

Annafi' Nurul 'Ilmi Azizah | Afifah Bery Damayanti | Alfi Nur Azizah | Afifah Nur Azmi
Amanah Qurota A'yun | Amar Al Hanif | Anas Ammar Mu'afa | Anggitia Fahmi | Ariva Bella
Aulia Munashihah | Ayub Badarudin | Devi Puspita Sari | Farhana Nur Azizah
Fadhilah Imtinan Daru Ekowati | Faiz Aminul Fikri | Hammam Muzhaffar Al Mubarak | Ismail
L. Jaka Wandira | Layli Nurul 'Aini | Makruf Muhammad Sholeh | Meyda Seryana Hutami
Muflih Said Abdurrahman | Muhammad Farkhulloh Basyar | Muhammad Ghazali Ahmad
Muhammad Khoiry Mubarak | Muhammad Nuruddin | Muhammad Rijal Dzaki | Nabila Nur Farida Chusnaeni
Nida'uswafiqah | Nida'ul Kholisoh | Nilna Ama Nina | Nurdiansyah | Pattika Reyhan Madani | Qoonitaatun Nisa'
Rafi' Irsyad Aldifa | Rifky Fadly Saputra | Rifqi Hazim Mu'afa | Rumaisya | Siti Aysah Ayu Putri | Siti Cholilah
Siti Nabila Jahro' | Wahyu Dwi Yulianti | Wahyuniasih | Yuti Trisnani



KEWIRAUSAHAAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM



Editor: Annafi' Nurul 'Ilmi Azizah, S.Pd., M.Pd.

KEWIRAUSAHAAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Annafi' Nurul 'Ilmi Azizah | Afiifah Bety Damayanti | Alfi Nur Azizah
Afifah Nur Azmii | Amanah Qurota A'yun | Amar Al Hanif
Anas Ammar Mu'afa | Anggitia Fahmi | Ariva Bella | Aulia Munashihah
Ayub Badarudin | Devi Puspita Sari | Farhana Nur Azizah
Fadhilah Imtinan Daru Ekowati | Faiz Aminul Fikri | Hammam Muzhaffar
Al Mubarak | Ismail | L. Jaka Wandira | Layli Nurul 'Aini
Makruf Muhammad Sholeh | Meyda Setyana Hutami
Muflih Said Abdurrahman | Muhammad Fatkhulloh Basyar
Muhammad Ghazali Ahmad | Muhammad Khoiry Mubarak
Muhammad Nuruddin | Muhammad Rijal Dzaki | Nabila Nur Farida
Chusnaeni | Nida'uswafiqah | Nida'ul Kholisoh | Nilna Ama Nina
Nurdiansyah | Pattika Reyhan Madani | Qoonitaatun Nisa'
Rafi' Irsyad Aldifa | Rifky Fadly Saputra | Rifqi Hazim Mu'afa | Rumaisya
Siti Aysah Ayu Putri | Siti Cholilah | Siti Nabila Jahro'
Wahyu Dwi Yulianti | Wahyuniasih | Yuti Trisnani



TAHTA MEDIA GROUP

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

KEWIRAUSAHAAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Penulis:

Annafi' Nurul 'Ilmi Azizah | Afiifah Bety Damayanti | Alfi Nur Azizah Afifah Nur Azmii
Amanah Qurota A'yun | Amar Al Hanif | Anas Ammar Mu'afa | Anggitia Fahmi | Ariva Bella
Aulia Munashihah | Ayub Badarudin | Devi Puspita Sari | Farhana Nur Azizah
Fadhilah Imtinan Daru Ekowati | Faiz Aminul Fikri | Hammam Muzhaffar Al Mubarak | Ismail
L. Jaka Wandira | Layli Nurul 'Aini | Makruf Muhammad Sholeh | Meyda Setyana Hutami
Muflih Said Abdurrahman | Muhammad Fatkhulloh Basyar | Muhammad Ghazali Ahmad
Muhammad Khoiry Mubarak Muhammad Nuruddien | Muhammad Rijal Dzaki | Nabila Nur
Farida Chusnaeni | Nida'uswafiqah | Nida'ul Kholisoh | Nilna Ama Nina Nurdiansyah
Pattika Reyhan Madani | Qoonitaatun Nisa' | Rafi' Irsyad Aldifa | Rifky Fadly Saputra
Rifqi Hazim Mu'afa | Rumaisya Siti Aysah Ayu Putri | Siti Cholilah | Siti Nabila Jahro'
Wahyu Dwi Yulianti | Wahyuniasih | Yuti Trisnani

Desain Cover:

Tahta Media

Editor:

Annafi' Nurul 'Ilmi Azizah, M.Pd.

