

MODEL PENGEMBANGAN *ISLAMIC ENTREPREURSHIP* MENUJU PENINGKATAN KINERJA UKM

Widodo

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sultan Agung (Unissula) Semarang
widodo@unissula.ac.id

Moch. Zulfa

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sultan Agung (Unissula) Semarang
zulfa@unissula.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan Islamic Entrepreneur yang mencakup : economic drivers, social drivers, value based drivers, environment drivers dengan komitmen, budaya organisasi dan kinerja organisasi. Kemudian menyusun model pengembangan model Islamic Entrepreneur sehingga dapat meningkatkan kinerja organisasi. Responden studi ini adalah pemimpin UKM dengan sejumlah 150 metode sampling purposive sampling. Kemudian untuk menganalisa data dalam penelitian ini digunakan Structural Equation Modeling (SEM) software AMOS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk mengembangkan Islamic Entrepreneur yang dapat meningkatkan kinerja organisasi, dengan meningkatkan komitmen yang dibangun oleh budaya organisasi. Komitmen dengan indikator sumber daya manusia memiliki keinginan untuk memajukan organisasi, sumber daya manusia memiliki kemauan untuk berkorban dalam organisasi, sumber daya manusia memiliki keterikatan emosional terhadap organisasi dan sumber daya manusia yang memiliki kepentingan bersama dalam organisasi. Indikator budaya organisasi dengan organisasi memberikan kebebasan berekspresi, organisasi memberikan reward yang adil, keputusan organisasi berdasarkan konsensus, organisasi memberikan otonomi kepada karyawan.

Kata kunci: islamic entrepreneur, kinerja organisasi, komitmen, budaya organisasi.

ABSTRACT

This study aims to analyze the relationship of Islamic entrepreneurs include ; economic drivers, social drivers, environment value drivers and drivers based on commitment , organizational culture and organizational performance . Then create a model for the development of the Islamic model of entrepreneurship so as to improve organizational performance. Respondents study entrepreneurs are leaders SMEs with a number of 150 sampling purposive sampling method . Then to analyze the data in this study used the Structural Equation Modeling (SEM) of the AMOS software package. The results of this study suggest that to develop Islamic entrepreneurs can improve the performance of the organization , made a commitment to raise higher built by organizational culture . Commitment to human resource indicators we have the desire to advance the organization , human resources have the willingness to make sacrifices in the organization , human resources have an emotional attachment to the

organization and human resources have a common interest in the organization . indicators of organizational culture with our organization gives freedom of expression , our organization provide a fair reward , our organization every decision based on consensus , our organization gives autonomy to employees.

Keyword: *islamic entrepreneurs, organizational performance, commitment, corporate culture.*

PENDAHULUAN

Berdasarkan kajian pustaka pengertian entrepreneur dapat disimpulkan yakni suatu sikap, jiwa dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru yang sangat bernilai dan berguna bagi dirinya dan orang lain. Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif berdaya, bercipta, berkarsa dan bersaahaja dalam berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya atau kiprahnya. Seorang yang memiliki jiwa dan sikap wirausaha selalu tidak puas dengan apa yang telah dicapainya. Entrepreneur selalu berkreasi dan berinovasi tanpa berhenti, karena dengan berkreasi dan berinovasi lah semua peluang dapat diperolehnya. Wirausaha adalah orang yang terampil memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya dengan tujuan untuk meningkatkan kehidupannya.

Namun dalam perkembangannya sesuai dengan dinamika lingkungan, berubah menjadi entrepreneur sosial yang artinya entrepreneur tidak mengambil keuntungan yang didapatkan, namun terus di investasikan yang bertujuan untuk mengatasi masalah sosial atau peningkatan kesejahteraan dalam masyarakat (Bornstein 2007). Menurut Roberts dan Woods (2005) *social entrepreneur* belum signifikan atau tidak memiliki kesadaran dan kepercayaan dalam masyarakat. Kemudian pendapat Pelley dan Pelley (2008) sebagian besar penelitian sebelumnya dalam kewirausahaan sosial telah meneliti masalah ini dari perspektif barat, dan sedikit perhatian di dunia Islam serta kekuatan pemerintah tidak dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi dalam masyarakat.

Islam telah menjawab masalah ini sejak awal, pesan Islam dimulai dengan manusia pertama, Adam, dan dilanjutkan dengan para nabi dan berikut rasul yang dipromosikan dengan eksperimen yang kreatif, kerja keras, berani mengambil risiko, dan inovasi (Basheer 2010). Selanjutnya menjelaskan bahwa *Islamic entrepreneur* memiliki empat karakteristik ; *economic drivers, social drivers, environment drivers* dan *value based drivers*. Mengingat kondisi Indonesia pemeluk Islam sangat mendominasi, *Islamic entrepreneur* merupakan jawaban untuk mengatasi masalah yang bergejolak dalam masyarakat. Namun kondisi UKM yang ada di kota Semarang, signifikan dalam aspek pendorong sosial, ekonomi, nilai dan lingkungan belum optimal. Berdasarkan *research gap* dinamika entrepreneur dan fenomena bisnis UKM, maka artikel ini menelaah “ *Bagaimana mengembangkan Islamic entrepreneur sehingga dapat meningkatkan kinerja UKM* “.

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Kinerja Organisasi

Menurut Wiklund (1999) ukuran kinerja adalah pertumbuhan (*growth*) . dan menurut Beal (2000) adalah kemampuan (*profitability*). Secara fungsional kinerja organisasi tercermin pada hal berikut ini (Ferdinand 2003) :

Pertama, perusahaan yang berkinerja baik, akan tercermin dari baiknya tingkat kinerja manajemen sumberdaya manusia (SDM) yang ada seperti tingginya tingkat produktifitas, tingkat kreatifitas dan keinovatifan SDM dalam organisasi dimana ia berada.

Kedua, organisasi yang berkinerja baik, akan tercermin dari baiknya tingkat kinerja manajemen operasi produksi seperti tingginya tingkat efisiensi proses bisnis internal, tingginya mutu produk dan mutu pelayanan yang menyertai produk yang dihasilkan, tingginya tingkat kecepatan proses, tingginya tingkat akurasi proses dan sebagainya.

Ketiga, organisasi yang berkinerja baik akan nampak pada tingginya kinerja manajemen pemasaran seperti tingginya volume penjualan, tingginya market share, serta tingginya profitabilitas pemasaran.

Keempat, perusahaan yang berkinerja baik akan nampak pada tingginya kinerja manajemen keuangan seperti ketersediaan dana, penggunaan dana yang efisien dan efektif yang nampak dalam berbagai resiko keuangan seperti terdapat dalam berbagai ratio keuangan antara lain rasio-rasio : likuiditas, aktivitas solvabilitas dan profitabilitas.

Komitmen organisasional didasarkan bahwa individu membentuk suatu keterkaitan terhadap organisasi (Meyer 1998). Studi lain menjelaskan bahwa konsep komitmen organisasi didasarkan pada keyakinan bahwa komitmen organisasi memiliki implikasi, bukan saja pada karyawan dan organisasi namun juga pada masyarakat secara keseluruhan (Yaping Gong 2009). Dan komitmen yang tinggi akan meningkatkan kinerja organisasi (Gary J. Greguras 2009). Oleh karena itu hipotesis yang diajukan adalah

H1: Semakin tinggi komitmen, semakin tinggi kinerja organisasi .

Budaya organisasi

Budaya organisasi merujuk pada suatu sistem pengertian yang diterima secara bersama-sama (Robbins S.P 1996). Organisasi yang berhasil merupakan organisasi mempunyai budaya yang kuat (*strong culture*) dan budaya yang kuat tersebut harus cocok dengan lingkungannya, Hofstede (1997). Budaya yang kuat dicirikan oleh nilai inti dari organisasi yang secara luas. Makin banyak anggota yang menerima nilai-nilai inti, menyetujui tingkat kepentingan dan merasa terikat, maka makin kuat budaya

organisasi, Robbin. S. (1996). Oleh karena itu adaptabilitas merupakan variabel penting yang perlu diperhatikan dalam menjelaskan makna budaya organisasi bagi keberhasilan organisasi. Studi Hessket dan Kotter (1992) pada 200 perusahaan di beberapa negara Asia, Eropa dan Amerika temuannya adalah budaya yang kuat dan adaptif memiliki suatu kekuatan dan sumbangan nyata terhadap peningkatan kinerja organisasi dalam jangka panjang. Oleh karena itu hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

H2: Semakin tinggi budaya organisasi , semakin tinggi kinerja organisasi.

Komitmen

Mowday *et al.*, (1991) mendefinisikan komitmen organisasi sebagai kekuatan yang bersifat relatif dari karyawan dalam mengidentifikasi keterlibatan dirinya ke dalam bagian organisasi. Hal ini ditandai dengan tiga hal, yaitu 1). Penerimaan terhadap nilai-nilai dan tujuan organisasi. 2). Kesiapan dan kesediaan untuk berusaha sungguh-sungguh atas nama organisasi 3). Keinginan untuk mempertahankan keanggotaan di dalam organisasi (menjadi bagian dari organisasi)

Studi Meyer (1994) membedakan komitmen organisasi atas tiga komponen , yaitu : 1). Komponen *afektif* berkaitan dengan emosional, identifikasi dan keterlibatan di dalam suatu organisasi.2). Komponen *normative* merupakan perasaan-perasaan tentang kewajiban yang harus ia berikan kepada organisasi 3). Komponen *continuance* berarti komponen berdasarkan persepsi tentang kerugian yang akan dihadapi jika ia meninggalkan organisasi

Setiap sumber daya manusia memiliki dasar dan perilaku yang berbeda tergantung pada komitmen organisai yang dimilikinya. Pegawai yang memiliki komitmen organisasi dengan dasar afektif memiliki tingkah laku yang berbeda dengan pegawai yang berdasarkan continuance. Pegawai yang ingin menjadi anggota akan memiliki keinginan untuk menggunakan usaha yang sesuai dengan tujuan organisasi. Sebaliknya mereka yang terpaksa menjadi anggota akan menghindari kerugian finansial dan kerugian lain, sehingga mungkin hanya melakukan usaha yang tidak maksimal. Sementara itu, komponen normative yang berkembang sebagai hasil dari pengalaman sosialisasi,tergantung dari sejauh apa perasaan kewajiban yang dimiliki pegawai. Komponen normative menimbulkan perasaan kewajiban pada pegawai untuk memberi balasan atas apa yang telah diterimanya dari organisasi.

