



*Modul* \_\_\_\_\_

# KEWIRAUSAHAAN

Bagi Dosen dan Mahasiswa



Achmad Room Fitrianto, SE, MEI, MA, dkk.

**MODUL**

**KEWIRAUSAHAAN**

**BAGI DOSEN DAN MAHASISWA**

**Achmad Room Fitrianto, SE, MEI, MA., dkk.**

**Sunan Ampel Press**

Judul : **MODUL KEWIRAUSAHAAN BAGI DOSEN DAN MAHASISWA**  
Penulis : Achmad Room Fitrianto, SE, MEI, MA., dkk.  
Layout : Sugeng Kurniawan  
Desain Cover : Johan Elwanto & M. Navis

---

Copy Right © 2010, Sunan Ampel Press (SA Press)  
Hak cipta dilindungi undang-undang  
*All Right Reserved*

---

Perpustakaan Nasional Katalog Dalam Terbitan

*Fitrianto, Achmad Room., dkk.*

**MODUL KEWIRAUSAHAAN BAGI DOSEN DAN MAHASISWA**

Cet. 1- Surabaya: SA Press, 2010

vi + 172 hlm.; 21x29.7 cm.

ISBN 978-602-98580-1-3

Diterbitkan;  
Sunan Ampel Press  
Gedung SAC. Jl. A. Yani No. 117 Surabaya  
e-mail: sunanampelpress@yahoo.co.id

2010

# KATA PENGANTAR

Alhamdu Lillahi Rabbil 'Alamin adalah kata yang paling pantas untuk mewakili apa yang team penyusun rasakan setelah terselesaikannya penyusunan Modul ini. Shalawat dan salam Allah semoga selalu terlimpahkan kepada Muhammad Saw, manusia pilihan yang telah membimbing kita dengan Sunnahnya kepada jalan yang diridhai oleh Allah Swt.

Modul yang diberi judul **“Modul Kewirausahaan Bagi Dosen dan Mahasiswa”** ini merupakan kumpulan dari beberapa tulisan ilmiah yang ditulis oleh dosen IAIN. Penyusunan modul ini adalah merupakan salah satu pemikiran untuk meningkatkan kemampuan dosen dan mahasiswa dalam mengembangkan jiwa kewirausahaan dalam dirinya. Oleh karenanya penulis memandang perlu untuk menyusun sebuah modul dalam bidang kewirausahaan ini dengan harapan agar hasil dari penyusunan modul ini akan dapat memberikan manfaat dan menjadi bagian dari khazanah keimuan.

Menjadi wirausaha atau tidak menjadi wirausaha, sesungguhnya merupakan pilihan hidup. Tetapi pilihan yang tidak didasari atas pemahaman, pertimbangan dan pengetahuan yang luas dan mendalam mengenai apa yang akan dilakukan, dapat menjadi awal yang tidak baik jika ternyata pilihan tersebut di kemudian hari ternyata keliru. Pilihan menjadi wirausaha merupakan alternatif yang paling menjanjikan untuk kehidupan yang akan datang. Sayangnya pilihan menjadi wirausaha ini belum begitu banyak tumbuh di kalangan generasi muda kita. Untuk itu membangun jiwa kewirausahaan harus terus menerus dilakukan oleh siapapun yang peduli terhadap masa depan dirinya, keluarga dan masyarakat. Intensi menjadi wirausaha yang cukup tinggi, tidak selalu diikuti oleh perilaku wirausaha dalam bentuk mendirikan, mengelola, dan mengembangkan usaha. Di sini ada faktor-faktor lain yang menyebabkan mengapa mereka hanya sekedar menginginkan tetapi tidak berani “memulai” atau “mewujudkannya”.

Modul kewirausahaan ini dapat digunakan sebagai bahan untuk memotivasi generasi muda dalam rangka membangun jiwa kewirausahaan,

mendorong mereka lebih termotivasi menjadikan dirinya sebagai wirausaha yang tidak meninggalkan aturan-aturan dalam Islam. Pada prinsipnya, dalam praktik di lapangan, motivasi yang tinggi saja tidak cukup untuk menjadi wirausaha, tetapi tanpa motivasi juga tidak mungkin mewujudkan wirausaha. Untuk itu setelah mempelajari modul ini, diharapkan mampu membuka 'pintu' hati yang masih terkunci untuk menjadi wirausaha, kemudian terdorong untuk mewujudkannya dalam bentuk perilaku nyata yaitu: **Memulai, Mendirikan, Mengelola dan Mengembangkan Usaha** untuk mewujudkan cita-citanya menjadi manusia sukses dalam hidupnya baik di dunia maupun di akhirat. Amin.

Selesainya penyusunan modul ini bukan semata-mata karena jerih payah penulis. Karenanya, penulis selayaknya mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah turut serta dalam memberikan sumbangsih baik yang langsung maupun tidak langsung;

1. Prof. DR. H. Nur Syam, M.Si, Selaku Rektor IAIN Sunan Ampel Surabaya.
2. Para penulis naskah kewirausahaan (dosen IAIN Sunan Ampel Surabaya) yang telah menyumbangkan pemikirannya.
3. Seluruh pihak yang membantu penyelesaian penelitian ini, semuanya penulis merasa berhutangbudi seraya mengucapkan *Jazakumullah Ahsanal Jaza'*.

Semoga modul ini bermanfaat, khususnya bagi penulis, dan bagi semua pihak, dan penulis selalu berharap masukan dan kritik yang konstruktif untuk penyempurnaan modul ini.

Surabaya, 20 Desember 2010

# DAFTAR ISI

Kata Pengantar --- iii

Daftar Isi --- v

1. **APAKAH KEWIRAUSAHAAN ITU**

*Fathan Anig, S.Ag. MA.* -- 1

2. **MERUBAH POLA PIKIR**

*Samsul Huda, M. Fil. I.* -- 11

3. **SENI MEMIMPIN DAN MENGELOLA USAHA**

*Achmad Room Fitrianto, SE, MEI, MA.* -- 19

4. **BAGAIMANA MEMBANGUN IMAGE PRODUK**

*Achmad Room Fitrianto, SE, MEI, MA.* -- 31

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. **MENGELOLA KEUANGAN USAHA DAN PELAPORAN KEUANGAN**

*R.A Vidia Gati, SE, Ak.* -- 41

6. **APAKAH MEMULAI USAHA ITU SELALU UNTUNG? BAGAIMANA TEKNIK MEMINIMALISASI KERUGIAN?**

*Achmad Room Fitrianto, SE, MEI, MA.* -- 51

7. **PENYUSUNAN PROPOSAL USAHA**

*Achmad Room Fitrianto, SE, MEI, MA.* -- 65

8. **ETIKA USAHA**

*Sulanam, M.Pd.* -- 73

9. **MENGENAL KEWIRAUSAHAAN**

*Drs. H. Cholil Uman, M. Pd. I.* -- 91

10. **KREATIF DAN INOVATIF DALAM ENTREPRENEURSHIP**  
*Drs. H. Cholil Uman, M. Pd. I.* -- 115
11. **MEMULAI BERWIRSAUSAHA**  
*Drs. H. Cholil Uman, M. Pd. I.* -- 133
12. **BISNIS KREATIF- 1: MEMBUAT SOVENER ISLAMI**  
*Drs. H. Cholil Uman, M. Pd. I.* -- 151
13. **BISNIS KREATIF- 2: MEMBUAT KAOS ISLAMI**  
*Drs. H. Cholil Uman, M. Pd. I.* -- 163

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

# **MODUL**

# **1**

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

## **APAKAH KEWIRAUSAHAAN ITU**

**Fathan Anig, S.Ag. MA.**

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



## Modul 1

### APAKAH KEWIRAUSAHAAN ITU

#### A. PENDAHULUAN

Issue pengajaran kewirausahaan menjadi trend di Perguruan Tinggi. Tidak bisa dipungkiri apabila maksud dan tujuan untuk mengakses perguruan tinggi adalah untuk memperbaiki kualitas hidup. Pada kenyataannya Survei Sosial Ekonomi Nasional

(Susenas) oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Maret 2006 menunjukkan hal yang berbeda, angka pengangguran Indonesia berada pada kisaran 10,8% sampai dengan 11% dari tenaga kerja yang masuk kategori sebagai pengangguran terbuka. Lulusan perguruan tinggi ternyata juga berkontribusi terhadap tingginya angka pengangguran terbuka. Dari sini terlihat tantangan dunia pendidikan, khususnya pendidikan tinggi baik itu untuk menurunkan angka pengangguran maupun untuk menurunkan jumlah penduduk miskin. Untuk menjawab tantangan yang ada, konten kewirausahaan bisa menjadi kunci jawaban. Memang untuk menghasilkan lulusan perguruan tinggi yang memiliki semangat kewirausahaan diperlukan suatu usaha nyata. Modul ini sebagai usaha perguruan tinggi untuk menjawab tantangan tersebut. Pada awal kegiatan belajar ini akan dibahas materi tentang definisi kewirausahaan dan kondisi umum kewirausahaan di Indonesia.

#### B. KOMPETENSI PENGAJARAN

Mahasiswa mampu menjelaskan

1. Pengertian, latar belakang dan tujuan wirausaha
2. Mengerti dan paham karakter seorang wirausaha
3. Memiliki keinginan untuk berwirausaha

4. Cara mencari peluang usaha
5. Merumuskan langkah mewujudkan usaha secara sederhana
6. Mengetahui tipe-tipe wirausaha

Oleh karena itu mahasiswa bisa menyimpulkan makna pentingnya kewirausahaan, paham pentingnya kewirausahaan bagi perekonomian nasional, dan paham posisi kewirausahaan dalam ajaran Islam.

### C. URAIAN MATERI

#### 1. Pengertian Wirausaha

Wirausaha (entrepreneurship) diambil dari kata wira dan usaha. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia,<sup>1</sup> “wira berarti pahlawan, laki-laki, sifat jantan, berani; maka perwira atau kewiraan berarti kepahlawanan dan kemiliteran. Sedangkan wirausahawan adalah orang yang memiliki kemampuan melihat dan membaca peluang usaha, kemudian menciptakan sebuah organisasi baru atau mengolah bahan baku baru untuk memanfaatkan peluang tersebut.

Istilah wirausaha sering dipadankan dengan istilah wiraswasta. 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. (Wasty Sumanto, 1984:43)

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.

Kesimpulannya adalah bahwa wirausaha sama saja dengan

---

<sup>1</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, hal. 1012.

wiraswasta, walaupun rumusannya 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.

## 2. Tujuan Berwirausaha

Setidaknya ada tiga keuntungan mendasar yang dapat diperoleh melalui kegiatan berwirausaha, yaitu: laba, kebebasan, dan kepuasan dalam menjalani hidup.

### a. Laba

Wirausahaan mengharapkan hasil yang tidak hanya mengganti kerugian waktu dan

uang yang diinvestasikan tetapi juga memberikan keuntungan yang pantas bagi resiko dan inisiatif yang mereka ambil dalam mengoperasikan bisnis mereka sendiri. Dengan demikian keuntungan berupa laba merupakan motivasi yang kuat bagi wirausahawan tertentu.

### b. Kebebasan

Kebebasan untuk menjalankan usaha sendiri merupakan keuntungan lain bagi seorang wirausaha. 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. Seorang wiraswasta menggunakan kebebasannya untuk menyusun kehidupan dan perilaku kerja pribadinya secara fleksibel. Ia bisa mengatur waktunya dengan bebas, mengambil keputusan, menentukan arah masa depan dan melihat begitu banyak orang yang tertolong karena memiliki penghasilan.

### c. Kepuasan Dalam Menjalani Hidup

Seorang wirausaha biasanya merasakan kepuasan ketika ia bisa menjalankan bisnis dan usahanya sendiri. Pekerjaan yang ia lakukan memberikan kenikmatan yang berasal dari kebebasan tersebut. Kaya bukanlah tujuan seorang wirausaha. Kaya adalah akibat dari perilaku berusaha yang jujur, kerja keras dan kepercayaan. Tujuan hidup seorang wirausaha adalah

hidup yang mandiri dan bahagia.

### 3. Tantangan Berwirausaha

Meskipun keuntungan dalam berwirausaha menggiurkan, tapi ada juga biaya yang berhubungan dengan kepemilikan bisnis tersebut. Memulai dan mengoperasikan bisnis sendiri membutuhkan kerja keras, menyita banyak waktu dan membutuhkan kekuatan emosi. Kemungkinan gagal dalam usaha adalah ancaman yang selalu ada bagi wirausaha, tidak ada jaminan kesuksesan. Wirausaha harus menerima berbagai resiko berhubungan dengan kegagalan bisnis. Tantangan berupa kerja keras, tekanan emosional, dan risiko meminta tingkat komitmen dan pengorbanan jika kita mengharapkan mendapatkan imbalan.

### 4. Karakteristik Wirausaha

Menurut Kasmir, ciri-ciri wirausahawan yang berhasil adalah sebagai berikut:<sup>2</sup>

- a. 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
- b. 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.
- c. 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.
- d. Berani mengambil risiko. Hal ini merupakan sifat yang harus dimiliki seorang pengusaha kapanpun dan dimanapun, baik dalam bentuk uang maupun waktu.
- e. Kerja keras. Jam kerja pengusaha tidak terbatas pada waktu, di mana ada peluang di situ dia datang. Kadang-kadang seorang pengusaha sulit untuk mengatur waktu kerjanya. Benaknya selalu memikirkan

kemajuan usahanya. Ide-ide baru selalu mendorongnya untuk bekerja keras merealisasikannya. Tidak ada kata sulit dan tidak ada masalah yang tidak dapat diselesaikan.

- f. 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.
- g. Komitmen pada berbagai pihak merupakan ciri yang harus dipegang teguh dan harus ditepati. Komitmen untuk melakukan sesuatu memang merupakan kewajiban untuk segera ditepati dan direalisasikan.
- h. Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak, baik yang berhubungan langsung dengan usaha yang dijalankan maupun tidak. Hubungan baik yang perlu dijalin, antara lain kepada para pelanggan, pemerintah, pemasok, serta masyarakat luas.

Sedangkan Gooffrey G. Meredith mengemukakan ciri-ciri dan watak kewirausahaan seperti berikut<sup>3</sup>:

NO	CIRI	WATAK
1	Percaya Diri	Keyakinan, kemandirian, individualitas dan optimisme
2	Berorientasi tugas dan hasil	Kebutuhan akan prestasi, berorientasi pada laba, memiliki ketekunan dan ketabahan, memiliki tekad yang kuat, suka bekerja keras, energik dan memiliki inisiatif
3	Mengambil resiko	Memiliki kemampuan mengambil resiko dan suka pada tantangan
4	Kepemimpinan	Bertingkah laku sebagai pemimpin, dapat bergaul dengan orang lain dan suka terhadap saran dan kritik yang membangun
5	Keorisinilan	Memiliki inovasi dan kreativitas tinggi, fleksibel, serba bisa dan memiliki jaringan bisnis yang luas
6	Berorientasi kepada masa depan	Persepsi dan memiliki cara pandang/ cara pikir yang berorientasi pada masa depan

Selain itu, terdapat tiga syarat pokok bagi seorang wirausaha agar dapat berhasil, yaitu:

- a. Jujur, dalam arti berani untuk mengemukakan kondisi sebenarnya dari

<sup>3</sup> Kasmir, 2007, *Kewirausahaan*, PT RajaGrafindo Perkasa, Jakarta, hal. 27-28

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.

- b. 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 wirausaha untuk dapat melakukan kerja walaupun pada saat yang bersamaan hasil yang diharapkan masih juga belum dapat diperoleh.
- c. Berdoa dan bertawakkal. Yaitu dengan sungguh-sungguh berusaha dan menyerahkan hasil akhir hanya kepada Allah SWT. Manusia hanya bisa berusaha, adapun hasilnya Tuhanlah yang menentukan” (*Man proposes, God disposes*). Dalam Al-Quran surat al-Insyirah/94 ayat 7 dan 8 disebutkan:

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ۖ وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَبْ ﴿٧﴾

Artinya: “Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”. (Q.S. Al-Insyirah 94: 7-8).

#### 5. Kewajiban Seorang Muslim Untuk Mencari Nafkah

Bekerja dan berusaha sebagai bagian dari perintah agama banyak diterangkan baik dalam al-Quran maupun hadis, sebagaimana tercaantum pada al-Quran surah al-A’raf (7): 10, sebagai berikut:

وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعِيشَةً قَلِيلًا ۗ مَا تَشْكُرُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: “Dan sungguh Kami sudah menenpatkan kalian di bumi dan menjadikan kami bagi kalian disana tempat kehidupan, sedikit sekali kalian bersyukur” (Q.S. Al-A’raf 7:10).

Menurut at-Thabari, kata *ma’ayisy/ma’isyah (mufrad)*, dimaknai sebagai:

يعيشون أيام حياتكم من مطاعم ومشارب نعمة مني عليكم واحسانا مني اليكم

<sup>3</sup> Suryana, 2001, *Kewirausahaan*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, hal. 8

Artinya: “Kalian berusaha di dunia pada saat-saat atau hari-hari hidup kalian dengan makanan dan minuman, sebagai nikmat dari-Aku untuk kalian dan perbuatan baik-Ku kepadamu”.<sup>4</sup>

Sementara itu, dalam hal keharusan bekerja, telah disebutkan secara eksplisit dalam al- Quran surat al-Mulk/67:15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ



Artinya: “Dialah yang telah menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajalah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”.

Dalam Tafsir Departemen Agama, dijelaskan bahwa dengan memahami ayat ini dapat dikemukakan dua hal:<sup>5</sup>

- a. Allah memerintahkan agar manusia berusaha dan mengolah alam untuk kepentingan mereka guna memperoleh rezeki yang halal. Hal ini berarti bahwa sikap tidak mau berusaha dan pemalas bertentangan dengan perintah Allah.
- b. Karena berusaha dan mencari rezeki itu termasuk perintah Allah, maka orang yang mencari rizki adalah orang yang menaati Allah, dan hal itu termasuk ibadah. Dengan perkataan lain bahwa berusaha dan mencari rezeki itu bukan mengurangi ibadah, tetapi memperkuat dan memperbanyak ibadah itu sendiri.

Inilah ajaran luhur al-Quran berkaitan dengan dorongan agar umat Islam bekerja dan berusaha untuk mencari rizki yang halal dan baik. Umat Islam bahkan dilarang “meminta-minta” karena merupakan perbuatan tercela sebagaimana yang diisyaratkan

Rasulullah SAW pada hadis-hadis berikut:

<sup>4</sup> At-Thabari, vol. xii. hal 316.

<sup>5</sup> Departemen Agama, Al-Quran dan Tafsirnya, vol. 10, hal. 241.

لا تحل الصدقة لغني ولا الذي مرة سوى

Artinya: "Sedekah itu tidak halal untuk orang kaya dan orang yang punya kekuatan sempurna". (HR. At Tirmidzi)<sup>6</sup>

الذي يسأل من غير حاجة كمثل الذي يلتقط الجمر

Artinya: "Orang yang meminta-minta bukan karena kebutuhan yang mendesak, seperti orang yang memungut bara api. (HR. Baihaqi dan Ibn Huzaimah dalamshahihnya)(8)<sup>7</sup>

من سأل الناس ليثري به ماله كام خموشا في وجهه الى يوم القيامة ورضا يأكله من جهنم فمن شاء ترك الا ان يسأل ذا سلطان او في امر لا يجد منه بدا

Artinya: "Barang siapa yang meminta-minta kepada masyarakat dalam rangka memperkaya diri maka ada corengan di wajahnya hingga hari kiamat, dan dia akan memakan batu panas dari neraka jahanam. Karena itu, siapapun bisa meninggalkan atau memperbanyak". (HR. Turmudzi)<sup>8</sup>

Berkaitan dengan keterampilan dan profesi manusia, Allah berfirman dalam al-Quran surah al-Isra/17: 84 sebagai berikut:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ ۗ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا ﴿٨٤﴾

Artinya "Katakanlah: "Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing". Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya (Q.S Al-Isra 17: 84).

Lebih jauh lagi, telah disebutkan dalam al-Quran bahwa Allah SWT memerintahkan Nabi Muhammad SAW untuk menyampaikan kepada umatnya agar mereka bekerja menurut potensi, keahlian dan kecenderungan masing-masing:

قُلْ يَنْقَوْمِرِ أَعْمَلُوا عَلَىٰ مَكَانَتِكُمْ ۖ إِنِّي عَامِلٌ ۗ فَسَوْفَ تَعْلَمُونَ ۚ مَنْ تَكُونُ لَهُ

<sup>6</sup> HR. At-Tirmidzi

<sup>7</sup> HR. Baihaqi dan Ibn Huzaimah dalam Sahihnya

<sup>8</sup> HR. At-Tirmidzi



عَقِبَةُ الدَّارِ إِنَّهُ لَا يُفْلِحُ الظَّالِمُونَ

Artinya: “Katakanlah: "Hai kaumku, berbuatlah sepenuh kemampuanmu, Sesungguhnya akupun berbuat (pula). kelak kamu akan mengetahui, siapakah (di antara kita) yang akan memperoleh hasil yang baik di dunia ini. Sesungguhnya orang-orang yang zalim itu tidak akan mendapatkan keberuntungan”. (Q.S. Al-An'am 6: 135).

#### D. RANGKUMAN

Kerja keras, kreatif dan memaksimalkan potensi yang dimiliki adalah fardlu. Namun demikian kegiatan tersebut bukanlah bebas nilai dan tanpa hambatan. Hanyalah wirausahawan sejati yang bisa menjabatani hambatan dan tantangan yang muncul. Sesungguhnya pada diri Rasulullah Saw terdapat suritauladan kewirausahaan yang mempuni. Dan dari sini akan menjadi sunna Nabi apabila kewirausahaan menjadi semangat setiap muslim.

#### E. EVALUASI/REFLEKSI

#### F. GLOSARIUM

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

# **MODUL**

# **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

## **MERUBAH POLA PIKIR**

**Samsul Huda, M. Fil. I.**

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

## Modul 2

### MERUBAH POLA PIKIR

#### A. PENDAHULUAN

Untuk memastikan seseorang percaya terhadap suatu sistem baru, tiada jalan lain selain harus merubah pola pikir. Untuk menumbuhkan semangat kewirausahaan diperguruan tinggi khususnya bagi lulusan perguruan tinggi, perubahan paradigma berfikir menjadi multak. Untuk itulah kegiatan belakar 2 ini disusun.

#### B. KOMPETENSI PENGAJARAN

Mahasiswa diharapkan bisa:

1. Memahami pentingnya perubahan dan peranan pola pikir
2. Menjabarkan perubahan pola pikir
3. Mengenal cara berpikir entrepreneur
4. Mengenal kreativitas sebagai dasar wirausahawan
5. Memahami hambatan kreatifitas dalam menjalankan sebuah usaha
6. Mengenal bagaimana mengukur potensi kreatif
7. Mengenal metode peningkatan kreativitas dan teknik membebaskan diri dari belenggu

Sehingga mahasiswa diharapkan bisa membedakan berpikir positif, kreatif dan berfikir enterpreneur. Tujuan akhir pengajaran ini adalah Mahasiswa mengalami perubahan pola pikir dan menjadi lebih kreatif.

#### C. URAIAN MATERI

##### 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 negative bagi kelangsungan hidupnya. Jika manusia benar-benar tak ingin meletakkan sesuatu yang berbahaya dalam tuahnya, mengapa ia mengisi pikirannya dengan hal-hal yang berpengaruh negative pada setiap aspek hidupnya, termasuk kesehatan jiwa dan raganya ? mengapa ia memilih gizi pikirannya dari keranjang sampah ? Hal ini tergantung pada proses sebelumnya; orang tua, keluarga, lingkungan, sekolah dan media informasi.

Jadi kita hampir tak punya pilihan gizi untuk pikiran dan proses perkembangannya. 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 Al-Qur'an Allah Swt membedakan antara 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.

## 2. Definisi Berfikir Positif

Menurut Wafak Muhammad Mustofa positif thinking 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 Dibli berpendapat bahwa positif thinking adalah kekuatan alamiah kita yang dapat mengantarkan menuju kesuksesan yang lebih hebat dan melahirkan pikiran-pikiran positif.

