

Spiritual dan Orientasi Wirausaha dalam Meningkatkan Penjualan: Studi pada Pelaku Usaha *Fashion* Muslim di Bencoolen Indah Mall Kota Bengkulu

Reza Anugrah Pratama¹, Khairiah Elwardah², Yenti Sumarni³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

rezaanugrah.pratama@mail.uinfasbengkulu.ac.id¹,

khairiahelwardah@mail.uinfasbengkulu.ac.id², yenti@mail.uinfasbengkulu.ac.id³

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the influence of spirituality on increasing sales among muslim fashion entrepreneurs and the impact of entrepreneurial orientation on enhancing sales in Bencoolen Indah Mall (BIM), Bengkulu City. The research employs a qualitative approach, with data collection conducted through observation, interviews, and documentation. Data analysis is performed using the Miles and Huberman model. The findings indicate that spiritual values such as honesty, trustworthiness, responsibility, worship, and piety have a positive impact on business success. Entrepreneurial orientation, which includes innovation, adaptation to technology, risk-taking, proactivity, and customer focus, has proven effective in increasing sales. Muslim fashion entrepreneurs who can integrate spiritual values with a proactive entrepreneurial orientation tend to be more successful in facing challenges and achieving business objectives.

Keywords : *Spirituality, Entrepreneurial Orientation, Muslim Fashion Entrepreneurs.*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh spiritual dalam meningkatkan penjualan pelaku usaha *fashion* muslim dan orientasi wirausaha dalam meningkatkan penjualan pelaku usaha *fashion* muslim di Bencoolen Indah Mall (BIM) Kota Bengkulu. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, dengan pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan model *Miles dan Huberman*. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengaruh spiritual seperti kejujuran, amanah, tanggung jawab, ibadah, dan sikap ketakwaan memiliki dampak positif terhadap keberhasilan usaha. Orientasi wirausaha yang mencakup inovasi, adaptasi terhadap teknologi, keberanian mengambil risiko proaktivitas dan fokus pada pelanggan terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan. Pelaku usaha *fashion* muslim yang mampu mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dengan orientasi wirausaha yang proaktif cenderung lebih berhasil dalam menghadapi tantangan dan mencapai tujuan bisnis.

Kata kunci : *Spiritual, Orientasi Wirausaha, Pelaku Usaha Fashion Muslim.*

PENDAHULUAN

Spiritualitas merupakan kebutuhan mendasar manusia yang berkaitan dengan hal-hal yang lebih besar dari diri sendiri. Menurut Tischler, menjadi spiritual berarti memiliki sikap terbuka, memberi, dan penuh kasih. Di sisi lain, orientasi wirausaha adalah cara berpikir dan bertindak yang mendorong individu atau perusahaan untuk memanfaatkan peluang dan mengambil risiko dalam menjalankan usaha, seperti yang dinyatakan oleh Lumpkin dan Dess. Pelaku usaha muslim, atau pelaku usaha syariah, berperan penting dalam mengarahkan bisnis sesuai dengan prinsip Islam, namun sering kali terjebak dalam pencarian kekayaan materi tanpa memperhatikan nilai-nilai spiritual.

Pelaku usaha muslim memiliki potensi yang unik, menggabungkan nilai spiritual dengan kreativitas dan konsistensi dalam berbisnis. Kecerdasan wirausaha yang dipadukan dengan spiritualitas Islam dapat membentuk kekuatan dalam mengelola bisnis. Ciri-ciri spiritual *entrepreneurship* mencakup etos kerja yang disiplin, kesadaran akan tanggung jawab sebagai khalifah, dan pemahaman bahwa pekerjaan tidak hanya untuk dunia tetapi juga untuk akhirat.

Namun, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sering kali mengabaikan nilai-nilai keagamaan, menciptakan krisis spiritual di era modern. Fenomena ini terlihat di Bencoolen Indah Mall (BIM) Bengkulu, di mana pelaku usaha *fashion* muslim terkadang mengabaikan nilai-nilai spiritual dalam praktik bisnis mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan dalam studi yang ada dengan menganalisis interaksi antara spiritualitas dan orientasi wirausaha dalam konteks peningkatan penjualan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan penelitian ini mencakup pengaruh spiritual yang dirasakan oleh pelaku usaha *fashion* muslim di Bencoolen Indah Mall (BIM) Kota Bengkulu dalam meningkatkan penjualan serta orientasi wirausaha dalam meningkatkan penjualan. Dengan tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh spiritual pelaku usaha *fashion* muslim dalam meningkatkan penjualan dan mengevaluasi bagaimana orientasi wirausaha mempengaruhi peningkatan penjualan pelaku usaha *fashion* muslim.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi praktik kewirausahaan yang berkelanjutan, tidak hanya mencapai profit, tetapi juga untuk mencapai keridaan Allah SWT.

