

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Negara Kesatuan Republik Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha, pada tahun 2023 pelaku usaha UMKM mencapai sekitar 66 juta.¹

Tabel 1. 1 Data UMKM Indonesia 2019-2023

Tahun	2018	2019	2020	2021	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64,19	65,47	64	65,46	66
Pertumbuhan		1,98%	-2,24%	2,28%	1,52%

Sumber: KADIN Indonesia. (2023)

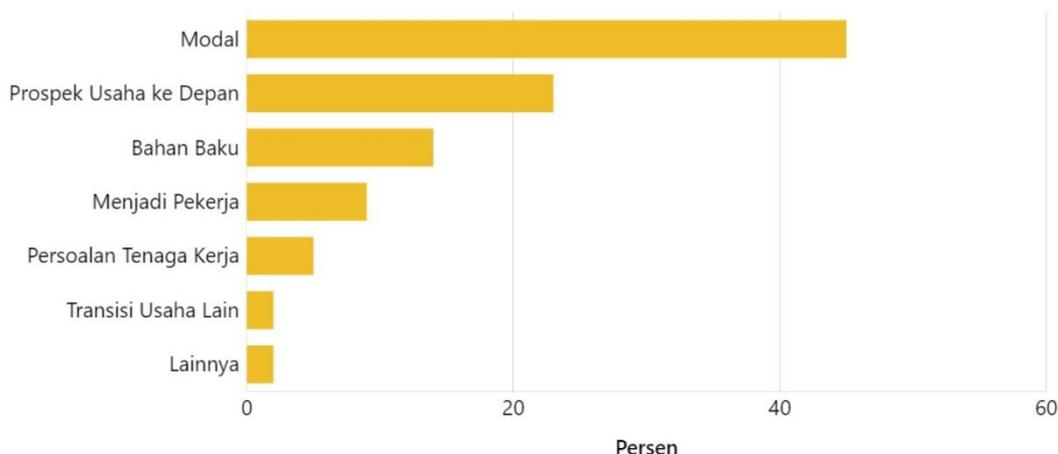
Kontribusi UMKM mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp9.580 triliun. UMKM menyerap sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja.² Namun, keberlanjutan UMKM seringkali menghadapi tantangan yang signifikan, seperti kesulitan akses modal, rendahnya literasi keuangan, dan tantangan pasar yang dinamis. Menurut hasil riset Mandiri Institute yang dilakukan secara online terhadap 505 pelaku UMKM di Indonesia yang dilakukan pada Maret-April 2021 ini bertujuan melihat kondisi UMKM pasca pandemi COVID-19 terjadi, hasil survey tersebut menunjukkan masih ada 7,1% pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia yang berhenti beroperasi pada Maret-April 2021.

Faktor utama para pelaku UMKM tersebut menutup usahanya karena masalah permodalan. Hal itu sebagaimana dinyatakan oleh 45% responden, yang ditampilkan pada gambar 1 dibawah ini.³

¹ Kamar Dagang Indonesia, "UMKM Indonesia," Kamar Dagang Indonesia, 2023, <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>.

² Kemenke, "Ini Upaya Pemerintah Jaga Peran UMKM Sebagai Tulang Punggung Perekonomian," Kementerian Keuangan RI, 2022, <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Ini-Upaya-Pemerintah-Jaga-Peran-UMKM>.

³ Mandiri Institute, "Sederet Penyebab UMKM Tutup Usaha Pada Awal Kuartal II-2021," Mandiri Institute, 2024, <https://mandiri-research.ipa.bankmandiri.co.id/>.



Gambar 1. 1 Alasan UMKM Menutup Bisnisnya pada Maret-April 2021

Sumber: Mandiri Institute, 2021, diolah.

Berdasarkan hasil survey di atas, terdapat temuan yang menyoroti bahwa modal finansial menjadi tantangan terbesar dalam keberlanjutan UMKM di Indonesia disaat pasca krisis telah terjadi. Kekurangan modal tidak hanya bisa menghambat operasional sehari-hari tetapi juga menghalangi inovasi dan ekspansi yang penting untuk ketahanan bisnis. Tanpa akses modal yang memadai, UMKM kesulitan dalam mendapatkan bahan baku, memenuhi permintaan pasar, dan menjaga kelangsungan bisnis. Selain itu, faktor lain seperti prospek usaha yang suram dan persoalan tenaga kerja juga memperburuk situasi, namun modal tetap menjadi inti permasalahan. Modal yang cukup memungkinkan UMKM untuk bertahan dari guncangan ekonomi, beradaptasi dengan perubahan pasar, dan berkembang secara berkelanjutan. Oleh karena itu, meningkatkan akses modal bagi UMKM adalah kunci untuk memperkuat ketahanan bisnis dan memastikan kontribusi mereka yang berkelanjutan terhadap perekonomian Indonesia.

Tolok ukur keberhasilan seorang *Founder* dalam bisnisnya dapat dilihat dari strateginya dalam mempertahankan keberlanjutan bisnisnya dalam target jangka panjang (*Sustainable Competitive Advantage*.)⁴ Bisnis yang dapat mencapai momentum *Sustainable Competitive Advantage* (SCA) mayoritas dalam pengelolaannya memiliki sumber daya yang berharga, langka, tidak dapat ditiru

⁴ Kinichi Ohmae, *The Mind of The Strategist, Business Planning for Competitive Advantage* (Tokyo: Penquin Book, 2012).

atau atribut yang tidak dapat disubstitusikan.⁵ Menurut hasil riset, sumber daya manusia dan kapabilitas positioning (*capability position*) menunjukkan hasil hubungan positif terkait *capability position* pada tingkat SCA.⁶ Perihal tersebut juga selaras dan didukung konsisten dengan proposisi *resource best view* (RBV) yang menyatakan bahwa sebuah organisasi perusahaan yang terbukti dapat *Sustainable Competitive Advantage* muncul dari sumber daya yang spesifik dan mempunyai (*superior capabilities*) kemampuan unggul.⁷ *Sustainable Competitive Advantage* perusahaan tercapai melalui posisi sumber daya dan kapabilitasnya yang selaras, sedangkan istilah *competitive advantage* perusahaan bisa dicapai melalui posisi pasar. Jika posisi pasar lemah, akan mempengaruhi hasil *competitive advantage* perusahaan, sehingga membuat rentan terhadap modal yang tidak mencukupi untuk mengakumulasi sumber daya dan kemampuan untuk dapat *Sustainable Competitive Advantage*.

Alat bantu kerja strategi bisnis yang tersedia saat ini seperti, “*Business Model Canvas*” (BMC) yang dibuat oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur dalam buku mereka yang berjudul “*Business Model Generation*” pada tahun 2010⁸ dan buku yang berjudul “*Running Lean*” karya Ash Maurya, yang didalamnya ada inovasi alat bantu kerja “Lean Canvas” yang menurutnya lebih cocok dan lebih efektif digunakan dalam skala usaha yang baru dirintis.⁹

Dari kedua alat bantu kerja BMC dan Lean Canvas, menurut analisa peneliti kurang ideal bila digunakan sebagai rujukan pada level individu yang baru mau memulai bisnis, terutama pada konteks individu kalangan menengah ke bawah (berpenghasilan rendah) karena di dalam BMC dan Lean Canvas memberikan sebuah standar pada bidang *Cost Structure* (struktur biaya) yang mengintruksikan agar memiliki persediaan modal uang atau aset untuk dikelola dalam perencanaan

⁵ Jay Barney, “Firm Resources and Sustained Competitive Advantage,” *Journal of Management* 17, no. 1 (March 1991): 99–120, <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>.

⁶ Kuo-Feng Huang et al., “From Temporary Competitive Advantage to *Sustainable Competitive Advantage*,” *British Journal of Management* 26, no. 4 (October 2015): 617–36, <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12104>.

⁷ Jay Barney, *Gaining and Sustaining Competitive Advantage* (Massachusetts: Book-Addison-Wesley Pub. Co., 1997).

⁸ Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*, vol. 1 (John Wiley & Sons, 2010).

⁹ Osterwalder and Pigneur, *Business Model Generation*.

bisnis yang akan dibuat tersebut, terlebih lagi dinamika yang terjadi pada mayoritas kalangan menengah bawah masyarakat Indonesia, seringkali modal bisnis juga menjadi modal untuk hidup sehari-hari, dan begitupun sebaliknya modal hidup sehari-hari dijadikan modal untuk berbisnis. Ketika paradigma berpikir individu kekurangan ilmu bisnis yang secara tidak langsung menyebabkan berpikir negatif, seperti:¹⁰

- a. Jika tidak ada modal uang yang cukup, pertanda bisnis tersebut belum bisa dijalankan,
- b. Jika proyeksi BEP atau *Payback Period* terlalu lama akan dianggap bisnis tersebut kurang layak.

Ketika pemikiran negatif seperti itu masih berada di dalam pola berpikir seorang pengusaha, diduga kuat munculnya solusi instan untuk menemukan modal dengan cara berhutang ataupun menjual asset yang tersisa untuk bekal modal usaha tersebut. Sementara memulai bisnis dengan menjual asset dan berhutang dapat menyebabkan kemunduran bisnis ketika tidak diimbangi dengan ilmu bisnis yang mumpuni.¹¹

Peneliti menemukan gagasan pemikiran yang menarik didalam buku yang berjudul "*Islam and the Path to Human and Economic Development*" oleh Abbas Mirakhor dan Hossein Askari. Buku ini mengkritik pendekatan pembangunan yang terkait dengan teori klasik Adam Smith dan teori pertumbuhan abad ke-20 dari perspektif Islam. Mereka menekankan bahwa pembangunan tidak hanya harus diukur dalam istilah kemajuan material, tetapi juga dalam istilah perkembangan pribadi dan pengakuan tanggung jawab sosial serta akuntabilitas kepada Tuhan YME. Mereka memunculkan pendekatan baru dalam mengkonseptualisasikan paradigma ajaran agama dalam meningkatkan kemandirian perusahaan, yang lebih autentik dengan menggunakan ajaran Islam sebagai dasarnya untuk pembangunan budaya organisasi dan masyarakat. Mirakhor dan Askari menggabungkan pengetahuan mendalam tentang teori ekonomi dan sosial dengan wawasan moral

¹⁰ Retno Lestari, Heni Dwi Windarwati, and Ridhoyanti Hidayah, *The Power of Digital Resilience: Transformasi Berpikir Kritis Dan Penguatan Kesehatan Mental Emosional Di Era Disrupsi* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2023), 67.

¹¹ Kriswanto Widiawan, *Karakteristik Pengusaha Yang Bangkit Setelah Gagal* (CV. AZKA PUSTAKA, 2024), 44.

dan spiritual Islam untuk mengembangkan pemahaman alternatif tentang sifat, makna, dan tujuan pembangunan ekonomi. Mereka mengklaim bahwa agama Islam menyediakan kerangka kerja yang koheren dan komprehensif untuk membangun masyarakat yang berfungsi dengan baik, dengan akumulasi non modal materil yaitu modal fisik (keahlian) dan inovasi teknologi yang berkelanjutan. Mirakhor dan Askari mengeksplorasi berbagai bentuk kelembagaan dalam Islam, mulai dari yang tercantum dalam Quran dan kehidupan serta contoh Nabi Muhammad SAW, hingga bentuk kontemporer. Mereka memberikan peta jalan untuk pembangunan yang mencakup domain ekonomi dan manusia bagi masyarakat Muslim modern, secara tegas mereka mengklaim bahwa menerapkan pemikiran ekonomi Islam yang holistik, seperti menggunakan kerangka kelembagaan yang didasarkan pada Quran dan Nabi, tujuan pembangunan manusia dan harmoni sosial dapat dicapai, yang akan mengurangi biaya transaksi dan kebutuhan birokrasi yang besar (sumber efisiensi permodalan).¹²

Keadaan semakin kurang kondusif bagi para pengusaha yang kekurangan modal dan ingin mengajukan pinjaman dana untuk pengembangan usaha, ketika terbitnya Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang “Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah” (PP UMKM) yang telah diterbitkan oleh pemerintah bersama 48 peraturan pelaksana lainnya dari Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (UU Cipta Kerja) pada 16 Februari 2021. PP UMKM tersebut mengubah beberapa ketentuan yang sebelumnya telah diatur di dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UU UMKM). Salah satunya adalah aturan terkait karakteristik jumlah asset dan modal UMKM itu sendiri.¹³

Kriteria UMKM yang baru diatur di dalam Pasal 35 hingga Pasal 36 PP UMKM. Berdasarkan pasal tersebut, UMKM dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Kriteria modal usaha digunakan untuk

¹² Mirakhor, Abbas, and Askari Hossein, *Islam and the Path to Human and Economic Development* (Palgrave Macmillan, 2010).

