatan agar tidak adanya kesenjangan dalam hasil penelitian. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara kepada narasumber pelaku usaha dari etnis cina dan etnis jawa. Wawancara merupakan suatu proses untuk mendapatkan informasi yang tepat dari sumber yang terpercaya. Peneliti melakukan wawancara secara mendalam dengan informan melalui tanya jawab terhadap wirausahawan dari Etnis Tionghoa dan Etnis Jawa dengan jumlah informan 10. Masing – masing 5 tiap informan, agar mendapat data yang terpercaya sesuai dengan tujuan yang diinginkan peneliti.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder, misalnya melalui literatur dan studi Pustaka. Peneliti menggunakan data sekunder dari buku, jurnal, dan teori – teori yang

²⁰ Albi Anggito & Johan Setiawan, “*Metode Penelitian Kualitatif*”, Sukabumi, Jejak Publisher, 2018, Hal 7

²¹ Fairus, “*Analisis Pengendalian Internal Atas Sistem dan Prosedur Pengajian dalam Usaha Mendukung Efisiensi Biaya Tenaga Kerja Pada PT Pancaran Samudera Transport*”, Jakarta [Skripsi, STEI Jakarta], Repository STEI Indonesia (STEI) Jakarta, 2020

berkaitan dengan penelitian strategi keberhasilan Etnis Tionghoa dalam berwirausaha dibandingkan dengan Etnis Jawa.

1.6.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara atau proses yang sistematis dalam pengumpulan, pencatatan, dan penyajian fakta untuk tujuan tertentu. Penelitian ini akan menggunakan tiga jenis Teknik pengumpulan data. Ketiga teknik pengumpulan data tersebut yaitu: observasi, wawancara, dan dokumentasi.

- a. Observasi, adalah sebagai metode yang dilakukan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Pengamatan dilakukan untuk memperoleh data tentang aktifitas wirausaha muslim etnis cina dan etnis jawa di pasar pecinan dengan mengamati secara langsung kinerja atau etos kerja wirausahawan etnis cina dan etnis jawa di Pasar Pecinan kota Semarang. Hal ini dimaksudkan agar penelitian dapat memperoleh data yang akurat dan factual berkenaan dengan aktivitas wirausaha muslim etnis cina dan etnis jawa di Pasar Pecinan kota semarang.
- b. Wawancara, adalah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara dilakukan secara langsung kepada beberapa orang informan. Mereka meliputi wirausahawan yang berasal dari etnis cina dan jawa yang beragama islam.
- c. Dokumentasi, adalah teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen – dokumen, baik dokumen tertulis, gambar maupun elektronik.²² Dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam metode penelitian kualitatif²³

1.6.4 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori untuk dijabarkan kedalam unit – unit melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Adapun proses analisis data dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

²² I Made Wirartha, “Metode Penelitian Sosial Ekonomi”, (Yogyakarta :ANDI, 2006) Hal 155

²³ Hamidi, “Metode Penelitian Kualitatif”, Universitas Muhammadiyah Malang, Malang,(2004), Hal 72

a. Uji Keabsahan Data

Validasi data merupakan suatu komponen penting yang ada didalam penelitian kualitatif, hal ini berfungsi untuk mencegah tuduhan ketidak-ilmiah, selain itu juga merupakan elemen yang tidak dapat dipisahkan. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode triangulasi (menggabungkan teknik data).²⁴Triangulasi adalah suatu cara yang bisa digunakan untuk menghapus suatu ketidakyakinan. Pada hakikatnya triangulasi adalah suatu cara untuk mendekati multi-metode yang dilakukan untuk seorang peneliti pada saat melakukan penelitian untuk mengumpulkan sekaligus menganalisis data.²⁵

b. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal – hal yang penting, dicari tema dan polanya lalu membuang yang tidak perlu. Reduksi data bisa dilakukan dengan jalan melakukan abstraksi. Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti. Proses dan pertanyaan – pertanyaan yang perlu dijaga sehingga tetap berada dalam data penelitian. Tujuan dari reduksi data ini adalah untuk menyederhanakan data yang diperoleh selama penggalian data di lapangan. Data yang diperoleh dalam penggalian data sudah tentu merupakan data yang sangat rumit dan juga sering dijumpai data yang tidak ada kaitannya dengan tema penelitian.

c. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang tersusun untuk memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Hal ini dilakukan dengan alasan data-data yang diperoleh selama proses penelitian kualitatif biasanya berbentuk naratif, sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurai isinya. Penyajian data dilakukan untuk dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagian – bagian tertentu dari gambaran keseluruhan. Pada tahap ini, peneliti berupaya mengklarifikasikan dan menyajikan data sesuai dengan pokok permasalahan yang diawali dengan pengkodean pada setiap sub pokok permasalahan.

²⁴ Ayuf Mufakhidin, “BIMBINGAN ROHANI ISLAM MELALUI METODE QUR’ANIC HEALING DALAM MEMBENTUK KETENANGAN JIWA PASIEN GAGAL GINJAL DI RSI SULTAN AGUNG SEMARANG” (2023), hal 18.

²⁵ Andarusni Alfansyur and Mariyani, “Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial,” *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah* 5, no. 2 (2020): Hlm 147.

d. Kesimpulan atau Verifikasi

Kesimpulan atau verifikasi adalah tahap akhir dalam proses Analisa data. Pada bagian ini peneliti mengutarakan kesimpulan dari data – data yang telah diperoleh. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan. Penarikan kesimpulan bisa dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subjek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan dan setelah selesai dilapangan. Dalam hal ini Nasution menyatakan “Analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah selesai dilapangan”. Adapun analisis data yang akan dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah; setelah data didapatkan melalui Teknik pengumpulan data, data yang didapatkan lalu direduksi terlebih dahulu, kemudian di sajikan dan terakhir membuat kesimpulan dan verifikasi.²⁶

1.7. Sistematika Penulisan

Agar penyajian dan pembahasan laporan proses kerja penelitian ini dicerna dengan mudah dan sistematis, alangkah baiknya penulis menyusun sistematika penulisan skripsi ini sedemikian rupa sebagai berikut: sistematika penulisan dalam menyusun penelitian ini terbagi kedalam lima bab, yaitu:

Bab I : Pada bab ini tentang latar belakang Kota Semarang yang memiliki penduduk heterogen dengan berbagai keragaman suku atau etnis seperti Jawa, Tionghoa/Cina dan Arab. Adanya keberagaman suku yang ada di Kota Semarang melatarbelakangi munculnya selogan “variety of culture” yang berarti perkembangan Kota Semarang tetap mempertahankan budaya yang bersifat multicultural. Kota Semarang menjadi ibukota provinsi Jawa Tengah, hal ini membuat Kota Semarang menjadi tempat strategis bagi etnis Jawa, Tionghoa/Cina dan Arab untuk saling berbaur. Ada tradisi Cina

²⁶ Irmayani, “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO BUKU GRAMEDIA KOTA MATARAM”, skripsi KONSENTRASI ENTREPRENEUR PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM, 2020, Hal 1-41, <http://clik.dva.gov.au/rehabilitation-library/1-introduction-rehabilitation>
<http://www.scrip.org/journal/doi.aspx?DOI=10.4236/as.2017.81005>
<http://www.scrip.org/journal/Paperdownload.aspx?DOI=10.4236/as.2012.34066>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.pbi.2013.02.0>

yang mana dipegang erat sampai sekarang, yaitu tradisi “generation to generation” atau generasi turun – menurun yang mana menjadi ciri khas dari warisan leluhur. Ada faktor keberhasilan etnis cina dalam berwirausaha yang tidak kalah pentingnya bahwa ada budaya etos kerja yaitu, kerja keras, hemat, disiplin, jujur, kemandirian dan profit oriented. Selain faktor – faktor itu juga ada faktor kekerabatan, faktor tradisi, serta faktor ilmu pengetahuan. Masuknya etnis Cina di Semarang terlihat dari adanya peninggalan yang ada didaerah simongan yaitu SAM PO KONG. 1,2 persen penduduk Indonesia adalah Etnis Cina. Etnis Cina dalam kegiatan perdagangan atau wirausaha merambah hingga di Kawasan Kota Semarang yang dikenal sebagai kampung Cina (Pecinan).

Selain itu ada rumusan masalah yang melatarbelakangi fenomena masalah yang telah dikemukakan, lalu juga ada tujuan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui strategi keberhasilan etnis cina dalam berwirausaha dikampung pecinan, untuk mengetahui strategi wirausaha yang dilakukan etnis cina ditinjau dalam prespektif ekonomi islam. Lalu juga ada manfaat penelitian yang dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian akan berdampak bagi peneliti, bagi pemerintah daerah dan juga bagi pembaca. Lalu ada juga tinjauan pustaka yang melakukan peninjauan mengenai penelitian terdahulu, terdapat beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Hal tersebut pula bertujuan guna memberikan informasi, menghubungkan, serta mencari gap mengenai hasil penelitian terdahulu yang relevan. Selanjutnya juga ada metode penelitian yang di bagi menjadi 3, yaitu. Jenis penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif.

Sumber dan jenis data yang mana dibagi menjadi dua. Pertama data primer yang didapatkan oleh peneliti diperoleh secara langsung dan dalam waktu yang berdekatan agar tidak adanya kesenjangan dalam hasil penelitian. Kedua, data sekunder ialah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder, misalnya melalui literatur dan studi pustaka. Teknik pengumpulan data ialah suatu cara atau proses yang sistematis dalam pengumpulan, pencatatan, dan penyajian fakta untuk tujuan tertentu.

Teknik analisis data ialah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisir data ke dalam kategori untuk dijabarkan kedalam unit-unit. Adapun proses analisis data dalam penelitian kualitatif ada tiga cara sebagai berikut: pertama reduksi data yang berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya lalu membuang yang tidak perlu. Penyajian data ialah sekumpulan informasi yang tersusun untuk memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Dan yang terakhir kesimpulan atau verifikasi yaitu tahap akhir dalam proses analisis data.

Bab II : Pada bab ini menjabarkan landasan teori yaitu tentang landasan teori wirausaha yang mana menurut kasmir adalah pandangan yang menggambarkan wirausaha sebagai individu yang memiliki kreativitas, inovasi, dan kemampuan untuk mengatasi resiko guna menciptakan nilai tambah dalam dunia bisnis. Wirausahawan ialah seseorang yang tahu adanya suatu peluang lalu mengeksekusi atau memanfaatkan peluang itu seperti memiliki fungsi dan Tindakan untuk mengerjakan dan memanfaatkan peluang tersebut, lalu untuk berwirausaha adalah salah satu dari seribu jalan yang bisa dimanfaatkan untuk menaikkan taraf hidup selain menjadi seorang buruh ataupun pedagang karena, dengan berwirausaha bisa menjadi salah satu peluang untuk mendapatkan penghasilan. Adapun konsep kewirausahaan menurut beberapa ahli adalah suatu konsep kewirausahaan menurut ahli adalah suatu konsep yang menjelaskan terkait dengan prinsip-prinsip dasar yang dijadikan pedoman dalam menjalankan kewirausahaan.

Adapun garis besar terdapat dua faktor penting yang bisa mempengaruhi yaitu faktor eksternal yang bermula dari individu luar seperti masyarakat dan lingkungan keluarga, sistem Pendidikan dan faktor internal yang bermula dari dalam diri setiap individu seperti faktor psikis dan faktor fisik atau kepribadian. Urgensi motivasi wirausaha dalam Al-Qur'an dan hadist terdapat 3 faktor yang berperan dalam motivasi berwirausaha yaitu personal atau kepribadian, hubungan dari aspek-aspek kepribadian seseorang. Sociological yaitu, adanya suatu masalah dalam

hubungan dengan keluarga atau diri sendiri dengan hubungan social lainnya. Environmental yaitu, hal yang menyangkut suatu hubungan dengan lingkungan. Strategi kewirausahaan ialah kemampuan pengusaha atau wirausaha dalam menganalisis suatu lingkungan eksternal dan internal disuatu Perusahaan, perumusan atau formulasi strategi, melaksanakan rencana-rencana yang akan dirancang untuk dapat mencapai target-target Perusahaan.

Pengertian etnis secara etimologi, istilah etnis (ethnic) berasal dari bahasa Yunani “ethnos”, yang mengacu pada konsep bangsa atau individu. Menurut pandangan Syaquany, etnis adalah sebuah kelompok dalam masyarakat yang memiliki budaya yang unik dan membedakan mereka dari kelompok etnis lainnya. Anggota etnis secara sadar mengakui keberadaan dan karakteristik budaya kelompok mereka ini dalam Tindakan Bersama, keyakinan agama, Bahasa, pakaian, serta tradisi. Di Indonesia yang terdiri dari banyaknya daerah, pulau, dan suku tentunya banyak juga etnis yang ada di Indonesia seperti: etnis arab yang mana mayoritasnya mereka berasal dari Hadhramaut, Yaman. Mereka datang ke Indonesia terbagi menjadi empat golongan. Golongan pertama pada abad 12 M lalu disusul gelombang kedua pada abad ke 18 lalu pada gelombang ketiga pada abad ke 19 dan untuk gelombang keempat pada abad ke 20 Masehi. Etnis Jawa, tahun 2002 panggaeban meneiti bahwa seorang etnis jawa ialah orang yang berasal dari garis keturunan jawa dalam arti masuk ruang lingkup budaya Indonesia. Etnis Tionghoa terbagi menjadi 2 suku dari 2 provinsi yang ada di negara Tionghoa yaitu, Fukian dan Kwantung.

Dalam tradisi yang ada di Tionghoa, perbedaan lama dalam menetap ini pada umumnya bisa berpengaruh kuat lemahnya tradisi yang ada di Tionghoa. Dalam Al-Qur’an ditegaskan bahwa seseorang hanya akan memperoleh hasil sesuai dengan usaha yang dilakukan seperti yang tertulis di dalam QS an- Najm: 39-40. Harus diketahui juga bahwasanya wirausaha itu salah satu jalan bagi umat Muslim untuk melakukan aktivitas bisnis dan bertransaksi yang mana sudah diatur bagaimana konsep dan tata caranya didalam Al-Qur’an dan Hadist. Sejarah Nabi Muhammad SAW bermula ketika beliau melakukan perjalanan ke daerah syam bersama

pamannya. Ada 3 tokoh wirausahawan muslim dunia yaitu, Aliko Dangote, Azim Premji, Shahid Khan. Kalo untuk wirausahawan muslim di Indonesia yaitu, Chairul Tanjung, Abdul Rasyid, Aksa Mahmud. Untuk tokoh muslim Tionghoa yaitu, Jusuf Hamka, Djohari Zein, Herman Halim.

Bab III : Gambaran umum obyek penelitian berisi gambaran umum daerah penelitian. Mencakup letak geografis Kota Semarang, Kependudukan, dan gambaran umum Pasar Pecinan Semawis. Kota Semarang terdiri 16 wilayah kecamatan dan 177 kelurahan. Secara geografis Kota Semarang terletak antara 109 35 – 110 50 bujur timur dan 6 50 – 7 10 lintang Selatan dengan luas sebesar 37.370,39 Ha. Kawasan pecinan merupakan Kawasan yang terletak di Kota Semarang, Kawasan pecinan berdekatan dengan Kawasan Kota Lama dan Pasar Johar. Dengan adanya Kawasan pecinan semarang bisa menjadikan Kota Semarang menjadi Kota wisata religi, budaya, dan juga kuliner. Kelurahan Kranggan memiliki luas area 25,25 Ha, yang mana secara administrative terdiri dari lima rukun warga dan tiga puluh rukun tetangga. Pecinan berasal dari Bahasa jawa yang berarti wilayah mayoritasnya ialah warga Tionghoa. Semarang sebagai salah satu kota besar yang ada di Indonesia mempunyai banyak perkampungan yang telah lahir atau bahkan menjadi cikal bakal kota. Di Semarang sendiri banyak dengan adanya kampung kuno yang mana aktivitas masyarakat mencari penghidupan di Semarang, seperti etnis Arab, Tionghoa, Melayu, Banjar dan lain sebagainya.

Bab IV : Pembahasan dari hasil penelitian yang mana perdagangan adalah suatu aktivitas jual-beli barang atau jasa diantara kedua belah pihak atau lebih yang mana didalamnya ada suatu transaksi yang mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau laba. Aktivitas perdagangan dioperasikan oleh seseorang atau lebih yang disebut dengan pedagang. Seorang pedagang bisa melakukannya secara sendiri dengan usaha skala kecil atau dalam bentuk usaha mikro, kecil, dan menengah. Dalam menjalankan suatu usaha seorang pengusaha pasti akan mengalami yang namanya kegagalan, jatuh bangunnya suatu usaha yang telah dibangunnya, bahkan hal – hal tersebut terjadi diluar dugaan. Di dalam menjalankan usaha juga akan adanya persaingan pasar, kerugian antara satu pihak

dengan orang lain, dan juga persaingan modal bagi yang mempunyai lebih banyak modal. Strategi Perdagangan merupakan suatu metodologi sistematis yang berguna saat membeli dan menjual di pasar. Dapat dikatakan bahwa suatu persaingan usaha yang sehat dapat mendorong tumbuhnya inovasi, peningkatan kualitas, keragaman produk dan harga yang lebih kompetitif dalam persaingan yang sehat. Persaingan yang sehat juga merupakan suatu kompetisi yang dapat membuat suatu usaha tersebut menjadi lebih baik lagi. Etika ini sangat penting dalam berwirausaha dan itu menjadi salah satu strategi yang jitu bagi para pengusaha entah dengan etnis Cina ataupun dengan etnis Jawa dalam menerapkan sifat Nabi Muhammad SAW yaitu sebagai berikut :Siddiq, Amanah, Tabligh, Fathanah.

Bab V : Berisi penutup yang meliputi kesimpulan dan saran. Untuk kesimpulannya kurang lebih seperti ini: bahwa faktor-faktor akan keberhasilan etnis Tionghoa dalam berwirausaha dibandingkan dengan etnis Jawa yaitu akan kerja keras, pantang menyerah dan adanya kaderisasi dalam berwirausaha. Dengan adanya kaderisasi dalam berwirausaha akan adanya waktu yang lebih untuk meningkatkan suatu usaha. Dan dalam pandangan islam berwirausaha harus mempunyai 4 sifat yaitu telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW. Ketika beliau menjadi saudagar sukses pada masanya, yaitu sifat: Siddiq, Amanah, Tabligh, dan Fathanah.

Untuk saran ada tiga yaitu bagi pemerintah, bagi masyarakat dan bagi peneliti itu sendiri.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Teori Wirausaha

Teori wirausaha menurut kasmir adalah pandangan yang menggambarkan wirausaha sebagai individu yang memiliki kreativitas, inovasi, dan kemampuan untuk mengatasi resiko guna menciptakan nilai tambah dalam dunia bisnis. Kasmir juga menekankan pentingnya pemahaman tentang lingkungan bisnis dan kemampuan untuk mengidentifikasi peluang dalam mengembangkan bisnis. ²⁷Wirausahawan ialah seseorang yang tahu adanya suatu peluang lalu mengeksekusi atau memanfaatkan peluang itu seperti memiliki fungsi dan Tindakan untuk mengerjakan dan memanfaatkan peluang tersebut, lalu untuk berwirausaha adalah salah satu dari seribu jalan yang bisa dimanfaatkan untuk menaikkan taraf hidup selain menjadi seorang buruh ataupun pedagang karena, dengan berwirausaha bisa menjadi salah satu peluang untuk mendapatkan penghasilan. Kewirausahaan berasal dari kata “wira” dan “usaha”. Wira berarti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah dan berwatak agung. Kalo usaha berarti perbuatan, pekerja, bekerja, dan berbuat sesuatu. Jadi wirausaha berarti pejuang yang bekerja untuk melakukan sesuatu. Konsep Kewirausahaan menurut Peter Drujker, kewirausahaan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh suatu individu atau kelompok untuk menciptakan suatu hal yang baru, merubah sesuatu yang sudah ada, atau menemukan cara-cara yang lebih efisien untuk melakukan sesuatu hal tersebut.

2.1.1.1 Konsep kewirausahaan menurut Joseph Schumpeter kewirausahaan merupakan suatu proses yang dilakukan secara terus menerus untuk menciptakan sesuatu yang baru, baik itu produk baru, proses produksi baru, atau model bisnis baru.

2.1.1.2 Konsep kewirausahaan menurut Richard Cantillon, kewirausahaan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu ataupun kelompok untuk memanfaatkan adanya peluang dengan cara membeli barang-barang yang murah lalu menjualnya dengan harga yang lebih tinggi.

2.1.1.3 Konsep kewirausahaan menurut David McClelland , kewirausahaan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu ataupun kelompok untuk menciptakan hal baru, mengubah sesuatu yang sudah ada, atau menemukan cara-cara yang lebih efisien.

²⁷ Nathanael sitanggang dkk, Manajemen Kewirausahaan Furnitur (Yogyakarta : CV BUDI UTAMA : 2019) , hal 1

2.1.1.4 Konsep kewirausahaan menurut Howard Stevenson, kewirausahaan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh individu ataupun kelompok untuk menciptakan sesuatu yang baru, mengubah sesuatu yang sudah ada, atau menemukan cara-cara yang lebih efisien dengan tujuan menghasilkan keuntungan.