Namun demikian sifat dari kondisi psikologis untuk tiap bentuk komitmen berbeda. Karyawan dengan *affective commitment* yang kuat tetap berada dalam organisasi karena menginginkan (*want to*), karyawan dengan continuance commitment yang kuat tetap berada dalam organisasi karena membutuhkan (*need to*) dan karyawan yang memiliki *normative commitment* kuat tetap dalam organisasi karena mereka harus melakukan (*ought to*), Imam Gozali (2005).

Mengacu pendapat Morgan dan Hunt (1994) bahwa nilai-nilai bersama menggambarkan sejauh mana tujuan, kebijakan dan kepercayaan yang dianut oleh para pihak yang melakukan hubungan. Dan budaya organisasi merujuk pada suatu sistem pengertian yang diterima secara bersama-sama (Robbins S.P 1996). Kemudian persepsi bersama meningkatkan nilai hubungan dan memberikan kontribusi komitmen (Sirdeshmukh, Singh, dan Sabo 2012). Oleh karena itu hipotesis hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

H3 : Semakin tinggi budaya organisasi, semakin tinggi komitmen.

Islamic Entrepreneurship

Entrepreneur mencerminkan kecenderungan perusahaan untuk bersikap inovatif, proaktif, berani mengambil risiko, otonom dan agresif-kompetitif (Lumpkin. D dan Covin 1997). Namun makna dari *Islamic Entrepreneurship* menurut Basheer (2010) mencakup beberapa karakteristik sebagai berikut :

Social Drivers

Islam adalah diin yang bukan sekedar mengatur hubungan manusia dengan khaliqnya (hubungan vertikal) akan tetapi membimbing juga setiap pemeluknya untuk membina hubungan harmanis dengan sesama manusia dan alam sekitar (hubungan horizontal). Sebagai seorang muslim, sudah seharusnya kita berusaha untuk menyeimbangkan antara *hablum-minallaah* dengan *hablum-minannaas*. Adapun urgensi Sosial adalah sebagai berikut :

Nikmat Allah

“Dan berpeganglah kamu semuanya kepada tali (agama) Allah, dan janganlah kamu bercerai-berai, dan ingatlah akan nikmat Allah kepadamu ketika kamu dahulu (masa Jahiliyah) bermusuh-musuhan, maka Allah mempersatukan hatimu, lalu menjadilah kamu karena nikmat Allah orang-orang yang ber-saudara; dan kamu telah berada di tepi jurang neraka, lalu Allah menyelamatkan kamu daripadanya. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu, agar kamu menda-pat petunjuk. Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung.” (Ali ‘Imran : 103-104) Dalam dua ayat tersebut tersebut terdapat tuntutan yang harus dilak-sanakan oleh muslim yang menjalin ukhuwah dalam Islam :

- a) Komitmen terhadap al-Qur’an dan as-Sunah. Tidak menggunakan manhaj lain selainnya
- b) Menjauhkan diri dari permusuhan dan perpecahan
- c) Penyatuan hati adalah mahabbah (cinta) kepada Allah
- d) Mendakwahkan kebaikan

Dengan ukhuwah ini kaum muslimin tolong-menolong untuk melaksana-nakan tuntutan tersebut.

Merupakan arahan Rabbani.

“... Dia-lah yang Memperkuatmu dengan pertolongan-Nya dan dengan para Mukmin, dan yang Mempersatukan hati mereka (orang-orang yang beriman). Walaupun kamu membelanjakan semua (kekayaan) yang berada di bumi, niscaya kamu tidak dapat mempersatukan hati mereka, akan tetapi Allah telah Mempersatukan hati mereka. Sesungguhnya Dia Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana.” (QS. Al-Anfal 8:62-63) Allah-lah semata-mata pembangun ukhuwwah diantara hati-hati Mukminin.

Merupakan cermin kekuatan iman

“Tidak beriman salah seorang dari kalian sehingga mencintai saudaranya sebagaimana ia mencintai dirinya sendiri.” (HR Bukhari)

Betapa kuatnya korelasi antara ukhuwwah Islamiyah dan ‘iman’. Sehingga Rasulullah saw. mensyaratkan kecintaan kepada saudara sesama muslim sebagai salah satu unsur pembentuk iman. Iman sejati menghajatkan suatu rajutan persaudaraan yang kokoh di jalan Allah. Karena itu eksistensi ukhuwwah berbanding lurus dengan kondisi iman seseorang atau sekelompok jamaah. Semakin solid suatu ikatan persaudaraan fillah, makin besar peluang untuk anggotanya dikategorikan sebagai mukmin sejati (mu’min al haq). Sebaliknya ikatan bersaudara di jalan Allah ini bila rapuh, akan mengindikasikan suatu hakikat keimanan yang juga masih rendah tingkatnya.

Studi Russell Lacey (2007) menjelaskan bahwa pengakuan masyarakat adalah tingkat identifikasi individu atau ingatan pelanggan menerima dari organisasi. Dengan serangkaian interaksi dari waktu ke waktu, organisasi memiliki kesempatan meningkatkan secara pribadi mengenali kembali. Sebagai basis pelanggan suatu perusahaan mengembang, menjadi semakin sulit untuk menjadi akrab dengan semua pelanggan tetap. Dengan menggunakan teknologi manajemen hubungan sosial untuk menciptakan lebih personal interaksi dengan masyarakat. Konsekuensi tingkat kenaikan jejaring sosial, akan berdampak positif pada komitmen (Garbarino dan Johnson 1999). Dalam studi Gruen, Summers, dan Acito (2000) menemukan dampak positif jejaring sosial dengan komitmen. Oleh karena itu hipotesis pertama yang di ajukan dalam penelitian ini adalah :

H4 : Semakin tinggi social drivers, maka semakin tinggi komitmen organisasi.

Economic Drivers

Konsep ekonomi meletakkan dasar pemerataan dari segala sesuatu yang telah dikaruniakanNya kepada hambaNya. Pemerataan di sini tidak memandang bagaimana dan siapa orangnya, tapi memusatkan perhatiannya pada suatu hak mutlak, bahwa segala sesuatu yang telah diberikanNya kepada para hambaNya itu semata-mata hak

dan milik Allah. Karena itu bagaimanapun dan siapapun orangnya, dia berhak untuk menikmati semua pemberian Allah tadi. Dan bagi mereka yang tidak sempat menikmatinya, maka hak ini "dilekatkan" pada mereka yang berkecukupan/mampu sebagai suatu kewajiban, agar mereka itu menyalurkannya kepada mereka yang berhak untuk menerima dan menikmati segala pemberianNya. Disinilah pokok pangkalnya mengapa prinsip kesejahteraan ini menjadi salah satu wujud persamaan, manusia sebagai ciptaanNya mempunyai hak yang sama, sedang dalam arti nilai kemuliaan mereka itu tidak sama. Artinya, hanya orang yang paling bertakwa sajalah yang dipandang paling mulia di sisi Allah yang disebut dalam Al-Quran: *Inna akramakum 'ndallahi atqaa*. Di saat semakin merajalelanya sistem perekonomian kapitalisme yang bahkan sudah menyusup demikian dalam kehidupan negara-negara Islam maupun negara-negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam, masalah pengangguran dan tidak meratanya kesejahteraan sosial merupakan bagian yang tak akan pernah terpisahkan dari sistem ekonomi kapitalisme ini. "Harus ada pihak yang dikorbankan" itulah prinsip eksploitasi yang ada dalam sistem ekonomi kapitalisme, sesuatu yang sangat bertentangan dengan ajaran Islam, dimana semua orang berhak mendapat kesempatan yang sama dalam memperoleh kesejahteraan.

Menurut Parvatiyar dan Sheth (2000) menjelaskan bahwa nilai ekonomi biasanya berfungsi sebagai pendorong utama dalam pertukaran, selanjutnya menjelaskan nilai ekonomi berkontribusi terhadap komitmen. Oleh karena itu hipotesis kedua yang di ajukan dalam penelitian ini adalah :

H5: Semakin tinggi economic drivers, maka semakin tinggi komitmen organisasi.