¹³ Presiden Republik Indonesia, “PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 7 TAHUN 2021 TENTANG KEMUDAHAN, PELINDUNGAN, DAN PEMBERDAYAAN KOPERASI DAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH,” 7 § (2021).

pendirian atau pendaftaran kegiatan UMKM yang didirikan setelah PP UMKM berlaku. Berikut kriteria UMKM dalam Pasal 36 UU UMKM diatur berbeda secara signifikan dalam PP UMKM. Sebagai perbandingan, berikut ini adalah perbedaannya:

Tabel 1. 2 Perbedaan standarisasi skala UMKM UU 2008 dan PP 2021

INDIKATOR	UU UMKM 2008	PP UMKM 2021
Pengelompokan UMKM	UMKM dikelompokkan berdasarkan kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan. Kekayaan bersih ialah jumlah aset setelah di kurangi dengan hutang atau kewajiban.	UMKM dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Modal usaha merupakan modal sendiri dan modal pinjaman untuk menjalankan kegiatan usaha.
Kekayaan Bersih atau Modal Usaha	<ol style="list-style-type: none"> 1.Usaha Mikro: paling banyak Rp50 juta. 2.Usaha Kecil: lebih dari Rp50 juta dan paling banyak Rp500 juta. 3.Usaha Menengah: lebih dari Rp500 juta dan paling banyak Rp10 miliar. Diluar tanah dan bangunan tempat usaha. 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Usaha Mikro: paling banyak Rp1 miliar 2.Usaha Kecil: lebih dari Rp1 miliar dan paling banyak Rp5 miliar. 3.Usaha Menengah: lebih dari Rp5miliar dan paling banyak Rp10miliar. Diluar tanah dan bangunan tempat usaha.
Hasil Penjualan Tahunan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Usaha Mikro: paling banyak Rp300 juta. 2. Usaha Kecil: lebih dari Rp300 juta dan paling banyak Rp2,5 miliar. 3. Usaha Menengah: lebih dari Rp2,5 miliar dan paling banyak Rp50 miliar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Usaha Mikro: paling banyak Rp2 miliar. 2. Usaha Kecil: lebih dari Rp2 miliar dan paling banyak Rp15miliar. 3. Usaha Menengah: lebih dari Rp15miliar dan paling banyak Rp50miliar

Sumber: jdih.setkab.go.id, 2024, diolah.

Berdasarkan penjelasan tabel 1.2 di atas, secara tidak langsung dampak yang di hasilkan terkait adanya perubahan kategori, antara lain:¹⁴

- a. Mempengaruhi akses UMKM terhadap skema pembiayaan tertentu,
- b. Bisnis yang naik kelas mungkin menghadapi syarat pembiayaan yang lebih ketat atau berbeda yang bisa menjadi tantangan baru,
- c. Perubahan kriteria dapat mengharuskan usaha untuk berinvestasi lebih dalam peningkatan kapasitas dan efisiensi, yang bisa menjadi beban finansial dan operasional bagi banyak UMKM,
- d. Perubahan regulasi yang signifikan dapat menciptakan ketidakpastian bagi pelaku usaha dalam proses pengajuan pinjaman kredit usaha.
- e. Ketidakpastian ini dapat menghambat rencana jangka panjang dan keputusan investasi, yang pada gilirannya berdampak negatif pada stabilitas dan keberlanjutan usaha.

Meskipun perubahan dalam standarisasi skala UMKM dimaksudkan untuk memperluas dukungan dan peluang bagi usaha kecil dan menengah, ada beberapa dampak negatif yang harus diwaspadai. Bisnis perlu melakukan penyesuaian yang signifikan untuk mematuhi aturan baru, yang dapat menjadi tantangan besar bagi keberlanjutan dan pertumbuhan mereka.¹⁵ Oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan pemangku kepentingan terkait untuk menyediakan dukungan tambahan dan panduan yang jelas untuk membantu UMKM dalam masa transisi tersebut.

Beberapa peneliti telah menyarankan bahwa faktor yang paling penting untuk mencapai *Sustainable Competitive Advantage* adalah dengan meningkatkan kemampuan beradaptasi, adaptasi usaha diperlukan dengan model pengembangan baru untuk menghadapi berbagai perubahan dan dimasukkan dalam strategi usaha mikro terhadap pengambil keputusan bisnis yang dicerminkan oleh perubahan sikap, budaya dan minat dari wirausahawan, serta disinyalir karena mereka terikat kuantiti sumber daya manusia untuk menunjang *Sustainable Competitive*

¹⁴ B. Lena Nuryanti Sastradinata, *Strategi UMKM Dan Bisnis Kreatif* (Bumi Aksara, 2024), 57.

¹⁵ M. Teddy Kurniawan et al., "Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis Untuk Umkm Nasi Goreng (Nasgor In): Menuju Kesuksesan Kesuksesan Dalam Industri Kuliner," *Jurnal Media Akademik (JMA)* 2, no. 4 (2024): 87.

Advantage dalam organisasi.¹⁶ Perubahan lingkungan yang kompleks dan tak terduga dalam keberlanjutan harus dilewati dan beradaptasi kembali secara dinamis dari waktu ke waktu.¹⁷

Dalam membangun dan mengembangkan organisasi yang mampu beradaptasi dalam lingkungan operasi yang dinamis adalah kompetensi penting dari pemimpin organisasi dan fungsi penting dari organisasi yang sukses. Pemimpin usaha (*entrepreneur*) harus mengembangkan kemampuan beradaptasi bagi organisasinya melalui pembinaan yang mendukung, menerima dan mengambil risiko secara bijaksana, menerima ide-ide baru, kolaborasi, menghargai kemampuan beradaptasi individu menjadi bagian dari budaya organisasi.¹⁸

Seorang wirausaha yang memiliki keunggulan sumber daya, dapat memaksimalkan usahanya, antara lain keunggulan daya potensi kecerdasan ukhrowi dan duniawi dalam mengambil kebijakan bisnis. Namun, dalam senyatanya kebijakan dan keputusan yang diambil kebanyakan para *Founder* bisnis cenderung mengedepankan hawa nafsu dan sifat tamak ingin cepat kaya dan untung banyak, seperti masyarakat kapitalis yang memiliki prinsip, modal bisnis sekecil-kecilnya dan harus mendapatkan untung sebesar-besarnya¹⁹, sehingga seringkali bisnis yang mereka jalankan dipaksa untuk jalan dulu, sedangkan bobot ilmunya disepelekan sambil berjalannya bisnis tersebut.

Terkait proses pengembangan bisnis dalam konteks menjalankan prosesnya sesuai tuntunan agama Islam, seorang *Islamic entrepreneur* sebaiknya dalam memandang dan menilai potensi masalah halal dan haram atau aspek kemaslahatan sesuatu hal dalam kegiatan proses bisnis, tidaklah di anjurkan jika tidak disandarkan oleh ilmu. Berikut di bawah ini beberapa penjelasan ayat Al-Quran dan Ijtihad para ulama terkait pentingnya para pebisnis Islam yang akan turun kepasar untuk berilmu terdahulu:

¹⁶ Douglas W.S. Renwick et al., "Contemporary Developments in Green (Environmental) HRM Scholarship," *The International Journal of Human Resource Management* 27, no. 2 (January 19, 2016): 114–28, <https://doi.org/10.1080/09585192.2015.1105844>.

¹⁷ Tobias Hahn et al., "Tensions in Corporate Sustainability: Towards an Integrative Framework," *Journal of Business Ethics* 127, no. 2 (March 2015): 297–316, <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2047-5>.

¹⁸ Steven A. Boylan and Kenneth A. Turner, "Developing Organizational Adaptability for Complex Environment," *Journal of Leadership Education* 16, no. 2 (2017): 183–98.

¹⁹ Rudy Haryanto, "SISTEM EKONOMI (Kajian Komparatif Antara Sistem Ekonomi Kapitalis Dan Islâm)," *AL-IHKAM: Jurnal Hukum & Pranata Sosial* 3, no. 1 (2008): 63–80.

Allah Ta'ala berfirman dalam Al-Quran surat Al-Isra ayat 36:

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

Janganlah engkau mengikuti sesuatu yang tidak kau ketahui. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan, dan hati nurani, semua itu akan diminta pertanggungjawabannya.²⁰

Dari penjelasan ayat di atas, Ibnu Katsir menjelaskan:

أَنَّ اللَّهَ تَعَالَى نَهَى عَنِ الْقَوْلِ بِإِلَّا عِلْمٍ بَلْ بِالظَّنِّ الَّذِي هُوَ التَّوَهُّمُ وَالْحَيَالُ

Allah Ta'ala melarang untuk bicara tanpa ilmu, yaitu bicara dengan sekedar sangkaan yang merupakan kerancuan dan khayalan²¹

Sikap yang benar sebaiknya memiliki pandangan bahwa, ilmu dulu pemikiran individu pebisnis terkait fikih muamalahnya, baru setelah itu mengeksekusi usaha sesuai dengan tuntunan agama, agar tidak terjadi ketimpangan sosial dalam proses berniaga. Sahabat Nabi yang mulia, Umar bin Khathab, bahkan mengatakan:

لَا يَبِيعُ فِي سُوقِنَا إِلَّا مَنْ قَدْ تَفَقَّهَ فِي الدِّينِ

Tidak boleh berjual-beli di pasar kami, kecuali orang yang paham fikih (dalam jual-beli).²²

Imam Al-Nawawi mengatakan:

وَأَمَّا الْبَيْعُ وَالنِّكَاحُ وَشِبْهُهُمَا مِمَّا لَا يَجِبُ أَصْلُهُ فَيَحْرُمُ الْإِقْدَامَ عَلَيْهِ إِلَّا بَعْدَ مَعْرِفَةِ شَرْطِهِ

Adapun masalah jual beli, nikah dan yang mirip dengan keduanya, yang hukum asalnya tidak wajib, maka haram melakukannya kecuali setelah mengetahui syarat-syaratnya.²³

²⁰ Sunaryo, dkk, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Jakarta: Depag RI, 2015), 285.

²¹ Al-Imam Abul Fida Isma'il Ibnu Katsir Dimasyqi, *Tafsir Ibnu Katsir Juz 15, Terjemah Arab-Indonesia* (Bandung: Sinar Baru al-Gensindo, 2002).

²² Tirmidzi and Bin Muhammad Isa, *Kitab Sunan At-Tirmidzi No. 487, Cet. Ke-2* (Riyadh: Maktabah al-Ma'aarif Linnasyri Wattauzi', 2008).

²³ Al-Auqof Kuwaitiyah, "Al-Mausu'ah Al-Fiqhiyah Al-Kuwaitiyah," *Beirut: Darul Kutub al Ilmiyah*, 2020.

