

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

Kewirausahaan merupakan sikap, perilaku, atau pola pikir seseorang yang menunjukkan keberanian dan keteladanan dalam mengambil resiko terhadap suatu usaha dalam hidupnya untuk menciptakan nilai tambah bagi dirinya maupun orang lain. Perilaku kewirausahaan akan membentuk individu untuk mampu mengembangkan dirinya sendiri, bertahan dalam berbagai kondisi hingga mengantarkannya pada kesuksesan secara materil maupun non-materil karena keberanian dalam mengambil resiko dapat menjadikan diri belajar melalui pengalaman untuk mencapai keberhasilan (Kajian et al. 2023).

2.2. Kewirausahaan

Wirausaha dalam buku Eddy Soeryanto Soegoto, yang berjudul Menjadi Pebisnis Ulung menuliskan bahwa wirausaha atau disebut juga entrepreneur adalah orang yang berjiwa kreatif, mandiri, inovatif, ulet dan tekun, percaya diri, rajin, disiplin, berani menanggung resiko dan jeli melihat peluang. Dari buku yang sama Geoffrey G. Meredith (1995) mengungkapkan bahwa wirausaha adalah orang yang berkarakter memiliki kemampuan dalam melihat kesempatan bisnis yang ada, dengan mengumpulkan sumber daya yang diperlukan guna mengambil keuntungan dan mengambil tindakan guna meraih kesuksesan. Sedangkan Skinner (1992) mengungkapkan wirausaha adalah seseorang berani mengambil resiko

usaha untuk mengelola dan mengorganisasikan bisnis dan menerima imbalan jasa berupa profit. Dari definisi wirausaha yang diungkapkan diatas, wirausahaan memiliki ciri dan sifat yaitu: Percaya diri, Berorientasi pada tugas dan hasil, berani menanggung resiko, berjiwa pemimpin, kreatif dan inovatif, berorientasi ke masa depan, jujur,ulet, tekun dan sabar (Aryadi and Hosein 2022).

Drs. Joko Untoro mendefinisikan bahwa kewirausahaan merupakan suatu keberanian yang dimiliki seseorang dalam melakukan berbagai upaya agar kebutuhan hidup bisa terpenuhi, menggunakan kemampuan dan juga memanfaatkan potensi yang dimiliki agar bisa menghasilkan sesuatu yang bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain. Faktor-faktor pendorong keberhasilan wirausaha menurut (Nurfadillah¹ et al. 2022), keberhasilan dalam kewirausahaan ditentukan oleh tiga faktor, yaitu yang mencakup hal-hal berikut:

- a. Kemampuan dan kemauan. Orang yang tidak memiliki kemampuan, tetapi banyak kemauan dan orang yang memiliki kemauan, tetapi tidak memiliki kemampuan, keduanya tidak akan menjadi wirausahawan yang sukses. Sebaliknya, orang yang memiliki kemauan dilengkapi dengan kemampuan akan menjadi orang yang sukses. Kemauan saja tidak cukup bila tidak dilengkapi dengan kemampuan.
- b. Tekad yang kuat dan kerja keras. Orang yang tidak memiliki tekad yang kuat, tetapi memiliki kemauan untuk bekerja keras dan orang yang suka bekerja, tetapi tidak memiliki tekad yang kuat, keduanya tidak akan menjadi wirausaha yang sukses.

- c. Kesempatan dan peluang. Ada solusi ada peluang, sebaliknya tidak ada solusi tidak akan ada peluang. Peluang ada jika kita menciptakan peluang itu sendiri, bukan mencari-cari atau menunggu peluang yang datang kepada kita.

2.3. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Indonesia adalah salah satu dari negara yang berkembang yang masyarakatnya banyak mendirikan kegiatan usaha yang dilakukan oleh individu atau kelompok yaitu sering disebut dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Dampak dari UMKM itu sendiri adalah terciptanya lapangan kerja sehingga dapat membantu pemerintah dalam mengurangi angka pengangguran di Indonesia. Berjalannya kegiatan UMKM sangat beriringan dengan aktivitas akuntansi yang sangat berguna dalam pencatatan laporan keuangan. Pertumbuhan UMKM yang tidak diiringi dengan pengetahuan akan pencatatan akuntansi kas sehingga kurang maksimalnya dalam pengambilan keputusan dan memaksimalkan laba yang ingin diperoleh. Hal ini terjadi karena adanya kendala, salah satunya kurang pengetahuan sistem akuntansi kas yang baik dan benar. Banyaknya UMKM yang tidak menggunakan sistem akuntansi kas pada pelaporannya dikarenakan tidak dinilai bank, padahal seiring pertumbuhan UMKM perlu berurusan dengan pihak luar dalam meningkatkan pendanaan yaitu diperlukannya transaksi dengan bank/Lembaga keuangan lainnya yang tentunya memerlukan laporan keuangan UMKM tersebut (Afa et al. 2022).