2.1.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Kewirausahaan

Kata perilaku berarti tanggapan atau reaksi seseorang atau individu terhadap pada rangsangan atau lingkungan yang mana tertulis dari kamus Bahasa Indonesia. Perilaku yang sesuai dengan tujuan penciptaan manusia ke dunia ialah perilaku yang baik menurut agama, artinya untuk menghambakan diri kepada Tuhan.²⁸ Perilaku manusia adalah hasil yang bermula karena adanya pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan. Sikap dan Tindakan. Atau dengan maksud lain, perilaku adalah respon seorang individu terhadap stimulus yang berasal dari mana saja. Perilaku wirausaha mempunyai dasar pada sepaket nilai kepercayaan dan kebutuhan tertentu yang memberi personal motivasi intrinsic dan penentuan nasib sendiri untuk terlihat dalam perilaku kewirausahaan. Aspek perilaku kewirausahaan terdiri dari sikap proaktif, kompetitif, inovatif, berani mengambil resiko, dan mandiri. Tiga pola piker kewirausahaan dikelompokkan yakni, learning, pengembangan dan spiritualitas. Penelitian yang mencari adanya perbedaan UMKM Tionghoa dan UMKM Pribumi dari segi pola piker dan perilaku kewirausahaan. Bagian kerangka berfikir dijelaskan sebagai berikut:²⁹

Adapun garis besar terdapat dua faktor penting yang bisa mempengaruhi yaitu “faktor eksternal” yang bermula dari individu luar seperti Masyarakat dan lingkungan keluarga, sistem Pendidikan dan “faktor internal” yang bermula dari dalam diri setiap individu seperti faktor psikis dan faktor fisik atau kepribadian. Bahwa wirausaha yang berhasil pada umumnya memiliki sifat – sifat kepribadian yang mana telah dikemukakan oleh yaitu sebagai berikut :

- 1) Mempunyai kepercayaan diri untuk bisa bekerja keras secara independent dan mampu menghadapi resiko untuk memperoleh hasil.
- 2) Mempunyai kemampuan berorganisasi, bisa mengatur tujuan, berorientasi hasil, dan mau bertanggung jawab.
- 3) Kreatif dan mampu melihat peluang yang ada di dalam kewirausahaan.

²⁸ Dr. Yayat Suharyat, M.Pd.,”Hubungan Antara Sikap, Minat dan Perilaku Manusia”, Jurnal Region, Vol. I, No. 3 (2009).

²⁹ Ni Luh Putu Eka Yudi Prastiwi, Luh Kartika Ningsih, and Ketut Suardika, “Pola Pikir Dan Perilaku Kewirausahaan Umkm Di Buleleng, Bali,” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 4, no. 1 (2019): 61.

- 4) Menikmati tantangan dan mencari kepuasan pribadi dalam mendapatkan ide.

Steinhof dan Burgess telah mengemukakan terkait beberapa faktor yang sangat diperlukan untuk menjadi wirausaha yang berhasil, faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menjadi wirausaha yang berhasil diantaranya:

- 1) Mempunyai visi dan tujuan usaha yang jelas.
- 2) Berani menanggung resiko waktu dan uang.
- 3) Terencana dan terorganisir
- 4) Bekerja keras sesuai dengan tingkat kepentingannya.
- 5) Mengembangkan hubungan dengan pelanggan , pemasok, pekerja dan lainnya.
- 6) Bertanggung jawab terhadap keberhasilan maupun kegagalan.

Adapun faktor yang memicu kewirausahaan menurut Zimmerer dan Scarborough antara lain:

- 1) Wirausahawan sebagai pahlawan

Faktor yang tidak terlihat tetapi sangat penting, yaitu sikap terhadap para wirausahawan yang diterapkan pada orang amerika. Sebagai suatu bangsa kita telah meningkatkan status mereka sebagai pahlawan dan kita menjadikan mereka sebagai role model kita yang bisa ditiru.

- 2) Pendidikan Kewirausahaan

Bahwa kewirausahaan ialah mata kuliah populer yang telah disadari oleh banyak akademi dan universitas. Jumlah mahasiswa yang ingin mempunyai bisnis sendiri sebagai karier meningkat pesat. Dengan adanya permintaan yang besar akan mata kuliah kewirausahaan dan bisnis kecil banyak akademi dan universitas yang kesulitan akan hal itu.

- 3) Faktor ekonomi dan demografi

Adapun hamper 2/3 para wirausaha dengan rata – rata umur 35-44 tahun mereka baru memulai usaha. Selian itu antara tahun 1980 – 1990an pertumbuhan ekonomi telah menciptakan jumlah kemakmuran yang cukup besar diantara orang – orang dari kelompok umur ini dan berbagai peluang bisnis yang dapat mereka manfaatkan.

- 4) Pergeseran ke ekonomi jasa

Bisnis yang sangat populer diantaranya ialah bisnis jasa dikarenakan biaya pendiriannya relative rendah. Meledaknya sektor jasa akan terus menyediakan banyak peluang bisnis, dan tidak semuanya bergerak dalam bidang teknologi tinggi.

5) Kemajuan Teknologi

Seseorang bisa bekerja dimanapun diantaranya bisa bekerja di rumah layaknya bisnis besar , dikarenakan semakin meningkatnya teknologi di zaman modern diantaranya computer pribadi, laptop, mesin faks, foto kopi, printer warna, mesin menjawab telepon dan voice mail.

6) Gaya hidup bebas

Kewirausahaan cocok dengan orang yang menyukai kebebasan dan kemandirian salah satunya ialah kebebasan,kemandirian finansial.

7) Commerce dan world wide web

Terhubungnya computer diseluruh dunia memalui internet dengan membuka lautan informasi ke penggunanya dan melahirkan ribuan usaha kewirausahaan karena kemajuan world wide web yang merupakan jaringan yang sangat besar.

8) Peluang Internasional

Dalam mencari pelanggan bisnis kecil tidak lagi dibatasi oleh batas negara. Dengan bergesernya ekonomi blobal yang dramatis telah membuka pintu untuk peluang bisnis yang luar biasa bagi wirausahawan yang berkeinginan untuk ekspansi keseluruh dunia.

Menurut Timmons faktor yang harus dimiliki oleh setiap wirausahawan untuk mencapai keberhasilan dalam berwirausaha antara lain:³⁰

- 1) Komitmen dan Determinasi, komitmen dan determinasi ialah suatu faktor yang paling penting daripada faktor lainnya. Faktor komitmen dan determinasi ini dapat menjadikan wirausahawan untuk menghadapi halangan yang ditemuinya dan juga bisa menutupi kelemahan dan kekurangan dalam berwirausaha. Dengan adanya tekad dan penuh komitmen yang dibutuhkan seorang wirausaha untuk melewati tantangan yang lebih tinggi lagi. Dalam berwirausaha komitmen dan determinasi bisa diciptakan dengan melalui beberapa cara antara lain dengan berani mengambil suatu kesempatan disebuah tantangan, dengan berani mengambil resiko yang ada, dan melalui pengorbanan lain yaitu bisa terganggu suatu kehidupan dan hubungan dengan keluarga dalam berwirausaha. Dengan memiliki keberanian, disiplin kerja yang tinggi ,kerja keras dalam usahanya dan tahan terhadap kesulitan ialah hal-hal yang harus dimiliki wirausaha yang mau sukses.
- 2) Kepemimpinan, dibutuhkan banyak pengalaman dalam berwirausaha untuk menjadi wirausahawan, tentang pengetahuan yang bagus terhadap pasar, mempunyai skill

³⁰ Dian Mega Maharani, "Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Cina dan Etnis Jawa di Pasar Yaik Permai Semarang", {Semarang : Universitas Negeri Semarang, 2013), hal 21 - 23

dalam mengatur strategi berwirausaha. Untuk sukses dalam berwirausaha, wirausaha harus memiliki ide untuk memulai usahanya dan mempunyai control yang baik terhadap dirinya dan usahanya. Wirausahawan yang sukses ialah seseorang yang mempunyai kesabaran dalam merangkai usahanya dan mempunyai kapasitas dalam mengaplikasikan idenya untuk menjadi kenyataan.

- 3) Ambisi dalam mencari peluang, untuk berhasil dalam berwirausaha seseorang harus bisa memanfaatkan setiap peluang yang ada. Keseriusan seorang wirausaha dalam menjalankan suatu usahanya dibuktikan dengan sejauh mana ia memanfaatkan peluang yang dilewatinya. Untuk mejadi wirausaha yang sukses harus mempunyai kreativitas dalam mengambil peluang yang ada.
- 4) Menerima resiko, kebimbangan, dan ketidaktentuan, wirausahawan yang berhasil bukanlah seorang penjudi yang mengambil keputusan bisnis sesuka mereka. Tetapi seorang wirausahawan yang berhasil ialah mereka yang berani membuat keputusan dengan mempertimbangkan resiko dalam berwirausaha. Dengan adanya ketidakpastian dalam berbisnis seorang wirausaha yang mau berhasil harus juga nyaman dan tahan dengan itu.
- 5) Kreativitas, percaya diri dan bisa beradaptasi dimanapun, seseorang wirausahawan yang berhasil selau percaya terhadap kapasitas dirinya sendiri. Seorang wirausahawan tidak takut akan kegagalan dan selalu berusaha untuk mencapai keberhasilan dengan melihat kenyataan yang ada. Untuk menjadi wirausahawan yang sukses, maka harus mempunyai kemampuan untuk menjadikan sebuah kegagalan menjadi sebuah Pelajaran dan juga pengalaman yang berarti. Dengan pengalaman dari kegagalan ini bisa membuat seseorang bisa mengatasi sebuah masalah yang akan muncul dengan mengatasi masalah yang ada dengan menggunakan cara yang sesuai dengan penngalamannya.
- 6) Motivasi untuk menjadi unggul, untuk menjadi wirausahaan yang berhasil dalam berwirausaha maka seorang wirausahaan harus mempunyai motivasi lebih untuk unggul dan lebih baik lagi dibandingkan dengan wirausahawan yang lain. Seorang wirausahawan harus memiliki keinginan yang tinggi untuk berhasil, ia harus mempunyai kapasitas dalam menentukan untuk mengambil suatu peluang dan tahu waktu, kapan yang tepat untuk mengatakan tidak terhadap suatu peluang tersebut.

Urgensi motivasi wirausaha dalam Al-qur'an dan hadist, Alma menyatakan terdapat 3 faktor yang berperan dalam motivasi berwirausaha, yaitu :³¹

- 1) Personal atau kepribadian, yaitu adanya hubungan dari aspek – aspek kepribadian seseorang. David Mc Clelland menyatakan seorang wirausaha adalah seseorang yang mempunyai keinginan bahwa dirinya lebih tinggi dalam suatu prestasi dibanding orang lain yang tidak berwirausaha.
- 2) *Sociological* atau hubungan social, yaitu adanya suatu masalah dalam hubungan dengan keluarga atau diri sendiri dengan hubungan social lainnya. Hubungan family ini bisa dilihat dari orang tua, pekerjaan, dan status social yang disampaikan oleh Alma. Dalam minat berwirausaha ada faktor sosial yang berpengaruh yaitu masalah tanggung jawab terhadap keluarga.
- 3) *Environmental* atau lingkungan, yaitu hal yang menyangkut suatu hubungan dengan lingkungan. Ada suatu faktor yang berasal dari lingkungan yang telah disampaikan oleh Suryana yaitu model peran, peluang, aktivitas, selain itu dipengaruhi juga oleh pesaing, sumber daya, dan suatu kebijakan pemerintah.

2.2. Strategi Kewirausahaan

Strategi kewirausahaan ialah kemampuan pengusaha atau wirausaha dalam menganalisis suatu lingkungan eksternal dan internal disuatu Perusahaan, perumusan atau formulasi strategi, melaksanakan atau mengimplementasikan rencana-rencana yang akan dirancang untuk dapat mencapai target-target Perusahaan, lalu melaksanakan evaluasi untuk bisa mendapatkan umpan balik dalam merumuskan strategi yang akan datang, lalu indikator yang akan digunakan ialah:³²

1. Memperkenalkan dan menjelaskan produk baru (differentiation)
2. Selalu menciptakan produk yang berbeda dan tentunya unik
3. Melakukan riset pasar
4. Menekan biaya operasional lebih rendah dari pesaing (low cost)
5. Memproduksi produk dengan biaya efisien
6. Memperbaiki koordinasi berbagai produk
7. Pengoptimalkan alat dan fasilitas produksi
8. Melakukan analisis biaya

³¹ Fikri Maulana, "Pendidikan Kewirausahaan dalam Islam", *Jurnal Pendidikan Islam*, vol2 no. 1 (2019):hal 39-40

³² Rahayu Puji Suci, "Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis (Studi Pada Industry Kecil Menengah Bordir di Jawa Timur)", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol 2, No 1 (2009) : hal 50

9. Meningkatkan ketersediaan peralatan kerja
10. Focus terhadap pelanggan setia
11. Focus terhadap produk tertentu
12. Focus terhadap segmen pasar tertentu

2.2.1. Jenis-jenis Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah suatu proses untuk memulai, mengembangkan, dan menjalankan suatu bisnis. Ada beberapa jenis kewirausahaan yang berbeda. Banyak orang mempunyai visi dan aspirasi yang beda dari orang lain untuk menentukan jenis bisnis apa yang mereka ingin ciptakan atau ingin mereka bangun.

Sebelum ke hal-hal tentang jenis – jenis kewirausahaan ada beberapa poin yang tidak kalah pentingnya sebelum menentukan jenis bisnis atau usaha yang mau dimulai, yaitu: ³³

1. Bagaiman risiko usaha yang akan dipilih?
2. Bagaimana mengatur keuangan antara usaha dan kebutuhan hidup?
3. Usaha seperti apa yang ingin dimulai?

Segala jenis usaha pasti ada risikonya entah kecil atau besar, oleh karena itu calon pelaku usaha harus tau tentang jenis usaha apa yang ingin dijalankannya. Jenis – jenis kewirausahaan bisa dikategorikan dibeberapa jenis dan aspek, seperti bentuk usahanya, bidang usahanya, ataupun modal usahanya. Berikut jenis – jenis kewirausahaan berdasarkan modal dan cara memulainya :

1. Kewirausahaan Usaha Kecil

Kewirausahaan dalam skala kecil biasanya dijalankan sendiri atau suatu UMKM yang baru memulainya. Mereka biasanya kalo tidak sendiri untuk menjalankan usahanya, mereka memperkerjakan karyawan lokal, kerabat, teman atau mungkin dari keluarganya sendiri. Contoh angkringan, toko klontong, warung makan, dll.

Seseorang yang menjalankan kewirausahaan kecil ini kemungkinan besar pendapatan dari usaha itu untuk keluarga dengan gaya hidup yang sederhana. Kementerian koperasi atau UKM mencatat jumlah usaha mikro , kecil dan menengah (UMKM) mencapai 65,47 juta unit pada tahun 2019. Jumlah tersebut naik 1,98% jika dibandingkan pada tahun sebelumnya yaitu sebesar 64,19% juta unit. Jumlah tersebut mencapai 99,99% dari total usaha yang ada di Indonesia. Sementara, usaha skala besar hanya sebanyak 5.637 unit atau setara 0,01%. Dalam rincian, sebanyak 64,6

³³ Budi Rustandi dkk, Kewirausahaan dan Bisnis, (Bali: CV. Intelektual Manifes Media:2023), hal. 29-36

juta unit ialah pelaku usaha mikro. Jumlah keseluruhan setara dengan 98,67% dari total UMKM di Indonesia. Dengan jumlah sebanyak 798.679 unit yang merupakan pelaku usaha kecil. Perbandingannya sebesar 1,22% dari total UMKM di Indonesia. Sementara, pelaku usaha menengah hanya sebanyak 65.465 unit. Dengan jumlah itu memberi sumbangsih, andil sebesar 0,1% dari total UMKM di Indonesia.³⁴

2. Kewirausahaan Perusahaan Besar

Perusahaan besar ialah suatu Perusahaan yang mempunyai jumlah pada siklus hidup yang terbatas. Mempertahankan inovasi adalah jenis kewirausahaan ini untuk professional tingkat lanjut. Eksekutif tingkat - C ialah suatu tim yang mana mereka sering terlibat didalam tim tersebut.

Perusahaan besar seringkali menciptakan inovasi. Layanan dan produk baru yang mana berasal dari preferensi konsumen untuk memenuhi permintaan pasar ialah suatu ide yang diciptakan suatu perusahaan besar, jadi adanya ide tercipta karna preferensi dari konsumen itu sendiri. Tidak sedikit usaha kecil yang berubah menjadi usaha yang besar ketika perusahaannya berkembang. Hal ini juga bisa terjadi kalo suatu perusahaan besar mengakuisisi perusahaan kecil. Contoh : Google. Pada sejak tahun 2011 perusahaan Google mulai aktif mengakuisisi beberapa Perusahaan lain seperti mengakuisisi Perusahaan Motorola Mobility pada tahun 2011 dengan mengeluarkan dana sebesar US\$ 12,5 miliar, Perusahaan Motorola Mobility ialah Perusahaan pertama yang diakuisisi oleh Google. Tidak berhenti disitu Goole juga mengakuisisi Perusahaan lain kembali dengan mengeluarkan dana yang lebih kecil dari sebelumnya yaitu US\$ 3,2 miliar untuk mengakuisisi perusahaan Nest Labs yang mana Perusahaan ini pembuat perangkat rumah pintar dan Google Nest ialah hasil dari akuisisi Perusahaan tersebut. Didunia periklanan yang mana kita juga tidak asing yaitu ads atau adsense, dimana google mengakuisisi Perusahaan DoubleClick yang mana Google harus mengeluarkan dana sebesar US\$ 3,1 miliar. Dengan mengakuisisi DoubleClick tersebut, Google mengintegrasikan dengan program iklan yang dimiliki Google, yaitu AdSense.³⁵ Selama Perusahaan Google berkiprah setelah lahir, Google sendiri telah mengakuisisi kurang lebih 187 perusahaan yang sekarang menjadi bagian dari keluarga perusahaan Google.³⁶

³⁴ Diakses dari <https://dataindonesia.id> pada 13 Desember 2023

³⁵ Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/02/ini-daftar-akuisisi-google-dengan-nilai-terbesar> pada 13 desember 2023

³⁶ Diakses dari https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_pengambilan_alih_oleh_Google pada 13 desember 2023

Selain contoh dari Perusahaan Google juga ada dari Perusahaan yang bergerak dibidang pengembangan, pembuatan, memberikan lisensi, dan mendukung berbagai macam produk serta jasa yang berkaitan dengan computer yaitu Microsoft. Microsoft ialah Perusahaan multinasional Amerika Serikat yang mana berpusat di Redmond, Washington, Amerika Serikat yang bergerak dibidang mengembangkan, membuat, memberi lisensi, dan mendukung berbagai produk dan jasa terkait dengan computer. Microsoft didirikan oleh Bill Gates pada 4 april 1975 yang lalu. Microsoft juga tidak berbeda dengan Google yang mengakuisisi Perusahaan lain untuk menjadi bagian dari Perusahaan yang mengakuisisi. Microsoft sendiri setelah lahirnya telah mengakuisisi 10 perusahaan salah satunya ialah Microsoft mengakuisisi Perusahaan gim Activision-Blizzard dengan mengeluarkan dana senilai US\$ 68,7 miliar yang mana nominal tersebut ialah nominal terbesar Microsoft sepanjang sejarah. Selain itu pada tahun 2016 Microsoft juga mengakuisisi situs jejaring professional LinkedIn dengan mengeluarkan dana senilai US\$ 16,2 miliar. Di tahun 2021 Microsoft mengakuisisi Skype dengan mengeluarkan dana senilai US\$ 8,5 miliar.

Selain Perusahaan Google dan Microsoft ada juga Perusahaan Disney. Perusahaan Disney ialah salah satu Perusahaan hiburan yang ada didunia yang didirikan pada 16 oktober 1923. Perusahaan Disney banyak orang yang mengenalnya dengan divisi studio film, the walt Disney Studios yang meliputi Walt Disney Pictures, Walt Disney Animation Studios, Pixar, Marvel Studios, Lucasfilm, 20th Century Studios, 20th Century Animation dan Searchlight Pictures.³⁷ Seperti dengan Perusahaan besar yang lain, selama berdirinya Perusahaan Disney juga melakukan akuisisi Perusahaan lainnya untuk menjadikan bagian dari keluarga Perusahaan Disney. The Muppets ialah Perusahaan yang diakuisisi oleh Disney untuk pertama kalinya. The Muppets ialah Perusahaan yang memegang lisensi karakter-karakter boneka yang dikenal lucu absurds. Tak tanggung-tanggung dalam proses akuisisi oleh pihak Disney, karena tidak murah untuk mengakuisisi The Muppets ini, dengan nominal yang harus dikeluarkan 75 juta USD atau Rp 1 triliun lebih untuk mengakuisisi Perusahaan The Muppets. Selain itu Perusahaan Disney juga mengakuisi Perusahaan lain seperti Perusahaan Capital Cities, Pixar, BAM Tech, Lucasfil, Marvel dan 21st Century Fox.³⁸

³⁷ Diakses dari https://id.wikipedia.org/wiki/The_Walt_Disney_Company pada 13 desember 2023

³⁸ Diakses dari <https://jalantikus.com/tips/7-perusahaan-diakuisisi-disney/> pada 13 desember 2023

3. Kewirausahaan Startup yang skala besar

Kewirausahaan seperti startup ini ketika ada Perusahaan rintisan yang memiliki prospek besar kedepannya dan adanya suatu Perusahaan besar yang berani memberikan dana besar ke mereka. Mereka sering mendapatkan dana dari pemodal ventura dan mempekerjakan karyawan khusus. Adanya startup ini lebih mencari hal – hal yang tak ada dipasar dengan mencari masalah dan solusi untuk mereka atau biasa dikenal dengan istilah problem solving. Banyak dari kewirausahaan jenis ini dimulai di Silicon Valley, Amerika Serikat yang mana menjadi titik fokus mereka pada pengembangan teknologi. Mereka akan membuat suatu Perusahaan yang mana bisa ekspansi secara cepat dan bisa kembali balik modal dengan keuntungan yang besar. Contoh startup scalable seperti ini yaitu: Facebook.

