

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dunia bisnis berkembang dan berubah dengan cepat di era digital seperti sekarang, hal ini terlihat dari banyaknya penemuan-penemuan baru di industri jasa, fashion, dan kuliner. Dengan perkembangan teknologi tersebut kini para pengusaha memainkan peran besar untuk memenuhi kebutuhan pasar. Selain itu para konsumenpun diberikan kemudahan untuk mencari kebutuhannya melalui aplikasi atau yang lebih dikenal belanja *online*. Semakin ketatnya persaingan pasar, para pemilik usaha banyak yang mulai mencari jalan pintas dengan meninggalkan kode etik dalam berbisnis ataupun menghalalkan berbagai cara dalam menghadapi persaingan di dunia bisnis supaya menghindari kebangkrutan (Sanjaya, 2018).

Fenomena tersebut sebagai dilema moral, khususnya bagi para pedagang Muslim. Dibolehkan melakukan bisnis dan jual beli menurut Islam, tetapi pemilik perusahaan secara alami harus menjalankan perusahaannya sesuai dengan hukum Islam. Menerapkan pemahaman terhadap pengertian etika dalam bisnis sangat penting bagi umat Islam agar nantinya dapat menyelaraskan tindakannya dengan akhlak dan etika yang mapan dan sesuai dengan Al-Qur'an dan Sunnah.

Tanpa etika atau nilai-nilai kehidupan yang baik individu akan menjadi tidak terarah dan berbuat semaunya (Sanjaya, 2018), dapat bertahan dengan menggunakan berbagai taktik untuk mencapai suatu tujuan, seperti mengejar keuntungan komersial tanpa memperhitungkan dampak negatif apa pun terhadap banyak pihak atau orang lain. Selain itu, karena tujuan bisnis adalah memuaskan konsumen atas produk dan layanan yang diberikan dengan menggunakan etika bisnis, hal ini tidak sejalan dengan filosofi bisnis yang fokus pada kebahagiaan konsumen (Shobir, 2017). Menerapkan akhlak dan perilaku yang diamanatkan Islam dalam berinteraksi dengan pelanggan adalah suatu

keharusan bagi pemilik bisnis Muslim. Misalnya jujur, menjunjung tinggi istiqamah, menjauhi tipu muslihat, dan anjuran meneladani akhlak Rasulullah dalam berbisnis.

Pasar mikro dan kecil (UMKM) memiliki peran yang krusial dalam perekonomian Indonesia, khususnya di tingkat lokal. Secara paralel, nilai-nilai etis dan spiritual, seperti yang ditemukan dalam konsep tasawuf Islam, memegang peran penting dalam membentuk sikap dan perilaku individu. Namun, terdapat kesenjangan penelitian yang cukup besar dalam pemahaman tentang sejauh mana nilai-nilai tasawuf terintegrasi dalam strategi bisnis pelaku UMKM di Indonesia, terutama di pasar tradisional seperti Pasar Kaget 46 Palasari Cibiru Kota Bandung.

Pasar Kaget 46, sebagai salah satu pasar tradisional yang penting di wilayah ini, menjadi tempat yang menarik untuk dilibatkan dalam penelitian ini. Melihat dinamika pasar yang terus berkembang dan kebutuhan untuk memahami dampak nilai-nilai tasawuf dalam konteks kewirausahaan, penelitian ini akan memberikan gambaran yang mendalam tentang praktik bisnis UMKM di pasar tersebut.

Pentingnya penelitian ini tidak hanya pada tingkat lokal tetapi juga dalam kerangka nasional. Dengan memahami sejauh mana nilai-nilai tasawuf tercermin dalam strategi bisnis pelaku UMKM di Pasar Kaget 46, penelitian ini akan memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pemangku kepentingan, pemerintah, dan masyarakat yang peduli terhadap pengembangan bisnis yang berkelanjutan dan berbasis etika.