Ibnu ‘Abidin juga mengatakan:

وَفَرَضَ عَلَى كُلِّ مُكَلَّفٍ وَمُكَلَّفَةٍ بَعْدَ تَعَلُّمِهِمَا عِلْمَ الدِّينِ وَالْهِدَايَةَ، تَعَلُّمَ عِلْمِ الوُضُوءِ وَالْغُسْلِ وَالصَّلَاةِ
وَالصَّوْمِ وَعِلْمِ الرِّكَاتِ لِمَنْ لَهُ نِصَابٌ، وَالْحِجَّ لِمَنْ وَجِبَ عَلَيْهِ، وَالْبَيْعَ عَلَى التُّجَّارِ لِيَحْتَرِزُوا عَنِ
الشُّبُهَاتِ وَالْمَكْرُوهَاتِ فِي سَائِرِ الْمُعَامَلَاتِ، وَكَذَا أَهْلَ الْحِرْفِ

Bagi setiap mukallaf laki-laki maupun wanita setelah ia belajar tentang ilmu agama dan hidayah, wajib bagi mereka untuk belajar ilmu tentang wudhu, mandi, shalat, puasa zakat, nisab-nisabnya. Juga belajar tentang haji dan siapa yang wajib haji. Juga bagi para pedagang, wajib belajar tentang jual-beli, agar mereka terhindar dari syubhat dan perkara-perkara yang makruh dalam semua muamalah. Demikian juga para pekerja.²⁴

Para pengusaha dan para praktisi usaha harus berilmu tentang fikih muamalah sebelum menjalankannya, agar terhindar dari riba dan muamalah-muamalah yang diharamkan, Ali bin Abi Thalib juga pernah mengatakan:

مَنْ تَجَرَ قَبْلَ أَنْ يَتَفَقَّهَ ارْتَبَطَ فِي الرِّبَا ثُمَّ ارْتَبَطَ ثُمَّ ارْتَبَطَ أَيَّ وَقَعَ فِي الرِّبَا

Siapa saja yang berjual-beli sebelum mengilmui fikih jual-beli, maka ia akan terjerumus dalam riba, semakin terjerumus, dan semakin terjerumus.²⁵

Demikian juga, sebagaimana dijelaskan oleh Ibnu Abidin di atas, agar terhindar dari perkara-perkara yang syubhat dan dimakruhkan dalam jual-beli. Namun tidak harus semua unsur fiqih muamalah harus khatam dahulu semuanya. jadi yang wajib dipelajari adalah bab-bab fikih jual beli yang terkait dengan usahanya. Sampai ia bisa menjalankan hal-hal yang wajib dan terhindar dari perkara-perkara yang haram dalam usahanya.²⁶

Imam Al Ghazali berkata:

لَوْ كَانَ هَذَا الْمُسْلِمُ تَاجِرًا وَقَدْ شَاعَ فِي الْبَلَدِ مُعَامَلَةُ الرِّبَا وَجِبَ عَلَيْهِ تَعَلُّمُ الْحَدَرِ مِنَ الرِّبَا وَهَذَا هُوَ
الْحَقُّ فِي الْعِلْمِ الَّذِي هُوَ فَرَضٌ عَيْنٍ وَمَعْنَاهُ الْعِلْمُ بِكَيْفِيَّةِ الْعَمَلِ الْوَاجِبِ

²⁴ Kuwaitiyah, “Al-Mausu’ah Al-Fiqhiyah Al-Kuwaitiyah,” hal. 294.

²⁵ Al Darimi, *Al-Buyu’ Bab Al-Tahdzir Min Ar-Riba Hadits Nomor 2994*, n.d.

²⁶ Y.B an Nawawi, *Mughni al Muhtaj Ila Ma’rifati Ma’ani Alfadz al Minhaj, Cet.1., Jilid. 2* (Beirut: Dar al Fikr, 1998), 22.

Andaikan seorang Muslim hidup di negeri yang tersebar riba di dalamnya, maka wajib baginya mempelajari ilmu yang menghindarkan dirinya dari riba. Inilah pendapat yang tepat tentang ilmu apa yang termasuk fardhu 'ain. Yaitu, ilmu yang cukup untuk membuat ia menjalankan kewajiban (agama).²⁷

Dari beberapa ayat Al-Quran dan hasil ijtihad pemikiran para alim ulama Islam terdahulu melalui kitab-kitabnya tersebut, dapat dipahami bahwa melakukan sesuatu hal apapun jika tanpa kompetensi dan ilmu yang relevan akan mengakibatkan kemudharatan (merugikan), terlebih lagi apabila seorang entrepreneur Islam membuat keputusan untuk memulai dan menjalankan bisnis, tentulah akan terjerat tipu daya yang merugikan (orientasi uang) apabila tidak memahami perihal fiqih muamalah.

Dalam kesempatan riset ini, peneliti menemukan fenomena unik lainnya terkait *Sustainable Competitive Advantage* pada usaha mikro melalui hasil observasi peneliti terhadap 2 channel youtube yang spesialis mewawancarai para entrepreneur yang sukses berkelanjutan di Indonesia. Berikut di bawah ini 2 channel tersebut dan hasil coding transkrip kata kunci di setiap momen wawancara berlangsung:



²⁷ Ghazali, *Ihya' Ulumuddin, Jilid I* (Beirut-Libanon: Darul Kitab, n.d.).

Tabel 1. 3 Tabulasi Observasi Terkait Temuan Fenomena “SCA”

No	Nama Channel YT	Statistik Channel	Jumlah Playlist Vidio	Vidio yang di Observasi	Kata Kunci 5 Teratas
1	Capcapung 	Beridir sejak 27 february 2015 dan Per tanggal 24/5/2024 sudah ditonton keseluruhan vidio rata-rata 221.483.390 kali ditonton	254 vidio (rata-rata durasi 10 menit ++) Total Subscriber 1,81 Juta akun	50	<ol style="list-style-type: none"> 1. Degradasi mentalitas dan mindset mendasari bangkitnya sisi spiritualitas diri. 2. Bangkit dengan modal uang seadanya, bahkan di beberapa situasi tanpa modal uang sedikitpun. 3. Memperbaiki bisnis dengan menyesuaikan permintaan pasar. 4. Tidak panik ataupun takut kehilangan rejeki, ketika banyak pesaing di bisnis yang sama, karena meyakini bahwa ikhtiar dan doa tidak akan mengkhianati hasil.
2	 Pecah Telur	Berdiri sejak 28 Desember 2020 dan Per tanggal 24/5/2024 sudah ditonton keseluruhan vidio rata-rata 131.252.686 kali ditonton.	756 vidio (rata-rata durasi 30 menit ++) Total Subscriber 1,02 Juta akun	100	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebangkrutan bisnis yang disebabkan penipuan ataupun kurangnya ilmu bisnis, menjadi motivasi utama dalam membangkitkan spiritualitas diri. 2. Hutang yang menumpuk, tanpa modal uang untuk memulai usaha, namun bisa bangkit dengan modal keahlian diri. 3. Memprioritaskan kebutuhan pasar dari pada idealism bisnis. 4. Potensi daya saing keberlanjutan bisnis dimunculkan dari niat yang tulus dan ketergantungan dengan Tuhan YME.

Sumber: Hasil penelitian, diolah, 2024.

Peneliti secara marathon menonton channel youtube “capcapung” dan “pecah telur” total video yang disaksikan total 150 vidio yang ditempuh peneliti selama 120 hari, dengan minimal 1 hari menyaksikan 1-2 vidio dari salah satu

channel tersebut. Dari jejak tabulasi di atas, ada temuan yang menarik dan unik yang ditemukan peneliti melalui visual pernyataan suara dari para narasumber dan melalui transkrip otomatis yang disediakan aplikasi youtube.

Peneliti semakin tertarik karena ada terlihat mayoritas kesamaan kodifikasi jawaban narasumber dari wawancara di 2 saluran yang berlangsung tersebut. Seperti korelasi dari dimensi kebangkitan spiritual (*Spiritual Awakening*), orientasi pasar (*Market Orientation*) dan modal bisnis (*Business Capital*) dalam menjadi jawaban terkait apa saja rahasianya untuk bisa mendirikan atau mengembangkan bisnis dari level mikro kemudian naik level di kelas menengah, hingga bisa tetap *Sustainable* dari tahun ke tahun. Secara tidak langsung dari pernyataan narasumber yang mayoritas besar beragama Islam, mampu memberikan kesamaan persepsi bahwa ada “*Invisible Hand*” yang secara tidak langsung dirasakan mayoritas narasumber membantu memperlancar target bisnisnya dari arah yang tidak di sangka-sangka.

Dari pernyataan tersebut, peneliti menemukan kesamaan dengan isi dari kitab Al-quran pada surah Al-Hadid ayat 22-24:

مَا أَصَابَ مِنْ مُصِيبَةٍ فِي الْأَرْضِ وَلَا فِي أَنْفُسِكُمْ إِلَّا فِي كِتَابٍ مِّن قَبْلِ أَنْ نَبْرَأَهَا ۗ إِنَّ ذَٰلِكَ عَلَىٰ
 اللَّهِ يَسِيرٌ

Tiada suatu bencanapun yang menimpa di bumi dan (tidak pula) pada dirimu sendiri melainkan telah tertulis dalam kitab (Lauhul Mahfuzh) sebelum Kami menciptakannya. Sesungguhnya yang demikian itu adalah mudah bagi Allah.²⁸

لِكَيْلَا تَأْسَوْا عَلَىٰ مَا فَاتَكُمْ وَلَا تَفْرَحُوا بِمَا آتَاكُمْ ۗ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ

(Kami jelaskan yang demikian itu) supaya kamu jangan berduka cita terhadap apa yang luput dari kamu, dan supaya kamu jangan terlalu gembira terhadap apa yang diberikan-Nya kepadamu. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang sombong lagi membanggakan diri.²⁹

²⁸ Sunaryo, dkk, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, 541.

²⁹ Sunaryo, dkk, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, 541.

الَّذِينَ يَبْخُلُونَ وَيَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبُخْلِ ۖ وَمَنْ يَتَوَلَّ فَإِنَّ اللَّهَ هُوَ الْغَنِيُّ الْحَمِيدُ

(yaitu) orang-orang yang kikir dan menyuruh manusia berbuat kikir. Dan barangsiapa yang berpaling (dari perintah-perintah Allah) maka sesungguhnya Allah Dialah Yang Maha Kaya lagi Maha Terpuji.³⁰

Peneliti juga menemukan beberapa ayat Al-Quran yang bisa semakin memperkuat penelitian ini, yaitu antara lain dari Surat Ibrahim Ayat 11, Surat Al-Baqarah Ayat 261, Surat Al-Baqarah Ayat 265, Surat Ar-Ra'd Ayat 11, dibawah ini:

قَالَتْ هُمْ رُسُلُهُمْ إِنْ نَحْنُ إِلَّا بَشَرٌ مِّثْلُكُمْ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَمُنُّ عَلَىٰ مَنْ يَشَاءُ مِنْ عِبَادِهِ ۖ وَمَا كَانَ لَنَا أَنْ نَأْتِيَكُمْ بِسُلْطٰنٍ إِلَّا بِإِذْنِ اللَّهِ ۖ وَعَلَىٰ اللَّهِ فَلْيَتَوَكَّلِ الْمُؤْمِنُونَ

Rasul-rasul mereka berkata kepada mereka, "Kami ini hanyalah manusia seperti kamu juga, akan tetapi Allah memberi karunia kepada siapa yang Dia kehendaki di antara hamba-hamba-Nya. Dan tidak patut bagi kami mendatangkan suatu bukti kepada kamu melainkan dengan izin Allah. Dan hanya kepada Allah-lah hendaknya orang-orang mukmin bertawakkal."³¹

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سَبِيلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ ۗ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ ۗ وَاللَّهُ وَسِعَ عَلَيْهِمْ

Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir biji yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipatgandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui.³²

³⁰ Sunaryo, dkk, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, 541.

³¹ Sunaryo, dkk, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, 257.

³² Sunaryo, dkk, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, 44.

وَمَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ ابْتِغَاءَ مَرْضَاتِ اللَّهِ وَتَثْبِيْتًا مِّنْ أَنفُسِهِمْ كَمَثَلِ جَنَّةٍ بِرَبْوَةٍ أَصَابَهَا وَابِلٌ فَآتَتْ
أُكْلَهَا ضِعْفَيْنِ ۗ فَإِن لَّمْ يُصِبْهَا وَابِلٌ فَطَلٌّ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

Dan perumpamaan orang-orang yang membelanjakan hartanya karena mencari ridha Allah dan untuk keteguhan jiwa mereka, seperti sebuah kebun di dataran tinggi yang disiram oleh hujan lebat, maka kebun itu menghasilkan buahnya dua kali lipat. Jika hujan lebat tidak menyiraminya, maka (kebun itu disiram oleh) hujan gerimis. Dan Allah Maha Melihat apa yang kamu perbuat.³³

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ ۖ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ ۚ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ
وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ آلٍ

Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tidak ada yang dapat menolaknya; dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.³⁴

Beberapa ayat Al-Quran diatas, akan memperkuat keyakinan dan iman bagi para wirausaha muslim yang sedang dalam menjalankan proses bisnis di era dinamisasi pemikiran bebas yang tidak menentu ini, sehingga akan mempermudah para pelaku usaha dalam menyikapinya dengan lebih berlapang dada menyerahkan segalanya kepada sang maha pencipta yaitu, Allah Azza Wa Jalla. Kemudian apabila dikaitkan dengan teori *Sustainable Competitive Advantage* menurut Barney, yang mengungkapkan 4 (empat) indikator yang dapat diterapkan untuk menghasilkan SCA, yakni: nilai (*value*), kelangkaan (*rareness*), ketidakmampuan untuk ditiru (*inability to be imitated*), dan ketidakutuhan substitusi (*imperfect substitution*).³⁵ Mirip dengan hasil penelitian Barney, pada kesempatan riset lainnya dari O'Shannassy juga menguraikan sumber daya dengan 4 (empat) atribut, yaitu: bernilai, langka, sukar ditiru, tidak ada sumber daya perusahaan lain yang bernilai

³³ Sunaryo, dkk, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, 47.

³⁴ Sunaryo, dkk, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, 250.

³⁵ Barney, "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage."

ekuivalen secara strategis; dan sumber daya strategi membantu perusahaan mencapai dan mempertahankan SCA.³⁶

Berdasarkan penelitian pendukung lainnya, Hoffman telah menekankan esensial dari sumber daya tak berwujud untuk meraih SCA. Aset-aset tak berwujud yang eksternal bagi perusahaan telah menjadi sumber dan dapat sangat berkontribusi untuk memberikan hasil dan selanjutnya SCA.³⁷ *Competitive Advantage* yang bertahan lama (*persistent competitive advantage*) diciptakan dari pengakuan atas kelangkaan sumber daya alam dan kebutuhan untuk mengurangi penggunaan sumber daya ini dan sisa yang di hasilkan dari aktifitas bisnis menjadi kebermaknaan utama bagi pengembangan kapabilitas dan aktifitas baru.³⁸ Kedua sumber tersebut timbul sebagai akibat dari pandangan bahwa pembangunan berkelanjutan mengakibatkan perubahan terhadap lanskap persaingan dan pada gilirannya berpengaruh terhadap cara perusahaan mengembangkan sumber daya, kapabilitas, dan aktifitas.

Sumber SCA, selain modal manusia dan modal sosial, terdapat pula kapasitas psikologi atau di istilahkan dengan modal psikologi, disingkat dengan "*psycap*".³⁹ *Psycap* sebagai elemen penting dalam manajemen sumber daya manusia turut berkontribusi dalam bidang manajemen strategik. *Psycap* diyakini mampu mendorong SCA bagi keberhasilan organisasi.⁴⁰ Lahirnya *psycap* di latar belakang oleh kehendak untuk memperoleh keuntungan dan agar organisasi tetap kompetitif, sehingga perusahaan perlu mengelola talenta dan melatih para profesional untuk menjadi pimpinan dan anak buah yang lebih baik dan menjadi

³⁶ Tim O'Shannassy, "Sustainable Competitive Advantage or Temporary Competitive Advantage: Improving Understanding of an Important Strategy Construct," *Journal of Strategy and Management* 1, no. 2 (2008): 168–80.

³⁷ Nicole P. Hoffman, "An Examination of the " Sustainable Competitive Advantage" Concept: Past, Present, and Future," *Academy of Marketing Science Review* 4, no. 2000 (2000): 1–16.

³⁸ Chaminda Wijethilake and Athula Ekanayake, "Proactive Strategic Responses to Corporate Sustainability Pressures: A Sustainability Control System Framework," in *Advances in Management Accounting* (Emerald Publishing Limited, 2018), 129–73, <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/S1474-787120180000030006/full/html>.

³⁹ Brett C. Luthans, Kyle W. Luthans, and James B. Avey, "Building the Leaders of Tomorrow: The Development of Academic Psychological Capital," *Journal of Leadership & Organizational Studies* 21, no. 2 (May 2014): 191–99, <https://doi.org/10.1177/1548051813517003>.

⁴⁰ Shamas-ur-Rehman Toor and George Ofori, "Positive Psychological Capital as a Source of Sustainable Competitive Advantage for Organizations," *Journal of Construction Engineering and Management* 136, no. 3 (March 2010): 341–52, [https://doi.org/10.1061/\(ASCE\)CO.1943-7862.0000135](https://doi.org/10.1061/(ASCE)CO.1943-7862.0000135).

karyawan yang dapat berpikir inovatif dan berkontribusi terhadap pencapaian tujuan organisasi. Oleh karena itu, perusahaan dituntut mengembangkan kapasitas psikologi yang positif di antara para karyawannya.

Terkait modal “*psycap*” yang harus dimiliki seorang *Founder* bisnis (*entrepreneur*), secara tidak langsung menyelaraskan antara ilmu religiusitas dan ilmu bisnis, seperti saat kita mengalami permasalahan dan melewati masa-masa yang sulit, kita sering terpaku pada hal-hal negatif yang ada dalam diri kita. Kita cenderung mengkritik, menyalahkan diri, menganggap diri paling buruk dan tak berguna. Perasaan dan pemikiran semacam ini tidak membuat keadaan kita semakin membaik namun malah memperburuk keadaan dan sikap terbuka dan tergeraknya hati oleh penderitaan yang dialami, rasa untuk peduli dan kasih sayang pada diri sendiri, memahami tanpa menghakimi terhadap kekurangan dan kegagalan diri, menerima kelebihan dan sikap terbuka agar membuat tergeraknya hati oleh penderitaan yang dialami, rasa untuk peduli dan kasih sayang pada diri sendiri, memahami tanpa menghakimi terhadap kekurangan dan kegagalan diri, menerima kelebihan dan kekurangan serta menyadari bahwa pengalaman yang kurang lebih sama juga dialami oleh orang lain.

Berangkat dari fenomena hasil observasi virtual melalui rekaman wawancara para narasumber pelaku bisnis UMKM pada 2 (dua) channel youtube “Pecah Telur” dan “CapCapung” yang memberikan paradigma baru bahwa level spiritual *Founder* sangat mempengaruhi bisnis yang mereka jalankan untuk dapat memiliki ketahanan dan keberlanjutan jangka panjang usaha mereka. Namun mayoritas dari mereka juga mengakui bahwa ikhtiar yang mereka lakukan melalui kejelian dalam melihat peluang pasar juga memberikan dampak pada terjadinya keberlanjutan jangka panjang usahanya.

Terlepas dari semua alur tersebut, ada temuan yang cukup menarik dari hasil observasi video wawancara narasumber tersebut, seperti ada atau tidaknya modal uang atau modal materi yang cukup untuk menyelesaikan masalah keberlanjutan bisnis, asalkan kita tetap berprasangka baik dari hasil ikhtiar kita, terhadap segala ketentuan baik ataupun buruk tersebut, InsyaAllah akan ada solusi jalan keluar

muncul dari tempat yang tidak disangka-sangka.⁴¹ Sehingga jika *Founder* memiliki modal bisnis yang mumpuni atau melebihi ekspektasi tidak serta-merta memastikan bahwa usahanya tersebut dapat bertahan dan berkelanjutan lama.

Secara tidak langsung yang dipengaruhi hasil observasi digital tersebut, memperkuat munculnya gagasan untuk dapat mengecek apakah situasional gagasan tema riset tentang keberlanjutan bisnis jangka panjang usaha mikro memang ada korelasinya dengan variabel kebangkitan spiritual, orientasi pasar serta modal bisnis. Untuk memperkuat alasan penggunaan tema riset keberlanjutan bisnis jangka panjang pada UMKM ini, peneliti juga menghubungkan korelasi variable terkait, melalui eksplorasi artikel pada database Scopus, berikut dibawah ini *systematic literatur review* yang dilakukan:

Tabel 1. 4 Eksplorasi database Scopus untuk mencari research gap dan novelty

Tahapan	Proses Pencarian	Jumlah Artikel
1	Menggunakan filter: Judul artikel, abstrak ataupun keyword artikel dengan kalimat pencarian “ <i>Sustainable Competitive Advantage</i> ”	3,611 <i>documents found</i>
2	Kemudian memfilter: <ol style="list-style-type: none"> a) Subject area: Hanya pada lingkup Business, Management and Accounting, Social Sciences, Economics, Econometrics and Finance. b) Document type: Article c) Publication stage: Final Artikel d) Keyword: <i>Sustainable Competitive Advantages, Competitive Advantage, Sustainable Competitive Advantage.</i> e) Source type: Journal f) Language: Hanya aartikel ber teks English 	595 <i>documents found</i>
3	Kemudian, database 595 document tersebut di ekstrak ke dalam File jenis CSV, lalu setelahnya di upload ke software “VOS Viewer” untuk di analisis apakah ada unsur kebaharuan dan keterkaitan lainnya.	

Sumber: Hasil penelitian, 2024, diolah.

Setelah dimasukkan kedalam software *VOS Viewer*’, peneliti tidak menemukan dengan jelas keterkaitan langsung dan signifikan dapat mempengaruhi

⁴¹ Iendy Zelviean Adhari, *Korelasi Sertifikasi Halal Pada Kerberkahan Bisnis* (Penerbit Insania, 2021), 66.

Berdasarkan hasil visualisasi gambar eksplorasi menggunakan Vos Viewer, disimpulkan bahwa belum ditemukan tema "*Spiritual Awakening*", "*Market Orientation*", dan "*Business Capital*" yang secara langsung dihubungkan dengan signifikansi terhadap *Sustainable Competitive Advantage* (SCA). Visualisasi ini menunjukkan adanya celah dalam literatur yang memerlukan penelitian lebih lanjut untuk mengisi kekosongan tersebut. Oleh karena itu, peneliti merangkum semua temuan yang melatarbelakangi penelitian disertasi ini dalam sebuah tabel ringkasan research gap. Tabel ini akan menyoroti berbagai aspek yang belum terjelajahi dan bagaimana penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut.

Tahapan selanjutnya bertujuan untuk menjembatani kesenjangan tersebut dengan merangkum semua temuan terkait dalam sebuah tabel ringkasan research gap. Tabel tersebut akan membantu mengidentifikasi area spesifik yang membutuhkan penelitian lebih lanjut dan menetapkan dasar untuk studi masa depan yang lebih terfokus. Peneliti akan menggunakan metodologi yang terstruktur untuk mengeksplorasi dan menganalisis data yang ada, serta mengidentifikasi potensi hubungan antara variabel-variabel tersebut. Penelitian ini diduga kuat akan memberikan kontribusi signifikan terhadap literatur SCA dan membuka jalan untuk penelitian yang lebih mendalam di masa depan.