TINJAUAN LITERATUR

Penjualan

Penjualan merupakan faktor kunci dalam perkembangan bisnis, termasuk untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Menurut Reeve, Warren, dan Durhac, penjualan adalah total yang dikenakan kepada pelanggan untuk barang dagangan, baik secara tunai maupun kredit. Soemarso menambahkan bahwa penjualan adalah proses untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli, yang menguntungkan kedua belah pihak. Basu Swastha menjelaskan bahwa penjualan melibatkan penyajian barang agar konsumen tertarik untuk membeli, baik melalui pendekatan langsung maupun menunggu kedatangan konsumen.

Dari berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah proses transaksi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, dilakukan baik secara tunai maupun kredit.

Strategi Penjualan

Strategi penjualan sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan dan misi. Alimudin menyatakan bahwa strategi penjualan adalah tindakan yang dilakukan untuk mencapai keunggulan bersaing. Strategi pemasaran, menurut Miguna, adalah rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan terhadap dampak aktivitas pemasaran terhadap permintaan produk. Fungsi strategi pemasaran meliputi: Meningkatkan motivasi untuk melihat masa depan. Koordinasi pemasaran yang lebih efektif. Merumuskan tujuan

perusahaan. Pengawasan kegiatan pemasaran. Tujuan strategi pemasaran adalah untuk memaksimalkan konsumsi, kepuasan pelanggan, ragam produk, profit, dan memperluas target pasar. Miguna juga menyebutkan dua tujuan utama strategi pemasaran: meningkatkan koordinasi dalam tim pemasaran dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan Maulana mengidentifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi volume penjualan, antara lain :

- a) Kualitas Produk
- b) Selera Konsumen
- c) Servis Terhadap Pelanggan
- d) Persaingan Menurunkan Harga Jual

Keberhasilan perusahaan dalam menjual produk sangat menentukan keuntungan.

Swastha dan Irawan menambahkan indikator volume penjualan, yaitu :

- a) Kualitas Produk
- b) Perhatian Konsumen
- c) Kebutuhan Pasar
- d) Kesetiaan Konsumen

Dengan memahami faktor-faktor ini, perusahaan dapat meningkatkan penjualan dan mencapai keberhasilan yang diinginkan.

Spiritual

Spiritualitas memiliki beragam makna yang sering dipahami secara berbeda oleh individu. Menurut Adeoti et al., spiritualitas adalah kekuatan yang menjiwai atau prinsip vital yang memberi kehidupan, melampaui aspek material dan mekanis kehidupan. Raco dan Tanod menekankan bahwa dalam konteks kewirausahaan, spiritualitas mencakup kemauan yang kuat dan kemampuan untuk membayangkan masa depan yang tidak dapat dipercaya oleh orang lain.

Konsep ini bersifat luas dan personal, merujuk pada pencarian makna hidup yang lebih dalam, koneksi dengan sesuatu yang lebih besar dari diri sendiri, serta pengembangan nilai-nilai moral dan etika. Pargament menambahkan bahwa spiritualitas melibatkan kesadaran akan kekuatan yang lebih tinggi yang menginspirasi individu untuk mencari makna dan tujuan di luar diri mereka. Tischler dkk. menyatakan bahwa spiritualitas berhubungan dengan emosi, perilaku, dan sikap tertentu, di mana menjadi spiritual berarti terbuka, memberi, dan penuh kasih. Hanna mengartikan spiritualitas sebagai kepercayaan bahwa seseorang dapat melampaui batas dirinya dalam dimensi yang lebih tinggi, dengan keyakinan untuk menghadapi kesulitan dan kerugian. Dalam ajaran Islam, umat Muslim diajarkan untuk selalu menggantungkan harapan kepada Allah Swt. sebagai bentuk pengabdian diri.

Nilai-Nilai Spiritualitas dalam Kewirausahaan

Nilai-nilai spiritualitas yang tercermin dalam sikap dan perilaku kewirausahaan meliputi kejujuran (shiddiq), amanah dan tanggung jawab, menjauhi keserakahan, empati dan kepedulian, berorientasi pada tugas dan hasil, serta keorisinilan (kreativitas dan inovasi). Selain itu, prinsip etika bisnis Islam mengedepankan nilai-nilai Al-Qur'an, seperti

kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, pertanggungjawaban, dan kebenaran. Indikator spiritualitas dalam kewirausahaan mencakup kreativitas yang dapat dipercaya, komunikasi yang jujur, menjalin hubungan yang semata-mata mencari ridho Allah, dan keinginan untuk mencoba.