Dalam konteks globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, penelitian ini juga memiliki implikasi yang signifikan bagi perkembangan bisnis lokal yang berfokus pada nilai-nilai spiritual dan etis. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan landasan untuk pengembangan kebijakan, strategi bisnis, dan pendekatan kewirausahaan yang lebih berkelanjutan dan sesuai dengan nilai-nilai tasawuf Islam di dalam dunia bisnis UMKM.

Fenomena semacam ini telah dirasakan oleh para pedagang UMKM di pasar kaget 46 Palasari Cibiru Kota Bandung. Para pedagang mulai merasakan persaingan yang cukup ketat di era digitalisasi ini. Banyaknya para *entrepreneur* baru yang membuat persaingan pasar menjadi cukup ketat dan penghasilanpun menjadi fluktuatif. Oleh karena itu apabila seorang entrepreneur muslim yang menanamkan nilai-nilai tasawuf dengan konsisten, maka dinilai dapat lebih kuat menghadapi berbagai macam kendala, resiko dan sumbangsih yang ada (Sakdullah, 2020). Karena seorang *entrepreneur* adalah spekulan sebagai pengambil resiko, sehingga harus dapat mengidentifikasi peluang keuntungan.

Guna menumbuhkan jiwa wirausaha, para pedagang di pasar kaget 46 Palasari Kota Bandung melakukan sejumlah kegiatan. Diantaranya adalah berdoa sebelum memulai usaha, mengimani Allah SWT sebagai Maha Pencipta, Pengatur, dan Pemberi Rezeki, Selain itu, seorang wirausahawan harus tanggap dan cerdas dalam melihat kemungkinan-kemungkinan sebelum peluang tersebut muncul agar dapat memotivasi dirinya untuk terus memunculkan ide-ide baru. Selain itu, seorang wirausaha juga harus memiliki rasa tanggung jawab sosial yang kuat, bersedia membantu orang lain dengan ikhlas, dan bersabar dalam menghadapi apapun yang telah ditetapkan Allah SWT.

Meninjau dari fenomena yang ada, salah satu cara yang bisa dilakukan oleh para entrepreneur muslim yaitu dengan bertasawuf. Dalam Jurnal An-Nisbah yang ditulis oleh Shobir menuturkan bahwa sebagian orang masih beranggapan orang yang bertasawuf cenderung meninggalkan hal-hal yang bersifat keduniawian (Shobir, 2017). Padahal setiap muslim dianjurkan untuk mengejar dunia dan senantiasa berusaha dan tetap harus memiliki etos kerja. Setiap muslim yang mengamalkan tasawuf harus benar-benar berjaya di dunia, memaksimalkan etos kerjanya, dan memanfaatkan perjuangan ini demi amal dan akhirat (Ardiyani, 2018).

Dengan menerapkan nilai-nilai tasawuf *Entrepreneurship* maka dinilai akan memiliki keunggulan dalam berwirausaha khususnya dalam membentuk strategi bisnis. Tasawuf adalah upaya seseorang berusaha meningkatkan akhlak

dirinya agar lebih dekat dengan Allah SWT dengan meningkatkan akhlak agar dirinya menjadi lebih indah (Jamaludin & Zulkifli, 2018). Seorang *entrepreneur* tidak hanya memenuhi kebutuhan materialnya, melainkan juga memenuhi kebutuhan spiritualnya. adalah ridha dan berkah yang diperlukan dalam kehidupan dari Allah SWT di dunia maupun di akhirat yang didapat dengan cara bertasawuf.

Dalam berwirausaha, seorang *entrepreneur* dapat menerapkan trilogi konsep tasawuf yaitu: *takhalli*, *tahalli*, dan *tajalli*. seseorang telah menerapkan *takhalli* apabila telah menghilangkan diri dari niat-niat yang tidak baik seperti keinginan untuk curang ketika berwirausaha. Selanjutnya, ketika wirausahawan muslim melayani konsumen dengan ramah serta memperbagus perangnya maka ia telah menerapkan konsep *tahalli*. Kemudian dengan menerapkan *tajalli* setiap pengusaha muslim harus sepenuhnya berdedikasi dalam mengelola usahanya dengan menghadirkan berbagai inovasi dalam menghadapi para kompetitor dan kebutuhan pasar atau dalam kata lain berinovasi dan aktualisasi diri. (Shobir, 2017).