Dalam *Quwwah al Tahakum fi al Dzāt* menjelaskan bahwa hari ini anda 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 memberi 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 dan media massa, dan diri anda sendiri.

Maka tergantung kemana anda membawa pikiran itu, negative atau positif. Menurut Ibrahim EFiky berfikir positif adalah sumber kekuatan dan sumber kebebasan. Disebut sumber kekuatan karena ia embantu 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 negative serta penaruhnya pada fisik.

**a. Macam-macam berfikir positif**

**1) Berfikir positif untuk menguatkan cara pandang**

Berfikir positif jenis ini digunakan seseorang untuk mengukuhkan cara pandangnya tentang sesuatu. Contoh ; Roger Panster, juara dunia lari seratus meter yang mendengar pendapat seseorang komentator bahwa mahluk apapun dimuka bumi ini tidak memungkinkan menempuh jarak satu mil dalam tempo tiga menit. Panster tidak mengomentari pendapat ini,

**2) Berfikir positif dapat membangkitkan Inspirasi yang lebih besar.**

Berfikir jenis ini menumbuhkan keyakinan dan kepercayaan akan kesempurnaan dirinya dan kekuatan manusia.

**3) Selalu mencari Inovasi dan solusi.**

Pribadi yang sukses mengetahui kekuatan hukum konsentersasi dan cara mengesampingkan hal-hal agar tetap focus pada sesuatu yang diinginkan. Karena itu, ia menyiapkan konsentersasi pada berbagai kemungkinan jalan keluar. Ia mengetahui segala masalah pasti ada penyelesaiannya secara material dan spiritual.

**4) Percaya diri, menyukai perubahan dan berani menghadapi tantangan.**

Pribadi yang sukses tahu betul bahwa perubahantidakdapat dihindari, karena tahu tujuan yang diinginkan, ia menyusun rencana berdasarka segala kemungkinan, lalu direalisasikan dalam tindakan nyata.Ia selalu melakukan evaluasi dan belajar dari kesalahan masa lalu .

### 5) Hidup dengan

Cita-cita, perjuangan dan kesabaran.

Pribadi yang sukses tahu betul bahwa tanpa cita-cita pasti hidup ini terasa sempit, tanpa cita-cita akan hilang ditelan gelombang kesulitan, perasaan negative, pikiran negative dan berbagai penyakit kejiwaan atau fisik. Tanpa cita-cita segala sesuatu akan berhenti. Tanpa perbuatan dan perjuangan, kemajuan tidak akan pernah terjadi, karena itu pribadi sukses selalu berusaha keras dalam mengejar cita-cita dan menghadapi tantangan hidup.

### b. Strategi berfikir Positif

#### 1) Mengubah Masa lalu.

Pikirkan satu pengalaman negative yang anda alami pada masa lalu, lantas perhatikan ekspresi wajah, gerak tubuh, perasaan perilaku anda. Lalu pikirkan pelajaran apa yang dapat anda petik dari pengalaman itu, Bayangkan waktu membahwa anda kembali pada masa lalu dan menghadapi peristiwa yang sama, Siplakna ekspresi wajah, gerak tubuh anda, pasti anda merasa lebih baik karena anda telah memanfaatkan pelajaran yang telah anda dapatkan. Persepsi dan pikirkan anda positif hingga anda ikut positif.

#### 2) Strategi Modelling (teladan)

Sejak kecil kita biasa meniru orang lain untuk membentuk kepribadian kita. Orang pertama yang kita tiru akan menjai tempat belajar tubuh, nilai, keyakinan, perilaku dan pemikiran.

Strategi teladan ini berhubungan erat dengan pembentukan cara pandang, keyakinan, nilai yang ada pada seseorang yang kita anggap sebagai figure yang baik dalam bidang tertentu. Sebagai ilustrasi seorang ilmuwan Amerika Serikat Dr. Robert Schuler yang merintis Crystal Cathedral seorang yang miskin, ia tidak memiliki apa-apa bahkan makan dari sisa makanan yang dibuang dan tidurnyapun diemperan Kota New York. Suatu hari ini memutuskan melakukan sesuatu untuk hidupnya. Ia menulis buku berjudul: Pedagang yang terbaik didunia, berkat bantuan Tuhan bukunya laris terjual sejak saat itu Mandino dianggap sebagai pakar bidang pengembangan diri.

### 3) Strategi alternative

Tokoh idola dalam bidang perhotelan, Iano Parlando, adalah orang Italia berkewarganegaraan Kanada. Ketika berhasil menapaki puncak karir sebagai general manager berkata : Jika anda ingin menguasai perasaan, jadikan alternatif yang banyak sebagai teman dekat anda, jangan pernah menunggu masalah datang, jauh sebelumnya, pikirkan kemungkinan masalah itu terjadi dan pikirkan kemungkinan berbagai alternative untuk menyelesaikannya. Paling tidak anda harus menyiapkan tiga alternative untuk menyelesaikannya. Jika satu gagal anda masih dapat menguasai keadaan.

### 4) Strategi Otogenik (terus mengulangi pernyataan Positif)

Negara yang pertama yang menggunakan strategi otogenik dibidang manajemen adalah Jepang. Jepang meminta para manajer yang terdiri dari empat orang untuk menggunakan strategi ini dan hasilnya sangat memuaskan.

## 3. Berfikir Kreatif

Menurut Rawlinson berfikir kreatif ialah menghubungkan gagasan atau hal-hal yang sebelumnya tidak terhubung. Sedangkan menurut Olson kreatif ialah kemampuan untuk menciptakan, terdiri dari dua unsure kefasihan (*fluency*) dan keluwesan (*Flexsibility*). 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. Utama manandar memaknai kreatif adalah suatu kemampuan untuk membuat kombinasi baru berdasarkan data, informasi atau unsur- unsur yang ada.

### 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*, Mengidentifikasi gagasan terbaik (mengenai pemecahan terbaik dengan cara: mengintegrasikan pikiran, memperkuat pikiran dan memberi energi pada pikiran.

*Tugas Berfikir Kreatif:*

Berikanlah kertas dan pensil kepada mahasiswa, kemudian mintalah mereka menulis gagasan bisnis dalam waktu 5 menit dengan tanpa berfikir panjang. Selanjutnya tanyakan kepada mereka siapa yang paling banyak menulis gagasan. Bila sudah. Lanjutkan instruksi berikutnya; mintalah mereka memilih 10 ide bisnis yang paling mungkin dilakukan, bila berhasil mintalah mereka meringkas menjadi 5 gagasan dengan pertimbangan modal paling kecil. Yang terakhir mintalah mahasiswa memeras menjadi satu ide bisnis dengan pertimbangan resiko paling kecil, modal kecil dan ada prospek kedepan.

**Ciri Pribadi Kreatif dalam Pandangan Orang Indoensi**

PERINGKAT	CIRI PRIBADI KREATIF	
	PAKAR PSIKOLOGI	GURU SEKOLAH
1	Imajinatif	Penuh energi
2	Mempunyai prakarsa (iniasiatif)	Mempunyai prakarsa (iniasiatif)
3	Mempunyai minat luas	Percaya diri
4	Mandiri dalam berfikir	Sopan
5	Melit	
6	Suka bertualang	Melaksanakan tugas pada waktunya
7	Penuh energi	Sehat
8	Percaya diri	Berani dalam keyakinan
9	Bersedia mengambil resiko	Mempunyai ingatan baik
10	Berani dalam keyakinan	Ulet

**b. Teknik Kreatif**

1) Berlatih membuka diri terhadap :

- a) Pertanyaan yang berakhir terbuka.
- b) Memberikan Banyak gagasan atau pemecahan masalah
- c) Pemanasan (*Warmin up*)
- d) Curah pendapat (*Brainstorming*)
- e) Pertanyaan yang memicu gagasan (*Idea Spurring Question*)



- 2) Berlatih Memperluas wawasan dan berperanserta dalam aktifitas yang menantang.
  - a) *Synestics* (fantasi, analogi pribadi)
  - b) *Futuristic* (Menulis secenario, *mind-maping*, *treading*)
- 3) Berlatih dalam terlibat langsung pada berbagai macam tantangan dan problem nyata :
  - a) Pemecahan masalah secara kreatif.
  - b) Terlibat dalam melakukan pemetaan potensi, masalah dan perencanaan aksi.

#### D. RANGKUMAN

Kerja keras, kreatif dan memaksimalkan potensi yang dimiliki adalah fardlu. Namun demikian kegiatan tersebut bukanlah bebas nilai dan tanpa hambatan. Hanyalah wirausahawan sejati yang bisa menjebatani hambatan dan tantangan yang muncul. Sesungguhnya pada diri Rasulullah Saw terdapat suritauladan kewirausahaan yang mempuni. Dan dari sini akan menjadi sunna Nabi apabila kewirausahaan menjadi semangat setiap muslim.

#### E. EVALUASI/REFLEKSI

#### F. GLOSARIUM

# **MODUL**

# **3**

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

## **SENI MEMIMPIN DAN MENGELOLA USAHA**

**Achmad Room Fitrianto, SE, MEI, MA.**

## Modul 3

### SENI MEMIMPIN DAN MENGELOLA USAHA

#### A. PENDAHULUAN

Ketrampilan memimpin dan mengelola usaha memang tidak bisa ditularkan melalui ceramah dan kuliah yang monoton. Kombinasi antara teori dan praktek menjadi salah satu kunci sukses dari materi pengajaran kepemimpinan. Untuk melengkapi materi kewirausahaan untuk perguruan tinggi ini, materi seni memimpin dan mengelola usaha yang mengkombinasi antara pemaparan teori dan simulasi permainan akan memberikan pendalaman yang signifikan kepada siswa. Kegiatan belajar 3 ini tidak hanya berisi teori saja namun lebih menitik beratkan pada gaya bahasa cerita dan study kasus.

#### B. KOMPETENSI PENGAJARAN

Mahasiswa diharapkan bisa

1. Memahami urgensi kepemimpinan bagi seorang wirausaha
2. Membedakan antara manager dan pemimpin
3. Memahami teori kepemimpinan awal
4. Memahami teori kepemimpinan kontemporer
5. Memahami teori organisasi
6. Memahami dan mampu membedakan antara pelimpahan wewenang, pendelegasian dan perintah
7. Mengidentifikasi faktor faktor yang mempengaruhi struktur organisasi
8. Memahami fungsi koordinasi dan pengintegrasian tugas dan fungsi masing masing divisi
9. Memahami strategi aliansi dan kerjasama antar lembaga

#### C. URAIAN MATERI

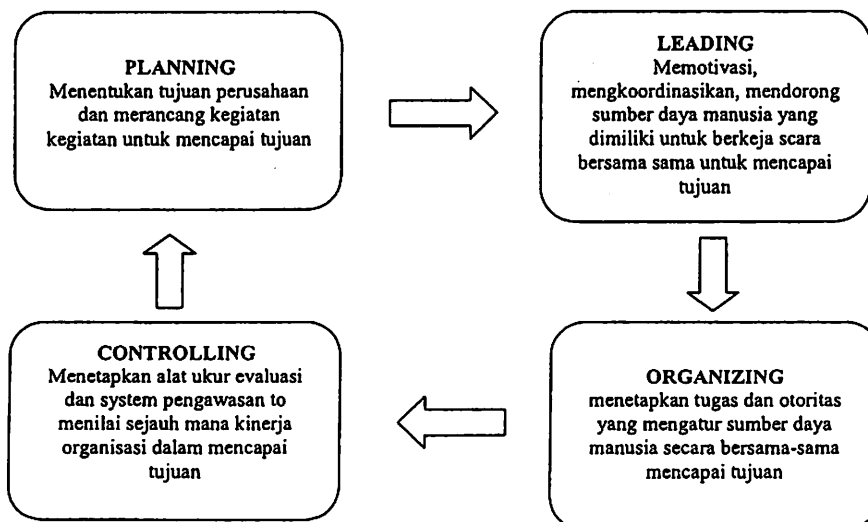
##### 1. Fungsi managerial

Terdapat empat kelompok sumber sumber ekonomi atau yang lebih

sering disebut sebagai faktor faktor produksi. *Men, Money, Materials, Methods*. Di dalam perusahaan sumber-sumber ekonomi tersebut diproses agar menjadi barang/ jasa yang akan ditujukan untuk memuaskan kebutuhan konsumen, sekaligus dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut diterapkan prinsip ekonomi yaitu dengan pengorbanan tertentu diharapkan dapat diperoleh hasil atau keuntungan maksimum.

Untuk mencapai keuntungan maksimum, tidaklah semudah membalikkan telapak tangan. Pengelolaan dan penataan penggunaan sumber daya, *Men, Money, Materials, Methods* menjadi mutlak. Teknik pengelolaan dan penataan sumberdaya tersebut dikenal dengan fungsi managerial. Yaitu suatu fungsi yang digunakan dalam menjalankan usaha untuk mengelola tenaga kerja, bahan baku, mesin, teknik produksi, modal yang bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan guna mempertahankan kelangsungan usaha, serta guna mengembangkan usaha dan untuk menampung tenaga kerja.

Fungsi managerial yang dimaksud adalah *Planning, organizing, leading* dan *controlling*. Fungsi managerial ini dilakukan semua level manager pada semua departement baik organisasi besar maupun organisasi kecil, organisasi profit maupun non profit. Hal ini dilakukan adalah untuk meningkatkan kinerja perusahaan agar lebih effective dan efficient. Lebih gamblang fungsi manajerial dapat dilihat dalam bagan berikut ini:



### a. *Planning*

Adalah suatu proses yang dilakukan oleh seorang manager untuk mengidentifikasi dan menentukan tujuan serta untuk merancang program kerja. Terdapat tiga tahapan dalam perencanaan pertama adalah menentukan tujuan, kedua adalah merancang program kerja yang bisa dijalankan untuk mencapai tujuan. Ketiga adalah mendaya gunakan sumber daya yang dimiliki untuk mendukung program kerja guna mencapai tujuan.

Terdapat tiga unsur syara' yang harus dipenuhi bagi mereka mereka yang berhak untuk melakukan perencanaan atau planning. Pertama, Kafa'ah atau ahli pada bidangnya. Kedua, amanah atau bersungguh sungguh dan ketiga himmatul 'amal atau memiliki etos kerja atau komintment yang tinggi.

Perencanaan disini dapat meliputi:

- 1) Menentukan jenis dan jumlah produk yang akan dibuat agar tepat dalam hal kualitas, manfaat dan kuantitasnya agar dapat dicapai keuntungan maksimal.
- 2) Menetapkan jumlah dana yang diperlukan untuk modal kerja maupun modal tetap. Apakah akan dipenuhi dengan modal sendiri atau dengan pinjaman(kredit). Menentukan jumlah pekerja yang akan digunakan dan dipekerjakan dalam perusahaan.

Di dalam perencanaan perlu diperhatikan hal hal sebagai berikut:

- 1) Supaya diingat meskipun kadangkala waktu dan kesempatan untuk membuat perencanaan terbatas, namun hendaknya dapat dibuat suatu rencana yang terperinci dan realistis, sehingga pelaksanaannya mudah dan tidak banyak penyimpangan.
- 2) Biasanya rencana sudah dibuat agar flexibel, mudah mengikuti perubahan. Oleh karena itu perlu diimbangi dengan tindak lanjut apabila rencana tersebut mengalami hambatan.
- 3) Jika perusahaan akan membuat suatu rencana, maka perlu disesuaikan jumlah dana yang tersedia.

Hambatan hambatan dalam perencanaan

1) Hambatan dari pembuat keputusan (manager)

Hal ini muncul karena manager enggan menetapkan sasaran. Keengganan ini disebabkan oleh:

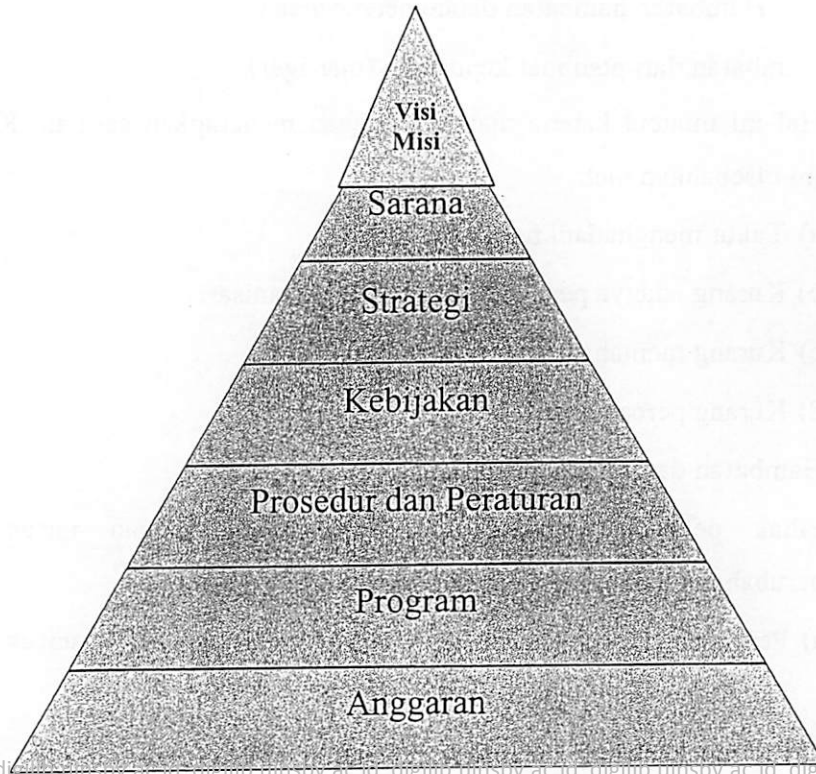
- a) Takut menghadapi resiko/kegagalan
- b) Kurang adanya pengetahuan tentang organisasi
- c) Kurang memahami tentang lingkungan
- d) Kurang percaya diri

2) Hambatan dari pihak pelaksana

Pihak pelaksana/pekerja seringkali merasa enggan untuk menerima perubahan dalam perencanaan, hal ini dikarenakan:

- a) Perubahan acapkali dianggap mengurangi kebebasan untuk melakukan kegiatan yang disukai.
- b) Perubahan tidak memberikan keuntungan langsung.

Untuk mengatasi hambatan hambatan ini, seorang planner atau manager harus merencanakan target sasaran yang jelas, mengumpulkan informasi yang lengkap tentang organisasi dan lingkungannya. Selain itu, pelibatan bawahan dalam proses pengambilan keputusan dan diberikan sarana komunikasi antar lini yang jelas akan menjebatani hambatan yang muncul.



### b. Organizing

Adalah suatu tindakan untuk merangkai hubungan antar sumberdaya yang dimiliki sehingga bisa berdaya guna secara efektif dan efisien berdasarkan tugas dan kewajiban dalam kondisi lingkungan tertentu guna mencapai tujuan atau sasaran tertentu.

Terdapat enam pedoman pengorganisasian agar suatu organisasi dapat berjalan sesuai dengan tujuan: *Pertama*, Perumusan Tujuan, tujuan ini akan menjadi pedoman kepada setiap sumberdaya yang terlibat terutama dalam menentukan aktiivtas managerial beserta tanggung jawabnya. *Kedua*, Kesatuan Arah. Kesatuan arah diawali dengan persamaan penjabatan visi dan misi yang akan membawa seluruh sumber daya organisasi kepada kesatuan arah guna mewujudkan tujuan organisasi. *Ketiga*, Pembagian Kerja. Pembagian kerja ini diperlukan untuk menghindari adanya overleaping pekerjaan antar lini. Untuk itu perlu penempatan tenaga kerja yang sesuai dengan bidang dan keahlian masing masing. *Keempat*, Pendelegasian

wewenang dan tanggung jawab. Hal ini untuk mewujudkan keseimbangan otoritas dan untuk lebih memotivasi bawahan untuk lebih percaya diri, bekerja lebih kreatif dan bertanggung jawab. *Kelima*. Koordinasi. Koordinasi ini guna meminimalisasi miskomunikasi antar lini organisasi dan guna menghilangkan ego dari masing masing SDM. *Keenam*. Rentang manajemen. Jangan membebankan suatu pekerjaan kepada lini tertentu yang kurang bisa diawasi, dikontrol.

Al-Quran Surat As Shaff ayat 4 menyatakan, keteraturan barisan itu akan menjadikan organisasi itu kokoh” *Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang dijalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh.*”

#### c. *Leading*

Leading disini dimaksudkan tidak hanya penyampaian visi organisasi yang jelas bagi anggota tapi juga bisa memotivasi, menyemangati para anggota untuk bisa mengerti peran masing masing dalam mencapai tujuan. Leadership disini juga bergantung pada kewenangan yang dimiliki, kewibawaan, wawasan, kemampuan persuasi, kemampuan komunikasi dan ketrampilan mengkoordinasi segenap sumberdaya agar bekerja sama dan selaras dalam mencapai tujuan. Tujuan utama dari Leadership adalah untuk memotivasi dan kesediaan untuk berbuat demi kemajuan organisasi.

Leadership yang berdasarkan visi dan misi dan keahlian memimpin haruslah ditaati oleh para bawahan atau anak buah, hal ini tertuang dalam QS. Al Israa ayat 36 ” *Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggung jawaban.*”

#### d. *Controlling*

*Controlling* adalah pengevaluasian sejauh mana setiap program dan kegiatan suatu organisasi mencapai tujuannya atau sejauh mana tingkat keberhasilannya dan tingkat kemajuannya dilihat dari visi dan misi yang



ditetapkan. Tujuan dilakukan kontrol adalah untuk menghitung secara akurat kemampuan organisasi dalam mencapai tujuan. Apabila terjadi ketidakakuratan agar dapat dilakukan koreksi dan perbaikan dalam proses selanjutnya.

Fungsi kontroling yang digunakan adalah menggunakan prinsip "*Al-hasanu ma hassanahu al-sy syar'u wa al-qobihu ma qobbahahu al-syar'u*" segala alat ukur perbuatan dan perencanaan dikembalikan kepada daulat ilmu. Yakni daulat ketentuan Allah dan Rosullnya, sehingga apabila syara' menilai perbuatan tersebut terpuji maka terpujilah perbuatan itu, namun apabila syara' menilai suatu perbuatan kurang tepat, maka buruklah perbuatan itu.

Namun demikian, apabila manusia telah melakukan kerusakan dan kesalahan bukan berarti akhir dari segalanya. Kesalahan itu muncul untuk menjadi bahan evaluasi dan kajian agar tidak terjadi kesalahan dalam melangkah. Hal ini juga diterangkan dalam Qs. Ar Ruum 41. "*Telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusi, supay Allah merasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar).*"

## 2. Specialisasi dan Pembagian kerja

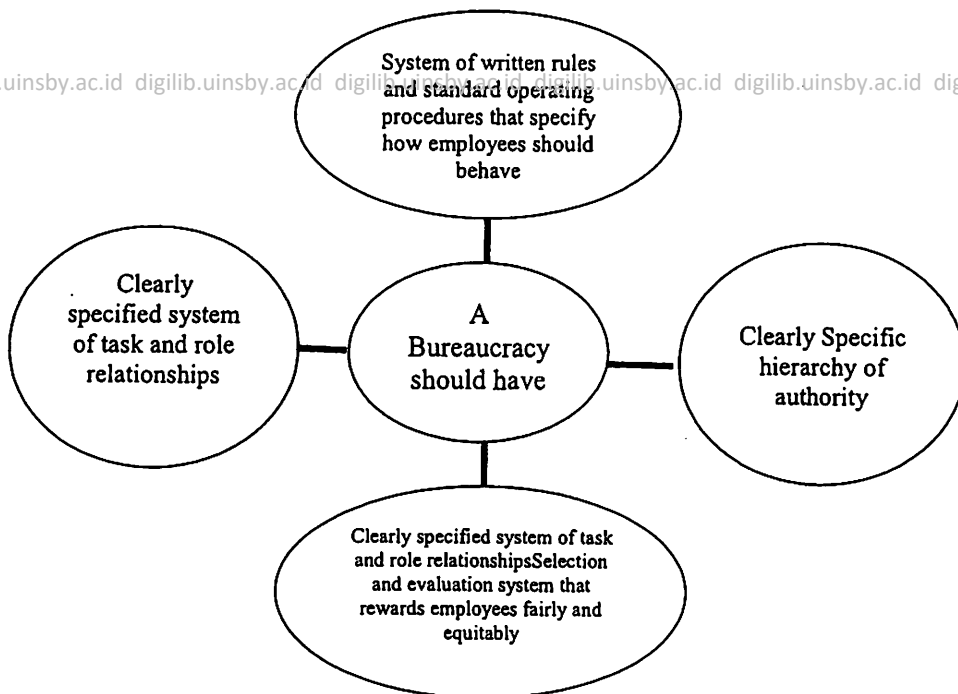
*Job Specialization is the process by which a division of labor occurs as different workers specialize in different task over time.* Yang mana dapat diterjemahkan sebagai usaha untuk meningkatkan kualitas kerja dan untuk mengimbangi perkembangan mesin dan teknologi maka perlu untuk melakukan spesialisasi pekerjaan sesuai dengan bidang ketrampilannya.