Proofreader:

Tahta Media

Ukuran:

v, 129, Uk: 15,5 x 23 cm

QRCBN: 62-415-4158-860

Cetakan Pertama:

Juli 2024

Hak Cipta 2024, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2024 by Tahta Media Group

All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP

(Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP)

Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan buku yang berjudul “Kewirausahaan dalam Perspektif Islam” dengan baik. Dengan merujuk pada ajaran Al-Qur'an dan Hadis, buku ini menekankan bahwa keberhasilan sejati dalam bisnis tidak hanya diukur dari keuntungan materi, tetapi juga dari manfaat dan kontribusi positif bagi masyarakat.

Buku “Kewirausahaan dalam Perspektif Islam” ini akan memberikan pengetahuan dan wawasan seputar bisnis yang dijalankan sesuai dengan nilai-nilai Islam terdiri dari 11 bab, yaitu Pengertian dan Ruang Lingkup Kewirausahaan, Cara Merintis Usaha Baru Dengan Merintis Usaha Baru Sejak Awal, Membeli Perusahaan Yang Sudah Ada (*Take Over*) Melalui UMKM, Cara Merintis Usaha Baru Melalui Waralaba (*Franchise*), Mendapatkan Modal UMKM, Mendapatkan Modal Usaha Melalui Bank Syariah, Etika Bisnis Dalam Kewirausahaan, Etika Bisnis Menurut Al-Qur'an, Rencana Pemasaran (*Marketing Plan*), Strategi Dan Segmentasi Pemasaran, Sumber Daya Manusia Dalam Menunjang Keberhasilan Berwirausaha, dan Kewirausahaan Dalam Perspektif Islam.

Penulis menyadari bahwa di dalam buku ini masih banyak kekurangan, sehingga penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dan bertujuan untuk menyempurnakan kandungan dalam buku ini. Penulis berharap buku ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa sebagai bahan rujukan perkuliahan, maupun bagi para perintis usaha.

Semoga Allah SWT. Tuhan semesta Alam senantiasa meridhoi setiap langkah dalam menyebar kebaikan dimuka bumi ini. Aamiin.

Surakarta, 02 Juli 2024

Penulis

DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	v
Bab 1 Pengertian Dan Ruang Lingkup Kewirausahaan	1
Bab 2 Cara Merintis Usaha Baru Dengan Merintis Usaha Baru Sejak Awal, Membeli Perusahaan Yang Sudah Ada (Take Over) Melalui Umkm	12
Bab 3 Cara Merintis Usaha Baru Melalui Waralaba (Franchise)	20
Bab 4 Mendapatkan Modal Umkm	31
Bab 5 Mendapatkan Modal Usaha Melalui Bank Syariah.....	40
Bab 6 Etika Bisnis Dalam Kewirausahaan	49
Bab 7 Etika Bisnis Menurut Al-Qur'an	58
Bab 8 Rencana Pemasaran (Marketing Plan)	79
Bab 9 Strategi Dan Segmentasi Pemasaran	96
Bab 10 Sumber Daya Manusia Dalam Menunjang Keberhasilan Berwirausaha	108
Bab 11 Kewirausahaan Dalam Perspektif Islam	118



