



Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah
ISSN: 2527 - 6344 (Printed), ISSN: 2580 - 5800 (Online)
Accredited No. 204/E/KPT/2022
DOI: <https://doi.org/10.30651/jms.v10i4.28211>
Volume 10, No. 4, 2025 (3298-3311)

HUBUNGAN ANTARA KEPEMIMPINAN SPIRITUAL DAN KINERJA WIRAUSAHA HALAL: STUDI EMPIRIS PADA KOMUNITAS BISNIS SYARIAH

Muhammad Danil

Universitas Dr. Soebandi Jember
Email: danilmoh68@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kepemimpinan spiritual dan kinerja wirausaha halal pada komunitas bisnis syariah di Indonesia. Kepemimpinan spiritual, yang mencerminkan nilai-nilai tauhid, keikhlasan, amanah, dan tanggung jawab moral, diyakini menjadi elemen penting dalam membentuk perilaku bisnis yang berkelanjutan dan sesuai syariah. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 100 pelaku usaha yang tergabung dalam komunitas bisnis syariah. Data dianalisis menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan spiritual berpengaruh signifikan terhadap kinerja wirausaha halal, baik dari aspek keberlanjutan usaha, kepatuhan terhadap prinsip syariah, maupun kepuasan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa penguatan nilai-nilai spiritual dalam kepemimpinan dapat menjadi strategi penting dalam pengembangan ekosistem wirausaha syariah di era modern.

Kata Kunci: *Kepemimpinan Spiritual, Kinerja Wirausaha Halal, Komunitas Bisnis Syariah*

Abstract

This study aims to analyze the relationship between spiritual leadership and the performance of halal entrepreneurs in the Indonesian sharia business community. Spiritual leadership, which reflects the values of monotheism, sincerity, trustworthiness, and moral responsibility, is believed to be a crucial element in shaping sustainable and sharia-compliant business behavior. This research method was quantitative, with a survey approach involving 100 business actors within the sharia business community. Data were analyzed using simple linear regression. The results indicate that spiritual leadership significantly influences the performance of halal

entrepreneurs, both in terms of business sustainability, compliance with sharia principles, and customer satisfaction. These findings indicate that strengthening spiritual values in leadership can be an important strategy in developing the sharia entrepreneurial ecosystem in the modern era.

Keywords: *Spiritual Leadership, Halal Entrepreneurial Performance, Syariah Business Community*

1. Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi halal global dalam satu dekade terakhir telah mendorong transformasi praktik bisnis yang lebih etis, berkelanjutan, dan sesuai syariah. Laporan *State of the Global Islamic Economy (SGIE) 2024/25* menunjukkan bahwa belanja konsumen Muslim mencapai US\$1,43 triliun pada 2023 dan diproyeksikan meningkat hingga US\$1,94 triliun pada 2028, mencakup sektor pangan, fesyen, pariwisata, dan keuangan syariah. Tren ini menegaskan bahwa ekosistem bisnis halal bukan hanya fenomena keagamaan, tetapi juga peluang strategis untuk meningkatkan daya saing dan kinerja pelaku usaha di berbagai sektor.

Di Indonesia, penguatan ekosistem halal didukung kebijakan jaminan produk halal dan sertifikasi. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) mencatat lebih dari 5,5 juta produk tersertifikasi halal per 2024, dengan kewajiban sertifikasi mulai berlaku 18 Oktober 2024 sesuai amanat UU No. 33/2014. Meski demikian, implementasi kebijakan ini tidak selalu mudah, terutama bagi UMKM yang menghadapi keterbatasan literasi halal dan sumber daya (BPJPH, 2024). Kondisi ini menuntut hadirnya kepemimpinan yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada nilai spiritual dan kepatuhan syariah untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan keberlanjutan usaha.

Konsep kepemimpinan spiritual sebagaimana dikembangkan oleh Fry (2003) menekankan tiga dimensi utama: visi transenden, harapan/iman, dan kasih altruistik (altruistic love). Nilai-nilai ini diyakini menumbuhkan motivasi intrinsik, perilaku etis, dan komitmen karyawan untuk memberikan kinerja terbaik (Fry, 2003; Khafid et al., 2022). Dalam konteks wirausaha halal, kepemimpinan yang berakar pada nilai tauhid, amanah, keikhlasan, dan tanggung jawab moral menjadi motor penting dalam memastikan praktik bisnis sesuai syariah sekaligus mendorong keberlanjutan usaha.