Keuntungan dilakukannya spesialisasi pekerjaan ini adalah pertama, akan menghemat waktu, kedua ketrampilan bekerja si pekerja akan semakin ahli dalam bidangnya sehingga bisa bekerja semakin cepat dan menghasilkan produk yang lebih banyak. Secara keseluruhan Specialisasi ini akan meningkatkan performa dan kualitas suatu produksi.

### 3. Teori Birokrasi

Apa yang membedakan birokrasi dan manajemen administrasi? Manajemen administrasi adalah kajian bagaimana untuk menciptakan struktur organisasi yang bisa mencapai kinerja yang efektif dan efisien. Sedangkan birokrasi adalah suatu bentuk formal system organisasi dan administrasi yang didesign untuk memastikan atau menjamin suatu pekerjaan itu berjalan secara efektif dan efisien.

Teori Birokrasi ini dibangun oleh Max Webber (1864-1920) yang mana dibangun ketika Jerman sedang mengalami revolusi industri. Teori ini membantu Jerman untuk menata pertumbuhan perusahaan industri untuk menjadi perusahaan dunia. Teori ini didesign untuk memastikan struktur organisasi yang dibangun menghasilkan produk yang efektif dan efisien dalam 4 prinsip. Sebagaimana digambarkan dalam bagan berikut ini:



### 4. Theory X dan Theory Y

Beberapa kajian setelah perang dunia kedua menyatakan adanya asumsi tentang adanya perilaku pekerja dan perilaku manajer. Asumsi dua perilaku ini dikembangkan oleh Douglas McGregor. Dia merancang dua set

asumsi bagaimana attitude dan perilaku kerja dari para pekerja. McGregor menemukan bahwa attitude dan perilaku pekerja tidak hanya dipengaruhi oleh pola pikir dan kinerja para manajer namun juga dipengaruhi perilaku dan mentalitas si Pekerja. McGregor menamai dua perilaku ini sebagai theory X dan Theory Y.

Theory X adalah teori yang mengasumsikan secara negatif perilaku dan attitude pekerja yang berdampak kepada diperlukannya pengawasan yang melekat dan kontrol yang kuat ketika mereka bekerja. Hal ini dikarenakan perilaku pekerja cenderung tidak terlalu berambisi dan selalu mengelak untuk bertanggung jawab. Lebih parahnya lagi pekerja yang masuk dalam kategori ini menderung pemalas, tidak suka bekerja keras dan akan melakukan pekerjaan seminimal untuk untuk gaji yang sama.

Untuk meminimalisasi dari perilaku pekerja yang termasuk dalam kategori X, maka seorang manager harus melakukan pengawasan ketat dengan standart peraturan yang ketat yang diikuti dengan model reward and punishment.

Theory Y adalah teori yang mengasumsikan secara positif perilaku dan attitude pekerja yang ditandai dengan diberikannya kesempatan seluas luasnya bagi pekerja untuk berkreasi dan menggunakan kemampuan imajinatif mereka dalam mencapai tujuan organisasi. Lebih lanjut tipe pekerja ini memiliki semangat berlatih sendiri dengan self direction. Disini seorang manager dituntut untuk menciptakan suasana kerja yang bisa menggugah komitmen pekerja untuk kemajuan bersama dan memberikan kemerdekaan untuk berkreasi dan berinovasi. Sehingga pegasan melekat dan penerapan aturan yang ketat tidak diperlukan.

NO	THEORY X	THEORY Y
1	The average employee is lazy, dislikes work, and will try to do as little as possible	Employees are not inherently lazy. Given the chance, employees will do what is good for the organization
2	To ensure that employees work hard, manager should closely supervise employees	To allow employees to work in the organization's interest, managers must create a work setting that provide opportunities for workers to exercise initiative and self direction
3	Manager Should create strict work rules and implement a well defined system of rewards and punishment to control employees	Manager should decentralize authority to employees and make sure employees have the resources necessary to achieve organizational goals

### 5. Model Critical Managerial

Critical managerial dapat dipahami sebagai suatu proses dimana seorang manager yang bisa membangun managemeny of diversity yang efektif atau menjalankan sistem birokrasi yang efektif dan efisien namun tetap kritis terhadap proses yang sedang berjalan. Misalnya pada interpersonal role yang dimiliki seorang manager, dia bisa menyampaikan bagaimana mencapai dan menjalankan sistem birokrasi yang efektif dan efisien yang mengedepankan Management of diversity. Lebih lanjut manajer ini juga menjadi sosok panutan dalam menjalankan kebijakan organisasi dan proses menjalankan managerial of diversity secara fair dan adil. Sehingga bisa menembus sekat sekat yang ada dalam kelompok pekerja yang dipisahkan oleh latar belakang kesukuan, agama, bahasa dan pandangan politik yang berbeda.

Inti dari critical managerial model ini adalah seorang manager harus bisa menjadi jembatan atau perajut diantara banyak perbedayaan potensi yang dimiliki oleh sumberdaya manusianya sehingga mereka bisa berjalan seiring guna mencapai tujuan organisasi. Ditambah dengan mengedepankan diskusi dan bersedia menerima dan mempertimbangk kritik terhadap sistem yang dijalankan.

### 6. Performing budaya organisasi

Budaya organisasi adalah seperangkat nilai nilai dan norma norma dan standar perlakuan serta pengharapan yang sama yang mempengaruhi baik itu secara individual maupun secara kelompok dan mampu mengkoordinasikan secara dinamis sehingga mampu menunjang tujuan organisasi.

Budaya organisasi ini cenderung dibangun oleh para pendiri atau pun manager yang mengelola perusahaan. Bagaimana pendiri atau pemilik perusahaan akan cenderung memilih atau mempekerjakan orang orang yang memiliki karakteristik dengan pendiri atau pemilik. Pekerja yang tidak memiliki karakteristik atau tidak bisa mengikuti kemauan dari pendiri atau pemilik perusahaan cenderung akan mengundurkan diri. Tidak dapat dipungkiri karakter yang kuat dari pemilik atau pendiri atau manager sangat

mempengaruhi budaya organisasi. Kekuatan karakter ini termasuk nilai-nilai yang dipercayai, perilaku, mood dan emosi serta emotional intelligence dari Manager atau pemilik. Manager yang memiliki posisi yang kuat cenderung akan menyatu dalam pengaruh dirinya sendiri yang menjadi model umum perusahaan.

Namun demikian budaya organisasi tidak bisa dibangun dalam waktu semalam, berbagai tahapan dan waktu perlu dijalani guna mengukuhkan nilai-nilai yang dipercayai.

#### **D. RANGKUMAN**

Kepemimpinan dalam usaha sangatlah mutlak dibutuhkan. Planning, Organizing, Leading dan Controlling menjadi salah satu instrument pembangunan karakter Perusahaan. Seorang pemimpin usaha yang bisa menjembatani ragam perbedayaan diantara sumber daya manusia yang terlibat dalam usaha, akan mencapai titik yang disebut sebagai managerial model yang bisa menanamkan nilai-nilai dan norma sehingga bisa membangun budaya organisasi

#### **E. EVALUASI/REFLEKSI**

1. Susunlah surat keputusan pengangkatan karyawan
2. Susunlah surat kerja sama
3. Susunlah surat keputusan pelimpahan kewenangan

#### **F. GLOSARIUM**

Planning, Organizing, Leading, Controlling, managing of diversity, Hirarchy

# **MODUL**

# **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

## **BAGAIMANA MEMBANGUN IMAGE PRODUK**

**Achmad Room Fitrianto, SE, MEI, MA.**

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

## Modul 4

### BAGAIMANA MEMBANGUN IMAGE PRODUK

#### A. PENDAHULUAN

Membangun image produk adalah salah satu aspek terpenting dalam kewirausahaan. Bahkan dapat dikatakan bila kita telah berhasil berinovasi dengan produk kita, namun pembangunan image tidak dilakukan maka, produk tersebut belum tentu akan dikenal oleh pasar. Image building disini akan terasa lebih penting dari pada modal. Kalau modal bisa kita pinjam, namun pengenalan produk ke pasar tidak bisa kita mendompleng dengan produk lain. Pasar harus digeluti agar produk kita dikenal oleh konsumen. Pembangunan image produk ini lebih dikenal dengan pemasaran. Mengawali usaha dengan mengawalnya sebagai tenaga pemasaran atau tenaga penjualan akan sangat mendukung keberlangsungan usaha. Dari pengalaman ini akan didapatkan pengetahuan dan instuisi dalam mendapatkan kepercayaan pasar pada produk yang anda kembangkan.

#### B. KOMPETENSI PENGAJARAN

Mahasiswa diharapkan bisa dan mampu:

1. Mengetahui dan menjelaskan cara-cara penjualan sebuah produk
2. Mengetahui pengertian distribusi.
3. Menjelaskan cara-cara dan sarana promosi suatu produk
4. Membuat sebuah slogan dan iklan untuk produk tertentu
5. Menyusun strategi dan taktik pemasaran
6. Menjelaskan konsep bauran pemasaran

### C. URAIAN MATERI

#### 1. Teknik dan metode mencari gagasan (produk) usaha

Banyak pertanyaan yang muncul yang menanyakan, apakah untuk memulai wirausaha itu harus memproduksi barang/jasa dahulu ataukah dengan melakukan pengenalan produk/ pemasaran terlebih dahulu?

Untuk menjawab pertanyaan ini, terlihat gampang gampang susah. Kadang kalaunya 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, kog penjualanya "seret"?

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

Jika kita telaah lebih mendalam, 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 potensial? Apakah perempuan atau kah laki laki, usia berapakah bidakan yang kita target, apakah ini ada kaitannya dengan letak geografi atau kesukuan? Dan banyak pertanyaan lainnya yang harus sudah digambarkan dan dijawab dengan jelas.

Ketika memulai 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.

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 permintaan? Kalau sudah menjadi permintaan, maka pada harga berapa yang bisa kita berikan kepada pasar? Berapa besar supply yang kita berikan untuk memenuhi permintaan itu?

Usaha anda akan lebih mudah dimulai apabila sebelumnya anda sudah pernah menjajkinya dengan mencoba coba melakukan penjualan, meskipun harus ikut atau mejadi karyawan. Ketika anda menjadi marketing usaha orang lain tersebut, 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 sudah anda mulai sebelum anda memiliki produk sendiri.

Ketika image produk sudah anda rintis jauh jauh hari, ada kemungkinan usaha anda bisa dimulai dengan melayani pemesanan dari pelanggan, ciptakan suana kepercayaan yang tinggi sehingga pelanggan harus bersedia menunggu sampai barangnya jadi. Uang dibayar dimuka, dilanjutkan dengan inslatlement secara bertahap, begitu uang sudah diberikan lunas, barang sudah siap diserahkan. Model usaha yang bisa dilakukan seperti ini adalah usaha usaha perumahan, kendaraan dan lain sebagainya. Usaha semacam ini memiliki resiko yang kecil, sepanjang kepercayaan sudah terbangun dengan baik.

## **2. Teknik dan metode penjualan**

Jikalau anda mau menjadi salesman kelas 3, maka anda cukup menjual barang yang dibutuhkan konsumen, mereknya terkenal dan barangnya permintaannya tinggi. Jikalau anda mau menjadi salesman kelas 2, maka anda cukup menjual barang yang tidak dibutuhkan, tapi merknya terkenal dan permintaannya cukup. Namun untuk menjadi salesman kelas wahid maka anda harus bisa menjual suatu produk yang tidak/belum dibutuhkan, mereknya tidak terkenal atau bahkan belum ada.

Pilihan itu tergantung pada motivasi dan tujuan anda,

Wirausahawan seharusnya memiliki mental seperti salesman kelas wahid dimana dia bisa menjual sesuatu yang belum dibutuhkan, mampu merubah trend konsumen yang semula tidak mau melirik pada produk tertentu menjadi pilihan utama konsumen. Contoh yang menarik, di New York, Amerika terdapat pedagang yang mengemas kotoran sapi menjadi souvenir yang dimasukkan ke dalam botol keramik dan diberi gambar sapi beserta tulisan: *Bullshit!*. Diluar dugaan soverni tai sapi ini sangat diminati oleh para turis.

Dari sini mungkin kita punya pikiran untuk menjual produk mirip tapi tidak ada ditempat lain, misalnya kotoran komodo diolah dan dikeringkan dan diberi kemasan botol keramik dan diberi merk "Dragon Shit". Bila ini bisa dilakukan maka "dragon shit" ini bisa menjadi sovenri khas pulau komodo, Indonesia.

Jika kita kembalikan, apakah memungkinkan menjual sesuatu yang belum ada dan tidak mungkin untuk laku menjadi produk yang demandnya tinggi? Marilah kita coba menganalisa itu dengan mencoba memahami apa makna sesungguhnya dari pemasaran.

The american marketing association mendefinisikan pemasaran sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan sasaran perseorangan dan organisasi. Sedangkan Kotler and Lane (2007) mendefinisikan pemasaran sebagai proses social yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Lebih khusus Peter Drucker (1954) menyatakan hanya pemasaran dan inovasi yang menciptakan nilai sedangkan yang lain hanya memunculkan biaya.

Dari definisi diatas maka dapat dilihat pemasaran sebagai suatu keseluruhan usaha bisnis yang menitik beratkan kepada kepuasan pelanggan. Pelanggan puas apabila kebutuhannya terpenuhi dengan asumsi harga yang terjangkau pelanggan dengan kualitas produk yang memadai dimana dari

produksi bisa untuk mengcover seluruh biaya dan sedikit keuntungan.

Lebih lanjut, dalam proses pemasaran, seorang marketing harus paham model dan daur hidup produk yang dipasarkan sebelum memasarkannya. Dapat diketahui apabila daur hidup produk pada umumnya terbagi menjadi empat. *Pertama*, masa pengenalan. Pada masa ini produk baru diciptakan dan diperkenalkan sehingga pertumbuhan masih lambat. Pada tahap ini belum ada laba karena biaya biaya masih belum tertutupi untuk memperkenalkan produk baru. Orang baru belajar bagaimana menggunakan dan memahami produk ini. *Kedua*, masa Perkembangan. Pada masa ini produk mulai diterima pasar secara cepat dan memungkinkan terjadinya peningkatan laba yang besar. *Ketiga*, Masa Kedewasaan. Pada masa ini mungkin produk mengalami penurunan penjualan karena produk itu telah diterima oleh sebagian besar calon pembeli. Pada masa ini persaingan mulai mengancam kelangsungan produk, banyak sekali pemain pemain baru yang berusaha menguras ceruk pasar produk anda. Dampak dari persaingan yang meningkat ini memungkinkan akan menurunkan tingkat laba yang akan anda raih. *Keempat*, Masa Penurunan. Periode ini ditandai dengan laba yang semakin menipis dan turun. Kalau tidak ada terobosan baru atau inovasi, tidak mungkin produk ini akan hilang dari pasaran. Pada saat ini pulalah, para pesaing juga berusaha untuk menarik produknya dari pasar dan beralih ke produk lainnya.

Teknik dan metode pemasaran bagaimana yang tepat dan bisa dilakukan? Itu semua bergantung tidak hanya pada daur hidup produk namun juga harus dibangun dengan nilai nilai lokal yang berlaku di masyarakat. Sehingga dari sini tidak akan ada teknik pemasaran yang sama dalam membangun image produk dipasar. Namun demikian, terdapat empat dasar pemikiran yang harus ada dalam setiap proses pemasaran. *Pertama*, pemasaran harus berorientasi pada pemuasan keinginan kelompok pembeli tertentu. *Kedua*, untuk mengetahui keinginan suatu kelompok pembeli, maka perlu dilakukan riset pemasaran, untuk mengetahui pola keinginan pasar. *Ketiga*, diperlukannya integrasi pemasaran. Tidak bisa pemasaran dilakukan

secara serampangan dan sektoral tanpa adanya pertimbangan matang dan kontrol yang ketat. *Keempat*, apabila kepuasan pelanggan berhasil dibangun maka dengan sendirinya loyalitas konsumen juga akan muncul. Dari empat dasar ini, dapat disimpulkan apapun teknik dan metode pemasaran yang dilakukan haruslah bermuarah pada pencapaian kepuasan pelanggan.

### 3. Menganalisa Peluang Pasar

Banyak perusahaan menetapkan kebijakan bahwa yang terpenting adalah mengidentifikasi peluang pasar terlebih dahulu. Tetapi dilain pihak terdapat pula perusahaan yang mempunyai pendapat berbeda yang mentapkan objective perusahaan terlebih dahulu baru mencari peluang pasar. Di dalam mengidentifikasi peluang pasar, maka perlu dilihat beberapa kesempatan pengembangan. Kesempatan pengembangan ini dapat dikategorikan dalam:

#### a. Pengembangan Intensif

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

Pengembangan ini dapat dilakukan dengan empat cara. *Pertama* dengan penetrasi pasar, penetrasi pasar ini dapat dilakukan dengan memberikan potongan harga, kupon hadiah, pembagian sampel produk secara percuma atau dengan memberikan door price atau pun melakukan promosi yang bertujuan untuk merebut pelanggan. *Kedua*, dilakukan pengembangan pasar. Pengembangan pasar ini dapat dilakukan dengan misalnya memasuki segmen pasar yang lain melalui usaha pengembangan versi produk yang sesuai dengan kebutuhan dan segmen tersebut. *Ketiga*, dilakukan pengembangan produk. Pengembangan ini dilakukan dengan menambah jumlah dan kualitas produk, model dan ukuran yang berbeda untuk segmen pasar yang telah dikuasai. *Keempat*, dilakukan diversifikasi produk. Diversifikasi dapat dilakukan misalnya dengan membuat jenis produk yang berbeda baik dalam hal fungsi pemakaian harga maupun ukuran untuk pasar yang baru.

#### b. Pengembangan integratif

Jenis pengembangan ini dapat digunakan untuk perusahaan atau usaha

yang memiliki proses yang bagus. Proses integrasi dapat dilakukan melalui tiga arah. *Pertama*, integrasi ke depan, yaitu berusaha memiliki atau meningkatkan kontrol atas sistem distribusi produk. *Kedua*, Integrasi ke belakang, dimana usaha yang dilakukan adalah untuk memilih atau meningkatkan kontrol atas sistem pelayanan pemasok. *Ketiga*, Integrasi horisontal, yaitu proses integrasi yang berusaha untuk memiliki atau meningkatkan kontrol atas perusahaan saingan.

#### c. Pengembangan diversifikasi

Pengembangan ini baik dilakukan apabila sistem pemasaran inti tidak banyak menunjukkan tambahan kesempatan untuk berkembang, juga adanya kesempatan yang lebih baik diluar sistem pemasaran inti. Terdapat tiga macam pengembangan diversifikasi. *Pertama*, Diversifikasi konsentris, yaitu usaha untuk menambah produk baru yang mempunyai energi teknologis dengan jajaran produk yang ada. *Kedua*, diversifikasi Horizontal, yaitu suatu usaha untuk menambah produk baru yang dapat menarik pelanggan, meskipun produk itu tidak mempunyai hubungan dengan jajaran produk yang ada. *Ketiga*, Diversifikasi konglomerat, yaitu usaha untuk menambah produk baru yang akan dijual untuk golongan baru dengan maksud untuk menjaga stabilisasi penjualan. Produk ini tidak mempunyai hubungan dengan jajaran produk yang ada, baik teknologis maupun pasarnya.

#### 4. Metode membangun kerjasama penjualan

Banyak metode untuk membangun kerjasama penjualan. Trend saat ini metode franchise adalah metode yang tidak hanya menguntungkan kepada pemilik merk namun juga menguntungkan para pengguna merk tersebut. Multilevel marketing juga salah satu model kerja sama yang dibangun dan menjadi trend penjualan saat ini. Namun demikian, metode konsinyasi masih menjadi pilihan utama untuk kerja sama penjualan, khususnya untuk produk produk customer good seperti sabun, sampo, atau sabun cuci.

Terdapat dua hal yang harus diperhatikan dalam penentuan metode kerja sama dan saluran pendistribusian produk. *Pertama*, harus dipahami bila saluran distribusi mempunyai tugas untuk melakukan penggolongan

produk dan distribusi fisik produk dari produsen ke konsumen. *Kedua*, harus dipahami bila saluran distribusi ini adalah kumpulan lembaga lembaga yang bergerak diantara produsen dan konsumen.

Dari sini bisa dikategorikan tingkatan saluran distribusi yang dibangun, apakah suatu perusahaan akan melakukan pemasaran dan penyaluran langsung ke konsumen, dalam artinya perusahaan menjual sendiri produknya langsung kepada konsumen tingkat akhir ataukah perusahaan harus memanfaatkan perantara yaitu pedagang besar, agen atau pengecer.

### 5. Metode membangun Promosi

Promosi adalah suatu teknik komunikasi yang dibangun untuk memicu dan menstimulasi keinginan pembeli untuk membeli suatu produk. Inti dari promosi ada empat hal, pertama adalah memperkenalkan produk kepada pelanggan agar pelanggan aware atas kehadiran produk. Tahap selanjutnya setelah produk dikenal, maka harapan yang dimunculkan promosi adalah konsumen atau calon konsumen menjadi lebih kenal terhadap produk yang ditawarkan, setelah mengenal lebih dalam, fungsi promosi adalah untuk membujuk konsumen atau calon konsumen untuk menyukai produk yang ditawarkan dan tahapan akhri dari promosi adalah konsumen atau calon konsumen bersedia untuk memberi produk yang ditawarkan.

Ada hal yang harus diperhatikan dalam promosi yaitu bauran promosi. Bauran promosi adalah penggunaan beberapa metode promosi misalnya penggunaan iklan, penjualan pribadi, promo penjualan, hubungan kemasyarakatan ataupun menggunakan media untuk publikasi, yang ditujukan untuk mencapai kegunaan, karakteristik dan manfaat produk.

Ketika proses promosi ini berujung pada penjualan, maka penjualan ini menjadi moment keterjalinan hubungan jangka panjang antar perusahaan dan konsumen melau pemanfaatan produk perusahaan. Sehingga disini penjualan menintegrasikan hubungan pelanggan dan perusahaan. Terdapat tiga jenis penjualan. Penjualan fitur, penjualan manfaat dan penjualan solusi. Karen pilihan yang luas maka perusahaan harus menjual solusi bukan sekedar menjual produk atau fitur atupun manfaat saja. Keberhasilan penjualan ini kan menjadi tolak ukur dari keefektifitasan usaha.

## 6. Merancang iklan yang menarik

*Pertama*, mengapa restoran cepat saji selalu di cat dengan warna yang mencolok dan terang, sebut saja McDonald yang mengedepankan warna orange 'ngejreng' ataupun KFC yang mengandalkan warna merah menyala ataupun gerai-gerai makanan yang lain yang juga berlomba-lomba menggunakan warna yang eye catching. Apakah maksud dan tujuannya? *Kedua*, mengapa setiap restoran cepat saji selalu memiliki maskot yang unik? *Ketiga*, mengapa kita sebagai calon konsumen lebih mudah menghafal jingle atau slogan yang dipakai produk-produk itu daripada isi ayat-ayat kitab suci? *Keempat*, mengapa ketika mengonsumsi beberapa produk, misalnya saja makan di Pizza HUT atau makan di McDonald seolah-olah derajat kita naik lebih tinggi daripada makan di pecel Pincuk Ponorogo Mak Ti di simpang lima Semarang?