BAB 1

PENGERTIAN DAN RUANG LINGKUP KEWIRAUSAHAAN

**Annafi' Nurul 'Ilmi Azizah
Amanah Qurrota A'yun
Wahyu Dwi Yulianti
L. Jaka Wandira
Siti Nabila Jahro'**

kontribusi berupa pengalaman-pengalaman berwirausaha sehingga menarik para calon wirausaha untuk menekuni dunia kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan juga dapat dilakukan sejak dini pada anak yaitu dilakukan pengenalan bukan sebagai pelaku usaha. Oleh karena itu pemahaman kewirausahaan sangat penting untuk ditanamkan kepada warga masyarakat Indonesia. Kewirausahaan sosial dapat membantu mengatasi sedikit permasalahan terkait ekonomi karena masyarakat secara langsung terlibat sebagai pelaku bisnis.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kewirausahaan berasal dari kata dasar wirausaha, artinya orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produk baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya. Menurut Suryana (2003), kewirausahaan mencakup kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda, serta penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan masalah dan menemukan peluang. Sedangkan kewirausahaan menurut para ahli yaitu :

1. Joseph Schumpeter, seorang ekonom terkenal, mendefinisikan kewirausahaan sebagai tindakan inovatif yang mengarah pada "perusakan kreatif." Menurut Schumpeter, wirausahawan adalah agen perubahan yang memperkenalkan inovasi dalam bentuk produk baru, metode produksi baru, pasar baru, sumber bahan baku baru, atau organisasi industri baru. Inovasi ini memicu perkembangan ekonomi dengan menggantikan teknologi lama dan menciptakan cara-cara baru dalam melakukan bisnis.
2. Peter Drucker memandang kewirausahaan sebagai tindakan mencari perubahan, merespons perubahan, dan mengeksplorasi perubahan sebagai peluang. Menurut Drucker, wirausahawan adalah individu yang melakukan inovasi dengan cara yang sistematis dan disiplin untuk memanfaatkan peluang yang ada. Kewirausahaan bukan hanya tentang memulai bisnis baru tetapi juga tentang menciptakan nilai tambah dalam berbagai konteks, baik dalam organisasi besar maupun kecil.
3. William B. Gartner mengemukakan bahwa kewirausahaan adalah proses dinamis yang melibatkan interaksi antara individu, lingkungan, dan proses bisnis. Gartner menekankan bahwa kewirausahaan adalah hasil dari peristiwa atau serangkaian peristiwa yang terjadi ketika seseorang

menyebutkan bahwa perencanaan yang matang sangat penting untuk mengurangi risiko dan meningkatkan peluang sukses.

4. Pembentukan Usaha

Pada tahap ini, wirausahawan mulai mendirikan usaha secara resmi, termasuk pendaftaran bisnis, pengaturan keuangan, dan perekrutan tim. Penelitian oleh Vettik-Leemet dan Mets (2024) menunjukkan bahwa fase ini seringkali membutuhkan modal awal yang signifikan dan penanganan berbagai aspek legal.

5. Peluncuran dan Pertumbuhan

Fase ini melibatkan peluncuran produk atau layanan ke pasar dan pengelolaan pertumbuhan usaha. Pengusaha harus terus memantau kinerja bisnis dan melakukan penyesuaian strategi sesuai kebutuhan pasar (Goethner et al., 2012).

6. Evaluasi dan Penyesuaian

Setelah usaha berjalan, penting untuk melakukan evaluasi secara berkala. Ini melibatkan analisis kinerja, umpan balik dari pelanggan, dan penyesuaian strategi untuk memastikan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang (Churchill & Bygrave, 1990).

4. CIRI-CIRI KEWIRAUSAHAAN

Ciri-ciri kewirausahaan menurut penelitian umumnya dapat mencakup beberapa aspek yang penting, berdasarkan literatur terkait. Berikut adalah beberapa ciri umum kewirausahaan berdasarkan penelitian:

1. **Inovasi:** Kewirausahaan sering kali terkait dengan kemampuan untuk menciptakan ide baru, produk, atau solusi yang inovatif.
2. **Keberanian mengambil risiko:** Kewirausahaan melibatkan kemampuan untuk mengambil risiko yang terukur demi mencapai tujuan bisnis atau sosial yang diinginkan.
3. **Kemampuan adaptasi:** Pengusaha harus mampu beradaptasi dengan perubahan pasar, teknologi, atau lingkungan bisnis untuk tetap relevan dan berkembang.
4. **Orientasi pada peluang:** Kewirausahaan menyoroti kemampuan untuk mengidentifikasi peluang baru dan mengambil tindakan yang tepat untuk memanfaatkannya.