Harus diketahui start-up ialah Perusahaan rintisan atau Perusahaan yang baru saja didirikan dan masih dalam tahap untuk pengembangan. Perusahaan rintisan atau Start-up ini biasanya akan berfokus pada inovasi dan memiliki potensi pertumbuhan yang tinggi.³⁹ Didalam start-up atau Perusahaan rintisan juga ada tingkatan yang dikenal dengan istilah Unicorn, Decacorn, dan Hectocorn. Untuk tingkatan paling rendah yaitu Unicorn dengan total nilai valuasi ⁴⁰US\$ 1 miliar atau Rp 14,1 triliun, contoh start-up dengan tingkatan Unicorn yaitu Go-jek, Traveloka, Tokopedia, Bukalapak. Untuk Decacorn ialah tingkatan sedang dengan nilai valuasi US\$ 10 miliar atau Rp 140 triliun, contoh start-up dengan tingkatan Decacorn yaitu Grab, Pinterest,Dropbox. Dan yang terakhir atau tingkatan paling tinggi pada start-up ialah Hectocorn yaitu suatu Perusahaan rintisan atau start-up yang mempunyai nilai valuasi USD 100 miliar atau Rp 1.400 T, untuk contoh dari start-up dengan nilai valuasi USD 1000 miliar belum ada, akan tetapi kalo dilihat dari nilai valuasinya , start-up dalam kategori ini setara dengan Facebook, Google,Microsoft, dan Apple.⁴¹ Dengan itu Facebook masuk kedalam kewirausahaan start-up dengan skala besar, karena kalo dilihat dari nilai valuasi dari facebook mencapai Rp 14.484 Triliun atau sudah memasuki kualifikasi start-up dengan tingkatan Hectocorn.⁴²

³⁹ Diakses dari <https://stekom.ac.id/berita/perbedaan-star-up-business-dan-perusahaan-konvensional> pada 13 Desember 2023

⁴⁰ Proses penilaian atau penentuan nilai suatu perusahaan atau bisnis

⁴¹ Diakses dari <https://indonesiabaik.id/infografis/kenali-perbedaan-startup-unicorn-decacorn-dan-hectocorn#:~:text=Dalam%20startup%20ada%20yang,merupakan%20tingkatan%20startup%20paling%20rendah.> Pada 13 Desember 2023

⁴² Diakses dari https://infokomputer.grid.id/read/122763644/wow-nilai-valuasi-facebook-tembus-rp14484-triliun#google_vignette pada 13 desember 2023

4. Kewirausahaan Peniru

Kewirausahaan peniru lebih dikenal disaat zaman sekarang yaitu ATM (Amati Tiru Modifikasi) atau suatu pengusaha yang menggunakan ide orang lain sebagai inspirasi lalu memperbaikinya. Mereka berupaya membuat produk dan layanan untuk menjadi lebih baik dan lebih menguntungkan.

Seorang peniru ialah suatu kombinasi dari seorang peniru dan seorang innovator. Mereka memulai suatu ide dari hasil ide orang lain lalu mereka bekerja keras lebih untuk memperbaiki ide tersebut. Seseorang yang meniru mempunyai banyak kepercayaan diri dan tekad yang kuat untuk menjadikan ide yang di tiru menjadi lebih baik lagi. Dan kelebihan dari meniru ini, mereka bisa belajar dari kesalahan orang yang di tiru itu, dan di aplikasikan di bisnis mereka sendiri. Untuk salah satu contoh kewirausahaan peniru ialah usaha laundry. Alasannya karena banyak laundry dengan sistem diantar sedangkan, peniru memodifikasi dengan laundry yang mempunyai sistem antar jemput dll. Inti dari kewirausahaan peniru ini ialah memodifikasi sistem, cara atau gaya bisnis sebelumnya untuk menjadi lebih baik lagi atau lebih profitable lagi.

5. Kewirausahaan Peneliti

Ada hal yang akan dilakukan oleh kewirausahaan peneliti ini, yaitu mereka akan mengambil waktu terlebih dahulu untuk meneliti sebelum mereka memulai bisnis mereka sendiri. Sebelum menawarkan produk, mereka akan melakukan penelitian terlebih dahulu. Dengan persiapan dan informasi yang tepat, mereka percaya akan memiliki peluang yang lebih tinggi untuk berhasil.

Memahami setiap aspek bisnis dan memahami mendalam tentang apa yang mereka lakukan ialah hal-hal yang harus dipastikan bagi seorang peneliti. Adanya fakta, data, dan logika daripada intuisi ialah hal-hal yang akan diandalkan bagi seorang peneliti. Dengan mempunyai rencana bisnis yang terperinci akan bisa meminimalkan suatu resiko kegagalan disuatu usaha. Contoh dari kewirausahaan ini ialah bisnis skincare yang mana notabnya harus di teliti terlebih dahulu sebelum membuka bisnis skincare. Penelitian ini tidak hanya layak atau tidaknya untuk dipake, tapi banyak hal yang harus diteliti seperti ingredients atau bahan-bahan yang akan digunakan karena setiap kulit konsumen itu berbeda dan produk yang diluncurkan harus bisa bersinergi atau bisa cocok dengan kulit para konsumen tersebut.

6. Kewirausahaan Pembeli

Kewirausahaan pembeli adalah suatu tipe pengusaha yang akan menggunakan kekayaan mereka sendiri untuk menjadi bahan bakar usaha bisnis mereka. Dengan menggunakan kekayaan untuk membeli bisnis yang mana menurut mereka akan sukses adalah suatu keistimewaan tersendiri. Bisnis yang menjanjikan dan akan mencari untuk mendapatkannya untuk mereka identifikasi terlebih dahulu. Contoh dari kewirausahaan pembeli ialah ketika seseorang mempunyai uang lebih atau banyak uang lalu bingung untuk membuka usaha seperti apa, dengan itu orang tersebut bisa membeli lisensi suatu usaha atau bisa disebut franchise atau waralaba. Franchise atau waralaba ialah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka untuk memasarkan barang atau jasa yang telah terbukti akan keberhasilannya dan bisa digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. Arti menurut kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI), franchise atau waralaba ialah kerja sama dalam bidang usaha dengan bagi hasil sesuai perjanjian atau kesepakatan yang mencakup dengan hak Kelola serta hak pemasaran.⁴³ Contoh dari franchise atau waralaba yang bisa dibeli seperti KFC, MCD, Janji Jiwa, Beli Kopi, Indomaret, Alfamart dll. Jadi, kewirausahaan pembeli ialah seseorang yang memiliki banyak uang tapi bingung untuk memulai atau membuka suatu usaha. Jadi alangkah jalan keluarnya dengan membeli suatu franchise atau waralaba usaha yang ia inginkan.

2.3. Pengertian Etnis

Secara etimologi, istilah etnis (*ethnic*) berasal dari Bahasa Yunani "*ethnos*," yang mengacu pada konsep bangsa atau individu. Menurut Liliweri, seperti yang dikutip dalam jurnal Analisis Sosial Politik, "*ethnos*" diartikan sebagai setiap kelompok sosial yang didefinisikan oleh faktor seperti ras, adat istiadat, Bahasa, nilai budaya, norma, dan unsur lainnya. Hal ini pada akhirnya menggambarkan keberadaan kelompok yang bisa menjadi mayoritas atau minoritas dalam suatu masyarakat.⁴⁴

Menurut pandangan Syauqany, etnis adalah sebuah kelompok dalam masyarakat yang memiliki budaya yang unik dan membedakan mereka dari kelompok etnis lainnya. Anggota etnis secara sadar mengakui keberadaan dan karakteristik budaya kelompok mereka ini dalam tindakan bersama, keyakinan agama, Bahasa, pakaian, serta tradisi. Oleh

⁴³ Diakses dari <https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/bisnis/bisnis-franchise-kenali-pengertian-dan-keuntungannya> pada 13 desember 2023

⁴⁴ R. Sigit Krisbintoro dan Robi Cahyafi Kurniawan, "Etnis dan Perempuan Aras Lokal", Jurnal analisis sosial dan politik, Vol 2, No 1 (2018) : hal 2-3

karena keunikannya ini, anggota kelompok memiliki identitas etnis, dan etnisitas ini juga dapat dikenali melalui lokasi pemukiman yang serupa. Keunikan ini sebagian besar disebabkan oleh kesamaan atau keturunan leluhur mereka, sehingga karakteristik kelompok juga dapat dilihat dalam ciri fisik yang mencolok dan pengalaman Bersama terhadap Sejarah yang serupa.⁴⁵

Di Indonesia yang terdiri dari banyaknya daerah, pulau, dan suku tentunya banyak juga etnis yang ada di Indonesia. Contohnya seperti:

2.3.1. Etnis Arab

Etnis Arab yang mana mayoritas mereka berasal dari Hadhramaut, Yaman. Mereka datang ke Indonesia terbagi menjadi empat gelombang, gelombang pertama datang pada abad ke 12 masehi yang mana itu awal dari kedatangan etnis arab ke Indonesia di bawa Ulama Ba'law dari marga Shihab. Gelombang selanjutnya atau gelombang kedua terjadi pada abad ke -18 yang terdiri dari beberapa Ulama yang mempunyai marga Assegaf, al-Habsyi, al-Hadad, al-Aydrus, al-Atas, al-Jufri, Syihab, Shahab, Jamalualail, al-Qadri, Basyaiban dan bin Yahya. Setelah itu di susul oleh gelombang ketiga pada awal abad ke-19 yang mana pada saat itu mayoritas yang datang ialah dari golongan non Habaib atau yang yang disebut dengan Ghabili. Lalu di abad ke-20 Masehi disusul lah gelombang keempat yang bermula atau dilatarbelakangi dengan adanya suatu polemik di negara Yaman. Pada intinya kedatangan orang Arab saat gelombang pertama dan kedua mayoritas adalah golongan Habib dan Sayid yang mana mempunyai niat tujuan atau misi khusus untuk berkiprah didalam dunia dakwah agama islam. Hal ini berbeda dengan mereka yang datang ke Indonesia pada saat gelombang ketiga dan keempat yang mana ingin membawa misi sosial,ekonomi di samping misi soal agama.⁴⁶

2.3.2. Etnis Jawa

Panggaeban pada tahun 2002 meneliti bahwa seorang etnis jawa ialah orang yang berasal dari garis keturunan jawa dalam arti masuk ruang lingkup budaya Indonesia, mempunyai identitas diri sebagai orang jawa, serta telah divalidasi oleh lingkungannya. Terkait tentang Sejarah etnis jawa ini sangat Panjang, tentang perdagangan dan kewirausahaan yang dapat ditelusuri hingga ke zaman Kolonial Belanda. Dalam perkembangan sejarah tentang etnis jawa khususnya politik pribumi juga sedikit banyak mempengaruhi bagaimana masyarakat jawa (etnis jawa) mendapat keistimewaan dari sejumlah kebijakan ekonomi nasional. Adapun hal -hal yang terkait dibeberapa studi kewirausahaan etnis jawa menemukan bahwa banyak hal-hal yang menonjol pada masyarakat jawa antara lain tentang sikap pengambilan risiko pantang

⁴⁵ Syauqany, "Pengaruh Perbedaan Agama dan Etnis Dalam Pelaksanaan Pekerjaan Sosial", Jurnal Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Sosial Keagamaan, Vol 19, No 02, (2019) : hal 219-220

⁴⁶ Dita Kafaabillah, Nama Marga Sebagai Identitas Budaya Masyarakat Etnis Arab, Jurnal Litera, Vol 17, No 2, (2018) : Hal 176

menyerah, pemanfaatan suatu peluang, mempunyai sikap prestatif, serta gampang bergaul.⁴⁷

2.3.3. Etnis Tionghoa

Etnis Cina atau Etnis Tionghoa yang tinggal atau berdomisili di Indonesia bukan berasal dari satu kelompok saja, melainkan terdiri dari berbagai suku bangsa dari dua provinsi yang ada di negara Tionghoa yaitu, Fukian dan Kwantung. 2 daerah itu ialah daerah yang mana orang-orangnya sangat penting akan perdagangan di Cina. Sebagian besar orang yang tinggal disana sangat ulet, tahan banting dan rajin.⁴⁸

Koentjaraningrat berpendapat bahwa negara Cina dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu, Cina Totok dan Cina Keturunan. Cina Totok ialah orang Cina yang lahir di Cina dan Indonesia yang mana mereka dikawinkan dengan sesame Cina. Lalu untuk Cina Keturunan ialah orang Cina yang lahir di Indonesia dan merupakan hasil dari perkawinan orang asli Cina dan orang Cina yang berada Indonesia. Orang Cina Keturunan itu dimaksud lebih ke orang Cina yang lahir di Indonesia dan menetap di Indonesia. Dalam tradisi yang ada di Cina, perbedaan lama dalam menetap ini pada umumnya bisa berpengaruh pada kuat lemahnya tradisi yang ada di Cina.

Memilih untuk menjadi profesi seorang pedagang atau pengusaha ialah sebuah profesi atau pekerjaan yang telah lama dilakukan oleh etnis Tionghoa sejak zaman dulu. Agar usahanya mengalami pertumbuhan maka, orang Tionghoa sangat bekerja keras dan tidak malas-malasan. Apa yang telah kita ketahui bahwa mayoritas bisnis pada etnis Tionghoa adalah berdagang atau wirausah, sedangkan perdagangan yang banyak dilakukan oleh mereka ialah dengan membuka toko atau ruko. Harus diketahui bahwasanya tidak hanya di Indonesia saja etnis Cina masuk, melainkan banyak negara dibelahan dunia juga ada yang disebut dengan “China Town” yakni sebuah sebutan untuk daerah perkotaan yang banyak ditinggali oleh etnis Tionghoa. Motivasi adalah salah satu faktor penting untuk mendorong secara individu dalam melakukan aktivitas tertentu, maka dengan itu banyak pengusaha – pengusaha dari kalangan etnis Tionghoa yang mempunyai motivasi besar untuk sukses. Bahkan tercatat ada 10 orang terkaya di Indonesia terdiri dari 80% berasal dari etnis Tionghoa dan 20% berasal dari etnis Jawa.⁴⁹

⁴⁷ Okki Sutanto & Nani Nurrachman, Makna Kewirausahaan Pada Etnis Jawa, Minang, dan Tionghoa : Sebuah Studi Representasi Sosial, Jurnal Psikologi Ulayat, Vol.5, No.1 (2018) : Hal 92

⁴⁸ Irwanti Said, Hubungan Etnis Cina dengan Pribumi (Sebuah Tinjauan Sosiologia), Jurnal Mimbar Kesejahteraan Sosial, Vol ,No ,(2019) : Hal 3

⁴⁹ Arif Wicaksana, “Pengaruh Lokasi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Hoax Cuihh Bandung,” <https://medium.com/> (2019): 17–52, <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.

2.3.4. Etnis Madura

Etnis Madura ialah etnis yang memiliki jenjang mobilitas yang tinggi karena rata-rata di kota-kota besar di Indonesia terdapat komunitas etnis Madura. Hal ini menunjukkan bahwa tujuan daerah untuk merantau etnis Madura mencakup seluruh pelosok tanah air dan telah berlangsung beberapa abad yang lalu. Surakarta ialah kota pertama untuk merantau bagi etnis Madura.⁵⁰ Sebelum membahas lebih jauh lagi Madura ialah salah satu pulau di sebelah timur pulau Jawa yang ikut serta menjadi provinsi Jawa Timur. Daratan pulau Madura ini disebut sebagai pulau Garam yang mana dipisahkan oleh sebuah selat yang disebut dengan selat Madura. Sebelum adanya jembatan Suramadu masyarakat Jawa untuk ke pulau Madura mereka harus menyeberang terlebih dahulu dengan menggunakan kapal sebagai alat transportasinya. Setelah adanya jembatan Suramadu kapal-kapal yang beroperasi untuk penyeberangan akan tetap beroperasi melainkan tidak sebanyak dan seintensif dulu sebelum adanya jembatan. Kalau ingin menyeberang menggunakan kapal laut maka menyeberang berangkat dari pelabuhan Perak, Surabaya dan berhenti di pelabuhan Kamal, Bangkalan Madura. Secara geografis, Madura bukanlah sebuah pulau tunggal. Di dalamnya terdapat banyak pulau lain yang sudah dihuni maupun belum dihuni. Di antara pulau-pulau yang ada di Madura ialah pulau Masalembo, Sapeken, Kangean, Sapudi, Supanjang dan lainnya.⁵¹

2.4. Pengaruh Etnis dalam Strategi Berwirausaha

Perilaku kewirausahaan mempunyai peran strategis sebagai mediasi budaya etnis terhadap kinerja UKM agribisnis. Memanfaatkan peluang – peluang yang diberikan pemerintah untuk mengembangkan usaha yang dimiliki ialah kemampuan suatu perilaku kewirausahaan. Perilaku kewirausahaan hendaknya selalu ditingkatkan kapasitasnya agar dapat menjadikan UKM agribisnis yang memiliki produktivitas yang tinggi dan usaha yang handal.⁵² Karakteristik dalam berwirausaha biasanya akan terlihat di sikap dan tingkah lakunya yang menjadi dasar pada suatu keyakinan bahwa bekerja atau berwirausaha itu ibadah, dan berprestasi itu indah. Keberhasilan dalam berwirausaha dipengaruhi dengan dua faktor. Pertama, faktor internal ialah faktor yang berasal dari individu setiap pengusaha atau lebih tepatnya diri sendiri. Sedangkan faktor eksternal ialah hasil interaksi individu yang berhubungan dengan lingkungan sekitar individu tersebut seperti role model, adanya

⁵⁰ Kundharu Saddono, "Bahasa Etnik Madura Di Lingkungan Sosial: Kajian Sociolinguistik Di Kota Surakarta," *Kajian Linguistik dan Sastra* 18, no. 1 (2015): 1–15.

⁵¹ Drs. H. Muh. Syamsudin, M. Si., "History Of Madura : Sejarah, Budaya, dan Ajaran Luhur Masyarakat Madura", (Yogyakarta: Araska, 2019), Hlm. 6-7

⁵² Yohanes Rante, "Pengaruh Budaya Etnis dan Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Agribisnis di Provinsi Papua", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.12, No.2 (2010), hlm.140

dukungan dari orang tua, orang sekitar, teman, kerabat serta juga Pendidikan. Jadi dengan perbedaan etnis ini sangat mempengaruhi setiap orang dalam menjalankan wirausaha, tetapi Kembali lagi semua hal ada faktor internal dan eksternalnya.⁵³

2.5. Perbedaan Keberhasilan Usaha Etnis Cina dan Etnis Jawa dalam Berwirausaha

Indonesia mempunyai banyak aneka ragam suku, budaya dan adat istiadat. Masing-masing etnis memiliki keunggulan dan kelemahan. Di Indonesia khususnya banyak terdapat etnis yang ada di dalamnya salah satunya ialah etnis Jawa dan etnis Tionghoa. Antara dua etnis tersebut memiliki banyak hal yang berbeda tentunya. Di Indonesia sendiri penduduk etnis Tionghoa mencapai 5% dari total penduduk di Indonesia atau sekitar 13.650.000 juta penduduk di Indonesia.⁵⁴ Dengan populasi penduduk kurang lebih hanya 5% sangat kecil dibandingkan dengan total populasi penduduk etnis Jawa yang ada di Indonesia dengan total penduduk sekitar 40% atau sekitar 90.000.000 juta poulasi total penduduk etnis Jawa yang ada di Indonesia. Dengan perbandingan populasi total penduduk etnis Tionghoa dengan etnis Jawa yang ada di Indonesia ialah 8 : 1.⁵⁵ Dengan total populasi penduduk yang ada di Indonesia membuat Sebagian penduduk dari etnis Tionghoa merasa terancam, dengn rasa itulah etnis Tionghoa bekerja keras dengan mencari peluang sekecil apapun itu dengan secara maksimal. Di dalam etnis Tionghoa ada suatu tradisi konfusianisme yang mana tradisi ini terfokus pada keharmonisan antara satu individu dengan individu yang lainnya untuk hidup saling mengasihi. Ada beberapa hal yang sangat sedikit sikap yang dilakukan oleh etnis Jawa ketimbang dengan Etnis Tionghoa yang mana itu ialah salah satu kunci kenapa etnis Tionghoa lebih berhasil ketimbang dengan etnis Jawa, yaitu:⁵⁶

- 1) Lakukan penghematan untuk dapat terus bertahan hidup
- 2) Miliki Tabungan sebanyak-banyaknya
- 3) Selalu bekerja keras untuk menghindari kemungkinan terburuk yang tidak bisa diprediksi
- 4) Satu-satunya orang yang dapat dipercaya

⁵³ Anik Sumardhi and Nur Laily, "Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Etnis Cina Dan Jawa," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* (2018): 1–16.

⁵⁴ Diakses dari https://id.wikipedia.org/wiki/Orang_Tionghoa_Indonesia#:~:text=Perkiraan%20kasar%20yang%20dipercaya%20menegenai,Indonesia%20mencapai%207.310.000%20jiwa. Pada 11 desember 2023

⁵⁵ Diakses dari <https://data.goodstats.id/statistic/adelandilaa/suku-dengan-populasi-terbanyak-di-indonesia-AJmNV#:~:text=Suku%20Jawa%20menjadi%20suku%20bangsa,Jawa%20Timur%2C%20dan%20DI%20Yogyakarta>. Pada 11 desember 2023

⁵⁶ Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20230103135438-33-402414/kenapa-keturunan-tionghoa-banyak-yang-jadi-pengusaha-sukses> pada 12 desember 2023

- 5) Selalu utamakan pendapat dari kerabat yang tidak kompeten dalam bisnis keluarga daripada penilaian orang asing yang kompeten
- 6) Selalu patuh terhadap sistem yang menempatkan laki-laki sebagai pemimpin dalam bisnis demi menjaga keselarasan dan arah Perusahaan
- 7) Investasi harus berdasarkan kekerabatan atau afiliasi keluarga, bukan prinsip abstrak
- 8) Utamakan untuk memiliki barang terwujud, seperti bangunan, sumber daya alam, dan emas batangan daripada barang tidak terwujud, seperti sekuritas atau kekayaan intelektual.

2.6. Wirausaha dalam Perspektif Islam

2.6.1. Wirausaha menurut Al-Qur'an

Di dalam Al-Qur'an ditegaskan bahwa seseorang hanya akan memperoleh hasil sesuai dengan usaha yang dilakukan. Seperti yang tercantum dalam (QS an – Najm: 39-40)

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ ۝ ٣٩

وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَىٰ ۝ ٤٠

“dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakan (39). Dan bahwasanya usaha itu kelak akan diperlihatkan kepadanya (40)”.

