

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keterlibatan wanita di berbagai bidang sudah terjadi sejak 15 abad yang silam dalam sejarah Islam. Perempuan atau seorang muslimah di masa kehidupan Nabi Muhammad SAW berkiprah dalam berbagai bidang. Khadijah dikenal sebagai seorang pengusaha muslimah yang sukses di zamannya, Siti Aisyah adalah rujukan para sahabat dalam ilmu hadits serta seorang politikus, ataupun Ummu Salamah yang menyampaikan pemikirannya melalui debat publik. (Business Review, 2006)

Dalam pandangan Islam, laki-laki dan perempuan memiliki hak dan kewajiban yang sama seperti. Qur'an Surat Al Mujadillah ayat 11 ".....niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan." Memberikan keterangan bahwa Allah akan meninggikan derajat orang-orang yang beriman dan mempunyai ilmu pengetahuan, tanpa membedakan jenis kelamin. Setiap orang yang mempunyai usaha untuk memperdalam ilmu pengetahuan, akan dinaikkan kedudukannya di dunia maupun di akhirat.

Sejarah Indonesia mencatat kaum perempuan telah berperan sebagai pemimpin di pemerintahan. Berita Cina yang ditulis pendeta I-Tsing menyatakan bahwa pada abad 7 kerajaan Kalingga diperintah oleh seorang raja putri yang

terhadap segala perintah Ratu Sima (Badrika, 1999). Kerajaan Aceh yang terkenal dengan tradisi Islam yang kuat pernah dipimpin oleh seorang wanita yaitu Sultanah Sri Ratu Alam Safiatuddin Johar (1641-1675), Sultan Noer Al-Alam Nakiat Ad-din (1678-1688) dan Sultan Kamalat Syah (1688-1699). Dalam perjuangan melawan penjajahan Belanda, Malahayati, Cut Nyak Dien, dan Cut Meutia terkenal sebagai panglima perang yang mengobarkan semangat perjuangan Tanah Rencong (Soetrisno, 1997)

Kebangkitan wanita di Jawa dimotori oleh seorang putri bangsawan Jepara, RA Kartini, yang hidup di masa pemerintahan Hindia Belanda. Sistem patriarki dan tradisi yang mendiskriminasi perempuan, tidak memungkinkan perempuan mendapatkan jenjang pendidikan yang lebih tinggi dan mengambil peran dalam berbagai bidang. Kungkungan realita masyarakat Jawa menginspirasi RA Kartini untuk melakukan perubahan. Cita-cita beliau untuk wanita Indonesia tertuang dalam surat-surat yang ditujukan ke sahabat-sahabatnya di negeri Belanda yang dibukukan menjadi sebuah buku yang berjudul *Habis Gelap Terbitlah Terang (Door Duisternis tox Licht)*.

Kiprah perempuan Indonesia di pentas politik cukup membanggakan. Saat ini Indonesia, memiliki empat Srikandi yang duduk di kementerian yakni Sri Mulyani (Menteri Keuangan), Meutia Hatta (Menteri Pemberdayaan Wanita), Mari Elka Pangestu (Menteri Perdagangan), dan Fadhillah Supari (Menteri Kesehatan).

Perempuan layak menempati pucuk pimpinan perusahaan. Angka Rahmawati (Chairman PT Maspion), Betti Setiastuti Alisjahbana (petinggi pertama di IBM Indonesia), Chandra Nidhi (Tingkat

Mooryati Soedibyo (Komisaris Utama PT Mustika Ratu Tbk) adalah sebagian perempuan yang menjalankan peran strategis dalam pengelolaan bisnis. Hal tersebut memperkuat pernyataan ramalan John Naisbit dan Patricia Aburdence dalam buku "*Megatrends 2000*", bahwa di dasawarsa ini wanita akan muncul sebagai pemimpin di segala bidang (Yusuf, 2000).

Bisnis memberikan kesempatan aktualisasi luas bagi perempuan. Menurut data Asian Development Bank, 30 persen Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dimiliki oleh wanita (Kedaulatan Rakyat, 2006). Dari 2,8 juta unit perusahaan industri di Indonesia, 2,5 juta merupakan perusahaan mikro yang 60% dimiliki perempuan dan 30% lainnya dijalankan oleh perempuan (SWA, 2006). Pada tahun 2003, Iwapi (Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia) tercatat memiliki 16 ribu anggota yang terdiri dari 80% pengusaha kecil, 13% pengusaha menengah, dan 7% pengusaha besar. Sekitar 40-60 % pengusaha kecil-menengah adalah perempuan. Data Indikator Jender (BPS dan Unifem, 2000) memaparkan bahwa di tahun 1999, perempuan yang membangun usaha sendiri 62,2% sedangkan laki-laki 54,8% dari jumlah penduduk usia 10 tahun ke atas yang bekerja (SWA, 2006).