Antara tasawuf dan *Entrepreneurship* dapat dikorelasikan sehingga keduanya tidak berlawanan atau dikotomis. Dalam pengalaman maqomat, seseorang mampu mencapai keseimbangan antara fokus pada kehidupan spiritual dan materi. Sehingga para wirausahawan muslim dapat merasakan kenikmatan dalam membangun bisnis yang sedang dirintis. Dengan menerapkan tasawuf *Entrepreneurship* maka seseorang akan memiliki etos kerja. Etos kerja menjadi ciri khas dari seseorang yang dilihat dari semangat kerjanya (Ardiyani, 2018).

Dalam jurnal Suhuf yang ditulis oleh Ardriyani, di satu sisi tasawuf sering dianggap mengandung ajaran yang mengurangi vitalitas etos kerja atau cenderung radikal. Menurutnya sebagai contoh, dalam ajaran tasawuf terdapat prinsip-prinsip seperti wara' yakni menghindari tindakan yang melanggar norma dan moral agama, kemudian *zuhud* yakni dengan menyederhanakan hidup, *qonaah* merasa puas dengan apa yang dimiliki, dan *faqr* (menerima kemiskinan)

(Ardiyani, 2018). Namun dengan ajaran tersebut bukan dimaksudkan seseorang untuk menjadi pemalas, berleha-leha dan tidak mau bekerja keras. Karena dengan adanya Ajaran tasawuf, maka amaliyah tersebut justru menawarkan solusi bagi problematika pada hari ini, agar manusia dapat mencari uang atau rezeki dengan cara yang halal untuk dipergunakan di jalan Allah dan tetap mematuhi aturan Allah SWT (Ardiyani, 2018).

B. Rumusan Masalah

Beberapa nilai-nilai tasawuf *Entrepreneurship* diyakini telah diterapkan secara tidak langsung oleh para pelaku UMKM. Keyakinan ini mendorong peneliti untuk menjalankan penelitian tugas akhir guna menyelidiki dan mendalami implementasi nilai-nilai tersebut. Dalam konteks penelitian ini, peneliti merasa perlu membatasi ruang lingkup penelitian dengan menyusun beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Apa Saja Nilai-Nilai Tasawuf *Entrepreneurship* yang Termanifestasi pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Pasar Kaget 46 Kota Bandung?
2. Bagaimana potret nilai-nilai tasawuf *Entrepreneurship* berperan dalam strategi bisnis UMKM di Pasar Kaget 46 Kota Bandung?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui nilai-nilai tasawuf *Entrepreneurship* yang termanifestasi pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Pasar Kaget 46 Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui Kondisi *Entrepreneurship* pada Pelaku UMKM di Pasar Kaget 46 Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui peran tasawuf *Entrepreneurship* dalam strategi bisnis UMKM di Pasar Kaget 46 Kota Bandung.

D. Manfaat Penelitian

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini memiliki manfaat teoritis yang signifikan sebagai berikut:

- a. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori tasawuf *Entrepreneurship* dengan menambah pemahaman tentang penerapan nilai-nilai tasawuf dalam konteks kewirausahaan, khususnya pada level usaha mikro dan kecil.
 - b. Penelitian ini berpotensi untuk memvalidasi konsep tasawuf dalam bisnis mikro, melalui uji relevansi dan validitas nilai-nilai tasawuf pada pelaku UMKM di Pasar Kaget 46 Palasari Cibiru Kota Bandung.
 - c. Memberikan pemahaman lebih mendalam tentang nilai-nilai tasawuf dalam bisnis mikro, memberikan perspektif baru yang melengkapi literatur terkait tasawuf.
2. Aspek Praktis
- a. Hasil temuan yang didapat dari hasil ini diharapkan dapat berkontribusi secara nyata untuk ilmu pengetahuan dan informasi bagi masyarakat, terutama bagi para pelaku UMKM
 - b. Temuan dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi para akademisi yang bergerak di bidang *Entrepreneurship*.
 - c. Hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman berharga bagi UMKM dan pelaku kewirausahaan untuk memperbaiki dan mengembangkan bisnisnya dengan lebih baik.
 - d. Penelitian ini dapat menjadi panduan bagi individu atau komunitas yang ingin mendirikan bisnis yang didasarkan pada ajaran Islam.

E. Kerangka Berpikir

Tasawuf biasanya didefinisikan sebagai cara berpikir yang bijaksana, beribadah, hidup sederhana, rela berkorban untuk kebaikan, dan selalu menjaga kesucian diri. Pada hakikatnya, sikap jiwa seperti itu adalah akhlak yang mulia. Dalam agama Islam, tasawuf juga dianggap sebagai pengamalan ruhaniah. Rūh dianggap sebagai inti dari segala realitas dalam tasawuf. Jasad tidak hanya merupakan "kendaraan". Jadi, jalan spiritualitas lebih menekankan pada aspek rohani, yang juga personal, dan berasal dari pengalaman pribadi. (Supriyadi & Jannah, 2019).

Menurut Hamka dalam jurnal Agama dan Pendidikan Islam yang ditulis oleh Rofi dkk, tasawuf sendiri merupakan jantung keislaman yang menggerakkan tubuh (Rofi et al., 2019). Dasar pemikiran Hamka adalah bahwa nilai-nilai asli dari semangat ajaran Islam, khususnya tauhid, dapat ditemukan dalam tasawuf dan juga di setiap aspek kehidupan manusia. Hamka menggambarkan tasawuf sebagai tempat "berpulang" bagi mereka yang merasa terdesak oleh perjalanan ataupun merasa lelah dengan kehidupan dunia. (Supriyadi & Jannah, 2019).

Zuhud, riyadhah, fana', dan mujahadah, antara lain, selalu dimaksudkan untuk menjauhkan keruhanian manusia dari urusan duniawi. Akibatnya, umat Islam menggunakan beberapa konsep tasawuf sebagai alasan sebagai alasan untuk bermalas-malasan. Semangat mereka pudar dan prinsip kerjanya juga. Orang seperti itu beranggapan bahwa bekerja keras bukanlah hal yang penting dikarenakan akhirat jauh lebih penting. Dengan demikian, praktik tasawuf menunjukkan ciri-ciri yang kontradiktif dengan prinsip Islam. (Shobir, 2017)

Sebenarnya, ajaran Islam mendorong umatnya untuk berwirausaha. Oleh karena itu, seorang muslim seharusnya sudah memiliki jiwa kewirausahaan sebagai bagian dari hidupnya. Islam mengajarkan untuk bekerja dan beramal., sebagaimana disebutkan dalam Q.S. At-Taubah ayat 105:

قُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

artinya: “Dan Katakanlah: Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan” (QS at Taubah: 105).

Selain itu juga disebutkan dala, Qs. Al-Jumuah ayat 10:

تُقْلِحُونَ لَعَلَّكُمْ وَادْكُرُوا كَثِيرًا اللَّهُ فَضَّلَ مِنْ وَابْتَغُوا الْأَرْضَ فِي فَاثْتَشِرُوا الصَّلَاةَ فَضَيَّبَتْ فَإِذَا

Artinya: *“Apabila kamu telah melaksanakan shalat, maka bertebaranlah kamu dimuka bumi dan carilah rezeki Allah dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung” (QS al Jumuah: 10).*