Value Based Drifers

Dalam ekonomi Islam, bisnis dan etika tidak harus dipandang sebagai dua hal yang bertentangan, sebab, bisnis yang merupakan symbol dari urusan duniawi juga dianggap sebagai bagian integral dari hal-hal yang bersifat investasi akherat. Artinya, jika orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat (diniatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas kepatuhan kepada Tuhan), maka bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat. Bahkan dalam Islam, pengertian bisnis itu sendiri tidak dibatasi urusan dunia, tetapi mencakup pula seluruh kegiatan kita didunia yang "dibisniskan" (diniatkan sebagai ibadah) untuk meraih keuntungan atau pahala akhirat. Stetemen ini secara tegas di sebut dalam salah satu ayat Al-Qur'an. *Wahai Orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan pada suatu perniagaan (bisnis) yang dapat menyelamatkan kamu dari adzab pedih ? yaitu beriman kepada Allah & Rasul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan jiwa dan hartamu, itulah yang lebih baik bagimu jika kamu mengetahui*

Nilai-nilai bersama menggambarkan sejauh mana tujuan, kebijakan dan kepercayaan yang dianut oleh para pihak yang melakukan hubungan (Morgan dan Hunt 1994). Kesamaan psikologis langsung memberikan kontribusi pada kualitas

hubungan (Iacobucci dan Hibbard 1999). Persepsi bersama meningkatkan nilai hubungan dan memberikan kontribusi komitmen (Sirdeshmukh, Singh, dan Sabo: 2008). Oleh karena itu hipotesis ketiga yang di ajukan dalam penelitian ini adalah :

H6: Semakin tinggi value-based drivers, maka semakin tinggi komitmen organisasi.

Environment Drivers

Membentuk lingkungan bisnis yang islami bukanlah sesuatu yang baru dalam dunia Islam, bahkan dapat dikatakan sebagai sebuah keharusan. Dan jika kita mau menelusuri sejarah, dalam agama Islam tampak pandangan positif terhadap perdagangan dan kegiatan ekonomis. Nabi Muhammad SAW adalah seorang pedagang (*pebisnis*), dan agama Islam disebar-luaskan terutama melalui para pedagang muslim. Sehingga dengan demikian, bukanlah suatu hal yang berlebihan bila bisnis dapat dilakukan dengan mengedepankan nilai-nilai Islam serta dalam suasana yang *Islami*.

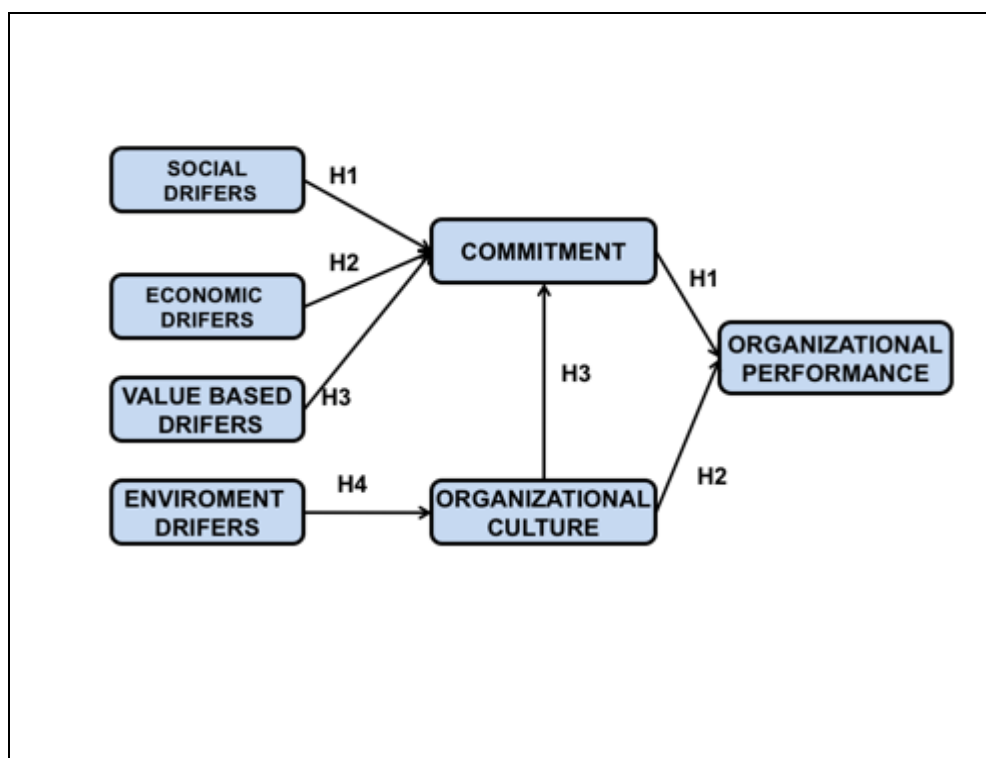
Oleh karena itu para pelaku usaha atau pihak perusahaan dituntut bersikap tidak kontradiksi secara disengaja antara ucapan dan perbuatan dalam bisnisnya. Mereka dituntut tepat janji, tepat waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan (*tidak ditutup-tutupi*), selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan serta tidak boleh menipu dan berbohong. Para pelaku bisnis dituntut mempunyai kesadaran mengenai etika dan moral, karena keduanya merupakan kebutuhan yang harus dimiliki. Pelaku usaha atau perusahaan yang ceroboh dan tidak menjaga etika, tidak akan berbisnis secara baik sehingga dapat mengancam hubungan sosial dan merugikan konsumen, bahkan dirinya sendiri.

Teori *contingency* menyatakan bahwa kinerja organisasi merupakan hasil dari penyesuaian antara variabel internal dengan variabel-variabel lingkungan. Adanya perbedaan intensitas keragaman lingkungan luar memerlukan intensitas pembuatan keputusan berbeda. Hal tersebut untuk menyesuaikan sumber-sumber milik perusahaan dengan lingkungan luar yang berlaku (Sharma dan Arogan-Corera 2003). Studi George Balabanis and Stavroula Spyropoulou (2006) menunjukkan bahwa perubahan budaya organisasi berdasar pada perbedaan intensitas dengan intensitas dengan lingkungan bisnis luar menghasilkan daya saing yang lebih besar. Oleh karena itu hipotesis keempat yang di ajukan dalam penelitian ini adalah :

H7: Semakin tinggi environment drivers, maka semakin tinggi budaya organisasi.

Model empirik Penelitian

Berdasarkan telaah pustaka maka model penelitian ini nampak pada Gambar 1:



Gambar 1
Model Empirik Penelitian

METODA PENELITIAN

Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pimpinan UKM di kota Semarang. Berdasarkan data mitra binaan UKM Dinas Koperasi dan UKM kota Semarang Tahun 2012 jumlah adalah 409.

Dengan model estimasi menggunakan Maximum Likelihood (ML) besarnya sampel / sample size 100 – 200 (Hair 1992), sehingga jumlah sampel dalam studi ini sebesar 150 responden. Adapun metode pengambilan sampel adalah "Purposive Sampling" artinya pengambilan sampel dengan mempertimbangkan karakteristik populasi yaitu : a). Pengalaman operasional minimal 5 tahun. b). Representase dari jenis usaha UKM

Variabel dan Indikator

Variabel dan indikator pada studi ini nampak pada tabel berikut :

Tabel 1
Variabel dan Indikator

No	Variabel	Indikator	Sumber
1	Social Drivers Keseimbangan antara <i>hablum-minallaah</i> dengan <i>hablum-minannaas</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak mengedepan persaingan • Ikatan persaudaran • Kepedulian 	Basheer (2010)
2	Economic Drivers Pemerataan dari segala sesuatu yang telah dikaruniakanNya kepada hambaNya	<ul style="list-style-type: none"> • Kesejahteran karyawan • Mendorong pertukaran keuangan • Peduli lingkungan 	Basheer (2010)
3	Value Based Drivers Berkaitan urusan duniawi juga dianggap sebagai bagian integral dari hal-hal yang bersifat investasi akherat	<ul style="list-style-type: none"> • Orientasi moral • Niat ibadah • Kualitas kehidupan harmoni 	Basheer (2010)
4	Enviroment Drivers Mengedepankan nilai-nilai Islam serta dalam suasana yang <i>Islami</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Konsistensi • Perbaikan kualitas • Kesadaran etika dan moral 	Basheer (2010)
5	Komitmen Kekuatan yang bersifat relatif dari karyawan dalam mengidentifikasi keterlibatan dirinya ke dalam bagian organisasi	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki hasrat • Memiliki kemauan • Ikatan emosional • Kesamaan kepentingan 	Sirdeshmukh, Singh, dan Sabo: (2012)
6	Budaya organisasi Suatu sistem pengertian yang diterima secara bersama-sama	<ul style="list-style-type: none"> • Mengemukakan pendapat • <i>Reward</i> yang adil • Mufakat • Otonomi 	Robbin. S. (1996)
7	Kinerja UKM Tingkat pencapaian organisasi dalam periode tertentu	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Profitability</i> • Market share • Efisiensi • Posisi pasar 	Wiklund (1999)