Apabila kita bisa menjawab semua pertanyaan di atas, maka kita akan dapat merumuskan bagaimana merancang iklan yang menarik yang bisa membangun image produk yang kita pasarkan.

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. RANGKUMAN

Ruh dari kewirausahaan ini tidak dapat dipungkiri adalah pada sisi pemasaran. Banyak pelatihan pengembangan usaha kecil yang menitikberatkan pada produksi dan peningkatan kualitas produksi namun gagal membangun usaha kecil. Hal ini dikarenakan aspek pemasaran seringkali diabaikan. Pemasaran yang efektif perlu dibangun, tidak hanya untuk kepentingan menjual produk semata namun untuk mengintegrasikan antara perusahaan dan konsumen yang ditandai dengan penggunaan produk perusahaan oleh konsumen.

## E. EVALUASI/REFLEKSI

1. Pilih salah satu produk yang ada di lingkunganmu
2. Susunlah rencana promosi untuk produk tersebut
3. Design iklan guna membangun image produk tersebut

## F. GLOSARIUM

# **MODUL**

# **5**

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

## **MENGELOLA KEUANGAN USAHA DAN PELAPORAN KEUANGAN**

**R.A Vidia Gati, SE, Ak**

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



## Modul 5

# MENGELOLA KEUANGAN USAHA DAN PELAPORAN KEUANGAN

### A. PENDAHULUAN

Memulai usaha tanpa adanya pencatatan keuangan sepertinya akan terlihat menulis dalam air, setiap kita menggosokkan huruf, akan segera sirna. Untuk itu teknik pengelolaan uang dan pelaporan keuangan dalam usaha menjadi tulang punggung keberlangsungan usaha.

### B. KOMPETENSI PENGAJARAN

1. Mampu menjelaskan konsep dasar manajemen keuangan dan pengelolaan keuangan
2. Mampu menjelaskan apa saja sumber-sumber pembiayaan
3. Mampu menjelaskan proses pencatatan keuangan
4. Mampu melakukan pencatatan dan membuat/menyajikan laporan keuangan sederhana

### C. URAIAN MATERI

#### 1. Studi Kasus

Nisa adalah mahasiswi yang melihat peluang bisnis dari kebiasaan teman-teman kuliahnya yang suka menumpuk pakaian kotor sampai akhir pekan. Namun usaha laundry kiloan bukannya tidak ada, hanya saja ia belum melihat usaha laundry yang memberi jaminan 'suci' untuk setiap pakaian yang dicucinya. Sehingga ketika ide ini di utarakan pada teman-temannya yang sangat peduli dengan sucinya pakaian yang dikenakan, spontan semua menyetujuinya.

Melihat potensi pasar, yaitu sasaran utama adalah para mahasiswa yang memiliki banyak kesibukan. Ia optimis dalam 1 tahun pertama akan

dapat menghasilkan omset 20 juta (dengan asumsi 40 kg sehari, 1 bulan, buka 30 hari dengan mempertimbangkan pula masa sepi ketika kuliah libur).

Untuk dapat mencapai omset tersebut, ia mengidentifikasi kebutuhan yang dipersiapkan:

- a. Peralatan usaha yaitu, 2 buah mesin cuci, 2 buah setrika, timbangan seluruhnya diperkirakan seharga 12 juta.
- b. Rak-rak penyimpanan pakaian kering senilai 2 juta
- c. Tempat usaha ukuran lebar 4 m dan panjang 5 m yang cukup strategis, dengan biaya sewa per tahun 2 juta (167.000 sebulan).
- d. Chemical laundry (detergen, softener, parfume laundry), air dan listrik diperkirakan satu juta per bulan.
- e. Kas kecil yang digunakan untuk transaksi 100 ribu rupiah.
- f. Karyawan untuk membantu, 1 orang dengan gaji 600 ribu per bulan.

Sementara itu, nisa memiliki tabungan senilai 4 juta dan akan mendapatkan dana pinjaman dari lab perbankan syariah sebesar 15 juta.

Dari proses produksi yang dilakukan, diketahui bahwa biaya habis pakai, air dan listrik sebesar 33 ribu per hari, biaya pemasaran 10 ribu perbulan, biaya administrasi 10 ribu per bulan. Harga jasa cuci dikenakan 2000 per kilo, dan 3.000 perkilo plus setrika.

Dengan informasi diatas:

- a. Buatlah proforma neraca dari bisnis laundry yang akan dilakukan nisa
- b. Buatlah proforma laporan laba rugi.
- c. Berapa tingkat keuntungan dari investasi modal tersebut.
- d. Berapa besarnya laba kotor dan laba bersih yang berhasil diprediksikan.
- e. Berapa besarnya margin keuntungan dan tingkat pengembalian investasi (ROA dan ROE) dari bisnis tersebut.
- f. Hitunglah modal kerja yang dibutuhkan nisa
- g. Bagaimana kemampuan pengembalian pinjaman
- h. Bagaimana efektifitas dalam pengelolaan asset
- i. Bagaimana kondisi liquiditasnya.

## **2. 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 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 al-Qur'an :

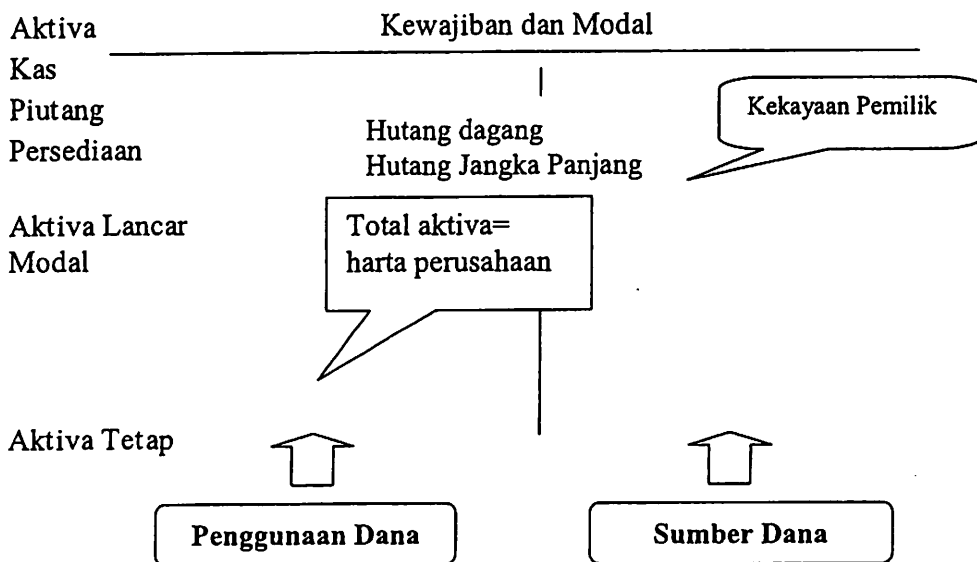
*'Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya...(TQS al-Baqarah:282).*

**3. 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.

**NERACA**

Per 31 Desember ...



#### 4. Laporan Laba Rugi

Adalah laporan yang menunjukkan tingkat penjualan, biaya yang menyertai produksi dan penjualan serta biaya lain yang digunakan dalam bisnis. Modal kerja adalah sejumlah dana yang dibutuhkan agar aktivitas bisnis dapat dilakukan. Laba kotor adalah selisih antara pendapatan usaha dikurangi dengan biaya yang berhubungan langsung dengan aktivitas usaha. Seperti biaya produksi, biaya penjualan. Laba bersih selisih dari laba kotor dengan beban-beban lain seperti beban pembiayaan, pajak dan biaya yang tidak terkait langsung dengan produksi/usaha.

#### RUMAH MUSLIMAH

#### Laporan Laba Rugi

Untuk Periode yang berakhir pada Desember 20..

<b>Penjualan</b>	xxx
------------------	-----

<b>Harga Pokok Penjualan</b>	(xx)
------------------------------	------

<b>Laba Kotor</b>	xxx
-------------------	-----

**Biaya operasional**

Biaya gaji	xx	
------------	----	--

Biaya sewa	xx	
------------	----	--

Biaya listrik telp	xx	(xx)
--------------------	----	------

<b>Laba bersih sebelum pajak</b>	xxx
----------------------------------	-----

#### a. ROA

Adalah tingkat pengembalian atau keuntungan yang diperoleh dari setiap unit asset yang digunakan. ROA diperoleh dengan membagi laba bersih dengan total asset.

#### b. ROE

Adalah tingkat pengembalian yang diperoleh dari setiap unit modal

yang digunakan. ROE diperoleh dengan cara membagi laba bersih dengan total modal disetor.

### 5. Komponen Biaya

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 dengan berubahnya volume kegiatan. Contoh : biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Sedangkan penjumlahan biaya tetap dan biaya variable disebut dengan total biaya.

### 6. Profit

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.

$$\text{Profit} = (\text{Unit terjual} \times \text{harga jual}) - \text{total biaya}$$

Contoh : suatu usaha pembuatan sandal kain membutuhkan biaya material sebesar Rp. 10 ribu per meter kain (permeter kain dapat menghasilkan 4 sandal). Biaya langsung Rp 500 per sandal. Proses produksi dilakukan di ruangan yang biaya sewanya Rp. 1 juta per bulan. Biaya administrasi per bulan sebesar Rp. 200 ribu. Berapa total pendapatan, total biaya dan keuntungan yang dihasilkan dari usaha tersebut.

Penjualan = harga barang per unit x unit barang terjual

$$= 10.000 \times 1000$$

$$= 10.000.000$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya tetap} &= \text{biaya administrasi} + \text{sewa ruangan} \\ &= 200.000 + 1.000.000 \\ &= 1.200.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya variable} &= \text{biaya material} + \text{biaya langsung} \\ &= (250\text{m} \times 10.000) + 500.000 \\ &= 3.000.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Total biaya} &= \text{biaya tetap} + \text{biaya variable} \\ &= 1.200.000 + 3.000.000 \\ &= 4.200.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Keuntungan} &= \text{penjualan} - \text{total biaya} \\ &= 10.000.000 - 4.200.000 \\ &= 5.800.000 \end{aligned}$$

### 7. 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.

$$\text{Keuntungan} = \text{Pendapatan} - \text{Biaya}$$

$$\text{Pendapatan} = \text{Total Biaya}$$

$$\text{(Hargaxkuantitas)} = \text{Biaya tetap} + (\text{biaya variable per unit} \times \text{kuantitas})$$

$$\text{Kuantitas Impas} = \text{Biaya tetap} / (\text{Harga variable per unit})$$

## 8. Pokok-pokok Kredit Pembiayaan

### a. Sumber- sumber Pendanaan

Secara umum, ada empat sumber pendanaan yang dapat digunakan :

- 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.

### b. Indicator Kesehatan Keuangan

Diperlukan alat ukur untuk menilai kondisi keuangan perusahaan. Hal ini perlu dilakukan untuk langkah antisipatif agar kondisi perusahaan cepat membaik.

Rasio Liquiditas, adalah ukuran yang menunjukkan kemampuan bayar atas kewajiban yang dimiliki suatu usaha.

$$\text{Current ratio} = \frac{\text{current asset}}{\text{current liability}}$$

$$\text{Current ratio} = \frac{(\text{current asset} - \text{inventory})}{\text{current liability}}$$

Rasio Pengelolaan asset, adalah ukuran yang menunjukkan efektifitas pengelolaan asset yang dimiliki.

- a. *Inventory Turn Over* menunjukkan efektifitas penggunaan persediaan dalam mendapatkan penjualan

$$\text{Inventory Turn Over} = \frac{\text{sales}}{\text{inventory}}$$

- b. *Days sales outstanding*, menunjukkan efektifitas pengelolaan piutang dagang yang dimiliki.

$$\text{DSO} = \frac{\text{receivables}}{\text{average sales per day}}$$

- c. *Fixed asset turn over*, menunjukkan efektifitas penggunaan asset tetap dalam mendapatkan penjualan.

$$\text{Fixed asset turn over} = \frac{\text{sales}}{\text{total fixed asset}}$$

- d. *Total asset turn over*, menunjukkan efektifitas penggunaan seluruh asset yang dimiliki untuk membukukan penjualan.

$$\text{TATO} = \text{sales} / \text{total asset}$$

Rasio terhadap pengelolaan Hutang, yaitu ukuran yang menunjukkan efektifitas pengelolaan utang.

- a. *Debt ratio*, menunjukkan proporsi pendanaan yang dimiliki suatu usaha.

$$\text{Debt ratio} = \text{total liability} / \text{total asset}$$

- b. *Time interest earned*, menunjukkan kemampuan pembayaran bunga atas utang yang digunakan perusahaan.

$$\text{TIE} = \text{Earning before interest and tax} / \text{interest charges}$$

Rasio terhadap profitabilitas, ukuran yang menunjukkan kemampuan bisnis dalam menghasilkan keuntungan.

- a. *Profit margin*, kemampuan bisnis untuk mendapatkan keuntungan dari setiap penjualan yang dilakukan.

$$\text{PM} = \text{net income} / \text{sales}$$

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. *Basic earning power*, kemampuan aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba kotor.

$$\text{BEP} = \text{earning before interest and tax} / \text{total asset}$$

- c. *Return on asset*, kemampuan asset-aset yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan bersih.

$$\text{ROA} = \text{Net income} / \text{total asset}$$

- d. *Return on equity*, menunjukkan kemampuan modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan.

$$\text{ROE} = \text{net income} / \text{common equity}$$

## 9. Game :

alat dan bahan :

- uang kertas 800.000 dalam pecahan 100 ribu dan 50 ribu.
- Amplop surat sebanyak 5 buah
- Bolpoint

Langkah-langkah :



- a. tulis masing-masing amplop dengan 1) modal, 2) kebutuhan rutin
- b. Pribadi,3)kebutuhan rutin usaha,4) keuntungan, 5) penyusutan.
- c. Bentuk kelompok dengan anggota masing-masing 5 orang.
- d. Setiap kelompok diberi modal 500 ribu.

Aturan main :

- a. setiap hari harus menyisihkan 50 rb untuk kebutuhan rutin, mengembalikan modal dagangan,menyisihkan kebutuhan rutin usaha yang besarnya 1 juta, jika sisa dimasukkan penyusutan yang besarnya 500 ribu, jika masih ada sisa baru dianggap keuntungan.
- b. Setiap kelompok diminta mengisi amplop berdasarkan table dibawah sesuai dengan skala prioritas.

Tgl	Belanja	Pendapatan	Kebutuhan Pribadi	Modal dagang	Kebutuhan rutin usaha	Penyusutan	Keuntungan
1	500.000	750.000					
2	450.000	800.000					
3	350.000	600.000					
4	500.000	350.000					
5	300.000	900.000					
6	450.000	850.000					
7	250.000	350.000					
8	450.000	400.000					
9	250.000	900.000					
10	400.000	700.000					
11	500.000	650.000					
12	400.000	650.000					
Jml							

D. RANGKUMAN

E. EVALUASI/REFLEKSI

F. GLOSARIUM

# **MODUL**

# **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

**APAKAH MEMULAI USAHA ITU SELALU UNTUNG?  
BAGAIMANA TEKNIK MEMINIMALISASI KERUGIAN?**

**Achmad Room Fitrianto, SE, MEI, MA**

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

## Modul 6

### APAKAH MEMULAI USAHA ITU SELALU UNTUNG? BAGAIMANA TEKNIK MEMINIMALISASI KERUGIAN?

#### A. PENDAHULUAN

Perubahan polapikir sebagaimana dijabarkan pada Kegiatan belajar 2 yang kemudian dilengkapi dengan materi seni pengelolaan dan pengaturan yang diberikan pada kegiatan belajar 3, yang didukung oleh perencanaan keuangan yang dijabarkan pada kegiatan belajar 4, maka siswa diharapkan sudah memiliki sense of encouragement untuk memulai usaha, namun demikian, siswa juga harus diperkenalkan apabila dalam setiap usaha belum tentu untung dan banyak hambatannya. Dalam kegiatan belajar ini akan memberikan materi tersebut.

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. KOMPETENSI PENGAJARAN

Mahasiswa diharapkan bisa:

1. Mengerti faktor faktor yang mendukung suatu usaha
2. Mengantisipasi kejadian kejadian yang bisa merugikan usaha
3. Merancang kegiatan dengan mempertimbangkan tingkat resiko yang dimiliki

Sehingga pada akhir pembelajaran Mahasiswa diharapkan mampu mengukur kemampuan diri sebelum berusaha sehingga meminimalkan potensi kerugian yang akan muncul, menyelesaikan study kasus tentang manajemen resiko.

#### C. URAIAN MATERI

##### 1. Tujuan memulai usaha

*“ Saya tidak bisa menari, tetapi saya akan tetap menari. Hanya karena saya tidak bisa menari, bukan berarti saya tidak akan menari. “ Saya tidak harus ahli dalam melakukan sesuatu untuk melakukan sesuatu tersebut, karena saya*

*akan membangun keahlian tersebut dari melakukan sesuatu tersebut. “ ( Mario Teguh, One Million 2<sup>nd</sup> Chances )*

Bagi kebanyakan orang, momok terbesar dalam memulai usaha adalah takut menghadapi kemungkinan untuk rugi atau yang paling parah takut bangkrut dan ludes modal yang dimilikinya. Akan tetapi pada sesungguhnya ketakutan itu hanyalah kedok untuk menyembunyikan pola berpikir mereka yang sudah tertanam dalam benak mereka bahwa berbisnis adalah suatu yang mustahil. Bukan karena mereka tidak mau, bukan karena mereka tidak ingin. Sehingga dari polapikir inilah yang menjadikan kebanyakan orang seolah olah enggan melangkah kaki untuk memulai wirausaha.

Di sisi yang lain, ada sebagian orang yang lain yang memiliki impian besar, ingin kaya, ingin memiliki kedudukan yang tinggi, pangkat, jabatan dan mungkin mimpi untuk pergi kebulan. Dari sini muncul pertanyaan, apakah mimpi mimpi tersebut dapat diraih begitu mereka "membuka" mata? Oh tentu tidak, mereka tentunya perlu untuk berniat, berujar dan berbuat untuk mengejar dan meraih mimpi mereka. Tidaklah mungkin tanpa adanya niatan, ujaran dan perbuatan mereka bisa meraih impian itu, yang mungkin terjadi hanyalah sebatas mimpi. Mimpi yang seakan takkan pernah terwujud, bahkan sangat-sangat jauh mampu diraih, bukan karena ia tidak mau, tetapi karena ia berfikir bahwa hal ini hanya sebatas mimpi. Sekali lagi ini soal pola berfikir.

Banyak diantara kita yang membatasi kemampuan diri kita sendiri karena kita menciptakan dinding-dinding pembatas psikis yang tentu hal tersebut menghambat perkembangan kemampuan kita secara fisik. Banyak diantara kita yang merasa tidak PD (Percaya Diri) justru ketika diberi kebebasan untuk berfikir, bertindak, untuk menghasilkan sesuatu yang terbaik. Siapa yang salah?

Banyak orang sukses kita tahu bahwa mereka sukses dalam bisnisnya, karena mereka memang tekun, optimis, dan selalu menikmati segala proses yang ada didalamnya. Sebelum masa kejayaannya, tentu masa-masa sulit pernah dilaluinya. Segala hambatan, tantangan, bukan dimaknai sebagai

sebuah rintangan, namun justru menjadi pemicu diri kita untuk dapat lulus dari ujian yang ada. ( bisa dilihat dari film animasi tentang Blue bird group).

Namun demikian, hal ini tidak berlaku bagi sebagian orang. Apakah salah jika kita memiliki mimpi? Mimpi adalah langkah awal, sangat awal sekali untuk sukses.

Dalam kegiatan belajar berikut ini akan dijelaskan bagaimana memulai usaha, kiat kiat apakah yang perlu dimiliki yang kemudian dilanjutkan bagaimana "memaintanance" usaha tersebut dari mencari dan memelihara supplier, mencari dan memelihara distributor dan terpenting adalah bagaimana mencari dan memelihara konsumen.

## **2. Bagaimana memulai usaha dan bagaimana posisi dan kedudukan konsumen dalam usaha**

Business is business, usaha adalah usaha, tapi kadang kalau bisnis jika tidak ditekuni secara mendetail dan sungguh, maka yang muncul adalah masalah. Memang menjadi anak pengusaha atau jika orang tua kita memiliki suatu bisnis memiliki keuntungan tersendiri, paling tidak ritme usaha sudah tertanam dalam benak kita (jika tidak ada factor lain yang mempengaruhi). Namun demikian sepertinya halnya mimpi, instink dan ritme usaha yang secara tidak langsung diwarisi tidak akan jalan apabila tidak jalankan sendiri, mendalami apa yang ada didalamnya, totalitas didalamnya.

Saya teringat atas cerita seorang teman, pada suatu ketika dia bertemu teman kuliahnya pada suatu acara di Surabaya, Temannya teman saya tersebut hadala seorang pengusaha muda yang cukup sukses. Memang tidak dipungkiri kesuksesan si pengusaha muda ini tidak terlepas dari binaan orang tuanya yang juga seorang pengusaha propert terkenal di Surabaya. Namun dia bisa memanfaatkan posisi orang tuanya untuk memulai usaha sendiri dan dia berhasil. Si pengusaha muda ini ditanya oleh teman saya: bagaimana cara membuka usaha yang sukses? Lalu si pengusaha muda tersebut menjawab dengan entengnya " amati saja kemana uang itu bermuara !"

"Kalau ingin menjadi pengusaha yang sukses maka sang pengusaha

harus terlebih dahulu tahu di mana orang menaruh uangnya” dan teman saya menanggapi “ya kalau tidak dibank pasti dirumahnya atau di investasikan ketempat yang lain atau di pusat pusat hiburan untuk bersenang senang”. Mendengar jawaban dari teman saya ini, si pengusaha muda tersebut memberikan penjelasan yang lebih rinci namun mengena “kata orang orang tua, manusia cenderung menaruh uang di hatinya, kemana Hatinya pergi disitulah uangnya berada artinya kalau dia menyukai sesuatu baik itu Rumah, mobil atau pakaian disitulah uangnya akan di belanjakan.

Kesimpulan yang bisa diambil dari seklumit cerita diatas adalah: untuk memulai usaha belajar lah untuk meraih hati orang orang yang memiliki uang. Ciptakan suatu kegiatan atau produk dimana orang orang yang punya uang ini tertarik hatinya untuk membeli atau bahkan untuk menanamkan uangnya untuk mendukung usaha kita. karena orang menaruh uang di hatinya jadi kalau kita bisa mendapatkan hatinya maka kita bisa mendapatkan apa yang kita mau seperti bekerjasama dengan orang yang terbaik di bidangnya.

Setelah kita tahu dimana sebetulnya uang itu bermuara, pertanyaan yang muncul adalah Kapan sebaiknya memulai usaha? yaah cara terbaik memulai usaha ialah mulai dari sekarang dengan pertimbangan yang cukup, bukan pertimbangan dan pengetahuan yang mantap. Cukup mulai dari apa yang anda sukai. Banyak pengusaha sukses yang memulai usahanya dari hobi atau kesukaan. Keuntungan memulai usaha dari hobi atau kesukaan maka tidak akan cepat bosan dan mudah menyerah menjalankannya walaupun mungkin di masa-masa awal akan ada banyak tantangan. Kedua, memulai usaha bisa diawali dari bidang apa yang anda kuasai. Memulai usaha dari bidang yang sudah dikuasai akan menunjang keberlangsungan usaha. Misalnya anda memiliki keahlian dalam bidang masak memasak, maka anda bisa memulai dengan membuka usaha jualan makanan. Suatu ketika ketika usaha anda sudah besar dan memiliki banyak karyawan serta memiliki koki/ juru masak sendiri, tiba tiba si Koki mengundurkan diri, maka anda bisa mengambil alih fungsi koki tersebut tanpa harus terganggu.

