KEWIRAUSAHAAN ISLAM
(APLIKASI DAN TEORI)

Buku Perkuliahan Program S-1
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Ampel Surabaya

Penulis:

Sri Wigati, M.E.I

Supported by:
Government of Indonesia (GoI) and Islamic Development Bank (IDB)

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

KATA PENGANTAR
REKTOR IAIN SUNAN AMPEL

Merujuk pada PP 55 tahun 2007 dan Kepmendiknas No 16 tahun 2007, Kepmendiknas No. 232/U/2000 tentang Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi dan Penilaian Hasil Belajar Mahasiswa; Kepmendiknas No. 045/U/2002 tentang Kurikulum Inti Pendidikan Tinggi; dan KMA No. 353 Tahun 2004 tentang Pedoman Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi, UIN Sunan Ampel akan menerbitkan buku perkuliahan sebagai upaya pengembangan kurikulum dan peningkatan profesionalitas dosen.

Untuk mewujudkan penerbitan buku perkuliahan yang berkualitas, UIN Sunan Ampel bekerjasama dengan *Government of Indonesia* (GoI) dan *Islamic Development Bank* (IDB) telah menyelenggarakan *Workshop on Writing Textbooks for Specialization Courses* dan *Workshop on Writing Textbooks for vocational Courses* bagi dosen UIN Sunan Ampel, sehingga masing-masing dosen dapat mewujudkan karya ilmiah yang dibutuhkan oleh para mahasiswa-mahasiswinya.

Buku perkuliahan yang berjudul Kewirausahan Islam ini merupakan salah satu di antara buku-buku yang disusun oleh para dosen pengampu mata kuliah program S-1 program studi Muamalah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Sunan Ampel sebagai panduan pelaksanaan perkuliahan selama satu semester. Dengan terbitnya buku ini diharapkan perkuliahan dapat berjalan secara aktif, efektif, kontekstual dan menyenangkan, sehingga dapat meningkatkan kualitas lulusan UIN Sunan Ampel.

Kepada *Government of Indonesia* (GoI) dan *Islamic Development Bank* (IDB) yang telah memberi *support* atas terbitnya buku ini, tim fasilitator dan penulis yang telah berupaya keras dalam mewujudkan penerbitan buku ini, kami sampaikan terima kasih. Semoga buku perkuliahan ini bermanfaat bagi perkembangan pembudayaan akademik di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Rektor
UIN Sunan Ampel Surabaya

Prof. Dr. H. Abd. A'la, M.Ag.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah Swt. Berkat karunia-Nya, buku perkuliahan Kewirausahaan Islam (aplikasi dan teori) ini bisa hadir sebagai penunjang perkuliahan yang lebih aplikatif bagi para mahasiswa.

Buku perkuliahan ini disusun sebagai salah satu sarana pembelajaran pada mata kuliah Kewirausahaan Islam. Secara rinci buku ini memuat beberapa paket penting meliputi; 1) konsep kewirausahaan 2). Faktor faktor yang mengubah pola pikir 3). menjelaskan tentang motivasi berwirausaha 4) Menjelaskan bagaimana menumbuhkan ide usaha. 5). Menjelaskan dan menganalisa kondisi pasar 6). mampu menjelaskan cara menentukan produk 7). menjelaskan tentang management keuangan 8) menjelaskan tentang perrencana usaha 9). menjelaskan tentang management keuangan 10). Menjelaskan Kewirausahan menurut Rasulullah Saw 11). Menjelaskan tentang etika wirausaha 12). menjelaskan tentang strategi wirausaha. 13). Melaksanakan simulasi usaha.

Akhirnya, penulis ucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah turut membantu dan berpartisipasi demi tersusunnya buku perkuliahan Kewirausahaan Islam, khususnya. Kritik dan saran kami tunggu guna penyempurnaan buku ini.

Terima Kasih.

Penulis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi Tulisan Arab-Indonesia Penulisan Buku Perkuliahan "Kewirausahaan Islam (aplikasi dan teori)" adalah sebagai berikut.

No	Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
1.	ا	`	ط	t}
2.	ب	b	ظ	z}
3.	ت	t	ع	‘
4.	ث	th	غ	gh
5.	ج	j	ف	f
6.	ح	h}	ق	q
7.	خ	kh	ك	k
8.	د	d	ل	l
9.	ذ	dh	م	m
10	ر	r	ت	n
11	ز	z	و	w
12	س	s	ه	h
13	ش	sh	ء	`
14	ص	s}	ي	y
15	ض	d}		

Untuk menunjukkan bunyi panjang (madd) dengan cara menuliskan tanda coretan di atas a>, i> dan u> (ا, ي dan و). Bunyi hidup dobel (diftong) Arab ditransliterasikan dengan menggabung dua huruf "ay" dan "au" seperti layyinah, lawwamah. Untuk kata yang berakhiran ta' marbutah dan berfungsi sebagai sifat (modifier) atau *mudaf ilayh* ditranliterasikan dengan "ah", sedang yang berfungsi sebagai mudaf ditransliterasikan dengan "at".

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

PENDAHULU
Halaman Judul
Kata Pengantar Rektor
Prakata
Pedoman Transliterasi
Daftar Isi
Satuan Acara Perkuliahan

ISI PAKET
Paket 1 : Definisi Kewirausahaan
Paket 2 : Mengubah Pola pikir
Paket 3 : Motivasi berwirausaha
Paket 4 : Menumbuhkan ide Usaha
Paket 5 : Membaca Pasar
Paket 6 : Penentuan Produk
Paket 7 : Menegement Keuangan
Paket 8 : Simulasi Usaha
Paket 9 : Rencana Bisnis (Business Plan)
Paket 10 : Kewirausahaan Menurut Rasulullah SAW
Paket 11 : Etika bisnis
Paket 12 : Strategi bisnis (208-220)

PENUTUP
Sistem Evaluasi dan Penilaian (221-223)
Daftar Pustaka (224-226)
CV Penulis (227)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

1. Identitas

Nama Mata kuliah : **Kewirausahaan**
Jurusan/Program Studi : Hukum Ekonomi Islam/ Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Bobot : 3 sks
Waktu : 3 x 50 menit/ Pertemuan
Kelompok Matakuliah : Mata Kuliah Kompetensi Utama (MKKU)

2. Deskripsi

Mata kuliah ini membelajarkan mahasiswa-mahasiswi untukmampu mengaplikasikan keworausahaan Islam dalam kehidupan sehari-hari untuk memperkuat perekonomian nasional.

3. Urgensi

Sebagai mata kuliah pendukung agar menuju kemandirian mahasiswa

4. Kompetensi Dasar, Indikator, dan Materi

No	KD	Indikator	Materi
1	Kemampuan memahami konsep dasar kewirausahaan Islam (knowledge)	Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian kewirausahaan Islami	1) Pengertian Kewirausahaan Islam
2	Kemampuan memahami pola pikir	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang definisi pola pikir,	2) Mengubah pola pikir 3) .
3	Kemampuan	Mahasiswa mampu	4) Motivasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	memahami motivasi berwirausaha	menjelaskan definisi motivasi kewirausahaan	berwirausaha
4	Kemampuan memahami bagaiamana menumbuhkan ide berwirausaha	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang ide kewirausahaan	5) Menumbuhkan ide berwirausaha.
5		Mahasiswa mampu menjelaskan tentang cara membaca pasar.	6) Membaca pasar
6		Mahasiswa mampu menjelaskan tentang cara menentukan produk.	7) Menentukan Produk
7		Mahasiswa mampu menjelaskan tentang management keuangan dan mampu menyusun laporan keuangan .	8) Management keuangan 9) Simulasi Usaha 10) Business Plan
8		Mahasiswa mampu menjelaskan tentang management keuangan	11) Management keuangan
9		Mahasiswa mampu menjelaskan tentang mampu menyusun laporan keuangan .	12) Business Plan
10		Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang kewirausahaan menurut Rasulullah.	13) Kewirausahan Rasulullah
11		Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan etika bisnis.	14) Etika bisnis
12		Mahasiswa mampu	15) Strategi Bisnis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		memahami dan menjelaskan tentang strategi bisnis.	
		Mahasiswa mampu malakukan simulasi usaha	16) Simulasi Usaha

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Paket 01
MENGENAL KEWIRAUSAHAAN

Pendahuluan

Indonesia adalah negara yang sangat besar, memiliki wilayah yang sangat luas dan memiliki kandungan sumber daya Alam yang sangat tinggi. Sehingga Indonesia sangat potensial untuk menjadi negara maju.

Selain sumber daya alam, faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah sumber daya manusia. Sumber daya manusia atau biasa disingkat menjadi SDM mempunyai definisi sebagai suatu potensi yang terkandung dalam diri manusia untuk mewujudkan perannya sebagai makhluk sosial yang adaptif dan transformatif dan mampu mengelola dirinya sendiri serta seluruh potensi yang terkandung di alam menuju tercapainya kesejahteraan kehidupan dalam tatanan yang seimbang dan berkelanjutan.

Penyiapan media pembelajaran dalam perkuliahan ini sangat penting. Perkuliahan ini memerlukan media pembelajaran berupa LCD dan laptop sebagai salah satu media pembelajaran yang dapat mengefektifkan perkuliahan, serta kertas plano sebagai alat menuangkan hasil kerja kelompok.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi Dasar

Kemampuan dan kecakapan memahami konsep kewirausahaan Islam.

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan mampu:

1. menjelaskan pengertian kewirausahaan Islam
2. menjelaskan pentingnya pentingnya kewirausahaan Islam
3. menjelaskan tujuan berwirausaha
4. menjelaskan proses dalam berwirausaha
5. menjelaskan syarat menjadi wirausahawan.
6. membedakan antara kewirausahaan dan Bisnis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Waktu

3x50 menit

Materi Pokok

Mengenal Kewirausahaan

1. Pengertian kewirausahaan Islam
2. Pentingnya kewirausahaan Islam
3. Tujuan berwirausaha
4. Proses dalam berwirausaha
5. Syarat menjadi wirausahawan
6. Perbedaan antara kewirausahaan dan Bisnis

Langkah-langkah Perkuliahan

Kegiatan Awal (10 menit)

1. Menjelaskan kompetensi dasar
2. Menjelaskan indikator
3. Penjelasan langkah kegiatan perkuliahan paket ini
4. Brainstorming dengan memberikan arahan apa yang akan dikerjakan

Kegiatan Inti (120 menit)

1. Mahasiswa dibagai dalam 6 kelompok dengan cara berhitung satu sampai enam. Sehingga anggota kelompok menjadi acak.
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema:
   a. Kelompok 1: Pengertian kewirausahaan Islam
   b. Kelompok 2: Pentingnya kewirausahaan Islam
   c. Kelompok 3: Tujuan berwirausaha
   d. Kelompok 4: Proses dalam berwirausaha
   e. Kelompok 5: Syarat menjadi wirausahawan
   f. Kelompok 6: Perbedaan antara kewirausahaan dan Bisnis
3. Presentasi hasil diskusi dari masing-masing kelompok
4. Selesai presentasi setiap kelompok, kelompok lain memberikan klarifikasi
5. Penguatan dan *feedback* hasil diskusi dari dosen

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Dosen memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk menanyakan sesuatu yang belum paham atau menyampaikan konfirmasi

Kegiatan Penutup (10 menit)

1. Menyimpulkan hasil perkuliahan
2. Memberi dorongan psikologis/saran/nasehat
3. Refleksi hasil perkuliahan oleh mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut (10 menit)

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan selanjutnya.

Lembar Kegiatan Mahasiswa

Mempelajari mengenal konsep-konsep kewirausahaan melalui gerakan kewirausahaan nasional mencari website yang berkaitan dengan kewirausahaan.

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami tentang konsep-konsep kewirausahaan.

Bahan dan alat

Buku bacaan keterkaitan dengan pengenalan kewirausahaan, Lembar kegiatan, lembar penilaian, kartu nilai, dan solatip.

Langkah-langkah kegiatan

1. Masing-masing kelompok diberikan bacaan keterkaitan dengan materi pengenalan kewirausahaan
2. Anggota kelompok membaca, berdiskusi dalam kelompok kecil, merumuskan dan membuat rumusan dari bahan materi yang diberikan. Mencatat di kertas plano mempergunakan spidol, mencatat dalam kertas sehingga akan berbagi dengan kelompok lain dengan cara dicopy sehingga semua konsep akan mampu dipahami dengan cepat dan mudah.
3. Hasil rangkuman dan diskusi dipresentasikan di depan kelas, dengan dilaksanakan dua atau tiga perwakilan, satu memperesentasikan lainnya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menunjukkan hasil diskusi di kertas plano yang telah di tempel di papan.

4. Melaksanakan tanya jawab dan umpan balik dari hasil presentasi.

Tabel 5.1: Daftar Nilai Praktik summery dan presentasi

KELOMPOK	NILAI				JUMLAH
I					
II					
III					
IV					
V					
VI					

Keterangan Nilai:

90 = sangat baik 80 = baik 70 = cukup 60 = kurang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Uraian Materi

MENGENAL KEWIRAUSAHAAN

KOMPAS.com — Presiden ketiga Republik Indonesia, BJ Habibie, menjelaskan, ada satu kunci menjadi wirausaha. Ini akan menjadi modal dasar bagi semua wirausaha untuk berbisnis di segala kondisi."Kuncinya hanya satu, harus berorientasi pada pasar," kata Habibie saat konferensi pers pada acara Wirausaha Muda Mandiri di Jakarta Convention Center, Kamis (17/1/2013). Menurut Habibie, orientasi pasar ini begitu penting karena semua yang berbisnis akan berorientasi pada penjualan. Jika penjualan tidak ada pasarnya, berbisnis pun jadi nihil. Orientasi pasar ini merupakan hal yang wajar dan sesuatu yang normal. Saat berbisnis apa pun, pengusaha diminta untuk tidak meninggalkan orientasi pasar yang akan disasar.Habibie mencontohkan, dia rela kembali ke Indonesia dan membuat industri strategis berupa bisnis pembuatan pesawat terbang. Sebenarnya, bisnis pesawat terbang itu kecil, volumenya tinggi, dan bisa menyerap banyak tenaga kerja. Buktinya, PT Dirgantara Indonesia yang dia rintis memiliki jumlah pekerja hingga 48.000 orang. Namun karena rezim Orde Baru yang melemahkan PT Dirgantara Indonesia, kini jumlah pekerjanya tersisa hanya 4.000 orang."Kita pernah berjaya dengan industri pesawat terbang tersebut, tapi kini mau mati suri. Industri ini harus dibangkitkan kembali. Kalau tidak, kita akan kembali ke zaman 1945, ketika kita tidak memiliki industri itu," kenangnya. Menurut dia, berbisnis tidak perlu tips dan trik. Untuk trik, hal itu justru merupakan sesuatu yang tidak layak dan tidak perlu dilakukan. Untuk tips, Habibie berpesan bahwa semua orang, baik berbisnis maupun tidak, harus kredibel dalam segala kondisi. Artinya, orang tersebut harus bisa dipercaya bagi setiap orang yang menemuinya."Kalau itu Anda bisa lakukan, uang akan mengejar Anda," tuturnya.

Pengertian Kewirausahaan

Kewirausahaan berasal dari kata dasar Wirausaha[1]. Wirausaha dari segi etimologi berasal dari kata wira dan usaha. Wira, berarti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani dan berwatak agung.

[1] Di ambil dari kamus besar bahasa Indonesia

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Usaha, berarti perbuatan amal, berbuat sesuatu. Sedangkan, Pengertian Kewirausahaan (Inggris: *Entrepreneurship*) atau Wirausaha adalah proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan.

Visi tersebut bisa berupa ide inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Hasil akhir dari proses tersebut adalah penciptaan usaha baru yang dibentuk pada kondisi risiko atau ketidakpastian. Jadi, secara umum pengertian kewirausahaan adalah kegiatan penciptaan bidang usaha yg baru. Istilah wirausaha sering dipadankan dengan istilah wirasawasta. Secara etimologis, wiraswasta terdiri dari tiga kata: wira, swa, dan sta yang masing-masing berarti berani, sendiri, dan berdiri. Adapun secara istilah, wiraswasta berarti keberanian, keutamaan, serta keperkasaan dalam memenuhi kebutuhan serta memecahkan permasalahan hidup dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri.[2]

Kewirausahaan disebut dengan istilah entrepreneurship dalam kamus sering diartikan dengan istilah kewiraswastaan. Sedangkan entrepreneurship itu sendiri diambil atau diserap dari dalam bahasa dari bahasa perancis yaitu ***entreprende*** yang berarti **melakukan** atau dalam bahasa Inggris sering diartikan "*in beetween taker"* di antara-pengambil dan "*go-beetwen*" menuju - antara.[3] Di sini di artikan bahwa kewirausahaan adalah melakukan sesuatu dengan segala aspek yang ada baik faktor produksi-lahan kerja, tenaga kerja, modal untuk mendapatkan sebuah peluang usaha baru baik berupa profit dan non profit.

Sedangakan dalam Lampiran Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995, dicantumkan bahwa:

---

[2] Wasty soemanto, *Sekuncup Ide Operasional Pendidikan Wiraswasta*, Jakarta : Bumi Aksara, 1984, 43.

[3] Robert D. Hisrich, Entrepreneurship Kewirausahaan, Jakarta: Penerbit Salemba Barat 2008 , 6.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Wirausaha adalah orang yang mempunyai semangat, sikap, perilaku dan kemampuan kewirausahaan.

b. Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseoraang dalam menanganai usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan serta menerapkan cara kerja, tekhnologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih baik.

Beberapa pengertian Kewirausahaan Menurut para Ahli yang diambil dari webs adalah adalah sebagai berikut:[4]

- Soeparman Spemahamidjaja

  Suatu kemampuan (ability) dalam berfikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak tujuan, siasat kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup.
- S. Wijandi

  Suatu sifat keberanian, keutamaan dalam keteladanan dalam mengambil resiko yang bersumber pada kemampuan sendiri.
- Richard Cantillon

  Kewirausahaan didefinisikan sebagai bekerja sendiri (*self-employment*).
- Drucker

  Suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create the new and different*).
- Zimmerer

  Suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan.

[4] http://lifeskill.staff.ub.ac.id/2013/10/01/pengertian-dan-definisi-wirausaha-menurut-para-ahli-2/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Soeharto Prawiro

  Suatu nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha (*star-up phase*) dan perkembangan usaha (*venture growth*).
- Achmad Sanusi

  Suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan dasar sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses dan hasil bisnis.
- Peter F Drucker

  Kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create the new and different*) .
- Thomas W Zimmerer

  Kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan keinovasian untuk memecahkan permasalahan dan upaya memanfaatkan peluang-peluang yang dihadapi orang setiap hari.
- Andrew J Dubrin

  Seseorang yang mendirikan dan menjalankan sebuah usaha yang inovatif (*Entrepreneurship is a person who founds and operates an innovative business*).

Dari definisi tentang Entrepreneurship di atas terdapat 3 tema penting yang dapat di identifikasi:

1. *Pursuit of opportunities*, mampu membaca peluang karena perubahan situasi dan lingkungan sekitar baik lingkungan sosial maupun lingkungan alam.
2. *Innovation*, melakukan perubahan baik pada bentuk, cara maupun produk yang dihasilkan berbeda dan mengalami kemajuan dari sebelumnya.
3. *Growth*. Menginginkan pertumbuhan yang lebih besar dan semakin besar dengan segala kreatifitas dan inovasi yang baru untuk menghindarkan kejenuhan dan kebosanan .

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambaran ideal manusia wiraswasta adalah orang yang dalam keadaan bagaimanapun daruratnya, tetap mampu berdiri atas kemampuan sendiri untuk menolong dirinya keluar dari kesulitan yang dihadapinya, termasuk mengatasi kemiskinan tanpa bantuan instansi pemerintah atau instansi sosial. Dalam keadaan yang biasa (tidak darurat) manusia-manusia wiraswasta bahkan akan mampu menjadikan dirinya maju, kaya, dan berhasil lahir dan batin.

Simpulannya adalah wirausaha sama saja dengan wiraswasta, walaupun rumusnya berbeda-beda tetapi isi dan karakteristiknya sama. Namun ada perbedaan penekanan antara kedua istilah tersebut. Wirausaha lebih menekankan pada jiwa dan semangat yang kemudian diaplikasikan dalam segala aspek kehidupan, sedangkan wiraswasta lebih fokus pada obyek, pada usaha yang mandiri.

Perkembangan Kewirausahaan

Kewirausahaan sering dibagi dalam beberapa periode untuk mengetahui tahapan dan sejarah kewirausahaan. Untuk tahap pertama disebut dengan periode awal. Periode awal ini di mulai Marco Polo yang mencoba pengembangkan route perdagangan internasional. Dalam route perjalanan Marco Polo ini kerjasama antara pedagang dan pengembara untuk memperluas pasar. Yang menjadi unik dalam hal ini adalah bagaimana kreatifitas dan inovasi untuk memperluas pasar dan juga terbentuk sistem bagi hasil.

Periode abad ke-17 yang dimulai adanya kerjasama antara John Law dengan pemerintah Perancis. Kerjasama ini menghasilkan monopoli perusahaan *The Missisipi Company* dan mengalami kebangkrutan perusahaan. Dengan kesalahan itu maka pada tahun 1700-an Richard Cantillon (1755) mulai mengembangkan teori kewirausahaan. Richard mengamati bahwa pengusaha

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

adalah seseorang yang harus mampu mengambil risiko. Richard Cantillon ini sering disebut sebagai penemu istilah kewirausahaan (*entrepreneurship*).[5]

Abad ke-18 ini merupakan abad banyaknya penemuan hasil penelitian. Sehingga pada periode ini dimulainya kewirausahaan berbasis modal. Hasil penelitian harus diimplementasikan dalam sebuah praktik dan dipasarkan seperti penemuan dari Alfa Thomas Edison penemu bolam dan Eli Whitney penemu mesin pemintal benang.

Abad ke-18 dan ke-19 sudah mulai ada inovasi dan kemutakhiran. Dalam abad ini dua hal tersebut merupakan bagian yang integral dan tak terpisahkan dengan kewirausahaan. Pada masa abad ini muncul nama nama Andrew Carnegie yang tidak menemukan hal baru tetapi mengadaptasi dan mengembangakan teknologi baru dalam industri baja.[6] Sehingga Carnegie bangkit menjadi orang kaya baru yang disegani. Masih ada nama lain dalam abad ini yaitu Edward Harriman yang mampu mengorganisasikan jalan kereta Ontorio dan John Pierpont yang mengembangkan bank besar dalam pengembangan industri.

Istilah kewirausahaan telah dikenal sejak abad 16, sedangkan di Indonesia baru dikenal pada akhir abad 20. Di Belanda kewirausahaan sering dikenal dengan ondernemer, di Jerman dikenal dengan unternehmer. Pendidikan kewirausahaan mulai dirintis sejak 1950-an di beberapa negara seperti Eropa, Amerika, dan Kanada. Bahkan sejak 1970-an banyak universitas yang mengajarkan kewirausahaan atau manajemen usaha kecil. Pada tahun 1980-an, hampir 500 sekolah di Amerika Serikat memberikan pendidikan kewirausahaan.

---

[5] Robert D. Hisrich, 7.

[6] Ibid, 8.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Isu pengajaran kewirausahaan menjadi tren di Perguruan Tinggi. Maksud dan tujuan untuk mengakses perguruan tinggi adalah untuk memperbaiki kualitas hidup. Lulusan Perguruan Tinggi berkontribusi terhadap tingginya angka pengangguran terbuka. Untuk menjawab tantangan yang ada konten kewirausahaan bisa menjadi kunci jawaban. Sehingga tindakan nyata sangat dibutuhkan dan dengan demikian makadengan semangat kewirausahaan pemerintah tidak perlu menyediakan lpanagn kerja. Secara otomatis lulusan perguruan tinggi akan mampu membuka lapangan kerja bagu dirinya dan masyarakat.

Setiap konsentrasi pendidikan di perguruan tinggi akan membawa ke khususan dalam model kewirausahaan. Sebagai contoh untuk fakultas tekhnologi akan mampu membuka peluang tekhnopreneuar seperti yang dikembangkan ITS. Bisa juga mengembangkan kewirausahaan di konsentrasi pendidikan pertanian dengan agropreneur. Di fakultas hukum bisa lebih fokus dalam lawpreneur, di panti asuhan akan mengembangkan orphanpreneur, bidang sosial sering disebut dengan istilah social entrepreneur. Bahkan bisa juga di konsentrasi agama akan membuka peluang dalam bidang religipreneur.

Dengan definisa dan konsep di atas maka segala aspek dan segala sisi kehidupan akan mampu membuka sebuah peluang tanpa harus disibukkan dengan membuka peluang. Hal lain dengan konsep ini maka kewirausahaan merupakan hal yang urgent dalam sebuah kehidupan berbangsa dan bernegara.

Pentingnya Kewirausahaan Islam

Gagasan bahwa kewirausahaan dan pertumbuhan ekonomi sangat berkaitan erat secara signifikan, tidak diragukan lagi telah berhasil sejak awal penelitian yang dilakukan oleh Schumpeter (Aghion and Howitt's,1998).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sehingga dengan kewirausahaan akan mampu menjadikan ujung tombak pembangunan suatu negara. Persentasi peningkatan kewirausahaan akan berpengaruh terhadap ekonomi kecil karena akan sangat mendukung perekonomian masyarakat kecil.

Suatu peningkatan dalam jumlah wirausaha umumnya mengarah pada suatu peningkatan dalam pertumbuhan ekonomi. Pengaruh ini sebagai suatu hasil nyata dari peningkatan keterampilan mereka, dan lebih tepatnya lagi, kecenderungan mereka untuk berinovasi (*propensity to innovate*). Dimana inovasi ini dimulai dari pemikiran yang sering disebut kreatifitas untuk mendukung inovasi. Sehingga antara kreatifitas dan inovasi menjadi dua hal yang tidak akan terpisahkan untuk pembangunan ekonomi masyarakat.

Schumpeter (1963) telah menggambarkan aktivitas inovatif ini, yaitu melaksanakan berbagai kombinasi baru dengan membedakan lima hal. Pertama memperkenalkan suatu produk baru, yaitu produk yang belum dikenal konsumen, atau suatu produk dengan kualitas baru. Kedua,memperkenalkan suatu metode operasi baru, yaitu metode yang belum teruji secara empiris. Ketiga, membuka pasar baru, yaitu pasar yang belum dimasuki perusahan atau cabang suatu perusahaan tersebut. Keempat, merebut sumber pasokan baru berupa bahan bakunatau barang setengah jadi, terlepas apakah pasokan baru ini sudah ada atau harus dibuat terlebih dahulu. Kelima, melahirkan perusahaan baru dalam suatu industri, seperti menciptakan suatu posisi atau penghentian posisi monopoli melalui trustification (Schumpeter, 1963).

Melalui aktivitas inovatifnya, para wirausaha versi Schumpeterian berupaya menciptakan peluang baru untuk memperoleh keuntungan. Peluang-peluang baru ini dapat dihasilkan melalui peningkatan produktivitas, sehingga kaitan antara produktivitas dengan pertumbuhan ekonomi akan nampak dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jelas.[7] Peningkatan produktifitas bukan hanya pada jumlah output perusahan lama, tapi justru munculnya perusahaan-perusahaan baru.

Sehingga dengan adanya kreatifitas dan inovasi sebagai kekuatan dalam berwirausaha akan mampu meningkatkan daya juang dan bertahan hidup masyarakat dalam segala kondisi. Segala aset yang dimiliki baik sosial, alam , manusia, lingkungan dan finasial akan mampu dikembangkan dengan maksimal.

Kewirausahaan dan perdagangan dalam pandangan Islam merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan ke dalam masalah muamalah. Masalah yang erat kaitannya dengan hubungan yang bersifat horisontal, yaitu hubungan antar manusia yang akan dipertanggungjawabkan kelak di akhirat.

Manusia diperintahkan untuk memakmurkan bumi dan membawanya ke arah yang lebih baik serta diperintahkan untu berusaha mencari rizki. Dalam mencari rizki maka harus mencari pintu yang terbuka lebar dan jumlah yang banyak yang bagikan oleh Allah Swt. Pintu rizki yang banyak dan terbuka lebar adalah melalui kewirausahaan.

Semangat kewirausahaan terdapat dalam QS. Hud ayat 61, QS. Al-Mulk ayat 15, dan QS. Al-Jumuh ayat 10.[8] Sehingga jelas bahwa dalam Alquran tidak membedakan antara wirausaha dengan agama. Hal sebaliknya terjadi Alquran sangat mendukung adanya peningkatan kualitas dalam kewirausahaan.

Kewirausahaan dalam Islam merupakan suatu ibadah yang akan mendapatkan pahala apabila dilaksanakan dan salah satu penulis seminar internasional (Nur Suhaili Ramli, Auckland, New Zealand dalam tulisan *Islamic*

---

[7] http://sbm.binus.ac.id/files/2013/04/Pentingnya-Kewirausahaan.pdf

[8] http://ekonomi.kompasiana.com/wirausaha/2013/06/30/islamic-entrepreneurship-kewirausahaan-islam-569797.html diunduh pada tanggal 9 Maret 2014

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Entrepreneurship) [9] mengatakan kewirusahaan merupakan fardhu kifayaah. Ketrampilan masing masing individu wajib dikembangkan tetapi tidak semua orang harus memiliki skill yang sama.

Lebih detailnya Nur Suhaili mengatakan rumusan kewirausahaan dalam Islam adalah :

1. Kewirausahaan merupakan bagian integral dari agama Islam.
2. Berdasarkan sifat manusia, para pengusaha Muslim 'khalifah' yang diutus Allah (SWT) dan memiliki tanggung jawab mengembangkan kemakmuran dan melihat bisnis sebagai bagian dari ibadah dan perbuatan baik.
3. Kewirausahaan sebagai Motivasi. Keberhasilan dalam Islam bukan hanya diukur dengan hasil akhir tetapi juga cara dan sarana untuk mencapai mereka.
4. Kewirausahaan sebagai bagian dari Ibadah. kegiatan usaha adalah bagian dari ibadah atau "perbuatan baik"
5. Posisi Kewirausahaan dan bisnis dalam Islam: - Islam mendorong umatnya untuk menjelajah ke bisnis. Nabi Muhammad SAW mengatakan bahwa 9 dari 10 sumber rizki (livlihood) dapat ditemukan dalam bisnis.
6. Kewirausahaan merupakan bagian dari Sistem Ekonomi Islam. Kewirausahaan Islam harus beroperasi dalam domain sistem Ekonomi Islam dan bertindak sebagai kendaraan menuju penerimaan global Sistem ini.
7. Prinsip-prinsip Kewirausahaan Islam diambil dari hasanah ilmu di Alquran dan Alhadits
8. Etika kewirausahaan yang baik adalah etika kewirausahaan berdasarkan perilaku teladan dari Nabi Muhammad SAW

[9] http://www.slideshare.net/suhailiramli/islamic-entrepreneurship , diunduh 9 Maret 2014.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perbedaan Antara Kewirausahaan dan bisnis

Gambar Butet dalam sekola rimba dan kegiatan jual beli

Di atas banyak kita pahami tentang kewirausahaan. Sangat berkaitan dengan adanya perilaku untuk bisa inovasi dan kreatif. Dari segala aspek kehidupan untuk meningkatkan kemajuan dan mampu bertahan hidup. Sedangakan bisnis hanya berupaya pencarian untung dengan pemindahan barang atau jasa dari satu orang ke orang lain.

Makna bisnis dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah usaha komersial atau usaha dagang.[10] Dengan kata lain bisnis adalah kegiatan individu atau kelompok yang terorganisir untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan masyarakat.

Jadi bisnis merupakan bagian dari kewirausahaan sedangakan kewirausahaan lebih luas dari bisnis. Bisnis lebih banyak pada pencarian untung

[10] Tim Pena Prima, Kamus Besar BahasaIndonesia, Gita Media Press.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau laba, sedangkan kewirausahaan adalah kegiatan yang berdampak mendatangkan untung. Kewirausahan bisa bergerak dibidang pendidikan, agama, tekhnologi, sosial dan segala kegiatan dengan peningkatan daya kreatifitas dan inovasi.

Peran dan Fungsi Kewirausahaan

Setidaknya ada beberapa peran dan fungsi mendasar yang mampu mempengaruhi perilaku yang mengarah pengembangan kewirausahaan :

a. Mampu memberi semangat dan motivasi. Di sini dengan kewirausahaan hal yang sulit sekalipun akan mampu diwujudkan menjadi kenyataan. Sehingga segalanya akan mudah dilakukan agar relisasi dari kreatifitas.
b. Mampu mewujudkan mimpi. Dengan kewirausahaan segala mimpi harus mampu diwujudkan. Sehingga yang semula hanya menjadi seorang karyawan yang tidak mampu diwujudkan maka setelah dengan kewirausahaan mimpi akan menjadi kenyataa. Hasil survey dalam bisnis berskala kecil tahun 1991 menunjukkan bahwa 38% dari orang-orang yang meninggalkan pekerjaannya di perusahaan lain karena mereka ingin menjadi bos atas perusahaan sendiri. Dengan kewirausahaan akan mampu memanage waktu secara fleksibel. Juga akan mampu mengambil keputusan, menentukan arah masa depan dan melihat begitu banyak orang yang tertolong karena memiliki penghasilan.
c. Mampu memberikan inspirasi. Dengan kewirausahaan maka akan memberikan gambaran segala persoalan akan mampu diselesiakan.
d. Memberikan nilai positif dalam pembangunan. Secara tidak langsung maka kewirausahaan akan meberikan sumbangan yang sangat besar terhadap bangsa dan negara. Dengankewirausahaan maka akan membuka lapangan kerja yang luas dan mampu menyerap banyak tenaga kerja. Sehingga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tingkat pengangguran akan berkurang atau malah akan hilang dinegeri tercinta ini.[11]

Menurut Kasmir, ciri-ciri wirausahawan yang berhasil adalah sebagai berikut:[12]

a. Memiliki visi dan tujuan yang jelas. Ini untuk mengetahuai langkah dan arah yang pasti. Tanpa adanya keraguan dan keremangan dalam orientasi. Tujuan pasti beserta langkah langkah yang harus dilakukan.
b. Inisiatif dan selalu profokatif. Para wirausaha mampu menjemput bola dan menjadi inisiator dalam berbagai peluang yang ada. Segala kesempatan akan menjadi peluang untuk melayani kehidupan. Dengan kata lain bahwa sesuatu hal yang baru muncul untuk melengkapi dan sebagai fasilitas hidup.
c. Berorientasi pada prestasi. Segala kegiatan yang dilakukan diharapkan akan memperoleh kemajuan. Kemajuan dalam bidang kewirausahaan adalah bagaimana sebuah hasil atau produk selalu diterima masyarakat dengan nilai gunanya. Evaluasi setiap hasil dan adanya peningkatan kualitas menjadi prestasi setiap tahapan para wirausahawan.
d. Berani mengambil risiko. Hal ini merupakan sifat yang harus dimiliki seorang pengusaha kapanpun dan dimanapun, baik dalam bentuk uang maupun waktu. Segala hal dalam kegiatan memerlukan ciri ini. Tanpa adanya keberanian maka kegiatan akan stagnan dan cenderung membosankan dan menagalami kejenuhan dalam dunia kewirausahaan.
e. Kerja keras. Dalam dunia kewirausahaan tidak terbatas waktu, selalu memikirkan kemajuan usahanya. Ide-ide baru akan mendorongnya untuk bekerja keras merealisasikannya. Tidak ada kata tidak mungkin

[11] Irham Fahmi, Kewirausahaan, Bandung : Alfabeta, 2013. Hal 3.
[12] Kasmir, Kewirausahaan, Jakarta: PT. Rajawali Press, 2013. Hal. 30

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam mewujudkan ide dalam kewirausahaan, tidak ada kata tidak apabila ada sebuah permintaan pasar.

f. Bertanggung jawab terhadap segala aktivitas yang dijalankannya, baik sekarang maupun yang akan datang. Dengan hal ini maka dunia kewirausahaan akan lebih mampu menjalankan fungsi sosialnya. Di mana tanggung jawab dan sosial akan mampu diwujudkan dalam satu langkah tatkala kesuksesan diraih.

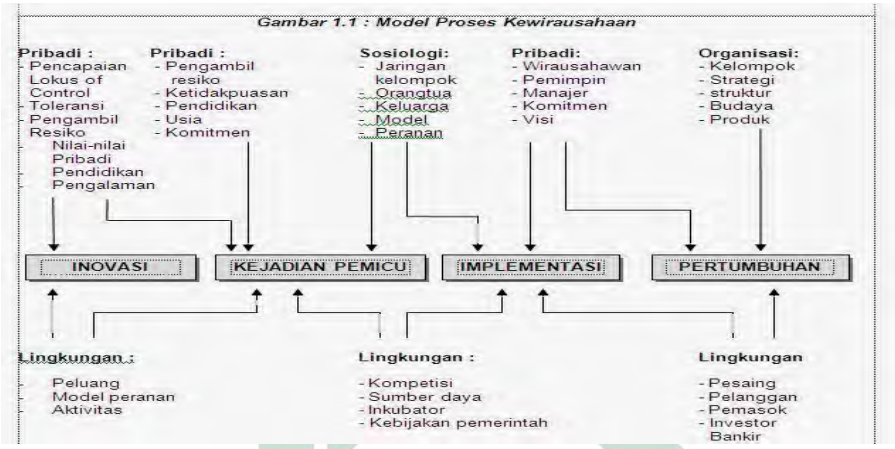
g. Komitmen pada berbagai pihak, ini merupakan ciri yang harus dipegang teguh dan harus ditepati. Komitmen merupakan kewajiban untuk segera ditepati dan direalisasikan.

h. Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak. Dengan hal ini maka segala kegiatan akan meluas di berbagai aspek. Perluasan akan menjadi lebih mudah apabila hubungan baik terjalin disegala lingkup.

Proses berwirausaha

Dalam mengembangkan kewirausahan maka diperlukan adanya proses. Tulisan Bygrave yang mengutip dari Carol Noore bahwa sebuah kewirausahaan diawalai dari sebuah inovasi. Yang mana inovasi ini dapat dari dalam dirinya maupun luar dirinya dar berbagai aspek kehidupan. Lingkunagan pendidika, sosial, maupun psikologis. Dengan inovasi makan akan terbentuklah locus of control, kretifitas keinovasian, implementasi, pertumbuhan dan menjadi kewirausahaan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Sumber : Wiliam D Bygrave, (1996) The Portable MBA Entrepreneurship, hal. 3[13]

Syarat menjadi wirausahawan

1. Jujur mengemukakan segala sesuatu dengan apa adanya sehingga tidak ada dusta sebagai modal awal dalam sebuah kewirausahaan.
2. Mempunyai tujuan jangka panjang. Dalam agama Islam segala usaha memiliki jangka waktu yang bisa membangun masa depan dan generasi penerus. Tidak hanya satu atau dua periode saja.
3. Berdoa dan bertawakkal. Setelah semua diusahakan dengan sungguh-sungguh maka hasil tinggal dipasrahkan kepada Sang Pencipta. *(Man proposes, God disposes*).

Rangkuman

Dari berbagai paparan di atas, maka pada bagian ini dapat dikerucutkan dalam beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Pengertian kewirausahaan Islam adalah kegiatan yang kreatif dan inovatif serta menghasilkan efek untung dalam kehidupan. Jadi untung tidak menjadi tujuan utama. Kewirusahaan merupakan bagian integral dari Islam karena tercantum dalam Alquran dan Alhadis.

[13] http://ramalanhariini.blogspot.com/2013/10/model-proses-kewirausahaan.html. diakses pada tanggal 20 Maret 2014.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Perbedaan utama antara kewirausahaan dengan bisnis adalah : bisnis bertujuan mendatangkan keuntungan, sedangkan kewirausahaan adalah kegiatan yang kreatif dan inovatif yang berdampak mendatangkan untung. Bisnis merupakan bagian dari kewirausahaan
3. Tujuan berwirausaha adalah adalah untuk meningkatkan ketahanan dalam menghadapi segala hambatan, tantangan, rintangan dalam kehidupan.
4. Proses dalam berwirausaha adalah langkah yang harus dimilki oleh seorang wirausaha inovasi, pemicu, pelaksanaan, dan pertumbuhan.
5. Syarat menjadi wirausahawan adalah jujur, punya waktu jangka panjang dan tawakkal.

Latihan

Jawablah pertanyaan-pertanyaan di bawah ini!

1. Jelaskan pengertian kewirausahaan Islam !
2. Jelaskan pentingnya kewirausahaan Islam !
3. Jelaskan tujuan dalam berwirausaha !
4. Jelaskan bagaimana proses dalam berwirausaha !
5. Jelaskan syarat-syarat menjadi wirausahawan !
6. Jelaskan perbedaan antara kewirausahaan dan Bisnis !

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Paket 02
MERUBAH POLA PIKIR

Pendahuluan

Dalam menghadapi kehidupan yang dinamis, maka dalam aspek kehidupan apapun akan mengalami perubahan. Dalam perubahan jaman ini maka manusia dituntut mampu merubah diri menuju jaman yang sama, dalam arti bahwa manusia harus mampu menyesuaikan dengan kondisi alam. Siapapun yang tidak mampu beradaptasi dan menyesuaikan dengan kondisi global maka akan tersingkir dalam kehidupan. Bisa juga akan tersisih ke pinggir apabila tidak adaptif dengan lingkungan.

Dengan adanya lingkungan sosial yang dinamis maka pola pikir manusia akan berubah. Perubahan pola pikir ada yang positif ada yang negatif. Bergantung pada manusia dalam menyikapi perubahan lingkungan sosial yang ada.

Sedangkan perubahan pola pikir yang kreatif akan menjadikan hidup semakin hidup dan memunculkan ide baru. Ide yang baru akan memunculkan inovasi yang baru. Sehingga cara berpikir yang berbeda dengan khalayak umum dengan resiko yang besar dan menemukan kesuksesan besar adalah cara pola pikir entrepreneur sejati. Menjadikan hal yang tidak mungkin menjadi mungkin, dan impian menjadi kenyataan.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi Dasar

Kemampuan dan kecakapan memahami tentang merubah pola pikir.

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa-mahasiswi diharapkan mampu:

1. Menjelaskan konsep tentang pola pikir.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Menjelaskan macam-macam pola pikir
3. Menjelaskan merubah pola pikir dalam agama Islam

Waktu

3x50 menit

Materi Pokok

Mengenal Kewirausahaan

1. Konsep pola pikir
2. Macam-macam pola berpikir
3. Merubah Pola pikir dalam agama Islam

Langkah-langkah Perkuliahan

Kegiatan Awal (10 menit)

1. Menjelaskan kompetensi dasar
2. Menjelaskan indikator
3. Penjelasan langkah kegiatan perkuliahan paket ini
4. Brainstorming dengan memberikan arahan apa yang akan dikerjakan

Kegiatan Inti (120 menit)

1. Mahasiswa dibagai dalam 8 kelompok dengan cara berhitung satu sampai delapan . Sehingga anggota kelompok menjadi acak.
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan tentang manfaat suatu benda dengan modifikasi.
3. Masing masing kelompok membuat modifikasi dengan sepuluh yang terbaik manfaatnya dan sepuluh yang terjelak manfaatnya.
4. Masing masing kelompok membacakan hasil modifikasi yang dibuat.
5. Selesai membacakan semua hasil, maka yang baik disimpan dan yang jelek diputar ke kelompok lain.
6. Modifikasi hasil yang jelek dari kelompok satu ke kelompok lain menjadi lebih baik.
7. Mahasiswa membacakan hasil akhir dari diskusi dan modifikasi alat dari tiap kelompok.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

8. Dosen memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk menyimpulkan sendiri pentingnya dari merubah pola pikir yang konvensional menjadi lebih kreatif.

Kegiatan Penutup (10 menit)

1. Menyimpulkan hasil perkuliahan
2. Memberi dorongan psikologis/saran/nasehat
3. Refleksi hasil perkuliahan oleh mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut (10 menit)

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan selanjutnya.

Lembar Kegiatan Mahasiswa

Mempelajari dan merubah pola pikir :

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami tentang pentingnya merubah pola pikir

Bahan dan alat

Buku bacaan keterkaitan dengan pola pikir, Lembar kegiatan, lembar penilaian.

Langkah-langkah kegiatan

1. Masing-masing kelompok membaca materi terkait dengan pola pikir.
2. Anggota kelompok membaca, berdiskusi dalam kelompok kecil, merumuskan dan membuat rumusan tentang inovasi dan fungsi dari suatu barang. Masing masing anggota memberikan ide tentang sepuluh barang inovasi yang terbaik manfaatnya dan sepuluh inovasi barang yang terjelek manfaatnya.
3. Hasil rangkuman dan diskusi dicatat pada kertas yang berbeda.
4. Setelah semua selesai maka masing masing kelompok membacakan sepuluh manfaat terbaik dari suatu barang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Kemudian sepuluh barang yang terjelek ditukar ke kelompok lain untuk diberikan inovasi baru agar menjadi baik nilai manfaatnya.
6. Setalah selesai maka hasilnya dikumpulkan dengan terlebih dahulu membacakan hasil inovasi kelompok.

Tabel 5.1: Daftar Nilai Praktik summery dan presentasi

KELOMPOK	NILAI				JUMLAH
I					
II					
III					
IV					
V					
VI					
VII					
VIII					

Keterangan Nilai:

90 = sangat baik 80 = baik 70 = cukup 60 = kurang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Uraian Materi

MERUBAH POLA PIKIR

Surabaya, Kota Percontohan Pengolahan Sampah Terbaik Indonesia

February 27, 2014 Petrus Riski, Surabaya 1 Comment

Proses Pengolahan Sampah di Super Depo Sutorejo. Foto: Petrus Riski

Surabaya menjadi salah satu kota di Indonesia yang dinilai mampu mengelola sampah dengan baik, melalui program 3R (*reduce, reuse, recycle*). Tidak hanya itu, Program 3R dinilai telah menjadi landasan upaya pengelolaan sampah secara mandiri oleh masyarakat, dalam rangka mengurangi sampah dan mengambil nilai ekonomis dari sampah. Hal ini menjadikan Surabaya salah satu contoh kota yang masyarakatnya berhasil mengelola sampah, sehingga menjadi role model negara-negara di Asia Pasifik. Melalui sejumlah keberhasilan di bidang kebersihan yang berhasil diraih, Surabaya menjadi tuan rumah Forum Regional 3R atau The 5th Regional 3R Forum in Asia & The Pacific bertema *Multilayer Partnership & Coalitions as the Basic for 3R's Promotion in Asia & The Pacific*, yang digelar di Hotel Shangri-La Surabaya, Selasa (26/2).

Menteri Lingkungan Hidup Balthasar Kambuaya saat pembukaan mengatakan, Kementerian Lingkungan Hidup saat ini sedang intensif mendorong pemimpin kota-kota di Indonesia, untuk mau mengelola sampah di kotanya dengan cara 3R, karena sejauh ini penerapan secara keseluruhan di Indonesia baru sekitar 7%. Artinya selama ini banyak kota yang mengelola sampah dengan cara lama, yakni dengan menimbun sampah di dalam tanah. "Untuk tingkat nasional, baru sebesar 7%. Ini kita dorong supaya bisa mengeloa sampah dengan 3 R. Tetapi untuk beberapa kota seperti Surabaya, Malang dan Jombang sudah di atas itu. Surabaya *one step ahead* (selangkah di depan) dan menjadi *role model* bagi kota-kota lain. Makanya, acara ini kita gelar di Surabaya," kata Balthasar Kambuaya, Menteri Lingkungan Hidup.

"Surabaya punya pengalaman dalam investasi sampah. Termasuk melakukan kerja sama dengan Jepang dalam hal pengolahan sampah," ujar Balthasar Kambuaya, yang merupakan mantan Rektor Universitas Cenderawasih, Jayapura, Papua.

http://www.mongabay.co.id/2014/02/27/surabaya-kota-percontohan-pengolahan-sampah-terbaik-indonesia/ di unduh tanggal 21 Maret 2014

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Konsep Pola Pikir

Pola pikir adalah cara pandang secara mental yang menghasilkan sikap yang terungkap menjadi rasa suka dan tidak suka serta terungkap dalam perilaku yang menghasilkan nasib seseorang.

Untuk memastikan seseorang percaya terhadap suatu sistem baru, tidak ada jalan lain selain harus merubah pola pikir. Untuk menumbuhkan semangat kewirausahaan di perguruan tinggi khususnya bagi lulusan perguruan tinggi, perubahan paradigma berfikir menjadi mutlak. Sehingga perubahan pola pikir merupakan rangakain pematangan dan kedewasaan berdasar pengalaman. Pengalaman bisa melalui lapangan dan pengalaman lewat kajian pustaka.

Hal tersebut yang mampu membedakan pola pikir yang di asah melalui pengalaman dan tidak. Kekayaan dari kreatifitas dan inovasi akan semakin luas seluas pengalaman yang dimiliki. Sedangkan pengalaman lapangan dan pustaka yang sedekit maka perubahan pola pikir menjadi kecil. Bahkan tidak akan terjadi pola pikir apabila tidak peka terhadap kondisi lingkungan sekitar.