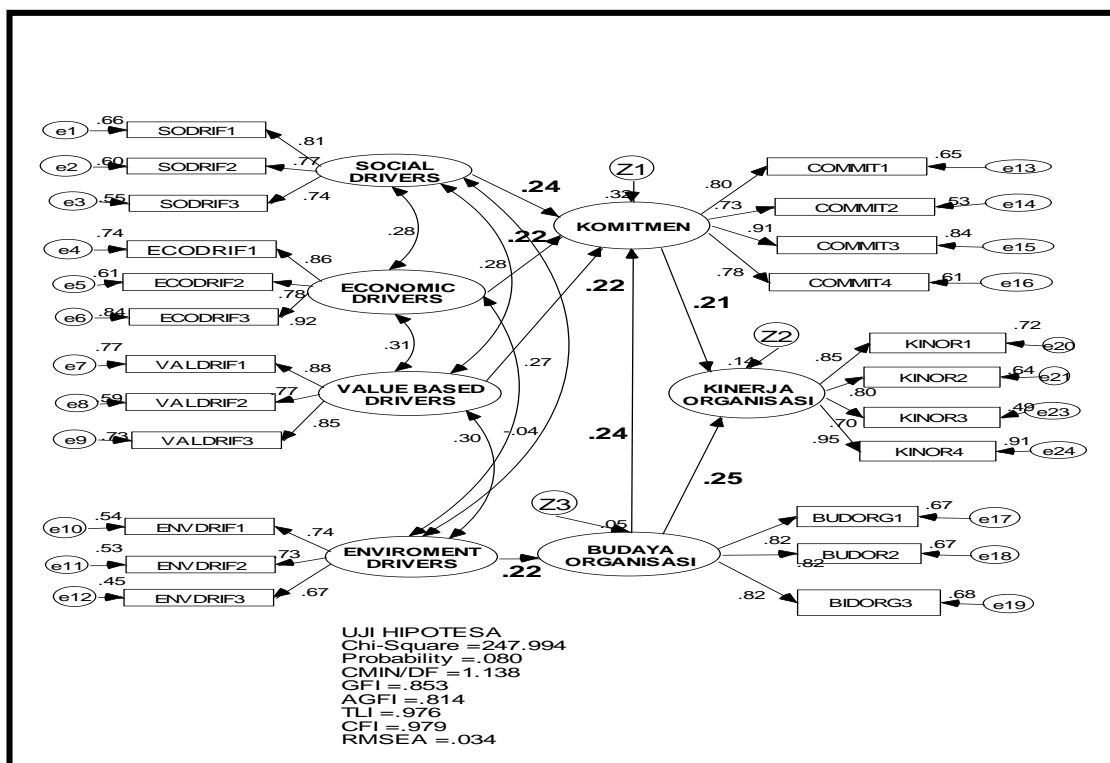
Teknik Analisis

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini digunakan *The Structural Equation Modelling (SEM)* dari paket software *AMOS 4.0*. Model ini merupakan sekumpulan teknik-teknik statistik yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan relatif rumit.

Keunggulan aplikasi SEM dalam penelitian manajemen adalah kemampuannya untuk mengkonfirmasi dimensi-dimensi dari sebuah konsep atau faktor serta kemampuannya untuk mengukur hubungan-hubungan yang secara teoritis ada. Adapun langkah-langkah dalam SEM, Menurut Ferdinand (2000) adalah sebagai berikut : 1).Pengembangan model berbasis teori. 2).Pengembangan Path diagram. 3).Evaluasi Kriteria *Goodnes-of-fit* 4). Pada langkah ini kesesuaian model dievaluasi, melalui telaah terhadap berbagai kriteria *Goodnes-of-fit*.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Setelah model dianalisis melalui faktor konfirmatori, maka masing-masing indikator dalam model yang fit tersebut dapat digunakan untuk mendefinisikan konstruk laten, sehingga full model *Structural Equation Model* (SEM) dapat dianalisis. Hasil pengolahannya dapat dilihat pada Gambar 2 dan Tabel 2.



Gambar 2
 Full Model Sustainable Islamic Entrepreneur

Tabel 2
Standardized Regresion Weight (Loading Factor)

	Std.Estimate	S.E.	C.R.
Budaya_Organisasi <- Enviroment_Drive	0,224	0,134	2,003
Komitmen <----- Social_Drivers	0,224	0,116	2,392
Komitmen <----- Economic_Drivers	0,223	0,097	2,297
Komitmen <----- Value Based_Drivers	0,225	0,094	2,279
Komitmen <----- Budaya_Organisasi	0,240	0,100	2,601
Kinerja_Organisa <- Budaya_Organisas	0,252	0,108	2,451
Kinerja_Organisasi <----- Komitmen	0,211	0,096	2,120

Kemudian uji model menunjukkan bahwa model ini sesuai dengan data atau fit terhadap data yang digunakan dalam penelitian. Hal tersebut ditunjukkan dengan Chi-Square ,Probability, CMIN/DF, TLI berada dalam rentang nilai yang diharapkan meskipun GFI dan AGFI diterima secara marjinal, hal tersebut nampak pada Tabel 3

Tabel 3
*Indeks Pengujian Kelayakan Structural Equation
Islamic Entrepreneur*

<i>Goodness-of-fit-Index</i>	<i>Cut-off-value</i>	Hasil	Keterangan
<i>X-Chi-square</i>	Diharapkan kecil	247,994	Baik
<i>Probobability</i>	≥ 0,05	0,080	Baik
RMSEA	≤ 0,08	0,034	Baik
GFI	≥ 0,90	0,853	Marginal
AGFI	≥ 0,90	0,814	Marginal
CMIN/DF	≤ 2,00	1,138	Baik
TLI	≥ 0,95	0,976	Baik
CFI	≥ 0,94	0,979	Baik

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan perhitungan melalui analisis konfirmatori dan uji model *structural equation model* seperti yang disajikan pada Tabel 3 maka model ini dapat diterima. Kemudian berdasarkan model fit ini akan dilakukan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

Pengaruh Komitmen terhadap Kinerja Organisasi

Hipotesis pertama yang di ajukan dalam studi ini adalah semakin tinggi komitmen organisasi, maka semakin tinggi kinerja organisasi. Kinerja organisasi dibangun oleh indikator-indikator rata-rata profitability selama tiga tahun terakhir bisnis kami berada di atas rata-rata, rata-rata market share kami selama tiga tahun terakhir berada di atas rata-rata, selama tiga tahun terakhir kami dapat meningkatkan

efisiensi di atas rata-rata dan selama tiga tahun terakhir posisi pasar kami berada di atas rata-rata. Sedangkan komitmen organisasi indikator adalah sumber daya manusia kami *memiliki hasrat* untuk memajukan organisasi, sumber daya manusia *memiliki kemauan* untuk memberikan pengorbanan pada organisasi., sumber daya manusia *memiliki ikatan emosional* pada organisasi dan sumber daya manusia *memiliki kesamaan kepentingan* pada organisasi. Sedangkan budaya organisasi indikator adalah organisasi kami memberikan kebebasan *mengemukakan pendapat*, organisasi kami memberikan *reward yang adil*, organisasi kami setiap keputusan berdasarkan mufakat, organisasi kami memberikan *otonomi kepada karyawan*.

Parameter estimasi antara komitmen dengan kinerja organisasi menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai CR = **2.120** atau $CR \geq \pm 2,00$ dengan taraf signifikan sebesar 0,05 (5 %). Dengan demikian hipotesis 7 diterima, artinya semakin tinggi komitmen organisasi, maka semakin tinggi kinerja organisasi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan kinerja organisasi dibangun oleh komitmen organisasi.

Setiap sumber daya manusia memiliki dasar dan perilaku yang berbeda tergantung pada komitmen organisai yang dimilikinya. Komitmen organisasional didasarkan bahwa individu membentuk suatu keterkaitan terhadap organisasi (Meyer 1998). Studi lain menjelaskan bahwa konsep komitmen organisasi didasarkan pada keyakinan bahwa komitmen organisasi memiliki implikasi, bukan saja pada karyawan dan organisasi namun juga pada masyarakat secara keseluruhan (Yaping Gong 2009). Dengan diterimanya hipotesis ini mendukung studi komitmen yang tinggi akan meningkatkan kinerja organisasi (Gary J. Greguras 2009).

Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kinerja Organisasi

Hipotesis kedua yang di ajukan dalam studi ini adalah semakin tinggi budaya organisasi, maka semakin tinggi kinerja organisasi. Kinerja organisasi dibangun oleh indikator-indikator rata-rata profitability selama tiga tahun terakhir bisnis kami berada di atas rata-rata, rata-rata market share kami selama tiga tahun terakhir berada di atas rata-rata, selama tiga tahun terakhir kami dapat meningkatkan efisiensi di atas rata-rata dan selama tiga tahun terakhir posisi pasar kami berada di atas rata-rata. Sedangkan budaya organisasi indikator adalah organisasi kami memberikan kebebasan *mengemukakan pendapat*, organisasi kami memberikan *reward yang adil*, organisasi kami setiap keputusan berdasarkan mufakat, organisasi kami memberikan *otonomi kepada karyawan*

Parameter estimasi antara budaya organisasi dengan kinerja organisasi menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai CR = **2.451** atau $CR \geq \pm 2,00$ dengan taraf signifikan sebesar 0,05 (5 %). Dengan demikian hipotesis 6 diterima, artinya semakin tinggi budaya organisasi, maka semakin tinggi kinerja organisasi. Hasil

tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan kinerja organisasi dibangun oleh budaya organisasi .

Budaya yang kuat dicirikan oleh nilai inti dari organisasi yang secara luas. Makin banyak anggota yang menerima nilai-nilai inti, menyetujui tingkat kepentingan dan merasa terikat, maka makin kuat budaya organisasi, Robbin. S. (1996). Oleh karena itu adaptabilitas merupakan variabel penting yang perlu diperhatikan dalam menjelaskan makna budaya organisasi bagi keberhasilan organisasi. Dengan diterimanya hipotesis ini mendukung studi Studi Hessket & Kotter (1992) pada 200 perusahaan di beberapa negara Asia, Eropa dan Amerika temuannya adalah budaya yang kuat dan adaptif memiliki suatu kekuatan dan sumbangan nyata terhadap peningkatan kinerja organisasi dalam jangka panjang.

Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Komitmen

Hipotesis ketiga yang di ajukan dalam studi ini adalah semakin tinggi budaya organisasi, maka semakin tinggi komitmen organisasi. Komitmen organisasi dibangun oleh indikator-indikator sumber daya manusia kami *memiliki hasrat* untuk memajukan organisasi, sumber daya manusia *memiliki kemauan* untuk memberikan pengorbanan pada organisasi., sumber daya manusia *memiliki ikatan emosional* pada organisasi dan sumber daya manusia *memiliki kesamaan kepentingan* pada organisasional. Sedangkan budaya organisasi indikator adalah organisasi kami memberikan kebebasan *mengemukakan pendapat*, organisasi kami memberikan *reward yang adil*, organisasi kami setiap keputusan berdasarkan mufakat, organisasi kami memberikan *otonomi kepada karyawan*.

Parameter estimasi antara budaya organisasi dengan komitmen menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai $CR = 2.601$ atau $CR \geq \pm 2,00$ dengan taraf signifikan sebesar 0,05 (5 %). Dengan demikian hipotesis 5 diterima, artinya semakin tinggi budaya organisasi, maka semakin tinggi komitmen organisasi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan komitmen dibangun oleh budaya organisasi .

Makin banyak anggota yang menerima nilai-nilai inti, menyetujui tingkat kepentingan dan merasa terikat, maka makin kuat budaya organisasi. Mengacu pendapat Morgan dan Hunt (1994) bahwa nilai-nilai bersama menggambarkan sejauh mana tujuan, kebijakan dan kepercayaan yang dianut oleh para pihak yang melakukan hubungan. Dan budaya organisasi merujuk pada suatu sistem pengertian yang diterima secara bersama-sama (Robbins S.P 1996). Dengan diterimanya hipotesis ini mendukung studi Sirdeshmukh, Singh, dan Sabo (2002) persepsi bersama meningkatkan nilai hubungan dan memberikan kontribusi komitmen.

Pengaruh Social Drifers terhadap Komitmen

Hipotesis keempat yang di ajukan dalam studi ini adalah semakin tinggi social drivers, maka semakin tinggi komitmen organisasi. Komitmen organisasi dibangun

oleh indikator-indikator Sumber daya manusia kami *memiliki hasrat* untuk memajukan organisasi, sumber daya manusia *memiliki kemauan* untuk memberikan pengorbanan pada organisasi, sumber daya manusia *memiliki ikatan emosional* pada organisasi dan sumber daya manusia *memiliki kesamaan kepentingan* pada organisasional. Sedangkan *social drivers* indikator adalah organisasi kami tidak mengedepankan persaingan dalam bisnis, organisasi kami *memiliki ikatan persaudaraan* dengan sesama rekan bisnis dan organisasi kami *memiliki kepedulian* dengan lingkungan.

Parameter estimasi antara *social drivers* dengan komitmen menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai $CR = 2.392$ atau $CR \geq \pm 2,00$ dengan taraf signifikan sebesar 0,05 (5 %). Dengan demikian hipotesis 1 diterima, artinya semakin tinggi *social drivers*, maka semakin tinggi komitmen organisasi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan komitmen dibangun oleh *social drivers*.

Setiap organisasi maupun perusahaan selalu berusaha meningkatkan *human capital*. *Human capital* merupakan karakteristik SDM yang ditentukan oleh pengetahuan yang dimiliki yang digunakan untuk menciptakan nilai bagi organisasi. Manajemen *human capital* harus memperhatikan sumber-sumber pengetahuan dan aliran pengetahuan – pengetahuan tersebut. Aliran pengetahuan dimaksudkan sebagai proses perkembangan keahlian dan pelembagaan pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan pasar. Sumber daya manusia (SDM) dengan motivasi dan kompetensi tinggi lebih mau dan mampu mempengaruhi dan memenuhi kebutuhan partner eksternal. SDM dengan motivasi dan kompetensi tinggi lebih mau dan mampu mempengaruhi dan memenuhi kebutuhan partner eksternal, sehingga partner eksternal lebih mau untuk mengembangkan hubungan jangka panjang dengan organisasi. Para peneliti mengatakan bahwa ikatan sosial eksternal individu memberikan akses sumber daya penting bagi perusahaan.

Hasil studi ini yang menunjukkan bahwa bila *human capital* semakin tinggi, maka semakin luas *capital sosial*, mendukung studi yang dilakukan oleh Brown & Duguid (1998) yang mengatakan bahwa *human capital* dipandang sebagai antesenden sumber daya jejaring karena mewakili kapabilitas organisasi untuk secara efektif merespon kebutuhan partner eksternal, menyelesaikan berbagai persoalan dan berbagai macam informasi

Sebagai muslim, sudah seharusnya berusaha untuk menyeimbangkan antara *hablum-minallaah* dengan *hablum-minannaas*. Pengakuan masyarakat adalah tingkat identifikasi individu atau ingatan pelanggan menerima dari organisasi. Dengan serangkaian interaksi dari waktu ke waktu, organisasi memiliki kesempatan meningkatkan secara pribadi mengenali kembali. Sebagai basis pelanggan suatu perusahaan mengembang, menjadi semakin sulit untuk menjadi akrab dengan semua pelanggan tetap. Dengan diterimanya hipotesis ini mendukung studi Gruen, Summers, dan Acito (2000) menemukan dampak positif jejaring sosial dengan komitmen.

Pengaruh *Economic Drifers* terhadap Komitmen

Hipotesis kelima yang di ajukan dalam studi ini adalah semakin tinggi economic drifers, maka semakin tinggi komitmen organisasi. Komitmen organisasi dibangun oleh indikator-indikator Sumber daya manusia kami *memiliki hasrat* untuk memajukan organisasi, sumber daya manusia *memiliki kemauan* untuk memberikan pengorbanan pada organisasi., sumber daya manusia *memiliki ikatan emosional* pada organisasi dan sumber daya manusia *memiliki kesamaan kepentingan* pada organisasional. Sedangkan *economic drifers* indikator adalah organisasi kami mengedepankan *kesejahteraan karyawan*, organisasi kami *mendorong terjadinya pertukaran keuangan* yang saling menguntungkan, organisasi kami *peduli terhadap kesejahteraan lingkungan* bisnis

Parameter estimasi antara *economic drifers* dengan komitmen menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai CR = **2.297** atau $CR \geq \pm 2,00$ dengan taraf signifikan sebesar 0,05 (5 %). Dengan demikian hipotesis 2 diterima, artinya semakin tinggi *social drivers*, maka semakin tinggi komitmen organisasi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan komitmen dibangun oleh *economic drifers*.

Ekonomi meletakkan dasar pemerataan dari segala sesuatu yang telah dikaruniakanNya kepada hambaNya. Pemerataan di sini tidak memandang bagaimana dan siapa orangnya, tapi memusatkan perhatiannya pada suatu hak mutlak, bahwa segala sesuatu yang telah diberikanNya kepada para hambaNya itu semata-mata hak dan milik Allah. Karena itu bagaimanapun dan siapapun orangnya, dia berhak untuk menikmati semua pemberian Allah tadi. Dan bagi mereka yang tidak sempat menikmatinya, maka hak ini "dilekatkan" pada mereka yang berkecukupan/mampu sebagai suatu kewajiban, agar mereka itu menyalurkannya kepada mereka yang berhak untuk menerima dan menikmati segala pemberianNya. Dengan diterimanya hipotesis ini mendukung studi Parvatiyar dan Sheth (2000) yang menjelaskan bahwa nilai ekonomi biasanya berfungsi sebagai pendorong utama dalam pertukaran, selanjutnya menjelaskan nilai ekonomi berkontribusi terhadap komitmen.

Pengaruh *Value Based Drifers* terhadap Komitmen

Hipotesis keenam yang di ajukan dalam studi ini adalah semakin tinggi *value based drifers*, maka semakin tinggi komitmen organisasi. Komitmen organisasi dibangun oleh indikator-indikator Sumber daya manusia kami *memiliki hasrat* untuk memajukan organisasi, sumber daya manusia *memiliki kemauan* untuk memberikan pengorbanan pada organisasi., sumber daya manusia *memiliki ikatan emosional* pada organisasi dan sumber daya manusia *memiliki kesamaan kepentingan* pada organisasional. Sedangkan *value based drifers* indikator adalah organisasi kami *berorientasi pada moral* yang berlandaskan keimanan kepada akhirat, nilai-nilai bisnis organisasi kami diniatkan sebagai ibadah dan nilai-nilai bisnis organisasi kami mendorong kualitas kehidupan yang harmoni.

Parameter estimasi antara *value based drivers* dengan komitmen menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai CR = **2.279** atau $CR \geq \pm 2,00$ dengan taraf signifikan sebesar 0,05 (5 %). Dengan demikian hipotesis 3 diterima, artinya semakin tinggi *value based drivers*, maka semakin tinggi komitmen organisasi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan komitmen dibangun oleh *value based drivers*.

Bisnis dan etika tidak harus dipandang sebagai dua hal yang bertentangan, sebab, bisnis yang merupakan simbol dari urusan duniawi juga dianggap sebagai bagian integral dari hal-hal yang bersifat investasi akherat. Artinya, jika orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat (diniatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas kepatuhan kepada Tuhan), maka bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat.

Dengan diterimanya hipotesis ini mendukung studi Morgan dan Hunt (1994) yang menjelaskan bahwa nilai-nilai bersama menggambarkan sejauh mana tujuan, kebijakan dan kepercayaan yang dianut oleh para pihak yang melakukan hubungan Kesamaan psikologis langsung memberikan kontribusi pada kualitas hubungan (Iacobucci dan Hibbard 1999). Persepsi bersama meningkatkan nilai hubungan dan memberikan kontribusi komitmen (Sirdeshmukh, Singh, dan Sabo 2008).