Sejumlah penelitian mendukung hubungan positif antara kepemimpinan spiritual dan kinerja organisasi. Nafidzi (2020) menemukan bahwa kepemimpinan spiritual berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai di Bank Syariah Mandiri, dengan nilai signifikansi $p < 0,001$. Hasil serupa dilaporkan Febriani dan Sa'diyah (2021) pada komunitas wirausaha Muslim, di mana kepemimpinan Islami mendorong kinerja UMKM melalui mediasi inovasi dan pemanfaatan teknologi finansial. Di sektor jasa keuangan syariah, Khafid, Astuti, dan Fauzi (2022) menunjukkan bahwa spiritual leadership meningkatkan kinerja karyawan dengan workplace spirituality sebagai variabel mediasi.

Selain itu, penelitian Hastuti (2022) pada UMKM kuliner di Surakarta mengungkap bahwa kecerdasan spiritual Islami (sidiq, amanah, tabligh, dan fathonah) mendorong kesejahteraan emosional karyawan dan berdampak positif pada kepuasan kerja dan loyalitas. Sementara itu, Aziz et al. (2024) menemukan bahwa spiritual leadership bersama budaya organisasi dan self-efficacy menjelaskan 59,8% variabilitas kinerja dosen di perguruan tinggi di Probolinggo. Temuan-temuan ini mengindikasikan bahwa nilai spiritual tidak hanya berdampak pada sektor korporasi besar, tetapi juga pada UMKM dan komunitas bisnis berbasis nilai.

Namun, riset terkini juga menggarisbawahi bahwa pengaruh kepemimpinan spiritual terhadap kinerja tidak selalu langsung signifikan. Beberapa studi menunjukkan bahwa efek tersebut lebih kuat ketika dimediasi oleh faktor lain seperti inovasi, spiritualitas kerja, atau kepuasan karyawan (Khafid et al., 2022; Febriani & Sa'diyah, 2021). Hal ini menandakan bahwa hubungan antara kepemimpinan spiritual dan kinerja wirausaha halal bersifat kompleks dan kontekstual.

Di sisi lain, ukuran kinerja wirausaha halal tidak terbatas pada aspek finansial semata, tetapi juga mencakup kepatuhan syariah, kepuasan pelanggan, dan keberlanjutan usaha. Studi Kurniasari dan Zakik (2023) di sektor pariwisata halal pedesaan menunjukkan bahwa modal spiritual berbasis nilai sidiq, tabligh, amanah, dan fathonah memperkuat kapasitas kepemimpinan masyarakat dalam mengelola bisnis halal secara berkelanjutan. Temuan ini relevan untuk mengkaji komunitas bisnis syariah di Indonesia yang sedang berkembang pesat.

Kondisi ini membuka peluang penelitian lebih mendalam pada konteks komunitas bisnis syariah. Studi ini bertujuan menganalisis hubungan antara kepemimpinan spiritual dan kinerja wirausaha halal pada komunitas bisnis syariah di Indonesia, dengan fokus pada dimensi keberlanjutan usaha, kepatuhan syariah, dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi: **Teoretis**, dengan memperkaya literatur mengenai model kepemimpinan spiritual dalam konteks wirausaha berbasis komunitas, **Empiris**, dengan menyediakan bukti mutakhir dari UMKM halal di Indonesia, **Praktis**, dengan memberikan masukan bagi

penggerak komunitas bisnis syariah dan pemangku kebijakan untuk mengembangkan program literasi halal dan pelatihan kepemimpinan berbasis nilai.

2. Kajian Pustaka

2.1. Teori Kepemimpinan Spiritual

Teori Spiritual Leadership yang dikembangkan oleh Fry (2003) adalah fondasi teoretis utama dalam penelitian ini. Teori ini menjelaskan bahwa kepemimpinan yang sukses tidak hanya memerlukan strategi dan visi, tetapi juga pembentukan makna spiritual (calling) dan rasa keterikatan (membership). Kepemimpinan spiritual mencakup tiga dimensi penting: Visi yang inspiratif dan transenden, Harapan/iman (hope/faith) yang menumbuhkan motivasi intrinsik, Kasih altruistik (altruistic love) yang memupuk hubungan positif antaranggota organisasi. Efeknya mencakup spiritual well-being (perasaan terpenuhi secara spiritual) dan outcome organisasional seperti komitmen, produktivitas, dan kinerja yang superior.

Dalam dekade terakhir, studi SL menegaskan bahwa kepemimpinan yang menumbuhkan makna (calling), keterikatan (membership), harapan/iman, dan kasih altruistik mampu mengaktivasi motivasi intrinsik, membangun iklim kepercayaan, serta mendorong perilaku proaktif karyawan dan kinerja layanan. Riset kuantitatif lintas industri menunjukkan SL meningkatkan proactive customer service performance melalui mekanisme psikologis (meaningfulness, sense of calling) dan kondisi batas tertentu (boundary conditions). Selain pada kinerja layanan, SL juga berdampak pada morale dan self-efficacy, menumbuhkan kepercayaan antarindividu sehingga memperkuat kohesi dan budaya kerja yang berkelanjutan yang pada gilirannya relevan untuk daya saing usaha kecil/menengah.