Mujahadah (bersungguh-sungguh) dalam beramal atau bekerja di jalan Allah yang mana sudah di ajarkan di dalam agama islam kepada penganut atau umatnya. Memiliki kesungguhan dalam berusaha dan Allah SWT telah berjanji di dalam al-quran yang mana akan memberi petunjuk jalan keluar dari setiap masalah yang dihadapinya serta juga senantiasa memberi pertolongan kepadanya. Dalam Al-Qur'an juga dinyatakan dalam (QS. Al- Ankabut:69)

وَالَّذِينَ جَاهَدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا وَإِنَّ اللَّهَ لَمَعَ الْمُحْسِنِينَ ﴿٦٩﴾

“orang – orang yang berjihad untuk mencari keridhaan kami, benar – benar akan kami tunjukkan kepada mereka jalan-jalan kami, dan sesungguhnya Allah benar-benar beserta orang-orang yang berbuat baik”(Q.S Al-Ankabut: 69)

Dalam teori hirarki yang dikemukakan oleh Abraham Maslow dalam Mulyadi Nitisusastro yaitu kebutuhan manusia yang terkenal menyatakan tentang kebutuhan dasar manusia. Setiap manusia membutuhkan makan, minum, tempat tinggal, kepuasan dan kebutuhan fisik lainnya. Selain itu semua manusia juga membutuhkan suatu rasa aman dan

perlindungan dari segala jenis gangguan fisik dan emosional yang merugikannya. Sampai abad sekarang ada suatu teori yang masih sangat relevan sebagai acuan tentang kebutuhan manusia. Kebutuhan-kebutuhan yang dikatakan kebutuhan dasar, belum juga dapat disediakan oleh pemerintah, sehingga harus dicari dan diusahakan sendiri oleh setiap manusia secara umum dan khususnya di negara Indonesia.⁵⁷

Harus diketahui juga bahwasanya wirausaha itu salah satu jalan bagi umat muslim untuk melakukan aktivitas bisnis dan bertransaksi yang mana sudah diatur bagaimana konsep dan tata caranya didalam Al-Qur'an dan Hadist. Al-Qur'an sebagai panduan hidup manusia. Dalam menyikapi realita hidup, ada tiga dari suatu golongan yang memiliki cara-cara yang berbeda. Pertama, seseorang yang tidak mau untuk berfikir dan tidak berusaha bangkit untuk berani mengambil keputusan hidup, karena takut akan kegagalan. Kedua, orang yang mau untuk berfikir, melakukan klarifikasi, dan bisa mengkalkulasikan akan resikonya, lalu berpaling dari petualangannya. Dan yang ketiga, orang yang berani untuk terjun ke dalam petualangan, mungkin sesudah berfikir secara logis atau sesudah berfikir secara tidak logis.⁵⁸

Dengan kita melihat realita secara jujur dan objektif, maka orang itu akan tersadar bahwa menumbuhkan mental seorang wirausaha merupakan suatu terobosan yang penting dan tidak bisa untuk ditunda-tunda lagi. Kita semua harus berfikir untuk melihat dan melangkah kearah sana. Didalam agama Islam, baik dari segi praktik maupun konsep, aktivitas kewirausahaan bukanlah hal yang begitu asing, justru inilah yang sering dipraktikkan oleh Nabi, Istrinya, para sahabat, dan juga para ulama ditanah air. Didalam agama Islam tidak hanya bicara tentang entrepreneurship (meskipun dengan istilah kerja mandiri dan kerja keras), tetapi langsung mempraktikkannya dalam kehidupan nyata. Dalam menyiapkan program kegiatan pembelajaran yang benar – benar dapat mendorong tumbuh lewat Lembaga Pendidikan melalui para praktisinya harus lebih konkret dan berkembangnya spirit kewirausahaan mulai dari sekolah dasar sampai perguruan tinggi.⁵⁹

Seorang usahawan muslim harus memiliki karakter yang mana mampu untuk mengubah tatanan strata sosial menjadi berkeadilan dan berperadaban. Bagaimana tidak, didalam ajaran agama Islam akan didorong penganutnya yang berprofesi sebagai pedagang untuk senantiasa memperhatikan kaum lemah: fakir, miskin, janda tua dan siapapun yang tidak mampu bersaing dalam dunia usaha disekitarnya. Bila suatu kaum usahawan muslim tidak memperhatikan kaum lemah tersebut, maka disebut oleh Allah SWT sebagai

⁵⁷ Elfa Yuliana, "Kewirausahaan Dalam Perspektif Islam", Vol.15, No.2, (2017), Hal 32-33

⁵⁸ Kamaludin, "Kewirausahaan Dalam Pandangan Islam", (2019), Hal 303-304

⁵⁹ Aprijon, M.Ed, "Kewirausahaan dan Pandangan Islam", Jurnal Menara, Vol. 12, No. 1 (2013), Hal 11

pendusta agama (QS. Al-Ma'un: 1-7). Sehingga di suatu profesi pengusaha didalam perspektif islam tidak semata-mata profesi bersifat duniawi (kemampuan ekonomi), namun lebih dari itu yaitu profesi yang bernilai ibadah, maksudnya segala sesuatu yang dilakukan didalam aktivitas itu bernilai ibadah (semata – mata karna Allah).

Dalam suatu kekayaan terdapat hak tau bagian dari orang lain, sehingga bagi mereka mewajibkan membayar zakat dan dianjurkan untuk bersedekah: infak, sedekah, dan wakaf. Adanya suatu masalah pengangguran, kemiskinan, kesenjangan pelayanan sosial dan organisasian bisa diatasi dengan adanya kegiatan bisnis (entrepreneurship) yang mana itu sangat ampuh dalam menyelesaikan masalah tersebut. Adanya peran entrepreneurship mampu menciptakan lapangan kerja sendiri serta mampu menggerakkan perekonomian disuatu negara. Dalam konteks Sejarah, penyebaran dakwah diagama Islam tidak terlepas dari peran kaum pengusaha atau pedagang. Hal ini tidak bisa dipungkiri bahwa dulu Rasulullah SAW sebelum diangkat Allah sebagai Nabi, beliau dulu juga seorang pengembala dan juga saudagar (entrepreneur) yang dilakukan semasa remajanya. Begitu pula tentang akhlak mulia berupa kejujuran dalam berkata khusus saat berdagang yang selalu diserukan didalam dakwah. Para sahabat pun begitu, mayoritas aktifitas mereka ialah pedagang.⁶⁰

2.6.2. Sejarah Nabi dalam Berwirausaha

Awal mula perjalanan Nabi Muhammad SAW dimulai ketika beliau berusia 12 tahun, Nabi Muhammad SAW telah dikenalkan didalam dunia bisnis oleh pamannya yang bernama Abu Thalib dengan memulai perjalanan atau safar bisnis ke daerah Syam (Syiria), dalam pertumbuhannya, Nabi Muhammad SAW, beliau terus secara konsisten menekuni, mempelajari profesi sebagai pebisnis sampai saat usia dewasa. Di Mekkah dulu banyak orang yang mempercayai Nabi Muhammad SAW untuk mengelola perdagangan sampai dijuluki Al-Amin (terpercaya). Dengan umur yang masih relative muda diusia 25 tahun beliau menjadi investment manager. Disaat itu juga Nabi Muhammad SAW mengelola perdagangan Bersama Khadijah dan mulai melakukan perjalanan bisnis sebagai mitra bisnis. Lalu setelah Nabi Muhammad SAW menikah dengan Khadijah beliau saling bekerja sama sebagai business owner. Menginjak usia 30-40 sebelum masa kenabian, Muhammad SAW menjadi sebagai seorang investor dan memulai mempunyai banyak waktu. Dan diusia itu pula Nabi Muhammad SAW sudah mencapai “finansial freedom” yang mana sudah mempunyai kebebasan secara materi maupun bebas secara waktu.⁶¹

⁶⁰ Mufti Afif,Lc.,MA.,”Kewirausahaan Ditinjau Dari Perspektif Islam”, Jurnal Rasail, Vol III, No. 1(2016),Hal 55-56

⁶¹ Heriyansyah,”Perjalanan Bisnis Nabi Muhammad S.A.W.”,Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam,

Dalam kajian keislaman, sosok Nabi Muhammad SAW ialah tokoh sentral dan sebagai referensi utama dalam segala hal, entah itu tentang ekonomi, sosial kemasyarakatan maupun ia sebagai seorang pemimpin perang yang gagah berani. Namun ada satu hal yang belum dikaji oleh para intelektual muslim dulu dan kontemporer, yaitu aspek Muhammad SAW. Sebagai seorang wirausahawan yang kiat sukses, kecerdasannya dalam manajemen membawa ia ketempat yang mana disegani dalam rekan bisnisnya. Menapak pada usia ke 40an ia sudah menjadi seorang saudagar yang sukses. Namun, dibagian itulah yang hilang dari sentuhan dalam kajian para intelektual Muslim. Di akhir tahun tujuh puluhan, ada suatu kajian tentang kewirausahaan/entrepreneurship mulai dikaji Kembali di daerah negara Eropa, Amerika bahkan Asia, termasuk negara Indonesia sebagai negara dengan populasi Islam terbanyak di dunia.

Didalam kajian itu ada salah satu kajian yang menarik tentang kewirausahaan yaitu kajian David Moors dalam bukunya *The enterprising*. Ia mengemukakan didalam bukunya bahwa ciri – ciri wirausaha ialah mengenai personality dan pelaku wirausaha itu sendiri, adanya lingkungan yang senantiasa mendukung seperti: keluarga, kerabat, teman dll, dengan adanya dukungan dari lingkungan sekitar bisa memudahkan untuk menyelesaikan tugas-tugas yang diemban oleh seorang wirausaha dan karir yang bisa dicapainya. Didalam buku David Moors ada suatu kutipan seperti ini “the act of entrepreneurship is an act patterned after modes of coping with early childhood experiences”. Personality atau kepribadian seorang wirausaha adalah sikap yang didapatkan sejak masa kecil yaitu sikap Merdeka, bebas dan percaya diri.⁶²

2.6.3. Sifat-sifat Nabi dalam Berwirausaha

Bagi seorang muslim sekaligus sebagai seorang wirausahawan atau pengusaha tentu sangat dianjurkan untuk mengikuti apa yang telah Rasul atau Nabi Muhammad SAW ajarkan kepada kaum muslim, karena pada hakikatnya Nabi Muhammad SAW telah memberi suri tauladan, khuswah hasanah atau pemberi contoh yang baik bagi umatnya. Rasulullah SAW sudah terbukti sebagai sosok yang sukses sebagai pedagang atau pengusaha. Semua sifat, cara bahkan etika dalam berwirausaha pun sudah Rasulullah SAW beri contoh. Sampai detik ini pun Rasulullah SAW menjadi kiblat bagi pengusaha muslim di dunia. Sebagai seorang muslim, kita harus mensyukuri karena telah mempunyai sosok panutan yang begitu sempurna, yaitu Rasulullah SAW. Indonesia ialah negara yang mana menjadi no 1 penduduk muslim terbesar di dunia saat ini, sudah selayaknya apabila

⁶² Juhanis, "Filosofi Wirausaha Nabi Muhammad SAW", Jurnal Sulesana, Vol. 8, No 1 (2013), Hal 41

menjalankan kegiatan dalam hal berwirausaha dengan sesuai dengan sifat yang telah beliau teladankan.⁶³

Ada 4 sifat yang telah Rasulullah ajarkan kepada umat yaitu:

- 1) Siddiq atau kejujuran, kejujuran ialah salah satu aspek penting dalam hal apapun termasuk dalam hal berdagang. Di antara nilai transaksi yang paling penting dalam menjalankan suatu usaha ialah kejujuran. Sebaliknya, kebohongan adalah pangkal kemunafikan dan itu sangat merugikan semua pihak, entah yang di bohongi ataupun yang berbohong. Karna aka nada efek samping dari kebohongan tersebut. Selain itu pula kebohongan akan membawa kedalam cacat perdagangan yang dimana paling banyak memperburuk citra perdagangan, selain itu juga akan memperburuk citra seorang pedagang tersebut. Di dunia ini ada cacat perdagangan yaitu kebohongan, manipulasi, dan mencampuradukkan kebenaran dengan kebathilan. Dengan karenanya, kejujuran menjadi sifat terpenting dalam bisnis yang Allah ridhai serta menjadi faktor penyebab keberkahan bagi penjual dan juga pembeli.

Secara langsung atau tidak langsung, kejujuran akan berdampak positif dan meluas ke seluruh aspek di suatu usaha ataupun di suatu kehidupan. Lalu dengan memahami sifat siddiq tentu harus mengamalkan entah di dunia kehidupan ataupun di dunia kewirausahaan. Banyak hal cara pengamalan sifat siddiq bagi seorang wirausahawan islam, yaitu: dengan saling terbuka dengan konsumen, baik terdapat kecacatan produk ataupun jika ada suatu kesalahan yang telah dilakukan oleh karyawan maupun pemilik usaha, memproduksi dan memperjual-belikan produk secara jujur dengan memakai bahan baku pilihan dan tentunya harus halal, jujur terhadap diri sendiri, tidak mengambil hak milik orang lain seperti: hak gaji karyawan, tidak memanipulasi timbangan, tidak berbuat curang terhadap kualitas produk ataupun dalam memasarkan produk.⁶⁴ Hal ini sesuai dengan prinsip yang dikandung dalam firman-Nya :

وَالَّذِي جَاءَ بِالصِّدْقِ وَصَدَّقَ بِهِ أُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ ﴿٣٣﴾

Artinya: orang yang membawa kebenaran (Nabi Muhammad) dan yang membenarkannya, mereka itulah orang-orang yang bertakwa. (Q.S Az-Zumar: 33)⁶⁵

⁶³ Agus Setiawan, "Model Layanan Informasi Karir Berbasis Sifat Rasulullah Untuk Menumbuhkan Kesiapan Berwirausaha," *Jurnal Penelitian Tindakan Bimbingan dan Konseling* 1, no. 2 (2015): 1–6.

⁶⁴ Hanifiyah Yuliyatul Hijriah, "Spiritualitas Islam Dalam Kewirausahaan," *Tsaqafah* 12, no. 1 (2016): 187–208, <https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/tsaqafah/article/view/374/367>.

⁶⁵ Diakses dari <https://quran.nu.or.id/az-zumar/33> pada 17 Desember 2023

2) Amanah (dapat dipercaya)

Amanah yang mempunyai arti dapat dipercaya atau bisa juga dengan sebutan mempunyai tanggung jawab, transparan dan tepat waktu. Sikap dan sifat Amanah inilah yang sangat dianjurkan dalam kegiatan berwirausaha, karena jika seseorang telah berlaku jujur maka bisa di pastikan orang tersebut Amanah. Arti amanah ini ialah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil segala sesuatu yang bukan haknya dan tidak melebihi hak orang lain. Di dalam arti muamalah, Amanah diartikan pada sikap mampu mengemban kepercayaan atau bisa bertanggung jawab apa yang telah diberikan mitra usaha ataupun memberi jaminan dilihat dari sisi syariatnya.⁶⁶ Sementara tanggung jawab berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen. Hal ini sesuai prinsip yang dikandung dalam firman-Nya :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul dan juga janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui. (Q.S Al-Anfal : 12)⁶⁷

3) Tabligh

Secara bahasa tabligh bisa dimaknai dengan menyampaikan. Dalam konteks wirausaha, pemahaman tabligh bisa mencakup argumentasi dan komunikasi. Dengan itu penjual hendaknya mampu mengomunikasikan produknya dengan strategi yang tepat dalam memilih media promosi, mampu menyampaikan keunggulan dalam suatu produk yang ditawarkan dengan menarik dan tentunya tepat pada sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran.⁶⁸ Esensi dalam tabligh ialah memerintahkan untuk kebaikan dan mencegah akan kemungkaran berdasarkan cinta yang tulus serta mempunyai tujuan untuk senantiasa mendapatkan Ridha dari Allah SWT. Cara untuk mengaplikasikan atau melaksanakan tabligh bagi seorang pengusaha atau wirausahawan muslim akan ada suatu hubungan dengan bagaimana berinteraksi dengan orang yang dipimpin dan juga mengaktifkan pengaruh terhadap apa yang ada dibawahnya. Selain itu juga arti dari sifat Tabligh yaitu komunikatif dan

⁶⁶ Hamzah, "Nilai-Nilai Spiritual Entrepreneurship (Kewirausahaan) Dalam Perspektif Ekonomi Islam <https://stai-binamadani.e-journal.id/Syarie>" 4, no. 1 (2021): 43–53.

⁶⁷ Diakses dari <https://www.merdeka.com/quran/al-anfal/ayat-27> pada 14Desember 2023

⁶⁸ Astrid Manzani, Zuhendry, and Diena Fadhilah, "Pengaruh Penerapan Sifat Shiddiq, Amanah, Fathanah Dan Tabligh Terhadap Keberhasilan Usaha Online Shop," *Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal* 2, no. 1 (2021): 13–23.

argumentative. Seseorang yang mempunyai sifat tabligh , akan menyampaikan dengan benar (berbobot) dan juga dengan tutur kata yang tepat (bi al-hikmah). Kalo seorang pemimpin di dalam dunia bisnis, ia haruslah menjadi seseorang yang mampu untuk selalu mengkomunikasikan visi dan misinya secara benar kepada para karyawan dan stakeholder lainnya.⁶⁹ Allah SWT berfirman :⁷⁰

﴿ يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ ﴾

Artinya : wahai Rasul! Sampaikanlah apa yang diturunkan Tuhanmu kepadamu. Jika tidak engkau lakukan apa yang diperintahkan itu berarti engkau tidak menyampaikan amanat-Nya. Dan Allah memelihara engkau dari gangguan manusia. Sungguh Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang kafir. (Q.S Al-Maidah: 67)

4) Fathanah

Fathanah ialah cerdas, pandai, atau pintar. Seseorang yang mempunyai karakter ini, ia mempunyai penalaran atau insting yang baik, kearifan dalam kreativitas, bijak dalam mengambil keputusan, kemampuan mengambil berbagai relitas (hikmah) dari hal apapun yang sedang dihadapi akan terjadi kepadanya.⁷¹ Fathanah banyak yang mengartikan sebagai kecerdasan dan kapasitas keilmuan. Dalam artian ini menjelaskan juga tentang aspek yang terkandung dalam penguasaan kemahiran. Makna yang lain dari arti fathanah ialah profesionalisme, yang berarti mempunyai kapasitas untuk melakukan sesuatu dengan professional atau keahliannya. Arti kecerdasan ini juga mengarah kepada suatu kemampuan yang memakai pikiran dengan berbagai cara dalam berinovasi dengan pikiran kreativitasnya.⁷² Tentunya dalam dunia wirausaha, para pelaku usaha juga untuk diharuskan memiliki kecerdasan dan tanggap akan adanya suatu peluang seperti halnya sifat Fathanah. Para pengusaha harus mampu untuk mencari dan menemukan peluang-peluang bisnis baru dan terus menerus tanpa henti untuk selalu berinovasi dengan kreativitas tanpa batas, mencari prospek yang bagus dan menguntungkan dan berwawasan masa depan, namun tidak mengabaikan prinsip syariah. Salah satu karakter standar wirausahawan

⁶⁹ Nicholas Bloom and John Van Reenen, “濟無No Title No Title No Title,” *NBER Working Papers* (2013): 89, <http://www.nber.org/papers/w16019>.

⁷⁰ Diakses dari <https://www.merdeka.com/quran/al-maidah/ayat-67> pada 14 Desember 2023

⁷¹ Sutikno Sutikno, “Islam Dalam Globalisasi,” *Madinah: Jurnal Studi Islam* 9, no. 2 (2022): 298–311.

⁷² Bloom and Reenen, “濟無No Title No Title No Title.”

yang ideal dalam perspektif islam ialah fathanah yang mempunyai pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.⁷³ Seperti yang dikandung dalam firman-Nya.

وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ إِلَّا رَجَالًا تُوحِي إِلَيْهِمْ فَسَلُّوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ ﴿٧﴾

Artinya: kami tidak mengutus sebelum engkau (Nabi Muhammad) melainkan beberapa orang laki-laki yang kami beri wahyu kepada mereka. Maka, bertanyalah kepada orang yang berilmu, jika kamu tidak mengetahui. (Q.S Al-Anbiya': 7)⁷⁴

2.7. Tokoh Wirausahawan Muslim

2.7.1. Berikut daftar 3 wirausahawan Musim Dunia:⁷⁵

1. Aliko Dangote

Dilansir Forbes Real – Time Billionaires pada Selasa (26/4), CEO Dangote Group Aliko Dangote merupakan pria yang beragama Islam yang dinobatkan menjadi orang terkaya seantero Afrika dengan kekayaan mencapai US\$ 14,5 miliar atau setara dengan Rp 209 triliun (kurs Rp 14.432 per dolar AS). Aliko Dangote lahir pada 10 April 1957 di daerah Kano, Nigeria. Dangote Group ialah Perusahaan yang didirikan oleh Aliko Dangote yang bergerak dibidang komoditas dan mempunyai wilayah di Nigeria dan juga negara di Afrika, termasuk Benin, Kamerun, Togo, Afrika Selatan dan juga Zambia. Untuk jenjang Pendidikan Aliko Dangote sendiri ia lulus dari Universitas Al-Azhar, Cairo Mesir.⁷⁶

2. Azim Premji

Azim Premji merupakan seorang muslim yang berasal dari daerah Gujarat, India yang mana mempunyai kekayaan ditaksir hingga US\$9,5 miliar atau setara dengan RP 137 triliun. Azim merupakan pendiri Wipro, Perusahaan yang mana bergerak dibidang software, dimana Perusahaan Wipro ini menjadi salah satu pemain piranti lunak terbesar yang ada di India. Sebelumnya Azim Premji pernah menempuh studinya di Pendidikan di Stanford University Amerika Serikat, namun saat dalam menempuh Pendidikan harus kandas setelah sang ayah meninggal dunia. Perusahaan tersebut bahkan memiliki innovation centre di Silicon Valley dan fokus pada pengembangan teknologi baru serta berkolaborasi dengan start up yang ada di Silicon

⁷³ Mada Sutapa, *KEBIJAKAN PENDIDIKAN DALAM PERSPEKTIF KEBIJAKAN PUBLIK*, n.d.