Tabel 1. 5 Ringkasan *Research Gap* Penelitian

Variabel	<i>Research Gap</i>	Hasil	Sumber Riset
SA to SCA	Berdasarkan hasil eksplorasi database Scopus yang sebelumnya diolah penulis, terdapat informasi pada software VOS Viewer, jika belum ditemukan penelitian yang langsung mengkorelasikan variabel <i>Spiritual Awakening</i> (individu) pada <i>Sustainable Competitive Advantage</i> bisnis. Sehingga penelitian yang ada saat ini cenderung mengaitkan dampak implementasi spiritualitas dalam lingkup organisasi dan budaya perusahaan saja.	 <p>Positif Signifikan memiliki daya saing berkelanjutan, ketika seorang Entrepreneur membangkitkan spiritualitasnya</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Fenomena dilapangan, hasil telaah vidio wawancara <i>Entrepreneur</i> pada channel “Cap Capung dan “Pecah Telur” total sebanyak 150 vidio. Mereka mengklaim, ketika mereka membangkitkan aspek spiritual dirinya sebagai sosok founder, maka memberikan kontribusi positif dalam memberikan daya saing keberlanjutan dari bisnis yang dijalankannya. 2) Danah Zohar dan Ian Marshall (2004). Dalam buku <i>‘Spiritual Capital’ Wealth We Can Live</i> (Zohar dan Marshall mengusulkan bahwa Perusahaan yang menerapkan nilai-nilai spiritualitas dalam organisasinya lebih berpeluang positif berkelanjutan dan sebaliknya jika menerapkan kapitalisme tradisional yang hanya berfokus pada keuntungan materi jangka pendek tidak berkelanjutan dan merusak). 3) Gay Hendricks dan Kate Ludeman (1996). Dalam buku <i>The Corporate Mystic: A Guidebook for Visionaries with Their Feet on the Ground</i>. (Hendricks dan Ludeman menguraikan prinsip-prinsip utama yang dapat membantu para pemimpin bisnis menjadi lebih efektif dengan terhubung secara spiritual. Ketika pemimpin bisnis yang membawa nilai-nilai spiritual ke dalam praktek bisnis sehari-hari, seperti memprioritaskan komitmen, seperti datang tepat waktu dan melaksanakan apa yang telah dijanjikan dan intuisi untuk membuat keputusan yang tidak hanya menguntungkan secara finansial tetapi juga bermanfaat bagi karyawan, masyarakat, dan lingkungan dan termasuk kejujuran, integritas, visi, serta kepedulian terhadap orang disekitar).

		<p>Positif Tidak Signifikan namun, Ketika mengimplementasikan nilai-nilai spiritualitas pada lingkungan dan budaya organisasi di Perusahaan tersebut.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Labetubun MR, Dewi IG. (2022). <i>“Organizational commitment: It’s Mediating role in the effect of human resource management practices and workplace spirituality on employee performance”</i> 2) LK Jena (2022). <i>“Does workplace spirituality lead to raising employee performance? The role of citizenship behavior and emotional intelligence”</i> 3) Castro-González S, Pérez ER (2021) <i>“Management Strategy to Achieve Competitive Advantages in Commercial Companies and Improve Productivity, Employee Loyalty and Customer Service Quality: Spirituality in the Work Environment”</i>.
MO to SCA	<p>Terdapat perbedaan hasil penelitian yang terpublikasi di jurnal internasional bereputasi terkait pengaruh variabel <i>Market Opportunity</i> pada <i>Sustainable Competitive Advantage</i>.</p>	<p>Positif Signifikan, mempengaruhi Daya saing keberlanjutan bisnis, Ketika orientasi bisnis berdasarkan kebutuhan pasar dan pelanggan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Aluisius Hery Pratono, dkk. (2019) <i>“Achieving Sustainable Competitive Advantage through green entrepreneurial orientation and Market Orientation: The role of inter-organizational learning”</i> 2) Omar Rabeea Mahdi, dkk (2021) <i>“The Business Model of Sustainable Competitive Advantage through Strategic Leadership Capabilities and Knowledge Management Processes to Overcome COVID-19 Pandemic”</i>
		<p>Positif Tidak Signifikan, menurut para peneliti tersebut, orientasi pasar adalah hal penting, namun bukan hal utama dalam proses pencapaian Daya saing keberlanjutan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) V, Tarnovskaya. (2023). <i>“Sustainability as the Source of Competitive Advantage. How Sustainable is it?”</i> 2) Qaisar Iqbal dan Noor Hazlina Ahmad (2021). <i>“Sustainable development: The colors of sustainable leadership in learning organization.”</i>

BC to SCA	Terdapat perbedaan hasil penelitian yang terpublikasi di jurnal internasional bereputasi terkait pengaruh variabel <i>Business Capital</i> pada <i>Sustainable Competitive Advantage</i>	Positif Signifikan, mempengaruhi Daya saing keberlanjutan bisnis, Ketika modal bisnis menjadi prioritas utama dalam kemunculan sumber daya yang tidak mudah ditiru.	<ol style="list-style-type: none"> 1) Mohammad Mahdi Rounaghi, dkk (2021) <i>“Implementation of strategic cost management in manufacturing companies: overcoming costs stickiness and increasing corporate sustainability”</i>. 2) Ida Farida dan Doddy Setiawan (2022) <i>“Business Strategies and Competitive Advantage: The Role of Performance and Innovation”</i>
		Positif Tidak Signifikan, menurut para peneliti tersebut, modal bisnis adalah hal penting, namun bukan hal utama dalam proses pencapaian Daya saing keberlanjutan, karena keahlian dan kemampuan founder bisnis bisa menjadi modal.	<ol style="list-style-type: none"> 1) Wanja Wellbrock, dkk (2020) <i>“Sustainability in the automotive industry, importance of and impact on automobile interior – insights from an empirical survey”</i> 2) Chunling Zhu, dkk (2018) <i>“High performance work systems and corporate performance: the influence of entrepreneurial orientation and organizational learning”</i>

Sumber: Hasil penelusuran,2024, diolah.



Dari temuan tabulasi celah penelitian pada table 1.5 di atas yang sebelumnya sudah dikaitkan peneliti pada pencitraan model keterhubungan VOS Viewer berdasarkan eksplorasi database Scopus dan hasil observasi telaah wawancara 150 video *entrepreneur* sukses di channel youtube. Sehingga peneliti mengklaim tema penelitian disertasi ini sangat menarik dan memenuhi kriteria kebaruan teori.

Dengan demikian peneliti, sangat antusias dan tertarik memberikan sumbangsih keilmuan yang lebih luas dan melakukan riset penelitian mendalam pada pengaruh tema *Spiritual Awakening*, *Business Capital*, dan *Market Orientation* dalam membentuk keunggulan berkepanjangan (SCA) pada usaha skala mikro yang ada di Indonesia, terkait perihal objek riset yang akan diteliti, peneliti memilih provinsi D.I Yogyakarta - Indonesia, karena iklim demografis D.I Yogyakarta yang cukup kondusif untuk penelitian bisnis yang berkolerasi dengan spiritual religious dan peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian agar tepat sasaran, yaitu pada Komunitas Pengusaha Muslim Indonesia cabang D.I Yogyakarta, dengan judul disertasi **“Pengaruh Kebangkitan Spiritual, Orientasi Pasar dan Modal Bisnis terhadap Daya Saing Berkelanjutan Bisnis Mikro” (Studi pada KPMI D.I Yogyakarta)**

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh *Spiritual Awakening* terhadap *Business Capital* pada usaha skala mikro di Indonesia.
2. Bagaimanakah pengaruh *Spiritual Awakening* terhadap *Sustainable Competitive Advantage* pada usaha skala mikro di Indonesia.
3. Bagaimanakah pengaruh *Spiritual Awakening* melalui *Business Capital* terhadap *Sustainable Competitive Advantage* pada usaha skala mikro di Indonesia.
4. Bagaimanakah pengaruh *Market Orientation* terhadap *Business Capital* pada usaha skala mikro di Indonesia.

5. Bagaimanakah pengaruh *Market Orientation* terhadap *Sustainable Competitive Advantage* pada usaha skala mikro di Indonesia.
6. Bagaimanakah pengaruh *Market Orientation* melalui *Business Capital* terhadap *Sustainable Competitive Advantage* pada usaha skala mikro di Indonesia.
7. Bagaimanakah pengaruh *Business Capital* terhadap *Sustainable Competitive Advantage* pada usaha skala mikro di Indonesia.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi dan rumusan masalah maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *Spiritual Awakening* terhadap *Business Capital* pada usaha skala mikro di Indonesia.
2. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *Spiritual Awakening* terhadap *Sustainable Competitive Advantage* pada usaha skala mikro di Indonesia.
3. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *Spiritual Awakening* melalui *Business Capital* terhadap *Sustainable Competitive Advantage* pada usaha skala mikro di Indonesia.
4. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *Market Orientation* terhadap *Business Capital* pada usaha skala mikro di Indonesia.
5. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *Market Orientation* terhadap *Sustainable Competitive Advantage* pada usaha skala mikro di Indonesia.
6. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *Market Orientation* melalui *Business Capital* terhadap *Sustainable Competitive Advantage* pada usaha skala mikro di Indonesia.
7. Mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *Business Capital* terhadap *Sustainable Competitive Advantage* pada usaha skala mikro di Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dikelompokkan menjadi dua yaitu kegunaan secara ilmiah dan secara praktis.

1. Manfaat Akademik

- a) Memberikan kontribusi keilmuan mengenai pengaruh *Spiritual Awakening*, *Business Capital* dan *Market Orientation* pada *Sustainable Competitive Advantage* usaha mikro di Indonesia
- b) Mengembangkan konsep *Sustainable Competitive Advantage* dengan konsep pengelolaan sumber daya manusia dari seorang *entrepreneur*.
- c) Menjadikan penelitian ini sebagai terobosan baru dan referensi penelitian selanjutnya yang mengkaji keilmuan pengelolaan bisnis pada level mikro di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi Para Wirausaha Bisnis: Mewujudkan konsep alternatif pengelolaan dan pengembangan bisnis dalam mencapai keunggulan bersaing pada level usaha mikro di Indonesia.
- b) Bagi Investor dan Pemerintah: Memberikan gambaran secara garis besar terhadap prospek dan perspektif keunggulan bersaing dari usaha mikro yang jika dikelola dengan baik akan menjanjikan dimasa depan dan mewujudkan kedaulatan bernegara akan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia yang berlandaskan ekonomi ketuhanan.

E. Hasil Penelitian Terdahulu

Di dalam menunjang penelitian ini, peneliti mengumpulkan beberapa referensi hasil penelitian terdahulu yang mendukung dan dapat membantu peneliti dalam menghasilkan sebuah karya penelitian yang relevan dan terukur dengan topik tujuan penelitian, berikut di bawah ini beberapa data tabulasi penelitian serumpun terdahulu yang dijadikan sebagai pondasi berpikir peneliti:

1) *Spiritual Awakening*

Beberapa karya, seperti "*Evolutionary Enlightenment: A New Path to Spiritual Awakening*" oleh Andrew Cohen, "*The Leap: The Psychology of Spiritual Awakening*" oleh Steve Taylor, "*When Spirit Leaps: Navigating the Process of Spiritual Awakening*" oleh Bonnie L. Grennwell, Ph.D., dan "*Essential Wholeness: Integral Psychotherapy, Spiritual Awakening and the Enneagram*" oleh Yvonne McDonell, membahas tentang kebangkitan spiritual dan dampaknya dalam

kehidupan. Mereka menggambarkan momen transformasi kesadaran dan koneksi dengan nilai-nilai spiritual dalam konteks kehidupan pribadi, menyoroti peran kebangkitan spiritual sebagai solusi untuk meningkatkan daya saing internal dan mengatasi tantangan dalam berbagai situasi, termasuk dalam dunia sosial dan penanganan depresi. Karya-karya tersebut menunjukkan bahwa ada kecenderungan Ketika seorang individu mengalami kebangkitan spiritual, maka tidak hanya berdampak pada dimensi pribadi, tetapi juga dapat menjadi landasan untuk mengoptimalkan strategi bisnis dan mempromosikan kesejahteraan mental dan emosional. Dengan memahami dan memanfaatkan kekuatan spiritual, individu di duga kuat dapat mencapai keseimbangan yang lebih baik antara kehidupan pribadi dan profesional, serta menghadapi tantangan dengan ketenangan dan keberanian yang lebih besar.

Pada buku yang berjudul *"Islam and the Path to Human and Economic Development"* karya mirakhor dan askhari, juga relevan untuk variabel spiritual awakening. Mirakhor dan Askari menggabungkan wawasan moral dan spiritual Islam untuk mengembangkan pemahaman alternatif tentang tujuan pembangunan ekonomi. Mereka mengeksplorasi berbagai bentuk kelembagaan dalam Islam yang mencakup ajaran Quran dan kehidupan Nabi Muhammad SAW, memberikan peta jalan untuk pembangunan yang mengutamakan harmoni sosial dan tujuan manusia. Ini menunjukkan bagaimana spiritual awakening dapat meningkatkan efektivitas kepemimpinan dan pembangunan organisasi.