Untuk membalik pola pikir yang tertanam dari lahir hingga dewasa, biasa melihat kakek dan orang tua menjadi pegawai sangatlah sulit. Maka untuk merubah dari mencari kerja yang dianggap menjanjikan masa depan ke arah memcari pekerja membutuhkan waktu dan proses serta contoh nyata dalam kehidupan.

Macam-macam Pola Pikir

Pola pikir manusia merupakan hasil dari sebuah proses pembelajaran (*learning*), maka pola pikir bisa juga diubah (*unlearning*), dan dibentuk ulang (*relearning*). Perubahan pola pikir masing masing individu akan berbeda. Perbedaan itu bergantung pada kondisi psikis dan fisik serta lingkungan sosial di tempat dia berada. Ada pula pola pikir yang bisa kita ubah dengan bantuan para ahli seperti psikolog, ahli mindset transformasi atau terapis NLP (*Neuro Linguistik Program*).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tanda tanda perubahan pola pikir dapat kita ketahui dengan pengertian yang berbeda. Perubahan pola pikir sering disadari karene kebalikan dari awal sampai terakhir. Sebagai contoh awal ingin bercita-cita menjadi petani. Setelah kuliah di fakultas pertanian ternyata pola pikirnya berubah ingin menjadi pegawai. Dan atau sebaliknya yang terjadi dalam kehidupan seseorang.

Ketika sebuah artikel menceritakan tentang wirausaha yaitu *"wirausaha bukanlah sebuah kegiatan melainkan sebuah pola pikir* [1]*."* Jika di telaah kalimat itu sangat benar, karena seorang wirausaha adalah seseorang yang yang memiliki pola pikir yang jauh kedepan, tidak pernah mau diam dan pantang menyerah yang semua itu hanya ada di dalam diri seorang wirausaha. Tidak salah menjadi seorang pekerja, tapi jadilah pekerja bagi diri sendiri. Sukseskan lah usaha anda sendiri bukan usaha orang lain. Jadi ketika lulus nanti buatlah proposal untuk pengajuan modal bukan lagi proposal kenaikan gaji atau surat lamaran kerja.

Seorang wirausaha adalah seseorang yang tak pernah puas dengan apa yang dihasilkannya sekarang, selalu berfikir apa lagi yang akan dia buat besok. Selalu mencari ide-ide baru dan berani mengekspresikan ide tersebuat dalam bentuk usahanya. Seorang wirausaha ketika mengalami kerugian dia tak pernah berfikir itu suatu kegagalan, melainkan sebuah tantangan baru bagi dirinya, dan bukan memulai dari 0 (nol) lagi melainkan dia akan memulai dari angka dimana dia merugi. Mencari kesalahan-kesalah yang kemarin dan memperbaikinya.

Perubahan pola pikir berarti juga berubah dari satu pola pikir kepada pola pikir yang lain. Dari pola pikir negatif ke pola pikir yang lebih positif, dari pecundang menjadi pemenang, dari pola pikir statis menjadi kreatif, dari

[1] http://ngopipalingenak.blogspot.com/2012/05/cara-membuat-footnote-catatan-kaki-di.html#

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konsumtif menjadi produktif, dan berubah dari pola pikir pekerja menjadi *entrepreuner.*[2]

1. Berfikir Positif

   Ketika anda lapar dan dihadapan anda tersaji tiga menu: makanan rumahan, makanan hotel berbintang lima, dan makanan dari keranjang sampah. Mana yang anda pilih? Ketika pertanyaan ini saya lontarkan dalam suatu diskusi tak seorangpun memilih makanan dari keranjang sampah. Ada yang memilih makanan rumahan dan ada yang memilih makanan hotel berbintang. Mengapa demikian? Karena setiap orang sangat memperhatikan hidupnya. Tak seorangpun memilih suatu yang berdampak negatif bagi kelangsungan hidupnya. Jika manusia benar-benar tak ingin meletakkan sesuatu yang berbahaya dalam tubuhnya, mengapa ia mengisi pikirannya dengan hal-hal yang berpengaruh negatif pada setiap aspek hidupnya, termasuk kesehatan jiwa dan raganya? Hal ini tergantung pada proses sebelumnya; orang tua, keluarga, lingkungan sekolah, dan media informasi.

   Berpikir positif akan membawa dalam kehidupan yang selalu positif. Dengan berpikir positif maka segala angan dan cita cita bisa terkabul.

   Kini saatnya kita memilih berbagai pikiran seperti halnya ketika kita memilih makanan yang kita santap dan pakaian yang kita kenakan. Untuk mewujudkan semua itu, kita harus tetap tawakal pada Allah, kita mulai dari memahami arti pikiran dan kekuatannya. Pikiran adalah kekuatan. Dalam Alquran Allah Swt membedakan antara orang-orang yang berilmu dan tidak. Dia berfirman “apakah sama orang-orang yang mengetahui dengan orang yang tidak mengetahui “ (Al Zumar : 9) karena itulah mulailah menjelajahi kekuatan pikiran yang positif.[3]

2. Definisi Berfikir Positif

---

[2] Arman Hakim, dkk, *Modul Kewirausahaan*”, 2 Januari 2010, hal 25
[3] Achmad Room Fitrianto, dkk,”*Modul Kewirausahaan*”, 20 Desember 2010, hal 12

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut watak Muhammad Mustofa *positive thingking* adalah menggunakan kekuatan akal batin (bawah sadar) atau sadar untuk mempengaruhi kehidupanmu secara umum dengan cara yang dapat membantu mencapai cita-cita dan mampu mewujudkannya.

Sedangkan Scott Diblu berpendapat bahwa *positive thingking* adalah kekuatan alamiah kita yang dapat mengantarkan menuju kesuksesan yang lebih hebat dan melahirkan pikiran-pikiran positif.

Dalam *Quwwah al Tahakum fi al Dzat I* menjelaskan bahwa hari ini tergantung pada pikiran yang datang saat ini, besok anda ditentukan oleh pikiran yang membawa anda. Berfikir itu sederhana dan hanya butuh waktu sekejap, namun ia memiliki proses yang kuat dari tujuh sumber yang berbeda, tujuh sumber itu memberikan kekuatan yang luar biasa pada proses berpikir dan menjadi referensi bagi akal yang digunakan setiap orang entah disadari atau tidak yaitu orang tua, keluarga, masyarakat, sekolah, teman, media massa, dan diri anda sendiri.

Maka tergantung kemana anda membawa pikiran itu, negatif atau positif. Menurut Ibrahim Efiky berfikir positif adalah sumber kekuatan dan sumber kebebasan. Disebut sumber kekuatan karena ia membantu anda memikirkan solusi sampai mendapatkannya. Dengan begitu anda bertambah mahir, percaya, dan kuat. Disebut sumber kebebasan karena dengannya anda akan terbebas dari penderitaan dan kungkungan pikiran negatif serta pengaruhnya pada fisik.[4]

a. Macam-macam berfikir positif

1) Berpikir positif untuk menguatkan cara pandang

   Berpikir positif jenis ini digunakan seseorang untuk mengukuhkan cara pandangnya tentang sesuatu. Dengan demikian, ia akan merasa pandanganya benar walau hasilnya negatif.

[4] Ibrahim Elfiky, *Terapi Berpikir Positif*, PT Zaman, 2009.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Berpikir positif karena orang lain

Seseorang dapat berpikir positif karena pengaruh orang lain.

3) Berpikir positif karena momen tertentu

Mengapa perilaku manusia menjadi lebih baik dibulan ramadhan dan bulan suci lainnya. Momen tersebut memiliki ikatan spiritual dengan manusia. Tak seorang pun mau membuat Allah murka dan semua orang tentu ingin mendapatkan kebaikan yang banyak.

4) Berpikir positif saat menghadapi kesulitan

Ketika seseorang mengidap penyakit berbahaya, kehilangan salah satu organ tubuhnya karena sebuah kecelakaan, atau kehilangan orang yang dicintai, ia melalui beberapa tahapan kejiwaan yang berlangsung sekian lama. Ia juga dapat berhenti pada sikap menerima, berusaha untuk tetap maju, berpikir positif, dan fokus pada upaya menyelesaikan masalah.

5) Selalu berpikir positif

Inilah jenis berpikir positif yang paling baik dan paling kuat karena tidak terpengaruh oleh ruang, waktu, dan pengaruh lainnya. Ia telah menjadi kebiasaan. Ada masalah atau tidak ia selalu bersyukur pada Allah.

b. Strategi berfikir positif

1) Mengubah masa lalu

Masa lalu adalah gudang yang berisi keahlian, ketrampilan dan kebijaksanaan. Tanpa masa lalu, manusia akan terperosok pada kegelapan. (Dr. Ibrahim Elfiky) Jadikan masa lalu sebagai pengalaman berharga dan berikan persepsi dan pikiran positif hingga perasaan timbul sikap positif.

2) Strategi *modelling* (teladan)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Allah berfirman “ Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagi kalian “ (al-Ahzab : 21). Strategi teladan ini berhubungan erat dengan pembentukan cara pandang, keyakinan dan nilai- nilai yang ada pada seseorang yang kita anggap sebagai figur yang baik pada bidang tertentu.

3) Strategi alternatif

Orang yang memiliki berbagai alternatif untuk mengatasi satu masalah, berarti dia tahu jalan menuju puncak (Dr.Ibrahim E).

4) Strategi otogenik (terus mengulangi pernyataan positif)

Akal bawah sadar tidak menyadari sesuatu, dimana dia hanya akan melaksanakan perintah terhadap apa yang anda katakan kepada nya,dan apabila anda melakukan pengulangan pernyataan positif terus menerus maka alam bawah sadar akan menerimanya sebagai suatu kebenaran.

Pola pikir yang ada dalam diri manusia terdiri dari berbagai macam. Sehingga dari berbagai macam tersebut perlu difokudkan untuk mengubah pola pikir negatif menjadi energi pola pikir positif. Menurut ahmad bahtiar dalam blognya ada sembilan langkah merubah energi negatif menjadi positif yaitu : 1. Hidup di saat ini. 2. Katakan hal positif terhadap diri sendiri. 3. Percaya pada kekuatan pikiran positif. 4. Jangan berdiam diri. 5. Fokus pada hal yang positif. 6. Bergerak. 7. Hadapi rasa takut. 8. Ubah cara baru. 9. Ubah cara pandang. Sehingga dengan sembilan point tersebut akan memudahkan berpikir dan mengaplikasikan hasil pikir.

3. Berfikir Kreatif dan inovatif

Kreatifitas adalah berpikir sesuatu yang baru dan berbeda (*thinking new things*). Berpikir kreatif meliputi kebaruan (*novelty*), perbedaan (different),

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kegunaan (*utility*) dan dapat dimengerti (*understable*).[5] Sehingga untuk memperoleh pola pikir kreatif seseorang sering berhayal dan bermimpi.

Inovasi adalah melakukan yang baru dan berbeda atau dengan kalimat lain menerapkan pemecahan-pemecahan persoalan secara kreatif dan menciptakan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya manusia. Inovasi merupakan implementasi dari kreatifitas. Kreatif sering berupa pola pikir sedangkan inovasi berupa praktis. Sehingga dengan perpaduan antara pola pikir kreatif dan inovatif sering disebut dengan jiwa kewirausahaan. Dengan demikian membuat pola pikir selalu berkembang dan implementasi yang selalu menumu ke arah kemajuan.

Menurut Rawlinson berfikir kreatif ialah menghubungkan gagasan atau hal-hal yang sebelumnya tidak terhubungkan. Sedangkan menurut Olson kreatif ialah kemampuan untuk menciptakan, terdiri dari dua unsur kefasihan (*fluency*) dan keluwesan (*flexibility*). Kefasihan ditunjukkan oleh kemampuan menghasilkan sejumlah besar gagasan pemecahan masalah secara lancar dan cepat. Adapun keluwesan mengacu pada kemampuan untuk menemukan gagasan yang berbeda-beda dan luar biasa untuk memecahkan suatu masalah.

a. Proses Berfikir Kreatif

Kreatif bukanlah ilmu yang berjalan secara natural (atau alamiah) akan tetapi memerlukan proses yang harus dilatih terus menerus sehingga menjadi kebiasaan. Menurut Olson berfikir kreatif memerlukan tahapan-tahapan antara lain; pertama, merumuskan masalah dengan cara memusatkan pikiran, menguasai pikiran, merentangkan pikiran. Kedua, mengembangkan beberapa gagasan yang berbeda dengan jalan; mendorong pikiran, mengejutkan pikiran, membebaskan pikiran, mempersatukan pikiran. Ketiga,

[5] Suryana, Kewirausahaan, Jakarta: Salemba Empat, 2013. Hal 66

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengidentifikasi gagasan terbaik (mengenai pemecahan terbaik dengan cara: mengintegrasikan pikiran, memperkuat pikiran, dan member energy pada pikiran).

Menurut Zimmer proses berpikir kreatif ada tujuh langkah yaitu :

1) Persiapan dapat diperoleh dari pendidikan formal maupun non formal, magang, dan pengalaman lingkungan sekitar.
2) Penyelidikan diperlukan untuk mengembangkan pemahaman yang diperoleh melalui persiapan.
3) Transformasi mengidentifikasikan perbedaan dan persamaan tentang informasi yang terkumpul.
4) Penetasan adalah merumuskan informasi yang terkumpul.
5) Penerangan adalah munculnya titik terang.
6) Pengujian ini sangat erat kaitanya dengan validasikeakuratan data dan manfaat ide ide,
7) Implementasi adalah memasukkan ide ke dalam praktek.[6]

b. Teknik Kreatif

1) Berlatih membuka diri terhadap:
   a) Pertanyaan yang berakhir terbuka
   b) Memberikan banyak gagasan atau pemecahan masalah
   c) Pemanasan (*Warming up*)
   d) Curah pendapat (*Brainstrorming*)
   e) Pertanyaan yang memicu gagasan (*Idea Spurring Question*)
2) Berlatih memperluas wawasan dan berperan serta dalam aktifis yang menantang.
3) Berlatih dalam terlibat langsung pada berbagai macam tantangan dan problem nyata:
   a) Pemecahan masalah secara kreatif.

[6] Ibid. 67

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Terlibat dalam melakukan pemetaan potensi, masalah, dan perencanaan aksi.

Menurut Daniel L. Pink (2005) dalam bukunya *The Whole New Mind: Moving from the Information Age to the Conceptual Age*, dan dikutip oleh Departemen Perdagangan (2008:2) Berfikir kreatif adalah kegiatan berimajinasi, abstrak dan berobsesi [7]. Beberapa prinsip yang harus dimiliki dalam pola pikir kreatif:

a) *Not just function, but also… DESIGN*
b) *Not just argument, but also… STORY*
c) *Not just focus, but also… SYMPHONY*
d) *Not just logic, but also… EMPATHY*
e) *Not just seriousness, but also… PLAY*
f) *Not just accumulation, but also… MEANING*

Tabel ciri-ciri orang kreatif[8]

No	Ciri- ciri orng kreatif	Indikator
1	Tertantang terhadap keadaan yang sudah ada (chalenges status quo)	Tidak merasa puas dengan keadaan yang ada/prestasi yang dicapai, selalu membuat perubahan, perbaikan dan pengembangan
2	Selalu ingin tahu (curious)	Selalu ingin tahu dan mengeksploitasi lingkungan dan menginvestigasi kemungkinan-kemungkinan baru
3	Miliki motivasi diri tinggi (self-motivaated)	Tanggap terhadap kebutuhan dari dalam, selalu proaktif dan menghargai setiap usaha.

[7] Suryana, *Ekonomi kreatif*, Jakarta 2013
[8] Suryana, Ekonomi kreatif, Ekonomi Baru, Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang, Jakarta: Salemba Empat, 2013

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4	Memiliki visi ke depan (visionary)	Memiliki imajinasi tinggi dan memiliki pandangan jauh ke depan.
5	Penghibur, menyenangkan orang lain (enytertains the fantastic)	Memunculkan ide-ide gila, memandang sesuatu yang tidak mungkin menjadi mungkin,memimpikan dan menghayalkan sesuatu yang besar.
6	Berani menghadapi resiko (takes risk)	Berani mencoba menanggung kegagalan.
7	Suka berkeliling/berkelana (peripatetic)	Selalu mengubah lingkungan dan melakukan perjalanan untuk memperoleh inspirasi yang segar
8	Orang yang suka humor (playfull/humorous)	Memiliki ketertarikan kepada yang mengagumkan

Sumber : Suryana, Ekonomi kreatif, Ekonomi Baru, Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang, 2013

Dalam mengembangkan sebuah pola pikir berwirausaha (*entrepreneurial mind-set*), individu harus mencoba melogiskan peluang dalam konteks tujuan yang berubah, terus mempertanyakan "logika dominan" seseorang dalam konteks lingkungan yang berubah, serta memunculkan kembali "pertanyaan-pertanyaan yang seakan-akan terlihat sederhana" tentang apa yang kita pikir benar mengenai pasar dan perusahaan [9].

Individu harus mengembangkan kemampuan beradaptasi secara kognitif (*cognitive adaptability*). Mike haynie, seorang purnawirawan Mayor dari Angkatan Udara AS dan saat ini merupakan profesor di Universitas Syracuse, telah mengembangkan sejumlah model kemampuan beradaptasi secara kognitif dan survey untuk mengungkap hal tersebut.

[5] Dalam buku *Entrepreneurship kewirausahaan*, 2008

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jika kita membahas mengenai kesuksesan tentu setiap pelaku usaha selalu berharap untuk bisa mewujudkannya dengan berbagai macam cara mulai dijalankan para pelaku usaha untuk bisa mencapai kesuksesan yang diimpikannya. Salah satu cara yang bisa dilakukan para pewirausaha untuk meraih kesuksesannya adalah selalu berpikir kreatif. Agar bisa menciptakan sebuah peluang usaha yang tahan banting di tengah gempuran persaingan pasar, sangat dibutuhkan pola pikir kreatif yang tinggi agar bisa tercipta sebuah inovasi baru yang belum pernah ada sebelumnya. Selain itu, para pelaku usaha juga dituntut untuk selalu berpikir kreatif guna meningkatkan nilai tambah yang mereka miliki dan memenangkan persaingan pasar yang ada disekitarnya. Jadi, wajar adanya bila para entrepreneur sukses selalu diidentikan dengan sekelompok orang yang tak pernah lelah untuk berkreasi. Karena setiap harinya mereka harus menggunakan kreativitasnya untuk mempertahankan eksistensi usahanya.

Ada beberapa yang perlu hal yang diperhatikan untuk mengubah pola pikir berwirausaha[10], yaitu sebagai berikut:

1. Mendirikan sekolah entrepreneur

   Dengan adanya sekolah entrepreneur maka setidaknya akan mengubah pola pikir. Awalnya hanya ingin jadi pegawai dan karyawan maka akan berubah. Minimlah dalam sebuah mata kuliah di setiap jurusan memiliki mata kuliah kewirausahaan.

2. Menekankan keberanian untuk berwirausaha

   Untuk meraih mimpi besar yang Anda inginkan, bisa dimulai dengan menciptakan sebuah ide segar yang belum pernah ada sebelumnya. Setelah ide tercipta, maka buatlah konsep yang matang untuk mewujudkan ide-ide tersebutdan merani melakukan eksekusi dengan optimal.

3. Berinovasi untuk membuka lapangan kerja

[10] Kasmir, Kewirausahaan, Jakarta: Rajawali Pers, 2013. Hal 4.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ketika seorang pelaku usaha berhasil menciptakan sebuah karya, maka ia akan mendatangkan banyak permintaan. Dengan banyaknya permintaan maka hanya akan sanggup dipenuhi dengan sumber tenaga kerja yang banyak. Sehingga pola pikir ingin menjadi karyawan menjadi hilang. Dan sebaliknya mencari karyawan sebanyak banyaknya.

Dalam tinjauan ilmu psikologi pola pikir kreatif juga memeberikan kontribusi yang sangat tinggi dalam memengaruhi segala pola dan tingkah laku manusia. Dalam berfikir kreatif, proses yang terjadi melalui beberapa tahapan tertentu. Suatu ide atau pemikiran tidak bisa tiba-tiba muncul di dalam benak kita. Ide-ide muncul setelah berbagai macam simbol diolah di alam bawah sadar kita. Wallace (1926) berusaha menggambarkan proses kreatif dan berpendapat bahwa proses itu memiliki empat tahapan yaitu persiapan, memeriksa peluang dan tantangan yang ada dari segala aspek; dalam masa persiapan seorang individu memformulasikan masalahnya dan mngumpulkan semua fakta dan data yang dibutuhkan untuk dipilah mana peluang dan tantangan dalam upaya memecahkan masalah [11]. Walaupun terkadang sudah berkonsentrasi lama pemecahan masalah belum muncul juga. Inkubasi, memikirkan masalah secara utuh dan komprehensif; Individu berusaha mencari segala macam cara yang dimungkinkan untuk menghasilkan kreatifitas. Bisa saja ide baru yang digunakan atau ide yang sudah terpendam dalam pengalaman individu tersebut. Pengalaman dapat menjadi kunci bagi kemunculan ide baru atau pemecahan masalah. iluminasi, kemunculan ide dan pemikiran; ide kreatif bisa saja muncul dengan sendirinya dan individu terkadang mengalami *insight,* verifikasi, pemeriksaan validitas ide dan penyempurnaannya kepada bentuk ide yang lebih tepat. Tujuannya adalah untuk menilai apakah ide pemikiran tersebut sudah tepat atau masih memerlukan perbaikan dan penyesuaian.

[11] Dikutip dari http://wendi-psikologikreatifitas.blogspot.com/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Otak manusia adalah pusat berfikir, berperilaku serta pusat emosi yang mencerminkan seluruh dirinya (*self hood*); kebudayaannya; kejiwaannya; serta bahasanya dan ingatannya. Seorang filsuf Rene Descartes pernah mengatakan bahwa otak sebagai pusat kesadaran manusia dapat diibaratkan sebagai pengendara, sedangkan badan manusia sebagai kudanya. Semiawan (1994) pernah mengukur berat otak manusia dan dipatkan bahwa berat otak manusia hanyalah satu setengah kilogram saja. Perbandingan ukuran yang sangat kecil untuk fungsi dan kegunaan yang luar biasa. Adalah Cerebral ortex otak yang dibagi menjadi dua belahan yang dihubungkan oleh segumpal serabut yang disebut corpur callosum. Kedua belahan otak itu adalah belahan otak kanan, yang menguasai belahan kiri badan. berfungsi untuk berfikir holistik, spasial, metaforik, dan lebih banyak menyerap untuk matematika, sintesa, mengetahui sesuatu secara intuitif dan elaborasi, serta variabel dan dimensi humanistik mistik. Belahan otak kiri, yang menguasai belahan kanan badan. Berfungsi untuk berfikir rasional, analitis, berurutan, linear, scientific, seperti belajar membaca, bahasa, aspek berhitung dari matematika. Respons, tugas dan fungsi belahan otak kiri dan kanan berbeda dalam menghayati berbagai pengalaman belajar, sebagaimana seseorang mengalami realitas secara berbeda beda dan unik.

Menurut Eugene Raudsepp dalam bukunya *how creative are you*?1981, dalam kebudayaan Amerika pun belahan otak kiri ternyata lebih dominan dan dikembangkan secara berlebihan [12]. Menurut Peter Reusseli (1979), bahwa dalam budaya barat pun orang lebih cenderung mengutamakan berfikir rasional, kemampuan ekspresi diri sendiri secara verbal, membaca dengan baik dan bagus dalam berfikir analitis. Kondisi kita tampaknya sama dengan dua kondisi tersebut, kita biasanya kurang mengembangkan kebenaran spatial, apresiasi

[12] Mengutip dalam http://wendi-psikologikreatifitas.blogspot.com/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

artistik, proses kreatif dan pemikiran intuitif, yang kesemuanya itu sering diasosiasikan dengan belahan otak kanan.

Hasil berpikir inovatif dan kraetif adalah :

a) Baru (*new*)
b) Berguna (*useful*)
c) Dapat dimengerti (*understable*)

Pola Pikir Dalam Islam

Dalam Agama Islam kita semua selalu dianjurkan agar berpikir kreatif. Pola pikir yang sederhana harus selalu berkembang ke arah kemajuan seperti dalam Alquran yang menyatakan bahwa Agama kita Adalah Agama berpikir. Islam mengajarkan manusia untuk berpikir sebagaimana diterangkan dalam Alquran Surah Thaha ayat 17-18, Allah berfirman :

وَمَا تِلْكَ بِيَمِينِكَ يَا مُوسَى

Apakah itu yang di tangan kananmu, hai Musa? (17)

قَالَ هِيَ عَصَايَ أَتَوَكَّأُ عَلَيْهَا وَأَهُشُّ بِهَا عَلَى غَنَمِي وَلِيَ فِيهَا مَآرِبُ أُخْرَى

Berkata Musa: "Ini adalah tongkatku, aku bertelekan padanya, dan aku pukul (daun) dengannya untuk kambingku, dan bagiku ada lagi keperluan yang lain padanya". (18)[13]

Dalam surat di atas urusan pokoknya bukanlah pada tongkatnya tetapi dia hanyalah sebagai pembuka pintu pemikiran. Seandainya kita berpikir untuk apakah kita menggunakan tongkat, maka kita pasti akan mendapat banyak jawaban. Alquran mendorong kita untuk berpikir, dengan terdapat lebih dari 640 ayat yang mendorong manusia untuk berpikir. Oleh karena itu kita, diperintahkan oleh Syari'at untuk menggunakan akal pikiran kita. Allah telah

[13] Yayasan penyelenggara penertejemah/penafsir Alquran, Alquran dan Terjemahannya, Jakarta, 1971. Hal 478.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengistimewakan manusia dibandingkan dengan makhluk lainya dengan adanya akal dan kecerdasan yang tinggi.[14]

Dalam menyikapi realitas hidup, ada tiga golongan yang memiliki cara-cara yang berbeda. Pertama, orang yang tidak berpikir dan tidak bangkit untuk mengambil keputusan hidup, karena takut tertimpa akibat buruk yang tak terperikan. Kedua, orang yang berpikir, melakukan klarifikasi, dan mengetahui bahayanya, lalu berpaling dari petualangan. Dan yang ketiga, orang yang terjun ke dalam petualangan, mungkin sesudah berpikir secara logis atau sesudah berpikir secara tidak logis.

Agama mendifinisikan beberapa karakteristik berpikir yang sehat, agar seseorang tidak terjatuh dalam kesalahan dan dapat menyingkirkan rintangan-rintangan yang melintang. Di antara karakter tersebuat adalah sebagai berikut :

1. Meliputi dunia dan akhirat, karena berpikir adalah manhaj kehidupan untuk mencapai tujuan
2. Menyempurnakan apa saja yang ada di antara dua alam, yakni alam gaib dan alam nyata, karena lapangan kerja akal adalah alam nyata, sedangkan bidang kerja batin adalah alam gaib.
3. Senantiasa melihat kepada hal-hal yang masuk akal, baik berupa asosiasi, produksi, analisis, dan penyesuaian dengan realitas, untuk menghantarkan pengenalan kepada Allah SWT.
4. Mengaplikasikan manhaj yang digunakan dengan detail dan setimbang, terutama antara ruh dengan jasad, antara agama dengan Negara, antara agama dengan ilmu, dan dalam segala bidang kehidupan.
5. Melakkan perubahan dan pembaruan, sesuai dengan waktu, tempat, perkembangan zaman, dan persaingan.

[14] Dikutip dari http://pustakasilebah.blogspot.com/2011/06/kreatif-berfikir-dalam-perspektif-islam.html

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Berpegangan pada nilai akhlak yang digariskan syari'at, untuk mewujudkan kemaslahatan di dalam agama dan kehidupan.

Berpikir membawa banyak manfaat bagi kita dalam menghadapi kehidupan sehari-hari, dalam mencari jawaban dan solusi yang tepat untuk setiap permasalahan. Fungsi berpikir yang paling penting adalah membangun makna dan menarik simpulan. Membangun makna berarti berpikir menyeluruh dan umum yang merujuk pada jenis benda tertentu, yang imdividu-individunya memiliki keserupaan sifat. Sedangkan yang dimaksud dengan menarik simpulan adalah mengeluarkan keputusan, yakni membuat kolerasi anatara dua kejadian, dua fenomena, atau dua pengertian, yang salah satunya diketahui dan yang lain tidak diketahui. Fungsi ini terbagi menjadi dua macam yaitu penarikan secara langsung, yakni berbasis pada argumentasi material langsung, bukti, indikasi, dan tanda-tanda material fisik, dan penarikan simpulan secara tidak langsung di gunakan saat bukti dan argumentasi tidak ada.

Para peneliti berpendapat bahwa tingkat kerumitan dalam berpikir itu secara asasi kembali pada tingkat kesulitan yang dihadapi. Oleh karena itu, mereka memisahkan bidang berpikir ini menjadi dua tingkatan, yakni berpikir tingkat dasar, atau berpikir tingkat rendah, misalnya pengetahuan (sesorang mengusahakan dan mengingat), mengamati, membandingkan, dan menyunsun sesuatu. Dan berpikir kompleks, atau yang memiliki kesulitan tingkat tinggi, misalnya membuat solusi masalah yang kompleks dan pelik, memerlukan kerja keras, dan membangun moral untuk menghadapi situasi tertentu.

Rangkuman

Dari berbagai paparan di atas, maka pada bagian ini dapat dikerucutkan dalam beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Konsep pola pikir adalah cara pandang secara mental yang menghasilkan rasa suka dan tidak suka serta terungkap dalam perilaku

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang menjadikan nasib seseorang berbeda antara satu dengan yang lain.

2. Macam-macam pola berpikir adalah positif, kreatif, dan inovatif.
3. Pola pikir kreatif termuat dalam Alquran, sehingga dalam Islam sangat menganjurkan umatnya untuk selalu berpikir kreatif dan inovatif.

Latihan

Jawablah pertanyaan-pertanyaan di bawah ini!

1. Jelaskan definisi tentang Pola Pikir !
2. Jelaskan macam-macam pola pikir !
3. Jelaskan Perubahan pola pikir !

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Paket 03
MOTIVASI BERWIRAUSAHA

Pendahuluan

Dalam menghadapi kehidupan yang dinamis, maka dalam aspek kehidupan apapun akan mengalami perubahan. Dalam perubahan jaman ini maka manusia dituntut mampu merubah diri menuju jaman yang sama, dalam arti bahwa manusia harus mampu menyesuaikan dengan kondisi alam. Siapapun yang tidak mampu beradaptasi dan menyesuaikan dengan kondisi global maka akan tersingkir dalam kehidupan. Bisa juga akan tersisih ke pinggir apabila tidak adaptif dengan lingkungan.

Dengan adanya lingkungan sosial yang dinamis maka pola pikir manusia akan berubah. Perubahan pola pikir ada yang positif ada yang negatif. Bergantung pada manusia dalam menyikapi perubahan lingkungan sosial yang ada.

Sedangkan perubahan pola pikir yang kreatif akan menjadikan hidup semakin hidup dan memunculkan ide baru. Ide yang baru akan memunculkan inovasi yang baru. Sehingga cara berpikir yang berbeda dengan khalayak umum dengan resiko yang besar dan menemukan kesuksesan besar adalah cara pola pikir entrepreneur sejati. Menjadikan hal yang tidak mungkin menjadi mungkin, dan impian menjadi kenyataan.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi Dasar

Kemampuan dan kecakapan memahami tentang motivasi berwirausaha.

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa-mahasiswi diharapkan mampu:

1. menjelaskan tentang konsep motivasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. menjelaskan alasan berwirausaha
3. menjelaskan motivasi wirausaha jaman Rasulullah.

Waktu

3x50 menit

Materi Pokok

Mengenal Kewirausahaan

1. Konsep motivasi
2. Alasan motivasi berwirausaha
3. Motivasi wirausaha jaman Rasulullah

Langkah-langkah Perkuliahan

Kegiatan Awal (10 menit)

1. Menjelaskan kompetensi dasar
2. Menjelaskan indikator
3. Penjelasan langkah kegiatan perkuliahan paket ini
4. Brainstorming dengan memberikan arahan apa yang akan dikerjakan

Kegiatan Inti (120 menit)

1. Mahasiswa dibagai dalam 8 kelompok dengan seperti kelompok pada tugas bab dua.
2. Masing-masing kelompok mencari tempat usaha di sekitar kampus
3. Masing masing kelompok membuat draft wawancara pada pimilik tempat usaha di sekitar kampus.
4. Masing masing kelompok membuat laporan hasil wawancara dengan analisa sederhana.
5. Setiap kelompok membuat model ppt untk dipresentasikan.

Lembar Kegiatan Mahasiswa

Motivasi berwirausaha

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tujuan

Mahasiswa mendapatkan inspirasi motivasi berwirausaha

Bahan dan alat

Buku bacaan keterkaitan dengan motivasi berwirausaha, Lembar wawancara.

Langkah-langkah kegiatan

1. Masing-masing kelompok membaca materi terkait dengan motivasi berwirausaha dan membuat draft pertanyaan untuk interview.
2. Masing masing kelompok mencari target tempat usaha untuk diwawancara..
3. Hasil wawancara dianalisa dengan analisis swot sederhana.
4. Setelah semua selesai wawancara maka di analisa dan dibuat slide power point untuk dipresentasikan minggu yang akan datang.
5. Setiap kelompok harus mampu menyajikan dalam sebuah presentasi di kelas.

Tabel 5.1: Daftar Nilai Praktik summery dan presentasi

KELOMPOK	NILAI				JUMLAH
I					
II					
III					
IV					
V					
VI					
VII					
VIII					

Keterangan Nilai:

90 = sangat baik 80 = baik 70 = cukup 60 = kurang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Uraian Materi

MOTIVASI BERWIRAUSAHA

Iwan Sunito, Pengusaha Properti yang Suka Memotivasi
Kamis, 24 Oktober 2013 | 13:57

Iwan Sunito. [The Australian]

[SYDNEY] Nama Iwan Sunito di Sydney, Australia tidak asing lagi ditelinga para pengembang Australia, bahkan dunia. Chief Executive Officer (CEO) Crown. International Holdings Group (Crown Group) inipun beberapa tahun terakhir hangat dibicarakan pengembang Indonesia dan investor Indonesia, bahkan Presiden RI Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) pun tak segan-segan menyebutnya dua kali sebagai pengusaha Indonesia yang sukses diluar negeri saat kongres kedua Diaspora Indonesia pada pertengahan Agustus kemarin.

.Kendati sudah tinggal di Sydney sejak 1984 untuk belajar arsitektur di Universitas New South Wales Australia (UNSW) dan. Selepas kuliah bekerja serabutan menggambar desain gedung. Iwan ternyata tidak melupakan kampung halamannya. Saat Urban Development Institute of Australia (UDIA) New South Wales (NSW) Annual State Conference yang berlangsung Kamis (23/10) di The Ivy Room, Sydney, Iwan dengan lantang mengenalkan bahwa kesuksesan Crown Group di Sydney tak terlepas dari kampung halamannya tersebut. "Saya lahir di Pangkalan Bun, kota kecil di Kalimantan. Disana banyak rumah kayu diatas air, eco friendly. Kalau orang Australia kan akan bangga kalau rumahnya diatas air karena sangat mahal," ujarnya. Crown Group sendiri merupakan pengembang dengan pertumbuhan tercepat di Sydney. Di mana, pengembangannya selalu berpatokan pada inovasi. Sebut saja, Sanctum by Crown dan Viva by Crown di Top Ryde yang menyabet banyak penghargaan.

Dalam konvensi ini, pria kelahiran Pangkalan Bun Juli 1966 silam ini juga seringkali membuat para tamu seminar tertawa dengan ceritanya yang menarik. Seperti saat Iwan mengaku dirinya tidak bisa memasak saat orang Australia mengejeknya saat krisis namun justru menawarkan properti. "Saya selalu bicara positif dan memulai dari perkenalan siapa saya sebelum sukses seperti sekarang," kata Iwan yang fasih berbahasa Jawa logat Suroboyoan ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Usai menjadi panelis di konvensi tersebut bersama belasan panelis lainnya, Iwan yang pernah diundang diacara Empat Mata ini mengaku sangat senang sekali berbicara mengenai hal-hal positif. Tak heran, Tukul Arwan mendaulatnya menjadi motivator untuk memberikan motivasi selama dua menit ke penonton. Pria yang seing berbicara di mimbar gereja ini menambahkan, semua orang mempunya peluang untuk menjadi hero from zero "Mati dan hidup ada di mulut kita, jadi saya sering bicara ke diri saya, pasti bisa dan terjadilah. Karena ada mujizat yang disediakan Tuhan ke kita. Tapi, untuk mencapai itu dibutuhkan kerja keras untuk maju," ungkapnya dengan penuh semangat ini.

Secara terpisah, di gedung Parlemen NSW Minister. For Citizenship and Communities NSW Government Hon Victor Dominello mengaku beruntung dengan kehadiran Iwan Sunito di kota tersebut. "Iwan datang kesini dengan jiwa kewirausahaan, ia tidak hanya bangun properti tapi juga membuka lapangan pekerjaan. Kami sangat beruntung dengan talentanya. Kami beruntung dapat pengusaha terbaik dari yang terbaik dari beberapa negara," imbuhnya

Untuk diketahui, Iwan Sunito adalah warga Indonesia yang sukses membangun kerajaan bisnisnya di Australia. Lini usaha utamanya adalah Crown International Holding Groups, sebuah perusahaan bidang properti, spesialis membangun apartemenIa mengaku, sejak kecil memang gemar menggambar. Terkadang, tak dibayar pun Iwan tetap mengerjakan proyek desain tersebut.

.Pada 1994, ia memberanikan diri membuka usaha sendiri, yaitu Crown Group. Proyek yang dia dapat adalah merancang hunian mewah di Kawasan Rose Bay, Sydney, dengan kontrak 500.000 dolar Australia. Dari situ Iwan pelan-pelan merintis usaha propertinya semakin besar. Kerja kerasnya sekarang menuai hasil. Di Indonesia, Iwan bersiap membangun apartemen. Bahkan, Iwan mengaku dalam waktu dekat ingin mengantar perusahaannya melantai di bursa Negeri Kanguru itu.

Soal kunci suksesnya, Iwan berpesan bahwa sejarah hanya mengenal pemenang. Karena itu, ia memacu diri menjadi orang nomor satu di bidang yang ia cintai yaitu properti. [O-2]

Diunduh dari : http://www.suarapembaruan.com/ekonomidanbisnis/iwan-sunito-pengusaha-properti-yang-suka-memotivasi/43934 pada tanggal 20 September 2014.

Untuk menjadi seorang wirausaha yang sukses dan kaya itu bukan bakat, dan juga tidak harus keturunan. Tapi, sukses dan kaya itu mimpi atau visi. Mimpi yang menjadi kenyataan. Artinya, kalau kita tidak berusaha sama sekali untuk menjadi kaya, misalnya dengan jalan berwirausaha, maka mana

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mungkin kekayaan itu kita dapat. Terlepas dari itu, tapi yang jelas, semua orang pasti punya mimpi. Setiap kita menjalankan bisnis apapun, sebenarnya yang kita cari bukanlah semata-mata uang atau ingin kaya. Tapi, karena adanya keinginan kita untuk mewujudkan mimpi tersebut. Sebagai konsekuensi logis atas jerih payah kita adalah kita bisa mendapatkan keuntungan atau uang, dan bisa juga aset kita yang semakin bertambah. Hal itu seiring dengan kegigihan kita di dalam menjalankan bisnis.

Jika kita sebagai seorang *entrepreuner* atau wirausahawan, yang namanya mimpi-mimpi bisnis tak akan ada habisnya. Seolah kita adalah sosok yang tak akan pernah kehabisan mimpi. Apalagi, kita termasuk *entrepreuner* yang kreatif dan inovatif. Bisnis yang satu maju pesat, bisnis yang lainnya ikut berkembang. Sementara, bisnis yang lainnya lagi ikut bermunculan. Sehingga, tak terasa atau bagaikan sebuah mimpi, ternyata bisnis kita semakin banyak. Aset yang kita miliki juga semakin bertambah. Kalau bisnis kita semakin maju, tentu akan ada percepatan dalam penambahan aset. Bukan tak mungkin, kita akan semakin pintar memutar bisnis kita, bahkan mampu mendatangkan dana dari luar yang nantinya juga akan menjadi aset kita, itu semua berjalan seiring dengan mimpi atau visi kita sebagai wirausahawan.

Oleh karena itulah, jika kita ingin menjadi wirausahawan sukses, maka kita harus pandai-pandai merealisir mimpi kita sendiri. Di saat mimpi kita jadi kenyataan, maka akan muncul mimpi-mimpi baru. Dari satu mimpi ke mimpi berikutnya. Dari satu bisnis berkembang ke bisnis berikutnya. Ibaratnya, putaran bola salju, kalau semakin cepat putarannya semakin besar bolanya. Seorang pengusaha itu sosok yang seharusnya tidak takut dengan mimpi. Apalagi mimpi itu tidak perlu biaya. Tetapi, masalahnya adalah belum tentu semua orang punya keberanian bermimpi. Sehingga tidak berlebihan kalau untuk bermimpi pun membutuhkan sebuah keberanian dan motivasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

PENGERTIAN MOTIVASI

Motivasi adalah pikiran untuk menghasilkan dan melatar belakangi sesuatu yang akan diraih di dalam berwirausaha yang merupakan dorongan dari dalam diri seseorang untuk berbuat. motivasi yang perlu dikembangkan motivasi berprestasi dan berafiliansi untuk menimbulkan motivasi tersebut perlu informasi yang cukup mengenai keuntungan dalam berwirausaha. Pertama, gaji seorang wirausaha sangat besar jika kita mau kerja keras. Kedua, kita bisa mengatur waktu sendiri dan bebas. Ketiga, hidup penuh tantangan mengasikkan setelah kita mengerti enaknya sebagai wirausahawan. Maka langkah awal untuk memulai adalah cari informasi sebanyak-banyaknya mengenai berwirausaha setelah tau, kita dapat memilih minat kita apakah kita sebagai wirausahawan yang menawarkan produk atau wirausahawan yang bergerak dibidang jasa atau gabungan dari penawaran produk dan jasa atau mungkin menjadi orang yang menawarkan konsep yang berpotensi tinggi sehingga menghasilkan pendapatan besar.

Sarwono (2000) mengemukakan, motif atau dalam bahasa Inggrisnya "*Motive"* berasal dari kata motion yang berarti gerakan atau sesuatu yang bergerak. Motif dalam psikologi berarti rangsangan, dorongan atau pembangkit tenaga bagi terjadinya suatu tingkah laku[1].

Menurut Abraham Maslow (dalam Kartono, 1994) [2], manusia memiliki 5 tingkatan yaitu :

1. Kebutuhan fisiologis (*Physiological Needs*) seperti : sandang, pangan dan papan.

[1] Sarwono (2000*) Pengantar Psikologi*, Jakarta. PT. Bulan Bintag

[2] Kartono, K. (1994). *Psikologi sosial untuk manajemen perusahaan dan industry Jakarta* : PT. Raja Grafindo Persada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Kebutuhan rasa aman dan perlindungan (*The Savety Needs*) seperti : perlindungan fisik, mendapatkan pekerjaan, jaminan hari tua, dan lain-lain.
3. Kebutuhan sosial (*The Social Needs*) seperti : kebutuhan bergaul, diakui masyarakat, berkawan, berkeluarga, dan lain-lain
4. Kebutuhan harga diri (*The Esteem Needs*) untuk memuaskan egonya seperti memiliki mobil bagus, berpakaian indah, rumah bagus, memiliki gelar, berprestasi, status sosial yang tinggi dan seterusnya.
5. Kebutuhan aktualisasi diri (*The Self-Actualization Needs*) untuk memuaskan diri dengan mengembangkan segenap potensi, bakat-bakat dan kemampuan, bekerja, berkarya, berkreasi dan lain-lain

Jadi, motivasi merupakan penggerak, pengarah dan pendorong seseorang untuk berbuat, bertindak, dan melakukan sesuatu baik itu dalam belajar, berusaha, dan lain sebagainya. Bisa dikatakan motivasi merupakan nyawa bagi seseorang untuk hidup. Jika diibaratkan dengan sepeda motor bensin diibaratkan motivasi yang jadi bahan bakar untuk bergerak. Tanpa ada motivasi suatu usaha tidak akan berjalan dengan baik atau akan berjalan simpang siur karena tidak ada kemauan untuk menjalankan atau memajukan suatu usaha. Sebagaimana yang kita ketahuai bahwa sesuatu itu tidak akan berjalan dengan sendirinya, begitupun dengan suatu usaha tidak akan maju dan berkembang jika tidak ada motivasi sebagai pendorong dan pengarah sekaligus sebagai penggerak tingkah laku.

Dengan adanya motivasi yang merupakan langkah awal kita dalam berusaha yang kita tanamkan dalam diri kita. Dari adanya hal itu, maka akan timbul sikap-sikap yang lain seperti berani mengambil resiko, bekerja keras, disiplin dalam berusaha, dan mempunyai etos kerja yang tinggi karena motivasi merupakan sifat pokok yang dibutuhkan dalam berwirausaha.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ALASAN BERWIRAUSAHA

Ada beberapa alasan mengapa seseorang berwirausaha antara lain:

1. Untuk Merdeka Financial
   a. Gaji pegawai (swasta atau negeri) ada batasnya atau memiliki standar gaji yang sudah ditetapkan.
   b. Meskipun seorang pegawai dapat menghasilkan laba milyaran rupiah bagi suatu perusahaan, kenaikan gajinya tidak akan setimpal dengan kenaikan laba perusahaan.
   c. Kenaikan gaji juga biasanya tidak bisa mengimbangi kenaikan harga barang, artinya kadang-kadang besarnya gaji tidak bisa mengimbangi harga barang.
   d. Dengan berwirausaha, seseorang dapat mengatur besarnya penghasilan.
   e. Jadi, jika mau merdeka secara finansial, jangan pernah jadi karyawan seumur hidup.
   f. Jadi karyawan cukup 5 tahun, selanjutnya bangun bisnis sendiri sesuai dengan apa yang diharapkan.
2. Untuk Merdeka Waktu
   a. Dengan mempunyai usaha sendiri, seorang wirausaha akan mempunyai jam kerja yang bebas, tidak terikat jam kantor, serta bebas dari sikap suka dan tidak suka dari atasan.
   b. Jika perusahaannya telah mempunyai sistem yang baik, ia tidak perlu setiap hari berada di kantornya, bahkan pengurusan perusahaan dapat diserahkan kepada orang lain yang ia gaji.
   c. Ia akan bekerja bukan karena kewajiban, tetapi karena memang menginginkannya. Waktunya menjadi sangat fleksibel.
   d. Pemilik usaha memiliki time freedom.
3. Untuk Mewujudkan Impiannya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari hasil berwirausaha, seseorang dapat mewujudkan impian hidupnya. Ingin menjadi apa? Ingin berbuat apa? (untuk diri sendiri atau untuk orang lain). Ingin memiliki/memberi apa? Ingin dikenang sebagai apa? Semua hal-hal tersebut dapat terwujud jika seseorang mempunyai motivasi yang kuat di dalam dirinya. Tanpa adanya motivasi semua hal tersebut hanya akan menjadi angan-angan semata yang tidak akan terwujud. Karena motivasi merupakan penggerak sekaligus pendorong seseorang untuk berbuat dan melakukan sesuatu. Bagi seorang wirausaha motivasi merupakan element vital yang sangat diperlukan guna menjalankan suatu usaha serta mengembangkan usahanya agar lebih maju.

Kebanyakan kita selalu mengeluh soal ketiadaan modal uang sebagai alasan mengapa kita enggan berwirausaha. Padahal modal yang paling vital sebenarnya bukanlah uang, tetapi modal nonfisik, yakni berupa motivasi dan keberanian yang kuat untuk mewujudkan ide usaha. Besar kecilnya modal untuk mendirikan suatu usaha sangat bermacam-macam, tergantung jenis usaha apa yang hendak kita dirikan. Menurut Purdi E. Chandra, “untuk jadi pengusaha butuh keberanian untuk memulainya [3]. Cobalah anda lebih berani, tidak hanya sekedar ide. Sekalipun ide usahanya bagus, tetapi kalau tidak di jalani, ya sama saja keinginan untuk berwirausaha itu hanya jadi mimpi belaka.

Sebelum membuka usaha sendiri, langkah awal yang harus anda lakukan adalah mengenali karakter yang ada pada diri anda sendiri. Keberhasilan dapat di raih oleh si A dengan si B akan berbeda hasilnya, karena setiap manusia memiliki karakter atau pribadi yang unik, sifat serta kelemahan dan kekuatan diri yang berbeda-beda. Langkah selanjutnya adalah anda harus bisa meyakinkan diri sendiri bahwa anda mampu menjalankan usaha yang anda

[3] Dalam Harian Kompas 30 September 2013

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pilih itu. Minat dan bakat merupakan salah satu kekuatan bagi seseorang untuk menjalankan usaha dengan baik. Namun kebanyakan orang menyepelekan hal ini. Untuk mencapai keberhasilan, anda harus biasa menyesuaikan antara karakter yang ada pada diri sendiri dan bidang usaha yang cocok dengan anda. Jika anda memilih jenis usaha, sesuaikanlah dengan minat dan bakat yang ada pada diri anda. Sebuah usaha akan mencapai sukses apabila sejalan dengan karakter diri anda.