Orientasi Wirausaha

Orientasi kewirausahaan didefinisikan oleh Porter sebagai strategi perusahaan untuk berkompetisi secara lebih efektif di pasar. Keh et al. menekankan bahwa orientasi wirausaha melibatkan keberanian untuk mengambil risiko dan menghadapi tantangan dengan melakukan eksploitasi dalam strategi bisnis yang penuh ketidakpastian. Lumpkin dan Dess menambahkan bahwa orientasi kewirausahaan mencakup proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong inovasi, proaktivitas, dan keberanian mengambil risiko. Penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berhubungan erat dengan kinerja perusahaan, terutama dalam konteks globalisasi dan persaingan yang semakin ketat. Kewirausahaan tidak hanya sekadar mencari nafkah, tetapi juga menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda, serta berkontribusi dalam mengurangi angka kemiskinan dengan menciptakan lapangan kerja baru.

Dalam Islam, kewirausahaan diartikan sebagai kerja keras dan kemandirian, dengan dukungan dari ayat-ayat Al-Qur'an yang mendorong semangat kerja keras. Sebagai contoh, dalam Q.S. at-Taubah: 105

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلٰى عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Allah berfirman, "Bekerjalah kamu, maka Allah dan orang-orang yang beriman akan melihat pekerjaan kamu."

Dimensi Pengukuran Orientasi Wirausaha

Orientasi kewirausahaan diukur melalui lima dimensi: inovasi, proaktivitas, kecenderungan untuk mengambil risiko, agresivitas kompetitif, dan otonomi. Inovasi mencakup kemauan untuk mendukung kreativitas dan memperkenalkan produk baru, sedangkan proaktivitas menunjukkan bagaimana perusahaan meraih peluang di pasar. Agresivitas kompetitif berkaitan dengan reaksi perusahaan terhadap tren persaingan, dan otonomi diartikan sebagai tindakan independen yang dilakukan untuk mewujudkan visi bisnis. Indikator orientasi kewirausahaan meliputi keberanian menanggung risiko, berani melakukan tindakan, berani mengeluarkan biaya tinggi, dan agresif dalam memanfaatkan peluang potensial

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Subjek penelitian terdiri dari 7 informan yang meliputi sebagai pelaku usaha *fashion* muslim. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *simple random*

sampling yaitu metode pemilihan secara acak berdasarkan data yang ada. Dengan kriteria informan yang pelaku usaha *fashion* muslim.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan teknik analisis data menggunakan teknik analisis data model *miles And Huberman* berupa pengumpulan data, reduksi data, pengujian data dan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada Pelaku Usaha *Fashion* Muslim di Bencoolen Indah Mall Kota Bengkulu.

Penelitian ini mengidentifikasi bahwa aspek spiritual memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan penjualan. Hasil wawancara dengan pelaku usaha *fashion* muslim di Bencoolen Indah Mall Kota Bengkulu menunjukkan bahwa, 7 pelaku usaha *fashion* muslim, yaitu Ibu Vera, Ibu Putri Yusnaini, Ibu Aningsi, Ibu Lila, Ibu April, Ibu Diya, dan Ibu Mira. Sepakat bahwa Keyakinan akan rezeki, praktik ibadah, sikap ketakwaan, kejujuran, amanah, serta doa dan dzikir berkontribusi pada keberhasilan usaha. Para pelaku usaha meyakini bahwa dengan mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dalam praktik bisnis, mereka dapat mencapai hasil yang lebih baik.

Kejujuran menjadi salah satu nilai yang sangat penting bagi mereka. Dengan kejujuran, pelaku usaha dapat membangun kepercayaan pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan produktivitas penjualan. Mereka berkomitmen untuk tidak menipu pembeli dan memberikan informasi yang akurat tentang produk, termasuk kualitas dan kondisi barang yang dijual. Hal ini mencerminkan nilai-nilai spiritual yang mereka anut.

Praktik ibadah, seperti shalat dan sedekah, juga memiliki dampak positif terhadap usaha mereka. Dengan menjalankan perintah Allah SWT, pelaku usaha merasa bahwa usaha mereka akan dipermudah dan pintu rezeki akan terbuka. Rutinitas ibadah yang dilakukan, seperti berdoa dan berzikir, membantu mereka merasa lebih tenang dan fokus dalam pengambilan keputusan bisnis.

Dari segi orientasi wirausaha, pelaku usaha *fashion* muslim yang berfokus pada inovasi, adaptasi terhadap teknologi, keberanian dalam mengambil risiko, proaktif, fokus pada pelanggan, serta keterlibatan karyawan memiliki pengaruh positif dalam meningkatkan penjualan. Para pelaku usaha *fashion* muslim menunjukkan bahwa nilai-nilai spiritual dan sikap tawakal kepada Allah SWT juga berperan penting dalam menghadapi tantangan dan mencapai keberhasilan.