(dengan 20 hingga 99 pekerja), dan industri kecil (dengan 5 hingga 19 pekerja). Selain industri, kerajinan adalah hasil dari kemampuan khusus dan terampil, seperti kerajinan kayu, tanah liat, dan barang-barang bekas. Industri adalah bagian dari proses produksi. Bahan-bahan industri diambil secara langsung atau tidak langsung kemudian diolah untuk menghasilkan barang-barang yang lebih bernilai bagi masyarakat. Kegiatan proses produksi dalam suatu industri disebut industri. Jika melihat dari definisinya secara umum industri bisa diartikan sangat luas dan mencakup semua kegiatan manusia dalam bidang ekonomi yang bersifat produktif dan komersial. Karena merupakan industri yang luas, jumlah dan jenis industri bervariasi dari satu negara ke negara atau wilayah lainnya. Semakin tinggi tingkat perkembangan industri suatu negara atau wilayah, semakin besar jumlah dan jenis industrinya serta semakin kompleks operasinya. Secara ekonomi, konsep industrialisasi juga diartikan sebagai kumpulan usaha sejenis, dimana kata industri digabungkan dengan kata yang menggambarkan jenis industri. Sisanya misalnya industri farmasi, industri sandang, industri kayu, dll.

5. Lapangan Pertambangan dan Energi: Lapangan ini mencakup sektor minyak dan gas, listrik, serta pertambangan dan logam dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan energi masyarakat.
6. Lapangan Perdagangan: Kegiatan perdagangan dapat dilakukan oleh masyarakat umum, dengan syarat ada barang yang bisa dijual beli. Pedagang dapat berperan sebagai pedagang besar (membeli dalam jumlah besar dari produsen untuk dijual kembali dalam jumlah besar), pedagang menengah (membeli dalam jumlah besar dan menjualnya kembali kepada pedagang kecil), atau pedagang kecil yang memiliki tempat atau kios tetap.
7. Lapangan Pemberi Jasa: Lapangan ini melibatkan peran sebagai pedagang perantara, pemberi kredit atau perbankan, pengusaha angkutan, serta pengusaha di sektor hotel dan restoran.

KESIMPULAN

Kewirausahaan merupakan sebuah konsep yang luas dan penting dalam konteks ekonomi global saat ini. Secara umum, kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai proses menciptakan nilai melalui pengembangan ide

baru, inovasi produk, atau layanan yang memenuhi kebutuhan pasar yang ada atau yang baru terbentuk. Definisi ini menekankan pada peran kreatif dan proaktif pengusaha dalam mengidentifikasi peluang bisnis dan mengambil langkah-langkah strategis untuk menghasilkan nilai tambah.

Ruang lingkup kewirausahaan mencakup berbagai aspek yang meliputi proses pengembangan usaha, manajemen risiko, pengelolaan sumber daya, dan orientasi pada peluang. Proses kewirausahaan dimulai dari identifikasi peluang, perencanaan strategis, pendirian usaha baru, hingga manajemen operasional dan pertumbuhan bisnis. Pengusaha juga dihadapkan pada berbagai risiko yang memerlukan keberanian untuk mengambil keputusan yang tepat guna mencapai tujuan bisnis yang diinginkan.

Pentingnya kewirausahaan tidak hanya terbatas pada penciptaan lapangan kerja atau pertumbuhan ekonomi, tetapi juga mencakup kontribusinya terhadap inovasi, peningkatan produktivitas, dan pemberdayaan sosial. Kewirausahaan dapat menjadi motor utama dalam memacu kemajuan ekonomi suatu negara serta memainkan peran yang signifikan dalam mengatasi tantangan sosial dan lingkungan.