Ada beberapa cirri-ciri seorang wirausahawan dikatakan berhasil, yaitu diantaranya sebagai berikut: [4].

1. **Memiliki visi dan tujuan yang jelas**. Hal ini berfungsi untuk menebak ke mana langkah dan arah yang dituju sehingga dapat diketahui langkah yang harus dilakukan oleh pengusaha tersebut
2. **Inisiatif dan selalu proaktif**. Ini merupakan ciri mendasar di mana pengusaha tidak hanya menunggu sesuatu terjadi, tetapi terlebih dahulu memulai dan mencari peluang sebagai pelopor dalam berbagai kegiatan.
3. **Berorientasi pada prestasi**. Pengusaha yang sukses selalu mengejar prestasi yang lebih baik daripada prestasi sebelumnya. Mutu produk, pelayanan yang diberikan, serta kepuasan pelanggan menjadi perhatian utama. Setiap waktu segala aktifitas usaha yang dijalankan selalu dievaluasi dan harus lebih baik dibanding sebelumnya.
4. **Berani mengambil risiko**. Hal ini merupakan sifat yang harus dimiliki seorang pengusaha kapanpun dan dimanapun, baik dalam bentuk uang maupun waktu.
5. **Kerja keras**. Jam kerja pengusaha tidak terbatas pada waktu, di mana ada peluang di situ dia datang. Kadang-kadang seorang pengusaha sulit

[4] Kasmir, *Kewirausahaan*, , PT RajaGrafindo Perkasa, Jakarta., 2007 h.27-28.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk mengatur waktu kerjanya. Benaknya selalu memikirkan kemajuan usahanya. Ide-ide baru selalu mendorongnya untuk bekerja kerjas merealisasikannya. Tidak ada kata sulit dan tidak ada masalah yang tidak dapat diselesaikan.

6. **Bertanggungjawab terhadap segala aktifitas yang dijalankannya**, baik sekarang maupun yang akan datang. Tanggungjawab seorang pengusaha tidak hanya pada segi material, tetapi juga moral kepada berbagai pihak.
7. **Komitmen pada berbagai pihak** merupakan ciri yang harus dipegang teguh dan harus ditepati. Komitmen untuk melakukan sesuatu memang merupakan kewajiban untuk segera ditepati dana direalisasikan.
8. **Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak**, baik yang berhubungan langsung dengan usaha yang dijalankan maupun tidak. Hubungan baik yang perlu dlijalankan, antara lain kepada : para pelanggan, pemerintah, pemasok, serta masyarakat luas.

Dari analisis pengalaman di lapangan, ciri-ciri wirausaha yang pokok untuk dapat berhasil dapat dirangkum dalam tiga sikap, yaitu :

1. **Jujur**, dalam arti berani untuk mengemukakan kondisi sebenarnya dari usaha yang dijalankan, dan mau melaksanakan kegiatan usahanya sesuai dengan kemampuannya. Hal ini diperlukan karena dengan sikap tersebut cenderung akan membuat pembeli mempunyai kepercayaan yang tinggi kepada pengusaha sehingga mau dengan rela untuk menjadi pelanggan dalam jangka waktu panjang ke depan
2. **Mempunyai tujuan jangka panjang**, dalam arti mempunyai gambaran yang jelas mengenai perkembangan akhir dari usaha yang dilaksanakan. Hal ini untuk dapat memberikan motivasi yang besar kepada pelaku

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

wirausaha untuk dapat melakukan kerja walaupun pada saat yang bersamaan hasil yang diharapkan masih juga belum dapat diperoleh.

3. **Selalu taat berdoa**, yang merupakan penyerahan diri kepada Tuhan untuk meminta apa yang diinginkan dan menerima apapun hasil yang diperoleh. Dalam bahasa lain, dapat dikemukakan bahwa ”manusia yang berusaha, tetapi Tuhan-lah yang menentukan !” dengan demikian berdoa merupakan salah satu terapi bagi pemeliharaan usaha untuk mencapai cita-cita.

Kompetensi perlu dimiliki oleh wirausahawan seperti halnya profesi lain dalam kehidupan, kompetensi ini mendukungnya ke arah kesuksesan dan dalam buku Bradstreet business Credit Service (1993 : 1) [5] mengemukakan 10 kompetensi yang harus dimiliki, yaitu :

1. *knowing your business*, yaitu mengetahui usaha apa yang akan dilakukan. Dengan kata lain, seorang wirausahawan harus mengetahui segala sesuatu yang ada hubungannya dengan usaha atau bisnis yang akan dilakukan.
2. *knowing the basic business management*, yaitu mengetahui dasar-dasar pengelolaan bisnis, misalnya cara merancang usaha, mengorganisasi dan mengenalikan perusahaan, termasuk dapat memperhitungkan, memprediksi, mengadministrasikan, dan membukukan kegiatan-kegiatan usaha. Mengetahui manajemen bisnis berarti memahami kiat, cara, proses dan pengelolaan semua sumberdaya perusahaan secara efektif dan efisien.
3. *having the proper attitude,* yaitu memiliki sikap yang sempurna terhadap usaha yang dilakukannya. Dia harus bersikap seperti pedagang, industriawan, pengusaha, eksekutif yang sunggung-sungguh dan tidak setengah hati.

[5] Dalam http://www.dnb.com/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. *having adequate capital,* yaitu memiliki modal yang cukup. Modal tidak hanya bentuk materi tetapi juga rohani. Kepercayaan dan keteguhan hati merupakan modal utama dalam usaha. Oleh karena itu, harus cukup waktu, cukup uang, cukup tenaga, tempat dan mental.
5. *managing finances effectively*, yaitu memiliki kemampuan / mengelola keuangan, secara efektif dan efisien, mencari sumber dana dan menggunakannnya secara tepat, dan mengendalikannya secara akurat.
6. *managing time efficiently*, yaitu kemampuan mengatur waktu seefisien mungkin. Mengatur, menghitung, dan menepati waktu sesuai dengan kebutuhannya.
7. *managing people*, yaitu kemampuan merencanakan, mengatur, mengarahkan atau memotivasi, dan mengendalikan orang-orang dalam menjalankan perusahaan.
8. *statisfying customer by providing high quality product,* yaitu memberi kepuasan kepada pelanggan dengan cara menyediakan barang dan jasa yang bermutu, bermanfaat dan memuaskan.
9. *knowing Hozu to Compete*, yaitu mengetahui strategi dan cara bersaing. Wirausaha harus dapat mengungkap kekuatan (strength), kelemahan (weaks), peluang (opportunity), dan ancaman (threat), dirinya dan pesaing. Dia harus menggunakan analisis SWOT sebaik terhadap dirinya dan terhadap pesaing.
10. *copying with regulation and paper work,* yaitu membuat aturan atau pedoman yang jelas tersurat, tidak tersirat.

Delapan anak tangga menuju puncak karir berwirausaha, terdiri atas :

1. mau kerja keras (*capacity for hard work)*
2. bekerjasama dengan orang lain (*getting things done with and through people)*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. penampilan yang baik (*good appearance)*
4. yakin (*self confidence*)
5. pandai membuat keputusan (*making sound decision)*
6. mau menambah ilmu pengetahuan (*college education)*
7. ambisi untuk maju (*ambition drive*)
8. pandai berkomunikasi (*ability to communicate)*

ALASAN BERWIRAUSAHA DALAM ISLAM

Dalam ajaran Agama Islam Rasullullah telah mengajarkan kita untuk bersemangat dalam berwirausaha. Kata 'wirausaha' atau enterpreneur tidak bakalan ditemukan dalam teks suci Agama Islam. Namun, istilah teknis lainnya yang memiliki semangat yang sama dengan kata 'wirausaha' cukup banyak, seperti *'amal, kasb, fi'il , dan sa'y* . Di antara keempat kata tersebut, 'amal paling sering digunakan (425 kali) dalam Alquran untuk menunjuk setiap usaha manusia dalam mewujudkan tujuan ekonomis (*iqtishadiyyah*) dan perbuatan manusia secara umum. Sayangnya, kata amal akhir-akhir ini dipersempit maknanya hanya pada sebatas memberi. Itu pun sebatas memberi dengan uang. Perhatikan istilah-istilah ini: kotak amal, pundi amal, rumah amal, dan sebagainya. Padahal, kata amal memiliki makna yang luas.

Menurut Isa Abduh dan Ahmad Ismail Yahya dalam *al-Amal fi al-Isl'm* (1119 H: 49), Islam adalah agama yang menekankan amal atau bekerja. Sebab, amal atau bekerja merupakan salah satu cara praktis untuk mencari mata pencarian yang diperbolehkan Allah SWT. Bekerja dalam Islam merupakan kewajiban bagi setiap individu atau kelompok. Konsep amal dalam Islam sangat luas dan tidak hanya menyangkut soal bisnis atau dagang. Amal adalah setiap pekerjaan yang dilakukan manusia yang pantas untuk mendapatkan imbalan (upah), baik berupa kegiatan badan, akal, indra, maupun seni.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Semangat-semangat wirausaha banyak ditemukan dalam Alquran. Diantaranya adalah sebagai berikut:

Dalam QS Al Hajj [22]: 77 yang berbunyi:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ ٱرْكَعُوا۟ وَٱسْجُدُوا۟ وَٱعْبُدُوا۟ رَبَّكُمْ
وَٱفْعَلُوا۟ ٱلْخَيْرَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ۩ ﴿٧٧﴾

Dalam surat di atas disebutkan bahwa berbuat baik (bekerja secara baik dan profesional) merupakan salah satu ciri orang yang beriman. Bekerja yang selama ini sering kali dikaitkan dengan urusan dunia pada dasarnya setara atau sejajar dengan rukuk, bersujud, dan menyembah Allah SWT. Ini artinya bekerja juga merupakan ibadah.

Dalam QS An Nahl [16]:97 yang berbunyi:

مَنْ عَمِلَ صَٰلِحًا مِّن ذَكَرٍ أَوْ أُنثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهُۥ
حَيَوٰةً طَيِّبَةً ۖ وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُم بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا۟
يَعْمَلُونَ ﴿٩٧﴾

Dari ayat di atas Allah menjanjikan manusia bahwasanya balasan bekerja adalah kehidupan yang layak dan pahala yang baik melebihi nilai kebaikan pekerjaan itu sendiri. Ini menyiratkan bahwa bekerja itu memiliki nilai plus.

Dalam QS Aljumuah [62]:10 yang berbunyi

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dijelaskan dalam surat tersebut bahwa di samping memerintahkan bekerja, Allah juga berfirman bahwa bekerja sambil mengingat-Nya (bekerja sesuai dengan prosedur yang Allah berikan) akan mendatangkan keuntungan.

QS Attaubah [9]: 105 yang brbunyi

وَقُلِ ٱعۡمَلُواْ فَسَيَرَى ٱللَّهُ عَمَلَكُمۡ وَرَسُولُهُۥ وَٱلۡمُؤۡمِنُونَۖ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ
عَٰلِمِ ٱلۡغَيۡبِ وَٱلشَّهَٰدَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمۡ تَعۡمَلُونَ ١٠٥

secara implisit mengarkan kepada semua umat bahwa bekerja itu tidak semata-mata urusan dunia. Bekerja tidak saja berimplikasi kepada dunia, tetapi juga akhirat. Kelak pekerjaan itulah yang akan dinilai oleh Allah.

Surat yang menarik lagi adalah QS Al Kahfi [18]: 110.

قُلۡ إِنَّمَآ أَنَا۠ بَشَرٞ مِّثۡلُكُمۡ يُوحَىٰٓ إِلَيَّ أَنَّمَآ إِلَٰهُكُمۡ إِلَٰهٞ وَٰحِدٞۖ فَمَن كَانَ يَرۡجُواْ لِقَآءَ
رَبِّهِۦ فَلۡيَعۡمَلۡ عَمَلٗا صَٰلِحٗا وَلَا يُشۡرِكۡ بِعِبَادَةِ رَبِّهِۦٓ أَحَدَۢا ١١٠

Dalam ayat ini, dinyatakan secara jelas bahwa barang siapa yang ingin bertemu dengan Allah SWT, bekerjalah. Ini artinya bekerja itu sama dengan bertemu Allah SWT, sebuah reward yang paling tinggi yang pernah diberikan Allah SWT kepada hamba-Nya, yakni perjumpaan dengan-Nya. Dalam Al Quran, mencari ilmu di *reward* dengan peningkatan derajat. Namun, bekerja diganjar dengan bertemu Allah SWT. Sayangnya, banyak yang tidak menyadari hal ini.

Sebetulnya, masih banyak ayat lainnya yang memberikan semangat wirausaha kepada umat Islam. Tidak hanya Alquran, hadis-hadis Nabi Muhammad Saw pun mengisyaratkan hal yang sama. Nabi Muhammad Saw pernah bersabda, yang artinya, ”Tiada makanan yang baik bagi anak Adam, kecuali yang ia dapat dari tangannya sendiri. Sesungguhnya, Nabi Daud AS makan dari hasil kreativitas tangannya (wirausaha).” (HR Bukhari).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada saat yang lain, Nabi Muhammad Saw juga pernah bersabda, ”Hendaklah kami berdagang karena di dalamnya terdapat 90 persen pintu rezeki.” (HR Ahmad bin Hanbal). Nabi juga pernah bersabda tentang hal yang sama, ”Sesungguhnya, sebaik-sebaik mata pencarian adalah seorang pedagang.” (HR Baihaqy). Walhasil, bekerja atau *being entrepreneur* dalam Islam merupakan kewajiban yang menjadi ibadah bagi pelakunya. Bahkan, bekerja atau berwirausaha menjadi salah satu ciri orang yang beriman.

Bekerja sejatinya adalah beribadah kepada Allah SWT. Karena bekerja adalah ibadah, bekerja akan mendapatkan pahala plus, bahkan ganjaran yang tertinggi dari sebuah keimanan, yakni bertemu Allah (*liqa'u rabbi*). Bekerja adalah ibadah maka bekerja harus sesuai dengan syariat Allah, yakni dengan cara yang halal, baik, dan bermanfaat. Sehingga bekerja merupakan ibadah dengan tujuan utama adalah untuk mendapat ridha Allah.

Rangkuman

Dari berbagai paparan di atas, maka pada bagian ini dapat dikerucutkan dalam beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Motivasi adalah gerakan atau sesuatu yang bergerak.
2. Alasan berwirausaha adalah agar merdeka financial, merdeka waktu dan mewujudkan impian.
3. Dalam konsep Islam bekerja adalah merupakan sebuah ibadah. Ibadah dalam mencari nafkah adalah dengan jalan berwirausaha untuk mendapatkan sembilan dari sepuluh pintu rizki yang diberikan Allah Swt.

Latihan

Jawablah pertanyaan-pertanyaan di bawah ini!

1. Jelaskan makna dari motivasi pada umumnya !

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Jelaskan alsan yang kuat mengapa memilih sebagai wirausahawan !
3. Jelaskan landasan mengapa ada motivasi berwirausaha dalam agama Islam !

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Paket 04
MENUMBUHKAN IDE BERWIRAUSAHA

Pendahuluan

Dalam menumbuhkan ide berwirausaha mas masyarakat perlu adanya contoh-contoh kesuksesan yang sudah ada. Saat orang sudah mulai sadar untuk memikirkan jadi bos di bisnisnya sendiri, banyak yang yang masih bingung soal bagaimana memulai sebuah bisnis. Kenyataannya, tidak semua orang berani melakukan apa yang harus dilakukan agar bisnisnya berhasil.

Ada beberapa hal yang harus dimiliki seorang untuk sukses di bisnis. Dengan cara mengenali sifat diri, apakah ada sifat-sifat berikut ini : Selalu Penuh Ide, Semangat Tanpa Batas, Berani Berimajinasi, Senang pada Pilihan Bisnisnya, Bergaul, dan Tidak Segan Meminta Bantuan, Sangat Menghargai Waktu, Rendah Hati dan Ingin Belajar dari Siapapun,Menghapus Kata 'Menyerah' dari kamus Pribadi Anda,Siap Bekerja Keras, Jiwa Tawakkal nya Besar. Dengan mengenali diri anda merupakan langkah awal untuk memulai menggali segala potensi diri dalam berwirausaha.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi Dasar

Kemampuan dan kecakapan memahami menjelaskan menumbuhkan ide kewirausahaan

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan mampu:

1. menjelaskan konsep menumbuhkan ide berwirausaha
2. menjelaskan tentang sumber-sumber ide baru.
3. menjelaskan metode untuk menghasilkan ide baru

Waktu

3x50 menit

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Materi Pokok

Menumbuhka ide berwirausaha

1. menjelaskan konsep menumbuhkan ide berwirausaha
2. menjelaskan tentang sumber-sumber ide baru.
3. menjelaskan metode untuk menghasilkan ide baru

Langkah-langkah Perkuliahan

Kegiatan Awal (10 menit)

1. Menjelaskan kompetensi dasar
2. Menjelaskan indikator
3. Penjelasan langkah kegiatan perkuliahan paket ini
4. Brainstorming dengan memberikan arahan apa yang akan dikerjakan

Kegiatan Inti (120 menit)

1. Kelompok mahasiswa memberikan presentasi tentang hasil penelitian dan diskusi kelompok kecil tentang ide berwirausaha.
2. Masing-masing kelompok mendengarkan dengan seksama hasil presentasi di kelas dan kelompak lain saling bertanya tentang hasil pemikiran dari kelompok yang lain.
3. Selesai presentasi setiap kelompok, kelompok lain memberikan klarifikasi
4. Penguatan dandan pemantapan dari ide yang diambil per kelompok dari hasil diskusi dari dosen
5. Dosen memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk menanyakan sesuatu yang belum paham atau menyampaikan konfirmasi serta memberikan penguatan ide berwirausaha.

Kegiatan Penutup (10menit)

1. Menyimpulkan hasil perkuliahan
2. Memberi dorongan psikologis/saran/nasehat
3. Refleksi hasil perkuliahan oleh mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut (10menit)

1. Memberi tugas latihan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Mempersiapkan perkuliahan selanjutnya.

Lembar Kegiatan Mahasiswa

Mempelajari memeperkuat ide berwirausaha dengan melibatkan hasil penelitian lapangan.

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami dan mantap atas ide berwirausaha yang di pilih.

Bahan dan alat

Buku bacaan keterkaitan yang berkaitan dengan ide bersama mahasswa, kertas karton,selotip dan spidol.

Langkah-langkah kegiatan

1. Masing-masing kelompok membacakan hasil penelitian dan diskusi kelompok kecil dari tugas minggu kemaren.
2. Anggota kelompok lain memberikan pertanyaan dan saran atas ide-ide berwirausaha dari kelompok yang lain.
3. Hasil diskusi dikuatkan menjadi hasil pemantapan atas ide wirausaha yang akan dilaksanakan dan dipraktekkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Uraian Materi

IDE BERWIRAUSAHA

Rumah Makan Surga Dunia

360, Nurachman, Seorang mahasiswa di Bandung, Jawa Barat yang mendirikan rumah makan untuk beramal. Tempat orang bisa makan sepuasnya tapi bayar sesukanya. Ia membangun rumah makan ini karena iba melihat banyak mahasiswa yang hidup dengan uang pas-pasan, jauh dari keluarga hingga sulit makan.

http://video.metrotvnews.com/play/2014/05/08/239818/360-rumah-makan-surga-dunia

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Proses pendirian perusahaan baru merupakan bagian yang paling sulit untuk dilaksanakan. Keanekaragaman teknik yang luas dapat digunakan untuk mendapatkan ide produk baru. Tidak penting bagaimana ide tersebut muncul, ide unik yang logis untuk produk atau jasa baru yang dievaluasi dengan baik merupakan hal terpenting agar berhasil memulai sebuah perusahaan baru. Melalui evaluasi ini, atau analisis peluang, seorang pengusaha harus ingat bahwa sebagian besar ide tidak memberikan dasar untuk perusahaan baru; sebaliknya, penting untuk menyaring dan mengidentifikasi ide-ide yang dapat memberikan dasar, sehingga ide-ide tersebut menjadi fokus pengusaha.

Jika kita tergolong mahasiswa kreatif dan inovatif, pasti banyak ide atau hal baru yang dapat dijadikan peluang usaha. Tidak sedikit usaha baru dimulai dari penemuan jenis produk, teknologi, sistem, dan program baru. Jika berhasil menciptakan sebuah keunikan, segera ambil hak paten dan menjualnya. Penemuan baru biasanya sangat berpeluang untuk menembus pasar, apalagi khas, unik, dan dibutuhkan orang banyak. Contoh nyata, jika ada beberapa orang membuat kaos-kaos unik dengan kata-kata yang penuh motivasi. Kaos tersebut memang biasa saja kalau dilihat sepintas, tapi karena ada keunikannya dengan kata-kata yang penuh inovasi maka bisa menambah nilai jual. Tentunya keuntungan bisa jauh lebih besar dengan keunikan yang mereka jual.

Jika kita merasa kurang kreatif dan inovatif, jangan putus asa. Percayalah, ide usaha tersebar dimana-mana, bahkan di depan mata. Kita harus selalu membaca peluang, mengukur potensi, dan berani mengambil resiko. Misalnya, di sekitar kita ada rumah makan mie goreng yang cukup laris. Apa salahnya jika kita ikut bersaing secara sehat di tenpat yang sama dengan produk yang sama. Kita cukup menduplkikasi usaha tersebut, tapi harus memberikan nilai tambah kepada konsumen, seperti pelayanan, harga, kecepatan, keramahan. Contoh pelayanan yang lebih memuaskan kepada konsumen adalah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memberikan air teh gratis kepada konsumen atau memberikan porsi daging yang lebih banyak di banding pesaing anda.

Selain menduplikasi, kita juga bisa membuka usaha dengan memberikan usaha fasilitas tambahan, tapi ini harus dengan sedikit sentuhan kreatifitas. Misalnya, di lingkungan kita ada yang membuka warnet, maka anda masih bisa menyainginya dengan tambahan fasilitas atau memperluas penawaran yang ada. Kita bisa mendirikan warnet di lokasi sama. Hampir setiap waktu ada saja jenis usaha yang trend, seperti sekarang ini zamannya penyewaan komputer untuk bermain *game (game zone)*. Dengan sedikit fasilitas tambahan, anda pun bisa memiliki usaha dan siap untuk berhasil. Misalnya, Anda bisa menyewa tempat di sekitar tempat penyewaan *game zone* tersebut dengan menjual minuman yang lagi trend sekarang ini, seperti minuman teh atau minuman dingin dan sebagainya dan sangat cocok dengan pangsa pasar anak sekolah.

Kita pun dapat menjual keterampilan yang dimiliki. Jika bisa menggunting rambut maka kita bisa membuka salon, dengan sedikit sentuhan yang berbeda dengan salon-salon lainnya, pasti salon Anda akan ramai di kunjungi konsumen. Bagi yang mahir mengetik 10 jari, tidak ada salahnya membuka usaha jasa pengetikan, seperti skripsi, naskah, makalah, dan lain-lain yang kemudian bisa dikembangkan dengan menerima jasa penerjemahan (translate). Ada banyak usaha yang bisa kita buka berdasarkan keterampilan yang dimiliki, yakinlah di dalam diri kita punya potensi, keterampilan dan harapan besar untuk sukses menjadi seorang *entrepreneur*, meskipun sebagai *entrepreneur* pemula..mulailah belajar menghasilkan *income* melalui keterampilan sendiri semisal memberikan privat bahasa inggris, komputer, matematika, musik, menyanyi atau jasa pengetikan seperti yang disampaikan diata

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Lebih tepatnya kita gunakan sistem ATM. Bukan ATM mesin biasa tapi mesin yang berarti Amati, Tiru dan Modifikasi. Dengan tiga hal tersebut ide, kreatifitas dan inovasi akan mudah di aplikasikan.banyak hal dapat di modifikasi dengan sentuhan ketrampilan dan keunggulan untuk bersaing dengan produk yang telah beredar,

Langkah lain, kita bisa membuka kantor keagenan, baik suatu produk maupun jasa. Banyak sekali produk dan jasa yang sangat memerlukan agen. Selain menjadi agen suatu produk, juga bisa menjadi agen yang menyediakan jasa, seperti agen isi ulang air, isi ulang pulsa, penyalur pembantu rumah tangga, agen modeling atau foto model, agen iklan, dan lain-lain.

Ide kewirausahaan selalu muncul dari pemikiran kreatif. Ide muncul apabila kita memiliki pengetahuan dan pengalaman yang luas. Ide juga muncul dari mimpi-mimpi atau khayalan-khayalan (*dreams*). Menurut Zimmerer (1996:82), kreativitas sering muncul dalam bentuk ide untuk menghasilkan barangdan jasa baru.[1] Ide bukanlah peluang dan tidak akan muncul bila wirausahawan tidak mengadakan evaluasi dan pengamatan secara terus-menerus. Banyak ide yang betul-betul asli, akan tetapi sebagian besar peluang tercipta ketika wirausahawan memiliki cara pandang baru terhadap ide yang lama. Pertanyaannya, bagaimana agar ide bisa berubah menjadi peluang? Terdapat beberapa jawaban atas pertanyaan ini, di antaranya ialah sebagai berikut.

1. Ide dapat digerakkan secara internal melalui perubahan cara-cara atau metode yang lebih baik untuk melayani dan memuaskan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya.
2. Ide dapat dihasilkan dalam bentuk produk dan jasa baru.
3. Ide dapat dihasilkan dalam bentuk modifikasi pekerjaan yang dilakukan atau cara melakukan suatu pekerjaan.

[1] Suryana,2013, kewirausahaan kiat dan proses menuju sukses, halaman 117

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hal lain yang masih belum terpikirkan dan mungkin aneh jika dirasakan adalah memanfaatkan barang bekas. Masih sedikit orang yang peka dengan usaha barang second, terutama dengan nilai historis yang sangat tinggi, biasanya punya harga yang sangat tinggi pula. Namun, menjual barang bekas (*second*) ini harus di lakukan dengan teratur dan terencana. Kita bisa membeli suatu barang disuatu tempat dengan harga murah dan menjualnya ditempat lain dengan harga yang lebih tinggi. Kita juga bisa menjual barang bekas khusus komputer dengan cara membeli komputer rusak dengan harga murah. Kemudian dengan menggunakan orang yang mengerti perbaikan computer akhirnya bisa menjual komputer yang sudah di perbaiki itu dengan harga yang lebih tinggi. Demikian pula dengan barang bekas, seperti kamera, motor, dan lain-lain.

Jika kita memiliki keterampilan dan keahlian yang sudah kompeten segera buka kantor sendiri. Jangan takut masalah modal dan SDM, kita bisa mengajak kolega atau teman seprofesi untuk patungan modal dan membuka kantor tersebut. Juallah *skill* dan pengalaman kita. Jika reputasi bagus dan relasi banyak (*network*), jangan kuatir kekurangan klien, bisa memulai mendirikan kantor dari rumah atau lebih dikenal dengan sebutan *home office*. Cukup dengan menyediakan satu komputer, satu telepon, faxs, meja, dan kursi tamu.

Jika kita memiliki modal besar, tapi tidak mau repot untuk memikirikan sesuatu usaha yang baru, alternatif waralaba *(franchise)* dapat dipilih. Waralaba adala jenis usaha yang relatif terstandartisasi dengan baik. Memang butuh kejelian yang tinggi untuk menilai waralaba mana yang bagus dan cocok untuk kita. Sebagai saran carilah usaha waralaba yang memiliki *track record* yang baik dan sudah teruji di lapangan. Kini semakin banyak bermunculan waralaba, dari yang membutuhkan modal besar hingga yang membutuhkan modal keci. Kadang usaha akan lebih bagus jika didirikan dan di kelola bersama-sama. Misalnya jika kita pintar pemrograman komputer, tapi memiliki sedikit teman, sementara teman kita memiliki banyak teman dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

punya relasi yang luas dan membutuhkan jasa pemrograman, maka bisa saja membuka usaha jasa pemrograman (software house). Kita yang mengerjakan pekerjaannya, sedangkan teman lain yang mencari *order*. Dari kelebihan masing-masing inilah bisa memperkuat suatu usaha baru sekaligus membesarkannya.

Usaha yang sangat terkenal sekarang selain usaha-usaha mandiri lain yaitu usaha Multi level Marketing atau yang terkenal dengan MLM. Usaha ini menurut mungkin cukup prospektif. Modalnya murah meriah didukung pula oleh produk yang bagus, sistem pemasaran, pelatihan, dan jenjang karir. Memang kita tidak menutup mata banyak sekali orang yang alergi atau anti terhadap Multi Level Marketing (MLM). Biasanya trauma oleh kegagalan, seperti uangnya habis di MLM. Itu biasanya di sebabkan bisnis MLM dengan skema piramid atau *money game* yang berkedok MLM. Waspadalah dan hindari bisnis dengan skema piramid atau *money game* yang mengaku-aku MLM, karena MLM yang murni sangat menarik. Bahkan sebagai perusahaan MLM memberikan kesempatan kepada kita untuk mendirikan perusahaan sendiri (*authorized distributor* atau *stockist*). Kita tidak perlu terlalu alergi dengan informasi mengenai MLM, kadang-kadang informasi yang di berikan oleh MLM sangatlah menarik. Bukankah untuk menjadi seorang wirausaha yang sukses harus selalu belajar, belajar dan belajar serta memiliki banyak teman.

Meskipun terdapat beragam sumber ide, muncul sebuah ide yang berfungsi sebagai dasar untuk sebuah perusahaan baru masih dapat menimbulkan masalah. Seorang pengusaha dapat menggunakan beberapa metode untuk membantu menghasilkan dan menguji ide-ide baru, seperti kelompok fokus (*focus groups*), tukar pikiran (*brainstorming*), dan analisis kumpulan masalah (*problem inventory analysis*)

SUMBER-SUMBER IDE BARU

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Beberapa sumber ide yang sering digunakan oleh para pengusaha adalah: pelanggan, produk dan jasa yang sudah ada, saluran distribusi, serta penelitian dan pengembangan.

Pelanggan

Para pengusaha yang potensial harus terus-menerus memerhatikan para pelanggan yang potensial. Perhatian ini dapat diwujudkan dalam bentuk pengawasan ide dan kebutuhan potensial secara informal atau pengaturan secara formal yang ditujukan bagi para pelanggan agar dapat memiliki kesempatan untuk mengungkapkan opini-opininya. Dibutuhkan juga perhatian untuk memastikan bahwa ide atau kebutuhan tersebut mewakili pasar yang cukup besar dalam mendukung sebuah perusahaan baru.

Produk dan Jasa yang Sudah Ada

Para pengusaha yang potensial juga harus membentuk metode formal untuk mengawasi dan mengevaluasi produk dan jasa yang kompetitif di pasar. Seringkali, analisis ini menemukan cara-cara untuk memperbaiki penawaran-penawaran yang mungkin menghasilkan produk atau jasa baru, yang mempunyai daya tarik pasar serta penjualan dan potensi keuntungan yang lebih baik.

Saluran Distribusi

Anggota-anggota saluran distribusi juga merupakan sumber ide baru yang sangat baik karena kedekatan mereka dengan kebutuhan pasar. Anggota saluran juga membantu memasarkan produk-produk yang baru saja dikembangkan. Dari seorang pelayan toko disebuah toko serba ada yang besar, seorang pengusaha mengetahui penyebab kaus kakinya tidak terjual dengan baik adalah warnanya. Dengan memerhatikan saran tersebut dan melakukan perubahan warna yang menarik, perusahaannya menjadi salah satu penyuplai utama kaus kaki tanpa merek di salah satu negara bagian Amerika Serikat.

Pemerintah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pemerintah dapat menjadi sebuah sumber ide pokok baru dalam dua cara. Pertama, arsip-arsip di Kantor Paten memuat banyak kemungkinan produk baru. Walaupun paten-paten itu sendiri mungkin tidak bisa didapat secara mudah, mereka sering kali dapat mengusulkan ide-ide produk lain yang bisa dipasarkan. Beberapa perwakilan dan publikasi pemerintah sangatlah bermanfaat dalam mengawasi aplikasi paten. *Official Gazette,* yang diterbitkan setiap minggu oleh Kantor Paten Amerika Serikat, mendata setiap paten yang diberi izin dan mendaftar semua paten yang tersedia untuk lisensi atau penjualan. Selain itu, Dewan Paten Pemerintah menerbitkan daftar-daftar abstrak mengenai ribuan paten yang dimiliki oleh pemerintah; sebuah sumber yang baik tentang informasi yang seperti itu adalah *Government-Owned Investories Available for License*. Perwakilan pemerintah yang lain, seperti Kantor Jasa Teknis, membantu para pengusaha mendapatkan informasi produk yang spesifik.

Penelitian dan Pengembangan

Sumber ide-ide baru yang paling besar adalah upaya-upaya " penelitian dan pengembangan" pengusaha itu sendiri, yang mungkin merupakan usaha keras formal yang berhubungan dengan pekerjaan seseorang saat ini atau laboratorium informal yang ada di ruang bawah tanah atau garasi. Seorang ilmuwan riset di perusahaan Fortune 500 mengembangkan resin plastik baru yang menjadi dasar dari sebuah produk baru, plastik yang dicetak menjadi palet mangkuk modular, seperti yang dilakukan oleh sebuah perusahaan baru dan ketika perusahaan Fortune tidak tertarik untuk mengembangkan ide tersebut.[2]

METODE-METODE UNTUK MENGHASILKAN IDE

Meskipun terdapat beragam sumber ide, muncul dengan sebuah ide yang berfungsi sebagai dasar untuk sebuah perusahaan baru masih dapat

[2] Robert D. Hisrich, , Michael P.Peters, "*Entrepreneurship*", hal 182, 2008

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menimbulkan masalah. Seorang pengusaha dapat menggunakan beberapa metode untuk membantu menghasilkan dan menguji ide-ide baru, seperti: kelompok fokus, tukar pikiran, dan analisis kumpulan masalah.

Kelompok Fokus

Metode ini telah digunakan untuk berbagai tujuan sejak tahun 1950-an, selain ,enghasilkan ide-ide baru, kelompok fokus merupakan metode yang sangat bagus untuk menyaring ide-ide dan konsep-konsep awal. Menggunakan salah satu dari beberapa prosedur yang ada, hasil-hasilnya dapat dianalisis secara kuantitatif, menjadikan kelompok fokus sebuah metode yang bermanfaat untuk menghasilkan ide-ide produk baru.

Metode ini dimulai dari seorang moderator memimpin sekelompok orang melalui sebuah diskusi terbuka dan komprehensif daripada sekedar mengajukan pertanyaan-pertanyaan guna mencoba mendapatkan respons partisipan. Untuk sebuah area produk baru, moderator kelompok tersebut memfokuskan diskusi kelompok, baik dalam gaya yang direktif maupun nondirektif. Kelompok yang terdiri atas 8 sampai 14 partisipan distimulasi oleh komentar-komentar dari anggota-anggota kelompok lain dalam mengonsepkan dan mengembangkan sebuah ide produk baru secara kreatif untuk memenuhi kebutuhan pasar.

Tukar Pikiran

Metode ini memungkinkan distimulasinya orang-orang agar memperlihatkan kreativitas yang lebih baik melalui pertemuan dengan orang lain dan partisipasi dalam pengalaman-pengalaman kelompok yang terorganisasi. Walaupun sebagian besar ide tersebut dihasilkan dari kelompok yang tidak mempunyai dasar untuk pengembangan lebih lanjut, sebuah ide yang bagus terkadang dapat muncul.

Analisis Kumpulan Masalah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Metode ini menggunakan individu-individu dalam cara yang sejalan dengan kelompok-kelompok fokus untuk menghasilkan ide-ide produk baru. Tetapi selain menghasilkan ide-ide baru, pelanggan diberi sebuah daftar masalah dalam kategori produk umum. Kemudian pelanggan diminta untuk mengidentifikasi dan mendiskusikan produk-produk yang memiliki masalah khusus dalam kategori tersebut. Seringkali metode ini sangat efektif karena lebih mudah menghubungkan produk-produk yang dikenal dengan masalah-masalah yang diajukan dan menghasilkan ide produk baru bila dibandingkan dengan hanya menghasilkan sebuah ide produk yang sama sekali baru. Analisis kumpulan masalah juga dapat digunakan untuk menguji sebuah ide produk baru.[3]

Dengan membuka usaha atau berwirausaha, harga diri seseorang tidak turun tetapi sebaliknya meningkat, dari sisi penghasilan memiliki usaha sendiri jelas dapat memberikan penghasilan yang lebih baik dibandingkan menjadi pegawai. Biasanya para wirausaha selalu memiliki ide yang begitu banyak untuk menjalankan kegiatan usahanya. Telinga, mulut, dan mata selalu meberikan inspirasi untuk menangkap setiap peluang yang ada, terpikir melihat atau mendengar sesuatu selalu menjadi ide untuk dijual. Motifasi untuk maju dan semakin besar akan selalu melekat dalam hati seorang pangusaha.

Sebagian besar rakyatt Indonesia memeluk agama Islam, tetapi tidak banyak yang memahami ajaran agama Islam yang berkaitan dengan pekerjaan di bidang bisnis. Dalam agama Islam sangat dicontohkan pada masa Rasulullah di Mekkah. Beliau memberikan secara jelas dan tegas tentang aplikasi yang dikerjakan Rasulullah.

Pada suatu kali Rasulullah Saw. Menjelaskan tentang bagaimana memperoleh rizki dengan pekerjaannya. Seorang yang bekeja dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang bersih adalah merupakan perkerjaan yang

[3] Robert D. Hisrich, Michael P.Peters, "*Entrepreneurship*", hal 186, 2008

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sangat baik (HR. Al-Bazzar) [4]. Ini hal yang menjadi fakus dan garis bawah tentang apa yang terbaik dalam mendapatkan rizki.

Jual beli yang bersih merupakan dari kegiatan profesi bisnis yang sangat baik. Dikuatkan lagi oleh para ulama yang sepakat tentang kebaikan pekerjaan dagang (jual beli). Karena perkara jual beli yang baik dan benar telah dicontohkan pada masa zaman Nabi. Dengan hal ini maka jual beli yang baik bisa mengambil contoh pada masa Rasulullah. Rasulullah menjadi model cara berbisinis yang baik.

Dalam hadits lain Rasulullah bersabda pedagang yang jujur lagi terpercaya adalah bersama-sama para Nabi, orang Shodiqin, dan para Syuhada. (HR.Tirmidzi dan Hakim) Seiring perubahan zaman yang semakin berkembang diikuti juga sulitnya kita menyambung hidup dalam menapang roda ekonomi. Dalam perkembangan kehidupan bermasyarakat akan selalu diikuti oleh tiga hal perkembangan yaitu: kebutuhan hidup, ekonomi dan kependudukan. Kehiduapan hidup semakin berkembang seiring pola-pola kehidupan manusia yang juga berubah. Pertumbuhan ekonomi diikuti pertumbuhan kelompok pekerja dan kelompok jabatan. Lajunya pertumbuhan penduduk juga memebentuk pola-pola kehidupan manusia baru.

Manusia merupakan individu-individu yang ingin berkembang dan mempunyai cita-cita ingin dapat hidup bahagia serta berkecukupan dan semua diperoleh dengan mudah. Untuk memperoleh semua hal yang diinginkan akan sulit dipenuhi apabila manusia hanya berprofesi sebagai pegawai. Ritme kerja harus menyesuaikan antara pimpinan, teman dan kondisi kantor. Potensi diri yang kuat sulit berkembang. Langkah yang paling tepat dan cepat untuk memunuhi keinginan dan kebutuhan adalah dengan caara mengembangkan

[4] Ide diambil dalam http://abdul-rossi.blogspot.com/2011/03/wirausaha-dalam-islam-ide-dan-peluang.html

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

potessi diri dan mampu menentukan apa yang ingin dilakukan. Hal tersebut akan mampu dijawab dengan langkan menjadi wirausaha.

Menemukan ide bisnis merupakan anugrah yang tidak terhingga karena dalam realitasnya tidak gampang menemukan ide bisnis. Namun jika ide hanya sebatas bayang-bayang, maka tetap tidak akan bisa merealisasikannya dalam bisnis yang nyata. Terkadang ide yang tidak kita realisir justru sudah dicoba lebih dahulu oleh orang lain. Dalam konteks ini, sebenarnya untuk membuat bisnis atau usaha memang dibutuhkan ide, hanya saja karena kita kaya ide, namun miskin keberanian untuk mencobanya, maka yang berkembang adalah idenya, sedang bisnisnya nol. Itulah modal awal kita yaitu keberanian dalam memulai berwirausaha. Dengan keberanian kita dapat berpikir luas sehingga kalau sudah terpikir akan ada rintangan yang menghadang dengan keberaniaan itu rintangan tersebut akan dirubah menjadi suatu tantangan dalam berwirausaha dan akhirnya terbentuklah jiwa interpreneur. Terwujudnya suatu ide agar terealisasi dibutuhkan suatu rencana. Karena dalam teorinya, bisnis sekecil apapun tetap memerlukan perencanaan untuk dapat merealisasikan ide bisnis yang lebih matang. Tujuan membuat rencana bisnis adalah untuk memastikan jalannya operasi bisnis yang tepat dan memberikan dorongan pada rencana-rencara departemen atau devisi. Dalam perspektif Philip Kotler, ada bebera prosedur standar untuk dapat merealisasikan ide bisnis yang benar dalam bentuk rencana bisnis yaitu: pembangkitan gagasan, penyaringan, pengembangan dan pengujian konsep, strategi pemasaran, analisis bisnis atau usaha, pengembangan produk, pegujian pasar, komersialisas. Dengan kata lain, rencana bisnis untuk merealisasikan ide memang menjadi hal yang sangat penting dalam bisnis. Karena titik awal keberhasilan seorang wirausahawan berawal dari penggalian ide bisnis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Merebaknya peluang usaha dan peluang bisnis di media internet tentunya bisa menjadi alternatif di dalam mencari rezeki-rejeki Allah selain dengan menjadi pegawai atau karyawan, karena Rosulullah Nabi Muhammad SAW adalah seorang entrepreneur sejati. Untuk memulai suatu usaha dan bisnis harus dimulai dari sekarang disaat masih menjadi karyawan atau pegawai. Bukan nanti setelah pensiun baru memulai bisnis dan usaha, dalam artian jangan sampai uang pensiun atau uang pesangon dijadikan sebagai modal awal untuk memulai sebuah usaha dan bisnis. Uang pensiun atau uang pesangon tersebut di tengah jalan pasti akan habis bila dijadikan modal awal untuk memulai sebuah bisnis dan usaha, dimana idealnya uang pensiun atau uang pesangon tersebut sebagai modal tambahan untuk mengembangkan usaha dan bisnis, bukan untuk modal awal di dalam memulai atau pun mengawali sebuah bisnis dan usaha.

Karena bagaimana pun di dalam memulai dan menjalankan usaha dan bisnis itu tidak sedikit kendala dan permasalahan yang akan dihadapi yang tidak hanya menyita waktu, tenaga dan pikiran. Tetapi juga uang sebagai modal usaha dan bisnis. Soal nantinya bisnis dan usaha tersebut berkembang menjadi semakin besar dan bisa menjadi sandaran keuangan dan ekonomi rumah tangga dan keluarga sekaligus sudah membantu pemerintah dan negara di dalam membuka lapangan pekerjaan baru untuk yang lain. Secara parsial di dalam perusahaan akan terjadi proses regenerasi dengan membuka lowongan kerja untuk perekrutan karyawan baru tentunya. Karena bagaimana pun suatu perusahaan atau organisasi apabila tidak ada regenerasi pasti lambat laun akan mati. Regenerasi tidak hanya sekedar untuk penyegaran saja tetapi juga bagian dari inovasi perusahaan atau organisasi untuk menumbuhkan dan menciptakan ide-ide baru dalam sebuah produktifitas kerja.

Kembali kepada peluang usaha dan peluang bisnis, di media internet banyak sekali ragam peluang usaha dan peluang bisnis yang ditawarkan yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

disertai dengan testimoni. Tetapi yang perlu diperhatikan di dalam melihat peluang usaha dan peluang bisnis jangan hanya karena ikut-ikutan. Karena belum tentu kesuksesan dan keberhasilan seseorang dalam bidang bisnis dan usaha tertentu kita juga bisa sukses dan berhasil terhadap bisnis tersebut.

Salah satu ciri khas masyarakat kita, apabila ada orang lain entah saudara, tetangga atau teman yang sukses dalam bidang bisnis dan usaha tertentu maka mereka akan ikut-ikutan dengan bisnis dan usaha yang sama. Bukannya kesuksesan dan keberhasilan yang di dapat tetapi justru kegagalan yang diperoleh. Dalam usaha dan bisnis jangan sampai menjadi follower atau pengikut-pengekor. Karena hidup adalah pilihan dengan berbagai pilihan yang harus disertai dengan perjuangan, karena hidup adalah perjuangan juga.

Lantas bagaimana untuk menemukan peluang usaha dan peluang bisnis yang cocok dan mendatangkan rezeki-rejeki yang berkah dan berkesinambungan? Apakah cukup hanya ikhtiar lahir dengan mencari informasi kesana kemari dan mengikuti workshop dan pelatihan kewirausahaan saja?. Sudah banyak orang sebagai bukti nyata menjadi korban sebuah usaha dan bisnis yang gagal, dan berujung dengan dikejar-kejar juru tagih dan *debt collector* atau teman untuk menagih hutang. Semua itu hanya karena berbekal modal nekat, modal ikut-ikutan dan modal keyakinan pasti sukses dan berhasil. Memang pada akhirnya bisa sukses dan berhasil dikejar hutang yang harus dilunasi tetapi bisnis dan usahanya sendiri tidak sukses dan berhasil. Dalam hal ini sekali lagi jangan tinggalkan ikhtiar batin yang mencakup semua bidang kehidupan apa pun. Termasuk untuk mencari dan menemukan peluang usaha dan peluang bisnis yang cocok dan yang bisa memberikan rezeki-rejeki yang berkah secara berkesinambungan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam Alquran telah diajarkan kepada kita untuk selalu berusaha dan berdoa misalnya dengan mengerjakan shalat istikharah dengan Riyadhoh Ayat Kursi. Riyadhoh Ayat Kursi ini tidak hanya sebagai sarana istikharah untuk mencari jodoh dan mencari lowongan kerja tetapi bisa juga sebagai sarana untuk mencari dan mendapatkan peluang usaha dan peluang bisnis yang cocok dan yang bisa memberikan rezeki-rejeki yang berkah secara berkesinambungan. Karena dibalik kesuksesan dan keberhasilan selalu ada aspek spiritual berupa ikhtiar batin yang menyertainya. Termasuk dalam hal mencari dan menemukan peluang usaha dan peluaang

Bunyi Ayat kursi sebagai berikut:

ٱللَّهُ لَآ إِلَٰهَ إِلَّا هُوَ ٱلۡحَيُّ ٱلۡقَيُّومُۚ لَا تَأۡخُذُهُۥ سِنَةٞ وَلَا نَوۡمٞۚ لَّهُۥ مَا فِي
ٱلسَّمَٰوَٰتِ وَمَا فِي ٱلۡأَرۡضِۗ مَن ذَا ٱلَّذِي يَشۡفَعُ عِندَهُۥٓ إِلَّا بِإِذۡنِهِۦۚ يَعۡلَمُ
مَا بَيۡنَ أَيۡدِيهِمۡ وَمَا خَلۡفَهُمۡۖ وَلَا يُحِيطُونَ بِشَيۡءٖ مِّنۡ عِلۡمِهِۦٓ إِلَّا بِمَا شَآءَۚ
وَسِعَ كُرۡسِيُّهُ ٱلسَّمَٰوَٰتِ وَٱلۡأَرۡضَۖ وَلَا يَـُٔودُهُۥ حِفۡظُهُمَاۚ وَهُوَ ٱلۡعَلِيُّ
ٱلۡعَظِيمُ ٢٥٥

Yang artinya: *Allah, tidak ada yang benar disembah hanya Dia yang Hidup dan Maha Kaya, tidak pernah ditimpa mengantuk dan tidak pernah tidor, bagin Nya sesuatu yang ada di langit dan di bumi, tidak ada yag boleh membri syafaat kecuali denga izin Nya. Ia maha mengetahui segala apa yang terjadi di hadapan mereka dan dibelakang mereka. Tidaklah mereka meliputi ilmunya*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sedikit jua kecuali yang dikehendakki Nya. Lebih luas kerusinya darilangit dam bumi. Tidak susah bagi Nya memelihara keduanya. Ia maha Tinggi dan maha Besar.