Berdasar pada Baladina, (2013) yang mengklaim bahwa Nabi memiliki berbagai hadis yang mendukung tumbuhnya pola pikir wirausaha, diantaranya yaitu:

“Hendaklah kamu berdagang, karena di dalamnya terdapat 90 persen pintu rezeki” (HR Ahmad)

“Sesungguhnya sebaik-baik mata pencaharian adalah seorang pedagang (entrepreneur)” (HR Baihaqy)

Keyakinan Islam menekankan lebih dari sekedar mengikuti persyaratan agama resmi seperti zakat, doa, dan haji untuk mencapai kepuasan baik di dunia maupun di akhirat. Islam pun menganjurkan umatnya untuk bekerja keras, namun bukan berarti bekerja keras tanpa arah. Usaha harus selalu berada dalam batas-batas hukum Islam karena ada hubungan antara iman dan amal, menjalankan apa yang telah Allah perintahkan dan menjauhi laranganNya. Berwirausaha atau berbisnis adalah salah satu pekerjaan yang didorong Islam.

Etika bisnis dan integritas sangat dijunjung tinggi dalam Islam. Nabi Muhammad SAW memberikan banyak ajaran tentang bagaimana melakukan bisnis dengan cara yang jujur, adil, dan beretika. Sebagai contoh, Nabi Muhammad SAW mengajarkan pedagang untuk tidak berbohong atau menipu dalam transaksi dan memberi hak-hak yang sesuai kepada semua pihak yang terlibat dalam bisnis. Meskipun Nabi Muhammad SAW adalah Rasul yang mendapat wahyu ilahi dan memimpin umat Islam, beliau juga berusaha sebelum menerima wahyu itu, dan integritas dan kejujurannya dalam bisnis adalah contoh penting bagi umat Islam dalam kehidupan sehari-hari mereka (Baladina, 2013).

Mencari ridha Allah adalah motivasi utama untuk berwirausaha dalam Islam. Dengan menjalankan bisnis secara etis, menghormati prinsip-prinsip

Islam, dan memberikan manfaat kepada masyarakat, seseorang dapat merasa bahwa bisnis mereka mendapat restu Allah. Bekerja sebagai seorang pengusaha Islam dapat membantu membangun ekonomi komunitas. Individu dapat berkontribusi pada kemakmuran masyarakat sekitar dengan menciptakan lapangan kerja dan peluang ekonomi di wilayah tertentu. Keberhasilan bisnis juga dapat menghasilkan sumber dana yang diperlukan untuk beramal, seperti memberikan zakat, sedekah, atau mendukung inisiatif sosial di jalan Allah SWT.

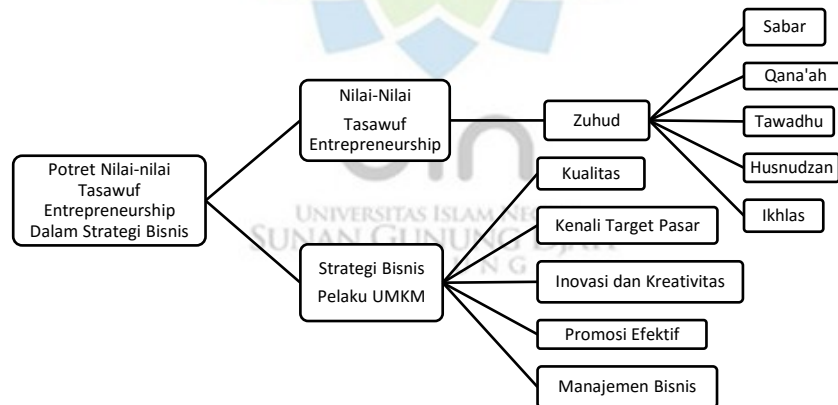
Didasarkan pada fenomena tersebut, membangun dan menumbuhkan jiwa kewirausahaan yang tidak mudah menyerah dan senantiasa bergerak maju adalah tugas agama yang harus dipenuhi. Selain itu, meneladani ajaran Nabi Muhammad SAW merupakan cara untuk mengatasi krisis ekonomi dan kekurangan lapangan kerja di Indonesia. Metode penelitian tasawuf entrepreneurship menggunakan beberapa konsep tasawuf untuk melihat bagaimana potret nilai-nilai Tasawuf *Entrepreneurship* dalam strategi bisnis pada pelaku UMKM di Pasar Kaget 46 Kota Bandung.