Secara keseluruhan, pemahaman yang mendalam tentang pengertian dan ruang lingkup kewirausahaan memberikan landasan yang kuat untuk mengembangkan kebijakan publik, strategi bisnis, serta pendekatan pendidikan yang dapat merangsang dan memperkuat semangat kewirausahaan dalam masyarakat modern yang terus berubah dan berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Harper & Row.
- Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, 11(Summer), 17-27.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard University Press.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Harper & Row.
- Gartner, W. B. (1985). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, 11(Summer), 17-27.
- Gieure, C., Benavides-Espinosa, M., & Roig-Dobón, S. (2020). The entrepreneurial process: The link between intentions and behavior. *Journal of Business Research*, 112, 541-548.
- Carter, N. M., Gartner, W. B., & Reynolds, P. D. (1996). Exploring start-up event sequences. *Journal of Business Venturing*, 11(3), 151-166.
- Cordeiro, P. M., Paixão, M. P., Lens, W., Lacante, M., & Luyckx, K. (2015). Cognitive-motivational antecedents of career decision-making processes in Portuguese high school students: A longitudinal study. *Journal of Vocational Behavior*, 90, 145-153.
- Vettik-Leemet, P., & Mets, T. (2024). Entrepreneurship and Innovation—Process Overlap or the Same? Systematic Overview and Converging Process-Dynamic Model. *Administrative Sciences*, 14(2), 38.

Goethner, M., Obschonka, M., Silbereisen, R. K., & Cantner, U. (2012). Scientists' transition to academic entrepreneurship: Economic and psychological determinants. *Journal of Economic Psychology*, 33(3), 628–641.



BAB 2

CARA MERINTIS USAHA BARU DENGAN MERINTIS USAHA BARU SEJAK AWAL, MEMBELI PERUSAHAAN YANG SUDAH ADA (TAKE OVER) MELALUI UMKM

Annafi' Nurul 'Ilmi Azizah

Ayub Badaruddin

Rifky Fadly Saputra

Afiifah Bety Damayanti

Devi Puspita Sari

1. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan teknologi yang terus berkembang, kewirausahaan menjadi salah satu pilar utama dalam penggerak ekonomi di berbagai belahan dunia. Kewirausahaan tidak hanya melibatkan upaya untuk menciptakan nilai baru melalui inovasi dan pengembangan produk, tetapi juga meliputi berbagai strategi seperti merintis usaha baru atau mengambil alih perusahaan yang sudah ada (take over). Khususnya untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), baik merintis usaha baru maupun melakukan take over dapat menjadi pilihan strategis yang signifikan dalam mencapai keberhasilan bisnis.

Merintis usaha baru adalah proses memulai bisnis dari awal, seringkali dimulai dari ide kreatif yang diimplementasikan menjadi produk atau layanan yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pasar. Langkah ini memerlukan analisis pasar yang cermat, perencanaan bisnis yang matang, serta kemampuan untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang bisnis yang ada. Merintis usaha baru memungkinkan para pengusaha untuk memiliki kendali penuh terhadap visi, misi, dan strategi bisnis mereka, sehingga dapat lebih fleksibel dalam menyesuaikan diri dengan dinamika pasar yang berubah.

Di sisi lain, mengambil alih perusahaan yang sudah ada (take over) menawarkan keuntungan berupa aset yang sudah mapan, basis pelanggan yang sudah ada, dan seringkali jaringan bisnis yang sudah terbangun. Strategi ini memungkinkan UMKM untuk memperluas skala operasi dan memasuki pasar baru dengan lebih cepat daripada memulai dari nol. Namun, proses take over juga memerlukan evaluasi yang teliti terhadap kondisi keuangan, hukum, dan operasional perusahaan yang akan diambil alih, serta kemampuan untuk melakukan integrasi yang efektif dan mempertahankan kontinuitas operasional.

Bacaan ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang pentingnya strategi merintis usaha baru dan take over dalam konteks UMKM, serta memberikan landasan bagi pembahasan lebih mendalam mengenai langkah-langkah praktis dan strategis yang dapat diambil oleh para pengusaha untuk mencapai kesuksesan bisnis yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2020). *Entrepreneurship* (Eleventh edition). McGraw-Hill Education.
- Kuratko, D. F., Morris, M. H., & Covin, J. G. (2020). *Corporate entrepreneurship & innovation*. Cengage Learning.
- Acs, Z. J., & Szerb, L. (2009). The global entrepreneurship index *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 5(5), 341-435.
- Ratten, V. (2017). *Entrepreneurship and Innovation in Evolving Economies: The Role of Law*. Edward Elgar Publishing.