Ayat Kursi diturunkan pada suatu malam selepas Hijrah. Menurut riwayat, ketika ayat kursi diturunkan disertai dengan beribu-ribu malaikat sebagai penghantarnya, kerana kebesaran dan kemuliaannya. Syaitan dan Iblis menjadi gempar kerana adanya suatu alamat yang menjadi perintang dalam perjuangan nya. Rasulallah Saw segera memerintah kepada penulis Alquran yaitu Zaid bin Thabit agar segera menulisnya dan menyebarkannya. Ada terdapat sembilan puluh lima buah hadis yang menjelaskan fazilat ayat kursi. Sebabnya ayat ini disebut ayat Kursi kerana di dalam nya terdapat perkataan Kursi artinya tempat duduk yang megah lagi yang mempunyai martabat. Perlu di ingat, bukan yang di maksudkan dengan Kursi ini tempat duduk tuhan, tetapi adalah Kursi itu syiar atas kebesaran Tuhan.[5]

Khasiat ayat kursi dalam bidang berwirausaha, adalah:

1. Siapa yang membaca ayat Kursi dengan istikamah setiap kali selesai sembahyang fardhu, setiap pagi dan petang, setiap kali masuk kerumah atau kepasar, setiap kali masuk ke tempat tidur dan musafir, insyaallah akan diamankan dari godaan syaitan dan kejahatan raja-raja (pemerintah) yang kejam, diselamatkan dari kejahatan manusia dan kejahatan binatang yang memudharatkan. Terpelihara dirinya dann keluarganya, anak-anak nya, hartanya, rumahnya dari kecurian, kebakaran dan kekaraman.
2. Terdapat keterangan dalam kitab Assarul Mufidah, barang siapa yang mengamalkan membaca ayat kursi, setiap kali membaca sebanyak 18

[5] Dikutip dari http://junjungan.wordpress.com/khasiat-ayat-kursi/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kali, inyaallah ia akan hidup berjiwa tauhid, dibukakan dada dengan berbagai hikmat, dimudahkan rezekinya, dinaikkan martabatnya, diberikan kepadanya pengaruh sehingga orang selalu segan kepadanya, diperlihara dari segala bencana dengan izin Allah s.w.t.

3. Salah seorang ulama Hindi mendengar dari salah seorang guru besarnya dari Abi Lababah r.a, membaca ayat Kursi sebanyak anggota sujud (7 kali) setiap hari ada benteng pertahanan Rasulallah s.a.w.
4. Syeikh Abul ‘Abas alBunni menerangkan: “Siapa membaca ayat Kursi sebanyak hitungan kata-katanya (50 kali), di tiupkan pada air hujan kemudian diminumnya, maka inysyaallah tuhan mencerdaskan akalnya dan memudahkan faham pada pelajaran yang dipelajari.
5. Siapa yang membaca ayat Kursi setelah sembahyang fardhu, Tuhan akan mengampunkan dosanya. Sesiapa yang membacanya ketika hendak tidur, terpelihara dari gangguan syaitan, dan siapa yang membacanya ketika ia marah, maka akan hilang rasa marahnya.
6. Syeikh alBuni menerangkan: siapa yang membaca ayat Kursi sebanyak hitungan hurufnya (170 huruf), maka insyaallah, Tuhan akan memberi pertolongan dalam segala hal dan menunaikan segala hajatnya, dam melapangkan fikiranyan, diluluskan rezekinya, dihilangkan kedukaannya dan diberikan apa yang dituntutnya.
7. Barang siapa membaca ayat Kursi ketika hendak tidur, maka Tuhan mewakilkan dua malaikat yang menjaga selama tidurnya sampai pagi.
8. Abdurahman bin Auf menerangkan bahawa, ia apabila masuk kerumahnya dibaca ayat Kursi pada empat penjuru rumahnya dan mengharapkan dengan itu menjadi penjaga dan pelindung syaitan.
9. Syeikh Buni menerangkan: sesiapa yang takut terhadap serangan musuh hendaklah ia membuat garis lingkaran denga nisyarat nafas sambil membaca ayat Kuris. Kemudian ia masuk bersama jamaahnya kedalam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

garis lingkaran tersebut menghadap kearah musuh, sambil membaca ayat Kursi sebayak 50 kali, atau sebanayk 170 kali, insyaallah musuh tidak akan melihatnya dan tidak akan memudharatkannya.

10. Syeikul Kabir Muhyiddin Ibnul Arabi menerangkan bahawa; sesiapa yang membaca ayat Kursi sebayak 1000 kali dalam sehari semalam selama 40 hari, maka demi Allah, demi Rasul, demi Alquran yang mulia, Tuhan akan membukakan baginya pandangan rohani, dihasilkan yang dimaksud dan diberi pengaruh kepada manusia. (dari kitab Khawasul Quran). [6]

Rangkuman

Dari berbagai paparan di atas, maka pada bagian ini dapat dikerucutkan dalam beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Dalam menumbuhkan ide berwirausaha dapat dimulai dari melihat dan meneliti dari ide wirausaha yang sudah ada dan berjalan masyarakat.
2. Dalam menemukan ide baru dalam berwirausaha dapat dilaksanakan dengan cara mengetahui dari konsumen, wirausaha produk dan jasa yang sudah ada, pemerintah, saluran distribusi dan penelitian dan pengembangan.
3. Metode mendapatkan ide berwirausaha dengan cara fokus diskusi dengan kelompok, bertukar pikiran dengan anggota kelompok dan analisis kelompok masalah.

Latihan

Jawablah pertanyaan-pertanyaan di bawah ini!

1. Jelaskan pengetian dari menumbuhkan ide berwirausaha?
2. Jelaskan cara mengetahui dan menemukan ide berwirausaha?

[6] Dikutip dari http://junjungan.wordpress.com/khasiat-ayat-kursi/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Jelaskan metode apa saja yang dpat digunakan untuk menemukan ide berwirausaha?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Paket 05
MENGENAL DAN MEMBACA PASAR

Pendahuluan

Dalam membaca pasar ini banyak sekali hal yang perlu diperhatikan. Khususnya pada era modern seperti saat ini, untuk dapat bersaing. Maka perusahaan tidak hanya memperhatikan pencapaian keuntungan yang sebesar-besarnya. Akan tetapi hal yang Iebih penting dari sebuah nilai keuntungan adalah kepuasan pelanggan. Kedua hal ini tidak dapat diabaikan oleh perusahaan Hal ini terkait dengan hubungan perusahaan dengan pihak pihak yang mempengaruhi kinerja dari perusahaan, baik faktor internal maupun faktor ekstemal perusahaan. Untuk mampu mengetahui hal tersebut perlu dilakukan analisa pasar agar sesuai antara penawaran perusahaan dan permintaan konsumen.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi Dasar

Kemampuan dan kecakapan memahami menjelaskan bagaimana tentang membaca pasar.

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan mampu:

1. Menjelaskan pengertian pengertian pasar
2. Menjelaskan faktor yang mempengaruhi permintaan.
3. Memahami level devinisi pasar
4. Memahami segmentasi targeting dan positioning
5. Memahami Strategi Pasar

Waktu

3x50 menit

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Materi Pokok

Mengenal dan Membaca Pasar

1. Pengertian pasar
2. Segmentasi pasar
3. Strategi pasar

Langkah-langkah Perkuliahan

Kegiatan Awal (10 menit)

1. Menjelaskan kompetensi dasar
2. Menjelaskan indikator
3. Penjelasan langkah kegiatan perkuliahan paket ini
4. Brainstorming dengan memberikan arahan apa yang akan dikerjakan

Kegiatan Inti (120 menit)

1. Mahasiswa dibagai dalam 6 kelompok
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema:
   a. Kelompok 1- 3 mengunjungi pasar tradisional
   b. Kelompok 4-6 mengunjungi pasar modern

Lembar Kegiatan Mahasiswa

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami tentang konsep pasar dan mempelajari detail kelebihan dan kekurangannya.

Bahan dan alat

Buku bacaan keterkaitan dengan pengenalan kewirausahaan, Lembar kegiatan.

Langkah-langkah kegiatan

1. Masing-masing kelompok membaca materi berkaitan dengan pasar
2. Setiap kelompok mendatangai konsep pasar yang dipilih.
3. Setiap kelompok membuat analisa dengan melihat kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman sebuah usaha di pasar.
4. Mencatat semua hasil pengamatan dalam betuk tulisan bentuk word dan power point.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Buat analisa sehingga ditemukan saran atau jalan keluar dari sebuah permasalahan yang ada di lapangan.

Tabel kerja Mahasiswa

No	Kekuatan	Kelemahan	Kesempatan	Ancaman	Saran

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Uraian Materi

MENGENAL DAN MEMBACA PASAR

REPUBLIKA.CO.ID, JAKARTA -- Indeks harga saham gabungan (IHSG) di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada Jumat (9/5) pagi dibuka naik sebesar 14,39 poin seiring dengan sebagian bursa saham di kawasan Asia. IHSG BEI dibuka naik 14,39 poin atau 0,30 persen menjadi 4.875,28. Sedangkan indeks 45 saham unggulan (LQ45) menguat 3,09 poin (0,38 persen) ke level 824,66.

Analis PT Anugerah Sekurindo Indah, Bertoni Rio di Jakarta, Jumat (9/5), mengatakan bahwa menguatnya beberapa bursa saham acuan di kawasan Asia yang menguat menjadi salah satu pendorong indeks BEI kembali berada di area positif di tengah minimnya sentimen positif baru di dalam negeri. Menurut dia, saat ini pelaku pasar saham domestik sedang menanti hasil pengumuman rekapitulasi Pemilu Legislatif oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU). "Diharapkan sentimen pengumuman hasil KPU memberikan sentimen positif terhadap pergerakan indeks BEI pada akhir pekan ini. IHSG BEI diperkirakan bergerak di kisaran 4.816-4.910 poin," kata dia.

Sementara itu, Tim Analis Mandiri Sekuritas dalam kajiannya mengemukakan bahwa investor juga sedang menunggu pengumuman calon wakil presiden partai pemenang pemilu. Sedangkan dari sisi teknikal, lanjutnya, IHSG BEI berpotensi menguat dan menembus level psikologis 4.900 poin. Hari ini indeks BEI akan menguji level batas atas terdekat di 4.916 poin. Bursa regional, di antaranya indeks Bursa Hang Seng menguat 0,08 poin (0,00 persen) ke level 21.837,20, indeks Nikkei naik 79,56 poin (0,56 persen) ke level 14.242,78 dan Straits Times menguat 3,02 poin (0,09 persen) ke posisi 3.250,85.

http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/14/05/09/n5adyd-analis-pelaku-pasar-saham-menunggu-hasil-rekapitulasi-suara

Pengertian Pasar

Definisi pasar secara umum sering diartikan tempat permintaan dan penawaran bertemu dalam hal ini condong ke arah pasar tradisional. Sedang pengertian yang lain adalah proses transaksi antara penawaran dan permintaan, dalam hal ini condong ke arah pasar modern.

Istilah pasar menurut Stanton, et al, 1994 mendefinisikan sebagai tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, barang atau jasa yang ditawarkan untuk dijual, dan terjadi perpindahan kepemilikan. Selain itu ada pula yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menyatakan bahwa pasar adalah permintaan yang dibuat oleh sekelompok pembeli potensial terhadap suatu barang.[1]

Definisi lain tentang pasar adalah :

1. Pasar merupakan kumpulan dari orang atau organisasi yang mempunyai keinginan dan kebutuhan yang berbeda dan didalamnya terjadi pertukaran barang.
2. Pasar merupakan tempat potensial untuk tukar menukar produk antara penjual dan pembeli.

Pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur di mana usaha menjual barang, jasa dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang. Barang dan jasa yang dijual menggunakan alat pembayaran yang sah. Kegiatan ini merupakan bagian dari perekonomian. Ini adalah pengaturan yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk item pertukaran. Persaingan sangat penting dalam pasar, dan memisahkan pasar dari perdagangan. Dua orang mungkin melakukan perdagangan, tetapi dibutuhkan setidaknya tiga orang untuk memiliki pasar, sehingga ada persaingan pada setidaknya satu dari dua belah pihak. Pasar bervariasi dalam ukuran, jangkauan, skala geografis, lokasi jenis dan berbagai komunitas manusia, serta jenis barang dan jasa yang diperdagangkan.

Definisi yang lain dari pasar adalah bahwa transaksi jual beli yang tidak harus bertemu dalam sutau lokasi yang sama. Transaksi cukup dengan mempergunakan media elektronik yang modern seperti email, faxsimile, telepon dan sarana prasarana telekomunikasi modern.[2]

Dalam ilmu ekonomi mainstream, konsep pasar adalah setiap struktur yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk menukar jenis barang, jasa dan informasi. Pertukaran barang atau jasa untuk uang adalah transaksi. Pasar

---

[1]Fandy Tjiptono, strategi pemasaran, yogyakarta : CV. Andi Offset, 2008.
[2] Kasmir, Kewirausahaan, Jakarta: Rajawali Perss, 2013, hal 170.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

peserta terdiri dari semua pembeli dan penjual yang baik yang memengaruhi harga nya. Pengaruh ini merupakan studi utama ekonomi dan telah melahirkan beberapa teori dan model tentang kekuatan pasar dasar penawaran dan permintaan. Ada dua peran di pasar, pembeli dan penjual. Pasar memfasilitasi perdagangan dan memungkinkan distribusi dan alokasi sumber daya dalam masyarakat. Pasar mengizinkan semua item yang diperdagangkan untuk dievaluasi dan harga. Sebuah pasar muncul lebih atau kurang spontan atau sengaja dibangun oleh interaksi manusia untuk memungkinkan pertukaran hak (kepemilikan) jasa dan barang.

Pengertian pengertian tersebut masih bersifat umum dan biasanya ditinjau dari sudut pandang ekonomika. Sedangkan pengertian yang lebih spesifik dan dari sudut pandang pemasaran adalah bahwa pasar terdiri atas semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan, keinginan tertentu yang mungkin bersedia dan sanggup untuk melibatkan diri dalam proses pertukaran guna memuaskan kebutuhan atau keinginan tersebut.[3]

Jenis-Jenis Pasar

Pasar dan pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan. Satu dengan yang lain saling tergantung. Karena dengan adanya pasar maka transaksi pemasaran akan terjadi. Sehingga menurut Philip Kothler pemasaran sering disebut suatu proses sosial managerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.[4]

Pasar dapat dibedakan berdasarkan tujuan pembeliannya menjadi dua macam yaitu pasar konsumen akhir dan pasar organisasional (pasar bisnis).

---

[3] Istilah kebutuhan dibedakan dengan keinginan. Kebutuhan (*needs*) merupakan suatu keadaan merasa tidak memiliki kepuasan dasar tertentu. Sedangkan *wants* adalah hasrat akan pemuas tertentu dari kebutuhan yang mendalam.
[4] Kasmir, hal 171.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pasar konsumen akhir terdiri atas setiap individu dan rumah tangga yang tujuan pembeliannya adalah untuk memenuhi kebutuhan sendiri atau untuk dikonsumsi langsung. Sedangkan pasar bisnis adalah masih berputar kembali dalam dunia usaha dan tidak langsung dikonsumsi. Dengan kata lain pasar organisasional atau sering disebut pula pasar antara (pasar Produsen) terdiri atas organisasi, pemakai industri, pemerintah, dan lembaga non profit yang tujuan pembeliannnya adalah untuk diproses lebih lanjut hingga menjadi produk akhir, dijual kembali, disewakan atau dipasok kepada pihak lain baik untuk kepentingan meraih laba ataupun untuk meningkatkan kesejaheraan anggotanya. Ciri-ciri utama pasar bisnis yang membedakannya dari pasar konsumen meliputi

1. Jumlah pembelinya lebih sedikit daripada pasar konsumen
2. Volume pembeliaannya umumnya jauh lebih besar daripada kosumen
3. Hubungan peemasok dan pelanggan lebih dekat dan akrab
4. Pembeli biasanya terpusat secara geohrafis
5. Permintaan bersifat permintaan turunan
6. Permintaan tidak elastis
7. Permintaan bergejolak
8. Pembelian dilakukan secara profesional
9. Orang yang mempengaruhi keputusan pembelian pasar bisnis lebih banyak daripada pasar konsumen.
10. Ciri-ciri lain yang sering dilakukan secara langsung dari pabrik.[5]

Sedangkan menurut kasmir jenis pasar terdiri dari empat yaitu pasar konsumen, pasar industrial, pasar reseller, dan pasar pemerintah. Pasar konsumen adalah transaksi yang yang terjadi untuk konsumsi sendiri. Pasar industrial adalah diolah kembali untuk menghasilkan barang dan jasa. Pasar reseller adalah melakukan penjualan kembali dan pasar pemerintah adalah unit

[5] Fandy Tjiptono hal 62

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemerintah yang menbeli atau menyewa untuk melaksanakan fungsi utama pemerintahan.[6]

Ukuran pasar tergantung pada jumlah pembeli yang berada dalam pasar tersebut. Pembeli potensial memiliki tiga karakteristik pokok, yaitu mempunyai minat penghasilan, dan akses. Berdasarkan karakteristik ini, ada lima level definisi faktor :

1. Melalui analisis pasar, perlu diidentifikasi peran setiap orang Pasar potensial (*potential market*) yaitu sekumpulan konsumen yang memiliki tingkat minat tertentu terhadap penawaran pasar tertentu. Misalnya semua orang yang menyatakan berminat untuk membeli sebuah sepeda motor
2. Pasar yang tersedia (*available market*) yaitu sekumpulan konsumen yang memiliki minat, penghasilan dan akses pada penawaran pasar tertentu. Dalam pasar yang tersedia konsumen juga memiliki kemampuan (daya beli) untuk membeli sepeda motor.
3. Pasar tersedia yang memenuhi syarat (*qualified available market)* yaitu kumpulan konsumen yang memiliki minat, penghasilan, akses dan kualifikasi motor kepada orang yang belum berusia 17 tahun.
4. Pasar yang dilayani (*served market atau target market)* yaitu bagian dari *qualified available market* yang ingin dimasuki perusahaan.
5. Pasar penetrasi (*penetrated market)*, yaitu sekumpulan konsumen yang benar-benar telah membeli produk.

Dalam pengambilan keputusan, kriteria pembelian mereka, dan pengaruh mereka terhadap pembelian. Hal ini sangat penting karena mempunyai implikasi dalam merancang produk, menentukan pesan-pesan komunikasi dan mengalokasikan anggaran promosi.

[6] Ibid 172.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ada berbagai macam jenis pasar yang ada di Indonesia, jika diperhatikan secara garis besar pasar dapat dibedakan menjadi 2, yaitu:

1. Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar seperti ini masih banyak ditemukan di Indonesia, dan umumnya terletak dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar. Beberapa pasar tradisional yang "legendaris" antara lain adalah pasar Beringharjo di Yogyakarta, pasar Klewer di Solo, pasar Johar di Semarang. Pasar tradisional di seluruh Indonesia terus mencoba bertahan menghadapi serangan dari pasar modern.

2. Pasar Modern

Pasar modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransakasi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual, selain bahan makanan makanan seperti; buah, sayuran, daging; sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama. Contoh dari pasar modern adalah *hypermart*, pasar swalayan (*supermarket*), dan minimarket

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Suatu saat pasar membutuhkan penjual dan pembeli, suatu saat pasar juga dicari atau dikembangkan. Mencari, mengerti, mengembangkan, mengenali, dan membaca pasar merupakan suatu pengetahuan yang harus dikuasai dan merupakan suatu pengembangan dari petualangan dan pengalaman. Bagaimana cara untuk mengetahui tempat pasar? Ada beberapa hal yang harus diperhatikan diantaranya:

1. Apa spesifikasi barang yang mereka tawarkan?
2. Apakah standar pendidikan mereka?
3. Darimana pendapatan rata-rata mereka?
4. Apa budaya mereka?

Dalam hal lain untuk mendapat produk atau service serta melihat pasar yang baik, beberapa pertanyaan yang mungkin bisa dicermati adalah sebagai berikut:

1. Siapa yang akan membeli produk tersebut?
2. Dimana pelanggan yang bisa ditemui?
3. Apa yang akan mereka bayar?
4. Bagaimana menggambarkan produk yang akan dijual belikan?
5. Apa latar belakang pelanggan yang akan membeli barang tersebut?

Pada dasarnya, analisa pasar dilakukan untuk mengetahui seberapa besar potensi pasar yang bisa dimanfaatkan oleh pengusaha untuk mendapatkan keuntungan. Dengan bahasa yang lebih sederhana, fokus utama analisa ini adalah pasar dan peluang. Setiap pasar mempunyai peluang tersendiri dan peluang itu bisa bermanfaat hanya jika dimanfaatkan sebaik mungkin. Sebagian besar pengusaha pasti selalu tertarik dengan suatu konsep bisnis yang menawarkan peluang yang sangat besar. Namun, peluang tersebut tidak bisa dilihat sekilas karena peluang adalah sesuatu yang abstrak. Hanya dengan melakukan analisa yang komprehensif, pengusaha bisa menemukan peluang atau potensi tertentu dari suatu bisnis.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Analisa pasar dilakukan untuk menemukan peluang bisnis dan potensi yang bisa dimanfaatkan. Besarnya potensi tersebut bisa diukur dengan berbagai faktor, terutama keberterimaan suatu produk atau jasa di wilayah tertentu. Bisnis bisa berjalan selama masih ada konsumen yang mau membeli produk atau jasa tertentu untuk memenuhi kebutuhan mereka. Produk atau jasa keuangan disediakan oleh pebisnis untuk memenuhi kebutuhan ini.

Analisa pasar adalah faktor paling penting yang tidak boleh dilewatkan sebelum melakukan usaha tertentu. Hasil dari analisa tersebut akan sangat berguna untuk mengetahui seberapa besar potensi bisnis yang ada dan berapa lama suatu bisnis bisa bertahan. Potensi ditentukan dari berbagai faktor seperti jumlah konsumen yang mungkin berminat terhadap produk atau jasa keuangan tertentu, gaya hidup, dan kebutuhan mereka. Daerah dengan kepadatan penduduk yang sangat banyak mempunyai potensi bisnis yang luar biasa. Kota-kota besar selalu menjadi tempat yang ramai karena adanya perputaran uang yang terus berjalan setiap hari.

Gaya hidup juga bisa menjadi potensi tersendiri yang bisa dimanfaatkan. Gaya hidup memang disesuaikan dengan karakteristik atau kepribadian setiap individu, dan setiap orang mempunyai standar tersendiri. Mereka juga lebih tertarik membeli produk atau jasa tertentu untuk memenuhi gaya hidup, meskipun produk tersebut belum tentu berguna. Pebisnis juga bisa memanfaatkan kebutuhan hidup sebagai peluang bisnis. Kebutuhan jauh lebih penting daripada gaya hidup dan setiap orang rata-rata mempunyai kebutuhan yang sama.

Ada banyak hal yang perlu dipikirkan dalam melalukan analisa pasar terkait dengan seluruh komponen yang ada di dalam pasar itu sendiri. Nah karena banyaknya komponen dan subkomponen dalam suatu pasar, cara segemntasi pasar merupakan jalan yang tepat untuk mengelompokkan setiap komponen berdasarkan kesamaan ciri dan kecocokan dengan jenis produk atau

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jasa keuangan yang Anda tawarkan. Segementasi pasar akan membantu Anda melakukan analisa pasar untuk menemukan pasar yang sesuai dengan bisnis Anda.

Kenapa semua produk dan jasa membutuhkan segmentasi meskipun sudah sangat terkenal dan memiliki daerah penjualan yang luas? Karena Anda bukan Coca Cola yang produknya disukai semua orang hampir di seluruh dunia. Jangan Anda pikir perusahaan sekelas Mercedes dan Ferrari tidak membutuhkan segementasi pasar. Pada kenyataannya semua usaha membutuhkan analisa segemntasi pasar baik untuk pembukaan (awal) usaha dan perluasan usaha, Coca Cola pun awalnya juga membentuk pasanya sendiri sampai pada akirnya bisa diterima diseluruh lapisan, jenis, dan wilayah masyarakat tanpa memandang usia, gender, dan ras.

Ada empat macam tipe utama yang dilakukan dalam segmentasi pasar.

1. Faktor letak geografis atau tempat tinggal.

   Misalnya Anda akan memulai bisnis di Jakarta maka sangat penting untuk melakukan analisa dan observasi criteria wilayah dan kosuman diwilayan tersebut.

2. Faktor demografi konsumen.

   Anda harus mengklasifikasikan apakah produk Anda khusus untuk wanita, pria, atau unisex, lalu Anda juga mencocokan dengan usia dan tingkat penghasilan.

3. Faktor psikis.

   Anda harus mencari tau alasan dan motivasi seseorang untuk berbelanja kategori produk/jasa Anda. Untuk mencari tahu bisa dilakukan survey dan observasi.

4. Melakukan analisa pasar secara langsung dengan terjun ke lapangan untuk melihat, mengamati, dan mengevaluasi prilaku konsumen dalam memakai suatu produk/jasa.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan untuk menganalisis pasar

1. *Fundamental Analysis* (Analisa Fundamental)

   Apa yang kita cari? Menurut saya, dengan analisa fundamental kita ingin tahu apakah profitibilitas perusahaan ini bisa tumbuh dan berkelanjutan. Bagaimana kita bisa tahu? Mungkin kita bisa mulai dari mencari tahu apakah industri di mana perusahaan itu beroperasi sedang berkembang. Kita juga ingin tahu apakah perusahaan itu memiliki keunggulan kompetitif dibanding saingan-saingannya. Lebih tinggi lagi, kita ingin tahu kemungkinan-kemungkinan akuisi suatu perusahaan oleh perusahaan lainnya. Efek dari analisa fundamental akan terasa di jangka menengah dan jangka panjang. Analisa fundamental tidak cukup hanya dari melihat P/E ratio.

2. *Strategic Analysis* (Analisa Strategis)

   Di sini, kita tertarik untuk melihat trend-trend ekonomi, sosial, politik, dan demografis dari suatu daerah, negara, kawasan, dan dunia. Pasar modal tidak hidup sendiri. Dia saling terkait dengan sendi-sendi lain suatu peradaban. Contoh pertanyaan-pertanyaan berikut termasuk bagian analisa strategis:

   a. Apa yang akan terjadi jika Cina menginvasi Taiwan? Apa efeknya ke pasar Hong Kong, Taiwan, Singapura, Jepang, dll? Apa yang akan terjadi dengan Yuan, Hong Kong Dollar, Yen, Emas, Euro, dll?
   b. Apa efek dari trend outsourcing ke India?
   c. Apa efek dari trend pemanasan global? Minggu lalu saya membaca artikel di Newsweek bahwa negara-negara bagian utara malah diuntungkan dari pemanasan global, sedangkan negara-negara tropis dirugikan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Apa efeknya jika rating SBY-JK turun drastis. Apa efeknya jika SBY terpilih kembali.

Analisa strategis bukanlah hal yang mudah. Banyak faktor-faktor yang bermain. Apalagi faktor-factor itu bersifat dinamis. Pada dasarnya, analisa pasar dilakukan untuk mengetahui seberapa besar potensi pasar yang bisa dimanfaatkan oleh pengusaha untuk mendapatkan keuntungan. Dengan bahasa yang lebih sederhana, fokus utama analisa ini adalah pasar dan peluang. Setiap pasar mempunyai peluang tersendiri dan peluang itu bisa bermanfaat hanya jika dimanfaatkan sebaik mungkin.

Sebagian besar pengusaha pasti selalu tertarik dengan suatu konsep bisnis yang menawarkan peluang yang sangat besar. Namun, peluang tersebut tidak bisa dilihat sekilas karena peluang adalah sesuatu yang abstrak. Hanya dengan melakukan analisa yang komprehensif, pengusaha bisa menemukan peluang atau potensi tertentu dari suatu bisnis. **Analisa pasar** dilakukan untuk menemukan peluang bisnis dan potensi yang bisa dimanfaatkan. Besarnya potensi tersebut bisa diukur dengan berbagai faktor, terutama keberterimaan suatu produk atau jasa di wilayah tertentu. Bisnis bisa berjalan selama masih ada konsumen yang mau membeli produk atau jasa tertentu untuk memenuhi kebutuhan mereka. Produk atau jasa keuangan disediakan oleh pebisnis untuk memenuhi kebutuhan ini. *Analisa pasar* adalah faktor paling penting yang tidak boleh dilewatkan sebelum melakukan usaha tertentu. Hasil dari analisa tersebut akan sangat berguna untuk mengetahui seberapa besar potensi bisnis yang ada dan berapa lama suatu bisnis bisa bertahan. Potensi ditentukan dari berbagai faktor seperti jumlah konsumen yang mungkin berminat terhadap produk atau jasa keuangan tertentu, gaya hidup, dan kebutuhan mereka. Daerah dengan kepadatan penduduk yang sangat banyak mempunyai potensi bisnis yang luar biasa. Kota-kota besar selalu menjadi tempat yang ramai karena adanya perputaran uang yang terus berjalan setiap hari. Selain itu, pebisnis bisa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memanfaatkan peluang yang besar ini untuk menawarkan produk atau jasa, tetapi mereka harus siap menghadapi persaingan pasar yang cukup ketat. Gaya hidup juga bisa menjadi potensi tersendiri yang bisa dimanfaatkan. Gaya hidup memang disesuaikan dengan karakteristik atau kepribadian setiap individu, dan setiap orang mempunyai standar tersendiri. Mereka juga lebih tertarik membeli produk atau jasa tertentu untuk memenuhi gaya hidup, meskipun produk tersebut belum tentu berguna. Pebisnis juga bisa memanfaatkan kebutuhan hidup sebagai peluang bisnis. Kebutuhan jauh lebih penting daripada gaya hidup dan setiap orang rata-rata mempunyai kebutuhan yang sama.

Tujuan untuk menganalisa pasar diantaranya sebagai berikut:

1) Mengenal lingkungan pasar,
2) Mengenal tipe-tipe pasar
3) Mengetahui karakteristik pasar,
4) Menentukan keputusan yang tepat,
5) Menghadapi para pesaing,
6) Melaksanakan kebijakan dalam pemasaran
7) Membuat program dalam bidang pemasaran
8) Mengenal ciri-ciri pasar

Ekonomi Islam memandang bahwa pasar, negara, dan individu berada dalam keseimbangan *(iqtishad)*, tidak boleh ada *sub-ordinat,* sehingga salah satunya menjadi dominan dari yang lain. Pasar dijamin kebebasannya dalam Islam. Pasar bebas menentukan cara-cara produksi dan harga, tidak boleh ada gangguan yang mengakibatkan rusaknya keseimbangan pasar. Namun dalam kenyataannya sulit ditemukan pasar yang berjalan sendiri secara adil *(fair).* Distorasi pasar tetap sering terjadi, sehingga dapat merugikan para pihak.

Pasar yang dibiarkan berjalan sendiri (*laissez faire)*, tanpa ada yang mengontrol, ternyata telah menyebabkan penguasaan pasar sepihak oleh pemilik

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

modal *(capitalist)* penguasa infrastruktur dan pemilik informasi. *Asymetrik* informasi juga menjadi permasalahan yang tidak bisa diselesaikan oleh pasar. Negara dalam Islam mempunyai peran yangsama dengan pasar, tugasnya adalah mengatur dan mengawasi ekonomi, memastikan kompetisi di pasar berlangsung dengan sempurna, informasi yang merata dan keadilan ekonomi. Perannya sebagai pengatur tidak lantas menjadikannya dominan, sebab negara, sekali-kali tidak boleh mengganggu pasar yang berjalan seimbang, perannya hanya diperlukan ketika terjadi distorsi dalam sistem pasar.

Konsep makanisme pasar dalam Islam dapat dirujuk kepada hadits Rasululllah Saw sebagaimana disampaikan oleh Anas RA, sehubungan dengan adanya kenaikan harga-harga barang di Kota Madinah. Dengan hadis ini terlihat dengan jelas bahwa Islam jauh lebih dahulu (lebih 1160 tahun) mengajarkan konsep mekanisme pasar dari pada Adam Smith [7]. Dalam hadits tersebut diriwayatkan sebagai berikut yang artinya "Harga melambung pada zaman Rasulullah Saw. Orang-orang ketika itu mengajukan saran kepada Rasulullah dengan berkata: "ya Rasulullah hendaklah engkau menetukan harga". Rasulullah Saw. berkata:"Sesungguhnya Allah-lah yang menetukan harga, yang menahan dan melapangkan dan memberi rezeki. Sangat aku harapkan bahwa kelak aku menemui Allah dalam keadaan tidak seorang pun dari kamu menuntutku tentang kezaliman dalam darah maupun harta."

Inilah teori ekonomi Islam mengenai harga. Rasulullah Saw dalam hadis tersebut tidak menentukan harga. Ini menunjukkan bahwa ketentuan harga itu diserahkan kepada mekanisme pasar yang alamiah impersonal. Rasulullah menolak tawaran itu dan mengatakan bahwa harga di pasar tidak boleh ditetapkan, karena Allah-lah yang menentukannya. Sungguh menakjubkan, teori Nabi tentang harga dan pasar. Kekaguman ini dikarenakan, ucapan Nabi Saw

[7] Dikutip dari http://www.agustiantocentre.com/?p=1534

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

itu mengandung pengertian bahwa harga pasar itu sesuai dengan kehendak Allah yang *sunnatullah* atau hukum *supply* and *demand*

Mekanisme pasar menurut ilmuwan muslim klasik, merupakan kajian tentang mekanisme pasar telah banyak di bahas oleh para ulama klasik jauh sebelum para ekonom Barat membahasnya. Ulama yang pertama kali membahas mekanisme pasar secara empirik adalah Abu Yusuf, yang hidup di awal abad kedua Hijriyah (731-798). Dia telah membahas tentang hukum *supply and demand* dalam perekonomian. Pemahaman yang berkembang ketika itu mengatakan bahwa bila tersedia sedikit barang, maka harga akan mahal dan bila tersedia banyak barang, maka harga akan murah. Pemahaman pada zaman Abu Yusuf tentang hubungan harga dan kuantitas hanya memperhatikan kurva permintaan. Abu Yusuf membantah pemahaman seperti ini, karena pada kenyataannya persediaan barang sedikit tidak selalu dikuti dengan kenaikan harga, dan sebaliknya persediaan barang melimpah belum tentu membuat harga akan murah. Abu Yusuf mengatakan," Kadang-kadang makanan berlimpah, tetapi tetap mahal, dan kadang-kadang makanan sangat sedikit tetapi murah

Kalau Ibnu Taymiyah, yang hidup lima ratus tahun sebelum Adam Smith, sudah membicarakan teori harga, ternyata al-Ghazali (1058-1111) yang hidup tujuh ratus tahun sebelum Smith, juga telah membicarakan mekanisme pasar yang mencakup teori harga dan konsep *supply and demand.* Memang, bila diteliti kajian-kajian ilmuwan muslim klasik, kita bisa berdecak kagum melihat majunya pemikiran mereka dalam ekonomi Islam, jauh sebelum ilmuwan Barat mengembangkannya. Al-Ghazali dalam Ihya 'Ulumuddin, juga telah membahas secara detail peranan aktivitas perdagangan dan timbulnya pasar yang harganya bergerak sesuai dengan kekuatan penawaran dan permintaan. Menurutnya, pasar merupakan bagian dari keteraturan alami [8]. Walaupun al-Ghazali tidak

[8] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjelaskan permintaan dan penawaran dalam terminologi modern, beberapa paragraf dari tulisannya jelas menunjukkan bentuk kurva penawaran dan permintaan. Untuk kurva penawaran **"***yang naik dari kiri bawah ke kanan atas*", dinyatakan dalam kalimat, "Jika petani tidak mendapatkan pembeli barangnya, maka ia akan menjualnya pada harga yang lebih murah.

Islam melihat konsep jual beli itu sebagai suatu alat untuk menjadikan manusia itu semakin dewasa dalam berpola pikir dan melakukan berbagai aktivitas, termasuk aktivitas ekonomi. Pasar sebagai tempat aktivitas jual beli harus, dijadikan sebagai tempat pelatihan yang tepat bagi manusia sebagai khalifah di muka bumi. Maka sebenarnya jual beli dalam Islam merupakan wadah untuk memproduksi khalifah-khalifah yang tangguh di muka bumi.

Jual Beli Dalam Pandangan Islam

Dalam Quran Surat Al Baqoroh ayat 275, Allah menegaskan bahwa: "*...Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...*". Hal yang menarik dari ayat tersebut adalah adanya pelarangan riba yang didahului oleh penghalalan jual beli. Jual beli (*trade*) adalah bentuk dasar dari kegiatan ekonomi manusia. Kita mengetahui bahwa pasar tercipta oleh adanya transaksi dari jual beli. Pasar dapat timbul manakala terdapat penjual yang menawarkan barang maupun jasa untuk dijual kepada pembeli. Dari konsep sederhana tersebut lahirlah sebuah aktivitas ekonomi yang kemudian berkembang menjadi suatu sistem perekonomian.

Pertanyaannya kini adalah, seperti apakah konsep jual beli tersebut yang dibolehkan dan sesuai dengan pandangan Islam? Untuk menjawab pertanyaan tersebut, maka kita perlu melihat batasan-batasan dalam melakukan aktivitas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jual beli. Al-Omar dan Abdel-Haq (1996) [9] menjelaskan perlu adanya kejelasan dari obyek yang akan dijualbelikan. Kejelasan tersebut paling tidak harus memenuhi empat hal. Pertama, mereka menjelaskan tentang *lawfulness*. Artinya, barang tersebut dibolehkan oleh syariah Islam. Barang tersebut harus benar-benar halal dan jauh dari unsur-unsur yang diharamkan oleh Allah. Tidak boleh menjual barang atau jasa yang haram dan merusak. Kedua, masalah *existence*. Obyek dari barang tersebut harus benar-benar nyata dan bukan tipuan. Barang tersebut memang benar-benar bermanfaat dengan wujud yang tetap. Ketiga, *delivery*. Artinya harus ada kepastian pengiriman dan distribusi yang tepat. Ketepatan waktu menjadi hal yang penting disini. dan terakhir, adalah *precise determination*. Kualitas dan nilai yang dijual itu harus sesuai dan melekat dengan barang yang akan diperjualbelikan. Tidak diperbolehkan menjual barang yang tidak sesuai dengan apa yang diinformasikan pada saat promosi dan iklan.

Dari keempat batasan obyek barang tersebut kemudian kita perlu melihat bagaimanakah konsep kepemilikan suatu produk dalam Islam. Konsep kepemilikan barang itu adalah mutlak milik Allah (QS 24:33 dan 57:7). Semua yang ada di darat, laut, udara, dan seluruh alam semesta adalah kepunyaan Allah. Manusia ditugaskan oleh Allah sebagai *khalifah* untuk mengelola seluruh harta milik Allah tersebut dan kepemilikan barang-barang yang menyangkut hajat hidup harus dikelola secara kolektif dengan penuh kejujuran dan keadilan[10].

Islam melihat konsep jual beli itu sebagai suatu alat untuk menjadikan manusia itu semakin dewasa dalam berpola pikir dan melakukan berbagai aktivitas, termasuk aktivitas ekonomi. Pasar sebagai tempat aktivitas jual beli harus, dijadikan sebagai tempat pelatihan yang tepat bagi manusia sebagai

---

[9] Dalam http://www.pesantrenvirtual.com/index.php?option=com_content&task=view&id=1062
[10] ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

khalifah di muka bumi. Maka sebenarnya jual beli dalam Islam merupakan wadah untuk memproduksi khalifah-khalifah yang tangguh di muka bumi. Abdurrahman bin Auf adalah salah satu contoh sahabat nabi yang lahir sebagai seorang mukmin yang tangguh berkat hasil pendidikan di pasar. Beliau menjadi salah satu orang kaya yang amanah dan juga memiliki kepribadian ihsan.

Lalu bagaimana menciptakan sistem jual beli yang dapat melahirkan khalifah-khalifah yang tangguh? Ada beberapa langkah yang bisa kita praktekkan sedini mungkin. Langkah tersebut antara lain dengan melatih kejujuran diri kita. Latihlah menjadi orang jujur dari hal-hal yang kecil. Rasulullah selalu mempraktekkan kejujuran, termasuk ketika melakukan aktivitas jual beli. Beliau selalu menjelaskan kualitas yang sebenarnya dari barang yang dijual dan tidak pernah memainkan takaran timbangan. Selain melatih kejujuran, kita juga harus mampu memanfaatkan peluang bisnis yang ada. Tidak menjadi orang yang *latah* melihat kesuksesan dari bisnis pihak lain. Kita harus mampu sabar dan tawakkal dengan disertai ikhtiar yang optimal dalam melihat peluang yang tepat dalam melakukan aktivitas bisnis. Langkah lainnya adalah dengan menciptakan distribusi yang tepat melalui zakat, infak, dan shadaqah. Aktivitas jual beli harus mampu melatih kita untuk menjadi orang yang pemurah dan senantiasa berbagi dengan sesama. Zakat, infak, dan shadaqah adalah media yang tepat untuk membangun hal tersebut.

Konsep jual beli dalam Islam diharapkan menjadi cikal bakal dari sebuah sistem pasar yang tepat dan sesuai dengan alam bisnis. Sistem pasar yang tepat akan menciptakan sistem perekonomian yang tepat pula. Maka, jika kita ingin menciptakan suatu sistem perekonomian yang tepat, kita harus membangun suatu sistem jual beli yang sesuai dengan kaidah syariah Islam yang dapat melahirkan khalifah-khalifah yang tangguh di muka bumi ini. Hal tersebut dapat tercipta dengan adanya kerjasama antara seluruh elemen yang ada di pasar, yang disertai dengan kerja keras, kejujuran dan mampu melihat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

peluang yang tepat dalam membangun bisnis yang dapat berkembang dengan pesat.

Segmenting, Targeting, Positioning

Tujuan pokok dari strategi segmentasi, targetting, dan positioning adalah memosisikan suatu merek dalam benak konsumen sedemikian rupa sehingga merek tersebut memiliki keunggulan kompetitif berkesinambungan.[11]

Setiap perusahaan memiliki tiga kemungkinan pandangan terhadap strategi pemasaran dalam melayani pasarnya :

1. *Mass marketing (undifferentiated Marketing)* : sering disebut dengan strategi agregasi pasar atau pemasaran tidak terdiferensiasi.
2. *Product – Variety Marketing (Differentiated Marketing)* : perusahaan menghasilkan beberapa produk yang memiliki karakteristikyang berbeda-beda.
3. *Target Marketing* : perusahaan melakukan segmentasi pasar, kemudian memilih ssatu atau lebih segmen yang dianggap paling potensial dan menguntungkan, serta mengembangkan produk dan produk dan program pemasaran yang dirancang khusus segmen-segmen yang dipilih tersebut.

Rangkuman

Dari berbagai paparan di atas, maka pada bagian ini dapat dikerucutkan dalam beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Pengertian pasar adalah pasar adalah adanya transaksi antara konsumen dan produsen.
2. Jenis pasar akan penulis bedakan menjadi dua yaitu pasar konsumen dan pasar organisasional.

[11] Fandy Tjiptana, dkk, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Jual beli dalam pandangan Islam adalah kegiatan jual beli yang dihalalkan dalam Alquran yaitu *lawfullness, exsistence, delivery* dan *price determination.*

Latihan

Jawablah pertanyaan-pertanyaan di bawah ini!

1. Jelaskan definisi pasar !
2. Jelaskan tentang jenis jenis pasar!
3. Jelaskan pandangan Islam dalam kegiatan jual beli.!

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Paket 06
PENENTUAN PRODUK

Pendahuluan

Dalam dunia bisnis ada istilah mengenai marketing mix atau bauran pemasaran yang secara mudahnya penulis pahami sebagai strategi penggabungan dari produk, harga, tempat dan promosi (4P: Product, Price, Place and Promotion) untuk mempengaruhi keputusan kondumen agar membeli suatu produk tertentu. Maka dengan konsep marketing produsen akan tahu bagaimana produk yang akan dijual dan dipromosikan kepada konsumen.

Segmentasi pasar adalah proses pembagian keseluruhan pasar ke dalam beberapa kelompok yang terdiri dari orang-orang yang memiliki karakteristik yang sama. Sehingga dengan karakteristik yang khas akan menghasilkan produk yang berbeda sesuai dengan kelompok yang membutuhkan.

Pembagian kelompok sendiri dapat dilakukan menurut geografi, demografi, psikografi, keuntungan, dan segmentasi volume. Proses ini dilanjutkan dengan targeting yaitu perusahaan akan menentukan kelompok mana yang akan dijadikan fokusnya untuk dilayani dan pengembangan seperti apa yang sesuai dengan kebutuhan kelompok tersebut. Selain hal tersebut juga ditentukan pasar mana yang akan dia layani, maka perusahaan akan mempelajari perilaku orang-orang yang menjadi sasaran pasarnya tersebut dan hal-hal yang akan mempengaruhi penjualan produk mereka dalam segmen pasar tersebut seperti pengaruh psikologi, pengaruh kondisi, dan pengaruh budaya sosial

Apa yang diterima oleh konsumen sebagai barang jadi dan merupakan hasil akhir dari proses produksi disebut produk jadi. Produk jadi yang ditawarkan untuk dibeli ini tidak hanya meliputi barang hasil produksi, tapi termasuk juga hal-hal lain yang bisa jadi nyata dan tidak. Dan pembeli

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

cenderung mempertimbangkan hal-hal tersebut ketika akan membeli barang seperti, harga, merk, kemasan, toko penjualan, pelayanan, pengalaman terdahulu konsumen, jaminan, kecepatan pengiriman, gambaran mengenai produk dari iklan, reputasi perusahaan, dan sebagainya

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi Dasar

Kemampuan dan kecakapan memahami menjelaskan menumbuhkan ide kewirausahaan

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan mampu:

1. menjelaskan pengertian penentuan produk
2. menjelaskan langkah-langkah dalam menentukan produk.
3. Menjelaskan tentang klasifikasi produk
4. Menjelaskan tentang teori produksi dalam Islam

Waktu

3x50 menit

Materi Pokok

1. menjelaskan pengertian penentuan produk
2. menjelaskan langkah-langkah dalam menentukan produk.
3. Menjelaskan tentang klasifikasi produk
4. Menjelaskan tentang teori produksi dalam Islam

Langkah-langkah Perkuliahan

Kegiatan Awal (10menit)

1. Menjelaskan kompetensi dasar
2. Menjelaskan indikator
3. Penjelasan langkah kegiatan perkuliahan paket ini
4. Brainstorming dengan memberikan arahan apa yang akan dikerjakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kegiatan Inti (120 menit)

1. Kelompok mahasiswa diberikan tugas untuk mencari sepuluh macam website yang menjual barang dan ide. Bisa juga mencari bisnis secara online.
2. Mahasiswa mengamati dan memberikan penjelasan dari masing masing kelebihan dan kekurangan barang dan ide yang dijual di website.

Kegiatan Penutup (10 menit)

1. Menyimpulkan hasil perkuliahan
2. Memberi dorongan psikologis/saran/nasehat
3. Refleksi hasil perkuliahan oleh mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut (10 menit)

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan selanjutnya.

Lembar Kegiatan Mahasiswa

Mempelajari mengenal konsep-konsep penentuan produk

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami tentang konsep-konsep kewirausahaan.dalam penentuan produk

Bahan dan alat

Buku bacaan keterkaitan dengan pengenalan kewirausahaan, Lembar kegiatan, lembar penilaian, kartu nilai, dan solatip.

Langkah-langkah kegiatan

1. Masing-masing kelompok diberikan bacaan keterkaitan dengan materi penentuan produk
2. Anggota kelompok membaca, berdiskusi dalam kelompok kecil, merumuskan dan membuat rumusan dari bahan materi yang diberikan. Mencatat di kertas plano mempergunakan spidol, mencatat dalam kertas sehingga akan berbagi dengan kelompok lain dengan cara dicopy sehingga semua konsep akan mampu dipahami dengan cepat dan mudah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Hasil rangkuman dan diskusi dipresentasikan di depan kelas, dengan dilaksanakan dua atau tiga perwakilan, satu memperesentasikan lainnya menunjukkan hasil diskusi di kertas plano yang telah di tempel di papan.
4. Melaksanakan tanya jawab dan umpan balik dari hasil presentasi.

Tabel 5.1: Daftar Nilai Praktik summery dan presentasi

KELOMPOK	NILAI				JUMLAH
I					
II					
III					
IV					
V					
VI					

Keterangan Nilai:

90 = sangat baik 80 = baik 70 = cukup 60 = kurang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Uraian Materi

PENENTUAN PRODUK

KOMPAS.com - Bagi umat Muslim, sebenarnya semua makanan dihalalkan kecuali bahan pangan yang mengandung unsur atau bahan yang haram. Dalam Alquran disebutkan makanan yang haram antara lain bangkai, darah, daging babi, serta binatang yang disembelih tanpa mengucap Bismillah. Tapi faktanya tidak semudah itu menentukan kehalalan suatu produk. Menurut Dr.Ir.Joko Hermanianto, penulis buku Pedoman Produksi Pangan Halal, permasalahan yang sering terjadi dalam penentuan pangan halal adalah cara penyembelihan, produk turunan hewan, babi dan zat turunannya, khamr dan turunannya, produk mikrobial, serta ada tidaknya kandungan yang berasal dari bagian tubuh manusia. Misalnya saja asam amino yang sering dipakai dalam produk susu untuk penambah nutrisi. Joko menerangkan, meski asam amino yang digunakan berasal dari sapi, namun halal tidaknya tergantung pada proses pengolahannya. "Harus dipastikan juga bagaimana cara penyembelihan sapinya," kata dosen Jurusan Teknologi Pangan IPB ini. Demikian juga halnya dengan kandungan zat besi, bisa berasal dari darah atau mineral murni. "Karena itu pemberi sertifikat halal tidak bisa melakukan analisa hanya pada produk akhirnya. Semua proses, mulai dari awal hingga produksi dan distribusi perlu ditelusuri, termasuk juga penggunaan zat-zat atau enzim. Sementara itu, zat-zat kimia berbahaya, seperti formalin atau melamin, meski belum secara resmi dinyatakan haram, namun Joko berpendapat segala sesuatu yang berbahaya dan menimbulkan keburukan sebagai hal yang tidak halal. "Dalam Islam ada dua syarat makanan, yakni *halallan toyyiban*, yakni yang halal dan yang baik. Bahan-bahan kimia berbahaya sudah tentu tidak akan menimbulkan kebaikan bagi tubuh maka termasuk tidak halal. Selain itu segala sesuatu yang berlebihan juga bisa menjadi haram, misalnya makan daging kebanyakan sampai muntah.