Tren perempuan terjun di dunia bisnis tidak hanya terjadi di Indonesia tapi di negara-negara maju yang tergabung dalam Organisations for Economic Co-Operations and Development. Jumlah perempuan yang memiliki usaha sendiri meningkat di setiap negara di sepanjang tahun 1990-an. Sepanjang 1987 sampai tahun 1999 di Amerika Serikat, jumlah perempuan yang memiliki usaha sendiri meningkat 103% (SWA, 2006). Statistik menunjukkan bahwa dua pertiga dari lapangan kerja di Amerika Serikat dimiliki oleh perempuan.

bahwa masa depan ekonomi dunia berada dalam genggaman perempuan (*Era Womenomic*) (Warta Ekonomi, 2006).

Faktor yang memungkinkan perempuan terjun ke dunia bisnis adalah sebagai berikut. Pertama, semua orang bisa melakukan sesuatu kalau ada kemauan. Kedua, level pendidikan semakin meningkat, sehingga perempuan semakin terpelajar. Ketiga, peluang atau kesempatan mengaktualisasikan diri sangat terbuka bagi siapapun, termasuk bagi perempuan. Dalam kacamata Judhi Kristiantini, konsultan PT Daya Dimensi Indonesia, tren perempuan berkiprah di dunia bisnis akan besar di masa mendatang. Sejalan dengan tumbuhnya kesadaran yang tinggi pada diri perempuan akan pentingnya pendidikan, terbuka kesempatan yang lebih besar bagi mereka untuk berkiprah di dunia bisnis (SWA, 2006). Kehebatan atau kesuksesan tidak ada kaitan dengan gender. Kesuksesan terkait dengan tekad kuat dan kerja keras sehingga semua orang bisa melakukannya.

Perkembangan perempuan di bidang bisnis sangat pesat. Banyak dari pimpinan bisnis adalah perempuan, namun secara eksplisit masih sedikit yang menyebutkan bahwa mereka adalah seorang muslimah. Muslimah yang mempunyai komitmen tersendiri dalam menjalankan bisnis sesuai dengan ajaran agama yaitu Islam. Di Daerah Istimewa Yogyakarta ada beberapa muslimah yang menduduki kepemimpinan dibidang bisnis. Pengusaha muslimah tersebut berusaha menjadi pemimpin yang efektif dan menjaga komitmen untuk menjalankan nilai-nilai ajaran Islam dalam bidang bisnis.

Penelitian perkembangan muslimah di dunia bisnis menurut peneliti belum ada

nilai ajaran agama Islam mempunyai pengaruh terhadap kebijakan bisnis para pengusaha muslimah. Diharapkan penelitian ini juga menjadi sumber motivasi perempuan khususnya muslimah untuk terjun di bidang bisnis. Apabila banyak muslimah yang berkecimpung di dunia bisnis menjadi kekuatan tersendiri bagi perekonomian umat serta menjadi solusi permasalahan perekonomian di Indonesia pada umumnya.

B. Perumusan Masalah Penelitian

1. Bagaimana pandangan pengusaha muslimah mengenai kepemimpinan di bidang bisnisnya?
2. Bagaimana prinsip-prinsip dan nilai-nilai kepemimpinan muslimah dibidang bisnis?
3. Bagaimana kepemimpinan muslimah dalam menjalin hubungan internal dan eksternal di bidang usaha?
4. Bagaimana kepedulian kepemimpinan pengusaha muslimah terhadap karyawan dan masyarakat?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi gambaran kepemimpinan efektif pengusaha muslimah Yogyakarta.
2. Mengidentifikasi prinsip dan nilai-nilai kepemimpinan muslimah di bidang bisnis.
3. Mengidentifikasi kepemimpinan pengusaha muslimah dalam hubungan internal dan eksternal di bidang bisnis.

4. Mengidentifikasi kepedulian kepemimpinan pengusaha muslimah terhadap karyawan dan masyarakat.

D. Manfaat Penelitian

1. Memberikan deskripsi mengenai pandangan pengusaha muslimah tentang kepemimpinan pengusaha muslimah.
2. Memberikan deskripsi prinsip dan nilai-nilai kepemimpinan pengusaha muslimah di bidang bisnis.
3. Memberikan deskripsi kepemimpinan pengusaha muslimah dalam hubungan internal dan eksternal usaha yang dipimpinnya.
4. Memberikan deskripsi kepedulian kepemimpinan pengusaha muslimah terhadap karyawan dan masyarakat.