⁷⁴ Diakses dari <https://quran.nu.or.id/al-anbiya/7> pada 17 Desember 2023

⁷⁵ Thea Fathanah Arbar, "Daftar 5 Pengusaha Muslim Terkaya Sejagat, Ada Satu di RI", CNBC Indonesia, 6 Agustus, 2022, <https://www.cnbcindonesia.com/market/20220806071707-17-361582/daftar-5-pengusaha-muslim-terkaya-sejagat-ada-satu-di-ri>

⁷⁶ Di akses dari https://id.wikipedia.org/wiki/Aliko_Dangote, "Aliko Dangote", Wikipedia, pada November (2023)

Valley. Sekarang, Perusahaan Wipro dilanjutkan oleh sang anak Rishad Premji. Dengan mempunyai kekayaan sebanyak itu, Azim Premji menduduki posisi orang terkaya ke-206 di dunia dan ke -18 di negara India. 24 juli 1945 ialah waktu saat seorang lelaki asal India lahir yang Bernama Azim Hashim Premji. Azim Hashim Premji merupakan seorang pengusaha, investor, dan juga filantropis juga. Microsoft, Toshiba, ABB dan Philip Morris merupakan klien dari Perusahaan Wipro Limited yang di pimpin dan didirikan oleh Azim Hashim Premji. Menempati posisi ke-48 orang terkaya di dunia dan juga masuk 3 besar ke dalam daftar orang terkaya di India. Tak hanya itu, Azim Hashim Premji juga masuk ke dalam daftar 100 orang paling berpengaruh di dunia pada tahun 20014 dan 2011 versi majalah TIME. Untuk pendidikannya, Azim Hashim Premji menempuh Pendidikan di Stanford University, Amerika Serikat.⁷⁷

3. Shahid Khan

Shahid Khan merupakan seorang muslim Amerika – Pakistan yang dinobatkan menjadi orang terkaya ke- 313 di dunia dengan kekayaan mencapai US\$7,6 miliar atau setara RP109 triliun. Ia merupakan seorang insinyur yang memproduksi bumper truk dan memiliki 69 pabrik didunia dengan pekerja hingga 26 ribu orang. Shahid Khan juga memiliki sebuah klub American Football, yakni Jacksonville jaguars NFL yang ia beli pada 2012 silam. Tidak hanya itu, setahun kemudian ia juga membeli sebuah klub sepak bola asal inggris yakni Fulham F.C. pada tahun 2019, ia Bersama anak Tony Khan juga merilis All Elite Wrestling yang menjadi pusat hiburan gulat professional dan menandingi WWE asal AS. Setahun kemudian, ia juga menjadi investor utama bagi kanal media dengan nama Black News Channel (BNC) di AS.

2.7.2. Berikut daftar 3 wirausahaan terkaya di Indonesia:⁷⁸

1. Chairul Tanjung

Chairul Tanjung (CT) menjadi salah satu orang terkaya di Indonesia versi Forbes. Pria kelahiran 16 juni 1962 ini merupakan pengusaha sukses pemilik CT Corp. Perusahaan yang menagungi berbagai jenis usaha, seperti keuangan, media, ritel, properti, makanan dan minuman. Diketahui CT memiliki kekayaan yang dihasilkan dari berbagai macam bisnis yang ditaksir sebesar USD 5,9 miliar atau

⁷⁷ Di akses dari https://id.wikipedia.org/wiki/Azim_Premji pada November (2023)

⁷⁸ Defa Al Fadli, "Deretan Pengusaha Muslim Terkaya di Indonesia, Ada Yang Punya Harta Rp97,9 Triliun", okezone, rabu 5 April 2023, <https://economy.okezone.com/read/2023/04/05/455/2793558/deretan-pengusaha-muslim-terkaya-di-indonesia-ada-yang-punya-harta-rp87-9-triliun?page=2>

setara dengan Rp87,92 triliun menurut Forbes pada tahun 2022. Gurita bisnis pada CT Corp ialah mengakuisisi Bank Tugu yang kini menjadi Bank Mega, PT Trans Media Corp, PT Carrefour Indonesia, dan lain-lain. Merek – merek ternama yang dikuasai seperti Trans Media, Transmart, Trans Luxury Hotel, Trans Studio, Baskins Robbins, Wendy's, Bank Mega, dan Allo Bank.

Ia memulai usaha berawal dari bangku kuliah di Fakultas Kedokteran Gigi Universitas Indonesia dengan berjualan buku kuliah stensilan, kaos, dan fotokopi di kampus juga. Selain itu ia juga pernah membangun suatu toko peralatan kedokteran dan laboratorium di daerah bilangan senen, Jakarta Pusat, namun dengan berjalannya waktu usaha yang di bangun itu tidak menghasilkan atau bisa disebut bangkrut. Setelah menyelesaikan kuliah, Chairul Tanjung mendirikan PT Pariarti Shindutama Bersama 3 rekan pada tahun 1987 dengan modal awal Rp. 150 juta dari Bank Exim, akan tetapi pada perjalanannya ada suatu perbedaan visi tentang ekspansi usaha, dengan itu Chairul Tanjung memilih pisah dan mendirikan usaha sendiri. Dengan kegigihannya akhirnya usahanya terus meniak grafiknya dan Chairul Tanjung mereposisiakan dirinya ketiga bisnis inti yaitu, keuangan, property dan multimedia. Menurutnya bahwa generasi muda harus sudah sadar dalam menjalankan bisnis dan mau melalui setiap prosesnya. Dalam menjalankan bisnis tidak semudah yang dibayangkan, banyak hal-hal yang tak terduga.

Dengan itu dibutuhkan kesabaran dan tak pernah menyerah. Kesabaran ialah salah satu kunci utama dalam menjalankan suatu bisnis yang mana manfaatnya bisa mencuri hati pasar. Tidak hanya kesabaran tapi juga membangun integritas adalah hal yang penting bagi Chairul Tanjung. Semua orang ingin untuk mendapatkan hasilnya, tetapi tidak semua hal bisa diterima secara tiba-tiba atau secara langsung.⁷⁹

2. Abdul Rasyid

Abdul Rasyid merupakan salah satu pengusaha tersukses di Indonesia yang dikenal sebagai juragan kayu. Pengusaha asal Pangkalan Bun, Kalimantan Timur ini juga pendiri Perusahaan PT Sawit Sumbermas Sarana Tbk (SSMS). Selain itu, Abdul Rasyid juga pemilik Citra Borneo Utama (CBU). Tak hanya dibidang perkayuan dan kelapa sawit, Abdul Rasyid menekuni bisnis peternakan dengan mengelola peternakan sapi modern skala besar. Pada tahun 2018, Abdul Rasyid di nobatkan masuk kedalam 50 orang terkaya di Indonesia versi Forbes. Saat itu ia memiliki

⁷⁹ Di akses dari https://id.wikipedia.org/wiki/Chairul_Tanjung pada November (2023)

kekayaan yang mana di taksir mencapai USD 600 juta atau setara dengan RP8,7 triliun.

3. Aksa Mahmud

Aksa Mahmud mungkin nama yang terbilang asing bagi sebagian masyarakat Indonesia, namun dirinya dapat dikatakan sebagai pengusaha muda sekaligus politikus sukses. Dirinya memiliki beragam bisnis diberbagai bidang seperti, semen, jasa, keuangan, logistic, infrastruktur, properti, pertambangan, hingga media. Selain itu dirinya pun sebagai pemilik dan pendiri Bosowa Corp. Aksa Mahmud pernah menjual sahamnya sebesar 23% di PT Nusantara Infrastructure Tbk. Namun dari hasil penjualannya itu, ia memutuskan untuk membangun pabrik semen kedua di Maros, Sulsel. Diketahui, pada tahun 2019 kekayaan yang dimiliki Aksa Mahmud ditaksir sebesar USD 710 juta atau setara dengan RP10,5 triliun, hal ini membuat dirinya dinobatkan kedalam daftar orang terkaya di Indonesia nomer 44 versi Forbes.

2.7.3. Tokoh Wirausaha Cina Muslim di Indonesia

1. Jusuf Hamka (Baba Alun)⁸⁰

Jusuf Hamka ialah seorang pengusaha keturunan Tionghoa yang muallaf. Jusuf Hamka sendiri seorang pengusaha yang mempunyai bisnis di bidang seperti kontruksi, terutamanya pada Pembangunan jalan tol. Dirinya ialah pemegang saham mayoritas PT Citra Marga Nusaphala Persada yang membangun sejumlah jalan tol di Indonesia.

2. Djohari Zein

Djohari Zein merupakan seorang pengusaha yang lahir di Medan tahun 1954, ia sendiri seorang bos Perusahaan ekspedisi JNE. Berasal dari keluarga pedagang Tionghoa penganut agama Budha. Walaupun begitu juga, Djohari menempuh Pendidikan disekolah katolik. Tahun 1982, dia memutuskan menjadi mualaf dan menjadikan Al-Qur'an sebagai pedoman dan tujuan hidup. Tidak sekedar menjadi mualaf, melainkan ia juga mempunyai mimpi yang begitu besar yaitu akan membangun 99 mesjid.

3. Herman Halim

Herman Halim ialah seorang bos Bank Maspion, sekaligus anak dari seorang Alim Markus. Herman Halim sebelum masuk agama Islam, rupanya ia beberapa kali

⁸⁰ Nandy, "Profil Jusuf Hamka: Pengusaha Muslim Tionghoa Yang Sangat Dermawan", Gramedia Blog, (2022), <https://www.gramedia.com/best-seller/profil-jusuf-hamka/>

pindah agama, entah dengan alasannya seperti apa. Berawal dari kisah anaknya sendiri yang menjadi mualaf dapat memberikan suatu inspirasi kepadanya sendiri. Akhirnya pada tahun 2004 dia mengucapkan dua kalimat syahadat di Masjid Cheng Hoo kota Surabaya. Herman Halim sendiri mengaku merasakan suatu keajaiban didalam hidupnya setelah memeluk agama Islam.⁸¹

⁸¹ Angka Angkagrafis, "Lima Pengusaha Tionghoa Kini Berstatus Mualaf", 31 Januari 2022, Angkaberita.id, <https://angkaberita.id/2022/01/31/lima-pengusaha-tionghoa-kini-berstatus-mualaf/>

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

3.1. Keadaan Umum Daerah Penelitian

3.1.1. Keadaan Geografis dan Topografis Lokasi Penelitian

Berdasarkan letak wilayah geografis Kelurahan Kranggan meliputi keseluruhan wilayah Kota Semarang yang terdiri dari 16 wilayah kecamatan dan 177 kelurahan. Secara geografis Kota Semarang terletak antara $109^{\circ}35'$ – $110^{\circ}50'$ bujur timur dan $6^{\circ}50'$ - $7^{\circ}10'$ lintang Selatan dengan luas sebesar 37.370,39 Ha.⁸² Dengan batas – batas wilayah administrasi sebagai berikut:⁸³

- a. Sebelah Utara letak lintang $6^{\circ} 50'$ " LS berbatasan dengan laut jawa
- b. Sebelah Selatan letak lintang $7^{\circ} 10'$ " LS berbatasan dengan Kab. Semarang
- c. Sebelah Barat letak lintang $109^{\circ} 50'$ " BT berbatasan dengan Kab. Kendal
- d. Sebelah Timur letak lintang $110^{\circ} 35'$ " BT berbatasan dengan Kab. Demak

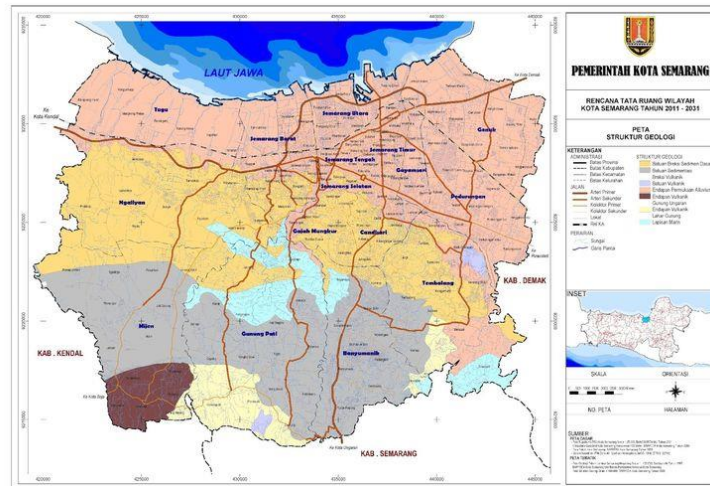
Kota Semarang ialah Ibukota Provinsi Jawa Tengah yang mempunyai lokasi di tengah – tengah provinsi tersebut. Berada pada jalur lintas pantai utara pulau jawa yang menghubungkan kota – kota besar di pulau jawa dengan lokasi strategisnya. Dampak diindikasikan urbanisasi dan pemekaran wilayah merupakan faktor yang mempengaruhi di Kota Semarang. Dengan berkembangnya Kota Semarang sebagai pusat pemerintahan, Jasa dan perdagangan sekaligus menjadi ibukota provinsi Jawa Tengah sangat memiliki peran dan juga daya tarik yang tidak hanya lokal tetapi juga menjangkau sampai regional. Kemacetan ialah masalah yang mana belum terselesaikan di Kota Semarang. Hal ini karena adanya transportasi yang jalan di waktu yang sama, sehingga tidak heran kalo Kota Semarang sering terjadi kemacetan. Begitupun dengan seiring menambahnya volume kendaraan motor ataupun mobil dll yang tidak di imbangi dengan perluasan area jalan raya. Hal ini juga sebagai akibat kebijakan-kebijakan yang sudah ada tetapi belum berfungsi dengan baik.⁸⁴

⁸² Th. Dwiati Wismarini & Dewi Handayani Untari Ningsih, "Analisis Sistem Drainase Kota Semarang Berbasis Sistem Informasi Geografi dalam Membantu Pengambilan Keputusan bagi Penanganan Banjir", Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK, Vol XV, No 1 (2010), Hal 44

⁸³ Di akses dari <https://semarangkota.bps.go.id/statictable/2015/04/23/3/letak-geografis-kota-semarang.html>, pada November 2023

⁸⁴ Arga Satria Arsandi, Dimas Wahyu R, Ismiyati, & Ferry Hermawan, "DAMPAK PERTUMBUHAN PENDUDUK TERHADAP INFRASTRUKTUR DI KOTA SEMARANG", Jurnal Karya Teknik Sipil, Vol. 6, No. 4 (2017), Hal 2

Gambar 3. 1 Peta Batas Administrasi Kota Semarang



Sumber. Peta Batas Administrasi Kota Semarang(2015)⁸⁵

Sedangkan dengan kawasan Pecinan merupakan Kawasan yang terletak di Kota Semarang. Kawasan pecinan berdekatan dengan Kawasan Kota Lama dan Pasar Johor. Kawasan Pecinan Semarang merupakan salah satu pusaka Indonesia yang turut berperan dalam membentuk identitas Semarang. Dengan adanya Kawasan Pecinan Semarang bisa menjadikan Kota Semarang menjadi Kota wisata religi, budaya, dan tentunya juga kuliner⁸⁶.

Gambar 3. 2 Pemerintahan Kelurahan Kranggan



Sumber: Pemerintahan Kelurahan Kranggan(2017)⁸⁷

⁸⁵ Peta Batas Administrasi Kota Semarang, Penataanruangjateng.info, <https://petalengkap.blogspot.com/2015/05/peta-batas-administrasi-kota-semarang.html>

⁸⁶ Dini Daniswari, (2022) “Pecinan Semarang: Sejarah, Bangunan Khas, dan Pasae Semawis”, Kompas.com/regional, diakses dari <https://regional.kompas.com/read/2022/10/11/162628878/pecinan-semarang-sejarah-bangunan-khas-dan-pasar-semawis?page=all> , November 2023

⁸⁷ Diakses dari <https://kecsmgengah.semarangkota.go.id/kelurahan-kranggan> november 2023

Kawasan Pecinan Semarang terletak di Kelurahan Kranggan Kecamatan Semarang Tengah Kota Semarang. Adapun batas wilayah Pecinan adalah sebagai berikut.⁸⁸

- a. Batas wilayah utara adalah Jl. Gang Lombok (Klenteng Tay Kak Sie) dan berbatasan dengan kelurahan kauman.
- b. Batas wilayah Selatan ada Sungai Semarang, Jl. Sebandaran I dan berbatasan dengan Kelurahan Gabahan
- c. Batas wilayah barat Jl. Beteng dan berbatasan dengan kelurahan Bangunharjo
- d. Batas wilayah timur terdapat Sungai Semarang dan berbatasan dengan Kelurahan jagalan.

Kelurahan Kranggan berlokasi di Tengah-tengah indahinya Kota Semarang yang mana menjadi pusat salah satu daerah dengan perekonomian di Kota Semarang. Karena terletak di pusat perekonomian Kota Semarang atau pusat jantung perekonomian Kota Semarang, Pecinan memiliki letak yang strategis sehingga didalamnya banyak terdapat toko-toko atau grosir yang dijadikan tempat untuk menjual barang-barang yang memiliki nilai ekonomi. Mereka banyak yang menjual mulai dari kebutuhan pokok sampai dengan kebutuhan-kebutuhan lainnya dalam rumah tangga, kantor, bisnis, dan industry.⁸⁹ Kelurahan Kranggan memiliki luas area 25,25 Ha, yang mana secara administrative terdiri dari lima Rukun warga (RW) dan tiga puluh Rukun Tetangga (RT). Pecinan Semarang sendiri terletak pada ketinggian tanah dari permukaan laut 2 meter, dengan Topografi wilayah dataran rendah, suhu udara rata-rata 220 – 230 dan memiliki curah hujan 500 Mm/tahun.⁹⁰ Berikut merupakan jarak dari pusat pemerintahan (orbitasi) Pecinan Semarang sebagai berikut:

⁸⁸ “Tentang Kawasan Pecinan Semarang”, Kompasiana,(2014), diakses pada <https://www.kompasiana.com/waroengsemawis/54f67fb4a333116a018b4cd1/tentang-kawasan-pecinan-semarang> november 2023

⁸⁹ Putri Citra Hati, “Integrasi sosial Etnis Muslim Tionghoa dan Muslim Jawa”, Analisis Dakwah Lintas Budaya Masyarakat Pecinan Semarang (Tesis UIN Walisongo Semarang), 2018, Hlm. 56.

⁹⁰ Siti Aisyah, “Peran Tokoh Agama Dalam Membina Kerukunan Antar Umat Beragama di Kawasan Pecinan Kota Semarang : skripsi Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang”, 2014, Hlm. 61

Gambar 3.3 Pemerintahan Kelurahan Kranggan Semarang Tengah



Sumber: Pemerintahan Kelurahan Kranggan Semarang Tengah⁹¹

- a. Jarak dari pemerintahan Kecamatan : 1,5 Km
- b. Jarak dari pusat pemerintahan Administratif : -
- c. Jarak dari Ibukota Kota madya Dati II : 2 Km
- d. Jarak dari Ibukota Provinsi Dati I : 3,4 Km
- e. Jarak dari Ibukota Negara RI : 500 Km

Adapun struktur Pemerintahan Kelurahan Kranggan sebagai berikut:

- a. Lurah : Agus Witanto, S.Sos
- b. Sekretaris : Ahmat Suparno
- c. Bendahara : Marsiati, SE.
- d. Staf-staf : Herry Mochtar, Sudarti, Mulyadi, Haryanto, dan Dadiono

Adapun batas wilayah Kelurahan Kranggan sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara : Kelurahan Kauman
- b. Sebelah Selatan : Kelurahan Gabahan
- c. Sebelah Barat : Kelurahan Bangunharjo
- d. Sebelah Timur : Kelurahan Jagalan

Adapun jumlah penduduk sebagai berikut :

- 1) Jenis Kelamin
 - a) Laki – laki : 2.113 orang
 - b) Perempuan : 2.328 orang

⁹¹ Diakses dari <https://kranggan.semarangkota.go.id/en/peta-map> november 2023

- 2) Kepala Keluarga : 1.737 KK
- 3) Kewarganegaraan
 - a) WNI : 5.840 orang
 - b) WNA : 238 orang

Data diambil dari monografi kelurahan Kranggan pada laporan data februari 2023⁹²

3.1.2. Sejarah Singkat Pasar Pecinan

Pecinan berasal dari Bahasa Jawa yang mana berarti suatu wilayah yang mana mayoritas didalamnya ialah warga Tionghoa atau warga keturunan Cina. Pecinan tidak hanya untuk pusat hunian warga Tionghoa, melainkan juga berfungsi sebagai pusat ekonomi dan perdagangan. Dalam Bahasa Inggris, Pecinan berarti Chinatown. Hampir rata-rata disetiap kota besar yang ada di Indonesia terdapat wilayah Pecinan, atau sering kita dengan dengan sebutan kampung Cina. Di pulau Jawa ada beberapa Pecinan yang terkenal salah satunya ialah Pecinan di Kota Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Yogyakarta dan Magelang.⁹³

Semarang sebagai salah satu Kota besar yang ada di Indonesia mempunyai banyak perkampungan yang telah lahir atau bahkan menjadi cikal bakal kota. Di Semarang sendiri banyak dengan adanya kampung kuno yang mana aktivitas masyarakat mencari penghidupan di Semarang, seperti etnis Arab, Tionghoa, Melayu, Banjar dan lain sebagainya. Salah satu perkampungan kuno yang ada di Semarang ialah kampung Pecinan yang mana itu perkampungan masyarakat Cina. Kawasan Pecinan terbentuk karena ada beberapa unsur yaitu Jalan dan kampung-kampung kecil yang berada didalamnya. Beberapa ciri penamaan jalan dan kampung-kampung Pecinan seperti berikut:⁹⁴

- Nama jalan dan kampung berkaitan dengan perkembangan aktivitas ekonomi
- Nama jalan dan kampung yang menggambarkan sebuah situasi dan kondisi alamiah dikawasan tersebut
- Nama jalan dan kampung yang saling berkaitan dengan tokoh masyarakat yang ada didaerah tersebut
- Nama jalan dan kampung yang berkaitan dengan kondisi alamiah tempat tersebut
- Nama jalan dan kampung yang saling berkaitan dengan flora
- Nama jalan dan kampung yang saling berkaitan dengan etnisitas

⁹² Diakses dari <https://kranggan.semarangkota.go.id/en/geografisdanpenduduk> november 2023

⁹³ Diakses dari <http://semarangkota.com/03/kawasan-pecinan-semarang/> November 2023

⁹⁴ Titiek Suliyati, "MELACAK SEJARAH PECINAN SEMARANG MELALUI TOPONIM", Hal 1-2 <http://eprints.undip.ac.id/34059/>

Lokasi pada Kawasan Pecinan untuk sekarang dimulai setelah pemberontakan Kastura, karena kompeni khawatir orang-orang Tionghoa melakukan pemberontakan. Dengan itu perlu adanya mengalokasikan mereka ditempat yang berdekatan dengan tangsi Kompeni di ujung Bojong, dengan adanya trobosan cara tersebut kelompok masyarakat ini akan lebih gampang untuk diawasi. Mereka diperbolehkan untuk mendirikan rumah – rumah dikawasan sebelah utara, timur , dan Selatan yang adanya batas wilayah berupa sungai.