Pengaruh *Environment Drivers* terhadap Komitmen

Hipotesis ketujuh yang di ajukan dalam studi ini adalah semakin tinggi *environment drivers*, maka semakin tinggi komitmen organisasi. Komitmen organisasi dibangun oleh indikator-indikator Sumber daya manusia kami memiliki hasrat untuk memajukan organisasi, sumber daya manusia memiliki kemauan untuk memberikan pengorbanan pada organisasi., sumber daya manusia memiliki ikatan emosional pada organisasi dan sumber daya manusia memiliki kesamaan kepentingan pada organisasional. Sedangkan *environment drivers* indikator adalah organisasi kami konsistensi apa yang diucapkan sesuai dengan yang dilaksanakan, organisasi kami selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan dan organisasi kami berorientasi pada kesadaran mengenai etika dan moral dalam berbisnis

Parameter estimasi antara *value based drivers* dengan komitmen menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai CR = **2.003** atau $CR \geq \pm 2,00$ dengan taraf signifikan sebesar 0,05 (5 %). Dengan demikian hipotesis 4 diterima, artinya semakin tinggi *environment drivers*, maka semakin tinggi komitmen organisasi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan komitmen dibangun oleh *environment based drivers*.

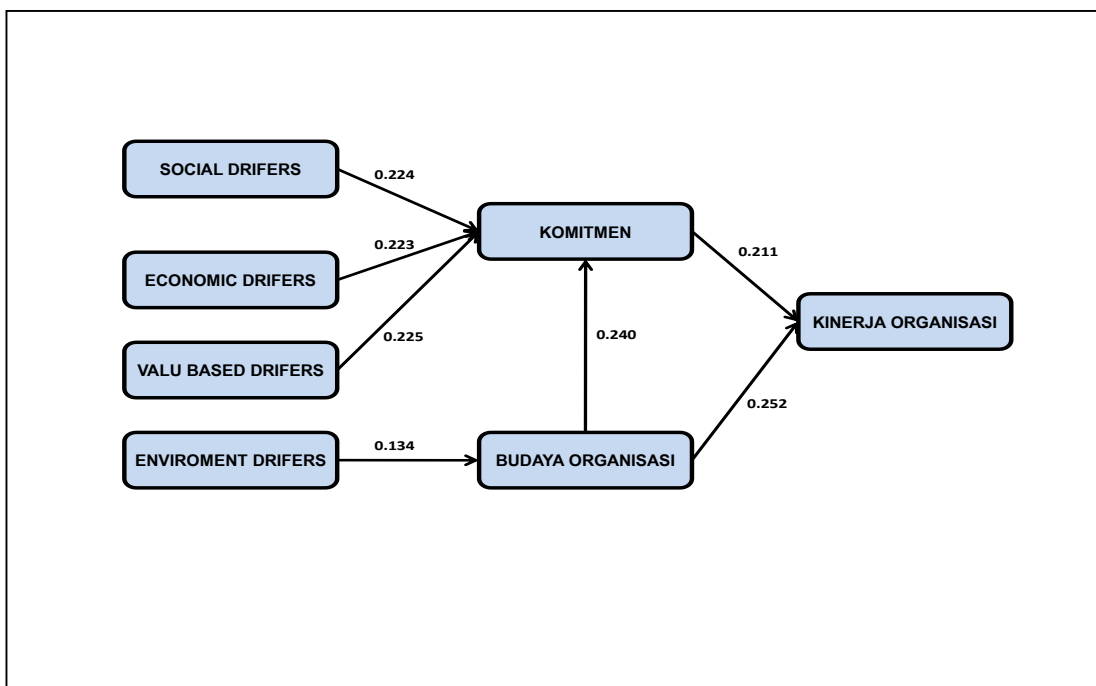
Pelaku usaha dituntut bersikap tidak kontradiksi secara disengaja antara ucapan dan perbuatan dalam bisnisnya. Mereka dituntut tepat janji, tepat waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan, selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan serta tidak boleh menipu dan berbohong. Para pelaku bisnis dituntut mempunyai kesadaran mengenai etika dan moral, karena keduanya

merupakan kebutuhan yang harus dimiliki. Pelaku usaha atau perusahaan yang ceroboh dan tidak menjaga etika, tidak akan berbisnis secara baik sehingga dapat mengancam hubungan sosial dan merugikan konsumen, bahkan dirinya sendiri.

Dengan diterimanya hipotesis ini mendukung studi Sharma dan Arojan-Corera (2003) menyatakan bahwa kinerja organisasi merupakan hasil dari penyesuaian antara variabel internal dengan variabel-variabel lingkungan. Adanya perbedaan intensitas keragaman lingkungan luar memerlukan intensitas pembuatan keputusan dan komitmen berbeda.

Pengaruh Langsung, Tak langsung dan Total

Analisis pengaruh langsung, tidak langsung dan total ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel yang dihipotesiskan. Pengaruh langsung merupakan koefisien dari semua garis koefisien dengan anak panah satu ujung atau sering disebut dengan koefisien jalur, sedang pengaruh tak langsung adalah pengaruh yang diakibatkan oleh variabel antara. Sedangkan pengaruh total merupakan total penjumlahan dari pengaruh langsung dan tak langsung. Pengujian terhadap pengaruh langsung, tidak langsung dan total dari setiap variabel model *islamic entrepreneur*, disajikan pada Gambar 3 dan Tabel 3.



Gambar 3
Pengaruh Langsung Model *Islamic Entrepreneur*

Tabel 3
Pengaruh Langsung, Tidak Langsung Dan Total
Model Islamic Entrepreneur

No	Variabel	Pengaruh	Value Based Drifers	Enviroment Drifers	Economic Drifers	Social Drifers	Budaya Oraganisasi	Komitmen
1	Budaya Organisasi	Langsung	0,000	0,24	0,000	0,000	0,000	0,000
		Tak	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
		Langsung Total	0,000	0,224	0,000	0,000	0,000	0,000
2	Komitmen	Langsung		0,000	0,223	0,244	0,240	0,000
		Tak	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
		Langsung Total	0,225	0,054	0,223	0,244	0,240	0,000
3	Kinerja Organisasi	Langsung	0,000	0,000	0,000	0,000	0,252	0,211
		Tak	0,047	0,068	0,047	0,005	0,051	0,000
		Langsung Total	0,047	0,068	0,047	0,052	0,303	0,211

Gambar 3 dan Tabel 3 pengaruh langsung, tidak langsung dan total model *Islamic entrepreneur* menjelaskan bahwa budaya organisasi dipengaruhi secara langsung oleh *enviroment drifers* (0,224). Sedangkan pengaruh tidak langsung yang mempengaruhi variabel *social capital* tidak tampak dalam model penelitian ini karena variabel *social capital* merupakan variabel pada jenjang pertama dalam model persamaan terstruktur.

Kemudian variabel komitmen dipengaruhi secara langsung oleh *value based drifers* (0,225), *social drifers* (0,223) dan *social drifers* (0,244). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *value based drifers* (0,225) memiliki pengaruh paling besar terhadap komitmen. Sedangkan pengaruh tidak langsung yang mempengaruhi variabel budaya organisasi tidak tampak dalam model penelitian ini karena variabel komitmen merupakan variabel pada jenjang pertama dalam model persamaan terstruktur.

Dan model *Islamic entrepreneur* variabel kinerja organisasi dipengaruhi secara langsung oleh budaya organisasi (0,252) dan komitmen (0,211). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel budaya organisasi (0,252) memiliki pengaruh paling besar terhadap kinerja organisasi. Sedangkan pengaruh tidak langsung yang mempengaruhi variabel kinerja organisasi oleh *value based drifers* dan *economic*

drifers sebesar 0,047, *enviroment drifers* sebesar **0,068**, *social drifers* sebesar 0,052 dan budaya organisasi sebesar 0,051

Total pengaruh variabel *value based drifers* dan *economic drifers* sebesar 0,047, *enviroment drifers* sebesar **0,068**, *social drifers* sebesar 0,052, budaya organisasi sebesar **0,303** dan komitmen sebesar 0,211. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel budaya organisasi (**0,303**) memiliki total pengaruh paling dominan terhadap terhadap variabel kinerja organisasi

Berdasarkan pengaruh langsung dan tidak langsung yang diuraikan di atas, menunjukkan bahwa selain yang mempengaruhi langsung budaya organisasi dan komitmen terhadap kinerja organisasi, juga diperhatikan variabel yang lain. Variabel tersebut *value based drifers*, *economic drifers* drifers, *enviroment drifers* dan *social drifers*

SIMPULAN

Kesimpulan Hipotesis

Semakin tinggi *social drivers*, maka semakin tinggi komitmen organisasi Artinya peningkatan komitmen organisasi dibangun oleh *social drivers* dengan indikator organisasi kami tidak mengedepankan persaingan dalam bisnis, organisasi kami memiliki ikatan persaudaraan dengan sesama rekan bisnis dan organisasi kami memiliki kepedulian dengan lingkungan.

Semakin tinggi *economic drivers*, maka semakin tinggi komitmen organisasi. Artinya peningkatan komitmen organisasi dibangun oleh *economic drivers* dengan indikator organisasi kami mengedepankan kesejahteraan karyawan, organisasi kami mendorong terjadinya pertukaran keuangan yang saling menguntungkan, organisasi kami peduli terhadap kesejahteraan lingkungan bisnis

Semakin tinggi *value-based drivers*, maka semakin tinggi komitmen organisasi. Artinya peningkatan komitmen organisasi dibangun oleh *value-based drivers drivers* dengan indikator organisasi kami berorientasi pada moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat, nilai-nilai bisnis organisasi kami diniatkan sebagai ibadah dan nilai-nilai bisnis organisasi kami mendorong kualitas kehidupan yang harmoni.