Dalam buku *"The Corporate Mystic: A Guidebook for Visionaries with Their Feet on the Ground,"* Hendricks dan Ludeman menguraikan prinsip-prinsip utama yang dapat membantu pemimpin bisnis menjadi lebih efektif dengan terhubung secara spiritual. Mereka menekankan pentingnya nilai-nilai seperti kejujuran, integritas, dan visi dalam praktek bisnis sehari-hari. Ketika pemimpin bisnis menerapkan nilai-nilai spiritual, mereka tidak hanya membuat keputusan yang menguntungkan secara finansial tetapi juga bermanfaat bagi karyawan, masyarakat, dan lingkungan.

2) *Market Orientation*

Artikel pertama, *"The Winning Formula: How to Build Lasting and Valuable Customer Relationships via a Paid, Owned and Earned Strategy"* oleh

Allison dan Jones, diterbitkan dalam *Journal of Brand Strategy*. Mereka menekankan pentingnya fokus pada niat konsumen dan orientasi pasar dalam merancang strategi yang memonitisasi emosi untuk mencapai target pasar.

Penelitian kedua, yang berjudul "*Effect of Market-Driven Strategies on the Competitive Growth of SMEs in Lesotho*" oleh Amadasun dan Mutezo, dipublikasikan di *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. Mereka menemukan bahwa strategi yang didorong oleh pasar memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan yang kompetitif bagi usaha kecil dan menengah di Lesotho, dengan memperhatikan faktor-faktor lingkungan internal bisnis.

Penelitian ketiga berjudul "*Market Orientation and Business Performance: The Mediating Role of Total Quality Management and Service Innovation among Moslem Fashion Macro, Small and Medium Enterprises in Indonesia*" oleh Fikri, Ratnasari, Ahmi, dan Kirana, diterbitkan dalam *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. Mereka menyoroti dampak langsung dan tidak langsung dari Orientasi Pasar pada kinerja bisnis, dengan penekanan khusus pada pentingnya umpan balik pelanggan dalam memastikan keberlanjutan kinerja bisnis yang handal.

Artikel terakhir yang berjudul "*The Effect of Market Orientation as a Mediating Variable in the Relationship between Entrepreneurial Orientation and SMEs Performance*" oleh Amin, Muslim, dkk., dipublikasikan di *Nankai Business Review International*. Mereka menyoroti peran mediasi Orientasi Pasar dalam hubungannya dengan orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis, menekankan pentingnya konsistensi dalam implementasi kebijakan orientasi pasar untuk mencapai keberhasilan jangka panjang.

3) *Business Capital*

Artikel pertama dari Chirinko, R. S., Fazzari, S. M., & Meyer, A. P. (1999) - *Journal of Public Economics*: Artikel ini membahas elastisitas penggunaan biaya dalam membentuk modal bisnis. Mereka menemukan bahwa hasilnya bergantung pada spesifikasi dan teknik ekonometrik yang digunakan. Meskipun demikian, mereka menyoroti bahwa elastisitasnya cenderung kecil, menekankan pentingnya adopsi yang tepat dalam menciptakan modal yang sesuai dengan kebutuhan dasar usaha.

Artikel kedua dari Shin, H. H., & Kim, Y. H. (2002) - *Journal of Corporate Finance*: Artikel ini mengulas tentang biaya agensi dalam investasi modal bisnis. Mereka menemukan bahwa biaya agensi cenderung tinggi dalam keputusan investasi perusahaan. Temuan mereka menyoroti konsekuensi koherensi kepemilikan modal yang besar dalam keputusan investasi perusahaan.

Kemudian artikel ketiga dari Greenwood, J., & Hercowitz, Z. (1991) - *Journal of Political Economy*: Artikel ini membahas model produksi rumah tangga Beckerian, yang mengeksplorasi alokasi modal dan waktu dalam siklus bisnis. Mereka memperlakukan sektor bisnis dan rumah tangga secara simetris dalam kerangka yang diadopsi. Artikel ini menyoroti bahwa model ini menunjukkan kecenderungan siklus alokasi modal dan aktivitas pasar yang lebih dominan daripada model bisnis yang tidak dimodifikasi.

Artikel keempat dari Popov, A., & Roosenboom, P. (2013) - *Journal of Banking & Finance*: Artikel ini membahas peran modal ventura dalam penciptaan bisnis baru. Mereka menyoroti pentingnya pemahaman akan risiko jangka panjang sehubungan dengan peran aktif pemberi modal pinjaman dalam pengembangan bisnis baru. Temuan mereka menunjukkan keterkaitan tidak langsung dari peran modal ventura dengan penciptaan bisnis baru, namun juga menekankan perlunya memahami segala bentuk risiko yang terlibat sebelum memulai pengembangan bisnis baru.

Kemudian diakhiri dengan Buku karya Roos, J., Edvinsson, L., & Dragonetti, N. C. pada tahun 1997: Buku ini menyoroti peran modal intelektual sebagai pendorong utama dalam menciptakan nilai bisnis. Mereka menekankan koherensi antara modal uang dan modal intelektual dalam kesuksesan jangka panjang bisnis. Buku ini juga menggarisbawahi perubahan fundamental dalam masyarakat dan dunia usaha yang telah meningkatkan peran modal intelektual.

4) *Sustainable Competitive Advantage*

Artikel pertama dari Day, G. S., & Wensley, R, yang di publikasi pertama kali pada tahun 1988 pada *Journal of Marketing*: Artikel ini membahas tentang pentingnya keunggulan bersaing dalam memastikan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Mereka menekankan perlunya mengubah keterampilan dan sumber daya menjadi posisi dan hasil yang unggul.

Artikel kedua dari Dierickx, I., & Cool, K, yang di publikasi pertama kali pada tahun 1989 - *Journal Management Science*: Artikel ini membahas tentang akumulasi aset dan keberlanjutan keunggulan bersaing. Mereka menyoroti bahwa karakteristik proses akumulasi aset, seperti kompresi waktu, efisiensi massa aset, dan keterkaitan, berpengaruh pada tingkat imitabilitas, yang sangat dipengaruhi oleh karakteristik pengusaha.

Artikel ketiga dari Barney, J. yang di publikasi pertama kali pada tahun 1991 - *Journal of Management*: Artikel ini membahas tentang sumber daya perusahaan dan keberlanjutan keunggulan bersaing. Mereka membangun asumsi bahwa sumber daya strategis didistribusikan secara heterogen di seluruh perusahaan, dan stabilitas perbedaan ini sangat penting dalam mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

Artikel terakhir dari Hall, R. yang di publikasi pertama kali pada tahun 1993 - *Journal Strategic Management*: Artikel ini menghubungkan sumber daya tidak berwujud dengan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Mereka menunjukkan bahwa identifikasi kontribusi relatif yang dibuat oleh sumber daya tidak berwujud sangat penting dalam menghasilkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

Pada buku yang berjudul "*Islam and the Path to Human and Economic Development*" oleh Abbas Mirakhor dan Hossein Askari sangat relevan untuk variabel SCA. Mereka menekankan bahwa pembangunan tidak hanya diukur dengan kemajuan material, tetapi juga perkembangan pribadi dan tanggung jawab sosial. Pendekatan holistik mereka, yang mengintegrasikan ajaran Islam dalam pembangunan ekonomi, menyediakan kerangka kerja yang koheren untuk membangun masyarakat dengan akumulasi modal fisik (keahlian) dan inovasi teknologi yang berkelanjutan. Hal ini mendukung konsep SCA dengan menekankan efisiensi permodalan dan pengurangan biaya transaksi serta kebutuhan birokrasi

Dalam buku "*Spiritual Capital: Wealth We Can Live*" karya Zohar dan Marshall mengusulkan bahwa perusahaan yang menerapkan nilai-nilai spiritualitas dalam organisasinya lebih berpeluang untuk berkelanjutan. Mereka menentang kapitalisme tradisional yang hanya berfokus pada keuntungan materi jangka pendek yang tidak berkelanjutan dan merusak. Pendekatan ini mendukung SCA dengan

menekankan nilai-nilai spiritual yang menciptakan keberlanjutan jangka panjang dan kesejahteraan bersama.

Berdasarkan data penelitian terdahulu yang di ringkas peneliti, penelitian tentang kebangkitan spiritual yang dilakukan oleh Andrew Cohen, Steve Taylor, Bonnie L. Greenwell, dan Eric Lyleson menunjukkan bahwa kebangkitan spiritual dapat mempengaruhi kepribadian individu menjadi lebih dapat berpikir jernih dari setiap situasi sulit yang telah mereka alami sebelumnya. Cohen menekankan pentingnya persiapan mental dan spiritual sebagai solusi peningkatan daya saing individu, sementara Taylor memfokuskan pada integrasi nilai-nilai religius dalam konteks melakukan suatu keputusan. Greenwell menyoroti perlunya semangat positif dan perubahan kesadaran yang mendalam untuk mencapai kebangkitan spiritual, dan Lyleson mengaitkan penerapan ajaran spiritual dengan metode psikoterapi sebagai solusi mengatasi problematika masalah yang ditimbulkan. Menurut buku *"Islam and the Path to Human and Economic Development"*: Buku ini relevan karena menggabungkan wawasan moral dan spiritual Islam dalam pembangunan ekonomi, yang dapat meningkatkan efektivitas kepemimpinan.

"The Corporate Mystic: A Guidebook for Visionaries with Their Feet on the Ground": Buku ini sangat relevan karena menguraikan prinsip-prinsip yang membantu pemimpin bisnis menjadi lebih efektif dengan terhubung secara spiritual, termasuk nilai-nilai seperti kejujuran dan integritas.

Sementara itu, penelitian terkait orientasi pasar oleh Allison M. Jones, Amadasun D.O.E. Mutezo A.T., Fikri A.R., dan Zouaoui R. menyoroti pentingnya memahami niat dan motivasi konsumen dalam strategi pemasaran. Jones menekankan pentingnya strategi yang memonetisasi emosi konsumen, sementara Amadasun dkk. menunjukkan bahwa strategi yang digerakkan oleh pasar adalah kunci untuk pertumbuhan kompetitif UKM. Fikri A.R. dkk. menemukan bahwa orientasi pasar dan inovasi layanan berdampak signifikan pada kinerja bisnis, dan Zouaoui dkk. menunjukkan bahwa interaksi antara orientasi pasar dan penggunaan sistem akuntansi manajemen meningkatkan partisipasi akuntan dalam pengambilan keputusan strategis. Semua temuan ini menekankan pentingnya pendekatan berorientasi pasar dalam mencapai kinerja bisnis yang berkelanjutan.