Dibawah ini ada beberapa gambar Pecinan era dulu dan sekarang sebagai berikut:

Gambar 3. 4 Pecinan Tempo Lama



Sumber: Bersukaria, (2021)⁹⁵

⁹⁵ Diakses dari <https://bersukaria.com/2021/03/16/sejarah-dibalik-perubahan-wajah-pecinan-semarang/>

Gambar 3. 5 Semawis Tempo Lama



Sumber: Jejak colonial, (2017)⁹⁶

Gambar 3. 6 Pecinan Setelah Revitalisasi



Sumber: kisahklasikduniaku.blogspot.com, (2017)⁹⁷

⁹⁶ Diakses dari <https://jejakkolonial.blogspot.com/2017/10/yang-ter sisa-dari-masa-lampau-pecinan.html> november 2023

Gambar 3. 7 Pasar Pecinan Ketika Malam Hari



Sumber: industry.co.id(2018)⁹⁸

3.1.3. Kondisi Perekonomian

Perdagangan yang dilakukan oleh etnis Tionghoa di Semarang membawa pengaruh yang sangat besar bagi pembangunan Kota Semarang kalo dilihat dari segi ekonomi. Dampak pada Pembangunan Kota Semarang sangat terlihat dari adanya kekuatan dibidang ekonomi yang tidak lepas dari peran kaum pedagang dan industry terutama Tionghoa.⁹⁹ Kondisi budaya Kawasan pecinan sangat dipengaruhi dengan adanya transformasi secara non fisik (sosial dan ekonomi). Pengaruh ekonomi yang ada di pecinan sangat berpengaruh dengan dikembangkannya bangunan miliknya menjadi toko atau kantor dagang ketimbang hunian, karena pesat perkembangan aktivitas perdagangan di Kawasan pecinan Kota Semarang. Hal ini menjadikan penurunan akan kepuasan masyarakat terhadap lingkungan perumahan yang berada di kawasan pecinan. Hal yang terjadi ini diperparah akan buruknya partisipasi sosial masyarakat yang ditinjau melalui analisis kekerabatan dan kelembagaan sosial. Banyaknya masyarakat pecinan yang memilih untuk pindah dari Kawasan pecinan ialah dari salah satu faktor akan buruknya partisipasi sosial masyarakatnya.¹⁰⁰

3.1.4. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di daerah Kawasan Pasar Pecinan Semawis kalurahan Kranggan, Kecamatan Semarang Tengah, Jawa Tengah 50139. Luas wilayah kelurahan Kranggan ialah 25,25 Ha. Sedangkan luas wilayah Kecamatan Semarang Timur sendiri

⁹⁷ Diakses dari <https://kisahklasikduniaku.blogspot.com/2017/02/jelajah-pecinan-semarang.html> november 2023

⁹⁸ Diakses dari <https://www.industry.co.id/read/25580/rayakan-imlek-ini-serangkaian-kegiatan-seru-di-pasar-semawis-semarang>

⁹⁹ Fitri Amalia & Kuncoro Bayu Prasetyo, "ETOS BUDAYA KERJA PEDAGANG ETNIS TIONGHOA DI PASAR SEMAWIS SEMARANG", Jurnal Solidarity, (2015), Hal 2

¹⁰⁰ Tiara Rizky Debby, "TRANSFORMASI SOSIO-SPASIAL KAWASAN PECINAN KOTA SEMARANG", Semarang, (2019), Hal 112

605,64 Ha. Untuk Kecamatan Semarang Tengah memiliki 15 Kelurahan dengan luas wilayah, jumlah RW dan RT sebagai berikut :¹⁰¹

Tabel 3. 1 Lokasi Penelitian

No	Kelurahan	Luas Wilayah	Jumlah RW	Jumlah RT
1	Kranggan	25,25	5	30
2	Kauman	28,63	5	17

3.1.5. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini akan berjalan pada bulan juli sampai dengan bulan Desember 2023.

¹⁰¹ Diakses dari <https://kecsmtengah.semarangkota.go.id/kondisi-geografis-daerah> pada November 2023

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Strategi Perdagangan Etnis Cina

Perdagangan adalah suatu aktivitas jual-beli barang atau jasa diantara kedua belah pihak atau lebih yang mana didalamnya ada suatu transaksi yang mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau laba. Aktivitas perdagangan dioperasikan oleh seseorang atau lebih yang disebut dengan pedagang. Seorang pedagang bisa melakukannya secara sendiri dengan usaha skala kecil atau dalam bentuk usaha mikro, kecil, dan menengah. Seorang pedagang biasanya mendapatkan barang dari distributor untuk di jual kembali kepada konsumen. Dalam menjalankan suatu aktivitas dagang pasti ada yang namanya kompetisi untuk mendapatkan pangsa pasar dan juga keuntungan yang lebih besar. Untuk memenangkan persaingan pasar di dunia usaha, para pelaku usaha dapat mengembangkan berbagai strategi, yakni meningkatkan kualitas pada produk dagang, penyesuaian harga produk, memanfaatkan penggunaan teknologi, dan lain sebagainya guna bertujuan untuk mempertahankan usahanya.¹⁰²

Dalam menjalankan suatu rencana kewirausahaan sangat dibutuhkan suatu teknik – teknik yang mana wajib untuk disiapkan dan memerlukan suatu strategi yang wajib didasari dengan segala kondisi keadaan dalam berkegiatan. Tidak hanya sekedar tulisan dalam kertas yang sudah direncanakan secara matang dan baik, melainkan wajib dilaksanakan secara detail sehingga suatu usaha perdagangan tidak mengalami suatu masalah ditengah perjalanan bahkan sampe masalah pailit atau kebangkrutan. Dalam menjalankan suatu usaha seorang pengusaha pasti akan mengalami yang namanya kegagalan, jatuh banggunya suatu usaha yang telah dibangunnya, bahkan hal – hal tersebut terjadi diluar dugaan. Di dalam menjalankan usaha juga akan adanya persaingan pasar, kerugian antara satu pihak dengan orang lain, dan juga persaingan modal, bagi yang mempunyai lebih banyak modal akan banyak juga kesempatan.¹⁰³

Memasuki pada abad ke-20 perkembangan perdagangan orang Tionghoa semakin naik dan sangat menonjol. Bahkan di abad tersebut juga aktivitas ekonomi Tionghoa semakin sibuk dan semakin kuat. Mungkin salah satu alasan perdagangan atau kewirausahaan Tionghoa kuat yaitu karena keuletan dan kerja keras dari orang Tionghoa itu sendiri. Orang Tionghoa juga mempunyai berbagai keuntungan antara lain ialah adanya suatu kesempatan yang bisa mereka dapatkan untuk memanfaatkan karena adanya modal

¹⁰² Dialim et al., “Journal of UKMC National Seminar on Accounting Proceeding Strategi Dagang Antara Pedagang Etnis Tionghoa Dengan Pedagang Pribumi Di Kota Palembang.”

¹⁰³ Maulida, “Strategi Perdagangan Etnis Cina Di Langsa” (2022).

yang cukup, selain karena etos kerja tinggi, banyak pihak yang mempunyai pandangan bahwa kunci sukses orang Tionghoa dalam berbisnis, berdagang ataupun menjadi pengusaha tidak lepas dari banyaknya relasi yang bisa saling menguntungkan, salah satunya mempunyai hubungan yang baik dengan pemegang kekuasaan.¹⁰⁴

4.2. Strategi Perdagangan Etnis Jawa

Strategi perdagangan merupakan suatu metodologi sistematis yang berguna saat membeli dan menjual di pasar.¹⁰⁵ Interaksi jual-beli yang menjadi aktivitas etnis Jawa selalu dilakukan di kawasan perdagangan, yang mana kawasan tersebut terdiri atas pasar, pertokoan, pedagang kaki lima, warung dan lainnya. Pada lokasi perdagangan tersebut tidak hanya etnis Jawa yang melakukan jual-beli, melainkan juga ada etnis Tionghoa yang melakukan aktivitas jual-beli. Akulturasi budaya etnis Jawa yang mana terdapat juga Etnis Tionghoa terkenal sebagai penduduk asli atau bisa disebut sebagai pribumi. Dalam aktivitas perdagangan yang dilakukan oleh Etnis Jawa, mereka sering memakai Bahasa Jawa yang terdiri dari tingkatan ngoko, madya, dan juga kromo serta Bahasa asli yaitu Bahasa Indonesia.¹⁰⁶ Selain itu pula ada istilah “sopo ubet ngliwet” yang mempunyai makna barang siapa yang bekerja keras akan memasak nasi atau arti yang lebih luas yaitu siapa yang bergerak atau berkerja keras akan bisa makan atau bisa hidup. Dalam budaya jawa yang terdapat didalam tambang macapat terdapat nilai-nilai kearifan lokal terkait kewirausahaan seperti nilai-nilai profesionalitas, kerja keras, kesabaran, ketelitian, tidak adanya suap-menyuap, dan tidak mengingkari janji. Salah satu strategi dalam perdagangan Etnis Jawa ialah keuletan dan kemauan dalam bekerja, jadi rata-rata orang Jawa mempunyai karakter kerja keras yang kuat dalam artian mau melakukan pekerjaan apapun dan tidak memandang kerjaan apapun itu selama itu hal baik dan juga adanya kemauan yang kuat dalam bekerja. Dengan mempunyai 2 karakter itu menjadikan strategi keberhasilan orang jawa dan juga menjadi ciri khas rata-rata orang jawa.¹⁰⁷

4.3. Implementasi Prinsip Dagang Menurut Islam

Dapat dikatakan bahwa suatu persaingan usaha yang sehat dapat mendorong tumbuhnya inovasi, peningkatan kualitas, keragaman produk dan harga yang lebih

¹⁰⁴ Widya Sari Dewi, “Aktivitas Perdagangan Etnis Tionghoa DI Pontianak Tahun 1819-1942,” *Prodi Ilmu Sejarah* 4, no. 3 (2019): 354–368.

¹⁰⁵ Diakses dari https://www-investopedia-com.translate.google/terms/t/trading-strategy.asp?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc, oleh Adam Hayes, Pada 8 Desember 2023

¹⁰⁶ Rustono Thomas Christian, “Akulturasi Budaya Dalam Pilihan Bahasa Pedagang Etnis Tionghoa Pada Ranah Perdagangan Di Kota Salatiga,” *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* SELOKA 5 (, no. SOSIOLINGUISTICS (2016): 39–47, <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/seloka>.

¹⁰⁷ Sutanto and Nurrachman, “Makna Kewirausahaan Pada Etnis Jawa, Minang, Dan Tionghoa: Sebuah Studi Representasi Sosial.”

kompetitif dalam persaingan yang sehat. Persaingan yang sehat juga merupakan suatu kompetisi yang dapat membuat suatu usaha tersebut menjadi lebih baik lagi. Nabi Muhammad SAW sudah memberikan contoh teladan yang baik untuk menjadi manusia yang baik dalam berwirausaha atau dalam berdagang seperti melakukan atau menerapkan kejujuran (Shiddiq), dapat dipercaya (Amanah), komunikatif dalam menyampaikan (tabligh), cerdas dalam berdagang (fathanah). Etika ini sangat penting dalam berwirausaha dan itu menjadi salah satu strategi yang jitu bagi para pengusaha entah dengan etnis Cina ataupun dengan etnis Jawa dalam menerapkan sifat Nabi Muhammad SAW yaitu sebagai berikut :

4.4. Hasil Wawancara

No	Pertanyaan	Etnis Cina	Etnis Jawa
1	Strategi apa yang anda lakukan untuk dapat terus mengembangkan usaha anda agar bisa bersaing dengan wirausahawan lain?	<i>“berjualan itu harus jujur, apa adanya harus disampaikan sesuai keadaan kalau tidak seperti itu ya nanti pembelinya lari. Karna itu termasuk intergritas bagi penjual untuk konsumen. Karena jualan itu ada etikanya, tidak tinggal jualan saja. Di Pecinan banyak sekali toko textile, tidak hanya satu dan dua toko saja mas. Dengan itu saya selalu berfikir untuk meningkatkan kreativitas toko saya. (Cik Indi pemilik Toko Textile Neo Kranggan)</i>	<i>“nggak ada strategi-strategi khusus mas. Yang penting rasa soto enak Paling gitu saja mas.”</i> (Bapak Sukis penjual Soto Legend Pecinan)
2	Apa yang memotivasi saudara untuk tetap mengembangkan usaha ini?	<i>“ya karena biar punya uang mas, mungkin selain itu ya untuk keluarga mas, untuk anak-anak. Untuk orang lain juga. Dengan mempunyai usaha kita butuh karyawan to, lha mereka butuh pekerjaan. Jadi, ya sama – sama menguntungkan mas. Simbiosis mutualisme. (Cik Indi –</i>	<i>“ya karena usaha dari orang tua dan saya yang meneruskannya”</i> (Pak Sukis-Soto Legend)

		pemilik Toko Textile Neo Kranggan)	
3	Apa keberhasilan terbesar yang telah anda raih dalam berwirausaha?	“mungkin punya 5 cabang toko Textile di beberapa kotaa sih mas, karena itu suatu pencapaian yang luar biasa sih.”	“bisa membuka cabang mas yang berarti ada 2 warung soto.”
4	Apa yang melatarbelakangi untuk memulai usaha tersebut?	“yang melatarbelakangi karna saya penerus usaha keluarga dan keluarga punyanya usaha ini.”	“ya karna usaha dari orang tua dan saya yang meneruskannya”
5	Apa hambatan dan tantangan terbesar selama anda berwirausaha? Dan bagaimana cara mengatasinya?	“kalo hambatan pasti ada mas, namanya juga usaha. Tapi semua itu tergantung kita gimana mengatasi hambatan tersebut. Mungkin hambatannya harga bahan pokok lumpia ini mahal dan susah di cari. Jadi harus mencari terus, kadang pemasok si A ada, kadang juga tidak ada. cara mengatasinya ya perbanyak pemasok.	“paling sepi mas, apalagi kemarin ada covid” (pak Sukis-penjual Soto)
6	Setiap usaha pasti mempunyai traffic konsumen yang tidak menentu, untuk itu bagaimana cara agar konsumen tersebut melakukan pembelian ulang kembali.?	“ya seperti yang saya bilang tadi mas, kita kasih pelayanan yang terbaik. Memberikan kenyamanan dalam belanja, dan yang penting juga saya berjualan dengan jujur, apa adanya harus disampaikan sesuai keadaan. Kalo tidak seperti itu pembelinya lari karna itu termasuk integritas bagi penjual untuk konsumen karna jualan itu ada etikanya tidak tinggal jualan saja. (Cik Indi)	“tidak ada strategi – strategi khusus, yang penting rasa soto saya enak. Paling gitu saja. (pak Sukis-Soto)
7	Apakah nilai-nilai religius berpengaruh	“kalo berpengaruh ya ada, paling berpengaruhnya buat saya semakin	“berpengaruh untuk ketenangan hati”

	besar dalam perjalanan berwirausaha anda?	semangat jualan mas” (Koh Hoo)	(pak Toni)
8	Mengapa anda memilih bidang usaha tersebut?	“karena ini adalah usaha keluarga mas. Jadi di keluarga saya banyak yang punya usaha lumpia salah satunya lumpia mbak Lien.” (Koh Hoo)	“karena berawal dari saya suka mengoleksi barang antik”(pak Toni)
9	Seiring dengan berkembangnya zaman. Apakah anda ikut melakukan pengembangan terhadap usaha anda?	“untuk saat ini saya masih memakai mekanisme penjualan secara offline belum ke online, ya karna ini mungkin foto copy ya.” (pak bambang)	“kalo untuk saat ini masih offline mas. Tapi ya gini mas bisa diliat sepi banget pasca di renovasi. Kadang kalo hujan lebat sini juga tergenang air.” (pak Yono)
10	Apa hambatan dan tantangan terbesar selama berwirausaha?	“hambatan sekarang lebih ke persaingan yang begitu ketat dan banyak. Liat aja sekarang dimana – mana pasti ada foto copy bahkan orang – orang pun di rumahnya sudah punya printer. Menurut saya kalo foto copy tidak dekat dari kampus atau perkantoran itu sangat susah untuk untung.”	“kalo saat ini ya mas setelah adanya pembaruan atau renovasi pasar johar lebih ke tempat mas. Jadi dulu itu lebih strategis dan juga rame penggunjung. Kalo sekarang lebih sepi dan juga tempat jualan gak sesstrategis dulu, sama saya jualan kan masih offline dan sekarang banyak orang yang mudah beli dengan online

			lewat internet juga.” (Ibu Hani)
--	--	--	-------------------------------------

4.5. Analisa Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara penelitian dari informan Etnis Tionghoa dapat di analisis bahwa dalam berwirausaha itu harus jujur dan apa adanya. Karena menurut pandangan dari etnis Cina kejujuran itu sudah sebagian dari integritas bagi seorang pedagang atau pengusaha. Selain kejujuran juga adanya kerja keras bagi pedagang atau pengusaha tersebut. Kerja keras, tekun, rajin dan konsisten itu suatu harga yang harus dibayar bagi seorang pedagang atau pengusaha. Selain itu juga adanya kedisiplinan dalam hal apapun. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh “Syafak, Sevi Askia dalam studi di pasar Kecamatan Sumber Rejo Kabupaten Tanggamus” serta penelitian yang dilakukan oleh “Muhammad Shulthoni Yusuf yang berjudul Etika Bisnis Komunitas Tionghoa Muslim Yogyakarta pada tahun 2011”. Keduanya sama – sama menjelaskan terkait dengan strategi keberhasilan wirausaha etnis Cina yang jujur, tekun, kerja keras, dan disiplin.

Sedangkan hasil wawancara penelitian dari informan Etnis Jawa dapat di analisis bahwa dalam berwirausaha selain harus rajin juga harus mempunyai rasa terima apa adanya. Maksud dari rasa terima apa adanya ini menerima hal – hal yang di luar kontrol kita seperti rezeki dll. sehingga dalam berwirausaha tidak terlalu memaksa kehendak. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh “ Okki Sutanto, Nani Nurrachman pada jurnal yang berjudul ‘Makna Kewirausahaan Pada Etnis Jawa, Minang, dan Tionghoa’ pada studi representasi sosial tahun 2018”. Serta penelitian yang dilakukan oleh “Tri Siwi Agustina yang berjudul ‘Mengungkap Perilaku Inovatif 3 Etnis Wanita Pedagang di Surabaya pada tahun 2014’”. Keduanya sama – sama membahas terkait dengan strategi keberhasilan kewirausahaan Etnis Jawa.

Dengan perbedaan antara dua etnis tersebut, ada juga persamaan dari hasil wawancara penelitian dari informan Etnis Jawa dan Etnis Tionghoa dapat di analisis bahwa dalam berwirausaha itu harus jujur, kerja keras dengan sungguh – sungguh. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh “Meida Rachmawati & Ignatius Hari Santoso, pada jurnal yang berjudul ‘Etnis Tionghoa dan Etnis Jawa Cara Pandang Mereka dalam Mempersiapkan Suksesor Bisnis Keluarga pada tahun 2019’”.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

5.1.1 Berdasarkan analisis tentang keberhasilan berwirausaha oleh etnis Tionghoa dan etnis Jawa di Pasar Semawis Pecinan Kota Semarang dalam menjalankan suatu rencana kewirausahaan sangat dibutuhkan suatu teknik – teknik yang mana wajib untuk disiapkan dan memerlukan suatu strategi yang wajib didasari dengan segala kondisi keadaan dalam berkegiatan. Mungkin salah satu alasan perdagangan atau kewirausahaan Tionghoa kuat yaitu karena keuletan dan kerja keras dari orang Tionghoa itu sendiri. Orang Tionghoa juga mempunyai berbagai keuntungan antara lain ialah adanya suatu kesempatan yang bisa mereka dapatkan untuk memanfaatkan karena adanya modal yang cukup, selain karena etos kerja tinggi, banyak pihak yang mempunyai pandangan bahwa kunci sukses orang Tionghoa dalam berbisnis, berdagang ataupun menjadi pengusaha tidak lepas dari banyaknya relasi yang bisa saling menguntungkan, salah satunya mempunyai hubungan yang baik dengan pemegang kekuasaan

5.1.2 Nabi Muhammad SAW sudah memberikan contoh teladan yang baik untuk menjadi manusia yang baik dalam berwirausaha atau dalam berdagang seperti melakukan atau menerapkan kejujuran (Shiddiq), dapat dipercaya (Amanah), komunikatif dalam menyampaikan (tabligh), cerdas dalam berdagang (fathanah). Etika ini sangat penting dalam berwirausaha dan itu menjadi salah satu strategi yang jitu bagi para pengusaha entah dengan etnis Cina ataupun dengan etnis Jawa. Kejujuran ialah salah satu etika atau akhlak yang wajib menghiasi dalam suatu usaha terutama usaha syariah dalam segala aspek. Lalu sifat Amanah yang mempunyai makna dalam keterbukaan, kejujuran, dan berupaya menghasilkan yang terbaik dalam segala hal apapun itu. Serta seorang wirausahawan harus mempunyai sifat Tabligh, karna dengan mempunyai sifat Tabligh akan diharapkan memudahkan dalam komunikasi antar wirausahawan lain. Dan yang terakhir seorang pengusaha harus cerdas atau fathanah yang mana dengan kecerdasan itu diharapkan akan muncul ide – ide cemerlang yang akan menjadi inovasi baru bagi wirausahaan itu sendiri dan akan bermanfaat bagi banyak orang.

5.2. Saran

Sebagaimana hasil penelitian dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah

Pemerintah diharapkan mampu untuk lebih memperhatikan keinginan dan kebutuhan pedagang lokal khususnya pedagang yang berasal dari etnis Jawa untuk lebih mengembangkan potensi dengan memberikan dukungan agar wirausahanya dapat lebih berkembang seperti etnis Cina.