### 3. Siapakah supplier, distributor itu? Bagaimana peran dan posisi mereka dalam mendukung usaha?

Pertanyaan muncul lagi apakah supplier dan distributor juga perlu dilihat “hatinya”. Jawabannya adalah Iya, kemana Hatinya pergi disitulah uangnya berada. Supplier dan distributor juga layaknya pengusaha lainnya juga akan mencoba sekuat tenaga bagaimana usaha yang mereka jalankan berjalan. Supplier akan bersedia mensupply produk mereka kepada Kita (calon pengusaha) apabila usaha yang kita rintis bisa menyerap produk yang ditawarkan oleh supplier. Begitu juga dengan distributor, mereka akan mendistribusikan produk produk kita apabila produk kita memenuhi hati dan kesenangan konsumen dengan kata lain produk kita diterima oleh pasar.

Bagaimana produk kita bisa diterima oleh pasar? (perhatikan dan pelajari kembali materi pembelajaran 5)

### 4. Kunci sukses usaha kecil

Pada medio 1997 dimana Indonesia diguncang oleh krisis keuangan yang mahadasyat, yang menyebabkan fundamental perekonomian porak poranda. Yang pada akhirnya secara umum Indonesia 4 kali lebih miskin dari sebelumnya.<sup>1</sup> Namun demikian terdapat fenomena menarik dari bencana ekonomi tersebut. Pertama dari sekian banyak perusahaan yang beroperasi di Indonesia, ternyata Usaha kecil dan menengah cenderung mampu bertahan terhadap krisis, sedangkan banyak perusahaan besar yang kembang kempis dan mengalami kendala. Kedua, dari sector perbankan, memunculkan harapan baru bagi Perbankan Islam, dimana dari krisis bisa dilihat hanya perbankan yang menerabkan system Perbankan Islam yang mampu bertahan dan meraih keuntungan pada masa krisis, padahal bank bank yang lain mengalami kesulitan liquidas dan menghadapi kridis macet yang luar biasa.

Dua fenomena ini bisa menjadi titik tolak pembangunan ekonomi Indonesia. Ketika perusahaan diberbagai skala berada diujung tanduk, usaha

<sup>1</sup> Pengertian 4 kali lebih miskin di dapat dari: pada awal tahun 1997 nilai tukar Rupiah terhadap dollar sekitar Rp 2.500 dan pada akhir 2008 nilai tukar rupiah terhadap dollar tembus lebih dari Rp. 10.000. lebh lanjut sampat saat ini (Agustus 2010) nilai tukar rupiah tidak pernah lepas dari Rp 9.000

kecil dengan pengalaman yang pas-pasan juga mengalami hal serupa. Kekurangan sumber pembiayaan dan krisis perbankan

#### 5. Resiko Usaha dan upaya mengatasinya

Apakah yang dimaksud dengan resiko dan factor factor apa saja yang mempengaruhinya? Dalam pembahasan ini selain akan membahas secara singkat apa dan bagaimana resiko itu, juga akan membahas bagaimana cara untuk mengatasi atau meminimalisasi resiko. Resiko dapat dipahami sebagai segala sesuatu potensi kerugian/kegagalan/ ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan yang mungkin muncul dimasa yang akan datang. Sedangkan Robert Charette menjelaskan ada 3 unsur yang mempengaruhi resiko, pertama, resiko selalu berhubungan dengan kejadian dimasa yang akan datang. Artinya resiko masi berupa potensi yang apabila gagal diantisipasi atau di kelola akan menjadi kejadian. Kedua, resiko selalu melibatkan perubahan. Artinya setiap resiko yang ditanggung selalu berkaitan dengan perubahan konsep, perubahan tatanan sosial, atau pun perubahan tempat. Suatu contoh: usaha PKL di pasar loak Ngembong Surabaya, akan memiliki resiko apabila terjadi perubahan pola pikir dari masyarakat dan pemerintah, apabila pemerintah berupaya melokalisir pasar loar dan ingin menormalisasi jalan Ngembong, maka yang terjadi PKL pasar loak di Ngembong akan di razia dan ditata. Apabila ini terjadi, PKL (pelaku usaha) akan menghadapi resiko, apakah resiko kehilangan konsumen ataukah resiko tidak bisa menjalankan usahanya lagi. Faktor ktiga yang mempengaruhi resiko adalah, Resiko selalu melibatkan pilihan dan ketidakpastian bahwa pilihan itu akan dilakukan. Maksud dari unsur keempat ini adalah, resiko selalu berkaitan dengan problem of choises artinya setiap pilihan tindakan yang akan diambil akan memiliki konsekwensi yang berbeda. Lebih lanjut apabila konsekwensi tersebut sudah diidentifikasi maka, muncul keraguan untuk melaksanakan pilihan tersebut, akan tetap pada posisi status quo ataukan akan mengusahakan perubahan.

Pada dasarnya setiap usaha memang memiliki resiko, namun apakah resiko itu dapat dideteksi lebih dini ataukah dapat muncul dengan tiba-tiba,



dan jika resiko itu memang harus terjadi apakah besarnya resiko tersebut dapat mempengaruhi usaha yang sedang dijalankan ? Iya segala sesuatu yang masih bersifat potensi seperti resiko bisa ditata dan dikelola. Untuk penataan dan pengelolaan resiko ini adalah untuk meminimalisasi potensi resiko tersebut dalam menjalankan usaha. Dalam ilmu manajemen, usaha pengelolaan dan penataan resiko disebut sebagai manajemen resiko (Risk management). Australian Risk Management Standard 4360: 2004 mendefinisikan Manajemen resiko sebagai "Kultur, proses, dan struktur yang diarahkan untuk merealisasikan peluang potensial dan sekaligus mengelola dampak yang merugikan"

Bagaimana Islam sebagai panutan hidup melihat management resiko? Al-Quran Surat Yusuf 46, 47, 48 49 mengajarkan bagaimana menatani dan mengelola potensi bahaya/ kerugian yang akan muncul dimasa yang akan datang.

يُوسُفُ أَيُّهَا الصِّدِّيقُ أَفْتِنَا فِي سَبْعِ بَقَرَاتٍ سِمَانٍ يَأْكُلُهُنَّ سَبْعُ عِجَافٍ وَسَبْعِ  
 سُنْبُلَتٍ خُضْرٍ وَأُخَرَ يَابِسَتٍ لَّعَلِّيَ أَرْجِعُ إِلَى النَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَعْلَمُونَ ﴿٤٦﴾ قَالَ  
 تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَأَبًا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ ﴿٤٧﴾  
 ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعٌ شِدَادٌ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ هُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تُحْصِنُونَ ﴿٤٨﴾  
 ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ عَامٌ فِيهِ يُغَاثُ النَّاسُ وَفِيهِ يَعَصِرُونَ ﴿٤٩﴾

Artinya:46. (setelah pelayan itu berjumpa dengan Yusuf Dia berseru): "Yusuf, Hai orang yang Amat dipercaya, Terangkanlah kepada Kami tentang tujuh ekor sapi betina yang gemuk-gemuk yang dimakan oleh tujuh ekor sapi betina yang kurus-kurus dan tujuh bulir (gandum) yang hijau dan (tujuh) lainnya yang kering agar aku kembali kepada orang-orang itu, agar mereka mengetahuinya."

47. Yusuf berkata: "Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa; Maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan.

48. Kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang Amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan.

49. Kemudian setelah itu akan datang tahun yang padanya manusia diberi

hujan (dengan cukup) dan dimasa itu mereka memeras anggur."

Dari ayat ayat diatas. Terlihat bagaimana Nabi Yusuf mengelola mengelola informasi yang diterimahnya menjadi suatu analisis yang bisa meminimkan kemungkinan resiko yang dihadapi ummatnya. Resiko yang tersirat dari mimpi sang raja yang berupa "tujuh ekor sapi betina yang gemuk-gemuk yang dimakan oleh tujuh ekor sapi betina yang kurus-kurus dan tujuh bulir (gandum) yang hijau dan (tujuh) lainnya yang kering" diterjemahkan menjadi " tata kelola pangan" untuk menghadapi masa paceklik yang berkepanjangan. Untuk saat ini masa paceklik mungkin bisa diterjemahkan sebagai perubahan musim (*climate change*).

Lebih lanjut, dari pemaparan diatas, dapat dilihat apabila risk management proses akan melibatkan empat unsur yang saling mempengaruhi. Pertama, pengelolaan resiko selalu didasari oleh penghimpunan informasi yang memadai. Risk knowledge management menjadikan dasar dari proses tatalaksana dan tata kelola resiko. Selanjutnya informasi informasi atau knowledge tersebut dikelola dan dianalisis dengan alat dan teknik yang, sehingga menghasilkan suatu pembacaan fenomena / trend yang tepat. Dari pembacaan trend, harus bisa diterjemahkan kepada masyarakat sekitar, sehingga proses peralihan budaya, perubahan perilaku masyarakat dalam penyikapi perubahan harus disosialisasikan. Terakhir, Akuntabilitas dari hasil olahan secara keseluruhan dapat dipertanggung jawabkan secara terukur. Terukur disini dapat dipahami sebagai masuk akal dan bisa dinalar. Lebih jelasnya bagan berikut ini bisa menggambarkan kaitan empat aspek tersebut dalam manajemen resiko.



Memang tidak dapat dipungkiri bila resiko muncul dikarenakan adanya ketidakpastian, apakah ketidakpastian kondisi ekonomi, social, politik dan keamanan ataupun ketidakpastian dari sisi internal pengusaha sendiri. Dari sini dapat dilihat bila resiko bisa muncul dari eksternal dan dari internal. Dari external paling tidak terdapat enam faktor yang mempengaruhi, yaitu:

- a. Kondisi global yang mempengaruhi kondisi ekonomi nasional.
- b. Adanya teknologi baru yang dapat menimbulkan inovasi usaha atau efisiensi dalam operasional usaha.
- c. Peraturan Pemerintah terhadap dunia usaha juga bisa mempengaruhi dan dapat dianggap sebagai resiko.
- d. Kekuatan Pasar, bagaimana demand pasar mempengaruhi jumlah permintaan akan produk yang dihasilkan. Misalnya : kekuatan ekonomi masyarakat dalam membeli produk/jasa usaha kita.
- e. Adanya persaingan. Munculnya pemain baru dalam usaha yang sama. Terlebih lebih apabila pemain baru ini bisa mengambil ceruk pasar yang selama ini menjadi ceruk pasar kita.

Sedangkan dari sisi internal, resiko yang bisa muncul diantaranya:

- a. Adanya salah perhitungan dalam perencanaan produksi. Kesalahan ini bisa berakibat adanya gangguan produksi baik itu berupa kelebihan produksi

ataupun kekurangan produksi. Perencanaan yang tepat dan terukur menjadi jawaban

- b. Adanya gejolak sumber daya manusia. Gejolak ini tidak hanya perselisihan antara pekerja dengan pengusaha (pemilik modal), namun dapat juga berupa perselisihan diantara internal manajemen atau diantara para pemilik modal.
- c. Pilihan strategi yang kita pilih untuk melakukan usaha, misalnya : strategi marketing, apakah kita akan beriklan melalui Koran, radio atau media lainnya. Pemilihan media ini menentukan biaya yang harus dikeluarkan. Pengeluaran yang tidak terukur akan mengakibatkan ketidakseimbangan pengelolaan.

Terpenting dari resiko yang muncul secara external dan internal adalah bagaimana tatakelola informasi yang didapatkan. Baik informasi yang dihimpun secara external maupun internal. Adanya informasi yang tidak relevan dan tidak dapat diandalkannya informasi utk pengambilan keputusan.

Pada saat kita menentukan pilihan kita (strategi kita) maka sejauh mana efektivitas strategi tersebut untuk meminimalisir resiko ketidakberhasilan. Kesemuanya itu mengandung ketidakpastian sehingga dapat menimbulkan peluang dan resiko bagi para pemegang kepentingan terhadap usaha kita. Pemegang kepentingan terhadap usaha kita bukan hanya pemilik dan karyawan saja akan tetapi mencakup pelanggan, pemasok, dan pemerintah (secara luas).

Adapun, resiko yang muncul dapat dikategorikan menjadi delapan jenis yaitu:

- a. Resiko kredit berkaitan dengan penerimaan dan penyaluran kredit.
- b. Resiko likuiditas berkaitan dengan aliran kas usaha.
- c. Resiko Market berkaitan dengan pasar industri usaha kita.
- d. Resiko strategis berkaitan dengan strategi yang kita terapkan.
- e. Resiko reputasi berkaitan dengan nama baik usaha kita.
- f. Resiko legal berkaitan dengan kemungkinan kasus hukum yang akan kita hadapi.
- g. Resiko compliance berkaitan dengan kepatuhan, dapat berupa kepatuhan

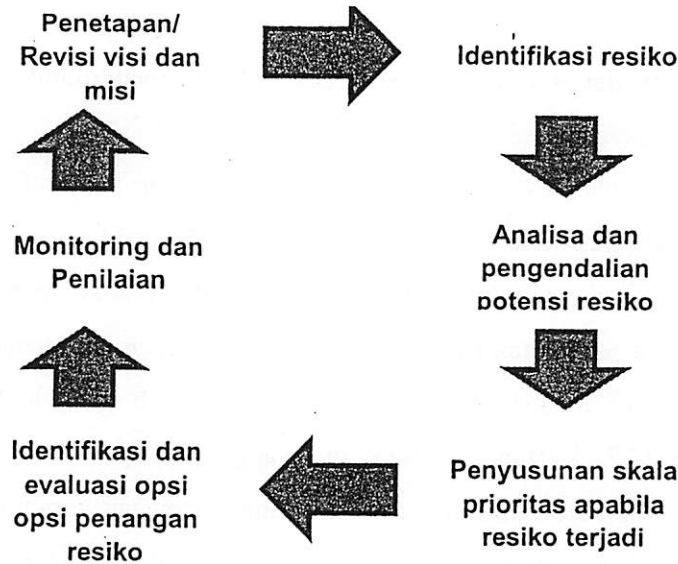
usaha terhadap aturan yang ditetapkan pemerintah ataupun kepatuhan karyawan terhadap peraturan pemilik usaha.

h. Resiko proses berkaitan dengan proses bisnis dari usaha yang kita jalankan.

Terdapat enam langkah kerangka manajemen resiko berdasar pemaparan diatas: *Langkah pertama* yang harus dilakukan adalah menetapkan konteks, konteks disini adalah berupa tujuan perusahaan atau biasa yang disebut dengan visi dan misi perusahaan. Setelah itu tetapkan kriteria untuk mengidentifikasi resiko. *Langkah kedua* adalah mengidentifikasi resiko pada usaha anda. *Langkah ketiga* adalah menganalisa resiko yang telah kita identifikasi sebelumnya untuk menentukan tingkat pengendalian kita terhadap resiko-resiko tersebut dengan mempertimbangkan tingkat kemungkinan dan konsekuensinya terhadap tingkat resiko. *Langkah keempat* adalah mengevaluasi resiko dengan membandingkan terhadap kriteria yang telah kita tentukan sebelumnya, dan setelah itu susun prioritas resiko yang akan kita selesaikan jika resiko itu terjadi. *Langkah kelima* adalah jika pada langkah keempat hasil evaluasi resikonya tidak dapat diterima maka kita dapat melakukan hal-hal sebagai berikut :

- a. Identifikasi evaluasi kembali opsi-opsi penanganan yang akan kita pilih.
- b. Siapkan rencana penanganan.
- c. Implementasikan rencana.

*Langkah keenam* adalah jika langkah keempat dan kelima sudah dapat diterima, maka kita tinggal memonitor dan menelaahnya saja.



#### D. RANGKUMAN

Resiko, akan muncul apabila kita melalaikan informasi yang disampaikan kepada kita atau kita gagal menyikapi informasi tersebut. Tidak ada jalan lain selain perencanaan yang matang dan komprehensif serta kinerja tim (manajemen) yang solid adalah metode untuk menanggulangi resiko yang muncul.

#### E. EVALUASI/REFLEKSI

##### Studi kasus 1

Sebut saja saya Ujang, pada waktu semester 6 ketika saya kuliah S1, ada seorang teman menawari untuk bergabung dalam usaha persewaan komputer dan jasa pengetikan. Modalnya cukup sederhana, masing masing yang berminat bergabung bisa menyeter modal berupa komputer (Monitor, PC, Keyboard), printer ataupun berupa uang cash. Pada awalnya saya ragu atas tawaran itu, namun dengan asumsi posisi dan lokasi yang dimiliki yang dekat salah satu kampus negeri di Surabaya, maka saya putuskan untuk bergabung. Ketika saya putuskan untuk bergabung, saya berfikir " kalau hanya sekedar bergabung maka saya akan jadi follower, paling tidak saya harus bisa menentukan kebijakan dan arah dari usaha ini. Pada tahap selanjutnya saya

menyerahkan PC kesayangan saya dan uang cash Rp 2 Juta. Uang Rp 2 juta ini saya dapatkan dari seorang saudara yang bersedia meminjamkan uangnya tanpa bunga untuk saya angsur selama 2 tahun.

Pada awal saya bergabung dengan Persewaan Komputer dan pengetikan ini semua berjalan lancar. Setiap elemen yang diserahkan ke usaha ini dinilai dengan "sewa" yang cukup menjanjikan saat itu. Namun permasalahan mulai muncul ketika peralatan mulai rusak, bagaimana memaintenancenya? Biayanya diambilkan dari mana? Apakah ini tanggung jawab pengelola atau tanggung jawab pemilik? Ketidak jelasan ini yang akhirnya membuat saya tidak memperpanjang kerjasama saya dengan usaha persewaan komputer ini, meskipun kalau dikalkulasi antara fee yang saya terima dan modal yang saya setor belumlah impas. Ditambah dengan kesibukan saya yang juga bekerja di salah satu lembaga konsultan di kota Surabaya, menjadikan saya lebih mantab untuk menarik semua aset yang saya miliki dari Usaha ini.

Pertanyaan:

1. Hal hal apa saja yang harus diperhatikan dalam memulai Usaha khusus bila usaha tersebut dibangun bersama teman.
2. Apakah si Ujang, rugi atau untung ketika menggeluti usaha tersebut?

#### F. GLOSARIUM

Supplier, Distributor, Pengusaha, pemodal, resiko kredit, resiko likuiditas, resiko pasar, resiko reputasi, resiko compliance, resiko legal, resiko proses

# **MODUL**

# **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

## **PENYUSUNAN PROPOSAL USAHA**

**Achmad Room Fitrianto, SE, MEI, MA**

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



## Modul 7

### PENYUSUNAN PROPOSAL USAHA

#### A. PENDAHULUAN

Setelah menelaah dan mengkaji tentang posisi dan peranan entrepreneurship dalam beberapa kegiatan pembelajaran terdahulu, saatnya kita untuk mengimplementasikan pengetahuan, semangat entrepreneur dalam bentuk proposal sederhana yang berisi dengan detail kegiatan, kendala kendala yang mungkin dihadapi, potensi yang mendukung dan proyeksi pengembangan dari usaha yang akan dirancang.

Kerumitan penyusunan proposal usaha tergantung dari skop dan rentangan usaha yang ingin dilakukan, semakin besar resiko dan rumitnya proses produksi dan proses transaksi uaha, maka perlu dihitung dan digambarkan lebih detail dalam perencanaannya. Terlebih lebih apabila proposal usaha ini digunakan untuk kepentingan menarik investor atau menggali kemungkinan pembiayaan dari perbankan atau pun bila terkait dengan program pemerintah, detail dan rincian kegiatan harus tergambar dengan jelas. Namun, dalam modul pengajaran ini tidaklah dituntut untuk sedetail dan serinci untuk kepentingan formal tersebut. Dalam modul ini akan ditekankan penggambaran proses sederhana pembuatan rencana usaha beserta aspek aspek yang terkandung didalamnya.

Tujuan akhir dari modul ini bukanlah untuk membuat mahasiswa mahir membuat perencanaan usaha, namun untuk menarik minat dan ketertarikan mahasiswa untuk memulai berusaha dengan membuat rencana usaha. Metode yang digunakan adalah dengan memulai dari hobi dan kesenangan yang selama ini ditekuni oleh mahasiswa yang kemudian diminta untuk disusun perencanaannya dan tentu saja dengan nilai tambah yang berupa inovasi dan kreativitas yang bertujuan agar ada pembeda antara apa yang dilakukan oleh mahasiswa yang menempuh mata kuliah ini dengan masyarakat umum.

Mensistemasi logika berfikir dalam memulai usaha adalah out put yang diharapkan dari kegiatan pembelajaran ini. Namun demikian ketika

memulai usaha, mahasiswa diharapkan tidak terjebak dalam pembuatan paperwork semacam business plan saja namun implementasi dan pelaksanaan usaha lebih perlu. Tidak dapat dipungkiri apabila usaha sudah berjalan dan membutuhkan suntikan pembiayaan dari lembaga formal seperti perbankan atau mencari investor potensial, business plan yang holistik dan komprehensif memang diperlukan. Hal ini dikarenakan untuk menjabarkan kejelasan dan tujuan usaha serta gambaran dari rangkaian planning yang akan dilakukan.

## B. KOMPETENSI PENGAJARAN

Mahasiswa diharapkan bisa:

Membuat sebuah rencana usaha yang tepat untuk daerah tertentu atau untuk produk tertentu serta mewujudkan rencana tersebut dalam sebuah proposal

## C. URAIAN MATERI

### 1. Tujuan Penyusunan Proposal Business

Sebagaimana diutarakan pada pendahuluan modul ini, tujuan penyusunan proposal usaha disini adalah untuk menjabarkan detail dan tujuan usaha serta untuk menggambarkan rangkaian kegiatan yang akan dilakukan untuk pengembangan usaha.

### 2. Pengertian Proposal Business

Rencana usaha adalah sebuah gambaran rinci mengenai usulan usaha yang mencakup deskripsi jenis usaha, siapa sasaran pasar yang akan dilayani, kondisi pasar terkini guna memetakan posisi persaingan dipasar, kelengkapan usaha yang dimiliki seperti sarana dan prasarana untuk membuat produksi atau memberikan pelayanan jasa, sumber keuangan dan sumber daya manusia yang mengelolanya.

### 3. Unsur Unsur Proposal Business

Terdapat sembilan unsur dalam penyusunan proposal usaha:

*Pertama*, Ringkasan eksekutif. Ringkasan eksekutif atau executive summary ini terdiri dari ulasan singkat profile dan tujuan usaha, gambaran ringkas dari produk yang ditawarkan, peta sederhana dari pasar yang dibidik,

ringkasan pengelolaan dan tim sumberdaya yang dimiliki, alat ukur keberhasilan dari usaha dan daftar kebutuhan usaha yang akan menunjang pengembangan.

*Kedua*, Konsep Usaha. Business model atau konsep bisnis ini adalah suatu rincian yang menggambarkan secara detail, struktur industri, struktur usaha dan metode usaha yang akan dilakukan. Konsep bisnis ini juga harus menggambarkan peta supply input and out put. Dari sini bagaimana bahan baku didapat, bagaimana cara mengelolanya dan siapa pangsa pasar yang dibidik di jabarkan secara seksama dan terukur. Tidak lupa pada bagian ini juga menghitung asumsi asumsi yang digunakan ketika menjalankan usaha.

*Ketiga* Gambaran pasar. Gambaran pasar disini akan mendeskripsikan tentang kondisi umum pasar dari produk ataupun industri, bagaimana daya serap pasar terhadap produk produk tertentu. Bagaimana kecenderungan pasar, bagaimana posisi usaha ini dan bagaimana posisi para pesaing dan satu hal lagi adalah untuk mengestimasi dari segmentasi pelanggan sehingga bisa dipetakan mana pelanggan setiap pelanggan potensial dan pelanggan mengambang. Pada akhir bagian dari gambaran pasar adalah untuk dapat dilakukannya riset pasar. Informasi yang disajikan dijadikan bahan referensi untuk riset pasar guna menentukan satrategi berikutnya.