BAB 3

CARA MERINTIS USAHA BARU MELALUI WARALABA (FRANCHISE)

**Annafi' Nurul 'Ilmi Azizah
Rifqi Hazim Mua'fa
Amar Al Hanif
Anggitia Fahmi
Siti Aysah Ayu Putri**

DAFTAR PUSTAKA

- Bambang N Rachmadi. 2007. *Franchising, The Most Practical And Excellent Way Of Succeeding, Membedah Tawaran Franchise Lokal Indonesia*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Irawan dan Basu Swasta. 1992. *Lingkungan Perusahaan*. BPFE UGM. Jakarta.
- Widjaya Gunawan. 2001. *Seri Hukum Bisnis Waralaba*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Widjaya Gunawan. 2002. *Seri Hukum Bisnis Lisensi atau Waralaba*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang No. 20 Tahun 2008. Retrieved from <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38784/uu-no-20-tahun-2008>
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2012). Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/8/2012. Retrieved from <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/127196/permendag-no-53-m-dag-per-8-2012>
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2014). Peraturan Menteri Perdagangan No. 57/M-DAG/PER/9/2014. Retrieved from <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/127620/permendag-no-57-m-dag-per-9-2014>
- Michael, S. C. (2020). The economic impact of franchising on local markets. *Journal of Business Strategy*, 31(5), 123-136.
- Jones, P. (2019). The role of franchisor support in franchise success. *Journal of Small Business Management*, 57(4), 234-249.
- Smith, R. (2018). Brand recognition in the franchise business. *Marketing Journal*, 52(1), 29-40.
- Taylor, K. (2018). Operational efficiency in franchising. *Journal of Management Studies*, 55(6), 78-92.



BAB 4

MENDAPATKAN MODAL UMKM

Meyda Setyana Hutami
Faiz Aminul Fikri
Siti Cholilah
Alfi Nur Azizah
Hammam Muzhaffar Al Mubarak

5. Mengajukan Pinjaman ke Bank

Sebelum mengajukan pinjaman ke bank kita harus menghitung kasar terlebih dahulu, perkiraan berapa lama untuk membayar cicilan, pastikan cicilan nya tidak melebihi pemasukan yang kita dapatkan. Karena apabila kita meminjam ke bank kita pasti terkena bunga setiap bulannya. Jadi disarankan tidak mengambil opsi ini karena memiliki risiko yang besar.

6. Kredit Usaha Rakyat (KUR)

Adalah program pinjaman dengan bunga rendah yang disubsidi oleh pemerintah Indonesia untuk membantu UMKM mendapatkan akses pembiayaan. KUR memiliki syarat yang lebih mudah dibandingkan dengan pinjaman bank konvensional.

7. Modal Ventura

Modal ventura adalah investasi yang diberikan oleh perusahaan modal ventura kepada startup atau UMKM yang memiliki potensi pertumbuhan tinggi. Sebagai imbalan, perusahaan modal ventura biasanya mendapatkan saham atau kepemilikan di perusahaan tersebut.

8. Crowdfunding

Crowdfunding adalah metode mengumpulkan modal dari sejumlah besar orang melalui platform online. Pengusaha dapat mempresentasikan ide bisnis mereka di platform crowdfunding dan menarik investor individu yang tertarik untuk memberikan dana.

9. Hibah dan Program Pemerintah

Pemerintah dan berbagai lembaga menyediakan hibah untuk mendukung UMKM. Hibah ini biasanya diberikan berdasarkan proposal bisnis dan rencana penggunaan dana yang diajukan oleh pengusaha.

4. JENIS-JENIS MODAL USAHA

Jenis-jenis modal dapat di kategorikan beberapa bagian, yaitu menurut sumbernya, yang dapat di uraikan sebagai berikut:

1. Menurut sumbernya:

- a. Modal Sendiri: Adalah modal yang bersumber pada perusahaan itu sendiri dengan cara mengeluarkan saham baik secara tertutup atau terbuka.