Langkah memulai Memilih dan Menentukan Produk

Banyak pertanyaan yang muncul yang menanyakan, apakah untuk memulai wirausaha itu harus memproduksi barang atau jasa dahulu ataukah dengan melakukan perkenalan produk pemasaran terlebih dahulu? Untuk menjawab pertanyaan ini, terlihat gampang gampang susah. Kadang kalanya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seorang pengusaha muda, berpikiran untuk memulai usaha dengan menyiapkan segala infrastruktur untuk mendukung produksinya. Segenap waktu, daya, dan upaya dikerahkan untuk membangun fasilitas produksi dan produk unggulan. Namun apa daya ketika semua investasi tersebut selesai ditanamkan dan sudah berproduksi, hasil produksinya banyak "*ngendon"* di gudang menunggu pembeli. Kenapa penjualannya "*seret"*?

Paradigma penjualan gaya lama memang berorientasi pada produk. Ketika produk sudah ada barulah dipasarkan. Namun pandangan itu sudah lama ditinggalkan. Kebanyakan wirausahawan saat ini berfikir terbalik dan memulai usahanya di awali dari sisi pemasaran. Kita mungkin semua bertanya "produknya saja belum ada, apanya yang bisa dijual?"

Jika kita telaah lebih dalam, memang penjualan atau *image building* harus menjadi buah pikir setiap orang yang ingin menjadi wirausaha, jauh sebelum produk itu dibuat. Pikiran pertama yang harus dipikirkan adalah kira-kira produk ini untuk siapa? Siapa calon pembeli yang potensial? Apakah perempuan atau kah laki-laki, usia berapa yang kita target sampai dengan kaitannya dengan letak geografis. Ketika mulai pemasaran dengan gaya ini, anda tidak boleh melakukan generalisasi, kalau anda mengatakan bila produk anda bisa dipakai oleh siapa saja dan kapan saja, maka dapat dipastikan tak seorang pun yang akan menggunakan produk anda.

Dalam bisnis, produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan. Dalam marketing, produk adalah apapun yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan. Dalam tingkat pengecer, produk sering disebut sebagai merchandise. Dalam manufaktur, produk dibeli dalam bentuk barang mentah dan dijual sebagai barang jadi. Produk yang berupa barang mentah seperti metal atau hasil pertanian sering pula disebut sebagai komoditas.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kata produk berasal dari bahasa Inggris *product* yang berarti "sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sejenisnya". Bentuk kerja dari kata *product*, yaitu *produce*, merupakan serapan dari bahasa latin *prōdūce(re)*, yang berarti (untuk) memimpin atau membawa sesuatu untuk maju. Pada tahun 1575, kata "produk" merujuk pada apapun yang diproduksi (*"anything produced"*).[3] Namun sejak 1695, definisi kata *product* lebih merujuk pada sesuatu yang diproduksi (*"thing or things produced"*). Produk dalam pengertian ekonomi diperkenalkan pertama kali oleh ekonom-politisi Adam Smith.

Menurut Stanton[1], (1996:222), "*A product is asset of tangible and intangible attributes, including packaging, color, price quality and brand plus the services and reputation of the seller*". Artinya suatu produk adalah kumpulan dari atribut-atribut yang nyata maupun tidak nyata, termasuk di dalamnya kemasan, warna, harga, kualitas dan merk ditambah dengan jasa dan reputasi penjualannya.

Menurut Tjiptono[2] secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas "sesuatu" yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli.

Dalam penggunaan yang lebih luas, produk dapat merujuk pada sebuah barang atau unit, sekelompok produk yang sama, sekelompok barang dan jasa, atau sebuah pengelompokan industri untuk barang dan jasa. Selain segmentasi akan produk, yang perlu ditanyakan adalah apakah produk anda ini betul-betul dibutuhkan oleh masyarakat? Bagaimana cara agar masyarakat merasa butuh atas produk anda? Bagaimana mengubah kebutuhan masyarakat itu menjadi

---

[1] Stanton, William J.1996. *Prinsip Pemasaran (terjemahan*). Edisi 7,jilid 1.Erlangga. Jakarta, 222.

[2] Fandy Tjiptono. 1999,*Strategi Pemasaran,* . Yogyakarta: Cetakan ketiga, Andi Offset, 95.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

permintaan? Kalau sudah menjadi permintaan, maka pada harga berapa yang bisa kita berikan kepada pasar?

Usaha anda akan lebih mudah dimulai apabila sebelumnya anda sudah pernah menjajakinya entah dengan mencoba melakukan penjualan atau harus ikut menjadi karyawan sekalipun. Ketika anda menjadi karyawan marketing udaha orang lain, anda coba kenali perilaku pembelian, siapa saja yang berminat atas produk tertentu. Dengan kata lain anda memulai pasar anda ketika anda memasarkan produk orang lain, bahkan pemasaran telah anda mulai sebelum anda memiliki produk sendiri.

Beberapa tingkatan- tingkatan dalam Produk Menurut Kotler adalah tingkatan produk, yaitu *core benefit, basic product, expected product, augmented product dan potential product* [3]. Penjelasan tentang kelima tingkatan produk adalah :

a. *Core benefit (namely the fundamental service of benefit that costumer really buying)* yaitu manfaat dasar dari suatu produk yag ditawarkan kepada konsumen.
b. *Basic product (namely a basic version of the product)* yaitu bentuk dasar dari suatu produk yang dapat dirasakan oleh panca indra.
c. *Expected product (namely a set of attributes and conditions that the buyers normally expect and agree to when they purchase this product)* yaitu serangkaian atribut-atribut produk dan kondisi-kondisi yang diharapkan oleh pembeli pada saat membeli suatu produk.
d. *Augmented product (namely that one includes additional service and benefit that distinguish the company's offer from competitor's offer)* yaitu sesuatu yang membedakan antara produk yang ditawarkan oleh badan usaha dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing.

---

[3] Armstrong, dan Kotler 2003,*Dasar-dasar Pemasaran,* Jilid 1, Edisi Kesembilan, Penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta , 408.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. *Potential product (namely all of the argumentations and transformations that this product that ultimately undergo in the future)* yaitu semua argumentasi dan perubahan bentuk yang dialami oleh suatu produk dimasa datang.

Klasifikasi Produk

Banyak klasifikasi suatu produk yang dikemukakan ahli pemasaran, diantaranya pendapat yang dikemukakan oleh Kotler. Menurut Kotler[4] produk dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok, yaitu:

Berdasarkan wujudnya, produk dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok utama, yaitu :

a. Barang

   Barang merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga bisa dilihat, diraba atau disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan, dan perlakuan fisik lainnya.

b. Jasa

   Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual (dikonsumsi pihak lain). Seperti halnya bengkel reparasi, salon kecantikan, hotel dan sebagainya. Kotler juga mendefinisikan jasa sebagai berikut : " Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Produknya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.[5]

---

[4] Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2002. Dasar-dasar Pemasaran,. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo, 451.

[55] Ibid 486.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan aspek daya tahannya produk dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu :

a. Barang tidak tahan lama (*nondurable goods)*

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain, umur ekonomisnya dalam kondisi pemakaian normal kurang dari satu tahun. Contohnya: sabun, pasta gigi, minuman kaleng dan sebagainya.

b. Barang tahan lama (*durable goods)*

Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian normal adalah satu tahun lebih). Contohnya lemari es, mesin cuci, pakaian dan lain-lain.

Berdasarkan tujuan konsumsi yaitu didasarkan pada siapa konsumennya dan untuk apa produk itu dikonsumsi, maka produk diklasifikasikan menjadi dua, yaitu:

a. Barang konsumsi (*consumer's goods*)

Barang konsumsi merupakan suatu produk yang langsung dapat dikonsumsi tanpa melalui pemrosesan lebih lanjut untuk memperoleh manfaat dari produk tersebut.

b. Barang industri (*industrial's goods)*

Barang industri merupakan suatu jenis produk yang masih memerlukan pemrosesan lebih lanjut untuk mendapatkan suatu manfaat tertentu. Biasanya hasil pemrosesan dari barang industri diperjual belikan kembali.

Menurut Kotler "barang konsumen adalah barang yang dikonsumsi untuk kepentingan konsumen akhir sendiri (individu dan rumah tangga), bukan untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tujuan bisnis". Pada umumnya barang konsumen dibedakan menjadi empat jenis[6]

a. *Convenience goods*

   Merupakan barang yang pada umumnya memiliki frekuensi pembelian tinggi (sering dibeli), dibutuhkan dalam waktu segera, dan hanya memerlukan usaha yang minimum (sangat kecil) dalam pembandingan dan pembeliannya. Contohnya antara lain produk tembakau, sabun, surat kabar, dan sebagainya.

b. *Shopping goods*

   Barang-barang yang dalam proses pemilihan dan pembeliannya dibandingkan oleh konsumen diantara berbagai alternatif yang tersedia. Contohnya alat-alat rumah tangga, pakaian, furniture, mobil bekas dan lainnya.

c. *Specialty goods*

   Barang-barang yang memiliki karakteristik dan/atau identifikasi merek yang unik dimana sekelompok konsumen bersedia melakukan usaha khusus untuk membelinya. Misalnya mobil Lamborghini, pakaian rancangan orang terkenal, kamera Nikon dan sebagainya.

d. *Unsought goods*

   Merupakan barang-barang yang tidak diketahui konsumen atau kalaupun sudah diketahui, tetapi pada umumnya belum terpikirkan untuk membelinya. Contohnya asuransi jiwa, ensiklopedia, tanah kuburan dan sebagainya.

[6] Ibid, 451.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Teori Produksi Dalam Ekonomi Islam

Dalam ekonomi Islam hal yang yang dianngap paling penting adalah kegiatan produksi. Produksi juga dikatakan sebagai salah satu dari rukun ekonomi. Drukun yang lain dalam ekonomi adalah konsumsi, distribusi, redistribusi, infak dan sedekah. Produksi merupakan kegiatan manuusia yang mampu menghasilkan barang dan jasa. Hasil dari produksi dapat dimanfaatkan oleh konsumen.

Kegiatan produksi dan konsumsi dapat dilakukan sekaligus oleh sekelompok orang. Dengan syarat bahwa kebutuhan belum kompleks dan banyak macam. Sehingga selesai memprodukdi sesuatau barang langsung untuk konsumsi sendiri pula. Akan tetapi seiring dengan berjalannya waktu dan beragamnya kebutuhan konsumsi serta keterbatasan sumber daya yang ada (kemampuannya), maka seseorang tidak dapat lagi menciptakan sendiri barang dan jasa yang dibutuhkannya, akan tetapi membutuhkan orang lain untuk menghasilkannya. Oleh karena itu kegiatan produksi dan konsumsi dilakukan oleh pihak-pihak yang berbeda. Dan untuk memperoleh efisiensi dan meningkatkan produktifitas lahirlah istilah spesialisasi produksi, diversifikasi produksi dan penggunaan tehnologi produksi.

Dalam Alquran dan Sunnah Rasulullah, saw. konsep produksi barang dan jasa dideskripsikan dengan istilah-istilah yang lebih dalam dan lebih luas. Alquran menekankan manfaat dari barang yang diproduksi. Sehingga dapat disimpulkan dari konsep produksi yang dianggap sebagai kerja produktif dalam Islam adalah proses produksi untuk menghasilkan barang dan jasa yang sangat dibutuhkan manusia dan kerja produktif semacam ini dapat diistilahkan sebagai *‘amal saleh’* yang mengandung banyak kemaslahatan dan keberkahan.

Allah, swt menjamin pemenuhan rizki semua hamba dengan syarat dalam pemenuhan rizki ini harus dilakukan dengan usaha. Karena langit tidak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akan berhujan emas ataupun perak, akan tetapi dengan usaha manusia yaitu dengan cara mengambil sebab (*al-akhdzu bil asbab*) untuk mendapatkan rizki ini, sebagaimana firman Allah, swt. QS. Al-Mulk; 15.

"Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rizki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan". (QS. 67: 15).

Dalam agama Islam mengharamkan semua bentuk pengangguran, karena merupakan bagian dari tanda-tanda keterbelakangan yang menghinggapi komunitas masyarakat. Islam memandang bekerja adalah kewajiban dan menjadi hak sekaligus. Sebagaimana hal ini dijelaskan Allah, swt. dalam firmannya QS. At-Taubah; 105:

"Dan katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mu'min akan melihat perkerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberikan-Nya kepada kamu apa yang kamu kerjakan". (QS. 9: 105).

Semua manusia merupakan unsur produksi dan sebagai pekerja dalam kehidupan ini. Dengan bekerja manusia dapat memenuhi keinginan orang lain dapat mengabulkan kebutuhan-kebutuhan mereka. Proses pengelolaan finansial untuk pembangunan dan produksi sangat menyerupai shalat atau ibadah fardhu yang mana manusia sangat mengharapkan pahalanya di akhirat dan keridhaan Sang Pencipta Allah, swt.

Islam sangat memperhatikan masalah pekerjaan, maka wajib bagi muslim untuk bekerja secara optimal dan maksimal, sesuai dengan firman Allah, swt. QS. Al-Kahfi; 7: *"...Agar Kami menguji mereka siapakah diantara mereka yang terbaik perbuatannya.* (QS. 18: 7). Maka bekerja yang optimal merupakan bagian dari pendekatan hamba kepada Tuhannya". Standar penerimaan para pegawai/karyawan dalam Islam adalah professional dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

amanah, maka wajib untuk mengangkat orang yang terbaik, karena ini adalah amanah dan orang yang mencederainya adalah berhianat.

Dalam melihat aspek produksi maka harus melaksanakn dengan semangat profesionalisme yang tinggi. sehingga perspektif pemikiran Islam dikatakan bahwa oleh Ibnu Taimiyah dimensi-dimensi konsep profesionalisme. "Profesionalisme dalam semua hal". Yaitu dengan terpenuhi kemampuan ilmiah, kemampuan kesehatan fisik, kemampuan beradaptasi dengan lingkungan dan politik, tingkat pendidikan, tehnologi disamping dengan tercukupinya modal finansial yang digunakannya. Unsur-unsur itu semua merupakan unsur pembentuk kualitas produksi sumber daya insani (SDI). Professionalisme digabung dengan amanah maka akan lengkap aspek ruh dan spiritualnya.

Rangkuman

Dari berbagai paparan di atas, maka pada bagian ini dapat dikerucutkan dalam beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Penentuan produk sering dikaitkan dengan bagaimana mampu memunuki kebutuhan hidup. Sehingga penentuan produk sering disamakan dengan mampu memenuhi kebutuhan konsumen.
2. Langkah langkah dalam menentuka produk adalah dengan mengetahui tingkatan-tingakatan produk yaitu *core benefit, basic product, expected product, augmented product dan potential product*
3. Klasifikasi produk yang ada adalah klasifikasi berdasar wujud, klasifikasi berdasar konsumen, berdasar daya tahan.
4. Konsep produksi dalam Ekonomi Islam sangat dikaitkan dengan Alquran dan hadis, dimana produksi selalu dikaitkan dengan manfaat. Bukan pada kemubaziran dan kemewahan.

Latihan

Jawablah pertanyaan-pertanyaan di bawah ini!

1. Jelaskan pengertian penentuan produk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Jelaskan langkah-langkah dalam menentukan produk.
3. Jelaskan tentang klasifikasi produk
4. Jelaskan tentang teori produksi dalam Islam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Paket 07
MANAGEMENT KEUANGAN

Pendahuluan

Dalam hal kegiatan apapun harus ada pencatatan. Bisa dalam bentuk catatan harian bisa dalam catatn keuangan dan masih banyak lagi bentuk catatan yang harus dibuat dalam segala kegiatan. Sehingga pencatatan merupakan bagian dari cadangan untuk pengingat atau mempertajam daya ingat. Sehingga persoalan dengan daya ingat akan di gali kembali.

Pada dasarnya pencatatan boleh dilakukan dengan model apapun asal berkaitan dengan internal. Sedangkan yang berhubngan dengan eksternal harus menggunakan format yang sudah konvensional sehingga semua orang bias membaca. Dengan kata lain pihak luar bias melakukan audit eksternal.

Dalam management keuangan juga akan juga mencakup kemampuan untuk mengatur kondisi keuangan yang meliputi pendanaan, cara memperoleh dan alokasi penggunaan. Dengan demikian dengan pencatatan dan pengelolaan yang benar maka kondisi keuangan mudah dikontrol dan dikendalikan untuk segala aspek.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi Dasar

Kemampuan dan kecakapan memahami menjelaskan tentang management keuangan

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan mampu:

1. Menjelaskan konsep management keuangan dan pengelolaan keuangan
2. Menjelaskan tentang Fungsi management keuangan
3. Menjelaskan langkah-langkah pencatatan keuangan
4. Menjelaskn istilah-istilah management keuangan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Waktu

3x50 menit

Materi Pokok

Management keuangan

1. Konsep management keuangan dan pengelolaan keuangan
2. Fungsi management keuangan
3. Langkah-langkah pencatatan keuangan
4. Istilah-istilah management keuangan

Langkah-langkah Perkuliahan

Kegiatan Awal (10 menit)

1. Menjelaskan kompetensi dasar
2. Menjelaskan indikator
3. Penjelasan langkah kegiatan perkuliahan paket ini
4. Brainstorming dengan memberikan arahan apa yang akan dikerjakan

Kegiatan Inti (120 menit)

1. Mahasiswa membaca tentang management keuangan.
2. Masing-masing mahasiswa membuat analisa perbedaan antara keuangan dengan management keuangan.
3. Dosen memberikan keterangan didepan kelas dengan sistem ceramah.
4. Dosen memberikan arahan tentang tugas-tugas tentang management keuangan.
5. Dosen memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk menanyakan sesuatu yang belum paham atau menyampaikan konfirmasi

Kegiatan Penutup (10menit)

1. Menyimpulkan hasil perkuliahan
2. Memberi dorongan psikologis/saran/nasehat
3. Refleksi hasil perkuliahan oleh mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut (10 menit)

1. Memberi tugas latihan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Mempersiapkan perkuliahan selanjutnya.

Lembar Kegiatan Mahasiswa

Mempelajari mengenal konsep-konsep management keuangan.

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami tentang konsep-konsep management keuangan.

Bahan dan alat

Buku bacaan keterkaitan dengan management keuangan dan contoh-contoh laporan keuangan

Langkah-langkah kegiatan

1. Masing-masing mahasiswa membaca materi terkait dengan materi management keuangan.
2. Mahasiswa membuat resume tentang management keuangan.
3. Dosen memberikan keterangan tentang management keuangan.
4. Mahasiswa menyelaraskan hasil resume dengan keternagan dosen
5. Melaksanakan tanya jawab dan umpan balik dari hasil diskusi antara dosen dan mahasiswa

Penilaian

Membuat uraian dan menganalisa tentang management keuangan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Uraian Materi

MANAGEMENT KEUANGAN

REPUBLIKA.CO.ID, Masalah keuangan mikro keluarga biasanya berputar pada pemenuhan kebutuhan suami, istri dan anak serta manajemen keinginan. Dan dasarnya ada di 3 kata, P.A.D (Proteksi-Akumulasi-Distribusi). Sebagai sebuah ReSOULusi untuk tahun 2014, lakukanlah yang dinamakan JPKK (Jaring Pengaman Keuangan Keluarga). Ibarat sebuah negara, maka keuangan pun perlu dikelola dengan cara 'negara' yakni dengan membuat :

1**. Otoritas Keuangan Keluarga/OKK (penanggung jawab : suami)**

Fungsi dari OKK adalah ketika akan mengalami kiamat finansial, maka ada jaring pengaman keuangan yang bisa menopang keberlangsungan ekonomi keluarga, yakni dengan membuat dana darurat (emergency fund), yang penempatannya bisa dalam bentuk tabungan, deposito atau emas (lihat rasio likuiditas).

2. '**Bank' Keluarga/BK (penanggung jawab : suami isteri)**

Ini semacam bentuk tanggung jawab keluarga untuk memenuhi mimpi-mimpi keuangan dengan membuat sebuah JOINT REKENING. Dimana rekening ini digunakan ketika pasangan suami isteri memiliki tujuan bersama untuk mewujudkannya, misalnya untuk tabungan haji. Jaring pengaman keuangan ini bisa juga 'dipinjam' ketika mengalami keguncangan keuangan, yang tentunya harus dikembalikan lagi jika sudah ada dana yang tersedia.

3. **Penjamin Simpanan Keuangan Keluarga/PSKK (penanggung jawab : pengelola proteksi)**

Bahwasanya musibah adalah hal yang tidak kita inginkan, tugas Anda adalah mengantisipasi ketika kejadian tersebut datang. Ingatlah 5 hal sebelum 5 hal : mempersiapkan masa usia tua (dana pensiun) ketika masih muda, masa sulit (dana hari suram) ketika masa lapang, masa sakit (dana kesehatan) ketika sehat, masa miskin (dana pendidikan, keterampilan dll baik akhirat maupun dunia) ketika masa kaya, masa saatnya mati (meninggalkan warisan dalam bentuk : ilmu yang bermanfaat, harta yang berkah dan anak-anak yang mendo'akan ibu bapaknya) ketika saatnya hidup

4. Bendahara Keuangan Keluarga/BKK (penanggung jawab : isteri sebagai bendahara/ibu keuangan 'negara' keluarga, dibantu suami dan anak-anak)

Ini adalah jaring pengaman keuangan keluarga terakhir, yakni aset-aset Anda. Nilailah tiap enam bulan atau tiap tahun real asset Anda seperti aset properti, aset dalam bentuk barang dan aset dalam bentuik kertas (paper asset). Dan Intellectual Asset Anda seperti Intellectual Property (hak cipta) dan production property (hak produksi terus menerus).

Buatlah keempat jaring pengaman keuangan keluarga ini secara bertahap dan dilakukan terus menerus. Dimulai dari mana teknisnya? Dari tawakal yang sempurna dan usaha yang maksimal.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pengertian Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan adalah suatu kegiatan perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian, dan penyimpanan dana yang dimiliki oleh suatu organisasi atau perusahaan. Seorang manajer keuangan dalam suatu perusahaan harus mengetahui bagaimana mengelola segala unsur dan segi keuangan, hal ini wajib dilakukan karena keuangan merupakan salah satu fungsi penting dalam mencapai tujuan perusahaan.

Manajemen keuangan dapat didefinisikan dari tugas dan tanggung jawab manajer keuangan. Meskipun tugas dan tanggung jawabnya berlainan di setiap perusahaan, tugas pokok manajemen keuangan antara lain meliputi : keputusan tentang investasi, pembiayaan kegiatan usaha dan pembagian dividen suatu perusahaan[1]

Manajemen atau sebuah perencanaan dalam keuangan akan memberi pengusaha sebuah gambaran lengap bagaimana dan kapandana datang ke dalam organisasi, untuk apa saja dana dikeluarkan, berapa banyak kas yang tersedia, dan posisi financial yang diproyeksikan pada perusahaan. Rencana ini menyediakan dasar jangka pendek dalam pengendalian anggaran dan membantu mencegah salah satu masalah paling umum bagi perusahaan-perusahaan baru yang kekurangan kas. Perencanaaan dalam keuangan sangat penting, tenpa perencanaan keuangan yang hati-hati maka akan menimbulkan masalah dalam keuangan. Dalam perencanaan keuangan, harus berisi tentang bagaimana cara menjelaskan kepada semua investor tentang bagaimana pengusaha merencanakan untuk memenuhi seluruh obligasi finansial dan mempertahankan

[1] Weston, J. F. dan Copeland T. E., *Dasar – Dasar Manajemen Keuangan*, Erlangga., 1992, 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

likuiditas perusahaan dengan tujuan untuk membayar utang maupun memebrikan pengembalian terhadap investasi.

Mampu mencari uang yang besar, tentunya lebih berpeluang jika kita menjadi seorang pengusaha. Dengan belajar yang tekun dan rajin, serta latihan usaha yang terus menerus, maka uang akan mengalir ke kantong kita. Sumber uang itu bergantung pada kemampuan kita memcahkan masalah orang lain, mislnya seorang dokter dibayar mahal karena dapat menyelesaikan masalah kesehatan kita, kita membayar hotel mahal karena kita menikmati fasilitas yang nyaman, dan sebagainya. Makin kita berani untuk memecahkan masalah besar, maka kita akan mendapatkan bayaran mahal.

Aktivitas Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan berhubungan dengan 3 aktivitas, yaitu :

1. Aktivitas penggunaan dana, yaitu aktivitas untuk menginvestasikan dana pada berbagai aktiva.
2. Aktivitas perolehan dana, yaitu aktivitas untuk mendapatkan sumber dana, baik dari sumber dana internal maupun sumber dana eksternal perusahaan.
3. Aktivitas pengelolaan aktiva, yaitu setelah dana diperoleh dan dialokasikan dalam bentuk aktiva, dana harus dikelola seefisien mungkin.

Fungsi Manajemen Keuangan

Berikut ini adalah penjelasan singkat dari fungsi Manajemen Keuangan :

- Perencanaan Keuangan, membuat rencana pemasukan dan pengeluaraan serta kegiatan-kegiatan lainnya untuk periode tertentu.
- Penganggaran Keuangan, tindak lanjut dari perencanaan keuangan dengan membuat detail pengeluaran dan pemasukan.
- Pengelolaan Keuangan, menggunakan dana perusahaan untuk memaksimalkan dana yang ada dengan berbagai cara.
- Pencarian Keuangan, mencari dan mengeksploitasi sumber dana yang ada untuk operasional kegiatan perusahaan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Penyimpanan Keuangan, mengumpulkan dana perusahaan serta menyimpan dan mengamankan dana tersebut.
- Pengendalian Keuangan, melakukan evaluasi serta perbaikan atas keuangan dan sistem keuangan pada perusahaan.
- Pemeriksaan Keuangan, melakukan audit internal atas keuangan perusahaan yang ada agar tidak terjadi penyimpangan.
- Pelaporan Keuangan, penyediaan informasi tentang kondisi keuangan perusahaan sekaligus sebagai bahan evaluasi

Bila dikaitkan dengan tujuan ini, maka fungsi manajer keuangan meliputi hal-hal sebagai berikut :

- Melakukan pengawasan atas biaya
- Menetapkan kebijaksanaan harga
- Meramalkan laba yang akan datang
- Mengukur atau menjajaki biaya modal kerja

Seseorang harus mampu melakukan penghematan. Setiap pengeluaran yang benar-benar dipikirkan dan dialokasikan pada investasi yang menghasilkan.sering sekali kita menyaksikan usaha seseorang yang sangat sukses dan berkembang, namun yang perlu dipikirkan apakah uang yang masuk ke dalam usaha tersebut dapat dihimpun dan dan diatur dengan baik. Oleh karena itu kita harus pandai dalam mengatur pengeluaran. Pengeluaran harus benar-benar dialokasikan pada hal-hal yang penting. Mungkin hal ini adalah pekerjaan yang sulit bagi setiap orang, karena saat ini banyak orang yang cenderung konsumtif atau boros. Hati-hati dengan meminjam uang karena bunganya bisa menguras habis keuangan anda. Buatlah angaran keuangan yang pokok, simpanan, pendidikan, dana pension, dan sebagainya.

Banyak investasi tetapi yang menguntungkan harus dicari informasinya melalui teman, konsultan investasi, media massa dan lain lain. Peredaran uang sebanyak 95% di dunia dikendalikan oleh 5% orang, bahkan ada yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menyatakan 50% semua uang di dunia dikendalikan oleh 1% orang di dunia. Jika uang semua uang di dunia dibagikan secara merata kepada semua orang, maka masing-masing akan memeroleh 24 miliar rupiah, namun dalam 5 tahun uang akan kembali ketangan yang 1% orang itu lagi. Hal ini terjadi karena orang yang menciptakan uang akan terus berbisnis, sehingga uang tersebut akan kembali ke kantongnya. Orang kaya biasanya berperan sebagai komunikator yang baik, yang biasanya berprofesi sebagai pembicara publik, politisi, penghibur, atlit, dan hobinya tampil dikhlayak umum.[2]

Banyak orang yang hidupnya tidak beruntung atau miskin. Kemiskinan tidak hanya miskin hati, tetapi juga bisa miskin ilu dan miskin relasi. Apabila mereka mau meningkatkan ilmu dan memperbanyak relasi, maka keadannya akan berubah. Kemiskinan disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya adalah adanya keyakinan yang salah seperti kaya adalah lambang keserakahan, tujuan yang tidak jelas sehingga sehingga mengaburkan impian yang jauh dari kenyataan, menganggap tujuannya sudah tercapai, padahal dalam kehidupan ini selain kemampuan kita sebagai manusia, ada kekuatan Tuhan yang mengakibatkan semuanya menjadi mungkin. Tidak merasa punya strategi yang terbukti berhasil, tidak mengetahui jalur alami atau paling mudah untuk mencapai tujuan, tidak melakukan tindakan sesuai dengan rencana yang telah disusun, tidak melakukan monitoring atau penyelarasan terhadap hasil kerja, meletakkan tanggung jawab kepada orang lain dan mudah menyerah. Sikap-sikap seperti ini yang sangat tidak bagus jika kita terjun di dunia usaha atau kewirausahaan, ibaratnya dsikap seperti ini bagaikan orang yang memunyai tambang emas, kemudian dia menggali emas tersebut dan menghentikanya sebelum cangkulnya mengenai emas. Sikap inilah yang harus dihindari dan harus di buang jauh-jauh.

---

[2] Yusuf Suhardi, "*Kewirausahaan*", Hal 106-107. 2011

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

SIMULASI USAHA

Bagong adalah pemuda desa yang memiliki mimpi yang besar. Meskipun berasal dari desa, Bagong bermimpi 20 tahun yang akan datang dapat memiliki usaha restoran yang tersebar di seluruh Indonesia. Untuk mewujudkan mimpinya tersebut Bagong harus memulai langkah pertama, yaitu membangun restoran pertamanya. Bagong percaya, dengan resep masakan bebek goring warisan dari eyangnya, restoran yang akan dia buka diminati oleh masyarakat.

Bagong memulainya dengan diskusi panjang bersama rekan-rekannya, serta melakukan analisis sederhana terkait potensi pasar dan selera konsumen yang ada di sekitar kota tempat tinggalnya. Dengan informasi itu, Bagong optimis dalam satu tahun pertama mampu menjual 36.000 bebek goring dengan omzet Rp360juta per tahun (dengan asumsi 100 porsi sehari, 1 bulan 30 hari buka). Untuk dapat mencapai omzet tersebut Bagong mengidentifikasi beberapa kebutuhan yang harus dipenuhi sebagai persiapan pembukaan restoran Bebek Gorengnya, yaitu:

- Peralatan produksi, yaitu alat-alat yang dibutuhkan untuk membersihkan, memasak, dan menghidangkan produk Bebek Goreng. Estimasi nilai peralatan produksi tersebut adalah Rp10juta.
- Tempat untuk berjualan. Bagong menemukan tempat yang cukup strategis untuk dapat disewa sebagai tempat usaha. Biaya sewa per tahun tempat tersebut adalah Rp6 juta (perbulan Rp500 ribu).
- Bebek dan bahan-bahan habis pakai lainnya yang harus disediakan untuk memulai membuka restoran diperkirakan rata-rata bernilai Rp700 ribu per hari. Untuk berjaga-jaga terhadap fluktuasi permintaan, Bagong mengambil kebijakan pembelian bahan-bahan tersebut 10% lebih banyak dari rata-rata kebutuhan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Bebek dan bahan-bahan habis pakai tersebut diperoleh dari suplier-suplier yang merupakan teman lama Bagong. Karena kedekatan personal tersebut, Bagong mendapatkan fasilitas pembayaran 5 hari setelah barang dibeli.
- Kas kecil yang digunakan untuk memperlancar transaksi diperkirakan sebesar Rp200 ribu.
- Untuk membantu proses produksi dan pelayanan, Bagong dibantu 2 orang karyawan yang mendapatkan gaji Rp 750 ribu per bulan.

Sementara itu, uang yang ada di tangan Bagong saat ini hanya Rp 25 juta hasil dari prestasinya yang memenangkan lomba lari marathon. Beruntung Bagong memperoleh fasilitas pinjaman lunak dari suatu LSM sebesar RP 15 juta dengan tingkat bunga sebesar 12% per tahun yang harus dikembalikan dalam jangka waktu 1 tahun.

Dari proses produksi yang dilakukan oleh Bagong, terdentifikasi bahwa Biaya bahan baku dan bahan habis pakai adalah Rp 7 ribu per porsi. Selanjutnya, untuk mendukung penjualan Bagong mengeluarkan biaya pemasaran sebesar Rp 100 ribu per bulan. Sementara biaya administrasi dan operasional lainnya adalah Rp 25 ribu per bulan. Harga jual produk adalah Rp 10 ribu per porsi. Untuk memaksimalkan penjualan Bagong mencadangkan adanya piutang kepada pelanggan setianya, berupa fasilitas pembayaran non-tunai, sebesar Rp300 ribu per bulan. Selanjutnya untuk kepentingan mobilisasi usaha, Bagong menggunakan motornya yang berharga Rp 10 juta dalam aktivitas bisnis. Karena masih merupakan bisnis pemula dan informal, bagong belum membayar pajak atas bisnisnya.

Pentingnya Pencatatan

Islam sangat menekankan pentingnya evaluasi dalam setiap aktifitas yang dikerjakan. Demikian pula dalam aktifitas bisnis, dibutuhkan suatu penilaian atau evaluasi untuk mengukur kinerja yang telah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dilakukan. Langkah awal yang harus dikerjakan adalah tertib dalam mendokumentasikan setiap aktifitas yang dilakukan. Sehingga dapat diketahui apa saja yang telah di lalui dan sesegera mungkin dilakukan pembenahan jika memang terjadi kesalahan. Pentingnya pencatatan terdapat dalam Alquran :

> *'Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya...(TQS al-Baqarah:282).*

Proses pencatatan

Setiap orang yang mendirikan usaha pasti memiliki harapan besar agar usahanya semakin maju dan berkembang. Usaha yang maju dan berkembang sangat dipengaruhi oleh bagaimana mengelola usaha tersebut serta adanya pencatatan yang dapat menginformasikan perkembangan usahanya. Tahap pertama dalam proses pengolahan informasi keuangan adalah perekaman transaksi. Transaksi adalah peristiwa yang terjadi di dalam atau di luar organisasi dan menimbulkan dampak tertentu terhadap keadaan keuangan dan perkembangan hasil kegiatan organisasi. Dengan adanya pencatatan transaksi maka akan diketahui kondisi keuangan dalam kegiatan bisnis. Maju atau mundurnya perusahaan dapat diketahuai dengan catatan keuangan. Catatan keuangan yang harus tersedia dalam perusahaan adalah :

1. Laporan Laba Rugi

Laporan Laba rugi menunjukkan tingkat penjualan, biaya produksi dan penjualan dan biaya lain yang digunakan dalam bisnis. Modal kerja merupakan sejumlah dana yang dibutuhkan agar aktivitas bisnis dapat dilakukan. Pengertian laba kotor selisih antara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pendapatan usaha dan biaya aktivitas usaha. Sedangkan laba bersih adalah selisih dari laba kotor dengan beban pembiayaan, pajak dan biaya yang tidak terkait langsung dengan produksi/usaha.

2. *CASH FLOW*

Cash flow (aliran kas) merupakan "sejumlah uang kas yang keluar dan yang masuk sebagai akibat dari aktivitas perusahaan dengan kata lain adalah aliran kas yang terdiri dari aliran masuk dalam perusahaan dan aliran kas keluar perusahaan serta berapa saldonya setiap periode. Laporan arus kas ini memberikan informasi terkait dengan perilaku penerimaan dan pengeluaran usaha. Cashflow ada 3 bagian, *Operating, Investing*, dan *Financing*. Operating untuk menghitung arus kas yang berhubungan dengan operasi perusahaan secara umum. Misal, penjualan, pembelian, pengiriman, pemasaran dsb. Sedangkan *Investing* berhubungan dengan jual beli non *current asset* seperti pembelian mesin, tanah gedung dsb. *Financing* berhubungan dengan membiayai capital/pendanaan perusahaan, misalnya berapa utang baru, berapa modal tambahan, berapa prive, berapa dividend, dsb.

3. Neraca

Sangat penting dilakukan pembuatan neraca dalam dunia bisnis, setidaknya setahun sekali untuk mengetahui pergerakan perusahaan dari tahun ke tahun. Sehingga akan dapat diketahui asset bertambah berapa persen setelah sekian tahun berjalan. Kalo asset bertambah terus berarti perusahaan mengalami untung, sednag asset selalu berkurang dari tahun ke tahun maka perusahaan mengalami kerugian.

Hal-hal yang berkaitan dengan keuangan perusahaan.

Manfaat Cash Flow

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adapun kegunaan dalam menyusun estimasi cash flow dalam perusahaan sangat berguna bagi beberapa pihak terutama manajement. Diantaranya:

1 Memberikan seluruh rencana penerimaan kas yang berhubungan dengan rencana keuangan perusahaan dan transaksi yang menyebabkan perubahan kas.
2 Sebagian dasar untuk menaksir kebutuhan dana untuk masa yang akan datang dan memperkirakan jangka waktu pengembalian kredit.
3 Membantu menager untuk mengambil keputusan kebijakan financial.
4 Untuk kreditur dapat melihat kemampuan perusahaan untuk membayar kredit yang diberikan kepadanya

Langkah Menyusun Cash Flow

Ada empat langka dalam penyusunan *cash flow*, yaitu :

1. Menentukan minimum kas
2. Menyusun estimasi penerimaan dan pengeluaran
3. Menyusun perkiraan kebutuhan dana dari hutang yang dibutuhkan untuk menutupi deficit kas dan membayar kembali pinjaman dari pihak ketiga.
4. Menyusun kembali keseluruhan penerimaan dan pengeluaran setelah adanya transaksi financial dan budget kas yang final.

Biaya adalah segala sesuatu atau pengorbanan yang dikeluarkan hingga barang siap untuk dijual. Kategori biaya berdasarkan volume kegiatan dibagi menjadi biaya tetap dan biaya variable.

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap, tidak berubah dalam kisar volume kegiatan tertentu (tidak dipengaruhi oleh besarnya barang yang diproduksi). Contoh : biaya administrasi, biaya sewa tempat.

Biaya variable adalah biaya yang jumlah totalnya berubah bersamaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan berubahnya volume kegiatan. Contoh : biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

Sedangkan penjumlahan biaya tetap dan biaya variable disebut dengan total biaya.

Profit

Dengan adanya menejemen keuangan maka ada formula hitung untuk mengetahua laba yang diinginkan. Prosentasi untung, prosentasi baiya dll. Profit atau keuntungan akan diperoleh manakala hasil usaha yang diperoleh lebih besar daripada dana yang telah diinvestasikan.

Keuntungan diperoleh dari jumlah unit yang terjual dikali dengan harga jualnya dikurangi dengan total biaya.

Profit = (Unit terjual x harga jual) –total biaya

Break Even Point

Break even point atau analisis titik impas adalah suatu kondisi dimana keuntungan bernilai nol. Atau ketika pendapatan sama dengan pendapatan yang diterima.

Keuntungan = Pendapatan – Biaya

Pendapatan = Total Biaya

(Harga x kuantitas) = biaya tetap + (biaya variable per unit x kuantitas)

Kuantitas Impas= biaya tetap/ (Harga variable per unit)

Pokok-pokok Kredit Pembiayaan

Sumber- sumber Pendanaan secara umum, ada empat sumber pendanaan yang dapat digunakan :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Modal sendiri, yang berasal dari simpanan berupa tabungan atau giro.
2. Pinjaman : dapat berasal dari kerabat dekat, kolega, jasa pegadaian, bank perkreditan maupun bank syariah.
3. Pemasok/supplier, berupa pembelian yang dilakukan tidak tunai/kredit.
4. Pelanggan/customer dapat berupa pembayaran dimuka atau pemesanan.

Rangkuman

Dari berbagai paparan di atas, maka pada bagian ini dapat dikerucutkan dalam beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Pengertian management keuangan adalah Manajemen keuangan adalah suatu kegiatan perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian, dan penyimpanan dana yang dimiliki oleh suatu organisasi atau perusahaan. Seorang manajer keuangan dalam suatu perusahaan harus mengetahui bagaimana mengelola segala unsur dan segi keuangan, hal ini wajib dilakukan karena keuangan merupakan salah satu fungsi penting dalam mencapai tujuan perusahaan.
2. Catatan keuangan yang harus ada dalam suatu perusahaan adalah laporan laba rugi, cashflow, dan neraca.

Latihan

Jawablah pertanyaan-pertanyaan di bawah ini!

1. Jelaskan konsep management keuangan dan pengelolaan keuangan !
2. Jelaskan fungsi management keuangan !
3. Jelaskan langkah-langkah pencatatan keuangan. !
4. Menjelaskn istilah-istilah management keuangan !

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Paket 08
PERENCANAAN BISNIS

Pendahuluan

Sebelum memulai sebuah bisnis, ada satu tahap yang disebut dengan perencanaan bisnis, dan ini sangat luas dan bervariasi, tergantung dari skala ataupun jenis bisnis yang dijalani. Seberapapun usaha yang akan dibangun akan lebih mudah daalam hal pengembangan sebuah bisnis.

Perencanaan bisnis adalah pembahasan tertulis yang menguraikan hal-hal yang mendasari pertimbangan pendirian bisnis / usaha dan yang berkaitan dengan pendirian bisnis tersebut, yang mempunyai tujuan dasar : kenapa bisnis ini dilakukan, bagaimana melakukannya, faktor-faktor apa yang menunjang bisnis ini berhasil, dll.

Jadi inti dari suatu perencanaan bisnis adalah penghubung antara ide dan kenyataan artinya bagaimana ide diwujudkan menjadi kenyataan dengan mengetahui faktor-faktor yang menjadi pemicu keberhasilan dan kegaagalan suatu bisnis.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi Dasar

Kemampuan dan kecakapan memahami menjelaskan dalam perencanaan bisnis.

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan mampu:
membuat sebuah perencanaan bisnis

Waktu

3x50 menit

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Materi Pokok

Mengenal perencanaan bisinis

Langkah-langkah Perkuliahan

Kegiatan Awal (10 menit)

1. Menjelaskan kompetensi dasar
2. Menjelaskan indikator
3. Penjelasan langkah kegiatan perkuliahan paket ini
4. Brainstorming dengan memberikan arahan apa yang akan dikerjakan

Kegiatan Inti (120 menit)

1. Mahasiswa dibagai dalam 4 kelompok acak.
2. Mahasiswa membuat tugas proposal bisnis.

Kegiatan Penutup (10 menit)

1. Menyimpulkan hasil perkuliahan
2. Memberi dorongan psikologis/saran/nasehat
3. Refleksi hasil perkuliahan oleh mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut (10 menit)

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan selanjutnya.

Lembar Kegiatan Mahasiswa

Mempelajari mengenal konsep-konsep kewirausahaan melalui gerakan kewirausahaan nasional.

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami tentang perencanan bisnis

Bahan dan alat

Buku bacaan keterkaitan dengan pengenalan kewirausahaan, Lembar kegiatan, lembar penilaian, kartu nilai, dan solatip.

Langkah-langkah kegiatan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Masing-masing kelompok diberikan bacaan keterkaitan dengan materi pengenalan kewirausahaan
2. Anggota kelompok merencanbakan bisnis sesuai dengan keinginan kelompok.
3. Membuat lembaran perencanaan bisnis dalam bentuk waord dan ppt.

Tabel 5.1: Daftar Nilai Praktik summery dan presentasi

KELOMPOK	NILAI				JUMLAH
I					
II					
III					
IV					

Keterangan Nilai:

90 = sangat baik 80 = baik 70 = cukup 60 = kurang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Uraian Materi

PERENCANAAN BISNIS

JAKARTA, KOMPAS.com – Pemerintah memberikan kesempatan kepada direksi PT Mentari Nusantara Airlines untuk membuat rencana bisnis dalam jangka waktu 1 bulan, menyusul lampu hijau yang diberikan Wakil Menteri Keuangan, Bambang Brodjonegoro, terkait restrukturisasi utang. Menteri Badan Usaha Milik Negara Dahlan Iskan menyampaikan, dalam rencana bisnis (*business plan*) tersebut, direksi Merpati juga harus menyertakan daftar calon investor atau mitra kerja yang bakal kembali menjalankan maskapai pelat merah tersebut. Pemerintah menargetkan waktu satu bulan kepada direksi Merpati untuk merampungkan *business plan*. Selama ini, kata Dahlan, Merpati kesulitan untuk menggandeng mitra baru lantaran hutang yang teramat besar. Dengan restu pemerintah untuk mengkonversi sebagian hutang menjadi saham, Merpati bisa lebih mudah mencari pemodal. "Jika sudah dikonversi masih saja defisit, itu karena jumlah pesawat kurang, jumlah rute kurang. Karena itu perlu ada investasi baru untuk pengadaan pesawat. Kalau bukunya sudah bersih Merpati gampang cari partner," ujar Dahlan ditemui di kantor Kemenko, Jakarta, Selasa (12/11/2013). Senada dengan Dahlan, Menteri Koordinasi Bidang Perekonomian Hatta Rajasa mengatakan sebagian hutang Merpati yang totalnya mencapai Rp 6 triliun lebih itu bisa dikonversi menjadi saham dalam bentuk penyertaan modal negara *noncash*. Namun itu pun tidak termasuk tunggakan pajak yang menyentuh Rp 700 juta. Hatta juga menuturkan Merpati masih memiliki prospek. Hal ini karena pertumbuhan industri jasa penerbangan yang tinggi. Merpati juga perlu mengambil bagian dalam memudahkan konektivitas dalam kerangka MP3EI. "Ini semua peluang yang harus kita dorong dan wajib kita buka, sebab kalau tidak, ongkos logistik menjadi mahal biaya penumpang jadi mahal," imbuh Hatta. "Jadi kita melihat kesimpulan kita Merpati masih punya peluang menyampaikan business plannya satu bulan ke depan," tandas Hatta.

http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2013/11/12/1747010/Pemerintah.Tunggu.Rencana.Bisnis.Merpati

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Definisi Perencanaan Bisnis (Business Plan)

Perencanaan usaha merupakan suatu dokumen yang menyatakan keyakinan akan kemampuan sebuah bisnis untuk menjual barang atau jasa dengan menghasilkan keuntungan yang memuaskan dan menarik bagi penyandang dana. Perencanaan usaha akan membuat kita dapat melihat dengan jelas apakah usaha yang dijalankan nanti memiliki prospek keberhasilan yang tinggi dan juga harus bisa menyakinkan orang lain tidak akan merugi bila melakukan kerjasama. Perencanaan usaha juga harus didasarkan pada kebutuhan masyarakat akan adanya barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut, sehingga perencanaan usaha harus berbasis pada permintaan pasar.

Rencana bisnis *(business plan)* merupakan dokumen tertulis yang disiapkan oleh seseorang pengusahayang mendeskripsikan semua elemen eksternal dan elemen internal yang relevan dan terlibat dalam pembentukan sebuah perusahaan baru. Seringkali, rencana bisnis merupakan penggabungan rencana-rencana fungsional seperti pemasaran, keuangan, manufaktur, dan sumber daya manusia.[1] Rencana bisnis bisa dianggap sebagai suatu peta jalan, kita mungkin bisa memahami artinya dengan lebih baik. Anggap saja anda sedang berusaha memutuskan apakah melakukan perjalanan dari Malang menuju Surabaya dengan sebuah mobil. Ada sejumlah rute yang bisa diambil, dimana setiap rute membutuhkan biaya dan waktu yang berbeda-beda. Rencana perjalanan harus mempertimbangkan faktor-faktor eksternal seperti reparasi mobil, kondisi cuaca, kondisi jalan, pemandangan dan sebagainya. Factor-faktor ini pada dasarnya tidak bisa diatur oleh pelancong, tetapi harus dipertimbangkan dalam sebuah rencana, seperti halnya pengusaha harus

[1] Robert D. Hisrich, Michael P. Peters, Dean A. Shepherd, 2008. *Kewirausahaan,* Halaman 259

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mempertimbangkan faktor-faktor eksternal seperti peraturan baru, kompetisi, perubahan sosial, perubahan kebutuhan, atau teknologi baru.

Jika disederhanakan, rencana bisnis adalah sebuah rencana kerja untuk sebuah bisnis misalnya, mengalokasikan sumber daya, fokus pada poin-poin penting, dan mempersiapkan bisnis untuk masalah-masalah dan peluang pasar. Sayangnya, banyak orang hanya memikirkan rencana bisnis dan tidak betul-betul merencanakan dengan baik. Bagaimana merencanakan bisnis dengan baik?