Semakin tinggi *enviroment drivers*, maka semakin tinggi budaya organisasi. Artinya peningkatan budaya organisasi dibangun oleh *enviroment drivers* dengan indikator organisasi kami konsistensi apa yang diucapkan sesuai dengan yang dilaksanakan, organisasi kami selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan dan organisasi kami berorientasi pada kesadaran mengenai etika dan moral dalam berbisnis

Semakin tinggi budaya organisasi, semakin tinggi komitmen, Artinya peningkatan budaya organisasi dibangun oleh komitmen dengan indikator sumber daya manusia kami memiliki hasrat untuk memajukan organisasi, sumber daya manusia memiliki kemauan untuk memberikan pengorbanan pada organisasi, sumber daya manusia memiliki ikatan emosional pada organisasi dan sumber daya manusia memiliki kesamaan kepentingan pada organisasi.

Semakin tinggi budaya organisasi, semakin tinggi kinerja organisasi. Artinya peningkatan kinerja organisasi dibangun oleh budaya organisasi dengan indikator organisasi kami memberikan kebebasan mengemukakan pendapat, organisasi kami memberikan reward yang adil, organisasi kami setiap keputusan berdasarkan mufakat, organisasi kami memberikan otonomi kepada karyawan

Semakin tinggi komitmen, semakin tinggi kinerja organisasi. Artinya peningkatan kinerja organisasi dibangun oleh komitmen dengan indikator sumber daya manusia kami memiliki hasrat untuk memajukan organisasi, sumber daya manusia memiliki kemauan untuk memberikan pengorbanan pada organisasi., sumber daya manusia memiliki ikatan emosional pada organisasi dan sumber daya manusia memiliki kesamaan kepentingan pada organisasi.

Kesimpulan Permasalahan Penelitian

Studi ini dimaksudkan untuk melakukan pengujian terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi pengembangan *islamic entrepreneur* dan implikasinya. Pada bab pendahuluan diuraikan tentang *research gap* dan fenomena bisnis yang mendasari penelitian ini telah dikembangkan sebagai masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana mengembangkan Islamic entrepreneur sehingga dapat meningkatkan kinerja organisasi.

Dukungan hipotesis 1, 2 dan 3 memperkuat variabel variabel komitmen organisasi dipengaruhi oleh *social drivers, value based drivers, economic*. Kemudian dukungan hipotesis 4 memperkuat variabel budaya organisasi dipengaruhi oleh *enviroment drivers*. Dukungan hipotesis 5 memperkuat variabel budaya organisasi dipengaruhi oleh komitmen. Dan dukungan hipotesis 6 dan 7 memperkuat variabel kinerja organisasi dipengaruhi oleh komitmen dan budaya organisasi.

Berdasarkan hipotesis – hipotesis yang telah dikembangkan dalam studi ini, maka masalah penelitian yang telah diajukan dapat dijustifikasi melalui pengujian *Structural Equation Modeling* (SEM), telah dikonsepskan melalui penelitian ini bahwa hubungan antara variabel-variabel yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh *Islamic entrepreneur* dari 7 konstruk yang diajukan dan didukung secara empirik : *social drivers, value based drivers, economic drivers, enviromen drivers*, budaya organisasi, komitmen dan kinerja organisasi.

Berdasarkan berbagai dukungan signifikan dari pengujian hipotesis telah menjawab masalah penelitian tersebut, dimana menghasilkan 6 pengembangan

strategic knowledge yang dapat mewujudkan keunggulan bersaing berkelanjutan yaitu :

Pertama, langkah-langkah mengembangkan *Islamic entrepreneur* sehingga dapat meningkatkan kinerja organisasi, dilakukan dengan meningkatkan komitmen yang dibangun oleh budaya organisasi. Komitmen dengan indikator sumber daya manusia kami *memiliki hasrat* untuk memajukan organisasi, sumber daya manusia *memiliki kemauan* untuk memberikan pengorbanan pada organisasi, sumber daya manusia *memiliki ikatan emosional* pada organisasi dan sumber daya manusia *memiliki kesamaan kepentingan* pada organisasi. budaya organisasi dengan indikator organisasi kami memberikan kebebasan *mengemukakan pendapat*, organisasi kami memberikan *reward yang adil*, organisasi kami setiap keputusan berdasarkan mufakat, organisasi kami memberikan *otonomi kepada karyawan*,

Kedua, langkah-langkah mengembangkan *Islamic entrepreneur* sehingga dapat meningkatkan kinerja organisasi, dilakukan dengan meningkatkan komitmen. Komitmen dengan indikator sumber daya manusia kami *memiliki hasrat* untuk memajukan organisasi, sumber daya manusia *memiliki kemauan* untuk memberikan pengorbanan pada organisasi, sumber daya manusia *memiliki ikatan emosional* pada organisasi dan sumber daya manusia *memiliki kesamaan kepentingan* pada organisasi,

Ketiga, langkah-langkah mengembangkan *Islamic entrepreneur* sehingga dapat meningkatkan kinerja organisasi, dilakukan dengan budaya organisasi yang dibangun oleh *enviroment drivers*. Komitmen dengan indikator sumber daya manusia kami *memiliki hasrat* untuk memajukan organisasi, sumber daya manusia *memiliki kemauan* untuk memberikan pengorbanan pada organisasi, sumber daya manusia *memiliki ikatan emosional* pada organisasi dan sumber daya manusia *memiliki kesamaan kepentingan* pada organisasi. Budaya organisasi dengan indikator organisasi kami memberikan kebebasan *mengemukakan pendapat*, organisasi kami memberikan *reward yang adil*, organisasi kami setiap keputusan berdasarkan mufakat, organisasi kami memberikan *otonomi kepada karyawan*,

Keempat, langkah-langkah mengembangkan *Islamic entrepreneur* sehingga dapat meningkatkan kinerja organisasi, dilakukan dengan komitmen organisasi yang dibangun oleh *social drivers*. Komitmen dengan indikator sumber daya manusia kami *memiliki hasrat* untuk memajukan organisasi, sumber daya manusia *memiliki kemauan* untuk memberikan pengorbanan pada organisasi, sumber daya manusia *memiliki ikatan emosional* pada organisasi dan sumber daya manusia *memiliki kesamaan kepentingan* pada organisasi. *Social drivers* dengan indikator organisasi kami tidak mengedepankan persaingan dalam bisnis, organisasi kami *memiliki ikatan persaudaraan* dengan sesama rekan bisnis dan organisasi kami *memiliki kepedulian* dengan lingkungan,

Kelima, langkah-langkah mengembangkan *Islamic entrepreneur* sehingga dapat meningkatkan kinerja organisasi, dilakukan dengan komitmen organisasi yang

dibangun oleh *value based drivers*. Komitmen dengan indikator sumber daya manusia kami *memiliki hasrat* untuk memajukan organisasi, sumber daya manusia *memiliki kemauan* untuk memberikan pengorbanan pada organisasi, sumber daya manusia *memiliki ikatan emosional* pada organisasi dan sumber daya manusia *memiliki kesamaan kepentingan* pada organisasi. *value based drivers* dengan indikator organisasi kami *berorientasi pada moral* yang berlandaskan keimanan kepada akhirat, nilai-nilai bisnis organisasi kami *diniatkan* sebagai ibadah dan nilai-nilai bisnis organisasi kami *mendorong* kualitas kehidupan yang harmoni.

Keenam, langkah-langkah mengembangkan *Islamic entrepreneur* sehingga dapat meningkatkan kinerja organisasi, dilakukan dengan komitmen organisasi yang dibangun oleh *value based drivers*. Komitmen dengan indikator sumber daya manusia kami *memiliki hasrat* untuk memajukan organisasi, sumber daya manusia *memiliki kemauan* untuk memberikan pengorbanan pada organisasi, sumber daya manusia *memiliki ikatan emosional* pada organisasi dan sumber daya manusia *memiliki kesamaan kepentingan* pada organisasi. organisasi kami *mengedepankan kesejahteraan karyawan*, organisasi kami *mendorong terjadinya pertukaran keuangan* yang saling menguntungkan, organisasi kami *peduli terhadap kesejahteraan lingkungan* bisnis.

Implikasi Teoritis

Studi literatur menjelaskan bahwa dalam *Islamic entrepreneur* menuju peningkatan kinerja organisasi UKM di Semarang, variabel – variabel mencakup *value based drivers, social drivers, enviroment drivers, economic drivers*, komitmen, budaya organisasi dan kinerja organisasi. Implikasi teoritis *Islamic entrepreneur* menuju peningkatan kinerja organisasi UKM di Semarang tercermin pada beberapa temuan-temuan penelitian sebagai berikut:

Temuan penelitian pertama berdasarkan pengujian hipotesis 1, 2 dan 3 memperkuat variabel variabel komitmen organisasi dipengaruhi oleh *social drivers, value based drivers, economic* besarnya *Squared Multiple Correlations 32.3 %*. Menurut Klane (2002) besarnya pengaruh 10% sampai dengan 50% kriteria sedang. Temuan ini mendukung studi sebelumnya yang dikembangkan oleh Basheer (2010) *Islamic Entrepreneurship* mencakup beberapa karakteristik *value based drivers, social drivers, enviroment drivers, economic drivers*. Morgan dan Hunt (1994) menjelaskan bahwa nilai-nilai bersama menggambarkan sejauh mana tujuan, kebijakan dan kepercayaan yang dianut oleh para pihak yang melakukan hubungan. Kemudian persepsi bersama meningkatkan nilai hubungan dan memberikan kontribusi komitmen (Sirdeshmukh, Singh, dan Sabo 2002).