Imam Al-Ghazali (1058-1111), seorang cendekiawan Muslim terkemuka dari abad pertengahan, dikenal karena kontribusinya yang besar terhadap ilmu kalam (teologi Islam), filsafat, tasawuf (misticisme Islam), dan hukum Islam (Aziz, 2011). Meskipun ia tidak secara khusus menulis tentang "ekonomi sufi," pemikiran-pemikirannya dalam berbagai bidang dapat memberikan wawasan tentang bagaimana pandangannya terhadap kehidupan ekonomi. Dalam banyak tulisannya, Al-Ghazali menekankan pentingnya kesederhanaan dan zuhud (keengganan untuk melekat pada dunia materi) sebagai nilai-nilai utama dalam hidup. Bagi para sufi, mengurangi keinginan dunia dan menghindari keserakahan adalah langkah penting untuk mendekatkan diri kepada Allah (Aziz, 2011).

Al-Ghazali juga menyoroti pentingnya keadilan sosial dalam masyarakat. Meskipun ia tidak memberikan pandangan ekonomi yang spesifik, konsep keadilan sosial dapat dihubungkan dengan tindakan ekonomi yang adil dan

distribusi sumber daya yang merata di masyarakat. Al-Ghazali menyoroti pentingnya etika dalam perdagangan. Ia mengecam praktik-praktik curang dan menekankan perlunya berdagang dengan jujur dan adil. Dalam pandangan sufi, mencari keberkahan Allah dalam setiap aspek hidup, termasuk ekonomi, adalah suatu kewajiban. Konsep-konsep sufi yang mencakup pemberdayaan masyarakat dan filantropi dapat diartikan sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Pemberdayaan ekonomi dan pemberian kepada yang membutuhkan dapat dilihat sebagai bentuk ibadah dan kebaikan (Aziz, 2011).

Penting untuk diingat bahwa sumber-sumber yang merinci pemikiran Al-Ghazali terkadang dapat diterjemahkan dengan berbagai cara. Oleh karena itu, pandangan ekonomi sufi Al-Ghazali mungkin dapat diinterpretasikan dengan cara yang berbeda oleh berbagai sarjana dan penganut tasawuf. Meskipun demikian, nilai-nilai spiritual dan etika yang ditekankan olehnya memiliki potensi untuk membentuk pemahaman etis dalam konteks ekonomi.



2.1 Bagan Kerangka Berpikir

F. Permasalahan Utama

Interseksi nilai-nilai Tasawuf dengan strategi *Entrepreneurship* pada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) masih merupakan bidang penelitian yang relatif belum terjamah dalam konteks operasional bisnis, terutama di pasar yang dinamis di Pasar Kaget 46 Palasari Cibiru, Kota

Bandung. Meskipun lanskap ekonomi menyaksikan lonjakan aktivitas UMKM, penggabungan nilai-nilai Tasawuf ke dalam praktik kewirausahaan merupakan bidang penelitian yang menarik untuk diselidiki.

Meskipun minat terhadap kewirausahaan Islam semakin meningkat, terdapat kesenjangan signifikan dalam pemahaman tentang bagaimana prinsip-prinsip Tasawuf memengaruhi strategi bisnis di antara para pelaku UMKM di Pasar Kaget 46 Palasari Cibiru, Kota Bandung. Kesunyian pengetahuan ini menghambat pemahaman komprehensif tentang peran dimensi spiritual dan pertimbangan etis yang berasal dari Tasawuf dalam membentuk keputusan dan operasi bisnis dalam konteks pasar yang unik ini.