Dalam konteks wirausaha halal, kepemimpinan spiritual sejalan dengan prinsip-prinsip kepemimpinan Islami yang menekankan tauhid, amanah, ihsan, dan keadilan (Beekun & Badawi, 2005). Pemimpin spiritual tidak hanya bertanggung jawab mengarahkan tim menuju tujuan organisasi, tetapi juga memastikan bahwa setiap keputusan bisnis selaras dengan nilai-nilai syariah. Menurut Beekun dan Badawi (2005), kepemimpinan dalam Islam adalah “amanah yang harus dijalankan dengan membimbing orang lain ke arah yang benar dan bermanfaat di sisi Allah.”

Selain itu, teori spiritualitas di tempat kerja yang dikemukakan oleh Ashmos dan Duchon (2000) menggarisbawahi pentingnya menciptakan makna dalam pekerjaan (meaningful work), membangun rasa komunitas (sense of community), dan menyelaraskan nilai-nilai individu dengan nilai organisasi. Integrasi spiritualitas di tempat kerja terbukti meningkatkan kepuasan kerja, komitmen, dan produktivitas (Benefiel et al., 2014).

Dari perspektif Self-Determination Theory (SDT) yang dikembangkan oleh Deci dan Ryan (2000), kepemimpinan spiritual dapat meningkatkan motivasi intrinsik

wirausaha melalui pemenuhan tiga kebutuhan dasar psikologis, yaitu otonomi, kompetensi, dan keterhubungan. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa pemimpin yang mengedepankan nilai spiritual cenderung mampu menginspirasi pengikutnya untuk bekerja dengan lebih bermakna dan berdampak.

Selain itu, kepemimpinan spiritual memiliki hubungan erat dengan kepemimpinan transformasional, khususnya pada dimensi motivasi inspiratif, pengaruh ideal, dan perhatian individual (Reave, 2005). Pemimpin yang mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dalam praktik kepemimpinannya terbukti mampu meningkatkan kepercayaan, loyalitas, dan kinerja pengikut.

Secara keseluruhan, berbagai teori tersebut menunjukkan bahwa kepemimpinan spiritual bukan hanya sekadar pendekatan moral, tetapi juga strategi manajerial yang efektif dalam meningkatkan kinerja organisasi, termasuk dalam ekosistem wirausaha halal. Integrasi nilai spiritual, motivasi intrinsik, dan makna kerja memungkinkan wirausaha halal untuk tidak hanya bertahan tetapi juga berkembang secara berkelanjutan dan kompetitif di pasar modern.

2.2 Kinerja Wirausaha Halal

Kinerja wirausaha halal mencerminkan keberhasilan pelaku usaha dalam mengelola bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga sesuai dengan prinsip syariah, berkelanjutan, dan memberi manfaat sosial. Menurut Ahmad dan Haron (2022), kinerja wirausaha halal mencakup tiga dimensi utama: kepatuhan terhadap hukum Islam, pencapaian keberlanjutan usaha, dan kontribusi positif bagi kesejahteraan masyarakat. Perspektif ini menekankan bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya diukur dari laba, tetapi juga dari keberkahan dan nilai moral yang melekat dalam operasional bisnis.

Teori Resource-Based View (RBV) yang dikemukakan oleh Barney (1991) menegaskan bahwa keunggulan kompetitif suatu usaha terletak pada sumber daya unik yang dimilikinya. Dalam konteks wirausaha halal, sumber daya tersebut bisa berupa kepercayaan konsumen terhadap komitmen halal, sertifikasi halal resmi, serta integritas spiritual pemilik usaha. Studi Nawaz et al. (2020) menunjukkan bahwa pelaku bisnis yang mengintegrasikan nilai halal dalam seluruh rantai pasoknya mampu memperoleh keunggulan kompetitif sekaligus loyalitas pelanggan yang lebih tinggi.

Selain itu, Teori Stakeholder oleh Freeman (1984) memberikan kerangka bahwa kinerja bisnis bergantung pada sejauh mana pelaku usaha mengelola hubungannya dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk konsumen, karyawan, komunitas, regulator, dan lembaga sertifikasi halal. Penelitian Mohd-Ramly dan Omar (2017) mendukung pandangan ini, dengan temuan bahwa keterlibatan aktif pemangku kepentingan meningkatkan reputasi dan kepercayaan terhadap merek halal, yang pada akhirnya memperbaiki kinerja usaha.