Temuan penelitian kedua berdasarkan pengujian hipotesis 4 memperkuat variabel budaya organisasi dipengaruhi oleh *enviroment drivers*. Besarnya *Squared Multiple Correlations 5 %*. Menurut Klane (2002) besarnya pengaruh 0 % sampai dengan 10% kriteria rendah. Temuan ini mendukung studi sebelumnya yang

dikembangkan oleh Sharma dan Arojan-Corera (2003) Teori *contingency* menyatakan bahwa kinerja organisasi merupakan hasil dari penyesuaian antara variabel internal dengan variabel-variabel lingkungan. Adanya perbedaan intensitas keragaman lingkungan luar memerlukan intensitas pembuatan keputusan berbeda. Hal tersebut untuk menyesuaikan sumber-sumber milik perusahaan dengan lingkungan luar yang berlaku. Studi George Balabanis and Stavroula Spyropoulou (2006) menunjukkan bahwa perubahan budaya organisasi berdasar pada perbedaan intensitas dengan intensitas dengan lingkungan bisnis luar menghasilkan daya saing yang lebih besar.

Temuan penelitian ketiga berdasarkan pengujian hipotesis 4 memperkuat variabel budaya organisasi dipengaruhi oleh *environment drivers*. Dan dukungan hipotesis 6 dan 7 memperkuat variabel kinerja organisasi dipengaruhi oleh komitmen dan budaya organisasi. besarnya *Squared Multiple Correlations* **13,6 %**. Menurut Klane (2002) besarnya pengaruh 10 % sampai dengan 50% kriteria sedang. Temuan ini mendukung studi sebelumnya yang dikembangkan oleh Hessket & Kotter (1992) pada 200 perusahaan di beberapa negara Asia, Eropa dan Amerika temuannya adalah budaya yang kuat dan adaptif memiliki suatu kekuatan dan sumbangan nyata terhadap peningkatan kinerja organisasi dalam jangka panjang. Dan komitmen yang tinggi akan meningkatkan kinerja organisasi (Gary J. Greguras 2009).

Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil temuan pada studi ini, maka prioritas implikasi manajerial model *Islamic Entrepreneur* menuju kinerja organisasi Ukm adalah sebagai berikut:

1. Islamic entrepreneur

Islamic entrepreneur memiliki empat karakteristik ; *economic drivers, social drivers, environment drivers* dan *value based drivers*. Mengingat kondisi Indonesia pemeluk Islam sangat mendominasi, *Islamic entrepreneur* merupakan jawaban untuk mengatasi masalah yang berkeajolakan dalam masyarakat. Oleh karena itu seorang entrepreneur muslim, sudah seharusnya kita berusaha untuk menyeimbangkan antara *hablum-minallaah* dengan *hablum-minannaas*. Kemudian nilai ekonomi berfungsi sebagai pendorong utama dalam pertukaran. Konsep ekonomi meletakkan dasar pemerataan dari segala sesuatu yang telah dikaruniakanNya kepada hambaNya. Pemerataan di sini tidak memandang bagaimana dan siapa orangnya, tapi memusatkan perhatiannya pada suatu hak mutlak, bahwa segala sesuatu yang telah diberikanNya kepada para hambaNya itu semata-mata hak dan milik Allah. Orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat (diniatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas kepatuhan kepada Tuhan), maka bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat. Dan para pelaku usaha atau pihak perusahaan dituntut bersikap tidak kontradiksi secara disengaja antara ucapan dan perbuatan

dalam bisnisnya. Pebisnis dituntut tepat janji, tepat waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan (*tidak ditutup-tutupi*), selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan

2. Budaya organisasi

Makin banyak anggota yang menerima nilai-nilai inti, menyetujui tingkat kepentingan dan merasa terikat, maka makin kuat budaya organisasi. Oleh karena itu adaptabilitas merupakan variabel penting yang perlu diperhatikan dalam menjelaskan makna budaya organisasi bagi keberhasilan organisasi

3. Komitmen organisasi

Rasa memiliki organisasi (*sense of belonging*) dengan cara mendistribusikan keterlibatan dalam berbagai kegiatan penting dalam organisasi. Kondisi tersebut akan dapat meningkatkan ikatan emosional pada organisasi. Selain itu juga sosialisasi visi dan misi organisasi pada semua anggota organisasi sehingga karyawan yang ada memiliki kesamaan kepentingan dalam proses implementasi usaha.

Keterbatasan Penelitian dan Agenda Penelitian Mendatang

Hasil pengujian full model SEM menunjukkan bahwa model tersebut sesuai dengan data atau fit terhadap data yang digunakan. Namun terdapat dua uji kesesuaian yang diterima secara marginal yakni yakni *Goodness of Fit Indeks* (GFI= 0,853) dan *Adjusted Goodness of Fit Indeks* (AGFI = 0,814).

Variabel budaya organisasi dipengaruhi oleh *environment drivers*. besarnya *Squared Multiple Correlations* 5 %. Menurut Klane (2002) besarnya pengaruh 0 % sampai dengan 10% kriteria rendah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa adanya area studi yang menarik yang merupakan antesenden budaya organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Basheer A.M Al-Alak, Phd. 2010. Islamic Entrepreneurship: An Ongoing Driver for Social Change. *Interdisciplinary Journal of Contemporary research in Business*. Volumn 1, Nomor 12
- Ferdinand, Augusty. 2006. Metode Penelitian Manajemen, AGF Books.
- _____. 2003. Sustainable Competitive Advantage : Sebuah Eksplorasi Model Konseptual, *Research Paper Series*
- _____. 2000. *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen* BP Undip Semarang
- Garbarino, Ellen, and Mark S. Johnson (1999), "The Different Roles of Satisfaction, Trust, and Commitment in Customer Relationships," *Journal of Marketing*, 63 (April), 70–87.

- Gary J. Greguras. 2009 Different Fits Satisfy Different Needs: Linking Person-Environment Fit to Employee Commitment and Performance Using Self-Determination Theory. *Journal of Applied Psychology* Vol. 94, No. 2, 465–477
- George Balabanis and Stavroula Spyropoulou .2006. “Matching Modes of Export Strategy Development to Different Environmental Conditions”. *British Journal of Management*. Vol. 18, pp. 45–62
- Heskett and Kottler. AL .1982. Corporate Culture and Performance. New York. The free Press.
- Hofstede, G. (1998) . Identifying Organizational Subcultures An Empirical Approach. *Journal of Management Studies*..1-12.
- Gruen, Thomas W., John O. Summers, and Frank Acito (2000), “Relationship Marketing Activities, Commitment, and Membership Behaviors in Professional Associations,” *Journal of Marketing*, 64 (July), 34–49.
- Iacobucci, Dawn, and Jonathan D. Hibbard (1999), “Toward an Encompassing Theory of Business Relationships and Interpersonal Commercial Relationships: An Empirical Generalization,” *Journal of Interactive Marketing*, 13 (3), 13–33
- Imam Ghozali dan Ivan A. Setiawan .2005.. Pengaruh Multi dimensi Komitmen Organisasional terhadap Intensi keluar dalam setting Akuntan Publik. *Manajemen Usaha Indonesia*. XXXIV. 39 – 44.
- Lumpkin, G.T and Dess, G.G. 1996. Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to performance. *Academy of Management Review*, vol. 21 no. 1, 135-172
- Meyer, J.P., Paunonen, S.V., Gellatly, I.R., Goffin, R.D., and Jackson, D.N., 1994 , "Organizational Commitment and Job Performance : it's The Nature of The Commitment That Counts", *Journal of applied Psychology*, vol. 74, No. 1, 152-156
- Morgan, Robert M. 2000, “Relationship Marketing and Marketing Strategy: The Evolution of Relationship Marketing Within the Organization,” in *Handbook of Relationship Marketing*
- Modwday, R.T, 1991 , “ Viewing Turnover from The Perspective of Those Who Remain the Relationship of Job Attitude to Attribution of The Causes of Turn Over “, *Journal of Applied Psychology*. 113-115.
- Parvatiyar, Atul, and Jagdish N. Sheth (2000), “The Domain and Conceptual Foundations of Relationship Marketing,” in *Handbook of Relationship Marketing*, Jagdish N. Sheth and Atul Parvatiyar, eds., Thousand Oaks, CA: Sage, 3–38.

- Pelley, Christopher and Pelley, Megan. 2008. Social Entrepreneurs Find Money. www.COBIZMAG.com.
- Robbin. S.P. 1996. Organizational Behavior Concept, Controversiies and Application, 6 Edition Englewood Chiffs, Prentice-Hall.
- Sharma. Sanjay. 2003 . A. Contingency Resouce-based View of Proactive Corporate Enviromental Strategy. *Academy of Management Review*. 28 (1)p.77
- Sirdeshmukh, Deepak, Jagdip Singh, and Barry Sabol .2008, “Consumer Trust, Value, and Loyalty in Relational Exchanges,” *Journal of Marketing*, 66 (January), 15–37.
- Roberts, Dave, and Woods, Christine. 2005. Changing the World on a Shoestring: The Concept of Social Entrepreneurship. *Business Review*. Vol.3.Nomor 9
- Russell Lacey .2007. Relationship Drivers of Customer Commitment. *Journal of Marketing Theory and Practice*, vol. 15, no. 4 (fall 2007), pp. 315–333.
- Yaping Gong. 2009. Human Resources Management and Firm Performance: The Differential Role of Managerial Affective and Continuance Commitment. *Journal of Applied Psychology* Vol. 94, No. 1, 263–275.