Oleh karena itu, investigasi menyeluruh terhadap potret nilai-nilai Tasawuf dalam strategi kewirausahaan yang diadopsi oleh para pemangku kepentingan UMKM di Pasar Kaget 46 Palasari Cibiru, Kota Bandung, sangatlah penting. Penelitian semacam ini tidak hanya akan menjelaskan signifikansi dimensi spiritual dalam perilaku bisnis, tetapi juga akan memberikan wawasan tentang peningkatan potensial praktik kewirausahaan yang berakar pada prinsip-prinsip Islam. Sebagai hasilnya, penelitian ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan ini dengan menyediakan pemahaman yang nuansa tentang keterkaitan Tasawuf dan kewirausahaan dalam konteks spesifik Pasar Kaget 46 Palasari Cibiru, Kota Bandung.

G. Hasil Penelitian Terdahulu

Hingga saat ini, peneliti belum menemukan karya ilmiah berupa skripsi yang relevan dengan tema penelitian ini melalui penelusuran literatur. Namun, terdapat beberapa jurnal dan literatur yang memiliki kesamaan tema dengan penelitian ini dan diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam penyusunan karya ilmiah ini, antara lain:

1. Dalam jurnal *Jouspi* Vol. 2 No. 1 tahun 2022 yang diteliti oleh Shochifah Diyah Puspitasari yang berjudul “*Tasawuf Entrepreneurship* dalam Pengelolaan Desa Wisata Sembungan-Dieng” dalam jurnal ini menjelaskan tentang konsep *Tasawuf Entrepreneurship* yakni *takhalli*, *tahalli*, dan *tajalli*.

Yang diterapkan untuk mewujudkan kesejahteraan bersama di Desa Wisata Sembungan Dieng.

2. Dalam jurnal An-Nisbah Vol. 03, No. 02, April 2017 yang ditulis oleh Labib Muzaki Shobir yang berjudul “*Tasawuf Entrepreneurship: Membangun Etika Kewirausahaan Berbasis Prophetic intelligence*” dalam jurnal ini merujuk pada bagaimana konsep tasawuf, atau mistisisme Islam, digabungkan dengan bidang kewirausahaan. Pada dasarnya, jurnal ini lebih mengintegrasikan moralitas, etika, dan prinsip spiritual dari ajaran tasawuf ke dalam dunia bisnis dan kewirausahaan. Ide dasarnya adalah untuk membuat pendekatan dan etika bisnis yang berkelanjutan dan bermakna dengan menerapkan prinsip-prinsip tasawuf. (Shobir, 2017)
3. Dalam jurnal SUHUF, Vol. 30, No.2, November 2018 yang ditulis oleh Dian Andriyani yang berjudul “Maqam-Maqam dalam Tasawuf, Relevansinya dengan Keilmuan dan Etos Kerja” jurnal ini membahas mengenai perjalanan maqam-maqam dalam tasawuf yang memiliki kaitannya dengan etos kerja seseorang. Dengan menerapkan maqam dalam tasawuf seseorang akan mengedepankan ketauhidan dalam menjalankan pekerjaannya, sehingga seseorang itu tidak mudah menyerah dan senantiasa pasrah pada Allah SWT.
4. Dalam Disertasi yang ditulis oleh Sutono yang berjudul “*Islamic Spiritual Entrepreneurship Dalam Menumbuhkan Kesejahteraan Masyarakat Pesisir*”. Penelitian ini mengulas mengenai ragam kewirausahaan dan pelaku bisnis yang secara konsisten mengorientasikan kegiatan kewirausahaannya pada nilai-nilai spiritual atau konsep kewirausahaan spiritual. Perilaku para pelaku bisnis ini mencakup sikap yakin dan berani mengambil resiko, amanah, jujur, yakin dan tawakkal serta memiliki kepekaan sosial yang tinggi pada lingkungan sekitar.