Selain itu, penelitian tentang permodalan usaha menunjukkan bagaimana modal bisnis, terutama modal uang, memainkan peran penting dalam keberhasilan bisnis. Artikel oleh Chirinko, Fazzari, dan Meyer mengeksplorasi elastisitas penggunaan biaya modal usaha dan menekankan pentingnya adopsi modal bisnis sesuai kebutuhan dasar usaha untuk menghindari pemborosan. Shin dan Kim menemukan bahwa perusahaan dengan kepemilikan kas besar menghadapi biaya agensi tinggi, yang menekankan perlunya efisiensi penggunaan modal awal. Greenwood dan Hercowitz mengembangkan model produksi rumah tangga untuk mempelajari siklus alokasi modal dan waktu antara aktivitas pasar dan rumah tangga, menyoroti pentingnya modifikasi model bisnis untuk alokasi modal yang lebih baik. Roos, Edvinsson, dan Dragonetti menekankan peran modal intelektual dalam penciptaan nilai bisnis, sementara Popov dan Roosenboom menunjukkan dampak positif permodalan ventura pada penciptaan bisnis baru di negara-negara dengan biaya entri tinggi dan perlindungan hak kekayaan intelektual yang baik. Semua penelitian ini menunjukkan bahwa permodalan usaha, baik dalam bentuk modal uang maupun modal intelektual, adalah kunci untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

F. Kerangka Pemikiran

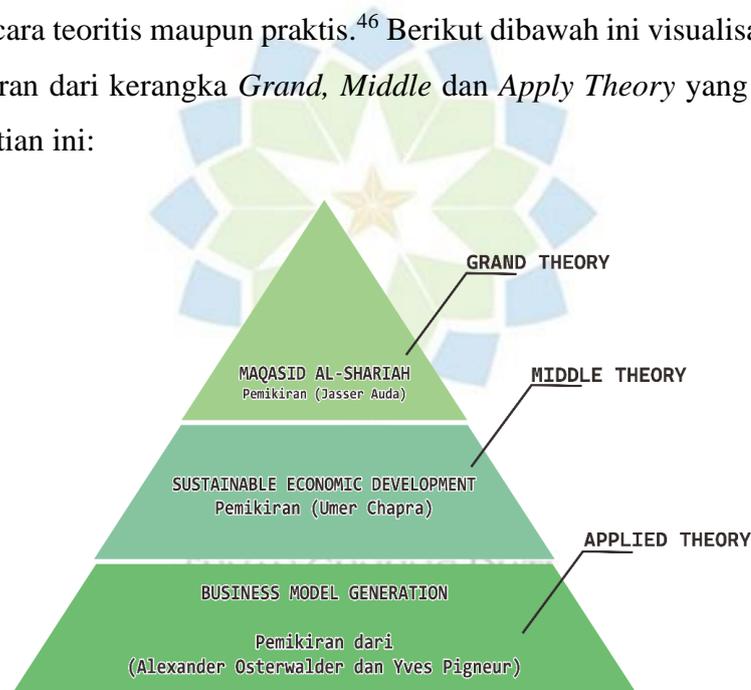
Dalam penelitian ini, struktur dasar teori konseptual menjadi pilar utama kerangka pemikiran. Pertama-tama, terdapat *Grand theory* mengacu pada kerangka konseptual yang luas dan abstrak yang memberikan pemahaman menyeluruh tentang suatu fenomena atau domain penelitian.⁴² *Grand theory* seringkali mengeksplorasi prinsip-prinsip mendasar, struktur, dan pola-pola yang mendasari fenomena tersebut tanpa terlalu fokus pada detail-detail spesifik.⁴³ Selanjutnya, fase kedua *Middle theory*, berada di antara *grand theory* dan *applied theory*, dan mencoba untuk merumuskan konsep-konsep yang lebih spesifik dan terfokus untuk menjelaskan fenomena atau situasi tertentu dalam konteks penelitian.⁴⁴ *Middle*

⁴² John Gerring, *Social Science Methodology: A Unified Framework* (Cambridge University Press, 2012).

⁴³ S Kemmis and R & McTaggart, *Participatory Action Research* (Handbook of qualitative research, 1967).

⁴⁴ B.G Glaser and A.L Staruss, *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research* (Aldine Transaction, 1967).

theory mengaitkan *grand theory* dengan kasus atau konteks khusus, menyediakan kerangka kerja yang lebih terperinci namun tetap bersifat abstrak. Terakhir yang ketiga terdapat *Applied theory*, merupakan penerapan konsep-konsep dan prinsip-prinsip dari *grand theory* atau *middle theory* dalam situasi atau kasus spesifik. *Applied theory* memfokuskan pada implementasi konsep-konsep tersebut dalam konteks praktis, seringkali melalui penelitian empiris, analisis kebijakan, atau intervensi praktis.⁴⁵ Dengan menggunakan kerangka pemikiran *Grand, Middle, dan Apply Theory*, diharapkan peneliti dapat memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang fenomena yang diteliti dan menyajikan temuan-temuan yang bermakna secara teoritis maupun praktis.⁴⁶ Berikut dibawah ini visualisasi diagram dan penjabaran dari kerangka *Grand, Middle dan Apply Theory* yang diterapkan dalam penelitian ini:



Gambar 1. 3 Struktur Teori Konseptual

Sumber: Hasil penelitian, 2024, diolah.

Peneliti telah menetapkan struktur konseptual teori dalam penelitian ini, yang akan dijabarkan untuk memperjelas kausalitas dari alasan tujuan pengimplementasian teori tersebut menjadi landasan dalam pemikiran penelitian, berikut dibawah ini penjelasannya:

⁴⁵ M.Q Patton, *Qualitative Research and Evaluation Methods* (Sage Publications, 2014).

⁴⁶ Juhaya S Praja, *Teori-Teori Hukum, Suatu Telaah Perbandingan Dengan Pendekatan Filsafat* (Bandung: UIN Sunan Gunung Djati, 2009), 129.

1. *Grand Theory Riset*

Maqashid Syariah adalah konsep dalam hukum Islam yang merujuk pada tujuan atau maksud di balik hukum-hukum syariah. Konsep ini berusaha untuk memastikan bahwa semua aspek kehidupan manusia diarahkan untuk mencapai kesejahteraan yang komprehensif (masalah) di dunia dan akhirat.⁴⁷ Peneliti memilih menggunakan pengembangan keilmuan Al Maqashid Syariah dari Jasser Auda, beliau seorang sarjana terkemuka dalam bidang Maqashid Syariah, mengembangkan pendekatan yang lebih dinamis dan kontekstual terhadap teori ini. Menurut Auda, Maqashid Syariah harus dipahami sebagai tujuan-tujuan yang lebih luas yang harus dicapai untuk membawa kemaslahatan (kebaikan) kepada manusia.⁴⁸ Pendekatan Auda mengidentifikasi beberapa karakteristik penting dari Maqashid Syariah:

a) Komprehensif (Al-Shumuliya):

Maqashid Syariah harus mencakup seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk spiritual, moral, sosial, politik, ekonomi, dan lingkungan. Auda menekankan bahwa tujuan syariah tidak hanya terbatas pada hukum-hukum tertentu, tetapi mencakup seluruh sistem kehidupan yang berfungsi untuk mencapai kebaikan yang menyeluruh.

b) Fleksibilitas (Al-Muruna):

Menyatakan bahwa Maqashid Syariah harus fleksibel dan mampu beradaptasi dengan perubahan konteks dan situasi. Hal ini berarti hukum Islam harus bisa berkembang sesuai dengan kebutuhan zaman, tanpa kehilangan esensi dasar dari tujuan-tujuannya.

c) Prioritas (Al-Awlawiyyat):

Menekankan pentingnya menetapkan prioritas dalam penerapan Maqashid Syariah. Tidak semua tujuan memiliki bobot yang sama dalam semua situasi, sehingga harus ada kebijaksanaan dalam menentukan mana yang lebih mendesak atau lebih penting berdasarkan kondisi tertentu.

⁴⁷ Abu Ishaq al-Syathibi, *Al-Muwafaqat Fi Ushul al-Syari'ah* (Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah, t.th).

⁴⁸ Auda J, *Maqasid Al-Shariah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach* (United States: International Institute of Islamic Thought, 2008).

d) Realistis dan Praktis (Al-Waqi'yya wa al-Amaliyya):

Menekankan bahwa Maqashid Syariah harus dapat diterapkan secara praktis dalam kehidupan nyata. Tujuan-tujuan ini harus bisa diterjemahkan menjadi tindakan nyata yang membawa perubahan positif dalam masyarakat.

e) Keterbukaan dan Partisipasi (Al-Shura wa al-Musyaraka):

Menggarisbawahi pentingnya keterbukaan dan partisipasi masyarakat dalam proses penerapan Maqashid Syariah. Keputusan-keputusan terkait hukum Islam harus melibatkan berbagai pemangku kepentingan dan mempertimbangkan pandangan yang beragam.⁴⁹

Dalam penelitian ini, pemikiran Maqashid Syariah dari Jasser Auda, dapat berfungsi sebagai *Grand Theory*, yang memberikan kerangka kerja universal untuk menganalisis dan mengevaluasi setiap aspek penelitian. Kemudian bagaimana kontribusi teori maqashid syariah pada variabel penelitian *Spiritual Awakening* yang mendasari sebagai tonggak munculnya pengembangan dan perlindungan nilai-nilai agama yang mendasari etika dan moralitas bisnis. Individu yang mengalami kebangkitan spiritual cenderung memiliki integritas dan kejujuran yang tinggi dalam menjalankan bisnis, yang pada gilirannya menciptakan lingkungan bisnis yang dapat dipercaya dan etis. Maqashid Syariah juga memicu munculnya motivasi spiritual dalam bisnis. Motivasi spiritual mempengaruhi cara berpikir dan mentalitas individu dalam mengambil keputusan bisnis. Keputusan yang diambil berdasarkan nilai-nilai agama atau niat yang tulus akan lebih berorientasi pada kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan daripada kepentingan pribadi semata. Pada akhirnya kebangkitan spiritual meningkatkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan kepedulian terhadap masyarakat. Ini bisa diwujudkan dalam bentuk kegiatan filantropi, zakat, dan kegiatan sosial lainnya yang mendukung kesejahteraan umum.

Selanjutnya, kontribusi teori maqashid syariah pada variabel penelitian *Market Orientation* dan *Business Capital*, tindakan konsisten pada pencantuman informasi yang benar tentang produk, layanan purna jual yang baik, dan perlindungan terhadap produk yang berbahaya atau informasi ketidaklayakan masa pakai, merupakan bentuk melindungi antar sesama umat beragama. Kemudian

⁴⁹ J, *Maqasid Al-Shariah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach*.

dalam ranah *Business Capital*, prinsip keadilan dalam kontrak akan mendukung penjual dan pembeli untuk menetapkan syarat-syarat yang adil dan transparan, perlindungan hak-hak kedua belah juga terjaga dan memastikan tidak ada pihak yang dirugikan. Modal bisnis yang diinvestasikan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam tidak boleh digunakan untuk kegiatan yang dilarang (haram) seperti riba (bunga), judi, dan produksi barang-barang haram seperti alkohol. Ini memastikan bahwa investasi tersebut bersih dan bermanfaat bagi Masyarakat, modal bisnis yang disediakan oleh investor dan keterampilan yang disediakan oleh pengusaha digabungkan untuk menciptakan usaha yang produktif.

Pada tahap kontribusi teori Maqashid Syariah pada variabel penelitian *Sustainable Competitive Advantage* (Daya Saing Berkelanjutan), peran pentingnya terletak pada pengembangan akal berpikir manusia untuk mencapai kecerdasan beradaptasi dalam dinamika keberlanjutan. Maqashid Syariah mendorong peningkatan pengetahuan yang terus menerus. Hal ini mencakup pelatihan berkelanjutan bagi karyawan dan riset pasar yang tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis mereka tetapi juga membangun kapasitas untuk inovasi dan kreativitas dalam memecahkan masalah yang dihadapi perusahaan. Pada akhirnya, pendekatan yang didasarkan pada Maqashid Syariah ini menjadikan perusahaan lebih dihargai oleh masyarakat dan memiliki reputasi yang baik. Reputasi yang baik, pada gilirannya, meningkatkan daya saing perusahaan di pasar global. Perusahaan yang dikenal bertanggung jawab secara sosial dan etis cenderung menarik lebih banyak pelanggan, mitra bisnis, dan investor yang memiliki nilai-nilai serupa. Dengan demikian, penerapan teori Maqashid Syariah dalam konteks daya saing berkelanjutan tidak hanya membantu perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan dan tantangan, tetapi juga memastikan keberlanjutan jangka panjang melalui integrasi nilai-nilai moral dan etika dalam setiap aspek operasional mereka.