Kekurangan modal sendiri:

1. Jumlahnya terbatas, artinya untuk memperoleh dalam jumlah tertentu sangat tergantung dari pemilik dan jumlahnya relatif terbatas.
2. Perolehan dari modal sendiri dalam jumlah tertentu dan calon pemilik baru (calon pemegang saham baru) relatif lebih sulit karena mereka akan mempertimbangkan kinerja dan prospek usahanya.
3. Kurang motivasi, artinya pemilik usahanya lebih rendah dibandingkan dengan menggunakan modal asing.

Kelebihan modal pinjaman:

1. Jumlahnya tidak terbatas, artinya perusahaan dapat mengajukan modal pinjaman ke berbagai sumber. Selama dana yang diajukan perusahaan layak, perolehan dana tidak terlalu sulit. Banyak pihak berusaha menawarkan dananya ke perusahaan yang dinilai memiliki prospek cerah.
2. Motivasi usaha tinggi. Hal ini merupakan kebalikan dari menggunakan modal sendiri. Jika menggunakan modal asing, motivasi pemilik untuk memajukan usaha tinggi ini disebabkan adanya beban bagi perusahaan untuk mengembalikan pinjaman. Selain itu, perusahaan juga berusaha menjaga image dan kepercayaan perusahaan yang memberi pinjaman agar tidak tercemar.

Kekurangan modal pinjaman:

1. Dikenakan berbagai biaya seperti bunga dan biaya administrasi. Pinjaman yang diperoleh dari lembaga lain sudah pasti disertai berbagai kewajiban untuk membayar jasa, seperti bunga, biaya administrasi, biaya provisi dan komisi, materai, dan asuransi.
2. Harus dikembalikan. Modal asing wajib dikembalikan dalam jangka waktu yang telah disepakati. Hal ini bagi perusahaan yang sedang mengalami likuiditas merupakan beban yang harus ditanggung.
3. Beban moral. Perusahaan yang mengalami kegagalan atau masalah yang mengakibatkan kerugian akan berdampak terhadap pinjaman sehingga akan menjadi beban moral atas utang yang belum atau akan dibayar.
4. Kelebihan modal campuran
Dapat mengatur komposisi modal yang diperlukan secara seimbang. Artinya, presentase modal pinjaman disesuaikan dengan kebutuhan atas kekurangannya modal sendiri

KESIMPULAN

Modal usaha merupakan aset atau dana yang digunakan oleh perusahaan untuk menjalankan operasi bisnis dan menghasilkan keuntungan. Modal usaha mencakup berbagai bentuk aset, termasuk uang tunai, mesin, bangunan, dan peralatan, yang digunakan dalam proses produksi barang dan jasa. Pemahaman yang komprehensif mengenai modal usaha ini penting bagi pengusaha dan manajer dalam merencanakan dan mengelola sumber daya bisnis mereka secara efektif.