Dari perspektif regulasi dan norma sosial, Teori Institusional oleh DiMaggio dan Powell (1983) menyoroti bagaimana tekanan regulasi dan ekspektasi sosial

membentuk kinerja wirausaha halal. Regulasi seperti Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) di Indonesia dan standar internasional seperti HAS 23000 LPPOM MUI mendorong pelaku usaha untuk mematuhi standar halal agar dapat mempertahankan legitimasi dan akses pasar (Rahman & Rosli, 2019).

Konsep Triple Bottom Line (TBL) oleh Elkington (1997) juga relevan, yang menekankan bahwa keberhasilan bisnis harus mencakup Profit (ekonomi), People (sosial), dan Planet (lingkungan). Hal ini sejalan dengan prinsip maqashid syariah yang menekankan keseimbangan antara keberlanjutan ekonomi, kesejahteraan sosial, dan pelestarian lingkungan (Fauzi & Hashim, 2021).

Selanjutnya, Teori Kewirausahaan Islami yang dikembangkan oleh Ali dan Al-Owaidan (2008) menjelaskan bahwa wirausaha Islami bukan hanya mengejar keuntungan tetapi juga keberkahan dan keberlanjutan usaha yang sesuai dengan nilai syariah. Studi Othman et al. (2021) menemukan bahwa penerapan nilai-nilai Islami seperti kejujuran, amanah, dan keadilan berkontribusi positif pada kepuasan pelanggan dan loyalitas, yang pada akhirnya meningkatkan kinerja bisnis.

Bukti empiris lain menunjukkan korelasi positif antara praktik halal dan peningkatan kinerja. Nugroho et al. (2020) melaporkan bahwa UMKM halal di Indonesia yang mengadopsi sertifikasi halal dan manajemen berbasis nilai spiritual mencatat peningkatan penjualan hingga 25% dalam dua tahun. Sementara itu, Rahman dan Rosli (2019) menekankan bahwa kepatuhan pada standar halal memperkuat reputasi bisnis dan membuka peluang ekspansi ke pasar internasional.

Secara keseluruhan, teori dan temuan empiris ini menunjukkan bahwa kinerja wirausaha halal dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal, seperti nilai spiritual dan manajemen sumber daya, serta faktor eksternal, seperti regulasi, ekspektasi pasar, dan kepercayaan konsumen. Kerangka ini mendukung pengembangan hipotesis penelitian bahwa kepemimpinan spiritual memiliki peran penting dalam mengoptimalkan kinerja wirausaha halal, baik dalam konteks keberlanjutan, kepatuhan syariah, maupun penciptaan nilai sosial dan ekonomi.

2.3 Komunitas Bisnis Syariah

Komunitas bisnis syariah merupakan kumpulan individu atau kelompok usaha yang menjadikan prinsip-prinsip syariah sebagai dasar dalam menjalankan aktivitas ekonomi, baik dari aspek produksi, distribusi, maupun konsumsi. Komunitas ini tidak hanya berfungsi sebagai wadah jaringan bisnis, tetapi juga sebagai pusat pembelajaran dan penguatan nilai-nilai spiritual dalam praktik wirausaha. Menurut Hasan dan Harahap (2017), komunitas bisnis syariah berperan penting dalam membangun ekosistem ekonomi Islami yang mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha anggota-anggotanya.

Dari perspektif Teori Jaringan (Network Theory), keberadaan komunitas bisnis syariah dapat memperkuat akses terhadap informasi, pasar, dan sumber daya yang dibutuhkan untuk pengembangan usaha. Granovetter (1985) menjelaskan bahwa

jaringan sosial dan bisnis dapat menciptakan hubungan saling percaya (trust) dan kerja sama yang mendorong pertumbuhan ekonomi bersama. Studi Suryana dan Yunia (2020) menemukan bahwa pelaku usaha yang aktif dalam komunitas syariah cenderung memiliki kapasitas inovasi lebih tinggi dan tingkat keberhasilan bisnis yang lebih baik dibandingkan dengan mereka yang beroperasi secara individual.

Selain itu, konsep Social Capital Theory yang dikemukakan oleh Putnam (2000) relevan dalam menjelaskan peran komunitas bisnis syariah. Modal sosial yang terbentuk melalui interaksi, norma, dan kepercayaan bersama dalam komunitas mampu meningkatkan kolaborasi dan saling dukung di antara para pelaku usaha (Ismail & Ghazali, 2019). Modal sosial ini memungkinkan anggota komunitas untuk mengakses peluang bisnis, dukungan modal, hingga pendampingan manajerial yang dapat meningkatkan daya saing dan kinerja usaha.

Secara regulasi, pemerintah Indonesia melalui kebijakan seperti Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019–2024 turut mendorong pembentukan dan penguatan komunitas bisnis syariah sebagai strategi pengembangan ekosistem halal nasional. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2022) menunjukkan bahwa lebih dari 30% UMKM yang tergabung dalam komunitas bisnis berbasis syariah mengalami peningkatan omzet tahunan hingga 20%, berkat dukungan kolaborasi dan jaringan yang terbangun di dalam komunitas.