Apa rencana awal kita? Rencana awal sederhana mencakup ringkasan, pernyataan misi, kunci sukses, analisis pasar, dan analisis keseimbangan dana dll. Ini adalah rencana bisnis paling sederhana.Apakah ada standar rencana bisnis? Sebuah rencana bisnis yang standar mencakup seperangkat elemen standar, seperti yang ditunjukkan di bawah ini. Rencana format dan uraian bervariasi, tetapi umumnya sebuah rencana akan mencakup komponen seperti deskripsi perusahaan, produk atau layanan, sasaran pasar, prakiraan, tim manajemen, dan analisis keuangan. Sebuah rencana akan tergantung pada situasi khusus. Sebagai contoh, deskripsi dari tim manajemen adalah sangat penting bagi investor sementara sejarah keuangan yang paling penting bagi bank.

Hal lain yang sangat penting untuk diperhatikan adalah siapa yang harus membuat rencana tersebut? Rencana bisnis hendaknya disiapkan oleh seorang pengusaha, namun ia bisa berkonsultasi dengan banyak sumber lain dalam persiapannya, misalnya pengacara, akuntan, konsultan, dan insinyur sangatlah membantu dalam proses persiapan rencana bisnis. Beberapa dari sumber tersebut dapat ditemukan melalui jasa-jasa yang ditawarkan. Internet juga menyediakan banyak informasi sekaligus contoh atau garis besar yang actual dalam perencanaan bisnis. Sebagian besar dari sumber ini tidak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dikenakan biaya atau jika dikenakan biayapun jumlahnya sangat sedikit., misalnya untuk *browsing* atau mengunduh berbagai informasi. Dalam banyak contoh, pengusaha benar-benar akan memperkerjakan atau menawarkan kerjasama, kepada orang lain yang bisa memberikan keterampilan yang tepat dalam mempersiapkan rencana bisnis, sekaligus menjadi seorang anggota yang penting dari tim manajemen.

Untuk membantu menentukan apakah harus memperkerjakan seseorang konsulan atau memanfaatkan sumber-sumber lain, seorang pengusaha dapat membuat sebuah penilaian objektif untuk mengetahui keterampilan apa saja yang dibutuhkan dan keterampilan apa saja yang akan dinilai atau yg dibutuhkan untuk usaha tersebut. Sebagai contohseorang insinyur penjualan baru-baru ini merancang sebuah mesin baru yang memungkinkan seseorang pengguna untuk mengirim pesan pribadi dalam sebuah kartu ucapan dalam waktu 10 detik. Persoalan utamanya adalah cara yang paling baik untuk memasarkan mesin tersebut sebagai alat promosi yang bisa digunakan oleh sebuah perusahaan untuk para distributor, penyuplai, pemegang saham, atau karyawan atau mungkin sebagai produk ritel untuk para pengguna terakhir.

Pengusaha ini dalam menilai keterampilannya, menilai dirinya sendiri sangat baik dalam desain produk dan penjualan, baik dalam pengorganisasian, dan hanya cukup atau buruk untuk keterampilan-keterampilan lain. Untuk memperbaiki kelemahan-kelemahan yang didefinisikan, pengusaha tersebut menemukan seorang rekan kerja yang bisa menyumbangkan keterampilan-keterampilan di bagian mana ia merasa kurang atau lemah. Melalui penilaian seperti ini, seorang pengusaha bisa mengidentifikasi keterampilan apa saja yang dibutuhkan dan harus kemana untuk mendapatkannya.

Kedalaman dan detail dalam rencana bisnis bergantung pada ukuran dan lingkup perusahaan baru yang dimaksudkan. Perencanaan seorang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengusaha untuk memasarkan hasil produksinya bergantung juga pada usaha yang dia lakukan. Rencana bisnis sangatlah berharga bagi seseorang pengusaha, investor yang potensial, atau bahkan karyawan baru yang berusaha untuk membiasakan diri dengan perusahaan, tujuan-tujuannya, dan sasaran-sasarannya. Rencana bisnis sangatlah penting bagi orang-orang atau pengusaha, karena:

- Membantu kelangsungan hidup perusahaan dalam pasar yang ditunjuk
- Memberikan petunjuk untuk seorang pengusaha dalam mengatur aktivitas-aktivitasnya.
- Berfungsi sebagai alat yang penting untuk membantu mendapatkan pembiayaaan.

10 langkah menyusun *busiess plan* ini mungkin baik untuk anda pertimbangkan untuk membantu Anda menyelesaikan rencana bisnis yang luar biasa.[2]

1. Tentukan mengapa Anda menulis rencana bisnis tersebut.

   Persiapkan untuk diri sendiri sebuah paragraf pendek yang menjelaskan "mengapa menulis rencana bisnis dan mengapa hal itu akan menjadi besar."
2. Tentukan gambaran intinya.

   Sebelum melakukan penelitian dan mencari informasi informasi, perhatikan rencana bisnis melalui berbagai sudut pandang untung ruginya untuk mendapatkan gambaran yang pasti. Kunjungi perpustakaan atau toko buku lokal dan cari beberapa buku rencana bisnis. Dengan wawasan yang luas, menyiapkan garis besar yang termasuk bagian utama dan subbagian yang dapat dipercaya akan muncul dalam rencana bisnis Anda.
3. Cari semua informasi yang terkait dari berbagai sumber.

[2] http://lifeskill.staff.ub.ac.id/2013/02/21/10-langkah-menyusun-business-plan/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pertimbangkan alat pemasaran Anda, press release, artikel terkait, jurnal industri, sejarah keuangan, situs web yang penting dan catatan atau ide-ide Anda yang telah terakumulasi dari waktu ke waktu. Jangan menilai kualitas informasi ini – hanya mengumpulkan sesuatu yang biasa saja. Pada titik ini kuantitas dan kualita informasi adalah kuncinya.

4. Cukup ketik! Mulailah mengetik pikiran, gagasan, kata, pertanyaan dan setiap bagian dari garis besar rencana bisnis Anda.

   Buat layout kasar di atas kertas dan gambarkan ide Anda. Jangan terlalu terpaku tentang kalimat lengkap atau tata bahasa yang harus baik, itu hanya pelengkap saja.

5. Siapkan draf rencana bisnis Anda.

   Menyusun seluruh bagian outline rencana, bagian demi bagian dan mulai menulis kalimat dan paragraf lengkap. Ketika Anda sudah selesai, cetaklah draftnya dan baca beberapa kali, melakukan revisi ringan jika dianggap perlu. Ketika Anda telah menyelesaikan langkah ini, Anda sudah benar-benar membuat kemajuan perencanaan bisnis.

6. Lakukan *Research.*

   Sekarang waktunya untuk untuk mengumpulkan informasi dan penelitian untuk mendukung pernyataan dan rencana Anda. Singkatnya, berbicara dengan siapa pun dan semua orang manapun yang mungkin dapat membantu Anda mengumpulkan informasi untuk rencana bisnis Anda adalah hal yang bijaksana.

7. Mulai berpikir tentang angka-angka.

   Gunakan kesempatan yang lebih baik yang mendukung ide dalam rencana bisnis. Mampu menyebutkan media pemasaran yang spesifik di bagian pemasaran, dan menyertakan biaya yang sesuai di suatu tempat sesai kondisi keuangan yang ada.

8. Menulis rancangan akhir dan menetapkan biaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kadang-kadang finishing adalah bagian paling sulit menyelesaikan proyek-proyek besar seperti rencana bisnis. Tapi jika Anda mengikuti langkah-langkah yang mengarah ke hal ini, kesuksesan tidak akan jauh dari rencana Anda. Hindari kesalahan karena pada tahap ini sangat penting untuk memeriksa, double-cek hal-hal yang mungkin keliru.

9. Menetapkan tenggang waktu.

   Waktu merupakan bagian yang sangat penting dalam sebuah perencanaan bisnis. Waktu penyelesaiaan harus ditentukan sesuai target dan kemampuan. Kontrol rencana bisnis dengan meminta bantuan orang lain untuk membaca dan memberikan saran perbaikan.

10. *Finishing*.

    Siapkan satu halaman ringkasan yang merangkum keseluruhan rencana bisnis.Cetak rencana tersebut dan ambil waktu yang tenang dan renungkan sekali lagi.

Untuk membuat suatu bisnis terselesaikan secara baik dan sempurna maka sebaiknya pekerjaan tersebut dilakukan secara bertahap dan setiap tahap dinilai kualitas hasil pekerjaannya oleh mereka yang memiliki kompotensi pekerjaan dalam bidang tersebut. Sebuah usaha pembuatan sepatu maka tentunya pengawas dan penilai hasil pekerjaan adalah mereka yang sebelumnya telah terlibat secara intens sebagai pembuat sepatu. Ini juga terjadi pada bisnis service atau bengkel mobil dan motor, maka tentunya pihak yang bertugas untuk mengawasi jalannya pekerjaan yang dilakukan oleh para montir adalah yang berpengalaman dalam bidang perbengkelan. Termasuk ini dilakukan pada bisnis lainnya.[3]

[3] Irham fahmi, 2013 *Kewirausahaan, teori, kasus, dan solusi*, halaman 56-57

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam melaksanakan pengelolaan dan keputusan keuangan prinsip kehati-hatian dianggap sebagai salah satu keputusan yang penting. Sebuah keputusan dapat dikatakan tepat jika telah dipikirkan dengan matang, dan sebuah keputusan dapat dianggap tidak tepat jika diputuskan dengan tidak matang. Penafsiran matang di sini artinya dikaji secara mendalam dan proses pengkajian dilakukan oleh mereka yang professional dalam bidang tersebut.

Jika menyangkut dengan masalah utang maka sebaiknya libatkan para ahli dalam utang untuk mendukung proses pengambilan keputusan tersebut. Begitu juga jika menyangkut dengan keputusan investasi, maka sebaiknya libatkan mereka-mereka yang memiliki pengalaman tinggi dalam bidang investasi. Semua ini memiliki banyak tujuan, namun intinya ingin agar risiko serta permasalahan ke depan dapat dihindari. Dengan kata lain profesionalismedalam pengelolaan perusahaan telah dilakukan, yaitu menempatkan orang-orang yang tepat sesuai dengan bidangnya atau "*the right man and the right place*."

Di sisi lain dengan pembuatan perencaan secara bertahap maka seorang wirausahawan juga dapat melakukan pengontrolan (*controllable*) dari setiap biaya yang akan dikeluarkan. Suatu biaya dikatakan dapat dikontrol (*controllable*) jika manajer atau karyawan memiliki keleluasaan dalam menentukan terjadinya biaya tersebut atau dapat memengaruhi jumlahnya secara signifikan dalam periode waktu tertentu, biasanya pendek. Sebagai contoh, penyedia toko biasanya tidak dapat mengendalikan beban sewa dan asuransi fasilitas pabrik, demikian juga manajer divisi biasanya tidak mempunyai keleluasaan dalam menentukan biaya administrasi pada tingkat perusahaan. Sebaliknya, karyawan biasanya memiliki pengendalian atas jumlah tenaga kerja dan bahan baku yang digunakan pada areal kerjanya. Biaya-biaya seperti periklanan dan pemeliharaan biasanya berada di bawah pengendalian manajer produksi atau devisi dan setiap biaya itu biasanya berada di bawah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengendalian dari setiap divisinya. Misalnya biaya iklan berada di bawah divisi marketing, biaya produksi berada di bawah divisi produksi, dan begitu seterusnya.

Ada beberapa alasan penting mengapa pengelola usaha harus menyusun perencanaan usaha, antara lain:

1. Untuk dipakai sebagai alat pengawasan dan pengendalian kegiatan usaha sehari-hari. Dengan adanya perencanaan maka kegiatan bisns dapat dikontrol dalam keseharian. Sesuai dengan sistem yang ada dalam ekonomi Islam konsep berbagi akan jalan dengan mudah apabila usaha dimulai dengan perencanaan.
2. Untuk mendapatkan pembiayaan dari Lembaga Pemberi Pinjaman. Dengan perencanaan lembaga pemberi pinjaman akan dengan mudah membaca kekurangan dan kelebihan perencanaan usaha. Sehingga muncul rasa percaya untuk memberikan pinjaman modal usaha.
3. Untuk mendapatkan dana investasi (*To obtain investment funds*). Hal lain yang lebih menguntungkan apabila perencanaan usaha disusun dengan matang dan memiliki prospek masa depan yang cerah adalah akan mendatangkan dana investasi dari pihak luar. Sehingga pembuat business plan hanya menggunakan skill mannagerial dan melaksanakan perencanaan maka dana akan datang dengan sendiri dengan sistem yang telah ditentukan sebelumnya.
4. Untuk mengatur dengan siapa harus bekerjasama (*To arrange strategic alliances*). Dengan pernecanaan business maka arah dengan siapa dan perusahaan mana untuk bisa diajak kerjasama. Pihak lain akan mudah mencari perusahaan baru sebagai mitra atau partner usaha hanya dengan membaca perencanaan bisnis.
5. Untuk mendapatkan kontrak besar (*To large contracts*). Hal lain yang jauh lebih menguntungkan apabila perencanaan usaha sangat original dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memiliki ide serta tekhnologi baru bisa memiliki kemungkinan sangat besar mendatangkan kontrak usaha yang sangat besar.

Perencanaan yang baik menarik minat perusahaan-perusahaan yang lebih besar memberi pekerjaan atau kontrak yang dapat dikerjakan oleh perusahaan berpijak pada arah yang benar. Tujuan dari seseorang membuat suatu perencanaan dalam bisnis diantaranya adalah:

1. Sebagai Rencana Aksi (*Action Plan*) maka dengan proposal rencana bisnis mudah dilaksanakan tidak dalam sebuah angan saja.
2. Sebagai Peta Jalan (*Road Map*) maka arah menjadi jelas tanpa harus tersesat untuk menjajal jalan lain yang belum diyakini kebenarannya.
3. Sebagai Alat Penjualan (*Sales Tool*) maka akan mampu dipresentasikan ke beberapa pihak yang terkait dengan perencanaan usaha yang dibuat. Bahkan bisa mendatangkan keuntungan denan penjualan yang sangat besar.

Hal- hal yang perlu dicantumkan dalam proposal perencanaan bisnis.

1. Halaman pembuka. Pada halaman pembuka ini berisi tentang halaman judul yang memberikan ringkasan singkat rencana bisnis. Dalam halaman pembuka mencantumkan nama perusahaan, nama pengusaha, serta alamat lengkap dan contact person yang dapat dihubungi. Juga tak luput berisi deskripsi perusahaan dan pembiayaan yang dibutuhkan.
2. Ringkasan eksekutif. Pada bagian ini dipakai untuk mempermudah mengenalkan konsep model bisnis, keunikan, yeng memulai usaha,bagaimana dapat menghasilkan uang.
3. Analisis industri. Pada anaalisis ini akan memperlihatkan adanya pandangan masa depan dan tren-tren, analisis kompetitor, segmentasi pasar dan ramalan industri dan pasar.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Deskripsi perusahaan. Merupakan hal yang penting dicantumkan untuk mengetahui produk yang dihasilkan, jasa yang dibutuhkan, ukuran dan skala bisnis, perlengkapan dan personel kantor, latar belakang pengusaha.
5. Rencana produksi. Dalam perencanaan produksi meliputi proses manufaktur, pabrik fisik, mesin dan peralatan, nama-nama pemasok bahan mentah.
6. Rencana operasonal. Dalam rencana operasional harus memunculkan deskripsi operasi perusahaan, aliran pesanan untuk barang-barang dan atau jasa, penggunaan tekhnologi.
7. Rencana pemasaran. Dengan adanya rencana pemasaran minimalharus mencantumkan penentuan harga, pendistribusian, promosi, ramalan produk, dan pengendalian.
8. Rencana organisasi. Dalam rencana organisasi tak kalah penting dengan perencanaan yang lain. Karena disini harus mencantukan bentuk kepemilikan, identifikasi partner dan pemegang saham, wewenang utama, dan latar belakang tim manajemen.
9. Penilaian resiko. Dalam perencanaan harus mencantumkan penilaian resiko yang berguna untuk mengevaluasi kelemahan-kelemahan bisnis, tekhnologi baru, rencana rencana kontijensi.
10. Rencana finansial yang dalam hal ini mencantumkan berbagai asumsi, laporan rugi laba performa, perkiraan arus kas, analisis impas (BEP), berbagai sumber dan aplikasi daana.
11. Lampiran yang memuat material pendukung. Dalam lampiran ini berisi surat-surat, data riset pasar, sewa menyewa atau kontrak dan daftar harga dsri pemasok.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Rangkuman

Dari berbagai paparan di atas, maka pada bagian ini dapat dikerucutkan dalam beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Perncanaan bisnis adalah Rencana bisnis *(business plan)* merupakan dokumen tertulis yang disiapkan oleh seseorang pengusahayang mendeskripsikan semua elemen eksternal dan elemen internal yang relevan dan terlibat dalam pembentukan sebuah perusahaan baru.
2. Membuat perencanaan bisnis dengan minimal mencantumkan sebelas point.

Latihan

Buatlah perncanaan bisnis sesuai dengan kondisi lokasi daerah tempat tinggal sebagai ide bisnis. !!!

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Paket 09
KEWIRAUSAHAAN RASULULLAH

Pendahuluan

Yakinlah Allah akan mejamin rizki anda, ini adalah judul yang menggelitik dalam bab sebuah buku. Setelah dibedah didalamnya berisi tentang ayat-ayat Allah dalam Alquran surat Adz-Dzariat (52) : 56-58. Yang artinya Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka menyembahKu. Aku tidak menghendaki rezwki sedikitpun dari mereka. Dan Aku tidak menghendaki supaya mereka memberi Aku makan. Sesungguhnya Allah, Dialah Maha Pemberi Riski Yang Mempunyau Kekuatan lagi Sangat Kokoh.[1]

Dari kutipan buku di atas menggambarkan kita menginginkan rizki akan dikabulkan sesuai dengan ikhtiar dan usaha manusia. Sedangkan ikhtiar yang mampu memperoleh rizki dengan cara yang lebih cepat adalah dengan berwirausaha.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi Dasar

Kemampuan dan kecakapan memahami menjelaskan menumbuhkan ide kewirausahaan

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan mampu: menjelaskan kewirausahaan ala Rasullulah

Waktu

3x50 menit

[1] Kang monif, laode, *Rasulullah's Business School*, Yogyakarta : Santri Group, 2013, 11.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Materi Pokok

Mengenal Kewirausahaan ala Rasulullah

1. Konsep dan kewirausahaan menurut Rasulullah
2. Cara-cara Rasulullah membangun kerajaan bisnis
3. Rahasia bisnis Rasulullah.

Langkah-langkah Perkuliahan

Kegiatan Awal (10 menit)

1. Menjelaskan kompetensi dasar
2. Menjelaskan indikator
3. Penjelasan langkah kegiatan perkuliahan paket ini
4. Brainstorming dengan memberikan arahan apa yang akan dikerjakan

Kegiatan Inti (120 menit)

1. Memilih secara acak kelompok mahasiswa.
4. Kelompok yang terpilih menampilkan sosio drama berkaitan dengan Konsep dan kewirausahaan menurut Rasulullah, Cara-cara Rasulullah membangun kerajaan bisnis.
2. Setelah semua kelompok melakukan sosio drama maka dibuatlah risalah.
3. Penguatan hasil sosio drama dari mahasiswa atas pelaksanaan sosio drama.
4. Mahasiswa memberikan arahan mana etika yang benar dan tidak dalam berbisnis

Kegiatan Penutup (10 menit)

1. Menyimpulkan hasil perkuliahan
2. Memberi dorongan psikologis/saran/nasehat
3. Refleksi hasil perkuliahan oleh mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut (10 menit)

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan selanjutnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Lembar Kegiatan Mahasiswa

Mempelajari mengenal konsep-konsep kewirausahaan menurut Rasulullah.

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami tentang konsep-konsep kewirausahaan Rasullullah.

Bahan dan alat

Buku bacaan keterkaitan dengan pengenalan kewirausahaan, Lembar kegiatan, lembar penilaian, kartu nilai, dan solatip.

Langkah-langkah kegiatan

1. Masing-masing kelompok diberikan bacaan keterkaitan dengan materi pengenalan kewirausahaan menurut Rasulullah
2. Anggota kelompok membaca, berdiskusi dalam kelompok kecil, merumuskan dan membuat rumusan dari bahan materi yang diberikan. Mencatat di kertas plano mempergunakan spidol, mencatat dalam kertas sehingga akan berbagi dengan kelompok lain dengan cara dicopy sehingga semua konsep akan mampu dipahami dengan cepat dan mudah.
3. Hasil rangkuman dan diskusi dipresentasikan di depan kelas, dengan dilaksanakan dua atau tiga perwakilan, satu memperesentasikan lainnya menunjukkan hasil diskusi di kertas plano yang telah di tempel di papan.
4. Melaksanakan tanya jawab dan umpan balik dari hasil presentasi.

Tabel 5.1: Daftar Nilai Praktik summery dan presentasi

KELOMPOK	NILAI				JUMLAH
I					
II					
III					
IV					

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

V					
VI					

Keterangan Nilai:

90 = sangat baik 80 = baik 70 = cukup 60 = kurang

Uraian Materi

KEWIRAUSAHAAN RASULULLAH

Republika.com. Tamu agung, Bulan Ramadhan, tak lama lagi akan datang, dengan membawa keberkahan kepada hampir semua level bisnis, dari mall-mall elit yang bertengger di jantung-jantung kota besar, hingga pasar-pasar tradisional dan para pedagang atau tukang kredit keliling di seluruh pelosok tanah air. Dari pengusaha mapan hingga musiman banyak bermandi rejeki. Tidak sedikit yang menjadikan keuntungan usaha di bulan Ramadhan sebagai tulang punggung untuk pendapatan 1 tahun tersebut. Lonjakan omzet tidak hanya dialami oleh sektor usaha yang menyediakan kebutuhan utama, seperti bisnis makanan buka puasa dan sahur, busana muslim dan perlengkapan ibadah, namun juga terjadi pada segala sektor usaha yang terkait dengan adanya perubahan gaya hidup di bulan Ramadhan dan Hari Raya Idul Fitri. Jadi pantaslah disebut pada bulan Ramadhan di Indonesia terdapat 1001 bisnis. Sebagai ilustrasi, di bulan-bulan biasa, jumlah pemirsa televisi pukul 02.00 hingga 06.00 di kisaran 707 ribu, pada bulan Ramadhan membludak menjadi 5,22 juta pasang mata, melonjak sekitar 725 persen (Sumber: AGB Nielsen Media Research, 2006).

Data dari perum pegadaian pada tahun-tahun sebelumnya, lonjakan omzet mengalami kenaikan dari 10-40 persen pada masing-masing cabang. Di berbagai pemberitaan penjualan tiket KA dari Jakarta ke berbagai daerah tujuan untuk H-7, H-6, H-5, H-4 sudah terjual ludes sebanyak 64.200 tiket. Islam memberi apresiasi tinggi pada profesi bisnis yang dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Rasulullah SAW bersabda, "Pedagang yang jujur dan amanah kelak pada hari Kiamat bersama-sama para nabi, shidiqin, dan para syuhada." (HR A Tirmidzi & Ibnu Majah).

Rasulullah Saw dan sebagian besar sahabatnya adalah para pedagang berskala internasional dengan integritas dan kompetensi yang tidak diragukan lagi. Berbagai keteladanan mereka dalam berbisnis selalu relevan dan bisa dijadikan inspirasi serta kiat sukses berbisnis yang sangat universal. Salah satu keteladanannya adalah Rasulullah Saw membuktikan bahwa uang bukanlah modal utama dalam berbisnis, namun sifat Siddiq (benar dalam kata dan perbuatan), amanah (dapat dipercaya), fathonah (cerdas) dan tabligh-lah (menyampaikan risalah Allah Swt) yang menjadi kunci kesuksesan. Seiring dengan kesuksesan bisnis Rasul Saw dan Sahabatnya, keteladanan lainnya adalah dalam prestasi zakat infak shodaqoh dan wakaf mereka yang sangat fantastis jumlahnya jika

digilib. .id

Kewirausahaan dalam Islam

Kewirausahaan sudah berkembang sejak lama. Banyak hal yang sudah teraplikasikan pada masa lalu. Nabi Muhammad telah meletakkan dasar-dasar moral yang baik pada masa beliau memulai berbisnis. Beliau Rasulullah juga meletakkan landasan manajemen dan etos kerja yang sangat baik mendahului zamannya dalam melakukan perniagaan.

Dasar-dasar etika berbisnis mendapatkan legitimasi dalam dunia perniagaan. Begitu pula dengan manajemen bisnis tersebut telah mendapat legitimasi keagamaan setelah beliau diangkat menjadi Nabi. Legitimasi tersebut dapat selalu dipakai dan abadi sepanjang masa. Prinsip-prinsip etika bisnis yang diwariskan semakin mendapat pembenaran akademisi dipenghujung abad ke-20 atau awal abad ke-21. Pada abad 20 sd 21 banyak menemukan ilmu real dari hasil praktis berbisnis Rasulullah.

Islam memang tidak memberikan penjelasan secara eksplisit terkait konsep tentang kewirausahaan (*enterpreunership)* ini, namun diantara keduanya mempunyai kaitan yang cukup erat, memiliki ruh atau jiwa yang sangat dekat, meskipun bahasa teknis yang digunakan berbeda. Dalam islam digunakan istilah kerja keras, kemandirian (*biyadihi*) dan tidak mudah menyerah, setidaknya terdapat beberapa ayat Alquran maupun hadis yang dapat menjadi rujukan pesan tentang semangat kerja keras dan kemandirian ini, seperti:"amal yang paling baik adalah pekerjaan yang dilakukan dengan cucuran keringatnya sendiri, amalurrajuli biyadihi (HR.Abu Dawud). Dalam sebuah ayat Allah SWT mengatakan, "Bekerjalah kamu, maka Allah dan orang-orang yang beriman akan melihat pekerjaan kamu. (QS.at-Taubah:105). Oleh karena itu, apabila shalat telah ditunaikan maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia (rizky) Allah. (QS. al-jumu'ah:10).

Kewirausahaan Rasulullah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bahkan Sabda Nabi, "Sesungguhnya bekerja mencari rizki yang halal itu merupakan kewajiban setelah ibadah fardhu". (HR. Tabrani dan Baihaqi). Rasullullah Saw tergolong sebagai wirausahawan sejati, dari beberapa literatur yang didapat. Betapa jiwa enterpreunership Rasulullah di bidang wirausaha begitu mendominasi sehingga beliau berkembang menjadi seorang pemimpin yang memiliki jiwa enterpreuner dan keterampilan manajemen yang baik untuk mengelola sebuah dakwah sebuah sistem yang bertata nilai kemuliaan Islam. Sehingga Abdullah Gymnasir mengatakan "entrepreneur adalah sebuah kekuatan yang dikembangkan oleh Rasulullah Saw. Seorang entrepreuneur itu tidak mengenal situasi rumit kecuali situasi itu dapat diatasi dan banyak menghasilkan manfaat. Dan Rasulullah Saw adalah yang memiliki jiwa entrepreneur yang baik dan sempurna."[2]

Bisnis dalam Alquran dijelaskan melalui kata *tijarah,* yang mencakup dua makna, yaitu: *pertama,* perniagaan secara umum yang mencakup perniagaan antara manusia dengan Allah. Ketika seseorang memilih petunjuk dari Allah, mencintai Allah dan Rasul-Nya, berjuang di jalan-Nya dengan harta dan jiwa, membaca kitab Allah, mendirikan shalat, menafkahkan sebagian rezekinya, maka itu adalah sebaik-baik perniagaan antara manusia dengan Allah. Dalam salah satu ayat Alquran dijelaskan bahwa ketika seseorang membeli petunjuk Allah dengan kesesatan, maka ia termasuk seseorang yang tidak beruntung. [3]

Bisnis diawali dengan sebuah perdagangan bertaraf kecil dan pribadi, yaitu dengan membeli barang dari satu pasar dan menjual kepada orang lain. Aktivitas bisnis lain dengan sejumlah orang di Kota Mekkah pun dilakukan, dengan demikian ternyata Rasulullah telah melakukan aktivitas bisnis jauh sebelum beliau bermitra dengan khadijah dan inilah yang membuahkan

[2] Kutipan diambil dari buku Rasulullah Business School, 104.
[3] Ika Yunia Fauzia, "*Etika Bisnis dalam Islam*", hlm 7

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengalaman yang tek ternilai harganya dalam mengembangkan jiwa kewirausahaan pada diri Rasullullah Saw.

Langkah Rasulullah Membangun Kerajaan Bisnis

Cara yang sangat khas dari aktifitas bisnis yang dilakukan oleh Rasulullah waktu itu adalah beliau sangat terkenal karena kejujuran dan amanah dalam memegang janji. Sehingga tak ada satupun orang yang berinteraksi dengan beliau kecuali mendapatkan kepuasan yang luar biasa. Dan ini merupakan sebuah nuansa dengan pesona tersendiri bagi warga jazirah Arab, apalagi kemuliaan akhlak seakan menebarkan pesona indah kepribadiannya pun, ketika beliau tak memiliki uang untuk berbisnis sendiri ternyata beliau banyak menerima modal dari orang-orang kaya Mekkah yang tak sanggup menjalankan sendiri dana mereka dan menyambut baik seseorang yang jujur untuk menjalankan bisnis dengan uang yang mereka miliki berdasarkan kerja sama. Dan yang paling perlu digaris bawahi Rasulullah Saw mengadakan transaksi bisnis sama sekali tidak untuk memupuk kekayaan pribadi tetapi justru untuk membangun kehormatan dan kemulian bisnis dengan etika yang tinggi dan hasil yang didapat justru untuk didistribusikan ke sebanyak umat. Sehingga kesuksesan mampu membawa banyak dampak positif yaitu kesuksesan dan kesejahteraan bagi umat yang lainnya. Dan inilah yang menyebabkan kepribadian Rasulullah Saw begitu monumental baik dalam mencari nafkah maupun dalam menafkahkan rizki yang diperolehnya.

Langkah-langkah Rasulullah dalam membangun bisnis adalah :[4]

1. Belajar makna kebebasan sekolah alam. Sekolah alam bermakna bahwa dari kelahiran Rasulullah sudah banyak pelajaran yang diambil dari kehidupan Beliau. Spritual, mental dan fisik terasah di alam.

[4] Kutipan diambil dari buku *Rasulullah Business School*, 121-205.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Belajar hidup mandiri sejak dini. Dari usia dini Rasulullah sudah bekerja dari menggembala kambing hingga kerja kepada Khadijah,
3. Mengasah jiwa kepemimpinan sejak kecil. Pengaruh jiwa kerja kerasnya dan keuletannya sejak dari kecil sangat mempengaruhi jiwa kepemimpinan Rasulullah.
4. Menghargai perjalanan proses. Muhammad Rasulullah mengajari bahwa kesuksesan tidak bisa diraih dengan serta merta tetapai melalui proses yang sangat panjang. Hal tersebut digambarkan bahwa Rasulullah hanya sekali dalam setahun membeli pakaian.
5. Menjadi pribadi yang siap menghadapi perubahan hidup. *Man jadda wa jadda* (barang siapa bersungguh-sungguh, maka ia akan meraih cita-citanya) ini digambarkan penderitaan Rasulullah sejak kecil sudah ditinggal orang tercinta dan berpindah-pindah pengasuhan. Tp Muhammad mampu melewati dengan tegar.
6. Memupuk dan memiliki kebaranian. Sejak kecil sifat ini ditunjukkan Muhammad saat ikut berdagang pamannya sampai keluar Mekah. Sehingga saat pamnnnya bangkrut maka Muhammad telah menguasai ilmu berdagang.
7. Berani berpetualang. Dari usia 12 tahun Muhammad telah mampu berkeliling ke Syiria.
8. Memiliki loyalitas. Dengan loyalitasnya Muhammad dipercaya para sudaagar untuk menjualkan barang dagangannya.
9. Memiliki ketekunan ekstra (*istiqamah*)
10. Selalu percaya diri.
11. Memiliki sifat egaliter dalam membangun jaringan.
12. Memilki sikap selalu berempati pada orang lain.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

13. Berani bersikap bijaksana. Hal ini dicontohkan saat Rasulullah dengan bijak sana menyelesaiakan perselisihan pengembalian Hajara Aswad.
14. Mempercayai Gos Factor dengan selalu berdoa padaNya.

Ajakan berbisnis dalam Alquran: "Alquran penuh dengan ayat-ayat yang memotivasi manusia untuk melakukan aktivitas bisnis, bisnis terutama perdagangan, menurut al-quran adalah pekerjaan yang menguntungkan dan menyenangkan. Larangan berbisnis dengan tidak jujur : Alquran sangat menghargai aktivitas bisnis yang jujur dan adil, al-quran berulang-ulang mencela dan melarang dengan keras segala bentuk praktek ketidakadilan dalam berbisnis, tidakan yang tidak *fair* jauh lebih dikutuk dari pada dosa-dosa lain. Hal ini tentu menunjukkan betapa pentingnya sikap *fair*, jujur, dan adil dalam beraktifitas bisnis.

Sifat-sifat seorang wirausaha :

- Sifat taqwa, tawakal, zikir, dan syukur
- Jujur
- Niat suci dan ibadah
- Azzam dan bangun lebih pagi
- Toleransi
- Berzakat dan Berinfak
- Silaturahmi

".....Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum,maka tak ada yang dapat menolaknya dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain dia." (QS:Ar-Ra'd :11)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dengan melihat realita secara jujur dan objektif,maka orang sadar bahwa menumbuhkan mental wirausaha merupakan terobosan yang penting dan tidak dapat ditunda-tunda lagi, kita semua harus berfikir untuk melihat dan melangkah ke arah sana. Dalam islam, baik dari segi konsep maupun praktek, aktivitas kewirausahaan bukanlah hal yang asing, justru inilah yang sering dipraktekan oleh Nabi, istrinya, para sahabat dan juga para ulama di tanah air. Lembaga pendidikan melalui para praktisinya harus lebih konkret dalam menyiapkan program kegiatan pembelajaran yang benar-benar dapat mendorong tumbuh dan berkembangnya spirit kewirausahawan mulai dari sekolah dasar sampai perguruan tinggi.

Rahasia Bisnis Rasulullah

Konsep perniagaan dalam Islam amat luas, tidak hanya terbatas pada pencapaian material saja tetapi merupakan ibadah Fardhu Kifayah yang dituntut Allah swt. Dalam melakukan ibadah ini manusia jangan melakukan perbuatan yang mencemarkan kesuciannya. Jadi mereka harus melakukannya dalam batas-batas yang telah ditetapkan oleh Islam. (Syeikh Abod dan Zamry Abdul Kadir, 1991: 291).

Nabi Muhammad telah meletakkan dasar-dasar moral, manajemen dan etos kerja mendahului zamannya dalam melakukan perniagaan. Dasar-dasar etika dan manajemen bisnis tersebut telah mendapat legitimasi keagamaan setelah beliau diangkat menjadi Nabi. Prinsip-prinsip etika bisnis yang diwariskan semakin mendapat pembenaran akademisi dipenghujung abad ke-20 atau awal abad ke-21. Prinsip bisnis modern, seperti tujuan pelanggan, pelayanan yang unggul, kompetensi, efisiensi, transparansi, semuanya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

telah menjadi gambaran pribadi dan etika bisnis Nabi Muhammad Saw ketika ia masih muda. (Yafie, 2003: 11-12) [5].

Dengan gambaran bisnis dan etika bisnis Rasulullah dapat dirumuskan beberapa rahasia bisnis Rasul, yaitu :[6]

1. Menjadikan bekerja sebagai ladang menjemput surga. Semua pekerjaan yang menghasilkan rizki dan dimanfaatkan untuk memberikan nafkah keluarga dan disedekahkan kepada fakir miskin.
2. Kejujuran dan kepercayaan menjadi modal utama Rasul. Adanya kejujuran dan kepercayaan Rasul yang memimpin kafilah menyusuri Yaman, Syam, Madyan membawa barang dagangan Khadijah dan meraih untung besar.
3. Tidak Cuma mimpi, tetapi harus jago mewujudkan mimpi. Mimpi menjadi kaya sering dialami semua orang, tapi tidak semua orang gigih untuk mewujudkan mimpi menjadi kenyataan. Sedangkan Rasulullah mampu mewujdkan semua mimpi dan angan.
4. Berpikir visioner, kreatif, dan siap menghadapi perubahan. Dalam hal ini memegang prinsip reputasi, tumbuh dari bawah, anti kerumunan, modal hanya pelengkap. Selain hal tersebut butuh skill interpersonal, leadership dan managerial.
5. Memiliki *planning dan goal setting* yang jelas. Terlihat dari panning Rasulullah masa kecil sampai wafat.
6. Pintar mempromosikan diri. Dengan kejujuran merupakan modal saham yang besar untuk masa depan.

---

[5] Dikutip dari http://elsanraekaputra.wordpress.com/2009/03/23/prinsip-bisnis-rasulullah/

[6] Kutipan diambil dari buku *Rasulullah Business School*, 219-325

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7. Menggaji karyawan sebelum kering kerngatnya. Rasul menggunakan prinsip bahwa majikan dan karyawan adalah saudara seiman, sehingga bukan seperti tuan dan budak. Majikan dan karyawan harus pada tingkat yang sama pada hal kebutuhan yang mendasar. Karyawan tidak dibebani pekerjaan yang terlalu berat.
8. Mengetahui rumus bekerja dengan cerdas. Entrepreneur adalah pekerjaan yang selalu menuntut inovasi dan kreatifitas dan akan menghasilkan pendapatan yang lebih dibanding pekerjaan yang lain.
9. Mengutamakan sinergisme. Harus menambah keunikan agar menumbuhkan kekuatan dalam berbisnis.
10. Berbisnis dengan cinta. Sifat lembut dan kasih sayang merupakan keunggulan Rasul dalam mengembangkan bisnis dan usaha.
11. Pandai bersyukur dan berucap terimaksih. Rasul dilahirkan bukan untuk menjadi pedagang, tetapi untuk memberbaiki akhlak umat. Tetapi dengan hasil transaksi tersebut banyak harta benda yang disedekahkan rasul untuk umat yang membutuhkan.
12. Be the best, menjadi manusia paling bermanfaat. Dibuktikan dengan sabda Rasul bahwa Tangan di atas lebih baik daripada tangan di bawah.

Ada beberapa prinsip dan konsep yang melatarbelakangi keberhasilan Rasulullah Saw dalam bisnis, prinsip-prinsip itu intinya merupakan *fundamental Human Etic* atau sikap-sikap dasar manusiawi yang menunjang keberhasilan seseorang. Menurut Abu Mukhaladun (1994:14-15) bahwa prinsip-prinsip Rasulullah meliputi Shiddiq, Amanah dan fatanah. Prinsip-prinsip itu adalah:

1. Shiddiq

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Rasulullah telah melarang pebisnis melakukan perbuatan yang tidak baik, seperti:

a. Larangan tidak menepati janji yang telah disepakati.

Ubadah bin Al Samit menyatakan bahwa Nabi Saw bersabda: "berikanlah kepadaku enam jaminan dari kamu, aku menjamin surga untuk kamu: 1)berlaku benar manakala kamu berbicara, 2) tepatlah manakala kamu berjanji…"(HR. Imam Ahmad dikutip dari Syeikh Abod dan Zamry Abdul Kadir, 1991: 102)

b. Larangan menutupi cacat atau aib barang yang dijual.

Apabila kamu menjual, katakanlah: "tidak ada penipuan". (HR. Imam Bukhari dari Abdullah bin Umar r.a. dikutip dari Yusanto dan Muhammad K.W, 2002:112. Tidak termasuk umat Nabi Muhammad seorang penjual yang melakukan penipuan dan tidak halal rezki yang ia peroleh dari hasil penipuan. Bukanlah termasuk umatku, orang yang melakukan penipuan. (HR. Ibnu Majah dan Abu Dawud melalui Abu Hurairah dikutip Yusanto dan Muhammad K.W, 2002:112) Tidak halal bagi seseorang menjual sesuatu, melainkan hendaknya dia menerangkan kekurangan (cacat) yang ada pada barang itu. (HR. Ahmad dikutip dari Alma, 1994: 62)

c. Larangan membeli barang dari orang awam sebelum masuk ke pasar.

Rasulullah telah melarang perhadangan barang yang dibawa (dari luar kota). Apabila seseorang menghadang lalu membelinya maka pemilikbarang ada hak khiyar (menuntut balik/membatalkan) apabila ia telahsampai ke pasar (dan merasa tertipu). (Al-Hadits dikutip dari Alma,1994: 70)

Rasulullah telah melarang membeli barang dari orang luar atau desa dikarenakan akan terjadi ketidakpuasan, di mana pembeli akan membeli

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan harga rendah dan akan dijual di pasar dengan harga tinggi sehingga pembeli akan memperoleh untung yang banyak. Hal in merupakan penipuan, padahal Rasulullah melarang bisnis yang ada unsur penipuannya. Sedangkan larangan yang lainnya adalah larangan mengurangi timbangan diterangkan dalam Alquran dalam surat Al-Muthaffifin ayat 1-6 sebagaiberikut:

Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang. (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. Tidaklah orang-orang itu menyangka, bahwa Sesungguhnya mereka akan dibangkitkan, Pada suatu hari yang besar, (yaitu) hari (ketika) manusia berdiri menghadap Tuhan semesta alam? (Al-Muthaffifin : 1-6) Dan kepada (penduduk) Mad-yan (Kami utus) saudara mereka, Syu'aib. Ia berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tiada Tuhan bagimu selain Dia. dan janganlah kamu kurangi takaran dan timbangan, Sesungguhnya Aku melihat kamu dalam keadaan yang baik (mampu) dan Sesungguhnya Aku khawatir terhadapmu akan azab hari yang membinasakan (kiamat)." (Huud: 84)

Penjual harus tegas dalam hal timbangan dan takaran. Mengenai ini Nabi juga berkata yang artinya: Tidak ada suatu kelompok yang mengurangi timbangan dan takaran tanpa diganggu olah kerugian. (Al-Hadits, Dikutip dari Afzalurahman, 1997: 28)

Nabi berkata kepada pemilik timbangan dan takaran: "Sesungguhnya kamu telah diberi kepercayaan dalam urusan yang membuat bangsa-bangsa terdahulu sebelum kamu dimusnahkan". (Al-Hadist, dikutip dari Afzalurahman, 1997: 28)

Apabila sikap Shiddiq dilakukan oleh pelaku bisnis maka praktek bisnis jahiliyah tidak akan terjadi, perbuatan penipuan dan sebagainya akan terhapus.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Amanah

Amanah berarti tidak mengurangi apa-apa yang tidak boleh dikurangi dan sebaliknya tidak boleh ditambah, dalam hal in termasuk juga tidak menambah harga jual yang telah ditentukan kecuali atas pengetahuan pemilik barang. Maka seorang yang diberi Amanah harus benar-benar menjaga dan memegang Amanah tersebut, ayat tersebut adalah sebagai berikut:

Sesungguhnya kami Telah mengemukakan amanat kepada langit, bumi dan gunung-gunung, Maka semuanya enggan untuk memikul amanat itu da mereka khawatir akan mengkhianatinya, dan dipikullah amanat itu oleh manusia. Sesungguhnya manusia itu amat zalim dan amat bodoh,(Al-Ahzab: 72)

Rasulullah memerintahkan setiap muslim untuk selalu menjaga Amanah yang diberikan kepadaNya. Sabda Nabi akan hal ini yang artinya: Tunaikanlah amanat terhadap orang yang mengamanatimu dan janganlah berkhianat terhadap orang yang mengkhianatimu. (HR. Ahmad dan Abu Dawud dikutip dari Yusanto dan Muhammad K.W, 2002: 105)

Ubadah bin Al Samit menyatakan bahwa Nabi Saw bersabda: "berikanlah kepadaku enam jaminan dari diri kamu, aku menjamin surga untuk kamu: yaitu berlaku benar apabila kamu berbicara, tepatlah manakala kamu berjanji, Tunaikanlah manakala kamu diamanahkan, 4) pejamkanlah mata kamu (dari yang di tengah), peliharalah faraj kamu, tahanlah tangan kamu". (HR. Imam Ahmad dikutip dari syeikh Abod dan Zamry Abdul Kadir, 1991: 102) [7]

Seseorang yang melanggar Amanah digambarkan oleh Rasulullah sebagai orang yang tidak beriman. Bahkan lebih jauh lagi, Digambarkan sebagai orang munafik. Sabda Nabi tentang hal ini: Tidak beriman orang yang tidak memegang Amanah tidak ada agama orang yang tidak menepati janji. (HR. Ad Dalimi Dikutip dari Yusanto dan Muhammad K.W, 2002: 105)

[7] Dikutip dari http://elsanraekaputra.wordpress.com/2009/03/23/prinsip-bisnis-rasulullah/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tanda orang munafik itu ada tiga macam: jika berbicara, ia berdusta; jika berjanji, ia mengingkari; dan jika diberi kepercayaan, diakhianat. (H R. Ahmad dikutip dari Yusanto dan Muhammad K.W, 2002: 105).

Seorang yang jujur dan amanah akan mendapatkan pahala dari Allah SWT dan akan dimasukkan ke dalam surga bersama para Rasul dan orang yang beriman, orang jujur seperti sabda Nabi Saw yang artinya: Para pedagang yang jujur dan Amanah akan berada bersama para Rasul, orang-orang yang beriman, dan orang-orang yang jujur. Rizki Allah terbesar pada (hambanya) ada dalam bisnis. (Al-Hadits dikutip dari Raharjo, 1987: 17)

Sikap Amanah mutlak harus dimiliki oleh seorang pebisnis muslim. Sikap Amanah diantaranya tidak melakukan penipuan, memakan riba, tidak menzalimi, tidak melakukan suap, tidak memberikan hadiah yang diharamkan, dan tidak memberikan komisi yang diharamkan. Hadis nabi yang berkenaan dengan hal tersebut yang artinya:

a. Larangan memakan riba

Beliau (Nabi SAW) melaknat orang yang memakan riba, orang yang menyerahkannya, para saksi serta pencatatnya. (HR. Ibnu Majah dari Ibnu Mas'ud Dikutip dari Yusanto dan Muhammad K.W, 2002: 112)

b. Larangan melakukan tindak kezaliman

Seorang muslim terhadap sesama muslim adalah haram: harta bendanya, kehormatannya, dan jiwanya. (HR. Abu Dawud dan Ibnu Majah Dikutip dari Yusanto dan Muhammad K.W, 2000: 109)

c. Larangan melakukan suap

Laknat Allah terhadap penyuap dan penerima suap di dalam kekuasaan. (HR. Imam Abu Dawud dari Hurairah Dikutip dari Yusanto dan Muhammad K.W, 2002: 108)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Laknat Allah terhadap penyuap dan penerima suap. (HR. Imam Tirmidzi dari Abdullah bin Amr Dikutip dari Yusanto dan Muhammad K.W, 2002: 108)

d. Larangan memberikan hadiah haram

Hadiah yang diberikan pada penguasa adalah ghulul (perbuatan curang). (HR. Imam Ahmad dan Al-Baihaqi dari Abu Hamid As-Sunnah Saidi dari `Ibbadh; Dikutip dari Yusanto dan Muhammad K.W, 2002: 108) Hadiah yang diberikan kepada pejabat adalah suht (haram). (HR. Al-Khatib dari Anas r.a, Dikutip dari Yusanto dan Muhammad K.W, 2002: 108)

e. Larangan memberikan komisi yang haram

Rasulullah mengutusku ka Yaman (sebagai penguasa daerah). Setelah aku berangkat, beliau Saw, mengutus orang menyusulku. Aku pulang kembali. Rasulullah Saw, bertanya kepadaku, “tahukah engkau, mengapa kau mengutus orang menyusulmu? “janganlah engkau mengambil sesuatu untuk kepentinganmu sendiri tanpa seizinku. (jika hal itu kamu lakukan) itu merupakan kecurangan, dan barang siapa berbuat curang pada hari kiamat kelak dibangkitkan dalam keadaan memikul beban kecurangannya. Untuk itulah, engkau aku panggil dan sekarang berangkatlah untuk melakukan tugas pekerjaanmu. (HR. Imam Tirmidzi dari Mu’adz bin Jabal r.a, Dikutip dari Yusanto dan Muhammad K.W, 2002: 109)

Barang siapa yang kami pekerjakan untuk melakukan tugas dan kepadaNya kami telah berikan rizki (yakni imbalan atas jerih payahnya) maka apa yang diambil olehnya selain itu adalah suatu kecurangan. (HR. Imam Abu Dawud Dikutip dari Yusanto dan Muhammad K.W, 2002: 109)

Sikap amanah mutlak harus dimiliki oleh seorang pebisnis muslim. Sikap itu bisa dimiliki jika dia selalu menyadari bahwa apapun aktivitas yang dilakukan termasuk pada saat ia bekerja selalu diketahui oleh Allah SWT. Sikap amanah dapat diperkuat jika dia selalu meningkatkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemahaman Islamnya dan istiqamah menjalankan syariat Islam. Sikap amanah juga dapat dibangun dengan jalan saling menasehati dalam kebajikan serta mencegah berbagai penyimpangan yang terjadi. Sikap amanh akan memberikan dampak positif bagi diri pelaku, perusahaan,masyarakat, bahkan negara. Sebaliknya sikap tidak amanah (khianat) tentu saja akan berdampak buruk.