2. Bagi Masyarakat

Masyarakat atau pedagang lokal diharapkan dapat lebih mengembangkan strategi dalam berwirausaha seperti melakukan inovasi dan kreasi serta semangat berwirausaha seperti yang dilakukan oleh pedagang etnis Cina dalam berwirausaha.

3. Bagi Peneliti

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mencari temuan baru dan mengembangkan penelitian ini dengan cara mencari sumber dan referensi yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- La Ode, tiga muka etnis cina-Indonesia, Bigraf Publishing, Yogyakarta 1997, hal 38
- Dwi Suhartini, Jefta Arghian Renata, "Pengelolaan Keuangan Keluarga Pedagang Etnis Cina", *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, Vol.7 No.2 (2007), hal 77
- Fitri Amalia, Kuncoro Bayu Prasetyo, "Etos Budaya Kerja Pedagang Etnis Tionghoa Di Pasar Semawis Semarang", *Jurnal Sosiologi Antropologi*, (2015), Hlm 15
- Liang Liji, *Dari Relasi Upeti ke Mitra Strategi 2000 Tahun Perjalanan Hubungan Tiongkok – Indonesia*, Jakarta, Buku Kompas, 2012, hlm 106
- Willem G.J. Remmelink, *Sejarah Cina Ikhtisar Sejarah dan Kebudayaan Cina dari Zaman Prasejarah Sampai Masa Kini*, hlm. 65
- Amen Budiman, *Semarang Riwayatmu Dulu*, Semarang, Tanjung sari, 1978, hlm. 9
- Kong Yuanzhi, *Cheng Ho Musling Tinghoa Misteri Perjalanan Muhibah di Nusantara*, *Pustaka Obor Indonesia*, 2013, Jakarta, hlm. 3
- Badan Pusat Statistik (BPS), 2011
- La ode, Tiga Muka Etnis Cina-Indonesia, Bigraf Publishing, Yogyakarta, 1997, hlm. 38
- Sevi Azkia Syafak, "Perbedaan Karakteristik Wirausaha Etnis Cina Dengan Wirausaha Pribumi Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Pasar Kecamatan Symer Rejo Kabupaten Tanggamus)" Lampung, (2017), Hlm 5
- Sevi Azkia Syafak, "Perbedaan Karakteristik Wirausaha Etnis Cina Dengan Wirausaha Pribumi Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Pasar Kecamatan Symer Rejo Kabupaten Tanggamus)" Lampung, (2017).
- Moh Syakur and Muhammad Faiq, "Reaktualisasi Khasanah Kewirausahaan Perspektif Tionghoa Muslim," *Jurnal PROGRESS: Wahana Kreativitas dan Intelektualitas* 8, no. 2 (2020).
- Okki Sutanto and Nani Nurrachman, "Makna Kewirausahaan Pada Etnis Jawa, Minang, Dan Tionghoa: Sebuah Studi Representasi Sosial," *Jurnal Psikologi Ulayat* 5, no. 1 (2018): 86.
- Busman, "Analisis Gaya Manajerial Etnis Tionghoa Dalam Pengembangan Usaha Penjualan Suku Cadang Sepeda Motor (Studi Kasus Toko Suku Cadang Sepeda Motor Jalan Veteran Selatan Kota Makassar)" (2019): 28, <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/15437>.
- Jennifer Christina Dialim et al., "Journal of UKMC National Seminar on Accounting Proceeding Strategi Dagang Antara Pedagang Etnis Tionghoa Dengan Pedagang Pribumi Di Kota Palembang" 2, no. 1 (2023): 338–347.
- ini Nur Rohmah, Joko Widodo, and Sutrisno Djaja, "Perilaku Wirausaha Pedagang Etnis Cina Di Jalan Samanhudi Kabupaten Jember," *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial* 11, no. 1 (2017): 8
- rakib muhammad Fadhil ardhio, syam agus, "Sikap Kewirausahaan, Etnis Tionghoa Dan Etnis Pribumi." (2019): 9 halaman.
- Etos Kerja and Perspektif Islam, "Etika Bisnis Komunitas Tionghoa," no. 9 (n.d.): 57–73.
- Meida Rachmawati and Ignatius Hari Santoso, "Etnis Tionghoa Dan Jawa: Cara Pandang Mereka Dalam Mempersiapkan Suksesor Bisnis Keluarga," *Jurnal Manajemen* 16, no. 2 (2020): 180–192.
- Albi Anggito & Johan Setiawan, "Metode Penelitian Kualitatif", Sukabumi, Jejak Publisher, 2018, Hal 7

- Fairus, “*Analisis Pengendalian Internal Atas Sistem dan Prosedur Pengajian dalam Usaha Mendukung Efisiensi Biaya Tenaga Kerja Pada PT Pancaran Samudera Transport*”, Jakarta [Skripsi, STEI Jakarta], Repository STEI Indonesia (STEI) Jakarta, 2020
- Made Wirartha, “Metode Penelitian Sosial Ekonomi”, (Yogyakarta :ANDI, 2006) Hal 155
- Hamidi, “Metode Penelitian Kualitatif”, Universitas Muhammadiyah Malang, Malang,(2004), Hal 72
- Ayuf Mufakhidin, “BIMBINGAN ROHANI ISLAM MELALUI METODE QUR ’ ANIC HEALING DALAM MEMBENTUK KETENANGAN JIWA PASIEN GAGAL GINJAL DI RSI SULTAN AGUNG SEMARANG” (2023), hal 18.
- Andarusni Alfansyur and Mariyani, “Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial,” *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah* 5, no. 2 (2020): Hlm 147.
- Irmayani,”ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO BUKU GRAMEDIA KOTA MATARAM”, skripsi KONSENTRASI ENTREPRENEUR PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM, 2020, Hal 1-41, <http://clik.dva.gov.au/rehabilitation-library/1-introduction-rehabilitation>
<http://www.scrip.org/journal/doi.aspx?DOI=10.4236/as.2017.81005>
<http://www.scrip.org/journal/Paperdownload.aspx?DOI=10.4236/as.2012.34066>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.pbi.2013.02.0>.
- Nathanael sitanggang dkk, Manajemen Kewirausahaan Furnitur (Yogyakarta : CV BUDI UTAMA : 2019) , hal 1
- Dr. Yayat Suharyat, M.Pd.,”Hubungan Antara Sikap, Minat dan Perilaku Manusia”, *Jurnal Region*, Vol. I, No. 3 (2009).
- Ni Luh Putu Eka Yudi Prastiwi, Luh Kartika Ningsih, and Ketut Suardika, “Pola Pikir Dan Perilaku Kewirausahaan Umkm Di Buleleng, Bali,” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 4, no. 1 (2019): 61.
- Dian Mega Maharani,”Perilaku Kewirausahaan Pedagang Etnis Cina dan Etnis Jawa di Pasar Yaik Permai Semarang”, {Semarang : Universitas Negeri Semarang, 2013), hal 21 - 23
- Fikri Maulana, “Pendidikan Kewirausahaan dalam Islam”, *Jurnal Pendidikan Islam*, vol2 no. 1 (2019):hal 39-40
- Rahayu Puji Suci, “Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis (Studi Pada Industry Kecil Menengah Bordir di Jawa Timur)”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol 2, No 1 (2009) : hal 50
- Budi Rustandi dkk, Kewirausahaan dan Bisnis, (Bali: CV. Intelektual Manifes Media:2023), hal. 29-36
- Diakses dari <https://dataindonesia.id> pada 13 Desember 2023
- Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/02/ini-daftar-akuisisi-google-dengan-nilai-terbesar> pada 13 desember 2023
- Diakses dari https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_pengambilan_alih_oleh_Google pada 13 desember 2023
- Diakses dari https://id.wikipedia.org/wiki/The_Walt_Disney_Company pada 13 desember 2023
- Diakses dari <https://jalantikus.com/tips/7-perusahaan-diakuisisi-disney/> pada 13 desember 2023
- Diakses dari <https://stekom.ac.id/berita/perbedaan-star-up-business-dan-perusahaan-konvensional> pada 13 Desember 2023
- Proses penilaian atau penentuan nilai suatu perusahaan atau bisnis

- Diakses dari <https://indonesiabaik.id/infografis/kenali-perbedaan-startup-unicorn-decacorn-dan-hectocorn#:~:text=Dalam%20startup%20ada%20yang,merupakan%20tingkatan%20start up%20paling%20rendah>. Pada 13 Desember 2023
- Diakses dari https://infokomputer.grid.id/read/122763644/wow-nilai-valuasi-facebook-tembus-rp14484-triliun#google_vignette pada 13 desember 2023
- Diakses dari <https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/bisnis/bisnis-franchise-kenali-pengertian-dan-keuntungannya> pada 13 desember 2023
- R. Sigit Krisbintoro dan Robi Cahyafi Kurniawan, “Etnis dan Perempuan Aras Lokal”, Jurnal analisis sosial dan politik, Vol 2, No 1 (2018) : hal 2-3
- Syauqany, “Pengaruh Perbedaan Agama dan Etnis Dalam Pelaksanaan Pekerjaan Sosial”, Jurnal Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Sosial Keagamaan, Vol 19, No 02, (2019) : hal 219-220
- Dita Kafaabillah, Nama Marga Sebagai Identitas Budaya Masyarakat Etnis Arab, Jurnal Litera, Vol 17, No 2, (2018) : Hal 176
- Okki Sutanto & Nani Nurrachman, Makna Kewirausahaan Pada Etnis Jawa, Minang, dan Tionghoa : Sebuah Studi Representasi Sosial, Jurnal Psikologi Ulayat, Vol.5, No.1 (2018) : Hal 92
- Irwanti Said, Hubungan Etnis Cina dengan Pribumi (Sebuah Tinjauan Sosiologia), Jurnal Mimbar Kesejahteraan Sosial, Vol ,No ,(2019) : Hal 3
- Arif Wicaksana, “Pengaruh Lokasi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Hoax Cuihh Bandung,” <https://medium.com/> (2019): 17–52, <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.
- Kundharu Saddono, “Bahasa Etnik Madura Di Lingkungan Sosial: Kajian Sosiolinguistik Di Kota Surakarta,” *Kajian Linguistik dan Sastra* 18, no. 1 (2015): 1–15.
- Drs. H. Muh. Syamsudin, M. Si.,”History Of Madura : Sejarah, Budaya, dan Ajaran Luhur Masyarakat Madura”, (Yogyakarta: Araska, 2019), Hlm. 6-7
- Yohanes Rante, ”Pengaruh Budaya Rtnis dan Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Agribisnis di Provinsi Papua”, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.12, No.2 (2010), hlm.140
- Anik Sumardhi and Nur Laily, “Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Etnis Cina Dan Jawa,” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* (2018): 1–16.
- Diakses dari https://id.wikipedia.org/wiki/Orang_Tionghoa_Indonesia#:~:text=Perkiraan%20kasar%20yang%20dipercaya%20mengenai,Indonesia%20mencapai%207.310.000%20jiwa. Pada 11 desember 2023
- Diakses dari <https://data.goodstats.id/statistic/adelandilaa/suku-dengan-populasi-terbanyak-di-indonesia-AJmNV#:~:text=Suku%20Jawa%20menjadi%20suku%20bangsa,Jawa%20Timur%2C%20dan%20DI%20Yogyakarta>. Pada 11 desember 2023
- Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20230103135438-33-402414/kenapa-keturunan-tionghoa-banyak-yang-jadi-pengusaha-sukses> pada 12 desember 2023
- Elfa Yuliana, “Kewirausahaan Dalam Perspektif Islam”, Vol.15, No.2, (2017), Hal 32-33
- Kamaludin, “Kewirausahaan Dalam Pandangan Islam”, (2019), Hal 303-304
- Aprijon, M.Ed, “Kewirausahaan dan Pandangan Islam”, Jurnal Menara, Vol. 12, No. 1 (2013), Hal 11
- Mufti Afif, Lc., MA., “Kewirausahaan Ditinjau Dari Perspektif Islam”, Jurnal Rasail, Vol III, No. 1 (2016), Hal 55-56
- Heriyansyah, “Perjalanan Bisnis Nabi Muhammad S.A.W.”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Juhanis, “Filosofi Wirausaha Nabi Muhammad SAW”, Jurnal Sulesana, Vol. 8, No 1 (2013), Hal 41

- Agus Setiawan, “Model Layanan Informasi Karir Berbasis Sifat Rasulullah Untuk Menumbuhkan Kesiapan Berwirausaha,” *Jurnal Penelitian Tindakan Bimbingan dan Konseling* 1, no. 2 (2015): 1–6.
- Hanifiyah Yuliyatul Hijriah, “Spiritualitas Islam Dalam Kewirausahaan,” *Tsaqafah* 12, no. 1 (2016): 187–208, <https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/tsaqafah/article/view/374/367>.
- Diakses dari <https://quran.nu.or.id/az-zumar/33> pada 17 Desember 2023
- Hamzah, “Nilai-Nilai Spiritual Entrepreneurship (Kewirausahaan) Dalam Perspektif Ekonomi Islam <https://stai-binamadani.e-journal.id/Syarie>” 4, no. 1 (2021): 43–53.
- Diakses dari <https://www.merdeka.com/quran/al-anfal/ayat-27> pada 14 Desember 2023
- Astrid Manzani, Zulhendry, and Diena Fadhilah, “Pengaruh Penerapan Sifat Shiddiq, Amanah, Fathanah Dan Tabligh Terhadap Keberhasilan Usaha Online Shop,” *Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal* 2, no. 1 (2021): 13–23.
- Nicholas Bloom and John Van Reenen, “~~濟無~~No Title No Title No Title,” *NBER Working Papers* (2013): 89, <http://www.nber.org/papers/w16019>.
- Diakses dari <https://www.merdeka.com/quran/al-maidah/ayat-67> pada 14 Desember 2023
- Sutikno Sutikno, “Islam Dalam Globalisasi,” *Madinah: Jurnal Studi Islam* 9, no. 2 (2022): 298–311.
- Bloom and Reenen, “~~濟無~~No Title No Title No Title.”
- Mada Sutapa, *KEBIJAKAN PENDIDIKAN DALAM PERSPEKTIF KEBIJAKAN PUBLIK*, n.d.
- Diakses dari <https://quran.nu.or.id/al-anbiya/7> pada 17 Desember 2023
- Thea Fathanah Arbar, “Daftar 5 Pengusaha Muslim Terkaya Sejangat, Ada Satu di RI”, *CNBC Indonesia*, 6 Agustus, 2022, <https://www.cnbcindonesia.com/market/20220806071707-17-361582/daftar-5-pengusaha-muslim-terkaya-sejangat-ada-satu-di-ri>
- Di akses dari https://id.wikipedia.org/wiki/Aliko_Dangote ,”Aliko Dangote”, Wikipedia, pada November (2023)
- Di akses dari https://id.wikipedia.org/wiki/Azim_Premji pada November (2023)
- Defa Al Fadli, “Deretan Pengusaha Muslim Terkaya di Indonesia, Ada Yang Punya Harta Rp97,9 Triliun”, *okezone*, Rabu 5 April 2023, <https://economy.okezone.com/read/2023/04/05/455/2793558/deretan-pengusaha-muslim-terkaya-di-indonesia-ada-yang-punya-harta-rp87-9-triliun?page=2>
- Di akses dari https://id.wikipedia.org/wiki/Chairul_Tanjung pada November (2023)
- Angka Angkagrafis,”Lima Pengusaha Tionghoa Kini Berstatus Mualaf”, 31 Januari 2022, *Angkaberita.id*, <https://angkaberita.id/2022/01/31/lima-pengusaha-tionghoa-kini-berstatus-mualaf/>
- Th. Dwiati Wismarini & Dewi Handayani Untari Ningsih,”Analisis Sistem Drainase Kota Semarang Berbasis Sistem Informasi Geografi dalam Membantu Pengambilan Keputusan bagi Penanganan Banjir”, *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, Vol XV, No 1 (2010), Hal 44
- Di akses dari <https://semarangkota.bps.go.id/statictable/2015/04/23/3/letak-geografis-kota-semarang.html> , pada November 2023
- Arga Satria Arsandi, Dimas Wahyu R, Ismiyati, & Ferry Hermawan, “DAMPAK PERTUMBUHAN PENDUDUK TERHADAP INFRASTRUKTUR DI KOTA SEMARANG”, *Jurnal Karya Teknik Sipil*, Vol. 6, No. 4 (2017), Hal 2
- Peta Batas Administrasi Kota Semarang, [Penataanruangjateng.info, https://petalengkap.blogspot.com/2015/05/peta-batas-administrasi-kota-semarang.html](https://petalengkap.blogspot.com/2015/05/peta-batas-administrasi-kota-semarang.html)
- Dini Daniswari, (2022) “Pecinan Semarang: Sejarah, Bangunan Khas, dan Pasae Semawis”, *Kompas.com/regional*, diakses dari <https://regional.kompas.com/read/2022/10/11/162628878/pecinan-semarang-sejarah-bangunan-khas-dan-pasar-semawis?page=all> , November 2023
- Diakses dari <https://kecsmgengah.semarangkota.go.id/kelurahan-kranggan> november 2023

- Tentang Kawasan Pecinan Semarang”, Kompasiana,(2014), diakses pada <https://www.kompasiana.com/waroengsemawis/54f67fb4a333116a018b4cd1/tentang-kawasan-pecinan-semarang> november 2023
- Putri Citra Hati, “Integrasi sosial Etnis Muslim Tionghoa dan Muslim Jawa”, Analisis Dakwah Lintas Budaya Masyarakat Pecinan Semarang (Tesis UIN Walisongo Semarang), 2018, Hlm. 56.
- Siti Aisyah, “Peran Tokoh Agama Dalam Membina Kerukunan Antar Umat Beragama di Kawasan Pecinan Kota Semarang : skripsi Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang”, 2014, Hlm. 61
- Diakses dari <https://kranggan.semarangkota.go.id/en/peta-map> november 2023
- Diakses dari <https://kranggan.semarangkota.go.id/en/geografisdanpenduduk> november 2023
- Diakses dari <http://semarangkota.com/03/kawasan-pecinan-semarang/> November 2023
- Titiek Suliyati,”MELACAK SEJARAH PECINAN SEMARANG MELALUI TOPONIM”, Hal 1-2 <http://eprints.undip.ac.id/34059/>
- Diakses dari <https://bersukaria.com/2021/03/16/sejarah-dibalik-perubahan-wajah-pecinan-semarang/>
- Diakses dari <https://jejakkolonial.blogspot.com/2017/10/yang-tersisa-dari-masa-lampau-pecinan.html> november 2023
- Diakses dari <https://kisahklasikduniaku.blogspot.com/2017/02/jelajah-pecinan-semarang.html> november 2023
- Diakses dari <https://www.industry.co.id/read/25580/rayakan-imlek-ini-serangkaian-kegiatan-seru-di-pasar-semawis-semarang>
- Fitri Amalia & Kuncoro Bayu Prasetyo, “ETOS BUDAYA KERJA PEDAGANG ETNIS TIONGHOA DI PASAR SEMAWIS SEMARANG”, Jurnal Solidarity, (2015), Hal 2
- Tiara Rizky Debby, “TRANSFORMASI SOSIO-SPASIAL KAWASAN PECINAN KOTA SEMARANG”, Semarang, (2019), Hal 112
- Diakses dari <https://kecsmgengah.semarangkota.go.id/kondisi-geografis-daerah> pada November 2023
- Dialim et al., “Journal of UKMC National Seminar on Accounting Proceeding Strategi Dagang Antara Pedagang Etnis Tionghoa Dengan Pedagang Pribumi Di Kota Palembang.”
- Maulida, “Strategi Perdagangan Etnis Cina Di Langsa” (2022). Widya Sari Dewi, “Aktivitas Perdagangan Etnis Tionghoa DI Pontianak Tahun 1819-1942,” *Prodi Ilmu Sejarah* 4, no. 3 (2019): 354–368.
- Diakses dari <https://www.investopedia-com.translate.goog/terms/t/trading-strategy.asp? x tr sl=en& x tr tl=id& x tr hl=id& x tr pto=tc> ,oleh Adam Hayes, Pada 8 Desember 2023
- Rustono Thomas Christian, “Akulturasi Budaya Dalam Pilihan Bahasa Pedagang Etnis Tionghoa Pada Ranah Perdagangan Di Kota Salatiga,” *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* SELOKA 5 (, no. SOSIOLINGUISTICS (2016): 39–47, <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/seloka>.
- Sutanto and Nurrachman, “Makna Kewirausahaan Pada Etnis Jawa, Minang, Dan Tionghoa: Sebuah Studi Representasi Sosial.”

LAMPIRAN

SURAT IZIN PENELITIAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
website : febi. Walisongo.ac.id – Email febi @ walisongo.ac.id

Nomor : 4177/Un.10.5/D1/PG.00.00/11/2023
Sifat : Biasa
Lamp. : -
Hal : Permohonan Ijin Riset / Penelitian

23 November 2023

Yth :
Kepala 2CGF+2X4, Kauman.Semarang
di Tempat.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan ini kami memohon kesediaan Bapak / Ibu memberikan izin riset kepada :

Nama : NANDA FIRMANSYAH
Nim : 1905026128
Semester : IX
Jurusan / Prodi : S1 EKONOMI ISLAM
Alamat : jln. P. Sudirman no 384 rt/rw : 01/04 kec. Tayu kab. Pati.
Tujuan Penelitian : Mencari data untuk penyusunan Skripsi.
Judul Skripsi : STRATEGI KEBERHASILAN ETNIS CINA DALAM BERWIRAUUSAHA DIBANDINGKAN DENGAN ETNIS JAWA MENURUT PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM.
Waktu Penelitian : 23 November 2023
Lokasi Penelitian : 2CGF+2X4, Kauman, Kec. Semarang Tengah, Kota Semarang, Jawa Ten

Demikian surat permohonan riset, dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Lembaga,

DR. FATONI H

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Daftar pertanyaan wawancara ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian yang berjudul “Strategi Keberhasilan Etnis Cina Dalam Berwirausaha Dibandingkan Dengan Etnis Jawa Menurut Perspektif Ekonomi Islam”. Berikut daftar pertanyaan wawancara untuk menjawab rumusan masalah.