*Keempat* adalah Pemasaran. Markerting atau pemasaran adalah kunci dari enterpreneur. Tanpa adanya marketing yang ada adakah produksi dan produksi, yang lambat laun akan mengurangi kemampuan dari perusahaan. Agar perusahaan berjalan dengan baik, barang barang atau jasa yang diproduksi disalurkan dan diserap oleh pasar. Proses penyaluran dan penyerapan barang dan jasa inilah fungsi dari pemasaran. Untuk itu, maka dalam bagian keempat ini perlu untuk digambarkan tentang strategy pemasaran yang akan dilakukan, apakah perlu dipetakan berdasarkan kondisi geografis atau berdasarkan kondisi social ekonomi masyarakat. Selain itu, layanan apa yang akan diberikan guna mendongkrak pembelian. Layanan purna jual seperti packging atau pun garansi pembelian mejadi bagian dari Marketing selain penentuan harga.

*Kelima* adalah operasi usaha. Untuk usaha costumer good ini adalah

proses produksi dimana disini digambarkan bagaimana bahan baku didapat teknik pengelolaannya, pengembangan produk, biaya produksi dan kualitas dari out put. Lebih lanjut dalam bagian ini juga perlu di kembangkan bagaimana Current and future technical capabilities, dan bila perlu disajikan kemungkinan untuk penerapan sistem baru dan pengembangan lokasi baru

*Keenam* adalah Managemen Sumber daya Manusia, bagaimana pendayagunaan dari berbagai level ketrampilan yang dimiliki dari usaha ini dan bagaimana perkiraan kemungkinan dibutuhkan tenaga terampil baru untuk pengembangan, bagaimana peningkatan ketrampilan dari tenaga kerja yang dimiliki, bagaimana sistem penghargaan atau insentif diberikan, bagaimana posisi dan penguann tenaga konsultan dan lain sebagainya.

*Ketujuh*, Perencanaan keuangan. Tidak dapat dipungkiri salah satu kelemahan dari pebisnis awal adalah kurang mampuan dalam membuat proyeksi keuangan. Adapun informasi perencanaan keuangan yang perlu disajikan adalah: Biaya modal yang diperlukan, proyeksi pendapatan/penjualan. Proyeksi airan kas, dan kinerja keuangan yang ditargetkan.

*Kedelapan* adala Management resiko, dimana pada bagian ini digunakan asumís asumís makro untuk mengantisipasi segala kemungkinan yang bisa memunculkan potensi kerugian, misalnya resiko pasar, resiko keamanan nasional, resiko industri dan bagaimana Management menanggulangan dari resiko dan ketidak pastian yang dihadapi

*Kesembilan*, lampiran dari business plan, adapun lampiran itu antara lain: Curriculum Vitae para pemegang kebijakan, Portfolio rencana kerja, resume keuangan, foto foto yang diperlukan, Rekomendasi

#### 4. Kaida kaid penyusunan Proposal business

Penyusunan rencana business dilakukan dengan beberapa kaidah

- a. Susunlah rencana bisnis anda sesingkat dan dan sepadat mungkin. Sehingga rencana usaha ini mudah dipahami, mudah dimengerti dan menjadikan audience tertarik untuk menyimak lenih lanjut.
- b. Cantik dan rapi selalu membuat orang tertarik. Susunlah proposal

usaha ini dengan serapi rapinya dan terorganisir dengan baik. Ketika orang mulai tertarik dengan suatu proposal usaha, ini akan mempermudah untuk meyakinkan orang atau pihak lain untuk membaca rencana bisnis yang akan dimulai.

- c. Prospek cerah akan membuat orang bergairah. Rencana usaha yang disusun haruslah menggambarkan tujuan dan prosek usaha yang menjanjikan dan bisa memproyeksikan rencana apa yang akan dilakukan dimasa depan.
- d. Blow Up atau lebih lebihkan proyeksi membuat orang curiga. Memang rencana usaha disusun berdasar asumsi asumsi yang ada, namun jangan sampai asumsi asumsi tersebut dibangun dengan tanpa dasar sehingga terlihat terlalu lebih lebihkan usaha yang akan dilakukan.
- e. Tajam dan terencana membuat orang siaga. Rugi adalah satu hal yang ingin dihindari dari setiap usaha, namun resiko ini juga harus diperhitungkan dalam menyusun rencana usaha. Untuk itu perlu dipetakan potensi potensi resiko yang berhubungan dengan usaha yang direncanakan sehingga akan membantu pembaca proposal usaha untuk lebih realistis dalam menilai Usaha yang dimulai.
- f. Kejujuran dan Reputasi kunci dari kepercayaan. Faktor utama dari usaha adalah membangun tim pengelola yang terpercaya dan efektif. Komitmen dan kekompakan tim akan mendukung usaha akan berjalan baik dan ini menggaransi kepercayaan investor yang membaca proposal ini.
- g. Fokus adalah awal dari ketepatan usaha. Jangan pernah memulai usaha dengan setengah hati dan main main. Jadikan usaha yang anda susun perencanaannya ini sebagai perhatian utama anda, jangan berfikir untuk memulai usaha yang lain ketika anda sedang memulai usaha. Fokus utama seorang wirausaha adalah kemampuan untuk menangkap peluang.
- h. Usaha ini adalah jawaban dari kebutuhan sekitar. Target pasar ibaratnya sasaran tembak yang harus dibidik oleh seorang enterpreneur. Perilaku konsumen, pola konsumsi, trend masyarakat

adalah hal hal yang perlu diperhatiakam dalam membidik target pasar.

- i. Keuntungan Financial bukanlah segala galanya, Acapkali memulai usaha orang akan berfikir” pokoknya aku harus untung”. Iya, logika tersebut sangatlah manusiawi, namun keuntungan financial tidaklah menjamin suatu usaha tersebut akan berjalan lama, gunakan variable variable lain untuk menghitung keuntungan anda agar usaha anda lebih sustainable.

## 5. Masalah yang dihadapi dalam menyusun Proposal business

### a. *Over confidence*

Bukan suatu jaminan suatu rencana usaha yang dijalankan oleh lulusan sarjana dan didukung oleh modal yang kuat akan berjalan dengan baik. Ada beberapa alasan yang melatar belakangi pendapat tersebut, Pertama, Lulusan Sarjana, kadang kala over confidence dengan kemampuan yang dimiliki. Ditambah lagi dengan mengandalkan teori yang dipelajari dikampus menjadikan si ”pengusaha baru” kadang frustrasi dengan kenyataan usaha yang berbeda. Kejadian menarik muncul ketika rencana usaha akan dijalankan oleh 2 orang atau lebih yang memiliki konsep kuat dalam berusaha cenderung usahanya kurang bisa berjalan dengan lancar dan berkonflik. Hal ini disebabkan pertama, ego dari masing masing stage holder yang berusaha untuk menonjol dan mewarnai usaha. Kedua, karena banyak ide yang muncul dari pemilik yang memiliki karakter berbeda menjadikan, citra atau ciri khas usaha adalah hasil kompromi. Kompromi ini yang menjadikan masing masing stakeholder untuk berusaha mendominasi, ujung ujungnya bila usaha yang dirintis sudah mulai membesar akan terjadi perpecahan. Contoh: Labolatorium Klinis Pramita dan Labolatorium Klinis Pramita Utama (sekarang menjadi Pradita)

### b. Tidak membumi/ tidak realistis

Kadang kala usaha yang didukung modal yang besar dan perhitungan yang detail acapkali menjadikan suatu proposal usaha menjadi tidak relevan ketika akan diterapkan. Mengapa bisa terjadi demikian?

### c. Terlalu mengandalkan asumsi

Memang tidak dapat dipungkiri bila penggunaan asumsi bisa membatasi permasalahan. Namun demikian penggunaan asumsi haruslah

segera didukung dengan survey cepat lapangan. Agar asumsi yang digunakan tidak menjadi dasar usaha, karena asumsi yang tidak adjust dengan kondisi lapangan cenderung akan menyesatkan dan tidak bisa dijadikan rujukan usaha.

d. Pemotretan yang salah atas trend masyarakat

Demand masyarakat haruslah bisa di potret guna menentukan produk apa yang bisa ditawarkan, dalam jumlah berapa dan bagaimana teknik distribusinya. Apabila trend dan keinginan masyarakat ini tidak bisa dipetakan dengan baik, akan mempengaruhi seluruh perhitungan baik dari sisi pemodal, produksi dan distribusi. Kesalahan hitung ini akan berujung pada penutupan usaha karena bangkrut bila tidak dilakukan penyesuaian.

#### D. RANGKUMAN

Rencana usaha adalah penting dalam memulai usaha, namun demikian tahapan implementasi atau pelaksanaan rencana itu lebih penting. Rencana usaha yang terlalu detail acapkali susah untuk diterapkan dan dicapai. Susunlah rencana usaha yang sederhana dan memungkinkan untuk dijalankan. Dalam proses menjalankan usaha dari rencana tersebut dapat dilakukan penyesuaian sesuai dengan kondisi lapangan, sehingga rencana usaha yang disusun haruslah adaptable dan flexibel.

#### E. EVALUASI/REFLEKSI

Buatlah rencana usaha dari salah satu potensi di daerahmu untuk dikembangkan, susun proposal perencanaan usaha (Business plan) untuk pengembangan potensi daerah tersebut. Rencana bisnis ini haruslah rencana yang baru, detail dan mendekati kondisi riil yang dimiliki. Uraikan hal hal apa saja yang diperlukan untuk mewujudkan usaha tersebut. Waktu perencanaan 2 minggu dan siapkan format powepoint untuk disajikan di depan kelas.

#### F. GLOSARIUM

Business Plan, Investor, Kreatifitas, Blow Up, Reputasi, Keuntungan financial, Overconfidence, Realistis,

# **MODUL**

# **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

## **ETIKA USAHA**

**Sulanam, M.Pd.**

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



## Modul 8

### ETIKA USAHA

#### A. PENDAHULUAN

Etika usaha merupakan salah satu bagian dari strategi bisnis yang diramalkan mampu menaikkan *image* pengusaha. Dalam hal ini, kejujuran sebagai bagian dari etika usaha diharapkan mampu mendorong kepercayaan pelanggan terhadap seorang pengusaha. Penerapan prinsip etika dalam bisnis disinyalir dapat mendongkrak kepercayaan masyarakat dalam jangka yang cukup panjang. Materi ini penting untuk dipelajari oleh mahasiswa mengingat inti dari bisnis adalah keuntungan. Etika berperan dalam mengontrol kecenderungan individu dalam pemerolehan keuntungan agar tetap seimbang dan benar.

Untuk menelaah lebih lanjut mengenai hubungan antara peran etika dan keberlangsungan perkembangan bisnis, berikut ini adalah kasus riil perusahaan yang menerapkan etika ke dalam bisnis. Perusahaan *Merck and Company* dalam menangani masalah “river blindness” sebagai contohnya: River blindness adalah penyakit sangat tak tertahankan yang menjangkau 18 juta penduduk miskin di dasa-desa terpencil di pinggiran Afrika dan Amerika Latin. Penyakit dengan penyebab cacing parasit ini berpindah dari tubuh melalui gigitan lalat hitam. Cacing ini hidup dibawah kulit manusia, dan bereproduksi dengan melepaskan jutaan keturunannya yang disebut *microfilaria* yang menyebar ke seluruh tubuh dengan bergerak-gerak di bawah kulit, meninggalkan bercak-bercak, menyebabkan lepuh-lepuh dan gatal yang amat sangat tak tertahankan, sehingga korban kadang-kadang memutuskan bunuh diri.

Pada tahun 1979, Dr. Wiliam Campbell, ilmuwan peneliti pada *Merck and Company*, perusahaan obat Amerika, menemukan bukti bahwa salah satu obat-obatan hewan yang terjual laris dari perusahaan itu, *Invernectin*, dapat

menyembuhkan parasit penyebab river blindness. Campbell dan tim risetnya mengajukan permohonan kepada Direktur Merck, Dr. P. Roy Vagelos, agar mengizinkan mereka mengembangkan obat tersebut untuk manusia.

Para manajer Merck sadar bahwa kalau sukses mengembangkan obat tersebut, penderita river blindness terlalu miskin untuk membelinya. Padahal biaya riset medis dan tes klinis berskala besar untuk obat-obatan manusia dapat menghabiskan lebih dari 100 juta dollar. Bahkan, kalau obat tersebut terdapat, tidak mungkin dapat mendistribusikannya, karena penderita tinggal di daerah terpencil. Kalau obat itu mengakibatkan efek samping, publisitas buruk akan berdampak pada penjualan obat Merck. Kalau obat murah tersedia, obat dapat diselundupkan ke pasar gelap dan dijual untuk hewan, sehingga menghancurkan penjualan Invernectin ke dokter hewan yang selama ini menguntungkan. Meskipun Merck penjualannya mencapai \$2 milyar per tahun, namun pendapatan bersihnya menurun akibat kenaikan biaya produksi, dan masalah lainnya, termasuk kongres USA yang siap mengesahkan Undang-Undang Regulasi Obat yang akhirnya akan berdampak pada pendapatan perusahaan. Karena itu, para manajer Merck enggan membiayai proyek mahal yang menjanjikan sedikit keuntungan, seperti untuk river blindness. Namun tanpa obat, jutaan orang terpenjara dalam penderitaan menyakitkan.

Setelah banyak dilakukan diskusi, sampai pada kesimpulan bahwa keuntungan manusiawi atas obat untuk river blindness terlalu signifikan untuk diabaikan. Keuntungan manusiawi inilah, secara moral perusahaan wajib mengenyampingkan biaya dan imbal ekonomis yang kecil. Tahun 1980 disetujui anggaran besar untuk mengembangkan Invernectin versi manusia.

Tujuh tahun riset mahal dilakukan dengan banyak percobaan klinis, Merck berhasil membuat pil obat baru yang dimakan sekali setahun akan melenyapkan seluruh jejak parasit penyebab river blindness dan mencegah infeksi baru. Sayangnya tidak ada yang mau membeli obat ajaib tersebut, termasuk saran kepada WHO, pemerintah AS dan pemerintah negara-negara yang terjangkit penyakit tersebut, mau membeli untuk melindungi 85 juta orang beresiko terkena

penyakit ini, tapi tak satupun menanggapi permohonan itu. Akhirnya Merck memutuskan memberikan secara gratis obat tersebut, namun tidak ada saluran distribusi untuk menyalurkan kepada penduduk yang memerlukan. Bekerjasama dengan WHO, perusahaan membiayai komite untuk mendistribusikan obat secara aman kepada negara dunia ketiga, dan memastikan obat tidak akan dialihkan ke pasar gelap dan menjualnya untuk hewan. Tahun 1996, komite mendistribusikan obat untuk jutaan orang, yang secara efektif mengubah hidup penderita dari penderitaan yang amat sangat, dan potensi kebutaan akibat penyakit tersebut. Merck menginvestasikan banyak uang untuk riset, membuat dan mendistribusikan obat yang tidak menghasilkan uang, karena menurut Vegalos pilihan etisnya adalah mengembangkannya, dan penduduk dunia ketiga akan mengingat bahwa Merck membantu mereka dan akan mengingat di masa yang akan datang. Selama bertahun-tahun perusahaan belajar bahwa tindakan semacam itu memiliki keuntungan strategis jangka panjang yang penting.

Para ahli sering berkelakar, bahwa etika bisnis merupakan sebuah kontradiksi istilah karena ada pertentangan antara etika dan minat pribadi yang berorientasi pada pencarian keuntungan. Ketika ada konflik antara etika dan keuntungan, bisnis lebih memilih keuntungan daripada etika. Buku Business Ethics mengambil pandangan bahwa tindakan etis merupakan strategi bisnis jangka panjang terbaik bagi perusahaan – sebuah pandangan yang semakin diterima dalam beberapa tahun belakangan ini. Materi ini hendak membekali mahasiswa tentang etika dalam bisnis- di mana etika dapat memainkan peran penting dan berjangka panjang bagi kelangsungan dunia usaha. Mula-mula akan diuraikan mengenai pengertian etika, kemudian disusul dengan uraian mengenai korelasi antara etika dengan kelangsungan bisnis di masa mendatang. Modul ini juga dilengkapi dengan bagaimana menjadi wirausahawan sejati.

## B. KOMPETENSI PENGAJARAN

Setelah mempelajari materi ini, diharapkan mahasiswa mampu:

1. Mendefinisikan etika dan jenis tantangan serta upaya menghindari *moral abuse*

2. Memahami dan mengerti bagaimana menciptakan bisnis dengan etika baik, tidak hanya memikirkan keuntungan semata
3. Memahami dan mengerti bagaimana menjalankan usaha untuk jangka panjang dengan menyiapkan segala hal yang terkait dalam etika baik dari relasi internal maupun eksternal.
4. Memahami dan mengerti “rahasia” sukses jangka panjang dengan mengedepankan kejujuran

### C. URAIAN MATERI

#### 1. Pengertian Etika

Menurut kamus, istilah etika memiliki beragam makna berbeda. Salah satu maknanya adalah “prinsip tingkah laku yang mengatur individu dan kelompok”. Makna kedua menurut kamus etika adalah “kajian moralitas”. Tapi meskipun etika berkaitan dengan moralitas, namun tidak sama persis dengan moralitas. Etika adalah semacam penelaahan, baik aktivitas penelaahan maupun hasil penelaahan itu sendiri, sedangkan moralitas merupakan subjek.

##### a. Moralitas

Moralitas adalah pedoman yang dimiliki individu atau kelompok mengenai apa itu benar dan salah, atau baik dan jahat. Pedoman moral mencakup norma-norma yang kita miliki mengenai jenis-jenis tindakan yang kita yakini benar atau salah secara moral, dan nilai-nilai yang kita terapkan pada objek-objek yang kita yakini secara moral baik atau secara moral buruk. Norma moral seperti “selalu katakan kebenaran”, “membunuh orang tak berdosa itu salah”. Nilai-nilai moral biasanya diekspresikan sebagai pernyataan yang mendeskripsikan objek-objek atau ciri-ciri objek yang bernilai, semacam “kejujuran itu baik” dan “ketidakadilan itu buruk”.

Standar moral pertama kali terserap ketika masa kanak-kanak dari keluarga, teman, pengaruh kemasyarakatan seperti gereja, sekolah, televisi, majalah, music dan perkumpulan. Hakekat standar moral :

- 1) Standar moral berkaitan dengan persoalan yang kita anggap akan merugikan secara serius atau benar-benar akan menguntungkan manusia.
- 2) Standar moral tidak dapat ditetapkan atau diubah oleh keputusan dewan otoritatif tertentu.
- 3) Standar moral harus lebih diutamakan daripada nilai lain termasuk (khususnya) kepentingan diri.
- 4) Standar moral berdasarkan pada pertimbangan yang tidak memihak.
- 5) Standar moral diasosiasikan dengan emosi tertentu dan kosa kata tertentu.

Standar moral, dengan demikian, merupakan standar yang berkaitan dengan persoalan yang kita anggap mempunyai konsekuensi serius, didasarkan pada penalaran yang baik bukan otoritas, melampaui kepentingan diri, didasarkan pada pertimbangan yang tidak memihak, dan yang pelanggarannya diasosiasikan dengan perasaan bersalah dan malu dan dengan emosi dan kosa kata tertentu.

## **2. Wirausaha bukan jalan pintas untuk menjadi kaya tapi suatu proses perjuangan; membentuk karakter wirausahawan handal**

### **a. Wirausahawan**

Anda tentu sering mendengar tentang kata “Wirausaha”, “Kewirausahaan” maupun “Wirausahawan” Apakah yang dimaksud dengan “Wirausaha”, “Kewirausahaan” maupun “Wirausahawan” tersebut? Dan apakah beda ketiga kata tersebut? Wirausaha adalah kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis; mengumpulkan sumber daya-sumber daya yang dibutuhkan untuk mengambil tindakan yang tepat dan mengambil keuntungan dalam rangka meraih sukses.

Kewirausahaan pada hakekatnya adalah sifat, ciri dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif. Sedangkan yang dimaksudkan dengan seorang Wirausahawan adalah orang-orang yang memiliki kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis; mengumpulkan sumber daya-sumber daya yang dibutuhkan untuk mengambil tindakan yang tepat, mengambil

keuntungan serta memiliki sifat, watak dan kemauan untuk mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia nyata secara kreatif dalam rangka meraih sukses/meningkatkan pendapatan.

Intinya, seorang Wirausahawan adalah orang-orang yang memiliki jiwa Wirausaha dan mengaplikasikan hakekat Kewirausahaan dalam hidupnya. Orang-orang yang memiliki kreativitas dan inovasi yang tinggi dalam hidupnya. Secara epistemologis, sebenarnya kewirausahaan hakikatnya adalah suatu kemampuan dalam berpikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat dan kiat dalam menghadapi tantangan hidup. Seorang wirausahawan tidak hanya dapat berencana, berkata-kata tetapi juga berbuat, merealisasikan rencana-rencana dalam pikirannya ke dalam suatu tindakan yang berorientasi pada sukses. Maka dibutuhkan kreatifitas, yaitu pola pikir tentang sesuatu yang baru, serta inovasi, yaitu tindakan dalam melakukan sesuatu yang baru.

Beberapa konsep kewirausahaan seolah identik dengan kemampuan para wirausahawan dalam dunia usaha (business). Padahal, dalam kenyataannya, kewirausahaan tidak selalu identik dengan watak/ciri wirausahawan semata, karena sifat-sifat wirausahawanpun dimiliki oleh seorang yang bukan wirausahawan. Wirausaha mencakup semua aspek pekerjaan, baik karyawan swasta maupun pemerintahan (Soeparman Soemahamidjaja, 1980). Wirausahawan adalah mereka yang melakukan upaya-upaya kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide, dan meramu sumber daya untuk menemukan peluang (opportunity) dan perbaikan (preparation) hidup (Prawirokusumo, 1997).

Kewirausahaan (entrepreneurship) muncul apabila seseorang individu berani mengembangkan usaha-usaha dan ide-ide barunya. Proses kewirausahaan meliputi semua fungsi, aktivitas dan tindakan yang berhubungan dengan perolehan peluang dan penciptaan organisasi usaha (Suryana, 2001). Esensi dari kewirausahaan adalah menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses pengkombinasian sumber daya dengan cara-cara baru

dan berbeda agar dapat bersaing. Menurut Zimmerer (1996:51), nilai tambah tersebut dapat diciptakan melalui cara-cara sebagai berikut: Pengembangan teknologi baru (developing new technology) Penemuan pengetahuan baru (discovering new knowledge) Perbaikan produk (barang dan jasa) yang sudah ada (improving existing products or services) Penemuan cara-cara yang berbeda untuk menghasilkan barang dan jasa yang lebih banyak dengan sumber daya yang lebih sedikit (finding different ways of providing more goods and services with fewer resources).

Walaupun di antara para ahli ada yang lebih menekankan kewirausahaan pada peran pengusaha kecil, namun sifat inipun sebenarnya dimiliki oleh orang-orang yang berprofesi di luar wirausahawan. Jiwa kewirausahaan ada pada setiap orang yang menyukai perubahan, pembaharuan, kemajuan dan tantangan, apapun profesinya.

Dengan demikian, ada enam hakekat pentingnya Kewirausahaan, yaitu: Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses dan hasil bisnis (Ahmad Sanusi, 1994) Kewirausahaan adalah suatu nilai yang dibutuhkan untuk memulai sebuah usaha dan mengembangkan usaha (Soeharto Prawiro, 1997). Kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (kreatif) dan berbeda (inovatif) yang bermanfaat dalam memberikan nilai lebih. Kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (Drucker, 1959) Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreatifitas dan keinovasian dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan usaha (Zimmerer, 1996) Kewirausahaan adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan.