3. Fathanah

Fathanah berarti cakap atau cerdas. Dalam hal ini Fathanah meliputi dua unsur, yaitu:

a. Fathanah dalam hal administrasi/manajemen dagang, artinya hal-hal yang berkenaan dengan aktivitas harus dicatat atau dibukukan secara rapi agar tetap bisa menjaga Amanah dan sifat shiddiqnya.

Firman Allah SWT:

Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar, dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, Maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). jika tak ada dua orang lelaki, Maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa Maka yang seorang mengingatkannya. janganlah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, Maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. jika kamu lakukan (yang demikian) Maka Sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. Dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha mengetahui segala sesuatu. (Al Baqarah: 282) [8]

b. Fathanah dalam hal menangkap selera pembeli yang berkaitan dengan barang maupun harta. Dalam hal fathanah ini Rasulullah mencontohkan tidak mengambil untung yang terlalu tinggi disbanding dengan saudagar lainya. Sehingga barang beliau cepat laku. (Abu Mukhaladun, 1999: 15, syeikh Abod dan Zambry Abdul Kadir 1991:288).

Dengan demikian fathanah di sini berkaitan dengan strategi pemasaran (kiat membangun citra). Menurut Afzalurahman (1997:168) kiat membangun citra dari uswah Rasulullah Saw meliputi: penampilan, pelayanan, persuasi dan pemuasan. Penampilan, tidak membohongi pelanggan, baik menyangkut besaran (kuantitas) maupun kualitas. Hadits nabi tentang hal ini yang artinya: Apabila dilakukan penjualan, katakanlah: "tidak ada penipuan". (HR. Imam

[8] Dikutip dari Al Quran

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bukhari dari Abdullah bin Umar r.a, dikutip dari Dikutip dari Yusanto dan Muhammad K.W, 2002: 112)

Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang- orang yang merugikan; Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan; (Asy-Syu'ara: 181-183)

Tidak ada suatu kelompok yang merugikan timbangan dan takaran tanpa diganggu oleh kerugian. (Al-Hadits dikutip dari Afzalurahman, 1997: 28)

Pelayanan, pelanggan yang tidak sanggup membayar kontan hendaknya diberi tempo untuk melunasinya. Selanjutnya, pengampunan (bila memungkinkan) hendaknya diberikan jika ia benar-benar tidak sanggup membayarnya.

Persuasi, menjauhi sumpah yang berlebihan dalam menjual suatu barang. Hadits nabi tentang hal in yang artinya: Sumpah dengan maksud melariskan barang dagangan adalah penghapus berkah. (HR. Bukhari dan Muslim dikutip dari Alma, 1994: 60)

Pemuasan, hanya dengan kesempatan bersama, dengan suatu usulan dan penerimaan, penjualan akan sempurna. Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (An Nisaa': 29)

Dengan demikian sikap fathanah ini sangat penting bagi pebisnis, karena sikap fathanah ini berkaitan dengan marketing , keuntungan bagaimana agar barang yang dijual cepat laku dan mendatangkan keuntungan, bagaimana agar pembeli tertarik dan membeli barang tersebut. Banyak sekali pelajaran-pelajaran yang berharga bahwa prinsip-prinsip bisnis Rasulullah saw adalah Shiddiq, Amanah dan Fathanah. Shiddiq adalah Suatu sikap yang jujur dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

selalu berbuat baik dan menghindari perbuatan seperti tidak menepati janji yang belum atau telah disepakati, menutupi cacat atau aib barang yang dijual dan membeli barang dari orang awam sebelum masuk ke pasar. Sedangkan sifat amanah adalah tidak mengurangi apa-apa yang tidak boleh dikurangi dan sebaliknya tidak boleh ditambah, dalam hal ini termasuk juga tidak menambah harga jual yang telah ditentukan kecuali atas pengetahuan pemilik barang. Amanah berarti tidak melakukan penipuan, memakan riba, tidak menzalimi, tidak melakukan suap, tidak memberikan hadiah yang diharamkan, dan tidak memberikan komisi yang diharamkan. Fathanah berarti cakap atau cerdas. Dalam hal ini Fathanah meliputi dua unsur: Fathanah dalam hal administrasi/manajemen dagang dan Fathanah dalam hal menangkap selera pembeli yang berkaitan dengan barang maupun harta, dengan demikian fathanah di sini berkaitan dengan strategi pemasaran (kiat membangun citra). kiat membangun citra dari uswah Rasulullah Saw meliputi: penampilan, pelayanan, persuasi dan pemuasa

Rangkuman

Dari berbagai paparan di atas, maka pada bagian ini dapat dikerucutkan dalam beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Dalam masa Islam tidak disebut secara khusus dari konsep kewirausahan. Hanya digambarkan dengan keuletan Rasulullah dalam menghadapi kehidupan yang penuh kreatif dan inovatif. Cukup untuk menggantikan konsepDalam masa Islam tidak disebut secara khusus dari konsep kewirausahan. Hanya digambarkan dengan keuletan Rasulullah dalam menghadapi kehidupan yang penuh kreatif dan inovatif. Cukup untuk menggantikan konsep kewirausahaan Islam.
2. Cara- cara Rasulullah dalam membangun kerajaan bisnis adalah Belajar makna kebebasan sekolah alam, Belajar hidup mandiri sejak dini, Mengasah jiwa kepemimpinan sejak kecil, Menghargai perjalanan proses, Menjadi pribadi yang siap menghadapi perubahan hidup, Memupuk dan memiliki kebaranian, Berani berpetualang, Memiliki

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

loyalitas, Memiliki ketekunan ekstra (*istiqamah*), Selalu percaya diri, Memiliki sifat egaliter dalam membangun jaringan, Memilki sikap selalu berempati pada orang lain, Berani bersikap bijaksana, Mempercayai *God Factor* dengan selalu berdoa padaNya.

3. Dengan gambaran bisnis dan etika bisnis Rasulullah dapat dirumuskan beberapa rahasia bisnis Rasul, Menjadikan bekerja sebagai ladang menjemput surga, Kejujuran dan kepercayaan menjadi modal utama Rasul, Tidak Cuma mimpi, tetapi harus jago mewujudkan mimpi, Berpikir visioner, kreatif, dan siap menghadapi perubahan, Memiliki *planning dan goal setting* yang jelas, Pintar mempromosikan diri, Menggaji karyawan sebelum kering kerngatnya, Mengetahui rumus bekerja dengan cerdas,Mengutamakan sinergisme, Berbisnis dengan cinta, Pandai bersyukur dan berucap terimaksih, Be the best, menjadi manusia paling bermanfaat

Latihan

Jawablah pertanyaan-pertanyaan di bawah ini!

1. Jelaskan konsep entrepreneur ala Rasulullah!
2. Jelaskan cara Rasulullah dalam membangun kerajaan bisnis!
3. Jelaskan Rahasia bisnis Rasulullah!

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Paket 10
ETIKA BISNIS

Pendahuluan

Pada era globalisasi ini banyak terjadi persaingan dalam dunia usaha. Pelaku bisnis mempergunakan berbagai macam cara untuk selalu bisa eksis dalam menjalankan dunia usaha. Berbagai macam strategi akan digunakan untuk mendapatkan kepercayaan konsumen untuk selalu mempergunakan produk perusahaannya.

Seiring dengan hal tersebut masih banyak hal yang ditemui dilapangan bahwa para pelaku bisnis mempergunakan cara cara yang kurang baik untuk memperbesar keuntungan. Seperti penulis temui di salah satu pasar yang mempergunakan timbangan yang tidak sesuai dengan bobot aslinya. Juga banyak ditemui dilapangan melalui berita investigasi bahwa para pelaku usaha kecil berlaku curang. Salah satu contohnya adalah dengan menjual ayam yang mati kemaren tanpa melalui proses yang halal yang sering disebut dengan ayam tiren. Masih ada lagi pelaku bisnis yang menjual daging sapi yang sebelum dipotong di beri minum sngat banyak sehingga saat menjadi daging akan menambah berat daging yang sering disebut dengan sapi gelonggongan.

Untuk itu maka dalam bab ini akan disajikan bagaimana menjadi pelaku bisnis yang memiliki etika yang dapat dipercaya dalam dunia wirausaha. Hal yang dilakukan dengan menampilkan sosio drama sebagai sumber inspirasi.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi Dasar

Kemampuan dan kecakapan memahami tentang etika bisnis.

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan mampu:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. menjelaskan konsep etika bisnis.
2. Pendekatan dasar merumuskan tata cara etika bisnis.
3. Landasan fundamental etika bisnis ala Rasulullah

Waktu

3x50 menit

Materi Pokok

Mengenal etika bisnis

1. Konsep etika bisnis
2. Pendekatan dasar merumusan tata cara etika bisnis.
3. Etika bisnis ala Rasulullah

Langkah-langkah Perkuliahan

Kegiatan Awal (10 menit)

1. Menjelaskan kompetensi dasar
2. Menjelaskan indikator
3. Penjelasan langkah kegiatan perkuliahan paket ini
4. Brainstorming dengan memberikan arahan apa yang akan dikerjakan

Kegiatan Inti (120 menit)

1. Memilih secara acak kelompok mahasiswa.
2. Kelompok yang terpilih menampilkan sosio drama berkaitan dengan etika bisnis.
3. Setelah semua kelompok melkukan sosio darama makan dibuatlah risalah.
4. Penguatan hasil sosio drama dari mahasiswa atas pelaksanaan sosio drama.
5. Mahasiswa memberikan arahan mana etika yang benar dan tidak dalam berbisnis

Kegiatan Penutup (10 menit)

1. Menyimpulkan hasil perkuliahan
2. Memberi dorongan psikologis/saran/nasehat
3. Refleksi hasil perkuliahan oleh mahasiswa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kegiatan Tindak Lanjut (10 menit)

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan selanjutnya.

Lembar Kegiatan Mahasiswa

Mempelajari tentang etika bisnis dalam sosio drama

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami tentang konsep-konsep etika bisnis

Bahan dan alat

Bahan dan alat yang dipergunakan dalam sosio drama.

Langkah-langkah kegiatan

1. Kelompok yang terpilih menampilkan sosio drama selama 10 menit
2. Kelompok lain menyimak dan melihat soio drama yang ditampilkan dan mengambil rumusan ilmu dalam sosio drama.
3. Memberikan umpan balik atas pertunjukan sosio drama di dalam kelas.

Tabel 5.1: Daftar Nilai Praktik summery dan presentasi

KELOMPOK	NILAI				JUMLAH
I					
II					
III					
IV					

Keterangan Nilai:

90 = sangat baik 80 = baik 70 = cukup 60 = kurang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Uraian Materi

ETIKA BISNIS

SURABAYA – Indonesia sebagai negara berkembang, ternyata memiliki pertumbuhan ekonomi yang cukup pesat. Hal ini terlihat dengan makin banyaknya orang kaya baru. Selain itu, Indonesia juga memiliki intelektual muda yang berkompeten, termasuk dalam bidang bisnis. Sayang, di sisi lain Indonesia juga terkenal dengan korupsinya yang merajalela. "Mengapa di salah satu negara masih terjadi korupsi, salah satunya karena praktisi pendidikan kurang terlibat dalam sistem yang dibentuk oleh pemerintah, yakni penentuan kebijakan," kata Pakar Etika Bisnis dari Department of Philosophy, Universidad de Navarra, Spanyol, Alejo Jose G Sison. Lebih parahnya lagi, para koruptor yang terbukti bersalah tidak jarang dari kalangan akademisi. Padahal selama ini mereka adalah para pemangku kebijakan yang memiliki latar belakang pendidikan universitas ternama. Hal ini menjadi bukti bahwa kalangan pendidikan akademik yang tinggi, tidak linier dengan moralitas yang tinggi pula. Sison menuturkan, fakta di lapangan hingga saat ini tidak banyak negara ataupun perusahaan yang menerapkan moral kapital. Hal inilah yang menyebabkan sebuah negara maju dari segi perekonomian, namun bobrok dari segi moralitas.

Satu contoh ialah Indonesia, yang kian hari kian pesat perkembangan perekonomiannya tetapi masyarakatnya mengalami penurunan moral yang cukup drastis. "Meski sampai sekarang saya rasa belum banyak negara yang berhasil menerapkan moral kapital ini. Tapi tiap negara, institusi atau perusahaan beralih dari manpower ke moral kapital," kata pria kelahiran Filipina seusai menjadi pembicara lokakarya Understanding Labor: From Manpower to Moral Capital di Auditorium A 301 Universitas Katolik Widya Mandala (Unika WM), kemarin (28/8). Alasan belum adanya negara yang berhasil menerapkan moral kapital di negaranya masingmasing, karena akar permasalahan utama dari setiap negara atau institusi adalah pola pikir yang berlandaskan materi dan ilmu pengetahuan. Sison yang juga menjabat Ketua European Bussines Ethics Network (EBEN) itu menjelaskan, jika negara ingin menerapkan moral kapital maka dapat dilakukan melalui tiga langkah. Yaitu yang pertama lewat aturan atau kode etik, kedua struktur berupa pembentukan lembaga pengawas etika, dan terakhir pelatihan etika.

Salah satu cara yang ia tawarkan untuk menerapkan etika sejak dini yakni melalui peran institusi pendidikan. Ketua Pusat Etika Universitas Katolik Widya Mandala (UWM) Budi Iswanto berpendapat, keterlibatan intelektual akademisi dalam kasus korupsi disebabkan oleh sistem yang mendesak mereka untuk berbuat korupsi. Hal ini terbukti dengan melihat indikasi korupsi. Pelaku korupsi ternyata orang kaya yang berpendidikan.

http://www.koran-sindo.com/node/326017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Konsep Etika bisnis

Etika bisnis terdiri dari dua kata yaitu etika dan bisnis. Maka untuk mengetahui makna lengkap perlu kita kaji dari perkata. Etika berasaldari bahasa yunani ethos yang artimya adat istiadat atau kebiasaan. Bisa juga dikatakan bahwa etika adalah menafsirkan pengalaman moral individu dan sosial sehingga menetapkan aturan untuk mengendalikan perilaku.

Sedangkan kata binis pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan dan saling memberikan manfaat. Bisnis itu sendiri dalam Islam mengandung dua makna. Bisnis secara umum dan bisnis secara khusus. Bisnis secara umum adalah perniagaan antara manusia dengan Allah. Salah satu contonya adalah dalam surat al-Baqarah (2) : 16 : mereka itulah yang membeli kesesatan dengan petunjuk maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk. Untuk bisnis secara khusus adalah perniagaan antara manusia dengan manusia.[1]

Etika berasal dari bahasa perancis *Etiquette* yang berarti kartu undangan, pada saat itu Raja-raja perancis sering mengundang para tamu dengan menggunakan kartu undangan. Dalam kartu undangan tercantum persyaratan atau ketentuan untuk menghadiri acara seperti waktu, pakaian, dan sebagainya.. Suatu kegiatan usaha haruslah dilakukan dengan etika atau norma-norma yang berlaku di masyarakat bisnis. Etika atau norma-norma itu digunakan agar para pengusaha tidak melanggar aturan yang telah ditetapkan dan usahanya dijalankan dengan memperoleh simpati dari berbagai pihak.

Etika dalam arti luas :

- Etika adalah tata cara berhubungan dengan manusia lainnya, karena masing-masing masyarakat beragam adat dan budaya.

[1] Ika Yunia Fauzia, Etika Bisnis Islam, Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2013, 7-8

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Etika sering disebut sebagai tindakan mengatur tingkah laku atau perilaku manusia dengan masyarakat.
- Tingkah laku itu perlu diatur agar tidak melanggar norma-norma atau kebiasaan yang berlaku dimasyarakat.

Etika secara umum :

- Sikap dan perilaku seorang pengusaha harus mengikuti norma yang berlaku dalam suatu negara atau masyarakat.
- Berpenampilan sopan dalam suatu situasi atau acara tertentu.
- Cara berpakaian yang layak dan pantas.
- Cara berbicara yang santun dan tidak menyinggung orang lain
- Perilaku yang menyenangkan orang lain.

Etika bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan juga masyarakat. Etika Bisnis dalam suatu perusahaan dapat membentuk nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan/mitra kerja, pemegang saham, masyarakat. Perusahaan meyakini prinsip bisnis yang baik adalah bisnis yang beretika, yakni bisnis dengan kinerja unggul dan berkesinambungan yang dijalankan dengan mentaati kaidah-kaidah etika sejalan dengan hukum dan peraturan yang berlaku. Etika Bisnis dapat menjadi standar dan pedoman bagi seluruh karyawan termasuk manajemen dan menjadikannya sebagai pedoman untuk melaksanakan pekerjaan sehari-hari dengan dilandasi moral yang luhur, jujur, transparan dan sikap yang professional[2].

Apabila dua kata dihubungkan menjadi satu maka akan mengandung makna bahwa etika yang diterapkan khusus dalam bidang bisnis. Dalam etika bisnis memiliki prinsip otonomi, kejujuran, keadilan, saling menguntungkan dan integritas moral.

[2] http://id.wikipedia.org/wiki/Etika_bisnis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Prinsip-Prinsip Etika Bisnis

Telah disebutkan di atas bahwa etika bisnis memiliki 5 prinsip. *Pertama* adalah otonomi. Seorang pebisnis memiliki otonom yang luas, memiliki kebebasan mengambil keputusan dan sadar akan posisinya sebagai pebisnis. Maka pebisnis memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan dan partner. *Kedua* adalah kejujuran. Dengan kejujuran bisnis akan bisa langgeng dan bertahan lama. Kejujuran di sini dapat dimaknai dengan keterbukaan dan kebenaran. *Ketiga* keadilan merupakan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Keadilan berarti tidak ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya. *Keempat* saling menguntungkan adalah adanya saling menguntungkan dan tidak ada yang dirugikan. Jika kondisi terdesak maka mampu mengambil keputusan yang *win-win solution* dalam suasana *win-win situation*. *Kelima* integritas moral adalah adanya kekuatan untuk saling menjaga nama baik perusahaan.

Melihat keadaan kondisi ekonomi di banyak Negara berkembang yang carut marut pada awal 1997 sampai dengan sekarang, mengakibatkan tingkat persaingan yang tinggi dan hal ini memengaruhi iklim bisnis, persaingan usaha terjadi dimana-mana yang hanya sekadar untuk menghindari pajak, berbagai cara dilakukan. Kondisi ini diperparah dengan merajalelanya kasus korupsi di banyak Negara berkembang terutama Indonesia. Pelanggaran standar etika dalam bisnis merupakan hal yang lazim terjadi dan ini mengakibatkan krisis yang tak kunjung selesai.

Kiranya perlu dipertahankan dan kita tumbuh kembangkan mengenai etika dan moral bisnis sebagai jalan keluar untuk memecah masalah tersebut di atas. Etika bisnis selain dapat menjadi kepercayaan dan loyalitas dari semua

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

unsur yang berpengaruh pada perusahaan, juga sangat menentukan maju atau mundurnya perusahaan. Etika bisnis adalah suatu kode etik perilaku pengusaha berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dalam membuat keputusan dan dalam memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi. Etika, aslinya adalah suatu komitmen untuk melakukan apa yang benar dan menghindari apa yang tidak benar. Oleh karena itu perilaku etika berperan melakukan apa yang benar dan baik untuk menentang apa yang salah dan apa yang buruk. Menurut Ronald J. Ebert and Ricky M. Griffin (200:80) etika bisnis adalah suatu istilah yang sering dipergunakan untuk menunjukkan perilaku etika dari seorang manejer atau karyawan suatu organisasi.[3]

Etika bisnis sangat penting untuk mempertahankan loyalitas dari semua civitas perusahaan dalam membuat keputusan-keputusan perusahaan dan dalam memecahkan persoalan perusahaan. Semua keputusan perusahaan sangat memengaruhi dan dipengaruhi oleh semua elemen yang ada di dalamnya, yaitu semua individu atau kelompok yang berkepentingan dan berpengaruh dalam perusaahan. Ada dua jenis kelompok yang berpengaruh dalam sebuah perusahaan yaitu *internal group* dan *eksternal group*. Investor, karyawan, manajemen, dan pimpinan perusahaaan sebagai *internal group* bersama-sama dengan pelanggan, asosiasi dagang, kreditor, pemasok, pemerintah, masyarakat umum, dan kelompok khusus yang berkepentingan terhadap perusahaan sebagai *external group* semuanya sangat menentukan dalam kelangsungan hidup suatu perusahaandan menentukan keberhasilan perusahaan tersebut.

Landasan Merumuskan Etika Perilaku Bisnis

Ketika minat berwirausaha tumbuh subur, timbul anggapan bahwa berwirausaha adalah alat yang paling tangguh untuk mengejar kekayaan.

---

[3] Mudjiarto, Aliaras Wahid, 2006. *Membangun karakter dan kepribadian Kewirausahaan,* halaman 54

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kewirausahaan diartikan sebagai usaha mencari uang dan cara cepat menjadi kaya. Sebagian orang memilih bekerja keras dan membangun usaha dengan keringat dan air mata. Namun sebagian orang mengambil jalan pintas. Mereka yang mengambil jalan pintas ini, menerima *order* dan mengambil uang namun tidak pernah menyerahkan hasil pekerjaan yang berkualitas. Mereka membuka usaha *money games,* pinjaman berantai, investasi palsu, atau segala sesuatu yang menggiurkan namun merugikan banyak orang. Mereka membuat armada penerbangan dengan tarif murah, namun mengorbankan keselamatan penumpang. Mereka menjual saham dengan harga tinggi, namun laporan keuangannya tidak jujur.

Tiga pendekatan dasar dalam merumuskan tingkah laku etika bisnis, yaitu :

1. *Utilitarian Approach* : setiap tindakan harus didasarkan pada konsekuensinya. Oleh karena itu, dalam bertindak seseorang seharusnya mengikuti cara-cara yang dapat memberi manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat, dengan cara yang tidak membahayakan dan dengan biaya serendah-rendahnya.
2. *Individual Rights Approach* : setiap orang dalam tindakan dan kelakuannya memiliki hak dasar yang harus dihormati. Namun tindakan ataupun tingkah laku tersebut harus dihindari apabila diperkirakan akan menyebabkan terjadi benturan dengan hak orang lain.
3. *Justice Approach* : para pembuat keputusan mempunyai kedudukan yang sama, dan bertindak adil dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan baik secara perseorangan ataupun secara kelompok.

Lebih baik tumbuh bertahap namun langgeng, daripada terang dalam sekejap lalu mati dan meninggalkan aroma busuk. Bersabar lima tahun sebelum sebuah bisnis benar-benar bersinar, namun terus tumbuh. Cobaan akan datang, namun bukan berarti sebuah usaha akan mati, melainkan bangun dan menjadi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lebih tangguh menghadapi hari esok yang lebih berat. Beberapa hal yang perlu diperhatikan agar berbisnis dapat dilakukan dengan etis adalah:

1. Berperilaku jujur dalam menjalankan aktivitas bisnis. Ini meliputi seluruh aspek dalam menjalankan usaha. Misalnya dalam aspek produksi, berperilaku jujur berarti kita menghasilkan produk sesuai dengan standar kualitas, aman dikonsumsi orang lain, dan memenuhi ketentuan yang dipersyaratkan oleh hukum maupun pembeli. Jujur juga berarti terbuka, menyebutnya segala kekurangan dan bahaya yang timbul dari produk tersebut. Jujur dalam berproduksi, memasarkan dan jujur dalam membayar pajak.
2. Mentaati tata nilai. Dalam melakukan aktivitas bisnis ada tata nilai yang tidak tertulis yang berlaku universal dan harus dijalankan. Misalnya, nilai-nilai sama-sama untung, saling menghormati, memberitahu, mencegah kerugian pihak lain, keterbukaan, adil, santun, melayani, dan seterusnya.
3. *Walk the talk* bermakna konsisten antara apa yang dilakukan dengan apa yang diucapkan. Hal ini berarti sebagai seorang wirausaha, perlu adanya kerja keras untuk menjadi contoh dan menjalankan hal-hal positif.[4]

Secara sederhana yang dimaksud dengan etika bisnis adalah cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri dan juga masyarakat. Kesemuanya ini mencakup bagaimana kita menjalankan bisnis secara adil, sesuai dengan hukum yang berlaku, dan tidak tergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat.

Etika bisnis merupakan salah satu bagian dari strategi bisnis yang diramalkan mampu menaikkan *image* perusahaan. Dalam hal ini, kejujuran sebagai bagian dari etika usaha diharapkan mampu mendorong kepercayaan pelanggan terhadap seorang pengusaha. Penerapan prinsip etika dalam bisnis

[4] Boyke Purnomo, SE.,MM.,dkk "*Kewirausahaan*". Hlm 102

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

disinyalir dapat mendongkrak kepercayaan masyarakat dalam jangka yang cukup panjang. Etika berperan dalam mengontrol kecenderungan individu dalam pemerolehan keuntungan agar tetap seimbang dan benar.

Etika bisnis lebih luas dari ketentuan yang diatur oleh hukum, bahkan merupakan standar yang lebih tinggi dibandingkan standar minimal ketentuan hukum, karena dalam kegiatan bisnis seringkali kita temukan wilayah abu-abu yang tidak diatur oleh ketentuan hukum. Von der Embse dan R.A. Wagley dalam artikelnya di Advance Managemen Jouurnal (1988), memberikan tiga pendekatan dasar dalam merumuskan tingkah laku etika bisnis, yaitu :

1. *Utilitarian Approach* : setiap tindakan harus didasarkan pada konsekuensinya. Oleh karena itu, dalam bertindak seseorang seharusnya mengikuti cara-cara yang dapat memberi manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat, dengan cara yang tidak membahayakan dan dengan biaya serendah-rendahnya.
2. *Individual Rights Approach* : setiap orang dalam tindakan dan kelakuannya memiliki hak dasar yang harus dihormati. Namun tindakan ataupun tingkah laku tersebut harus dihindari apabila diperkirakan akan menyebabkan terjadi benturan dengan hak orang lain.
3. *Justice Approach* : para pembuat keputusan mempunyai kedudukan yang sama, dan bertindak adil dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan baik secara perseorangan ataupun secara kelompok.

Etika bisnis dalam perusahaan memiliki peran yang sangat penting, yaitu untuk membentuk suatu perusahaan yang kokoh dan memiliki daya saing yang tinggi serta mempunyai kemampuan menciptakan nilai (value-creation) yang tinggi, diperlukan suatu landasan yang kokoh. Biasanya dimulai dari perencanaan strategis, organisasi yang baik, sistem prosedur yang transparan didukung oleh budaya perusahaan yang handal serta etika perusahaan yang dilaksanakan secara konsisten dan konsekuen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Haruslah diyakini bahwa pada dasarnya praktek etika bisnis akan selalu menguntungkan perusahaan baik untuk jangka menengah maupun jangka panjang, karena :

1. Mampu mengurangi biaya akibat dicegahnya kemungkinan terjadinya friksi, baik intern perusahaan maupun dengan eksternal.
2. Mampu meningkatkan motivasi pekerja.
3. Melindungi prinsip kebebasan berniaga
4. Mampu meningkatkan keunggulan bersaing.

Tidak bisa dipungkiri, tindakan yang tidak etis yang dilakukan oleh perusahaan akan memancing tindakan balasan dari konsumen dan masyarakat dan akan sangat kontra produktif, misalnya melalui gerakan pemboikotan, larangan beredar, larangan beroperasi dan lain sebagainya. Hal ini akan dapat menurunkan nilai penjualan maupun nilai perusahaan. Sedangkan perusahaan yang menjunjung tinggi nilai-nilai etika bisnis, pada umumnya termasuk perusahaan yang memiliki peringkat kepuasan bekerja yang tinggi pula, terutama apabila perusahaan tidak mentolerir tindakan yang tidak etis, misalnya diskriminasi dalam sistem remunerasi atau jenjang karier. Perlu dipahami, karyawan yang berkualitas adalah aset yang paling berharga bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus semaksimal mungkin harus mempertahankan karyawannya.

Untuk memudahkan penerapan etika perusahaan dalam kegiatan sehari-hari maka nilai-nilai yang terkandung dalam etika bisnis harus dituangkan kedalam manajemen korporasi yakni dengan cara :

1. Menuangkan etika bisnis dalam suatu kode etik (*code of conduct*)
2. Memperkuat sistem pengawasan
3. Menyelenggarakan pelatihan (*training)* untuk karyawan secara terus menerus.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk menjalankan bisnis yang beretika perhatikan hal-hal berikut ini:

1. Jangan masuk ke dalam bisnis yang tidak riil, apalagi yang menjanjikan kekayaan dalam waktu cepat. Hindari membaca buku-buku yang menjanjikan cara-cara cepat, instant dan memotong kompas.
2. Yakin dan ucapkan terus menerus untuk mampu bekerja keras dan kerja keras selalu berakhir baik.
3. Berbisnislah dengan nilai-nilai kejujuran, keadilan, persamaan, keterbukaan, melayani dan tanam ke dalam bisnis yang baru dibangun.
4. Jangan tergoda untuk cepat berhasil. Ingatlah bahwa semua ada waktunya. Waktu yang terlalu cepat dipacu dapat beresiko negatif.
5. Rekrut karyawan yang jujur dan mematuhi semua peraturan dalam sebuah bisnis.

Wirausaha adalah tugas mulia dan kebiasaan baik, artinya wirausaha bertugas mewujudkan suatu kenyataan hidup berdasarkan suatu kebiasaan yang baik di dalam berwirausaha. Beberapa hal tentang etika dalam berwirausaha yaitu:

a. Menempa pikiran untuk maju, artinya wirausaha melatih membiasakan diri untuk berprakasa baik bertanggung jawab, dan percaya diri untuk dapat mengerjakan kebaikan, dan meningkatkan daya saing, serta daya juang untuk mempertahankan hidup dari prinsip- prinsp berwirausaha, kebiasaan
b. Membentuk watak, artinya wirausaha berdaya upaya untuk membiasakan diri berpikir, bersikap mental untuk berbuat maju, berpikir terbuka secara baik, bersih, dan teliti. Membersihkan diri dari kebiasaan berpikir negatif, artinya wirausaha harus berusaha dan berdaya upaya meninggalkan dan membersihkan diri dari kebiasaan cara berpikir, sikap mental yang tidak baik, seperti menyakiti orang lain dan menjauhkan diri dari sikap selalu menggantungkan pada kemujuran nasib.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Kebiasaan berprakarsa artinya seorang wirausaha harus membiasakan diri untuk mengembangkan dalam berprakarsa dalam kegiatan pengelolaan usaha sehingga dapat memberikan saran – saran yang baik dan menolong kepada dirinya sendiri.
d. Kepercayaan kepada diri sendiri, artinya seorang wirausaha harus percaya kepada diri sendiri, yaitu memiliki keyakinan dan beriman kepada Tuhan Yang Maha Esa, serta dapat meningkatkan nilai – nilai kehidupan di dalam berwirausaha.
e. Membersihkan hambatan buatan sendiri, artinya seorang wirausaha harus berusaha membebaskan diri dari hambatan – hambatan adanya produk buatan sendiri. Seorang wirausaha jangan memiliki pikiran ragu – ragu, merasa takut, dan merasa rendah diri terhadap hasil produk buatan sendiri.
f. Memiliki keinginan, daya upaya, dan perencanaan, artinya seorang wirausaha harus memilliki kemauan, serta daya upaya untuk mengetahui kemampuan dalam hidupnya, cara merencanakan dalam mengejar cita – cita dan mengembangkan usahanya yang berhasil berdasarkan prinsip – prinsip kewirausahaan.

Etika yang diberlakukan oleh pengusaha terhadap berbagai pihak memiliki tujuan-tujuan tertentu. Tujuan etika tersebut harus sejalan dengan tujuan perusahaan. Di samping memiliki tujuan, etika juga sangat bermanfaat bagi perusahaan apabila dilakukan dengan sungguh-sungguh.

Berikut ini ada beberapa tujuan dari etika yang selalu ingin dicapai oleh perusahaan.[5]

1. Untuk persahabatan dan pergaulan

Etika dapat meningkatkan keakraban dengan karyawan, pelanggan atau pihak-pihak lain yang berkepentingan. Suasana akrab akan berubah menjadi persahabatan dan menambah luasnya pergaulan. Jika karyawan,

[5] Dr. Kasmir, SE, 2006, *Kewirausahaan*, Halaman 27

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pelanggan, dan masyarakat menjadi akrab, segala urusan akan menjadi lebih mudah dan lancar.

2. Menyenangkan orang lain

Sikap menyenangkan orang lain merupakan sikap yang mulia. Jika kita ingin dihormati, kita harus menghormati orang lain. Menyenangkan orang lain berarti membuat orang menjadi suka dan puas terhadap pelayanan kita. Jika pelanggan merasa senang dan puas atas pelayanan yang diberikan, diharapkan mereka akan mengulangya kembali suatu waktu.

3. Membujuk pelanggan

Setiap calon pelanggan memiliki karakter tersendiri. Kadang-kadang seorang calon pelanggan perlu dibujuk agar mau menjadi pelanggan. Berbagai cara dapat dilakukan perusahaan untuk membujuk calon pelanggan. Salah satu caranya adalah melalui etika yang ditunjukkan seluruh karyawan perusahaan.

4. Mempertahankan pelanggan

Ada anggapan memertahankan pelanggan jauh lebih sulit daripada mencari pelanggan. Anggapan ini tidak seluruhnya benar, justru memertahankan pelanggan lebih mudah karena mereka sudah merasakan produk atau layanan yang telah kita berikan. Artinya, mereka sudah mengenal kita terlebih dahulu. Melalui pelayanan etika seluruh karyawan, pelanggan lama dapat dipertahankan karena mereka sudah merasa puas atas layanan yang telah diberikan.

5. Membina dan menjaga hubungan

Hubungan yang sudah berjalan baik harus tetap dan terus dibina. Hindari adanya perbedaan paham atau konflik. Ciptakan hubungan dalam suasana akrab, dengan etika hubungan yang lebih baik dan akarab pun dapat terwujud

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Etika Bisnis Rasulullah

Rasulullah Saw bersabda: “Sesungguhnya Allah SWT suka kepada hamba yang berkarya dan terampil. Barang siapa bersusah payah mencari nafkah untuk keluarganya, maka dia serupa dengan seorang mujahid fisabilillah.” (HR.Imam Ahmad)

Rasul Adalah seorang *entrepreunership* atau wirausahawan. Mulai usia 8 tahun 2 bulan sudah mulai menggembalakan kambing. Pada usia 12 tahun berdagang sebagai kafilah ke negeri Syiria dan pada usia 25 tahun Rasul menikahi Khadijah dengan mahar 20 ekor unta muda. Ini menunjukan bahwa Rasul merupakan seorang wirausahawan yang sukses.

Jiwa wirausaha harus benar-benar ditanamkan dari kecil, karena kalau tidak maka potensi apapun tidak bisa dibuat menjadi manfaat. Prinsip dari wirausahawan adalah memanfaatkan segala macam benda menjadi bermanfaat. Tidak ada kegagalan dalam berusaha, yang gagal yaitu yang tidak pernah mencoba berusaha. Gagal merupakan informasi menuju sukses, keuntungan bukan hanya untung untuk diri sendiri tapi juga untuk orang lain. Kredibilitas diri kita adalah modal utama dalam berwira usaha, dengan menahan diri untuk tidak menikmati kebahagiaan orang lain sebagai keberuntungan kita. Jual beli bukan hanya transaksi uang dan barang, tapi jual beli harus dijadikan amal soleh yaitu dengan niat dan cara yang benar.

Uang yang tidak barokah tidak akan dapat memberi ketenangan, walau sebanyak apapun akan tetap kekurangan dan akan membuat kita hina. Berjualan dengan akhlak yang mulia, pembeli tidak hanya mendapat fasilitas dan tidak hanya mendapatkan barang tapi juga melihat kemuliaan akhlak seorang penjual.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Dan tolong-menolonglah kamu dalam mengerjakan kebajikan dan takwa dan janganlah kamu tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksanya." (QS. Al-Maidah: 2)

Agar kegiatan bisnis yang kita lakukan dapat berjalan harmonis dan menghasilkan kebaikan dalam kehidupan, maka kita harus menjadikan bisnis yang kita lakukan terwarnai dengan nilai-nilai etika. Salah satu sumber rujukan etika dalam bisnis adalah etika yang bersumber dari tokoh teladan agung manusia di dunia, yaitu Rasulullah SAW. Beliau telah memiliki banyak panduan etika untuk praktek bisnis kita, yaitu kejujuran. Kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Dalam tataran ini, beliau bersabda: "Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya," (H.R. Al-Quzwani). "Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami," (H.R. Muslim). Rasulullah sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru di bagian atas.

Rangkuman

Dari berbagai paparan di atas, maka pada bagian ini dapat dikerucutkan dalam beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Secara sederhana yang dimaksud dengan etika bisnis adalah cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri dan juga masyarakat. Kesemuanya ini mencakup bagaimana kita menjalankan bisnis secara adil, sesuai dengan hukum yang berlaku, dan tidak tergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Tiga pendekatan dasar dalam merumuskan tingkah laku etika bisnis, yaitu *Utilitarian Approach, Individual Rights Approach, Justice Approach* .
3. Etika bisnis Rasulullah berpedoman pada *QS. Al-Maidah: 2*

Latihan

Jawablah pertanyaan-pertanyaan di bawah ini!

1. Jelaskan apa yang disebut dengan etika bisnis !
2. Jelaskan pendekatan dasar dalam merumuskan tingkah laku etika bisnis.!
3. Jelaskan landasan etika bisnis ala Rasulullah !

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Paket 11
STRATEGI BISNIS

Pendahuluan

Dalam melakukan usaha harus membuat perencanaan dan strategi apa yang harus digunakan. Apabila strategi A tidak cocok dengan pelaksanaan maka para pelaku bisnis sudah memiliki strategi B untuk antisipasi lainnya. Apabila memungkinkan pelaku wirausaha telah memiliki strategi jitu yang tidak dimiliki pelaku yang lain, sehingga memiliki ciri yang khusus dan unik.

Kegagalan yang besar akan dapat ditekan apabila telah memiliki perencanaan matang dalam strategi usaha. Dalam bab ini akan dipaparkan berbagai macam strategi. Juga akan diuraikan bagaimana Rasulullah memilih strategi dalam menjalankan wirausahanya.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi Dasar

Kemampuan dan kecakapan memahami menjelaskan strategi dalam kewirausahaan

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan mampu:

1. Menjelaskan pengertian strategi bisnis .
2. Menjelaskan t ahapan utama strategi bisnis .
3. Menjelaskan strategi bisnis yang dikembangkan Rasulullah.

Waktu

3x50 menit

Materi Pokok

1. Mengenal Konsep Strategi bisnis.
2. Tahapan utama strategi bisnis
3. Strategi bisnis yang dikembangkan Rasulullah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Langkah-langkah Perkuliahan

Kegiatan Awal (10 menit)

1. Menjelaskan kompetensi dasar
2. Menjelaskan indikator
3. Penjelasan langkah kegiatan perkuliahan paket ini
4. Brainstorming dengan memberikan arahan apa yang akan dikerjakan

Kegiatan Inti (120 menit)

1. Mahasiswa membaca materi yang baerkaitan dengan strategi bisnis.
2. Setiap kelompok membuat rumusan tentang strategi bisnis.
3. Setiap kelompok menyampaikan hasil bacaan dan diskusi kelompok kecil di depan kelas.
4. Kelompok lain memberikan tanggapan dan sanggahan serta bisa memberikan masukan hal yang belum tercakup dalam kelompok tersebut.

Kegiatan Penutup (10 menit)

1. Menyimpulkan hasil perkuliahan
2. Memberi dorongan psikologis/saran/nasehat
3. Refleksi hasil perkuliahan oleh mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut (10 menit)

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan selanjutnya.

Lembar Kegiatan Mahasiswa

Mempelajari mengenal konsep-konsep strategi bisnis

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami tentang konsep-konsep strategi bisnis

Bahan dan alat

Buku bacaan keterkaitan dengan strategi bisnis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Langkah-langkah kegiatan

1. Masing-masing kelompok diberikan bacaan keterkaitan dengan materi strategi bisnis.
2. Anggota kelompok membaca, berdiskusi dalam kelompok kecil, merumuskan dan membuat rumusan dari bahan materi yang diberikan. Mencatat di kertas plano mempergunakan spidol, mencatat dalam kertas sehingga akan berbagi dengan kelompok lain dengan cara dicopy sehingga semua konsep akan mampu dipahami dengan cepat dan mudah.
3. Hasil rangkuman dan diskusi dipresentasikan di depan kelas, dengan dilaksanakan dua atau tiga perwakilan, satu memperesentasikan lainnya menunjukkan hasil diskusi di kertas plano yang telah di tempel di papan.
4. Melaksanakan tanya jawab dan umpan balik dari hasil presentasi.

Tabel 5.1: Daftar Nilai Praktik summery dan presentasi

KELOMPOK	NILAI				JUMLAH
I					
II					
III					
IV					

Keterangan Nilai:

90 = sangat baik 80 = baik 70 = cukup 60 = kurang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Uraian Materi

STRATEGI BISNIS

Setiap hari kita selalu menggunakan dan membeli produk satu ini, ya Aqua yang selalu kita minum dan kita beli hampir setiap hari. Dengan beberapa keunggulan produknya Aqua telah melekat di hati konsumennya. Bisa dikatakan strategi pemasaran Aqua benar-benar dasyat hingga semua orang menggunakan air minuman ini untuk konsumsi setiap hari. Merebaknya merek lain dalam persaingan bisnis air minum tidak membuat keberadaaan Aqua tumbang namun Aqua tetap menjadi satu di antara kebutuhan manusia yang harus di penuhi. Jika kita melihat di setiap toko maupun supermarket tentu semuanya selalu menyediakan air minum dengan merek Aqua. Strategi pemasaran Aqua dari dulu hingga sekarang telah mengalami kemajuan yang begitu pesat hingga saat ini Aqua merajai sebagai perusahaan bisnis air minum kelas atas. Konsumen air minum ini semakin banyak sehingga Aqua selalu mengedepankan kwalitas dan pelayanan yang prima kepada pelanggannya. Anda yang ingin menjadi sukses seperti perusahaan air minum berkelas ini bisa melihat bagaimana strategi pemasaran Aqua yang dijalankan dari dulu hingga sekarang. Aqua merupakan perusahaan air minum yang telah puluhan tahun berkembang dengan meningkatkan pelayanan dan kwalitas dari air minum yang di jual. Karena berasal dari sumber mata air murni di pegunungan maka perusahaan air minum ini juga didirikan di kaki bukit gunung. Lokasi pembangunan pabrik yang dekat gunung atau di kaki gunung dikarenakan air yang berasal dari gunung merupakan air yang jernih dan benar-benar bersih. Inilah yang menjadi salah satu ciri khas Aqua sebagai air minum yang berasal dari mata air murni. Strategi pemasaran Aqua yang dulunya menggunakan slogan air sehat setiap saat ini ternyata mendongkrak penjualan dari tahun ke tahun. Selama ini Aqua menjalankan strategi yang bagus sehingga walaupun banyak pesaing bisnis air minum yang muncul namun merek ini takkan tergeser oleh produk yang baru. Berikut beberapa strategi pemasaran Aqua yang sampai saat ini masih dijalankan:

Slogan : Aqua membuat suatu slogan yang mudah di ingat dan di kenal masyarakat, dengan slogan “air sehat setiap saat” ini ternyata Aqua mampu mendongkrak penjualan yang luar biasa. Inilah kekuatan sebuah slogan yang bisa memberikan efek bagi penjualan produk. Jika anda menginginkan penjualan produk yang sama dengan Aqua maka anda bisa membuat slogan yang bagus dan mudah di ingat oleh banyak orang seperti Aqua.

Promosi : Aqua melakukan berbagai promosi baik melalui media online, media cetak maupun saluran komunikasi lainnya. Seperti kita ketahui bahwa banyak sekali iklan produk dengan merek Aqua yang mengisi setiap iklan di televisi, radio maupun di media cetak. Inilah salah satu strategi pemasaran Aqua yang dijalankan.

Pelayanan : Pelayanan sangat penting bagi suatu perusahaan kepada konsumennya sehingga Aqua juga memberikan pelayanan yang baik bagi konsumennya di seluruh Indonesia. Melalui distributor Aqua di seluruh Indonesia ini Aqua bisa memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggannya.

Packaging : Packaging juga memberikan dampak luar biasa bagi distribusi Aqua sehingga penjualan bisa bertambah dari waktu ke waktu.

Saluran Distribusi : Aqua memiliki banyak saluran distribusi untuk menyuplai kebutuhan air minum dengan merek Aqua baik di kota maupun di pelosok. Hampir semua wilayah di Indonesia sudah ada distributor air minum ini.

http://ahlimanajemenpemasaran.com/2013/06/inilah-strategi-pemasaran-aqua-yang-brilian/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Konsep Strategi Bisnis

Strategi bisnis merepresentasikan sejumlah keputusan, tindakan, dan reaksi yang pertama-tama menghasilkan, dan kemudian mengeksploitasi, sebuah usaha baru dengan cara yang memaksimalkan manfaat dari kebaruan serta meminimalkan biayanya. Sebuah strategi bisnis biasanya adalah sebuah dokumen yang jelas mengartikulasikan arah bisnis akan mengejar dan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuannya. Dalam rencana bisnis standar, hasil strategi bisnis dari tujuan dibentuk untuk mendukung misi lain dari bisnis.

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Kadang-kadang langkah yang harus dihadapi terjal dan berliku-liku, namun ada pula langkah yang relatif muda. Di samping itu, banyak rintangan atau cobaan yang dihadapi untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu, setiap langkah harus dijalankan dengan hati-hati dan terarah.[1]

Untuk mencapai tujuan dalam sebuah perusahaan juga diperlukan langkah-langkah tertentu. Misalnya, perusahaan yang ingin menjual barang atau jasanya kepada pelanggan memerlukan langkah yang tepat. Di luar perusahaan tersebut sudah banyak pesaing yang menunggu, mulai dari pesaing kecil sampai dengan pesaing besar. Di samping itu, setiap waktu akan terus bermunculan pesaing baru, apalagi jika jenis produk yang ditawarkan memberikan keuntungan yang sangat menggiurkan. Pesaing-pesaing inilah yang disebut sebagai rintangan atau hambatan yang akan dihadapi oleh pengusaha dalam menjual produknya kepada konsumen atau pelanggan.

Ukuran keberhasilan perusahaan dalam menerapkan strategi pemasarannya adalah mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Semakin banyak pelanggan yang menerima produk atau jasa yang ditawarkan,

[1] Dr. Kasmir, SE, M.M, "*Kewirausahaan*", Hal 186.2013

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

maka mereka akan semakin puas, dan ini berarti strategi yang telah direncanakan dan dilaksanakan telah berhasil dijalankan dengan baik. Masih banyak lagi ukuran lainnya, misalnya tingkat laba yang diperoleh dan ukuran lainnya. Strategi yang untuk meraih pelanggan sebanyak-banyaknya tidak terlepas dari para pesaing. Dalam pemasaran, pesaing selalu mengancam pengusaha. Perusahaan tidak boleh lengah sedikitpun. Oleh karena itu, strategi untuk menghentikan atau bahkan menghancurkan, pesaing dari sisi pasar harus segera dilakukan.[2]

Tahapan Utama Dalam Strategi Bisnis

Sejalan dengan laju perkembangan yang terus berkembang di Indonesia, maka banyak bermunculan perusahaan, baik perusahaan kecil maupun perusahaan besar. Tujuan utama suatu perusahaan yaitu memperoleh laba seoptimal mungkin dan mengawasi berjalannya perusahaan serta berkembangnya perusahaan, maka hal yang perlu dilakukan oleh suatu perusahaan dengan mengadakan penilaian terhadap persediaan dan pengaruhnya terhadap laba perusahaan. Hal ini dilakukan karena mengelola persediaan barang bagi kebanyakan perusahaan salah satu modal kerja yang sangat penting di dalam suatu perusahaan, di mana prosedurnya terus menerus mengalami perubahan dan perputaran

Sebuah strategi bisnis memiliki tiga tahapan utama: (1) penciptaan kesempatan sebuah usaha baru, (2) eksploitasi kesempatan sebuah usaha baru, (3) umpan balik dari puncak penciptaan dan eksploitasi usaha baru kembali ke tahap (1). Penciptaan sebuah usaha baru adalah hasil gabungan antara pengetahuan dan sumber daya lain ke dalam sebuah kumpulan yang diharapkan akan memiliki nilai, langka, dan sulit ditiru pihak lain. Jika keputusannya adalah bahwa usaha baru cukup menguntungkan sehingga dijamin dapat

[2] Kasmir, "*Kewirausahaan*", Hal 187.2013

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

eksploitasi, maka kinerja perusahaan bergantung pada strategi usaha tersebut; strategi penurunan risiko; cara perusahaan diorganisasikan; serta kompetensi dari pengusaha, tim manajemen, dan pengusaha tersebut.