Daftar pertanyaan:

1. Usaha saudara bergerak dibidang apa?
2. Mengapa anda memilih bidang usaha tersebut?
3. Sejak kapan anda memulai usaha tersebut?
4. Apa yang melatarbelakangi untuk memulai usaha tersebut?
5. Apa yang memotivasi anda untuk tetap mengembangkan usaha ini?
6. Apakah anda merintis usaha ini secara individual atau dengan partner?
7. Seiring dengan berkembangnya zaman, apakah anda ikut melakukan pengembangan terhadap wirausaha anda? Jika iya, pengembangan apa yang telah anda lakukan.
8. Apakah omset anda berkembang sejak awal usaha? Jika iya bagaimana cara anda menaikkan omset tersebut atau menstabilkan omset tersebut?
9. Apa hambatan dan tantangan terbesar selama anda berwirausaha? Dan bagaimana cara mengatasinya?
10. Strategi apa yang anda lakukan untuk dapat terus mengembangkan usaha anda agar bisa bersaing dengan wirausahawan lain?
11. Apa keberhasilan terbesar anda yang telah anda raih dalam berwirausaha ini?
12. Apa faktor internal & eksternal dalam keberhasilan wirausaha anda? Jika ada, bisa untuk disebutkan faktor-faktornya?
13. Apakah nilai-nilai religious berpengaruh besar dalam perjalanan berwirausaha anda?
14. Apakah saudara mengikuti budaya jawa selama berdagang? Kalo iya, budaya seperti apa yang saudara lakukan selama berdagang?
15. Apakah saudara mengikuti budaya Chinese selama berdagang? Kalo iya, budaya seperti apa yang saudara lakukan selama berdagang?
16. Apa dampak atau pengaruh setelah melakukan hal tersebut?

17. Dalam melakukan serangkaian budaya sangat membutuhkan biaya, apakah mempengaruhi omset usaha?
18. Setiap usaha pasti mempunyai pelanggan yang datang dan pergi, lalu bagaimana menyakinkan pelanggan untuk tetap menjadi pelanggan tetap disini?
19. 8 dari 10 orang terkaya di Indonesia berasal dari Chinese, kalo boleh tau apakah ada acara tertentu orang Chinese dalam berwirausaha?
20. Untuk berdagang apakah kita harus kaya? Apa alasannya?

TRANSKIP WAWANCARA

1. Nama Toko : Textile Neo Kranggan

Nama Pemilik : Cik Indi

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Usaha anda bergerak dibidang apa?	<i>“bergerak di bidang textile mas, jualan kain.”</i>
2.	Mengapa saudara memilih bidang usaha tersebut?	<i>“awal mulanya dulu karna ada peluang ya mas, saya mikirnya kan kain itu sebagai kebutuhan pokok kan mas. Setiap orang membutuhkan pakaian. Jadi awal mula dulu buka usaha textile seperti itu mas.”</i>
3.	Apa yang memotivasi saudara untuk tetap mengembangkan usaha ini?	<i>“ya karena biar punya uang mas, mungkin selain itu ya untuk keluarga mas, untuk anak-anak. Untuk orang lain juga. Dengan punya usaha to kita butuh karyawan, lha mereka butuh pekerjaan. Jadi, ya sama sama menguntungkan mas.”</i>
4.	Seiring dengan berkembangnya zaman, apakah anda ikut melakukan pengembangan terhadap wirausaha anda? Jika iya, pengembangan apa yang telah anda lakukan?	<i>“Mungkin untuk sekarang masih transisi dari masa covid ke masa setelah covid mas. Untuk pengembangan mungkin akan ke online shop mas, tapi itu masih rencana. Karna untuk sekarang kita masih memakai sistem offline semi online. Online nya itupun hanya konsultasi pembelian atau pelayanan saja bisa online – offline. Kalo selain itu masih offline semua.”</i>
5.	Apa hambatan dan tantangan terbesar selama berwirausaha? Dan bagaimana anda mengatasinya?	<i>“Hambatan, kalo hambatan mungkin seperti ada suatu kejadian yang tak terduga, seperti covid 19 kemarin mas. Kalo tantangan sih kayak mungkin adanya perang harga mas. Kurang lebih seperti itu.”</i>
6.	Strategi apa yang anda	<i>“saya suka akan kenyamanan mas, jadi mungkin</i>

	lakukan untuk dapat terus mengembangkan usaha anda agar bisa bersaing dengan wirausaha lain?	<i>dengan adanya perang harga seperti ini. Ada satu hal yang menurut saya bisa diandelin ya memberikan kenyamanan kepada konsumen atau pelanggan itu, kalo konsumen merasakan nyaman dalam membeli dan merasa puas suatu saat akan repeat order lagi mas.”</i>
7.	Apakah nilai-nilai religious berpengaruh besar dalam perjalanan saudara berdagang?	<i>“ wah nilai-nilai religious itu penting juga mas, jadi ya harus seimbang. Kerja keras ok, ibadah juga oke. Ya minimal berdoa mas.”</i>
8.	Apa keberhasilan terbesar yang telah anda raih dalam berwirausaha?	<i>“Mungkin punya 5 cabang toko textile di beberapa kota sih mas, karena itu suatu pencapaian yang luar biasa sih..”</i>
9.	Apakah saudara mengikuti budaya Chinese selama berdagang?	<i>“kalo budaya ya paling sekedar hari raya imlek aja, selain itu sepertinya gak ada deh, ya selain itu kerja mas.”</i>
10	Apa dampak atau pengaruh setelah melakukan hal tersebut?	<i>“Kalo saya rasakan ya biasa saja si mas, kayak normalnya ibadah aja, sama mungkin ada rasa senang juga karna masih bisa merasakannya.”</i>
11.	Setiap berjualan kan mempunyai pelanggan yang datang dan pergi, lalu bagaimana menyakinkan pelanggan untuk tetap menjadi pelanggan tetap disini.	<i>“Ya seperti yang saya bilang tadi mas, kita kasih pelayanan yang terbaik, memberikan kenyamanan dalam belanja, dan yang penting juga mas, saya berjualan ya jujur, apa adanya harus disampaikan sesuai keadaan kalua tidak seperti itu ya nanti pembelinya lari. Karna itu termasuk integritas bagi penjual untuk konsumen. Karena jualan itu ada etikanya, tidak tinggal jualan saja.”</i>
12.	8 dari 10 orang terkaya di Indonesia berasal dari Chinese, kalo boleh tau apakah ada cara tertentu orang Chinese	<i>“Kalo saya ya mas, mungkin kerja keras tanpa kenal lelah mas. Sama harus konsisten, jadi kalo berwirausaha ya berwirausaha hatinya. Jangan setengah setengah. Sama berani mengambil resiko dan juga kan banyak usaha dari Chinese kan turunan</i>

	dalam berwirausaha?	<i>mas, jadi mungkin itu salah satu cara, karna dengan meneruskan tidak mulai lagi kembali dari nol.”</i>
13.	Dengan berdagang apakah kita harus kaya?	<i>“Kalo jadi kaya semua pasti mau kan ya, Cuma kalo harus kaya , ya harus tapi kan nggak gampang mas untuk mejadi kaya to. Makanya harus berusaha mas.”</i>

2. Nama Toko : Textile PB. Bintang Jaya

Nama Pemilik : Koh Gunawan

No	Penulis	Narasumber
1.	Usaha anda bergerak di bidang apa?	<i>“textile mas”</i>
2.	Mengapa anda memilih bidang usaha tersebut?	<i>“meneruskan usaha dari orang tua, dan kenapa memilih ini, ya karna yang diteruskan usahanya textile mas.”</i>
3.	Sejak kapan anda meneruskan usaha textile ini?	<i>“sekitar 10 tahun an mas”</i>
4.	Apa yang melatarbelakangi untuk memulai usaha tersebut?	<i>“ya yang melatarbelakangi karna saya penerus usaha keluarga, dan keluarga punyanya usaha ini.”</i>
5.	Apa yang memotivasi anda untuk tetap mengembangkan usaha ini?	<i>“motivasi saya yak arna penerus usaha orang tua mas.”</i>
6.	Seiring dengan berkembangnya zaman, apakah anda ikut melakukan pengembangan terhadap wirausaha	<i>“kalo melakukan perkembangan atau perubahan dari offline ke online belum mas, soalnya masih full offline.”</i>

	anda?	
7.	Apakah omset anda berkembang sejak awal usaha? Jika iya bagaimana cara anda menaikkan omset tersebut atau menstabilkannya?	<i>“Kalo berkembang omsetnya sebelum covid mas, setelah covid omsetnya turun drastic banget mas. Bahkan untuk sekarang masih struggle untuk menaikkan omsetnya.”</i>
8.	Apa hambatan dan tantangan terbesar selama anda menjalani usaha textile ini, dan bagaimana anda mengatasinya?	<i>“kalo hambatan atau tantangan pasti ada ya mas, semua usaha juga pasti ada hambatan dan tantangannya, kalo yang saya rasain paling agak macet pembayaran cicilan macet, jadi kal macet Ketika waktunya pembayaran cicilan kain bisa jadi berantakan planning mas, selain itu mungkin hambatan atau tantangan ya kayak kemarin pas covid 19 mas. Mungkin kalo cicilan cara saya ya minta kepastian dan kalo mereka mau ambil cicilan kain lagi kita akan persulit karna track recordnya buruk. Untuk covid masih susah mas, sekarang aja masih struggle.”</i>
9.	Strategi apa yang anda lakukan untuk dapat terus mengembangkan usaha anda agar bisa bersaing dengan wirausaha lain?	<i>“memberikan barang dengan kualitas yang bagus, karna kalo kita perang harga gak ada selesainya mas. Dan bisa – bisa dengan perang harga keuntungan juga kecil dan juga nggak sehat atas kompetisi itu sendiri.”</i>
10.	Apa keberhasilan terbesar anda yang telah anda raih dalam berwirausaha?	<i>“bisa bertahan sampe sekarang adalah suatu keberhasilan setelah melewati banyak hal.”</i>
11.	Apakah nilai-nilai religious berpengaruh besar dalam perjalanan berwirausaha anda?	<i>“menurut saya nggak ada sih.”</i>

12.	Apakah saudara mengikuti budaya Chinese selama berdagang?	<i>“nggak sih mas, paling ibadah biasa aja.”</i>
13.	Setiap usaha kan selalu mempunyai pelanggan yang datang dan pergi, lalu bagaimana menyakinkan pelanggan untuk tetap menjadi pelanggan tetap disini?	<i>“memberikan pelayanan yang terbaik mas, sehingga pelanggan itu merasa nyaman dan berakhir beli lagi.”</i>
14.	8 dari 10 orang terkaya di Indonesia berasal dari Chinese, kalo boleh tau apakah ada cara tertentu orang Chinese dalam berwirausaha?	<i>“kalo menurut saya nggak ada yang special mas, karna yang kaya kan bukan Chinese semua kecuali orang terkaya itu orang Chinese semua ya baru special mas, dengan adanya orang non Chinese berarti menandakan semua orang bisa kan mas. Buktinya mereka non Chinese bisa masuk 10 besar to. Kalo dari pandangan saya ya kerja keras itu harus mas dan juga harus konsisten.”</i>

3. Nama Toko : Lumpia Koh Hoo

Nama Pemilik : Bambang Hadianto (Koh Hoo)

No	Penulis	Narasumber
1.	Usaha anda bergerak di bidang apa?	<i>“bergerak di bidang kuliner yaitu lumpia.”</i>
2.	Mengapa anda memilih bidang usaha tersebut?	<i>“karena ini adalah usaha keluarga mas, jadi dari keturunan keluarga saya rata-rata usahanya lumpia, salah satunya lumpia mbak lien itu masih satu keluarga mas.”</i>
3.	Sejak kapan anda memulai usaha tersebut?	<i>“wah kalo sejak kapan ya udah lama mas, ini aja cabang baru kok mas.”</i>

4.	Apa yang melatarbelakangi untuk memulai usaha tersebut?	<i>“karna lumpia salah satu usaha keluarga juga.”</i>
5.	Apa yang memotivasi anda untuk tetap mengembangkan usaha ini?	<i>“motivasi saya yak arna saya suka kerja mas, mungkin selain itu juga karna dengan kita dagang orang bisa merasakan lumpia ini, iya kan mas.”</i>
6.	Apakah anda merintis usaha ini secara individual atau dengan partner?	<i>“secara individu mas Cuma kerjasama dengan keluarga.”</i>
7.	Seiring dengan berkembangnya zaman, apakah anda ikut melakukan perkembangan terhadap wirausaha?	<i>“kalo sekarang semua masih offline, belum ada onlinenya. Jadi orang yang mau beli ya kesini mas.”</i>
8.	Apakah omset anda berkembang sejak awal usaha? Jika iya bagaimana cara anda menaikkan omset tersebut atau menstabilkan omset tersebut?	<i>“kalo untuk omset bisa dikatakan stabil artinya kadang naik kadang turun. Mungkin untuk caranya dengan melakukan secara konsisten mas.”</i>
9.	Apa hambatan dan tantangan terbesar selama anda berwirausaha? Dan bagaimana anda mengatasinya?	<i>“kalo hambatan pasti ada to, namanya juga usaha kan mas. Tapi semua itu tergantung kita, gimna mengatasi sebuah hambatan tersebut mas. Mungkin tantangannya harga bahan pokok lumpia ini mahal dan susah dicari mas. Jadi harus nyari terus, kadang pemasok si a ada kadang nggak ada. cara mengatasinya ya perbanyak pemasok mas.”</i>
10.	Strategi apa yang anda	<i>“dengan selalu memberikan produk terbaik mas,</i>

	lakukan untuk dapat terus mengembangkan usaha anda agar bisa bersaing dengan wirausaha lain?	<i>menjaga kualitas produk dan konsisten untuk tetap buka mas. Saya tutup itu dalam setahun hanya 3-5 hari lho mas , dan itu liburnya hanya pas hari raya idul fitri aja, selain itu tetap buka terus mas, bahkan covid kemarin saya buka lho mas walaupun namanya semi buka atau hanya buka bebrapa pintu aja, tapi tetap buka.”</i>
11.	Apa keberhasilan terbesar anda yang telah anda raih dalam berwirausaha ini?	<i>“bisa mempunyai 3 cabang dan bisa memberikan kesempatan orang – orang untuk menikmati lumpia.”</i>
12.	Apakah nilai-nilai religious berpengaruh besar dalam perjalanan berwirausaha anda?	<i>“kalo berpengaruh ya ada, pengaruhnya buat saya ya semakin semangat untuk jualan mas.”</i>
13	Apakah saudara mengikuti budaya Chinese selama berdagang?	<i>“mengikuti sekedar mengikuti saja mas, kayak pas hari raya Cina dll.”</i>
14	Apa dampak atau pengaruh setelah melakukan hal tersebut?	<i>“seneng aja sih mas, ya normal aja.”</i>
15	8 dari 10 orang terkaya di Indonesia berasal dari Chinese, kalo boleh tahu apakah ad acara tertentu orang Chinese dalam berwirausaha?	<i>“kerja keras, pantang menyerah, berani mengambil resiko, siap berkorban dan rajakan dan ratukan orang tua. Coba kamu iat dari orang terkaya itu apakah mereka tidak berbakti sam aorang tua. Pasti berbakti kan. Lha salah satu faktornya itu mas. Semangat terus, ojo loyo. Orang baru buka usaha 1 bulan terus sepi pembei terus tutup, lholho itu yang bikin gaga, bikin gak maju maju. Makanya jualan harus konsiten, konsisten kualitas dagangannya, pelayanannya, dan bukanya. Kamu perhatiin aja mas orang kaya sama orang yang nggak kaya itu gimana,</i>

		<i>pasti ada perbedaanny.”</i>
--	--	--------------------------------

4. Nama Toko : Soto Legend

Nama Pemiik : Pak Sukis

No	Penulis	Narasumber
1	Usaha anda bergerak di bidang apa?	<i>“makanan mas, jualan soto”</i>
2	Mengapa anda memilih bidang usaha tersebut?	<i>“ya karna ini warisan orang tua saya.”</i>
3	Sejak kapan anda memulai usaha ini?	<i>“kalo kapan mulai ya sudah lama mas, puluhan tahun yang lalu.”</i>
4	Apa yang melatarbelakangi untuk memuai usaha ini?	<i>“ya karna usaha dari orang tua dan saya meneruskan.”</i>
5	Apa yang memotivasi anda untuk mengembangkan usaha ini?	<i>“ya karna usaha dari orang tua dan saya yang meneruskannya.”</i>
6	Apakah anda merintis usaha ini secara individual atau dengan partner?	<i>“kan usaha dari orang tua ya berarti keluarga mas.”</i>
7	Seiring dengan berkembangnya zaman, apakah anda ikut melakukan pengembangan terhadap usaha anda?	<i>“pengembangan zaman nggak ada mas. Kalo mau makan soto saya ya harus datang kesini.”</i>
8	Apakah omset anda berkembang sejak awal usaha?	<i>“ya namanya usaha naik turun mas. Ya seenggaknya bisa memenuhi kebutuhan hidup mas.”</i>
9	Apa hambatan dan tantangan terbesar	<i>“paling sepi mas, covid juga.”</i>

	seama anda berwirausaha?	
10	Strategi apa yang anda lakukan untuk dapat terus mengembangkan usaha anda agar bisa bersaing dengan wirausaha lainnya?	<i>“nggak ada strategi-strategi khusus mas. Yang penting rasa soto enak. Paling gitu saja mas.”</i>
11	Apa keberhasilan terbesar anda yang telah anda raih dalam berwirausaha ini?	<i>“Bisa membuka cabang mas. Saya total berarti punya 2 soto.”</i>
12	Apa faktor-faktor internal & eksternal dalam keberhasilan wirausaha anda?	<i>“ya dijalani seperti biasanya aja mas. Kayak gini. Namanya juga jualan.”</i>
13	Apakah nilai-nilai reigios berpengaruh besar dalam perjalanan berwirausaha?	<i>“nggak.”</i>
14	Apakah saudara mengikuti budaya jawa selama berdagang?	<i>“ya paling yang sudah ada didaerah sini aja mas, kalo ada syukuran ya ikut, kalo ada apa ya ikut. Ya tinggal ikut kalo ada aja mas. Biar kayak yang lain.”</i>
15	Untuk berdagang apakah kita harus kaya?	<i>“ya seadanya aja mas ah, gak usah muluk – muluk.”</i>

5. Nama Toko : Toko Stiker dan Barang Antik

Nama Pemilik : Pak Toni

No	Penuis	Narasumber
1	Usaha anda bergerak dibidang apa?	<i>“Stiker dan toko antik”</i>
2	Mengapa anda memilih bidang usaha ini?	<i>“karna suka mengoleksi barang antik”</i>

3	Sejak kapan anda memulai usaha tersebut?	<i>"udah sekitar 5 tahun yang lalu"</i>
4	Apa yang melatarbelakangi untuk memulai usaha tersebut?	<i>"karna hobi mengoleksi barang antik"</i>
5	Apa yang memotivasi anda untuk mengembangkan usaha ini?	<i>"ya karna suka dengan barang antik."</i>
6	Strategi apa yang anda lakukan untuk dapat terus mengembangkan usaha anda agar bisa bersaing dengan wirausaha lain?	<i>"apa ya mas, ya seperti ini saja."</i>
7	Apakah nilai-nilai religious berpengaruh besar dalam perjalanan berwirausaha anda?	<i>"berpengaruh untuk ketenangan hati mungkin mas."</i>
8	Untuk berdagang apakah kita harus kaya?	<i>"nggak tau mas, saya sih ya gini aja."</i>

6. Nama Toko : Toko Kue Kering

Nama Pemilik : Ibu Ririn

No	Penulis	Narasumber
1	Usaha anda bergerak dibidang apa?	<i>"kue kering"</i>
2	Mengapa anda memilih bidang usaha tersebut?	<i>"karna melanjutkan usaha orang tua."</i>
3	Sejak kapa anda memulai usaha ini?	<i>"ya yang memulai orang tua saya mas."</i>

4	Apa yang melatarbelakangi untuk memulai usaha tersebut?	<i>“ya tidak ada, karna saya meneruskan mas.”</i>
5	Apa yang memotivasi anda	<i>“ya saya hanya sekedar meneruskan saja.”</i>
6	Seiring demgam berkembangnya zaman, apakah anda ikut melakukan pengembangan terhadap wirausaha anda?	<i>“tidak ada sih mas, sekedaranya saja.”</i>

DOKUMENTASI



Gambar 1.
Cik Indi , pemilik toko textile Neo Kranggan



Gambar 2.
Cik Indi, pemilik toko textile Neo Kranggan



Gambar 3.
Toko textile PD.Bintang Jaya



Gambar 4.
Situasi toko textile PD. Bintang Jaya dari luar



Gambar 5.
Pemilik toko textile PD. Bintang Jaya



Gambar 6.
Situasi dari luar toko textile Neo Kranggan



Gambar 7
Pemilik soto legend di semawis



Gambar 8
Pemilik toko antic dan stiker



Gambar 9
Pemilik toko antik dan stiker pecinan



Gambar 10
Pemilik toko kue kering dan manisan legend Pecinan



Gambar 11
Koh Hoo, pemilik lumpia legend Koh hoo



Gambar 12
Koh Hoo, pemilik lumpia Koh hoo



Gambar 13
Ibu Hani, pemilik toko alat tulis



Gambar14
Pak Bambang, Owner Foto Copy



Gambar 15
Pak Bambang, owner foto copy



Gambar 16
Pak Yono, pemilik toko gerabah pasar johar

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Nanda Firmansyah

Tempat, Tanggal Lahir : Pati, 24 Mei 2000

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Alamat : jln.P. Sdirman no 384 RT/RW: 01/04 Kec. Tayu Kab. Pati
(59155)

Email : nandafirman2405@gmail.com

Pendidikan Formal

1. SD/MI : SD N Tayu Kulon 02
2. SMP : Gontor
3. SMA : SMA Raudhatul Falah Gembong, Pati
4. Perguruan Tinggi : UIN Walisongo Semarang
 - a. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 - b. Jurusan : Eknomi Islam

Pengalaman Organisasi

1. KMPP (Keluarga Mahasiswa & Pelajar Pati)