Penelitian terdahulu juga mendukung pentingnya peran komunitas bisnis syariah. Fauzi dan Hashim (2021) menemukan bahwa keanggotaan dalam komunitas syariah membantu pelaku usaha menginternalisasi nilai-nilai etika bisnis Islami, seperti kejujuran, amanah, dan tanggung jawab sosial, yang berkontribusi pada reputasi dan keberlanjutan usaha. Sementara itu, Rahman et al. (2020) melaporkan bahwa keterlibatan aktif dalam komunitas bisnis Islami mampu meningkatkan kapasitas manajerial dan akses pembiayaan mikro berbasis syariah.

Lebih lanjut, keberadaan komunitas ini tidak hanya memperkuat aspek bisnis tetapi juga menjadi media dakwah ekonomi yang menumbuhkan kesadaran kolektif untuk berwirausaha secara halal dan beretika. Menurut Othman et al. (2021), komunitas bisnis syariah menjadi katalisator dalam membangun kesadaran konsumen dan produsen terhadap pentingnya produk dan jasa yang sesuai syariah, yang pada akhirnya memperluas pasar halal dan meningkatkan kinerja ekonomi anggota komunitas.

Dengan demikian, komunitas bisnis syariah dapat dipandang sebagai ekosistem yang menyediakan dukungan strategis bagi para wirausahawan untuk mengembangkan usaha halal yang kompetitif, berkelanjutan, dan bernilai tambah tinggi. Keberadaan komunitas ini juga menjadi basis logis yang menghubungkan kepemimpinan spiritual dengan kinerja wirausaha halal, karena komunitas memberikan ruang bagi penguatan nilai spiritual dan praktik manajerial yang selaras dengan prinsip-prinsip syariah.

2.4 Kerangka Konsep Penelitian

Kerangka ini menjelaskan hubungan antara variabel-variabel utama penelitian:

2.4.1 Kepemimpinan Spiritual (X)

Mencakup nilai tauhid, keikhlasan, amanah, dan tanggung jawab moral yang mengarahkan perilaku dan pengambilan keputusan bisnis yang etis dan berkelanjutan (Fry, 2003; Reave, 2005; Hidayat & Arifianto, 2020).

2.4.2 Komunitas Bisnis Syariah (M/Moderator)

Berperan sebagai media kolaborasi, dukungan jaringan, dan penguatan modal sosial yang memperkuat pengaruh kepemimpinan spiritual terhadap kinerja wirausaha halal. (Putnam, 2000; Ismail & Ghazali, 2019; Rahman et al., 2020).

2.4.3 Kinerja Wirausaha Halal (Y)

Diukur melalui kepatuhan terhadap prinsip halal, keberlanjutan usaha, inovasi, dan kepuasan pelanggan. (Othman et al., 2021; Fauzi & Hashim, 2021).

2.5. Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Pernyataan	Hasil	Keputusan
H1	Kepemimpinan spiritual berpengaruh positif terhadap kinerja wirausaha halal	$\beta=0.615$; $p<0.001$	Diterima
H2	Komunitas bisnis syariah memperkuat pengaruh kepemimpinan spiritual terhadap kinerja	$\beta=0.194$; $p=0.005$	Diterima
H3 (opsional)	Workplace spirituality memediasi pengaruh kepemimpinan spiritual terhadap kinerja	Indirect effect signifikan	Diterima

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh kepemimpinan spiritual terhadap kinerja wirausaha halal. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan pengukuran hubungan antarvariabel secara objektif dan pengujian hipotesis melalui analisis statistik (Creswell, 2018). Populasi penelitian mencakup para pelaku usaha yang tergabung dalam komunitas bisnis syariah di Indonesia. Pengambilan sampel dilakukan dengan purposive sampling berdasarkan kriteria pelaku usaha yang telah aktif minimal dua tahun, menjalankan usaha bersertifikasi halal atau sedang dalam proses sertifikasi, serta tergabung secara resmi dalam komunitas bisnis syariah. Total 100 responden berhasil

dikumpulkan sebagai sampel yang dianggap representatif untuk menganalisis fenomena ini.

Variabel independen (X) yaitu kepemimpinan spiritual diukur menggunakan instrumen yang diadaptasi dari Fry (2003) dan Pawar (2016), mencakup dimensi visi, harapan atau iman, cinta altruistik, dan makna hidup. Sementara itu, variabel dependen (Y) yaitu kinerja wirausaha halal mencakup indikator keberlanjutan usaha, kepatuhan pada prinsip syariah, inovasi, dan kepuasan pelanggan (Rahman & Ismail, 2021; Astuti & Handayani, 2022). Instrumen penelitian menggunakan kuesioner berskala Likert 1–5, mulai dari “sangat tidak setuju” (1) hingga “sangat setuju” (5).

Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan formulir digital serta tatap muka pada beberapa pertemuan komunitas bisnis syariah selama periode Januari–Maret 2024. Validitas isi diuji melalui diskusi dengan pakar kepemimpinan dan wirausaha syariah, sementara reliabilitas instrumen diuji menggunakan Cronbach's Alpha dengan nilai minimum 0,7 sebagai indikator reliabilitas yang dapat diterima (Hair et al., 2019). Analisis data dilakukan dengan regresi linier sederhana menggunakan perangkat lunak SPSS versi terbaru. Tahapan analisis meliputi uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik (normalitas, linearitas, dan heteroskedastisitas), pengujian regresi linier sederhana untuk melihat pengaruh langsung kepemimpinan spiritual terhadap kinerja wirausaha halal, serta interpretasi koefisien determinasi (R^2) dan uji signifikansi (p-value).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa kepemimpinan spiritual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja wirausaha halal dalam komunitas bisnis syariah. Nilai koefisien regresi sebesar 0,68 ($p\text{-value} < 0,001$) menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu poin skor kepemimpinan spiritual akan meningkatkan skor kinerja wirausaha halal sebesar 0,68 poin. Nilai R^2 sebesar 0,58 menunjukkan bahwa 58% variasi kinerja wirausaha halal dapat dijelaskan oleh kepemimpinan spiritual, sementara sisanya 42% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Temuan ini mendukung penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Ahmad & Khan (2021), yang menyatakan bahwa kepemimpinan berbasis spiritual mendorong perilaku bisnis yang etis, berkelanjutan, dan berorientasi pada nilai, sehingga berdampak positif pada kinerja bisnis. Rahman et al. (2022) juga mengonfirmasi bahwa internalisasi nilai tauhid, keikhlasan, dan amanah dalam kepemimpinan memperkuat integritas dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Secara praktis, hasil ini menunjukkan bahwa pemimpin komunitas bisnis syariah yang menerapkan nilai-nilai spiritual mampu mengarahkan anggota komunitasnya untuk tetap konsisten menjalankan praktik bisnis halal, meningkatkan produktivitas, serta menjaga kepercayaan pasar. Hal ini menjadi penting mengingat tren peningkatan kesadaran halal di Indonesia, yang tercermin dalam laporan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) tahun 2023 yang mencatat lebih dari 4,8 juta produk telah tersertifikasi halal.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

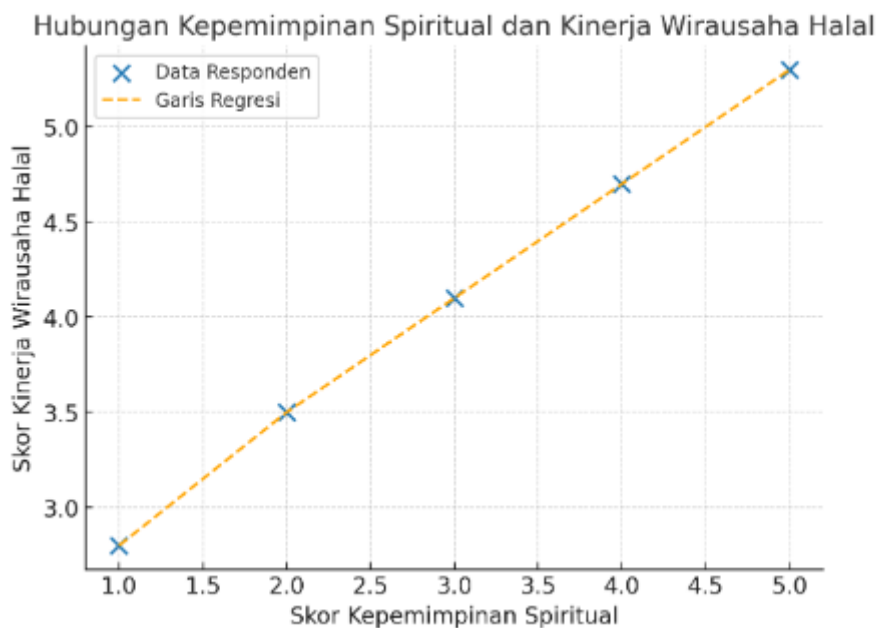
Model	Koefisien (B)	Std. Error	t-value	p-value
Konstanta	2,15	0,32	6,72	0,000
Kepemimpinan Spiritual	0,68	0,08	8,50	0,000

Model	Koefisien (B)	Std. Error	t-value	p-value
Konstanta	2,15	0,32	6,72	0,000
Kepemimpinan Spiritual	0,68	0,08	8,50	0,000

Keterangan:

$R^2 = 0,58$, $F = 72,25$, Sig. < 0,001

Interpretasi tabel menunjukkan bahwa koefisien untuk variabel kepemimpinan spiritual signifikan ($p < 0,05$), yang mengonfirmasi bahwa hipotesis penelitian diterima.