Pada tahap analisis pengembangan strategi bisnis, salah satu dari beberapa metode yang digunakan untuk menganalisis pasar perusahaan, sumber daya, hambatan untuk kesuksesan, dan keuntungan tertentu. Tujuan dari analisis strategis adalah untuk mengidentifikasi apa bisnis ingin capai, kekuatan itu dapat membawa menanggung pada mencapai tujuan dan kelemahan yang perlu ditangani sebelum integrasi dan implementasi. Metodologi penilaian Strategis dapat termasuk mengevaluasi lingkungan bisnis, game skenario berbagai kompetitif, menentukan apa kekuatan pasar berada di pesaing kerja dan penilaian.

Strategi Dalam Bisnis

1. Diversifikasi Bisnis.

   Bagi yang baru mulai bisnis, sebaiknya tidak langsung menjalankan strategi bisnis ini. Saya sarankan lebih baik fokus terlebih dahulu pada bisnis yang sedang dibangun. Mengapa? Sebab strategi ini tergolong beresiko tinggi. Melakukan diversifikasi bisnis, berarti anda membangun sebuah produk baru untuk dilempar ke pasar (yang mungkin juga baru). Jika tidak dibarengi kesiapan yang baik, melakukan diversifikasi dapat menggoyahkan bisnis anda sebelumnya.

2. Strategi menyerang.

   Strategi bisnis ini biasanya dijalankan untuk memperbesar tingkat penguasaan pasar. Pada strategi ini. biasanya promo besar-besaran dengan segala macam taktiknya dijalankan. Salah satu contohnya seperti menghadirkan program yang menarik bagi konsumen, seperti Beli tiga Gratis satu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Mengembangkan pasar.

   Strategi yang ini relatif lebih kalem. Karena dengan produk yang selama ini ada, pebisnis akan berupaya untuk mengeksplorasi pasar yang selama ini digarapnya agar bisa lebih maksimal. Strategi ini perlu kejelian dalam melihat pasar.

4. Mengembangkan produk.

   Berkebalikan dengan strategi bisnis mengembangkan pasar, strategi ini melempar sebuah produk baru pada pasar yang selama ini digarap. Kelebihan strategi bisnis ini adalah karena pasarnya telah dikenali, sedang tantangannya adalah bagaimana membuat produk baru tersebut bisa diterima oleh pasar.

Setiap orang bisa sukses selagi ada kemauan untuk berusaha dan juga tahu apa yang harus dilakukan untuk bisa menggapai satu kesuksesan. Meraih sukses bukan satu hal yang mudah dan di dalam bisnis strategi bisnis sangatlah penting untuk bisa dipikirkan dan diaplikasikan dengan baik. Satu bisnis tanpa satu strategi yang tepat akan berakhir kurang baik dan mungkin justru merugi.

Disamping mengukur kekuatan dan kelemahan pesaing, harus dipertimbangkan pula ancaman dan peluang yang ada. Ancaman para pesaing terus-menerus menuntut usahawan untuk selalu waspada, selanjutnya juga harus mampu merebut peluang-peluang yang ada serta menciptakan peluang baru sebelum dimasuki oleh para pesaing. Ada beberapa hal yang penting dalam strategis bisnis yang harus dilaksanakan dan dibagi dalam beberapa strategi yaitu strategi produk, strategi harga, strategi lokasi dan distribusi, serta strategi promosi.

1. Strategi produk

   Strategi produk sangat penting dalam memulai langkah awal dalam berusaha. Hal ini sangat penting karena yang akan dijual adalah produk dan konsumen akan mengenal perusahaan tersebut melalui produk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang ditawarkan. Dalam strategi produk yang perlu diingat adalah semua hal yang berkaitan dengan produk secara utuh, mulai dari nama produk, bentuk isi, atau pembungkus.

Karena strategi produkberkaitan erat dengan produk secara keseluruhan, sebelum kita membicarakan lebih jauh, hendaknya kita harus tahu dulu apa itu produk. Dalam artian sederhana, produk dikatakan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sementara itu, pengertian produk menurut Philip Kotler adalah "sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi, sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan"

Dari pengertian ini dapat dijabarkan bahwa produk merupakan sesuatu, baik barang maupun jasa, yang ditawarkan ke konsumen agar diperhatikan, dan dibeli oleh konsumen. Tujuan menawarkan produk ke pasar adalah untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

2. Strategi harga

Setelah produk berhasil diciptakan dengan segala atributnya, langkah selanjutnya adalah menentukan harga produk. Pengertian harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam perusahaan. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut dalam pasar.

3. Strategi lokasi dan distribusi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Distribusi adalah cara perusahaan menyalurkan barangnya, mulai dari perusahaan sampai ke tangan konsumen akhir. Distribusi dapat pula diartikan sebagai cara menentukan metode dan jalur yang akan dipakai dalam menyalurkan produk ke pasar. Pendek atau panjangnya jalur yang digunakan, perlu dipertimbangkan secara matang. Strategi distribusi penting dalam upaya perusahaan melayani konsumen tepat waktu dan tepat sasaran. Keterlambatan dalam penyaluran dapat mengakibatkan perusahaan kehilangan waktu dan kualitas barang serta diambilnya kesempatan oleh pesaing. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki strategi untuk mencapai target pasar dan menyelenggarakan fungsi distribusi yang berbeda-beda.

4. Strategi promosi

Kegiatan ini sama pentingnya dengan ketiga kegiatan sebelumnya. Dalam kegiatan promosi, setiap perusahaan berusaha mempromosikan, menginfokan seluruh produk atau jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung.

Tanpa promosi, pelanggan tidak dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan.oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling mudah dan ampuh untuk mearik dan memertahankan konsumennya. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Sedikitnya ada empat macam sarana promosi yang dapt digunakan oleh setiap perusahaan dalam mempromosikan produknya, yaitu:

- Periklanan(*advertising*)
- Promosi penjualan (*sales promotion*)
- Publisitas (*publicity*)
- Penjualan pribadi (*personal selling*)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Strategi Bisnis Rasulullah

Memulai satu bisnis tidak perlu terburu-buru terlebih lagi jika memang tidak ada modal yang memadai. Cukup mulai dengan skala kecil dan dikembangkan secara bertahap. Memang pada awalnya akan terasa sulit untuk bisa mengembangkan satu usaha, tetapi dengan menggunakan strategi yang tepat, kesuksesan tidak akan menjadi sekeping lukisan yang hanya ada di dalam angan. Strategi bisnis juga harus bisa diterapkan dengan tepat dan setiap individu yang berbisnis haruslah mampu untuk bisa membaca situasi dan memanfaatkan setiap peluang yang ada di depan mata.

Berbisnis atau usaha dengan modal kecil bisa dilakukan siapa saja salah satu yang memiliki kemauan dan ada beragam cara dan strategi yang bisa diterapkan. Agar satu strategi bisnis bisa diterapkan dengan baik, akan lebih baik apabila setiap individu bisa mengerti apa yang sedang diinginkan oleh konsumen di pasaran. Mencari tahu apa yang sedang populer ditawarkan sebagai produk dari satu bisnis menjadi salah satu hal yang perlu untuk dilakukan. Minat konsumen yang ada di pasar selalu berubah dan kemampuan untuk membaca perilaku pasar ini bisa membantu usaha untuk menjadi lebih maju.

Agar satu strategi bisa dibuat dan direncanakan dengan baik dan bisa diterapkan dengan tepat, ada baiknya untuk bisa menetapkan target dari bisnis yang sedang dibangun. Dengan mengetahui target pasar, perencanaan strategi bisnis bisa dilakukan dengan lebih baik karena sudah ada target pasti yang bisa dianalisa. Lakukanlah analisa pasar dengan baik isalya dengan melihat apakah ada trend baru yang populer di pasar dan apakah trend baru ini akan sesuai dengan usaha yang sedang dibangun. Jika tidak sesuai, apakah bisa trend tersebut diadaptasi ke dalam bentuk yang lain yang sesuai dengan produk usaha yang dijalani. Kejelian di dalam menganalisa berbagai perubahan yang ada di pasar menjadi salah satu hal yang tidak bisa dilepaskan dari bagus atau tidaknya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

satu strategi yang direncanakan. Satu strategi bisnis yang baik akan mencakup segala aspek yang penting agar satu bisnis yang sedang dibangun bisa mencapai kesuksesan yang diidamkan. Tentu saja, strategi harus bisa diterapkan dengan baik dan tepat pada sasarannya. Keefektifan dari satu strategi juga menjadi satu hal yang sangat penting untuk diperhatikan.

Apa yang paling penting dalam menjalankan sebuah bisnis? Modal mungkin bisa menjadi pertimbangan penting, tetapi ada hal lain yang justru lebih berperan banyak dalam menentukan kemajuan sebuah usaha, seperti keuletan dan ide yang kreatif. Pebisnis yang memiliki kemampuan handal akan mencari cara yang terbaik dalam memajukan bisnisnya. Melalui strategi bisnis yang jitu pebisnis tersebut akan mampu mengoptimalkan bisnis yang dia jalankan sehingga bisa menjadi "mesin uang" yang terus menerus memberikannya keuntungan. Saat ini banyak pilihan usaha yang dapat kita jalankan. Asalkan kita mengetahui strategi bisnis yang terbaik untuk memajukan usaha tersebut, maka kita akan menapatkan pemasukan yang maksimal dari usaha yang kita jalankan

Nabi Muhammad saw merupakan suritauladan bagi seluruh umat manusia. Selain sebagai Nabi, beliau juga banyak menunjukkan cara berbisnis yang benar. Bisnis yang benar menurut islam adalah bisnis yang menerapkan nilai-nilai syariat Islam tentunya. Beberapa strategi bisnis yang dikembangkan oleh Nabi Muhammad saw diantaranya adalah:[3]

1. Jadikan Jujur Sebagai *Brand* Bisnis

   Berkat kejujuran beliau (dalam segala hal), Nabi Muhammad mendapatkan julukan *Al-Amin* (Yang Dapat Dipercaya). Sikap jujur dalam bisnis ini beliau tunjukkan pada *customer* maupun pemasok barang dagangannya. Pada masa awal mula berbisnis, nabi mengambil barang

[3] Mengutip dari http://wirausahamudaraya.blogspot.com/2011/05/entrepreneur-ala-rasulullah.html

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dagangannya ke Khadijah, seorang konglomerat kaya raya yang akhirnya menjadi istrinya. Ketika bekerjasama dengan Khadijah, beliau selalu bersikap jujur. Selain jujur pada Khadijah, beliau juga jujur pada pelanggannya. Hal ini tercermin ketika pelanggan mendatanginya, beliau memasarkan barangnya dengan menjelaskan semua keunggulan dan kekurangan barang tersebut, tanpa mengharapkan keuntungan lebih besar dari hasil penjualannya. Bagi nabi Muhammad, kejujuran harus dijadikan brand dagang para pebisnis. Apapun jenis bisnisnya, kejujuran harus tetap ditempatkan pada posisi yang utama.

2. Sayangi Pelanggan

Pelanggan atau pembeli adalah raja, demikianlah prinsip dalam bisnis. Menarik satu pelanggan memang sulit tapi mempertahankannya justru lebih sulit. Nabi Muhammad memberikan contoh bahwa keuntungan dalam berbisnis hanyalah sekedar *"hadiah"* dari upaya kita. Nabi selalu melayani costumers dengan ikhlas, beliau tidak relah jika pelanggannya tertipu saat membeli barangnya. Pesan yang disampaikan oleh beliau adalah *"Cintailah saudaramu seperti mencintai dirimu sendiri".* Jika pelayanan yang kita berikan kepada pelanggan itu memuaskan maka pelanggan juga akan terus percaya dan akan terus berlangganan dengan produk yang anda tawarkan. Begitu pula sebaliknya.

Letakkan kepuasan pelanggan ditingkat yang lebih tinggi. Kunci dalam marketing adalah promosi atau iklan. Nah, cobalah memenuhi janji seperti apa yang pernah anda iklankan dalam pemasaran anda. Ini justru akan mengangkat kepercayaan pelanggan terhadap bisnis atau usaha anda.

3. Bedakan Jenis Produknya

Rasulullah saw juga memberikan contoh untuk memisahkan antara barang yang bagus dan barang yang jelek. Selain itu, beliau juga membedakan harga sesuai kualitas produknya. Bukan menyamakan semua

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

produk tanpa melihat kualitas produknya. Dalam dunia marketing bisnis kita mengenal banyak jenis produk yang bisa dipasarkan. Tapi, faktanya justru sebaliknya. Sebagian besar malah mencari keuntungan yang sebesar-besarnya dari *"Cacat Produk".* Ini tentu akan merugikan pelanggan dan akan membuat pelanggan tidak percaya lagi dengan anda.

Alquran memandang kehidupan manusia sebagai sebuah proses yang berkelanjutan. Dalam pandangan Alquran, kehidupan manusia itu dimulai sejak kelahirannya namun tidak berhenti pada saat kematiannya. Hidup setelah mati, [1] adalah sebuah rukun iman yang sangat penting dan esensial. Dia berada dibawah satu tingkat setelah keimanan kepada Allah. Tanpa keimanan pada hal yang sangat vital ini semua struktur dan sistem keimanan Alquran akan rusak dan berantaka

Dalam Alquran dijelaskan tentang berbinis dan berwirausaha yaitu dalam surat Ash Shaff ayat 10 – 12 yang artinya: *Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu Aku tunjukkan suatu perniagaan (bisnis) yang dapat menyelamatkan kamu dari azab yang pedih? (yaitu) beriman kepada Allah dan Rasul-Nya-lah dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagi kamu jika kamu mengetahuinya. Niscaya Allah akan mengampuni dosa-dosamu dan memasukkan kamu ke dalam surga yang mengalir di bawahnya sungai-sungai dan (memasukkan kamu) ke tempat tinggal yang baik di dalam surga 'Adn. Itulah keberuntungan yang besar.*

Manusia harus bekerja bukan hanya untuk meraih sukses di dunia ini namun juga untuk kesuksesan di akhirat. Semua kerja seseorang akan mengalami efek yang demikian besar pada diri seseorang, baik efek positif dan konstruktif maupun efek negatif dan destruktif. Dia harus bertanggung jawab dan harus memikul semua konsekuensi aksi dan transaksinya selama di dunia ini pada saatnya nanti di Akhirat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dengan demikian konsep Alquran tentang bisnis yang sebenarnya, serta yang disebut beruntung dan rugi hendaknya dilihat dari seluruh perjalanan hidup manusia. Tak ada satu bisnis pun yang dianggap berhasil, jika dia membawa keuntungan, sebesar apapun keuntungan yang diperoleh dalam waktu tertentu, namun pada ujungnya mengalami kerugian yang melebihi keuntungan yang diperoleh. Sebuah bisnis akan dinilai menguntungkan apabila pendapatan yang diperoleh melebihi biaya atau ongkos produksi. Skala peritungan bisnis semacam ini akan ditentukan pula di hari Akhirat

Rangkuman

Dari berbagai paparan di atas, maka pada bagian ini dapat dikerucutkan dalam beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Definisi Strategi bisnis adalah sebuah dokumen yang jelas mengartikulasikan arah bisnis akan mengejar dan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuannya.
2. Sebuah strategi bisnis memiliki tiga tahapan utama: (1) penciptaan kesempatan sebuah usaha baru, (2) eksploitasi kesempatan sebuah usaha baru, (3) umpan balik dari puncak penciptaan dan eksploitasi usaha baru kembali.
3. Strategi bisnis yang dikembangkan oleh Nabi Muhammad saw diantaranya adalah:. Jadikan Jujur Sebagai *Brand* Bisnis, Sayangi Pelanggan, Letakkan kepuasan pelanggan ditingkat yang lebih tinggi, Bedakan Jenis Produknya.

Latihan

Jawablah pertanyaan-pertanyaan di bawah ini!

1. Jelaskan konsep strategi bisnis !
2. Jelaskan tahapan utama strategi bisnis !
3. Jelaskan strategi bisnis yang dikembangkan Rasulullah!

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Paket 12
SIMULASI USAHA

Pendahuluan

Seberapapun ilmu yang diperoleh dalam materi kewirausahaan /*entrepreneurship* maka tidak akan dapat dilihat hasilnya tanpa adanya praktek. Sehingga sekecil apapun hasil belajar harus diwujudkan dalam bentuk praktek atau simulasi. Target yang akan dicapai adalah menciptakan sebanyak banyaknya para wirausaha mandiri yang berbasis *local wisdom.* Sehingga sumber kekayaan sebagai potensi daerah terutama Jawa Timur sebagai provinsi yang berbasis agraris akan terangkat kesejahteraan masyarakat melalui sebuah proses kewirausahaan. Bukan murni pendapatan sebagai petani atau nelayan. Dengan begitu pendapatan yang dihasilkan akan jauh lebih banyak dibandingkan dibandingkan sebelum melalui proses pengolahan.

Terlebih lagi kesejahteraan bisa terangkat dengan munculnya industri kreatis berbasis kearifan lokal daerah. Untuk itu dalam materi ini semua mahasiswa harus mampu melaksanakan perencanaan usaha yang telah dibuat dalam bab sebelumnya.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi Dasar

Kemampuan dan kecakapan melakukan praktik usaha.

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan mampu melaksanakan praktik usaha.

Waktu

1 x 6 jam.

Materi Pokok

Melakukan praktik usaha.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Langkah-langkah Perkuliahan

Kegiatan Inti

1. Mahasiswa dibagai dalam 4 kelompok dengan cara memilih sendiri anggota yang cocok dan se ide.
2. Masing-masing kelompok membuat ide tentang usaha yang akan di jalankan sesuai dengan perencanaan bisnis.
3. Melaksanakan marketing usaha yang sesuai dengan perencanaan usaha

Lembar Kegiatan Mahasiswa

Tujuan

Mahasiswa dapat melakukan praktik usaha

Bahan dan alat

Semua bahan dan alat sesuai dengan kebutuhan kelompok

Langkah-langkah kegiatan

1. Masing-masing kelompok memberikan perencanaan bisnis.
2. Setiap kelompok mempraktekkan sesuai dengan perencanaan bisnis yang dibuat.
3. Membuat catatan seluruh angkaian kegiatan lapangan.
4. Membuat laporan selama kegiatan praktikum dilaksanak.

Tabel 5.1: Daftar Nilai Praktik lapangan

KELOMPOK	NILAI				JUMLAH
	Rencana	Kekompakan	Kesesuaian	Hasil	
I					
II					
III					
IV					

Keterangan Nilai:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

90 = sangat baik 80 = baik 70 = cukup 60 = kurang

Uraian Materi

SIMULASI USAHA

SIMULASI PENGOPERASIAN SATU OUTLET CHOCO LATTE
(Untuk Lokasi di luar mall dengan asumsi biaya operasional Rp. 2.688.000,-)

MODAL AWAL
(Peralatan, set up awal, dan bahan baku)
Jumlah Rp. 30.000.000,-

PENJUALAN BULANAN*
(Asumsi penjualan rata-rata 75 cup per hari, harga jual Rp. 8.500,-) Jumlah Rp. 19.125.000,-

BIAYA-BIAYA
Biaya sewa Rp. 800.000,-
Biaya tenaga kerja Rp. 2.100.000,-
Biaya Overhead Rp. 350.000,-
License Fee Rp. 83.500,-
Biaya Bahan Baku** Rp. 8.100.000,-
Jumlah Rp. 11.433.500,-

LABA
(Penjualan bulanan dikurangi biaya-biaya)
Jumlah Rp. 7.691.500,-

LAMA PENGEMBALIAN MODAL (RoI)***
(Modal awal dibagi laba per bulan)
3,9 Bulan

* Besarnya penjualan bulanan ini baru diperhitungkan dari harga dasar minuman. Penjualan topping dan produk lainnya akan meningkatkan laba karena biaya-biaya yang dikeluarkan tetap sama.

** Biaya bahan baku diasumsikan sebesar Rp. 3.600,- per cup.

*** Jika asumsi penjualan 75 cup per hari tercapai.

http://chocolatteindonesia.com/simulasi-usaha.html

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Proses pendirian perusahaan baru merupakan bagian yang paling sulit untuk dilaksanakan. Keanekaragaman teknik yang luas dapat digunakan untuk mendapatkan ide produk baru. Tidak penting bagaimana ide tersebut muncul, ide unik yang logis untuk produk atau jasa baru yang dievaluasi dengan baik merupakan hal terpenting agar berhasil memulai sebuah perusahaan baru. Melalui evaluasi ini, atau analisis peluang, seorang pengusaha harus ingat bahwa sebagian besar ide tidak memberikan dasar untuk perusahaan baru; sebaliknya, penting untuk menyaring dan mengidentifikasi ide-ide yang dapat memberikan dasar, sehingga ide-ide tersebut menjadi fokus pengusaha.

Jika kita tergolong mahasiswa kreatif dan inovatif, pasti banyak ide atau hal baru yang dapat dijadikan peluang usaha. Tidak sedikit usaha baru dimulai dari penemuan jenis produk, teknologi, sistem, dan program baru. Jika berhasil menciptakan sebuah keunikan, segera ambil hak paten dan menjualnya. Penemuan baru biasanya sangat berpeluang untuk menembus pasar, apalagi khas, unik, dan dibutuhkan orang banyak. Contoh nyata, jika ada beberapa orang membuat kaos-kaos unik dengan kata-kata yang penuh motivasi. Kaos tersebut memang biasa saja kalau dilihat sepintas, tapi karena ada keunikannya dengan kata-kata yang penuh inovasi maka bisa menambah nilai jual. Tentunya keuntungan bisa jauh lebih besar dengan keunikan yang mereka jual.

Jika kita merasa kurang kreatif dan inovatif, jangan putus asa. Percayalah, ide usaha tersebar dimana-mana, bahkan di depan mata. Kita harus selalu membaca peluang, mengukur potensi, dan berani mengambil resiko. Misalnya, di sekitar kita ada rumah makan mie goreng yang cukup laris. Apa salahnya jika kita ikut bersaing secara sehat di tenpat yang sama dengan produk yang sama. Kita cukup menduplkikasi usaha tersebut, tapi harus memberikan nilai tambah kepada konsumen, seperti pelayanan, harga, kecepatan, keramahan. Contoh pelayanan yang lebih memuaskan kepada konsumen adalah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memberikan air teh gratis kepada konsumen atau memberikan porsi daging yang lebih banyak di banding pesaing anda.

Selain menduplikasi, kita juga bisa membuka usaha dengan memberikan usaha fasilitas tambahan, tapi ini harus dengan sedikit sentuhan kreatifitas. Misalnya, di lingkungan kita ada yang membuka warnet, maka anda masih bisa menyainginya dengan tambahan fasilitas atau memperluas penawaran yang ada. Kita bisa mendirikan warnet di lokasi sama. Hampir setiap waktu ada saja jenis usaha yang trend, seperti sekarang ini zamannya penyewaan komputer untuk bermain *game (game zone)*. Dengan sedikit fasilitas tambahan, anda pun bisa memiliki usaha dan siap untuk berhasil. Misalnya, Anda bisa menyewa tempat di sekitar tempat penyewaan *game zone* tersebut dengan menjual minuman yang lagi trend sekarang ini, seperti minuman teh atau minuman dingin dan sebagainya dan sangat cocok dengan pangsa pasar anak sekolah.

Kita pun dapat menjual keterampilan yang dimiliki. Jika bisa menggunting rambut maka kita bisa membuka salon, dengan sedikit sentuhan yang berbeda dengan salon-salon lainnya, pasti salon Anda akan ramai di kunjungi konsumen. Bagi yang mahir mengetik 10 jari, tidak ada salahnya membuka usaha jasa pengetikan, seperti skripsi, naskah, makalah, dan lain-lain yang kemudian bisa dikembangkan dengan menerima jasa penerjemahan (translate). Ada banyak usaha yang bisa kita buka berdasarkan keterampilan yang dimiliki, yakinlah di dalam diri kita punya potensi, keterampilan dan harapan besar untuk sukses menjadi seorang *entrepreneur*, meskipun sebagai*entrepreneur* pemula..mulailah belajar menghasilkan *income* melalui keterampilan sendiri semisal memberikan privat bahasa inggris, komputer, matematika, musik, menyanyi atau jasa pengetikan seperti yang disampaikan diata

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Langkah lain, kita bisa membuka kantor keagenan, baik suatu produk maupun jasa. Banyak sekali produk dan jasa yang sangat memerlukan agen. Selain menjadi agen suatu produk, juga bisa menjadi agen yang menyediakan jasa, seperti agen isi ulang air, isi ulang pulsa, penyalur pembantu rumah tangga, agen modeling atau foto model, agen iklan, dan lain-lain.

Hal lain yang masih belum terpikirkan dan mungkin aneh jika dirasakan adalah memanfaatkan barang bekas. Masih sedikit orang yang peka dengan usaha barang second, terutama dengan nilai historis yang sangat tinggi, biasanya punya harga yang sangat tinggi pula. Namun, menjual barang bekas (*second*) ini harus di lakukan dengan teratur dan terencana. Kita bisa membeli suatu barang disuatu tempat dengan harga murah dan menjualnya ditempat lain dengan harga yang lebih tinggi. Kita juga bisa menjual barang bekas khusus komputer dengan cara membeli komputer rusak dengan harga murah. Kemudian dengan menggunakan orang yang mengerti perbaikan computer akhirnya bisa menjual komputer yang sudah di perbaiki itu dengan harga yang lebih tinggi. Demikian pula dengan barang bekas, seperti kamera, motor, dan lain-lain.

Jika kita memiliki keterampilan dan keahlian yang sudah kompeten segera buka kantor sendiri. Jangan takut masalah modal dan SDM, kita bisa mengajak kolega atau teman seprofesi untuk patungan modal dan membuka kantor tersebut. Juallah *skill* dan pengalaman kita. Jika reputasi bagus dan relasi banyak (network), jangan kuatir kekurangan klien, bisa memulai mendirikan kantor dari rumah atau lebih dikenal dengan sebutan *home office*. Cukup dengan menyediakan satu komputer, satu telepon, faxs, meja, dan kursi tamu.

Jika kita memiliki modal besar, tapi tidak mau repot untuk memikirikan sesuatu usaha yang baru, alternatif waralaba *(franchise)* dapat dipilih. Waralaba adala jenis usaha yang relatif terstandartisasi dengan baik. Memang butuh kejelian yang tinggi untuk menilai waralaba mana yang bagus dan cocok untuk kita. Sebagai saran carilah usaha waralaba yang memiliki *track*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

record yang baik dan sudah teruji di lapangan. Kini semakin banyak bermunculan waralaba, dari yang membutuhkan modal besar hingga yang membutuhkan modal keci. Kadang usaha akan lebih bagus jika didirikan dan di kelola bersama-sama. Misalnya jika kita pintar pemrograman komputer, tapi memiliki sedikit teman, sementara teman kita memiliki banyak teman dan punya relasi yang luas dan membutuhkan jasa pemrograman, maka bisa saja membuka usaha jasa pemrograman (*software house*). Kita yang mengerjakan pekerjaannya, sedangkan teman lain yang mencari *order*. Dari kelebihan masing-masing inilah bisa memperkuat suatu usaha baru sekaligus membesarkannya.

Usaha yang sangat terkenal sekarang selain usaha-usaha mandiri lain yaitu usaha Multi level Marketing atau yang terkenal dengan MLM. Usaha ini menurut mungkin cukup prospektif. Modalnya murah meriah didukung pula oleh produk yang bagus, sistem pemasaran, pelatihan, dan jenjang karir. Memang kita tidak menutup mata banyak sekali orang yang alergi atau anti terhadap Multi Level Marketing (MLM). Biasanya trauma oleh kegagalan, seperti uangnya habis di MLM. Itu biasanya di sebabkan bisnis MLM dengan skema piramid atau *money game* yang berkedok MLM. Waspadalah dan hindari bisnis dengan skema piramid atau *money game* yang mengaku-aku MLM, karena MLM yang murni sangat menarik. Bahkan sebagai perusahaan MLM memberikan kesempatan kepada kita untuk mendirikan perusahaan sendiri (*authorized distributor* atau *stockist*). Kita tidak perlu terlalu alergi dengan informasi mengenai MLM, kadang-kadang informasi yang di berikan oleh MLM sangatlah menarik. Bukankah untuk menjadi seorang wirausaha yang sukses harus selalu belajar, belajar dan belajar serta memiliki banyak teman.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

SUMBER-SUMBER IDE BARU

Produk dan jasa harus dideskripsikan secara mendetail. Prototipe atau skema produk sangatlah bermanfaat untuk memahami semua aspek dan fitur produk secara mendalam. Semua produk kompetitif serta perusahaan yang kompetitif dalam lingkup pasar produk (jasa) harus diidentifikasi dan didaftar. Ide produk atau jasa yang baru harus dibandingkan dengan setidaknya tiga produk atau jasa kompetitif yang paling miripdalam memenuhi kebutuhan pasar yang diidentifikaasikan. Analisis yang dilakukan ini akan menghasilkan deskripsi mengenai bagaimana produk atau jasa tersebut dapat berbeda dan unik serta dapat dijadikan sebagai acuan harga barang awal.

Beberapa sumber ide yang sering digunakan oleh para pengusaha adalah: pelanggan, produk dan jasa yang sudah ada, saluran distribusi, serta penelitian dan pengembangan.

Pelanggan

Para pengusaha yang potensial harus terus-menerus memerhatikan para pelanggan yang potensial. Perhatian ini dapat diwujudkan dalam bentuk pengawasan ide dan kebutuhan potensial secara informal atau pengaturan secara formal yang ditujukan bagi para pelanggan agar dapat memiliki kesempatan untuk mengungkapkan opini-opininya. Dibutuhkan juga perhatian untuk memastikan bahwa ide atau kebutuhan tersebut mewakili pasar yang cukup besar dalam mendukung sebuah perusahaan baru.

Pentingnya peranan pelanggan bagi kelangsungan hidup perusahaan seringkali diungkapkan oleh para pelaku bisnis dengan cara mengungkapkannya dalam bentuk pujian dan kebanggaan kepada pelanggan. Kata pelanggan adalah istilah yang sangat akrab dengan dunia bisnis di Indonesia dimulai dari pedagang kecil hingga pedagang besar, dari industri rumah tangga hingga industri berskala internasional, dari perusahaan yang bergerak di bidang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

produksi barang hingga perusahaan yang bergerak di bidang jasa sangat mengerti apa arti kata pelanggan itu.

Produk dan Jasa yang Sudah Ada

Para pengusaha yang potensial juga harus membentuk metode formal untuk mengawasi dan mengevaluasi produk dan jasa yang kompetitif di pasar. Seringkali, analisis ini menemukan cara-cara untuk memperbaiki penawaran-penawaran yang mungkin menghasilkan produk atau jasa baru, yang mempunyai daya tarik pasar serta penjualan dan potensi keuntungan yang lebih baik.

Saluran Distribusi

Anggota-anggota saluran distribusi juga merupakan sumber ide baru yang sangat baik karena kedekatan mereka dengan kebutuhan pasar. Anggota saluran juga membantu memasarkan produk-produk yang baru saja dikembangkan. Dari seorang pelayan toko disebuah toko serba ada yang besar, seorang pengusaha mengetahui penyebab kaus kakinya tidak terjual dengan baik adalah warnanya. Dengan memerhatikan saran tersebut dan melakukan perubahan warna yang menarik, perusahaannya menjadi salah satu penyuplai utama kaus kaki tanpa merek di salah satu negara bagian Amerika Serikat.

Penelitian dan Pengembangan

Sumber ide-ide baru yang paling besar adalah upaya-upaya “ penelitian dan pengembangan” pengusaha itu sendiri, yang mungkin merupakan usaha keras formal yang berhubungan dengan pekerjaan seseorang saat ini atau laboratorium informal yang ada di ruang bawah tanah atau garasi. Seorang ilmuwan riset di perusahaan Fortune 500 mengembangkan resin plastik baru yang menjadi dasar dari sebuah produk baru, plastik yang dicetak menjadi palet

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mangkuk modular, seperti yang dilakukan oleh sebuah perusahaan baru dan ketika perusahaan Fortune tidak tertarik untuk mengembangkan ide tersebut.[1]

METODE-METODE UNTUK MENGHASILKAN IDE

Meskipun terdapat beragam sumber ide, muncul dengan sebuah ide yang berfungsi sebagai dasar untuk sebuah perusahaan baru masih dapat menimbulkan masalah. Seorang pengusaha dapat menggunakan beberapa metode untuk membantu menghasilkan dan menguji ide-ide baru, seperti: kelompok fokus, tukar pikiran, dan analisis kumpulan masalah.

Daniel Goleman menyatakan bahwa manusia memiliki dua otak, yaitu otak berpikir dan otak emosional. Otak berpikir yaitu otak kiri, sedangkan otak emosional adalah otak kanan. Dalam penelitiannya, Goleman menyatakan bahwa otak kanan lebih dulu bekerja, baru kemudian otak kiri. Otak emosional disebut otak kreativitas dan otak berpikir disbut logis dan rasional.[2]

Dalam proses bekerjanya, otak sangat memengaruhi pola pikir manusia. Pemanfaatan otak kanan masih sangat minim pada umumnya, dibandingkan otak kanan. Oleh karena itu semua manusia hendaknya lebih melatih program kerja otak kanan agar pola pikirnya menjadi focus dan seimbang, apalagi jika mereka bertindak sebagai aktor atau wirausahawan yang sangat sering berpikir dan memiliki skill yang tinggi agar berhasil nantinya.

Kelompok Fokus

Metode ini telah digunakan untuk berbagai tujuan sejak tahun 1950-an, selain ,enghasilkan ide-ide baru, kelompok fokus merupakan metode yang sangat bagus untuk menyaring ide-ide dan konsep-konsep awal. Menggunakan salah satu dari beberapa prosedur yang ada, hasil-hasilnya dapat dianalisis secara kuantitatif, menjadikan kelompok fokus sebuah metode yang bermanfaat untuk menghasilkan ide-ide produk baru.

---

[1] Robert D. Hisrich, "*Entrepreneurship*", hal 182, 2008
[2] Drs. Yusuf Suhardi, "*Kewirausahaan*", hal 133, 2011

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Metode ini dimulai dari seorang moderator memimpin sekelompok orang melalui sebuah diskusi terbuka dan komprehensif daripada sekedar mengajukan pertanyaan-pertanyaan guna mencoba mendapatkan respons partisipan. Untuk sebuah area produk baru, moderator kelompok tersebut memfokuskan diskusi kelompok, baik dalam gaya yang direktif maupun nondirektif. Kelompok yang terdiri atas 8 sampai 14 partisipan distimulasi oleh komentar-komentar dari anggota-anggota kelompok lain dalam mengonsepkan dan mengembangkan sebuah ide produk baru secara kreatif untuk memenuhi kebutuhan pasar.

Tukar Pikiran

Saling membagi pemikiran, atau bahasa lain tukar pikiran sangat penting dilakukan agar semua proses dalam menjalankan usaha dapat berjalan dengan baik dan seimbang. Saran dan msukan dari kawan, anggota, anak buah atau dari teman lain sangat penting, karena seorang pengusaha atau wiraswastawan dapat digunakan menjadi bahan atau evaluasi perusahaan.

Metode ini memungkinkan distimulasinya orang-orang agar memperlihatkan kreativitas yang lebih baik melalui pertemuan dengan orang lain dan partisipasi dalam pengalaman-pengalaman kelompok yang terorganisasi. Walaupun sebagian besar ide tersebut dihasilkan dari kelompok yang tidak mempunyai dasar untuk pengembangan lebih lanjut, sebuah ide yang bagus terkadang dapat muncul.

Analisis Kumpulan Masalah

Metode ini menggunakan individu-individu dalam cara yang sejalan dengan kelompok-kelompok fokus untuk menghasilkan ide-ide produk baru. Tetapi selain menghasilkan ide-ide baru, pelanggan diberi sebuah daftar masalah dalam kategori produk umum. Kemudian pelanggan diminta untuk mengidentifikasi dan mendiskusikan produk-produk yang memiliki masalah khusus dalam kategori tersebut. Seringkali metode ini sangat efektif karena

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lebih mudah menghubungkan produk-produk yang dikenal dengan masalah-masalah yang diajukan dan menghasilkan ide produk baru bila dibandingkan dengan hanya menghasilkan sebuah ide produk yang sama sekali baru. Analisis kumpulan masalah juga dapat digunakan untuk menguji sebuah ide produk baru.[3]

Dengan membuka usaha atau berwirausaha, harga diri seseorang tidak turun tetapi sebaliknya meningkat, dari sisi penghasilan memiliki usaha sendiri jelas dapat memberikan penghasilan yang lebih baik dibandingkan menjadi pegawai.

Biasanya para wirausaha selalu memiliki ide yang begitu banyak untuk menjalankan kegiatan usahanya. Telinga, mulut, dan mata selalu meberikan inspirasi untuk menangkap setiap peluang yang ada, terpikir melihat atau mendengar sesuatu selalu menjadi ide untuk dijual. Motifasi untuk maju dan semakin besar akan selalu melekat dalam hati seorang pangusaha.

Selain itu, penting untuk menentukan kebutuhan akan ide baru serta nilainya bagi perusahaan. Apabila tidak ada kebutuhan untuk produk yang diusulkan, maka pengembangannya tidak perlu diteruskan. Demikian pula, ide produk atau jasa baru tidak perlu dikembankan jika tidak mendatangkan keuntungan atau nilai bagi perusahaan. Guna menentukankebeutuhan untuk ide baru secara akurat, mendefinisikan kebutuhan-kebutuhan potensial pasar dari sudut pemilihan waktu, kepuasan, alternatif-alternatif, keuntungan dan resiko, harapan masa depan serta kondisi ekonomi merupakan suatu hal yang akan sangat berguna.

Penentuan kebutuhan harus berfokus pada jenis kebutuhan, pemilihan waktunya, para pengguna yang terlibat dengan mencoba produk dan jasa tersebut, pentingya variabel pemasaran yang dapat dikendalikan, struktur pasar secara keseluruhan, dan sifat-sifat pasar. Setiap faktor harus dievaluasi menurut

---

[3] Michael P.Peters, "*Entrepreneurship*", hal 186, 2008

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sifat-sifat ide baru yang dipertimbangkan serta aspek-aspek dan kapabilitas metode saat ini untuk memenuhi kebutuhan tertentu.

Rangkuman

Dari berbagai paparan di atas, maka pada bagian ini dapat dikerucutkan dalam beberapa kesimpulan yaitu mahasiswa harus mampu melaksanakan praktik usaha yang disesuaikan dengan perencanaan bisnis sebelumnya. Faktor yang dinilai adalah lebih bnyak pada kegigihan berusaha bukan pada pelaksanaan dan hasil usaha.

Latihan

Jawablah pertanyaan-pertanyaan di bawah ini!

1. Bagaimana pelaksanaan praktik usaha yang dilakukan oleh kelompok ?
2. Apakah pelaksanaan praktek sudah sesuai dengan proposal yang dibuat?
3. Bagaimana kekompokan kerja yang dilakukan , apakah sudah sesuai dengan pembagian tugasnya.
4. Apakah proposal usaha ini akan mampu dilanjutkan untuk mendapatkan *provit* yang memuaskan?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

SISTEM EVALUASI DAN PENILAIAN

A. Proses Penilaian Perkuliahan

Pengambilan nilai dalam mata kuliah kewirausahaan Islam ini menggunakan Sistem Evaluasi Penilaian sebagaimana dalam Buku Panduan Penyelenggaraan Pendidikan UIN Sunan Ampel Tahun 2014 yang terdiri atas 4 macam penilaian:

1. Ujian Tengah Semester (UTS)

   UTS dapat dilaksanakan setelah mahasiswa menguasai minimal 6 paket I bahan perkuliahan (paket 1–6) . UTS dilaksanakan dilapangan dari pemahaman semua materi yang ada.

2. Tugas

   Tugas merupakan produk (hasil kreatifitas) mahasiswa dari keunggulan potensi utama yang ada dalam dirinya. Hasil kreatifitas dapat disusun secara individual atau kelompok yang bersifat *futuristik* dan memberi manfaat bagi orang lain (bangsa dan negara). Penilaian tugas diambil dari portofolio mahasiswa selama satu semester.

3. Ujian Akhir Semester (UAS)

   UAS dapat dilaksanakan setelah mahasiswa menguasai seluruh materi dan melaksanakn UAS dengan praktik lapangan.

4. *Performance*

   Performance, merupakan catatan-catatan keaktifan mahasiswa dalam mengikuti perkuliahan mulai pertemuan pertama hingga pertemuan terakhir antara 14–16 pertemuan. Dosen dapat memberi catatan pada setiap proses perkuliahan kepada masing-masing mahasiswa dengan mengamati: (1) ketepatan waktu kehadiran dalam perkuliahan, (2) penguasaan materi (3) kualitas ide/respon terhadap materi yang dikaji, dan lain-lain (Dosen dapat menambah hal-hal lain yang perlu diamati).

   Dosen merekap seluruh catatan selama perkuliahan, dan memberi penilaian performance pada masing-masing mahasiswa dengan skor maksimal 100.

   Dosen dapat mengcopy absen perkuliahan, untuk memberi catatan-catatan penilaian *performance* atau membuat format sendiri. Catatan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penilaian *performance* tidak diperkenankan langsung di dalam absen perkuliahan mahasiswa.

B. Nilai Matakuliah Akhir Semester

Nilai matakuliah akhir semester adalah perpaduan antara Ujian Tengah Semester (UTS) 20%, Tugas 30 %, Ujian Akhir Semester (UAS) 40 %, dan Performance 10 %.

Nilai matakuliah akhir semester dinyatakan dengan angka yang mempunyai status tertentu, sebagaimana dalam tabel berikut.

Angka Interval Skor (skala 100)	Skor (skala 4)	Huruf	Keterangan
91 – 100	3,76 – 4,00	A+	Lulus
86 – 90	3,51 – 3,75	A	Lulus
81 – 85	3,26 – 3,50	A-	Lulus
76 – 80	3,01 – 3,25	B+	Lulus
71 – 75	2,76 – 3,00	B	Lulus
66 – 70	3,51 – 2,75	B-	Lulus
61 – 65	2,26 – 2,50	C+	Lulus
56 – 60	2,01 – 2,25	C	Lulus
51 – 55	1,76 – 2,00	C-	Tidak Lulus
40 – 50	– 1,75	D	Tidak Lulus
< 39	0	E	Tidak Lulus

Keterangan:

a. Nilai huruf C- dan D pada matakuliah akhir semester harus diulang dengan memprogram kembali pada semester berikutnya
b. Nilai huruf C dan C+ boleh diperbaiki dengan ketentuan harus memprogram ulang dan nilai huruf semula dinyatakan hangus/gugur
c. Rumus menghitung nilai matakuliah (NMK) akhir semester:

$$NMK = \frac{(NUTSx20)+(NTx30)+(NUASx40)+(NPx10)}{100}$$

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

NMK = Nilai Matakuliah
NUTS = Nilai Ujian Tengah Semester
NT = Nilai Tugas
NUAS = Nilai Ujian Akhir Semester
NP = Nilai Performance

d. NMK bisa dihitung apabila terdiri dari empat komponen SKS, yaitu: UTS, Tugas, UAS, dan performance. Apabila salah satu kosong (tidak diikuti oleh mahasiswa), maka nilai akhir tidak bisa diperoleh, kecuali salah satunya mendapat nol (mahasiswa mengikuti proses penilaian akan tetapi nilainya nol), maka nilai akhir bisa diperoleh.
e. Nilai akhir matakuliah, ditulis nilai bulat ditambah 2 angka di belakang koma. Contoh: 3,21. 2,80, dst.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Afzalurrahman, *Muhammad sebagai Seorang Pedagang,* Yayasan Swarna Bhumi, Jakarta, 1997, cet. II.

Arman Hakim, IR., M Eng.. dkk. Kewirausahaan untuk Program Strata 1

Armstrong, dan Kotler 2003, *Dasar-dasar Pemasaran,* Jilid 1, Edisi Kesembilan, Penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta

Boyke Purnomo, SE.,MM.,dkk "*Modul Kewirausahaan*", Jakarta : Mandiri

Buchori Alma, *Kewirausahaan* , Bandung : Alfabeta, 2010

Dahlan Siamat, *Manajemen Lembaga Keuangan,* Intermedia, Jakarta, 1995

Fandy Tjiptono, dkk, *Pemasaran Strategi*, Yogyakarta, CV. Andi Offset, 2007

Fandy Tjiptana, dkk, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008.

Fandy tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, CV. Andi Offset, 2008

Fandy Tjiptono. 1999, *Strategi Pemasaran,* . Yogyakarta: Cetakan ketiga, Andi Offset.

http://elsanraekaputra.wordpress.com/2009/03/23/prinsip-bisnis-rasulullah/

http://lifeskill.staff.ub.ac.id/2013/02/21/10-langkah-menyusun-business-plan/

http://lifeskill.staff.ub.ac.id/2013/10/01/pengertian-dan-definisi-wirausaha-menurut-para-ahli-2/ diunduh pada tanggal 9 Maret 2014

http://ramalanhariini.blogspot.com/2013/10/model-proses-kewirausahaan.html. diunduh pada tanggal 20 Maret 2014.

http://sbm.binus.ac.id/files/2013/04/Pentingnya-Kewirausahaan.pdf, diunduh pada tanggal 9 Maret 2014.

http://wirausahamudaraya.blogspot.com/2011/05/entrepreneur-ala-rasulullah.html

http://www.agustiantocentre.com/?p=1534

http://www.pesantrenvirtual.com/index.php?option=com_content&task=view&id=1062

http://www.republika.co.id/berita/nasional/opini/11/07/27/loz974-ramadhan-bulan-1001-bisnis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ika Yuna Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2013.

Indriono Gitosudarmo, *Pengantar Bisnis,* ed. 2, BPFE, Yogyakarta, 1996.

Irham fahmi, *Kewirausahaan, teori, kasus, dan solusi*, Bandung : : Alfabeta, 2013.

Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta : Raja Grafindo, 2006.

Kasmir, *Kewirausahaan,* Jakarta: Rajawali Perss, 2013.

LSAF, Ulumul Quran Nomor 3/VII/1997 ; *Etika Bisnis dalam Al-Quran,* PT. Gramimatra Tatamedia, Jakarta, 1997.

Lucas Setia Atmaja, *Teori & Praktik Manajemen Keuangan*, Yogyakarta : Penerbit Andi, 2008.

MA. Mannan, *Ekonomi lslam : Teori dan Praktek,* PT. Intermassa, Jakarta,1992.

Mohammad Muslich, *Manajemen Keuangan Modern,* Bumi Aksara, Jakarta, 1997.

Mudjiarto, Aliaras Wahid, 2006. *Membangun karakter dan kepribadian Kewirausahaan.*

Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran,* Jakarta, Penerbit Erlangga, 2008.

Robert D. Hisririch, Michael P. Petters, *Kewirausahaan* , Jakarta : Salemba Empat, 2008.

Stanton, William J.1996. *Prinsip Pemasaran (terjemahan*). Edisi 7,jilid 1. Erlangga. Jakarta.

Taqiyuddin An-Nabhani, *Meembangun Sistem Ekonomi Alternatif' Perspektif Islam,* Risalah Gusti, Surabaya, 1996.

Tim Pena Prima, *Kamus Besar BahasaIndonesia,* Gita Media Press.

Wasty Sumanto, *Sekuncup Ide Operasional Pendidikan Wiraswasta*, Jakarta : Bumi Aksara, 2006.

Yusuf Suhardi, "*Kewirausahaan*", Jakarta : Ghalia Indonesia, 2011.

Yuyus Suryana dan Kartib Bayu. *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*, Jakarta: Prenada Media Group, 2010.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

CURRICULUM VITAE TIM PENULIS

Sri Wigati, MEI, lahir di Temanggung, 21 Pebruari 1973. Pendidikan dasar SD Tmg II No 03 Temanggung, SMP N 1 Temanggung, SMA N 1 Temanggung. Pendidikan tinggi S-1 ditempuh di Fakultas Ilmu Pendidikan Ilmu Pendidikan Sosial, Jurusan pendidikan geografi sosiologi IKIP N Yogyakarta yang sekarang menjadi UNY (1992), S-2 di Pascasarjana IAIN Sunan Ampel Surabaya (2003), dan saat ini sedang menempuh S-3 di Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya.

Pelatihan luar negeri: *Short Cource Entrepreneurship* di Universitas of Sydney (2012). Ikut Pelatihan dalam geologi dan tata ruang kota dari ITS. Pelatiahan Social Researchl PAR IAIN Sunan Ampel. Karya ilmiah yang telah dipublikasikan antara lain: Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam, Tanggung Jawab Negara Perspektif Ekonomi Islam (Pemikiran Baqir al-Sadr), *Could New Order Administration Policies in Women development and empowerment programs be used as role model for recent programs in Indonesia? (a good practices of women empowerment in Indonesia New Order Era*), Civic Education, Membongkar Pasungan dan Dominasi Tengkulak Melalui Kesadaran Agamadi Desa Luworo, pilangkenceng, Madiun, Pendekatan SLF Dalam Rangka Membongkar Dominasi Tengkulak Melalui Kegiatan Keagamaan. (Studi Kasus Pada Pendampingan KKN PAR di Desa Luworo, Pilangkenceng, Madiun.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id