#### **b. Karakteristik Sikap dan Perilaku Wirausahawan**

Dari pengertian Wirausahawan di atas, maka kita dapat mengambil kesimpulan bahwa seorang wirausahawan adalah individu-individu yang

berorientasi kepada tindakan, dan memiliki motivasi tinggi, yang beresiko dalam mengejar tujuannya. Untuk dapat mencapai tujuan-tujuannya, maka diperlukan sikap dan perilaku yang mendukung pada diri seorang wirausahawan. Sikap dan Perilaku sangat dipengaruhi oleh sifat dan watak yang dimiliki oleh seseorang. Sifat dan watak yang baik, berorientasi pada kemajuan dan positif merupakan sifat dan watak yang dibutuhkan oleh seorang wirausahawan agar wirausahawan tersebut dapat maju/sukses. Berikut adalah ciri-ciri dan sifat-sifat profil seorang wirausahawan:

NO	CIRI	WATAK
1	Percaya Diri	Keyakinan, kemandirian, individualitas dan optimisme
2	Berorientasi tugas dan hasil	Kebutuhan akan prestasi, berorientasi pada laba, memiliki ketekunan dan ketabahan, memiliki, tekad yang kuat, suka bekerja keras, energik dan memiliki inisiatif
3	Mengambil resiko	Memiliki kemampuan mengambil resiko dan suka pada tantangan
4	Kepemimpinan	Bertingkah laku sebagai pemimpin, dapat bergaul dengan orang lain dan suka terhadap saran dan kritik yang membangun
5	Keorisinilan	Memiliki inovasi dan kreativitas tinggi, fleksibel, serba bisa dan memiliki jaringan bisnis yang luas
6	Berorientasi kepada masa depan	Persepsi dan memiliki cara pandang/ cara pikir yang berorientasi pada masa depan
7	Jujur dan tekun	Memiliki keyakinan bahwa hidup itu sama dengan kerja

Dari daftar ciri dan sifat watak seorang wirausahawan di atas, dapat kita identifikasi sikap seorang wirausahawan yang dapat diangkat dari kegiatannya sehari-hari, sebagai berikut:

### 1) Disiplin

Dalam melaksanakan kegiatannya, seorang wirausahawan harus memiliki kedisiplinan yang tinggi. Arti dari kata disiplin itu sendiri adalah ketepatan komitmen wirausahawan terhadap tugas dan pekerjaannya. Ketepatan yang dimaksud bersifat menyeluruh, yaitu ketepatan terhadap



waktu, kualitas pekerjaan, sistem kerja dan sebagainya.

Ketepatan terhadap waktu, dapat dibina dalam diri seseorang dengan berusaha menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan waktu yang direncanakan. Sifat sering menunda pekerjaan dengan berbagai macam alasan, adalah kendala yang dapat menghambat seorang wirausahawan meraih keberhasilan.

Kedisiplinan terhadap komitmen akan kualitas pekerjaan dapat dibina dengan ketaatan wirausahawan akan komitmen tersebut. Wirausahawan harus taat azas. Hal tersebut akan dapat tercapai jika wirausahawan memiliki kedisiplinan yang tinggi terhadap sistem kerja yang telah ditetapkan. Ketaatan wirausahawan akan kesepakatan-kesepakatan yang dibuatnya adalah contoh dari kedisiplinan akan kualitas pekerjaan dan sistem kerja.

## 2) Komitmen Tinggi

Komitmen adalah kesepakatan mengenai sesuatu hal yang dibuat oleh seseorang, baik terhadap dirinya sendiri maupun orang lain. Dalam melaksanakan kegiatannya, seorang wirausahawan harus memiliki komitmen yang jelas, terarah dan bersifat progressif (berorientasi pada kemajuan). Komitmen terhadap dirinya sendiri dapat dibuat dengan mengidentifikasi cita-cita, harapan dan target-target yang direncanakan dalam hidupnya. Sedangkan contoh komitmen wirausahawan terhadap orang lain terutama konsumennya adalah pelayanan prima yang berorientasi pada kepuasan konsumen, kualitas produk yang sesuai dengan harga produk yang ditawarkan, problem solving bagi masalah konsumen, dan sebagainya.

Seorang wirausahawan yang teguh menjaga komitmennya terhadap konsumen, akan memiliki nama baik (goodwill) di mata konsumen yang akhirnya wirausahawan tersebut akan mendapatkan kepercayaan dari konsumen, dengan dampak pembelian terus meningkat sehingga pada akhirnya tercapai target perusahaan yaitu memperoleh laba yang

diharapkan.

### 3) Jujur

Kejujuran merupakan landasan moral yang terkadang dilupakan oleh seorang wirausahawan. Kejujuran dalam berperilaku bersifat kompleks. Kejujuran mengenai karakteristik produk (barang dan jasa) yang ditawarkan, kejujuran mengenai promosi yang dilakukan, kejujuran mengenai pelayanan purna jual yang dijanjikan dan kejujuran mengenai segala kegiatan yang terkait dengan penjualan produk yang dilakukan oleh wirausahawan.

### 4) Kreatif dan Inovatif

Untuk memenangkan persaingan, maka seorang wirausahawan harus memiliki daya kreativitas yang tinggi. Daya kreatifitas tersebut sebaiknya adalah dilandasi oleh cara berpikir yang maju, penuh dengan gagasan-gagasan baru yang berbeda dengan produk-produk yang telah ada selama ini di pasar. Gagasan-gagasan yang kreatif umumnya tidak dapat dibatasi oleh ruang, bentuk ataupun waktu. Justru seringkali ide-ide jenius yang memberikan terobosan-terobosan baru dalam dunia usaha awalnya adalah dilandasi oleh gagasan-gagasan kreatif yang kelihatannya mustahil.

Namun, gagasan-gagasan yang baikpun, jika tidak diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari, hanya akan menjadi sebuah mimpi. Gagasan-gagasan yang jenius umumnya membutuhkan daya inovasi yang tinggi dari wirausahawan yang bersangkutan. Kreativitas yang tinggi tetap membutuhkan sentuhan inovasi agar laku di pasar. Inovasi yang dibutuhkan adalah kemampuan wirausahawan dalam menambahkan nilai guna/nilai manfaat terhadap suatu produk dan menjaga mutu produk dengan memperhatikan "market oriented" atau apa yang sedang laku dipasaran. Dengan bertambahnya nilai guna atau manfaat pada sebuah produk, maka meningkat pula daya jual produk tersebut di mata konsumen, karena adanya peningkatan nilai ekonomis

bagi produk tersebut bagi konsumen.

#### 5) Mandiri

Seseorang dikatakan “mandiri” apabila orang tersebut dapat melakukan keinginan dengan baik tanpa adanya ketergantungan pihak lain dalam mengambil keputusan atau bertindak, termasuk mencukupi kebutuhan hidupnya, tanpa adanya ketergantungan dengan pihak lain. Kemandirian merupakan sifat mutlak yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan. Pada prinsipnya seorang wirausahawan harus memiliki sikap mandiri dalam memenuhi kegiatan usahanya.

#### 6) Realistis

Seseorang dikatakan Realistis bila orang tersebut mampu menggunakan fakta/realita sebagai landasan berpikir yang rasional dalam setiap pengambilan keputusan maupun tindakan/perbuatannya. Banyak seorang calon wirausahawan yang berpotensi tinggi, namun pada akhirnya mengalami kegagalan hanya karena wirausahawan tersebut tidak realistis, obyektif dan rasional dalam pengambilan keputusan bisnisnya. Karena itu dibutuhkan kecerdasan dalam melakukan seleksi terhadap masukan-masukan/sumbang saran yang ada keterkaitan erat dengan tingkat keberhasilan usaha yang sedang dirintis.

### D. RANGKUMAN

#### 1. Dasar Etika adalah Moral

Apa yang dimaksud dengan etika? Menurut kamus ada banyak arti dari etika diantaranya adalah: Prinsip-prinsip yang digunakan untuk mengatur perilaku individu atau kelompok; Pelajaran tentang moral

Definisi Moralitas adalah :

“Aturan-aturan yang dimiliki perorangan atau kelompok tentang apa-apa yang benar dan apa-apa yang salah, atau apa-apa yang baik dan yang jahat.”

Sedangkan yang dimaksud dengan standar moral adalah:

“Norma-norma yang kita miliki tentang jenis-jenis tindakan yang kita percaya secara moral benar atau salah.”

## 2. Moral Lebih ke Arah Individu

Organisasi perusahaan akan eksis bila :

“Ada individu – individu manusia dengan hubungan dan lingkungan tertentu.”

Karena tindakan perusahaan dilakukan oleh pilihan dan tindakan individu-individu di dalamnya. Maka individu-individu tadi yang harus dilihat sebagai penghalang dan pelaksana utama dari tugas moral, tanggung jawab moral perusahaan.

Individu-individu manusia tadi bertanggung jawab pada apa yang dilakukan oleh perusahaan, karena tindakan perusahaan berlangsung karena pilihan-pilihan mereka dan perilaku individu-individu tadi. Sehingga perusahaan mempunyai tugas moral untuk melakukan sesuatu bila anggota perusahaan tersebut mempunyai tanggung jawab moral untuk melakukan sesuatu.

## 3. Pencapai Tertinggi dari Etika adalah Berorientasi pada Prinsip Etika Universal

Tingkat final, tindakan yang benar dilakukan berdasarkan prinsip moral karena logis, universality dan konsistensi. Universality artinya suara hati, di dalam istilah ESQ disebut anggukan universal yang mengacu kepada God Spot.

## E. EVALUASI/REFLEKSI

### 1. Refleksi (untuk bahan diskusi)

#### a. Kasus WorldCom dan Enron

##### *Kasus WorldCom*

Di dalam laporan keuangan WorldCom's, Scott Sullivan memindahkan \$ 400 juta dari reserved account ke “income”. Dia juga selama bertahun-tahun melaporkan trilyunan dolar biaya operasi sebagai “capital expenditure”.

Dia bisa melakukan ini dengan bantuan firm accounting dan auditor terkenal “Arthur Andersen”. Padahal Scott Sullivan, pernah mendapat

penghargaan sebagai Best CFO oleh CFO Magazine tahun 1998.

### ***Kasus Enron***

Pada terbitan April 2001, majalah Fortune menjuluki Enron sebagai perusahaan paling innovative di Amerika “Most Innovative” dan menduduki peringkat 7 besar perusahaan di Amerika. Enam bulan kemudian (Desember 2001) Enron diumumkan bangkrut. Kejadian ini dijuluki sebagai “Penipuan accounting terbesar di abad ke 20”. Dua belas ribu karyawan kehilangan pekerjaan. Pemegang saham-saham Enron kehilangan US\$ 70 Trilyun dalam sekejap ketika nilai sahamnya turun menjadi nol.

Kejadian ini terjadi dengan memanfaatkan celah di bidang akuntansi. Andrew Fastow, Chief Financial officer bekerjasama dengan akuntan public Arthur Andersen, memanfaatkan celah di bidang akuntansi, yaitu dengan menggunakan “special purpose entity”, karena aturan accounting memperbolehkan perusahaan untuk tidak melaporkan keuangan special purpose entity bila ada pemilik saham independent dengan nilai minimum 3%.

Dengan special purpose entity tadi, kemudian meminjam uang ke bank dengan menggunakan jaminan saham Enron. Uang hasil pinjaman tadi digunakan untuk menghidupi bisnis Enron.

### ***Bahasan Kasus***

Dari kasus WorldCom’s dan Enron diatas, dapat diamati bahwa walaupun sudah ada aturan yang jelas mengatur *system accounting*, tetapi kalau manusia yang mengatur tadi tidak bermoral dan tidak beretika maka mereka akan memanfaatkan celah yang ada untuk kepentingan mereka.

### ***Pandangan Velasquez tentang Etika Bisnis di Arab Saudi***

Menurut Velasquez, Arab Saudi adalah tempat kelahiran Islam, yang menggunakan landasan Islam Suni sebagai hukum, kebijakan dan system sosialnya. Tetapi di Arab Saudi tidak dikenal “basic right” (keadilan dasar, seperti tidak ada demokrasi, tidak ada kebebasan berbicara, tidak ada kebebasan pers, tidak mengenal peradilan dengan system juri, tidak mengenal kebebasan beragama dan diskriminasi terhadap wanita. Sehingga menurut

Velasquez, di Arab Saudi tidak mengenal hak azazi manusia. Bahasan Velasquez menyatakan, Arab Saudi adalah contoh Etika Islam, dengan alasan sederhana karena Islam lahir disana. Tetapi dia lupa bahwa Agama Kristen dan Yahudi juga tidak lahir di Eropa atau di Amerika. Dia mengeneralisir bahwa Arab Saudi adalah Islam.

Padahal Arab Saudi bukan merupakan penggambaran negara Islam yang dicontohkan Nabi Muhammad SAW. Dalam jaman Rasul dan empat sahabat penerusnya dikenal istilah demokrasi dan kebebasan beragama.

**b. Bagaimana pendekatan etika yang harus out-in atau in-out**

- 1) *Out- in* adalah proses pengawasan dari luar ke dalam, harus ada aturan main atau bisnis proses yang jelas dan transparan sehingga etika bisnis bisa berjalan, misalnya ada good corporate governance, balance scorecard, atau Malcolm baldrige
- 2) *In- out* adalah pendekatan dari sisi individu pelaku bisnis, pelaku dari etika adalah invidu dan setiap individu harus menjalankan etika bisnis.
- 3) Dalam kasus Enron dan WorldCom's, walaupun sudah ada system yang sangat baik dan well defined is organized, masih saja "oknum" manusia mencari celah diantara aturan main tersebut.
- 4) Bagaimanakah sebaiknya implementasi etika bisnis yang baik, dengan pendekatan in-out, out-in, atau ambivalent dengan menerapkan keduanya.

**c. Apakah etika itu pesan universal horizontal – kewajiban vertical**

- 1) Dasar dari etika adalah kajian terhadap moralitas, dan moralitas tadi mengaju kepada individu.
- 2) Sedangkan pencapai tertinggi dari moral adalah Orientasi Prinsip Etis Universal
- 3) Velasquez menyatakan etika itu lebih abstrak daripada "Ten Commandements"
- 4) Apakah etika itu pesan universal horizontal (manusia ke manusia) minus nilai kewajiban vertical (Agama) ?

**d. Pelanggaran etika bisnis terhadap hukum**

Sebuah perusahaan X karena kondisi perusahaan yang pailit akhirnya memutuskan untuk melakukan PHK kepada karyawannya. Namun dalam melakukan PHK itu, perusahaan sama sekali tidak memberikan pesongan sebagaimana yang diatur dalam UU No. 13/2003 tentang Ketenagakerjaan. Dalam kasus ini perusahaan x dapat dikatakan melanggar prinsip kepatuhan terhadap hukum.

**e. Pelanggaran etika bisnis terhadap transparansi**

Sebuah Yayasan X menyelenggarakan pendidikan setingkat SMA. Pada tahun ajaran baru sekolah mengenakan biaya sebesar Rp 500.000, kepada setiap siswa baru. Pungutan sekolah ini sama sekali tidak diinformasikan kepada mereka saat akan mendaftar, sehingga setelah diterima mau tidak mau mereka harus membayar. Disamping itu tidak ada informasi maupun penjelasan resmi tentang penggunaan uang itu kepada wali murid. Setelah didesak oleh banyak pihak, Yayasan baru memberikan informasi bahwa uang itu dipergunakan untuk pembelian seragam guru. Dalam kasus ini, pihak Yayasan dan sekolah dapat dikategorikan melanggar prinsip transparansi

**f. Pelanggaran etika bisnis terhadap akuntabilitas**

Sebuah RS Swasta melalui pihak Pengurus mengumumkan kepada seluruh karyawan yang akan mendaftar PNS secara otomatis dinyatakan mengundurkan diri. A sebagai salah seorang karyawan di RS Swasta itu mengabaikan pengumuman dari pihak pengurus karena menurut pendapatnya ia diangkat oleh Pengelola dalam hal ini direktur, sehingga segala hak dan kewajiban dia berhubungan dengan Pengelola bukan Pengurus. Pihak Pengelola sendiri tidak memberikan surat edaran resmi mengenai kebijakan tersebut. Karena sikapnya itu, A akhirnya dinyatakan mengundurkan diri. Dari kasus ini RS Swasta itu dapat dikatakan melanggar prinsip akuntabilitas karena tidak ada kejelasan fungsi, pelaksanaan dan pertanggungjawaban antara Pengelola dan Pengurus Rumah Sakit

**g. Pelanggaran etika bisnis terhadap prinsip pertanggungjawaban**

Sebuah perusahaan PJTKI di Jogja melakukan rekrutmen untuk tenaga baby sitter. Dalam pengumuman dan perjanjian dinyatakan bahwa perusahaan berjanji akan mengirimkan calon TKI setelah 2 bulan mengikuti training dijanjikan akan dikirim ke Negara-negara tujuan. Bahkan perusahaan tersebut menjanjikan bahwa segala biaya yang dikeluarkan pelamar akan dikembalikan jika mereka tidak jadi berangkat ke negara tujuan. B yang tertarik dengan tawaran tersebut langsung mendaftar dan mengeluarkan biaya sebanyak Rp 7 juta untuk ongkos administrasi dan pengurusan visa dan paspor. Namun setelah 2 bulan training, B tak kunjung diberangkatkan, bahkan hingga satu tahun tidak ada kejelasan. Ketika dikonfirmasi, perusahaan PJTKI itu selalu berkilah ada penundaan, begitu seterusnya. Dari kasus ini dapat disimpulkan bahwa Perusahaan PJTKI tersebut telah melanggar prinsip pertanggungjawaban dengan mengabaikan hak-hak B sebagai calon TKI yang seharusnya diberangnka ke negara tujuan untuk bekerja.

#### **h. Pelanggaran etika bisnis terhadap prinsip kewajaran**

Sebuah perusahaan property ternama di Yogyakarta tidak memberikan surat ijin membangun rumah dari developer kepada dua orang konsumennya di kawasan kavling perumahan milik perusahaan tersebut. Konsumen pertama sudah memenuhi kewajibannya membayar harga tanah sesuai kesepakatan dan biaya administrasi lainnya. Sementara konsumen kedua masih mempunyai kewajiban membayar kelebihan tanah, karena setiap kali akan membayar pihak developer selalu menolak dengan alasan belum ada ijin dari pusat perusahaan (pusatnya di Jakarta). Yang aneh adalah di kawasan kavling itu hanya dua orang ini yang belum mengantongi izin pembangunan rumah, sementara 30 konsumen lainnya sudah diberi izin dan rumah mereka sudah dibangun semuanya. Alasan yang dikemukakan perusahaan itu adalah ingin memberikan pelajaran kepada dua konsumen tadi karena dua orang ini telah memprovokasi konsumen lainnya untuk melakukan penuntutan segera pemberian izin pembangunan rumah. Dari kasus ini perusahaan property tersebut telah melanggar prinsip kewajaran (fairness) karena tidak memenuhi



hak-hak stakeholder (konsumen) dengan alasan yang tidak masuk akal.

**i. Pelanggaran etika bisnis terhadap prinsip kejujuran**

Sebuah perusahaan pengembang di Sleman membuat kesepakatan dengan sebuah perusahaan kontraktor untuk membangun sebuah perumahan. Sesuai dengan kesepakatan pihak pengembang memberikan spesifikasi bangunan kepada kontraktor. Namun dalam pelaksanaannya, perusahaan kontraktor melakukan penurunan kualitas spesifikasi bangunan tanpa sepengetahuan perusahaan pengembang. Selang beberapa bulan kondisi bangunan sudah mengalami kerusakan serius. Dalam kasus ini pihak perusahaan kontraktor dapat dikatakan telah melanggar prinsip kejujuran karena tidak memenuhi spesifikasi bangunan yang telah disepakati bersama dengan perusahaan pengembang

**j. Pelanggaran etika bisnis terhadap prinsip empati**

Seorang nasabah, sebut saja X, dari perusahaan pembiayaan terlambat membayar angsuran mobil sesuai tanggal jatuh tempo karena anaknya sakit parah. X sudah memberitahukan kepada pihak perusahaan tentang keterlambatannya membayar angsuran, namun tidak mendapatkan respon dari perusahaan. Beberapa minggu setelah jatuh tempo pihak perusahaan langsung mendatangi X untuk menagih angsuran dan mengancam akan mengambil mobil yang masih diangsur itu. Pihak perusahaan menagih dengan cara yang tidak sopan dan melakukan tekanan psikologis kepada nasabah. Dalam kasus ini kita dapat mengategorikan pihak perusahaan telah melakukan pelanggaran prinsip empati pada nasabah karena sebenarnya pihak perusahaan dapat memberikan peringatan kepada nasabah itu dengan cara yang bijak dan tepat.

## **F. EVALUASI**

Evaluasi yang digunakan pada materi ini adalah Penilaian test tulis dan penugasan

# **MODUL**

# **9**

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

## **MENGENAL KEWIRAUSAHAAN**

**Drs. H. Cholil Uman, M. Pd. I.**

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

## Modul 9

# MENGENAL KEWIRAUSAHAAN

### A. PENDAHULUAN

Kewirausahaan yang oleh banyak kalangan disebut dengan istilah entrepreneurship sebenarnya sudah banyak dikenal oleh semua masyarakat, terutama masyarakat yang menekuni wiraswasta sekalipun secara teori mereka belum banyak memahami. Untuk memasyarakatkan dan membangkitkan semangat kewirausahaan di Indonesia, pemerintah telah mengeluarkan Instruksi Presiden Nomor 4, Tahun 1995. Adapun tujuan dikeluarkannya Instruksi Presiden tersebut untuk menumbuhkan semangat kepeloporan di kalangan generasi muda agar mampu menjadi wirausahawan.

Dalam rangka menghadapi era perdagangan bebas, kita ditantang bukan hanya untuk mempersiapkan Sumber Daya Manusia yang siap bekerja, melainkan juga harus mampu mempersiapkan dan membuka lapangan kerja baru. Membuka dan memperluas lapangan kerja baru merupakan kebutuhan yang sangat mendesak. Oleh karena itu, diperlukan berbagai kebijaksanaan pemerintah yang mendukung adanya pendidikan kewirausahaan yang dapat membantu menangani masalah penciptaan lapangan kerja baru.

Para wirausahawan diharapkan dapat menjadi pelopor pembangunan, antara lain ikut serta mengurangi adanya pengangguran. Perubahan dan perbaikan nasib kita harus didasarkan pada kehendak, keinginan, dan kerja keras. Karena itu, peranan wirausaha penting sekali untuk me-mentukan masa depan bangsa dan negara. Pembangunan Indonesia akan lebih mantap bila ditunjang oleh adanya para wirausahawan yang ulet dan tangguh, karena kemampuan pemerintah sangat terbatas dalam penyediaan lapangan kerja baru. Pemerintah Indonesia untuk sementara waktu belum mampu menggarap semua aspek pembangunan, karena membutuhkan anggaran belanja yang cukup besar, personalianya, sarana prasarannya, dan pengawasannya. Jadi, para wirausaha merupakan potensi penunjang pembangunan, baik untuk bangsa maupun negara. Pada dasarnya, di alam pembangunan sekarang ini, semua warga negara Indonesia dituntut memiliki jiwa dan semangat kewirausahaan. Pengembangan Sumber Daya Manusia untuk menjadi pegawai negeri, tampaknya menghadapi keterbatasan kesempatan.

Akan tetapi jika untuk menjadi wirausaha masih terbuka lebar. Sebenarnya, untuk menjadi wirausaha itu tidak hanya mencakup pengusaha yang bergerak di bidang swasta saja, tetapi berlaku juga bagi mereka yang aktif di perusahaan negara atau patungannya. Untuk menjadi seorang wirausaha atau di dalam bahasa Perancis disebut entrepreneur, harus memiliki persyaratan yaitu harus menjadi seorang perwira di bidang usaha atau bisnis. Jadi, persyaratan untuk menjadi seorang wirausaha itu sebenarnya terletak pada kesediaannya bekerja keras dan bertanggung jawab atas pekerjaannya sendiri untuk mencapai suatu tujuan. Sebenarnya, kita merupakan wirausaha yang mampu berdiri sendiri dalam menjalankan usaha guna mencapai tujuan pribadi, keluarga, bangsa, dan negara. Untuk itu, sebaiknya kita harus mengetahui dan mengerti bahwa wirausaha itu merupakan pejuang kemajuan yang mengabdikan kepada masyarakat dan turut serta mengakhiri ketergantungan kita terhadap negara lain.

Pada tahun 2009 pemerintah menggalakkan pelatihan pelatihan kewirausahaan bagi dosen dan pengelola lembaga pendidikan tinggi dengan harapan para dosen dan tenaga akademik mampu menumbuhkan jiwa kewirausahaan bagi mahasiswa sebagai generasi muda harapan bangsa. Peranan wirausaha sangat penting dan menentukan masa depan bangsa dan negara. Secara umum, wirausaha sangat diperlukan untuk memperkuat perekonomian Indonesia. Selanjutnya, agar kita dapat memahami jiwa dan semangat kewirausahaan, terlebih dahulu harus mengetahui pengertian yang berkenaan dengan kewirausahaan dan wirausaha.