2. *Middle Theory Riset*

Dalam konteks penelitian ini, teori pembangunan ekonomi berkelanjutan (*Sustainable Economic Development*) yang dikembangkan oleh Umer Chapra dalam bukunya yang berjudul, "*The Islamic Vision of Development in the Light of Maqasid al-Shariah*" menjadi elemen sentral (*middle theory*) yang mengaitkan

berbagai faktor kunci. Ini termasuk kebangkitan spiritual, orientasi pasar, modal bisnis, dan *Sustainable Competitive Advantage* bisnis mikro. Chapra menekankan bahwa keberlanjutan ekonomi membutuhkan dimensi moral dan etika yang kuat, sejalan dengan prinsip-prinsip Maqasid Syariah, yang memandu kesejahteraan umat manusia secara holistik.⁵⁰

Teori Chapra menempatkan keberlanjutan ekonomi sebagai prioritas pemikiran ekonomi Islam. Ini mencakup distribusi kekayaan yang adil, menegakkan prinsip-prinsip Islam dalam proses bisnis, perlindungan hak bagi kedua belah pihak dan pertumbuhan yang berkelanjutan dalam bingkai komitmen beragama. Konsep keberlanjutan menurut Chapra tidak hanya mencakup pertumbuhan ekonomi semata, tetapi juga melibatkan keseimbangan antara keadilan sosial, perlindungan lingkungan, dan keberlanjutan ekonomi jangka panjang. Pendekatan Chapra yang holistik dalam teori pembangunan ekonomi berkelanjutan membutuhkan pemikiran yang lebih luas dan komprehensif dalam merancang kebijakan dan strategi pembangunan ekonomi. Dengan mempertimbangkan Maqasid Syariah sebagai panduan utama, teori Chapra memberikan kerangka kerja yang kuat untuk mempromosikan kesejahteraan umat manusia secara menyeluruh, dalam konteks ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Dalam konteks global yang semakin terhubung dan kompleks, teori Chapra menekankan pentingnya integrasi antara prinsip-prinsip ekonomi Islam dengan tantangan-tantangan pembangunan berkelanjutan. Ini meliputi upaya untuk mengatasi ketimpangan ekonomi, meningkatkan akses terhadap sumber daya, dan mempromosikan pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Selain itu, teori Chapra menyoroti pentingnya pemberdayaan masyarakat dan partisipasi aktif dalam proses pembangunan ekonomi. Ini melibatkan pendekatan yang lebih demokratis dalam pengambilan keputusan ekonomi, serta dukungan terhadap inisiatif masyarakat sipil dan sektor swasta yang bertujuan untuk menciptakan dampak positif bagi masyarakat secara keseluruhan. Secara keseluruhan, teori Chapra memberikan landasan yang kokoh untuk memahami dan merumuskan strategi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Dengan menggabungkan prinsip-prinsip Islam

⁵⁰ M Umer Chapra, *The Future of Economics: An Islamic Perspective* (The Islamic Foundation, 2000).

dengan konsep-konsep modern tentang keberlanjutan, teori Chapra menciptakan ruang bagi dialog dan kerja sama lintas budaya yang bertujuan untuk mencapai tujuan pembangunan yang diakui secara global.

3. *Applied Theory Riset*

Business Model Generation, yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur merupakan sebuah teori bisnis yang berbentuk kerangka kerja dan diperuntukan untuk merancang, menguji, dan mengembangkan model bisnis yang inovatif dan berkelanjutan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.⁵¹ Jika dikaitkan dengan *applied theory*, konsep ini mengacu pada penerapan teori-teori dan konsep-konsep bisnis yang berdasarkan keperluan di Masyarakat dalam praktik bisnis sehari-hari.

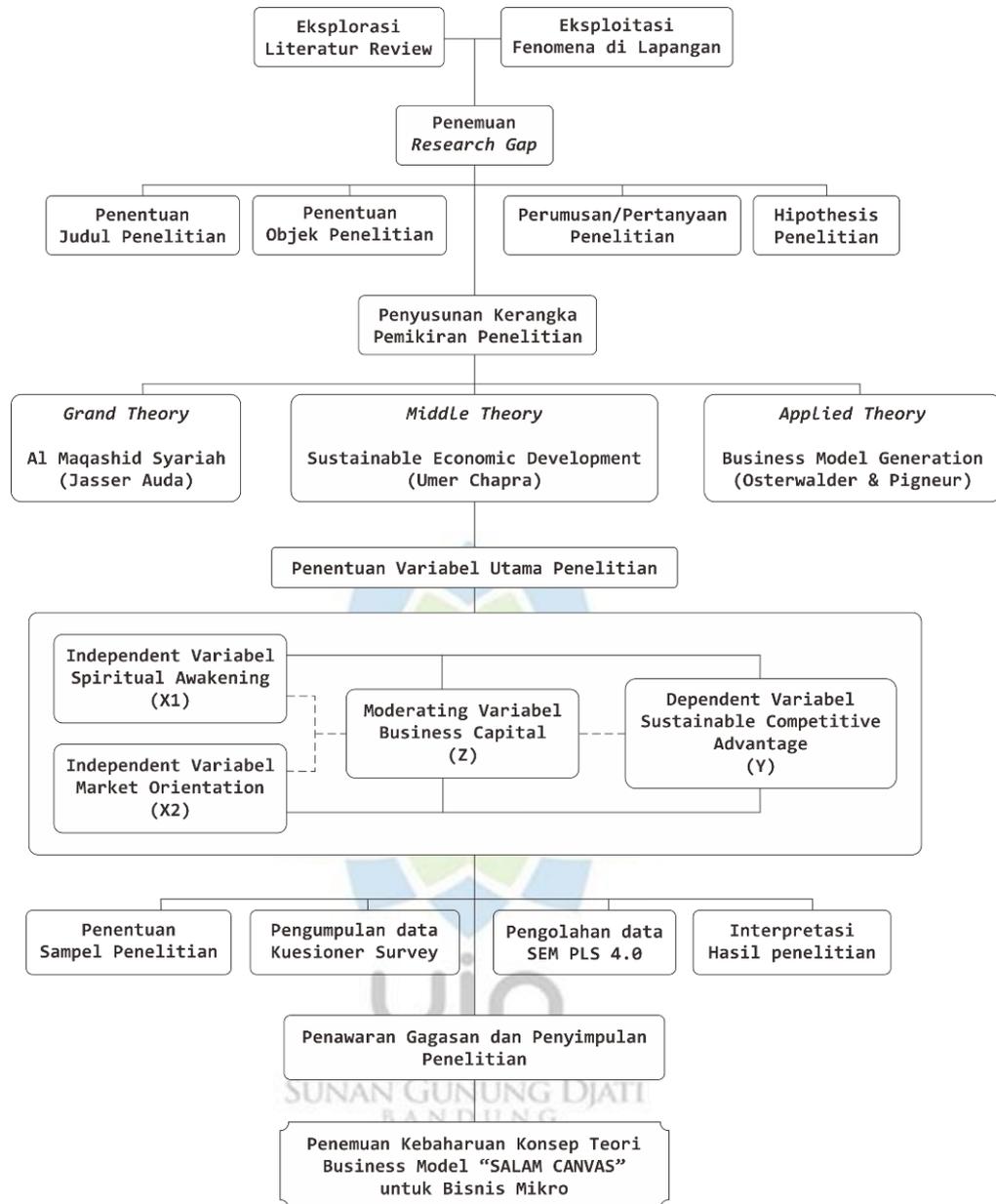
Dalam konteks *applied theory*, *Business Model Generation* memungkinkan para praktisi bisnis untuk menerapkan prinsip-prinsip teoritis ke dalam desain dan pengelolaan model bisnis mereka. Hal ini mencakup mengidentifikasi sumber daya eksklusif, penciptaan nilai tambah, saluran distribusi efektif, loyalitas dengan pelanggan, aliran pendapatan dan gambaran masa depan serta mengevaluasi bagaimana elemen-elemen ini saling berinteraksi untuk menciptakan keunggulan kompetitif dan keberlanjutan bisnis. Dengan menerapkan teori bisnis yang ideal ke dalam model bisnis yang dikembangkan menggunakan *Business Model Generation*, para *entrepreneur* dapat memastikan bahwa model bisnis mereka memiliki dasar yang kuat dan dapat bersaing secara efektif di pasar. Dengan demikian, *Business Model Generation* berfungsi sebagai alat yang berguna dalam menerapkan teori bisnis ke dalam praktik bisnis yang konkret dan terukur.

Business Model Generation diaplikasikan sebagai teori terapan yang menghubungkan konsep-konsep teoritis spiritualitas ajaran Islam tentang model bisnis ke dalam konteks nyata bisnis mikro. Dengan demikian, teori ini tidak hanya menjadi landasan teori konseptual, tetapi juga alat praktis yang membantu peneliti dalam merancang dan mengimplementasikan strategi bisnis yang efektif dan efisien dalam mencapai *Sustainable Competitive Advantage* bagi bisnis mikro. Dalam kaitannya pada tema penelitian ini "Pengaruh Kebangkitan Spiritual, Orientasi Pasar, dan Modal Bisnis terhadap Daya Saing Berkelanjutan Bisnis Mikro",

⁵¹ Osterwalder and Pigneur, *Business Model Generation*.

Business Model Generation menjadi landasan yang kuat dalam menerapkan konsep-konsep teoritis spiritualitas keagamaan ke dalam praktik bisnis mikro. Dengan memanfaatkan *Business Model Generation*, peneliti dapat mengintegrasikan faktor-faktor seperti kebangkitan spiritual, orientasi pasar, dan modal bisnis ke dalam desain dan pengelolaan model bisnis mikro. Misalnya, dalam pengembangan kemurnian berpikir terkait Niat, Mindset, Mentalitas, dalam melakukan bisnis yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan membedakan bisnis di pasar yang kompetitif dengan ataupun memiliki sumber daya finansial yang mencukupi.

Orientasi pasar dapat tercermin dalam pemilihan saluran distribusi dan penyesuaian model bisnis dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan. Selain itu, modal bisnis yang dikelola dengan baik dapat mendukung inovasi dan pertumbuhan yang berkelanjutan, yang merupakan faktor penting dalam mencapai *Sustainable Competitive Advantage*. Hal ini memungkinkan bisnis mikro untuk tidak hanya bertahan di pasar yang kompetitif, tetapi juga berkembang dan memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Berdasarkan uraian tersebut, kerangka pemikiran dapat disusun dalam bentuk skema yang mengintegrasikan berbagai elemen penelitian. Skema ini mencakup hubungan antara Maqasid Syariah dari pemikiran Jasser Auda, yang menjadi landasan filosofis dan *Grand Theory* dalam penelitian ini dan teori pembangunan ekonomi berkelanjutan dari Umer Chapra, yang berfungsi sebagai *Middle Theory*, dan *Business Model Generation* dari Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur menjadi *Applied Theory*, yang menerapkan konsep-konsep teoritis ke dalam praktik bisnis sehari-hari, khususnya dalam konteks bisnis mikro. variabel-variabel utama penelitian seperti kebangkitan spiritual, orientasi pasar, modal bisnis, serta daya saing berkelanjutan bisnis mikro. Skema ini akan memberikan gambaran yang jelas tentang alur penelitian dan bagaimana setiap elemen berkontribusi terhadap tujuan akhir penelitian, yaitu meningkatkan daya saing berkelanjutan bisnis mikro. Skema ini akan menggambarkan bagaimana teori dan variabel-variabel tersebut saling berinteraksi untuk mencapai tujuan penelitian. Adapun skema kerangka pemikiran ini disusun sebagai berikut:



Gambar 1. 4 Kerangka Pemikiran

Sumber: Hasil penelitian,2024, diolah.

G. Hipotesis Penelitian

- H1 : *Spiritual Awakening* berpengaruh positif terhadap *Business Capital*
- H2 : *Spiritual Awakening* melalui *Business Capital* berpengaruh positif terhadap *Sustainable Competitive Advantage* pada Usaha Mikro

- H3 : *Spiritual Awakening* berpengaruh positif terhadap *Sustainable Competitive Advantage* pada Usaha Mikro
- H4 : *Market Orientation* berpengaruh positif terhadap *Business Capital*
- H5 : *Market Orientation* melalui *Business Capital* berpengaruh positif terhadap *Sustainable Competitive Advantage* pada Usaha Mikro
- H6 : *Market Orientation* berpengaruh positif terhadap *Sustainable Competitive Advantage* pada Usaha Mikro
- H7 : *Business Capital* berpengaruh positif terhadap *Sustainable Competitive Advantage* pada Usaha Mikro