Mengakses modal usaha adalah langkah penting bagi keberhasilan bisnis UMKM. Berbagai cara untuk mendapatkan modal, seperti pinjaman bank, KUR, modal ventura, crowdfunding, angel investor, dan hibah pemerintah, menawarkan peluang yang berbeda-beda. Pengusaha perlu memahami kelebihan dan kekurangan dari setiap sumber modal dan memilih yang paling sesuai dengan kebutuhan dan kondisi bisnis mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzam, Abd al-‘Aziz Muhammad, *Mazahir al-Taisir fi al-Tasyri’ al-mi*, Kairo: Dar al-Hadis, 2005.
- Al-Asfahani, Ragib, *Al-Mufradat fi Garib al-Qur’an*, Beirut: Daral-Ma’rifah, tt. Algensindo, 2009.
- al-Bagdadi, Ahmad bin Ali bin Tsabit bin Ahmad bin Muhdi al-Khatib , al Jami’ li Akhlaq al-Rawi wa Adab al-Sami’, Beirut: Muassasah al-Risalah, 1996
- Basrowi, *Kewirausahaan untuk Perguruan Tinggi*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011
- Bungin, Burhan, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*, Jakarta: Kencana, 2010.
- ad-Dimasyqi, Abu al-Fida Isma’il bin Umar Ibnu Kasir, *Tafsir al-Qur’an Azim li Ibn Katsir*, t.tp: Dar T}ayyibah, 1999.
- , *al-Ba’is al-Hasis Syarh Ihtisar ‘Ulum al-Hadis*, Beirut: Dar al- Kutub al-‘Ilmiyah, tt.
- al-Farmawy, Abdullah al-Hay, *Metode Tafsir Maudhu’i: Sebuah Pengantar*, terj. Sujan A. Jamrah Jakarta: Grafindo Persada, 1994.
- Gusmian, *Islah Khasanah Tafsir Indonesia*, Jakarta Selatan: Teraju, 2003.
- al-Kamal, Allamah Faqih Imani. *Tafsir Nurul Qur’an*. Al-Huda: Isfahan- Iran, 2008.
- Keraf, Gorys, *Tata Bahasa Indonesia*, Ende-Flores: Nusa Indah, 1984, cet.X.
- al-Khatib, Muhammad ‘Ajaj, *al-Sunnah Qabla al-Tadwin*, Kairo: Umm al-Quro, 1988.
- Lajnah Pentashihan Mushaf al Qur’an, *Tafsir Al Qur’an Tematik*, Jakarta: Kemenag RI, 2010.
- al-Mahalli, Jalal al-Din Muhammad bin Ahmad, *Syarh al-Waraqat fi Usul al-Fiqhi*, Riyadh: Maktabah al-‘Abikan, 2006.
- al-Manzhur, Ibnu, *Lisanu al-‘Arab*, Juz. 10, Bairut: Dar Sadir, 1414 H.
- al-Maragi, Ahmad Must}ofa, *Tafsir Al-Maragi*, Kairo: Mustafa al-Bab al-Halabi, 1967.
- al-Maqdisi al-Hanbali, Syams al-Din Muhammad bin Muflih, *Usul al- Fiqhi*, Riyadh: Maktabah al-‘Abikan, 1999.



Buku "Kewirausahaan dalam Perspektif Islam" mengupas tuntas bagaimana prinsip-prinsip Islam dapat diterapkan dalam dunia bisnis untuk mencapai kesuksesan yang penuh berkah. Penulis mengajak pembaca untuk memahami pentingnya niat yang ikhlas dalam menjalankan usaha, serta bagaimana etika dan moralitas Islam harus menjadi landasan utama dalam setiap langkah bisnis. Dengan merujuk pada ajaran Al-Qur'an dan Hadis, buku ini menekankan bahwa keberhasilan sejati dalam bisnis tidak hanya diukur dari keuntungan materi, tetapi juga dari manfaat dan kontribusi positif bagi masyarakat.

Melalui berbagai bab yang terstruktur dengan baik, buku ini menjelaskan strategi bisnis Islami yang dapat diterapkan oleh para pengusaha. Mulai dari perencanaan bisnis yang matang, manajemen yang adil dan transparan, hingga pengelolaan keuangan yang menghindari riba dan menerapkan zakat. Buku ini juga membahas peran penting pengusaha Muslim dalam tanggung jawab sosial dan keberlanjutan. Penulis menekankan bahwa bisnis yang dijalankan sesuai dengan nilai-nilai Islam haruslah memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat, termasuk dalam hal pemberdayaan ekonomi umat dan pelestarian lingkungan. Dengan demikian, buku ini tidak hanya membahas aspek-aspek teknis dalam berwirausaha, tetapi juga menggali dimensi spiritual dan sosial yang menjadi ciri khas dari kewirausahaan Islami.

Dengan bahasa yang lugas dan mudah dipahami, "Kewirausahaan dalam Perspektif Islam" menjadi panduan lengkap bagi setiap Muslim yang ingin menjalankan bisnis dengan cara yang benar dan diberkahi. Buku ini tidak hanya memberikan wawasan teoritis, tetapi juga panduan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Melalui buku ini, pembaca diajak untuk menjadi pengusaha yang tidak hanya sukses di dunia, tetapi juga mendapatkan ridha Allah SWT.



I am Sorry!!!!



IKAPI

CV. Tahta Media Group
Surakarta, Jawa Tengah
Web : www.tahtamedia.com
Ig : [tahtamedia](https://www.instagram.com/tahtamedia)
Telp/WA : +62 896-5427-3996



62-415-4158-860