Orientasi wirausaha mencakup keberanian untuk mengambil risiko, seperti berinvestasi dalam barang yang belum tentu laku dan membayar sewa tempat serta gaji karyawan. Ini menunjukkan bahwa pelaku usaha memiliki keberanian dalam mengambil tindakan yang berisiko. Inovasi juga menjadi kunci, di mana mereka terus mengikuti tren *fashion* yang berubah dan menerapkan sistem pemasaran yang modern, termasuk penggunaan media sosial untuk menarik pelanggan.

Agresivitas dalam pelayanan juga terlihat, di mana pelaku usaha tidak hanya menunggu pelanggan, tetapi aktif menawarkan produk dengan sikap ramah dan sopan. Hal ini mencerminkan dimensi proaktivitas dalam orientasi wirausaha.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa Spiritual dan Orientasi Wirausaha memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan penjualan pelaku usaha *fashion* muslim. Integrasi nilai-nilai spiritual dalam praktik bisnis, serta penerapan orientasi wirausaha yang inovatif dan proaktif, dapat membantu pelaku usaha dalam menghadapi tantangan dan mencapai keberhasilan yang lebih baik. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk terus mengembangkan diri dan menerapkan prinsip-prinsip ini dalam usaha mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Pertama, Pengaruh spiritual seperti kejujuran, amanah, tanggung jawab, ibadah, dan sikap ketakwaan berpengaruh positif terhadap keberhasilan pelaku usaha *fashion* muslim di Bencoolen Indah Mall Kota Bengkulu. Praktik spiritual tidak hanya menciptakan lingkungan yang kondusif untuk pengambilan keputusan bisnis, tetapi juga meningkatkan kepercayaan pelanggan, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan penjualan. Kedua, orientasi wirausaha yang mencakup inovasi, adaptasi terhadap teknologi, keberanian mengambil risiko, proaktivitas, dan fokus pada pelanggan terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan. Pelaku usaha yang mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dengan orientasi wirausaha yang proaktif cenderung lebih berhasil dalam menghadapi tantangan dan mencapai tujuan bisnis.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, untuk mengukur secara statistik pengaruh nilai-nilai spiritual dan orientasi wirausaha terhadap peningkatan penjualan. Penggunaan kuesioner yang terstruktur dapat membantu dalam mengumpulkan data yang lebih luas dan representative.

DAFTAR PUSTAKA

- Albertus Daru Dewantoro. 2020. *Peran Orientasi Wirausaha Dalam Keberlanjutan Usaha Pelaku Usaha Mikro*. Surabaya
- Arief Selay, Gerald Dwight Andgha, M. Andra Alfarizi, M. Izdhihar Bintang Wahyudi, Muhammad Noufal Falah, Muhammad Encep, Mulil Khaira. Sistem Informasi Penjualan. *Jurnal Karimah Tauhid*, 2.1 (2023), 232-237 (h. 234)
- Dwi Wahyu Pril Ranto Implementasi Spiritualitas Dalam Kegiatan Kewirausahaan. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 7.2 (2020), 215–20
- Gazali Istianah Asas. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pedagang Kaki Lima Di Pamekasan Madura, *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 7.1 (2020), 31–42
- Hamzah. Nilai-Nilai Spiritual Entrepreneurship (Kewirausahaan) Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal SYAR'IE*, 4.1 (2021), 1–11
- Kurniyatul Faizah. Spiritualitas dan Landasan Spiritual (Modern And Islamic Values); Definisi dan Relasinya dengan Kepemimpinan Pendidikan, *Jurnal Ar-Risalah : Media Keislaman, Pendidikan dan Hukum Islam*, 19.1 (2021) 69-86
- Maulana. 2020. *Sistem Prediksi Penjualan dengan Metode Single Exponential Smoothing dan Trend Parabolik*. Tangerang: Pascal Books

Economic Reviews Journal

Volume 4 Nomor 3 (2025) 1173 – 1179 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v4i3.821

- Michael Olalekan Adeoti, Faridahwati Mohd Shamsudin, and Chong Yen Wan, Effects of Occupational Stress and Workplace Spirituality on Workplace Deviance in Academia : A Conceptual Pape Asian. *Journal of Multidisciplinary Studies*, 5.9 (2017), 100–106
- Rahmad Sendi Efendi, Khairiah Elwardah, M.Ag. 2024. *Kewirausahaan Syariah di Era Digital*: Bengkulu : CV. Sinar Jaya Berseri
- Robby, Isyanto. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Cafe & Restoran Kokok Petok Di Cimalaya Wetan. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 24.1 (2023), 1556-1568