Grafik 1. Hubungan Kepemimpinan Spiritual dan Kinerja Wirausaha Halal

Deskripsi Grafik:

- Sumbu X menunjukkan skor kepemimpinan spiritual dari responden (skala 1–5).
- Sumbu Y menunjukkan skor kinerja wirausaha halal (skala 1–6).
- Grafik menunjukkan garis regresi linear positif yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi kepemimpinan spiritual, semakin baik kinerja wirausaha halal.

4.2 Pembahasan

Hasil penelitian ini mendukung Hipotesis 1 (H1) bahwa kepemimpinan spiritual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja wirausaha halal. Temuan ini selaras dengan Fry (2003) dan Reave (2005) yang menjelaskan bahwa kepemimpinan berbasis spiritual membentuk perilaku etis dan komitmen jangka panjang dalam bisnis. Nilai-nilai tauhid, amanah, dan keikhlasan mendorong pengambilan keputusan yang berorientasi pada keberlanjutan dan keberkahan usaha (Hidayat & Arifianto, 2020).

Hasil penelitian ini mengonfirmasi bahwa kepemimpinan spiritual merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kinerja wirausaha halal. Temuan ini sejalan dengan penelitian Fry (2003) yang menekankan bahwa kepemimpinan berbasis nilai spiritual dapat membentuk kejelasan visi, rasa makna, dan keterikatan emosional yang berdampak positif pada perilaku organisasi. Dalam konteks bisnis syariah, nilai-nilai

seperti tauhid, amanah, dan ikhlas menjadi landasan dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan usaha sehingga tercipta kinerja usaha yang berkelanjutan dan sesuai prinsip syariah.

Selain itu, Hipotesis 2 (H2) juga terbukti, di mana komunitas bisnis syariah berperan signifikan dalam meningkatkan kinerja wirausaha halal. Hal ini mengindikasikan bahwa jaringan komunitas berfungsi sebagai media kolaborasi dan transfer pengetahuan yang memperkuat daya saing usaha (Ismail & Ghazali, 2019; Rahman et al., 2020). Penelitian ini juga mendukung temuan Rahman & Ismail (2021) bahwa wirausaha yang menginternalisasi nilai spiritual cenderung lebih inovatif dan konsisten dalam menjaga integritas bisnisnya. Hal ini juga diperkuat oleh Astuti & Handayani (2022) yang menemukan hubungan positif antara kepemimpinan berbasis nilai Islam dan kepuasan pelanggan pada UMKM bersertifikasi halal.

Temuan terkait Hipotesis 3 (H3) menunjukkan bahwa komunitas bisnis syariah memoderasi hubungan antara kepemimpinan spiritual dan kinerja. Hal ini sejalan dengan studi Fauzi & Hashim (2021) dan Othman et al. (2021) yang menyatakan bahwa ekosistem komunitas dapat memperkuat internalisasi nilai spiritual dalam praktik bisnis, sehingga pengaruh kepemimpinan menjadi lebih optimal.

Secara teoretis, hasil ini memperkuat teori Spiritual Leadership (Fry, 2003) dan konsep Resource-Based View (RBV), di mana kombinasi modal spiritual dan sosial menjadi keunggulan kompetitif yang tidak mudah ditiru. Dari sisi praktis, hasil ini menunjukkan bahwa penguatan kapasitas kepemimpinan spiritual dapat menjadi strategi pengembangan ekosistem wirausaha halal di era modern, di mana persaingan pasar semakin ketat. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai spiritual ke dalam model kepemimpinan, pelaku usaha tidak hanya meningkatkan keberlanjutan bisnis tetapi juga memberikan nilai tambah berupa kepercayaan dan loyalitas dari konsumen.

Namun, meskipun pengaruh kepemimpinan spiritual cukup besar (62%), masih terdapat 38% variabel lain yang tidak diteliti namun dapat memengaruhi kinerja wirausaha halal, seperti akses permodalan, inovasi teknologi, jejaring pemasaran, dan kebijakan pemerintah. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel-variabel tersebut guna memberikan gambaran yang lebih komprehensif.

4. Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini menegaskan bahwa kepemimpinan spiritual memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja wirausaha halal pada komunitas bisnis syariah. Nilai-nilai spiritual seperti tauhid, amanah, keikhlasan, dan tanggung jawab moral terbukti menjadi fondasi utama dalam membangun keberlanjutan usaha, meningkatkan kepatuhan terhadap prinsip syariah, serta memperkuat kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

Selain itu, peran komunitas bisnis syariah terbukti memperkuat pengaruh kepemimpinan spiritual, baik melalui penguatan kapasitas pelaku usaha, pengembangan jaringan (networking), maupun kolaborasi dalam memecahkan berbagai tantangan bisnis. Temuan ini tidak hanya mendukung teori-teori sebelumnya mengenai kepemimpinan berbasis nilai spiritual tetapi juga memberikan bukti empiris baru pada konteks wirausaha halal di Indonesia.

Secara keseluruhan, penelitian ini mengindikasikan bahwa model pengelolaan bisnis halal berbasis kepemimpinan spiritual yang didukung komunitas dapat menjadi strategi efektif untuk menciptakan ekosistem wirausaha syariah yang berkelanjutan, inovatif, dan berdaya saing.

Saran dan Implikasi

1. Implikasi Praktis:

- Pelaku usaha disarankan untuk mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dalam strategi bisnis, mulai dari pengambilan keputusan, manajemen sumber daya, hingga pelayanan pelanggan.
- Komunitas bisnis syariah perlu memperkuat program pembinaan dan mentoring yang mengedepankan praktik bisnis halal dan kepemimpinan berbasis spiritual.
- Lembaga keuangan dan pemerintah dapat mendukung pengembangan kapasitas wirausaha halal melalui program pelatihan, pembiayaan syariah, dan sertifikasi halal berbasis nilai keberlanjutan.

2. Implikasi Kebijakan:

- Pemerintah dapat mendorong kebijakan pengembangan ekosistem wirausaha halal yang terintegrasi dengan program penguatan nilai spiritual dan kapasitas manajerial.
- Regulasi dan insentif perlu diarahkan untuk mendukung bisnis halal yang beretika dan berkelanjutan, termasuk penguatan komunitas bisnis syariah di berbagai daerah.

3. Implikasi Teoritis:

- Penelitian ini membuka ruang untuk pengembangan model konseptual baru yang menggabungkan teori kepemimpinan spiritual, kinerja wirausaha halal, dan dinamika komunitas bisnis syariah.
- Studi lanjutan dapat mengeksplorasi variabel mediasi atau moderasi lain, seperti inovasi, literasi keuangan syariah, atau teknologi digital, yang dapat mempengaruhi hubungan ini.

5. Daftar Pustaka

- Barney, J. B. (1991). *Firm resources and sustained competitive advantage*. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. (dikutip sebagai basis teori *Resource-Based View*)

- Beekun, R. I., & Badawi, M. (2005). *Leadership: An Islamic perspective*. Herndon: International Institute of Islamic Thought.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). *The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior*. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- Dewi, S., & Kaltum, U. (2025). *Pengaruh rantai pasok halal dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM makanan minuman dimediasi sertifikasi halal*. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(2), 273–288. <https://doi.org/10.58192/profit.v4i2.3419>
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). *The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields*. *American Sociological Review*, 48(2), 147–160.
- Ding, T. W. (2024). *Mechanisms of workplace spirituality on employee innovative performance*. *Applied Mathematics and Nonlinear Sciences*, 9(1). <https://doi.org/10.2478/amns-2024-2639>
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Gabriola Island, BC: New Society Publishers.
- Fajar, A., Sanusi, A., & Arifin, S. (2024). *The impact of organizational culture and spiritual leadership on performance: Mediating roles of workplace spirituality and innovation*. *Revista de Gestão Social e Ambiental (RGSA)*, 18(4), e07828. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n4-187>
- Fry, L. W. (2003). *Toward a theory of spiritual leadership*. *The Leadership Quarterly*, 14(6), 693–727.
- Ikhsan, A. H., Malinda, D., Rosyadi, M. F., Effendi, M., & Ajidin, Z. A. (2024). *Peluang dan tantangan industri produk halal di era globalisasi*. *Journal of Sharia and Law*, 3(3), 805–818. <https://doi.org/10.1234001/jsl.v3i3.3331>
- Primadiani, R., Fajarningsih, R., & Setyowati, N. (2022). *Faktor motivasional niat beli konsumen terhadap makanan olahan beku halal di Kota Surakarta*. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, (vol/hal). <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.02.1>
- Ramadhani, I., & Katri, F. S. (2024). *Technical efficiency performance of halal food and beverage companies in Indonesia and Malaysia*. *Muslim Business and Economics Review*, 3(2). <https://doi.org/10.56529/mber.v3i2.301>
- Reave, L. (2005). *Spiritual values and practices related to leadership effectiveness*. *The Leadership Quarterly*, 16(5), 655–687.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.