2.3.1. Toko Sembako

Toko sembako merupakan toko yang menjual kebutuhan sehari-hari. Sembilan bahan pokok atau lebih dikenal dengan sembako, merupakan jenis usaha yang dibutuhkan siapapun. kebutuhan masyarakat akan toko sembako yang menjual barang kebutuhan sehari-hari dengan harga terjangkau dan dekat dengan lingkungan tempat tinggal. Sembako yang terdiri atas berbagai bahan-bahan makanan dan minuman yang secara umum dibutuhkan masyarakat Indonesia yaitu kebutuhan pokok sehari-hari seperti beras, sayur, gula, minyak goreng, gas elpiji, dll. Kegiatan sehari-hari dalam masyarakat tidak bisa dipisahkan dari kegiatan perdagangan, atau kegiatan jual-beli untuk dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Transformasi industri ritel secara signifikan berdampak pada kegiatan operasinya, dimana diperlukan tindakan operasional yang lebih efisien dan optimalisasi sumber daya yang ada dalam toko (Sudarnaya et al. 2022).

Semakin ketat persaingan dalam perdagangan sembako yang disebabkan karena semakin banyak dan berkembangnya toko sembako, mulai dari aspek harga hingga pelayanan sehingga membuat para penjual sembako yang masih menggunakan pemesanan secara manual terancam gulung tikar (Panchadria and Rahayu 2022).

2.3.2. Karakteristik Kewirausahaan

Karakteristik seseorang wirausaha dalam biasanya bisa dipandang dalam waktu berkomunikasi pada rangka mengumumkan warta juga dalam saat menjalankan bisnis dan menjalin interaksi menggunakan para rekanan bisnis. Karakteristik seseorang wirausaha yg baik akan membawa kearah kebenaran, keselamatan, dan menaikan derajat & martabatnya. Menurut Wiratmo (2001:24) ciri wirausahawan merupakan cita-cita buat be rprestasi, cita - cita buat bertanggung jawab, surat keterangan pada resiko - resiko menengah, persepsi dalam kemungkinan berhasil, rangsangan sang umpan balik, kegiatan enerjik, orientasi ke masa depan, keterampilan pada pengorganisasian, perilaku terhadap uang (Putu, Ernawatiningsih, and Arizona 2022).

Kemudian menurut *Histich dkk (2008)* dalam *Putri dkk (2015)*, konsep tentang pengusaha didefinisikan dengan sebuah bisnis, manajerial dan perspektif pribadi. Perspektif pribadi secara khusus masuk pada konsep kewirausahaan. sedangkan menurut Setyawati (2008) dalam Putri dkk (2015), jiwa kewirausahaan akan mendorong seseorang memanfaatkan peluang yang ada menjadi sesuatu yang menguntungkan. Untuk mengetahui di dalam diri pengusaha terbentuk jiwa kewirausahaan atau tidak dapat dilihat melalui ciriciri watak diri pengusaha tersebut, yang disebut karakteristik kewirausahaan.

Menurut *Scarborough* dan *Zimmerer* dalam *Suryana (2014:23)*, karateristik kewirausahaan yang meliputi hal-hal sebagai berikut:

- a. Rasa tanggung jawab (*desire for responsibility*), yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya. Seseorang yang memiliki rasa tanggung jawab akan selalu berkomitmen dan wawas diri.
- b. Percaya diri terhadap kemampuan sendiri (*confidence in their ability to success*), yaitu memiliki kepercayaan diri atas kemampuan yang dimilikinya untuk memperoleh kesuksesan.
- c. Menghendaki umpan balik segera (*desire for immediate feedback*), yaitu selalu menghendaki adanya umpan balik dengan segera, ingin cepat berhasil.
- d. Semangat dan kerja keras (*high level of energy*), yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
- e. Berorientasi ke depan (*future orientation*), yaitu berorientasi masa depan dan memiliki perspektif dan wawasan jauh ke depan.
- f. Memiliki keterampilan berorganisasi (*skill at organizing*), yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.
- g. Menghargai prestasi (*value of achievement over money*), yaitu lebih menghargai prestasi dari pada uang.

2.3.3. Keuntungan Dan Kerugian Kewirausahaan

Menurut Lambing dan *Kuehl* dalam *Suryana (2014:112)*, keuntungan dan kerugian berwirausaha identik dengan keuntungan dari kerugian pada usaha kecil milik sendiri.

1. Keuntungan Kewirausahaan
 - a) Otonomi. Pengelolaan yang bebas dan tidak terikat membuat wirausahawan menjadi seorang “bos” yang penuh kepuasan
 - b) Tantangan awal dan perasaan motif berprestasi. Tantangan awal atau perasaan bermotivasi yang tinggi merupakan hal yang dapat menghasilkan keuntungan sangat memotivasi wirausahawan.
 - c) Kontrol finansial. Wirausahawan kebebasan untuk mengelola keuangan dan merasakan kekayaan sebagai milik sendiri.
2. Kerugian Kewirausahaan
 - a) Pengorbanan personal. Pada awalnya, wirausahawan harus bekerja dengan waktu yang lama dan sibuk. Sedikit sekali waktu yang tersedia untuk kepentingan keluarga ataupun berekreasi karena hampir sebagian besar waktu dihabiskan untuk kegiatan bisnis.
 - b) Beban tanggung jawab. Wirausahawan harus mengelola semua fungsi bisnis, baik pemasaran, keuangan, personal maupun pengadaan dan pelatihan.
 - c) Kecilnya margin keuntungan dan besarnya kemungkinan gagal. Karena wirausahawan menggunakan sumber dana miliknya

sendiri, margin laba atau keuntungan yang diperoleh akan relatif kecil.

2.3.4. Analisis Pelayanan Toko Sembako

Pelayanan adalah suatu proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung, dimana para pemilik usaha berupaya memberikan pelayanan kepada perilaku konsumen secara maksimal. Di pasar Sekampung terdapat kurang lebih 25 toko sembako. Banyak faktor yang perlu diperhatikan untuk mempengaruhi pelayanan terhadap perilaku konsumen. Pelanggan akan membandingkan layanan yang diberikan dengan layanan yang mereka harapkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan perilaku konsumen terhadap pelayanan toko sembako di pasar Sekampung dalam perspektif etika bisnis Islam. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah jenis penelitian lapangan (*field research*), bersifat deskriptif kualitatif. Sumber data yang peneliti gunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer diperoleh dari pemilik toko sembako, konsumen serta karyawan yang ada di pasar Sekampung. Sumber data sekunder diperoleh dari buku-buku, internet dan kepustakaan lainnya. Metode pengumpulan data, peneliti menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode analisis data peneliti menggunakan analisis data kualitatif dengan menggunakan cara berpikir induktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen yang membeli sembako di pasar Sekampung ini termasuk ke dalam perilaku rasional dan

irasional. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli sembako di pasar Sekampung adalah pengaruh lingkungan yaitu masyarakat dan keluarga. Selain itu, ada faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu harga dan pelayanan. Pelayanan yang diberikan oleh konsumen di pasar Sekampung belum memenuhi prinsip - prinsip etika bisnis Islam yaitu tanggung jawab dan kebenaran.

2.4. Analisis Toko Sembako



Gambar 2.1 : Toko Sembako

Gambar diatas dapat dilihat bahwa ada beberapa toko sembako yang mencoba mengolah sedikit dagangan menjadi lebih menarik ini disebabkan barang terlihat penuh, namun ada beberapa kekurangan yang belum diketahui seperti ruangan warung menjadi sempit. Sempit disini ketika jumlah pembeli masuk lebih dari 3 orang kedalam warung, hal ini disebabkan oleh susunan lemari dan etalase terlalu kedepan atau ruangan yang terlalu kecil. Dari beberapa warung

kelontonglainya mengalami kebangkrutan disebabkan karena tidak bisa mengolah kembali warung dagangan atau pun bertahan sampai ruangan menjadi kotor dan tidak terawat dan tidak adanya tambahan media pendukung yang ditemukan disetiap warung.

2.5. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan akronim atau singkatan dari 4 kata yaitu *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Analisis SWOT ini merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu spekulasi bisnis (Makmur, Dusun, and Desa 2022).

Analisis SWOT adalah analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki dan dihadapi perusahaan (Luntungan et al. 2019). Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) (T, Pudyansih, and Akramiah 2020). Berikut ini merupakan penjelasan dari SWOT yaitu :

- a. Kekuatan (*Strengths*) Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.

- b. Kelemahan (*Weakness*) Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.
- c. Peluang (*Opportunities*) Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecendrungan – kecendrungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.
- d. Ancaman (*Threats*) Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.