## **B. KOMPETENSI PEMBELAJARAN**

Kompetensi yang diharapkan setelah pembelajaran modul ini selesai adalah agar mahasiswa:

1. Mampu menjelaskan pengertian kewirausahaan
2. Mampu menjelaskan latar belakang dan perlunya kewirausahaan
3. Mampu menjelaskan tujuan kewirausahaan
4. Mampu menjelaskan nilai-nilai kewirausahaan
5. Menjelaskan karakter wirausahawan sukses

## **C. URAIAN MATERI**

### **1. Pengertian Kewirausahaan**

Kewirausahaan pertama kali muncul pada abad XVIII diawali dengan penemuan-penemuan baru seperti mesin uap, mesin pemintal dan lain-lain.

Tujuan utama mereka adalah pertumbuhan dan perluasan organisasi melalui inovasi dan kreativitas. Keuntungan dan kekayaan bukan tujuan utama. Secara sederhana arti wirausahawan (*entrepreneur*) adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti.<sup>1</sup>

Istilah kewirausahaan sudah lama menjadi wacana di Indonesia baik pada tingkat formal di perguruan tinggi dan pemerintahan ataupun pada tingkat nonformal pada kehidupan ekonomi di masyarakat. Dilihat dari terminologi, dulu dikenal adanya istilah wiraswasta dan kewirausahaan. Sekarang tampaknya sudah ada semacam konvensi sehingga istilah tersebut menjadi wirausaha (*entrepreneur*) dan kewirausahaan (*entrepreneurship*)<sup>2</sup>. Dahulu orang beranggapan bahwa kewirausahaan adalah bakat bawaan sejak lahir (*entrepreneurship are born nat made*) dan hanya diperoleh dari hasil praktek ditingkat lapangan dan tidak dapat dipelajari dan diajari, tetapi sekarang kewirausahaan merupakan suatu disiplin ilmu yang dapat dipelajari dan diajarkan. Ilmu kewirausahaan adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan (*ability*) dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai resiko yang mungkin dihadapinya<sup>3</sup>. Wirausaha secara historis sudah dikenal sejak diperkenalkan oleh Richard Castillon pada tahun 1755. Diluar negeri, istilah kewirausahaan telah dikenal sejak abad XVI, sedangkan di Indonesia baru dikenal pada akhir abad XX. Beberapa istilah wirausaha seperti di Belanda dikenal dengan *ondernemer*, di Jerman dikenal dengan *unternehmer*.

Pendidikan kewirausahaan mulai dirintis sejak 1950-an di beberapa Negara seperti di Eropa, Amerika, dan Canada. Bahkan sejak 1970-an banyak universitas yang mengajarkan *entrepreneurship* atau *small business*

<sup>1</sup> Kasmir, *Kewirausahaan* (PT RajaGrafindo Perkasa: Jakarta, 2007), 18.

<sup>2</sup> Entrepreneurship adalah pengembangan perilaku kewirausahaan dalam lingkup internal organisasi yang lebih besar dalam bentuk perusahaan korporat). Entrepreneurship muncul karena kebutuhan perusahaan untuk mengembangkan *Strategy Busines Unit* (SBU) dalam rangka meningkatkan *Competitive advantage*-nya. apabila masing-masing SBU berhasil meningkatkan *competitive advantage*-nya, maka secara otomatis perusahaan korporasi akan mampu meningkatkan parenting *advantage*.

<sup>3</sup> Suryana, *Kewirausahaan* (Penerbit Salemba Empat: Jakarta, 2001).

*management*. Pada tahun 1980-an, hampir 500 sekolah di Amerika Serikat memberikan pendidikan kewirausahaan. Di Indonesia, kewirausahaan dipelajari baru terbatas pada beberapa sekolah atau perguruan tinggi tertentu saja. Sejalan dengan perkembangan dan tantangan seperti adanya krisis ekonomi, pemahaman kewirausahaan baik melalui pendidikan formal maupun pelatihan-pelatihan disegala lapisan masyarakat kewirausahaan menjadi berkembang. Dalam bidang pemerintahan seperti dikemukakan oleh Osborne dan Gaebler (1992), pemerintahan saat ini dituntut untuk member corak kewirausahaan (*entrepreneurial government*). Dengan memiliki jiwa/ corak kewirausahaan, maka birokrasi dan anstitusi akan memiliki motivasi, optimism, dan berlomba untuk menciptakan cara-cara baru yang lebih efisien, efektif, fleksible dan adaptif.

Terdapat banyak definisi kewirausahaan yang pada intinya relativee sama seperti dikemukakan oleh Drucker (1994), Zimemerer (1996) Suryana (2001), Longenecker dkk (2001), Syis dalam Wijandi (1988), Say (1800) dalam Osborne dan Gaebler (1992), (Schumpeter, 1934), eksplorasi berbagai peluang (Kirzner, 1973), menghadapi ketidakpastian (Knight, 1921), Sumahawijaya (1980) dalam Wijandi (1988) dan Siagian. Seorang dikatakan sebagai wirausahawan apabila memiliki segenap cirri-ciri wirausaha tangguh, dan wirausahawan unggul. Sedangkan dilihat dari jenisnya terbagi kedalam tiga kelompok yaitu *Administrative Entrepreneur*, *Innovative Entrepreneur* dan *Catalist Entrepreneur*.

Beberapa definisi tentang kewirausahaan tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

***Richard Cantillon (1775)***

Kewirausahaan didefinisikan sebagai bekerja sendiri (*self-employment*). Seorang wirausahawan membeli barang saat ini pada harga tertentu dan menjualnya pada masa yang akan datang dengan harga tidak menentu. Jadi definisi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang menghadapi resiko atau ketidakpastian

***Jean Baptista Say (1816)***

Seorang wirausahawan adalah agen yang menyatukan berbagai alat-alat

produksi dan menemukan nilai dari produksinya.

***Frank Knight (1921)***

Wirausahawan mencoba untuk memprediksi dan menyikapi perubahan pasar. Definisi ini menekankan pada peranan wirausahawan dalam menghadapi ketidakpastian pada dinamika pasar. Seorang wirausahawan disyaratkan untuk melaksanakan fungsi-fungsi manajerial mendasar seperti pengarahan dan pengawasan.

***Joseph Schumpeter (1934)***

Wirausahawan adalah seorang inovator yang mengimplementasikan perubahan-perubahan di dalam pasar melalui kombinasi-kombinasi baru. Kombinasi baru tersebut bisa dalam bentuk (1) memperkenalkan produk baru atau dengan kualitas baru, (2) memperkenalkan metoda produksi baru, (3) membuka pasar yang baru (new market), (4) Memperoleh sumber pasokan baru dari bahan atau komponen baru, atau (5) menjalankan organisasi baru pada suatu industry. Schumpeter mengkaitkan wirausaha dengan konsep inovasi yang diterapkan dalam konteks bisnis serta mengkaitkannya dengan kombinasi sumber daya.

***Penrose (1963)***

Kegiatan kewirausahaan mencakup indentifikasi peluang-peluang di dalam sistem ekonomi. Kapasitas atau kemampuan manajerial berbeda dengan kapasitas kewirausahaan.

***Harvey Leibenstein (1968, 1979)***

Kewirausahaan mencakup kegiatan-kegiatan yang dibutuhkan untuk menciptakan atau melaksanakan perusahaan pada saat semua pasar belum terbentuk atau belum teridentifikasi dengan jelas, atau komponen fungsi produksinya belum diketahui sepenuhnya.

***Israel Kirzner (1979)***

Wirausahawan mengenali dan bertindak terhadap peluang pasar.

***Entrepreneurship Center at Miami University of Ohio***

Kewirausahaan sebagai 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 resiko atau ketidakpastian.

#### *Peter F. Drucker*

Kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Pengertian ini mengandung maksud bahwa seorang wirausahaan adalah orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, berbeda dari yang lain. Atau mampu menciptakan sesuatu yang berbeda dengan yang sudah ada sebelumnya.

#### *Zimmerer*

Kewirausahaan sebagai suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha).

#### Definisi harfiah

Kewirausahaan berasal dari kata wirausaha diberi awalan *ke* dan akhiran *an* yang bersifat membuat kata benda wirausaha mempunyai pengertian abstrak, yaitu hal-hal yang bersangkutan dengan wirausaha. Lebih lanjut bila *wira* diartikan sebagai berani dan *usaha* diartikan sebagai kegiatan bisnis yang komersial maupun non bisnis dan non komersial, maka kewirausahaan dapat diartikan sebagai hal-hal yang bersangkutan dengan keberanian seseorang untuk melaksanakan sesuatu kegiatan bisnis/ non bisnis (cara mandiri).

Salah satu kesimpulan yang bisa ditarik dari berbagai pengertian tersebut adalah bahwa kewirausahaan dipandang sebagai fungsi yang mencakup eksploitasi peluang-peluang yang muncul di pasar. Eksploitasi tersebut sebagian besar berhubungan dengan pengarah dan atau kombinasi input yang produktif. Seorang wirausahawan selalu diharuskan menghadapi resiko atau peluang yang muncul, serta sering dikaitkan dengan tindakan yang kreatif dan inovatif. Wirausahawan adalah orang yang merubah nilai sumber daya, tenaga kerja, bahan dan faktor produksi lainnya menjadi lebih besar daripada sebelumnya dan juga orang yang melakukan perubahan, inovasi dan cara-cara baru.

Kesimpulan lain dari kewirausahaan adalah proses penciptaan



sesuatu yang berbeda nilainya dengan menggunakan usaha dan waktu yang diperlukan, memikul resiko finansial, psikologi dan sosial yang menyertainya, serta menerima balas jasa moneter dan kepuasan pribadi. Suatu kemampuan dalam hal menciptakan kegiatan usaha, kemampuan menciptakan memerlukan adanya kreativitas dan inovasi yang terus menerus untuk menemukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya. Kreativitas dan inovasi tersebut pada akhirnya mampu memberikan kontribusi bagi masyarakat banyak.

## 2. Latar Belakang dan Perlunya Kewirausahaan

Istilah wirausaha muncul kemudian setelah dan sebagai padanan wiraswasta yang sejak awal sebagian orang masih kurang *sreg* dengan kata swasta. Persepsi tentang wirausaha sama dengan wiraswasta sebagai padanan entrepreneur. Perbedaannya adalah pada penekanan pada kemandirian (swasta) pada wiraswasta dan pada usaha (bisnis) pada wirausaha. Istilah wirausaha kini makin banyak digunakan orang terutama karena memang penekanan pada segi bisnisnya. Walaupun demikian mengingat tantangan yang dihadapi oleh generasi muda pada saat ini banyak pada bidang lapangan kerja, maka pendidikan wiraswasta mengarah untuk survival dan kemandirian seharusnya lebih ditonjolkan.

Sedikit perbedaan persepsi wirausaha dan wiraswasta harus dipahami, terutama oleh para pengajar agar arah dan tujuan pendidikan yang diberikan tidak salah. Jika yang diharapkan dari pendidikan yang diberikan adalah sosok atau individu yang lebih bermental baja atau dengan kata lain lebih memiliki kecerdasan emosional (EQ) dan kecerdasan advirsity (AQ) yang berperan untuk hidup (menghadapi tantangan hidup dan kehidupan) maka pendidikan wiraswasta yang lebih tepat. Sebaliknya jika arah dan tujuan pendidikan adalah untuk menghasilkan sosok individu yang lebih lihai dalam bisnis atau uang, atau agar lebih memiliki kecerdasan finansial (FQ) maka yang lebih tepat adalah pendidikan wirausaha. Karena kedua aspek itu sama pentingnya, maka pendidikan yang diberikan sekarang lebih cenderung kedua aspek itu dengan menggunakan kata wirausaha. Persepsi wirausaha kini mencakup baik aspek finansial maupun personal, sosial, dan

professional<sup>4</sup>.

Ada beberapa hal yang melatarbelakangi dan alasan perlunya mengembangkan kewirausahaan, diantaranya adalah:

a. Banyaknya pengangguran intelektual.

Menurut data pada Badan Pusat Statistik (BPS) tingkat pengangguran di Indonesia tahun 2009 mencapai  $\pm 7,8$  juta jiwa. Dari jumlah tersebut  $\pm 1,5$  juta jiwa adalah pengangguran intelektual, jumlah tersebut naik setiap tahun  $\pm 5\%$ - $10\%$ . Penyebab terjadinya pengangguran intelektual salah satu penyebabnya adalah model pembelajaran atau perkuliahan di perguruan tinggi lebih banyak teori dari pada praktek. Dengan melihat kenyataan di atas, maka wirausaha mutlak diperlukan dan perlu dikembangkan. Tanpa wirausaha jumlah pengangguran tidak akan pernah berkurang.

b. Terbatasnya daya tampung institusi baik pemerintah maupun swasta dalam penerimaan pegawai atau karyawan.

Sampai saat ini generasi muda Indonesia, terutama dari kalangan intelektual, lulusan perguruan tinggi dan sarjana lebih mendambakan menjadi pegawai, karyawan perusahaan atau instansi pemerintah maupun swasta dari pada menjadi wirausahawan. Pada hal daya tampung penerimaan pegawai atau karyawan sangat terbatas. Berdasarkan data Kepegawaian Nasional jumlah pendaftar pegawai pada tahun 2010 dengan jumlah yang dibutuhkan adalah skala 1:26. Dengan demikian untuk lolos dan diterima menjadi pegawai harus menyingkirkan 25 orang.

Dengan melihat realita di atas, maka tidak ada pilihan lain kecuali harus mengembangkan wirausaha.

c. Adanya potensi atau sumber daya manusia dan alam yang perlu dikembangkan.

Bangsa dan Negara Indonesia termasuk bangsa dan Negara yang kaya, mempunyai sumber daya manusia dan sumber daya alam yang luar biasa. Sumber daya manusia dan alam yang membutuhkan pengelolaan dan pengembangan salah satunya adalah jumlah penduduk dan kekayaan alam. Potensi ini memerlukan tenaga yang sanggup mengelola dan mengembangkan.

---

<sup>4</sup> Soesarsono, *Pengantar Kewirausahaan*, Buku I, Jurusan Teknologi Industri ( IPB: Bogor, 2002), 48.

Tenaga yang dibutuhkan adalah tenaga-tenaga yang mempunyai jiwa pengembang, sedangkan jiwa pengembang hanya dimiliki oleh pengusaha atau orang yang menekuni wirausaha.

Negara ini sangat memerlukan orang-orang yang bisa mengembangkan sumber daya alam yang ada, bukan hanya orang-orang yang bisa memanfaatkan sumber daya alam saja. Dari sinilah jelas diperlukannya kewirausahaan.

Di samping tiga alasan di atas, ada beberapa alasan lain yang melatarbelakangi perlunya kewirausahaan yaitu: 1) Agar mampu menatap masa depan yang lebih baik, 2) Berwirausaha diharapkan seseorang mampu mandiri, membuka lapangan kerja bagi orang lain dan 3) Menjadi Bos bagi usahanya atau lebih baik membayar gaji dari pada menjadi orang gajian. Dengan demikian, ada enam hakekat pentingnya kewirausahaan, yaitu:

- 1) Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses dan hasil bisnis.
- 2) Kewirausahaan adalah suatu nilai yang dibutuhkan untuk memulai sebuah usaha dan mengembangkan usaha.
- 3) Kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (kreatif) dan berbeda (inovatif) yang bermanfaat dalam memberikan nilai lebih.
- 4) Kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.
- 5) Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreatifitas dan keinovasian dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan usaha.
- 6) Kewirausahaan adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan.

Kesejahteraan suatu Negara sangat dipengaruhi oleh banyaknya wirausahawan/ *entrepreneur* yang ada pada Negara tersebut. Semakin banyak jumlah wirausahawan yang professional di suatu Negara, maka akan semakin sejahtera Negara tersebut. Karena jiwa *entrepreneur* adalah jiwa pengembang

yang penuh kreasi dan inivasi.

Jumlah ideal wirausahawan di suatu Negara rata-rata adalah 15% - 17% dari jumlah penduduk. Di amerika Serikat jumlah wirausahawan mencapai  $\pm$  15%, di Negara Eropa rata-rata  $\pm$  12% - 15%, di Singapura mencapai 8%, sedangkan di Indonesia masih 1,2%.

### 3. Tujuan Kewirausahaan

Bahan ajar mata diklat Kewirausahaan dapat diajarkan dan dikembangkan di Sekolah-sekolah Dasar, Sekolah Menengah, Perguruan Tinggi, dan di berbagai kursus bisnis. Di dalam pelajaran Kewirausahaan, para siswa diajari dan ditanamkan sikap-sikap perilaku untuk membuka bisnis, agar mereka menjadi seorang wirausaha yang berbakat. Agar lebih jelas, di bawah ini diuraikan tujuan dari Kewirausahaan, sebagai berikut:

- a. Meningkatkan jumlah para wirausaha yang berkualitas.
- b. Mewujudkan kemampuan dan kemantapan para wirausaha untuk menghasilkan kemajuan dan kesejahteraan masyarakat.
- c. Membudayakan semangat sikap, perilaku, dan kemampuan kewirausahaan di kalangan pelajar dan masyarakat yang mampu, handal, dan unggul.
- d. Menumbuhkembangkan kesadaran dan orientasi Kewirausahaan yang tangguh dan kuat terhadap para siswa dan masyarakat.

Selain tujuan yang telah dipaparkan di atas, ada beberapa tujuan lain berwirausaha yang tidak kalah pentingnya bagi pengusaha, adalah:

- a. Mendapat keuntungan, laba dan hasil

Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap orang yang bekerja, apapun jenis pekerjaannya pasti mengharapkan penghasilan. Penghasilan yang diperoleh merupakan kompensasi dari tenaga, waktu dan pikiran yang dikeluarkan. Bagi orang yang berwirausaha tidak hanya dapat penghasilan tetapi mendapat laba dan keuntungan. Laba dan keuntungan diperoleh sebagai buah dari transaksi jual beli atau perdagangan yang di dalamnya terdapat resiko. Jadi sebagai wirausahawan, selain mendapat untung, laba juga ada rugi dan resiko. Jika laba, keuntungan atau penghasilan pengusaha lebih besar dari modal maka hal ini termasuk wajar, karena seorang pengusaha menanggung resiko dan rugi jika gagal bisnis, sedangkan pegawai tidak menanggung resiko dan rugi.

- b. Mencari kebebasan dalam bekerja

Selain bertujuan mendapatkan laba, keuntungan dan penghasilan, tujuan berwirausaha adalah untuk mendapatkan kebebasan dalam bekerja. Kebebasan yang dimaksud dalam berwirausaha adalah kebebasan dalam mengatur waktu bekerja. Dalam bekerja tidak terikat oleh waktu berangkat harus jam 08.00 WIB dan pulang jam 16.00 WIB, hari kerja Senin s/d Jum'at, hari Sabtu dan Minggu libur. Di samping kebebasan mengatur waktu bekerja juga kebebasan mengatur pekerjaannya sendiri tanpa diperintah orang lain, bahkan juga kebebasan dalam mengambil keputusan dan kebijakan.

Kebebasan dalam bekerja ini bagi orang tertentu mahal harganya. Oleh karena itu tidak sedikit orang yang sudah bekerja di instansi atau perusahaan tertentu menjadi staf, karyawan, pegawai keluar dari perusahaannya untuk beralih kepada wirausaha yang dirasa mempunyai banyak kebebasan, di samping berwirausaha secara tidak langsung ia menjadi pemimpin pada usahanya sendiri.

#### c. Mencari kepuasan sejati

Mutiara hikmah mengatakan "kepuasan yang besar adalah ketika kita berhasil meraih kesuksesan, tapi kepuasan sejati adalah ketika kita berhasil mengantarkan orang lain sukses besar". Orang yang berwirausaha kesempatan menolong orang lain terutama yang berkaitan dengan financial lebih besar atau lebih banyak dari pada profesi lain. Karena wirausaha pada umumnya melibatkan banyak orang. Dengan berwirausaha, maka banyak tenaga yang dibutuhkan, banyak member pekerjaan orang lain dan member manfaat kepada orang lain. Semua ini akan melahirkan kepuasan tersendiri.

Apabila dalam berwirausaha tidak banyak melibatkan orang lain, artinya pekerjaan itu dijalani dan dikerjakan dengan tangan sendiri, maka ini juga memberikan kepuasan dan kenikmatan tersendiri. Orang berwirausaha dengan tujuan mencari kepuasan sejati.

#### 4. Nilai-Nilai Kewirausahaan

Kata entrepreneurship diawali dengan huruf E. Apabila jari kita dibentuk menjadi huruf E maka yang kita lihat adalah angka tiga (3). Angka 3 dan huruf E inilah yang menjadi simbol salam entrepreneurship dan sekaligus menjadi nilai-nilai luhur entrepreneurship.

Dalam entrepreneurship ada nilai-nilai luhur antara lain:

### a. Ekonomi Sejahtera

Setiap orang pasti mendambakan ekonomi sejahtera. Ekonomi sejahtera atau keamanan ekonomi sangat mempengaruhi kehidupan seseorang. Ekonomi yang mapan memberi kesempatan kepada seseorang untuk meraih yang terbaik. Dengan ekonomi yang mapan dan sejahtera seseorang bisa memilih dan meraih pendidikan yang terbaik. Dengan ekonomi yang mapan dan sejahtera seseorang bisa menunaikan ibadah yang memerlukan materi dengan sempurna misalnya haji, zakat, infaq dan sedekah bagi umat Islam. Dengan ekonomi mapan dan sejahtera seseorang bisa leluasa berbagi materi dengan sesame. Dengan ekonomi yang mapan dan sejahtera seseorang bisa keliling dunia dan menikmati keindahannya sebagai ciptaan Tuhan.

Ekonomi sejahtera salah satunya ditandai dengan kecukupan dalam hal urusan harta atau materi. Dalam menjalani hidup di dunia ini harta memang bukan segala-galanya tetapi pengalaman hidup kita mengajarkan ternyata segala-galanya di dunia ini membutuhkan harta. Begitu penting dan perannya harta atau materi maka di setiap selesai ibadah kita selalu mohon kepada Allah untuk diberi kecukupan harta. Kita berdoa kepada Allah agar diberi rizki yang lapang, jembar, luas dan berkah yang pada ujungnya kita ingin meraih kebahagiaan dunia dan keselamatan di akhirat (*fiddun-ya hasanah wafil akhirati hasanah*).

Ekonomi sejahtera merupakan salah satu indikator dari hidup sejahtera yang dalam bahasa alquran diistilahkan dengan "*hayatan thoyyibah*" artinya hidup yang baik atau sejahtera. Untuk meraih hidup sejahtera atau *hayatan thoyyibah* yang ditandai dengan keamanan di bidang ekonomi jalan yang harus ditempuh menurut pesan alquran adalah dengan memperbanyak amal sholeh dan doa atau pendekatan kepada Allah swt. Inilah yang tersurat dalam firman Allah surat an Nahl ayat 97 yang artinya: "*Barang siapa beramal sholeh (berkarya baik) dari laki-laki atau perempuan dan dia seorang mukmin maka pasti Aku berikan kehidupan yang baik (sejahtera)*".

Pada ayat di atas terdapat dua hal yang saling berkaitan, mempunyai hubungan sebab akibat. Lahirmya dan terwujudnya "*hayatan thoyyibah*" yang ditandai dengan ekonomi sejahtera disebabkan oleh adanya "*amila sholihan*"

atau amal baik, karya baik. Dengan demikian maka ekonomi sejahtera bukan terwujud karena faktor kebetulan, nasib, keberuntungan tetapi memang benar-benar diupayakan melalui sebuah usaha yang baik, kerja sungguh-sungguh, tanpa itu maka tidak mungkin *hayatan thoyyibah*, hidup sejahtera, ekonomi mapan bisa terwujud. Usaha yang baik, kerja yang sungguh-sungguh merupakan bagian dari jiwa dan perilaku entrepreneurship.

#### b. Ekspresi diri

Manusia diciptakan Allah dengan banyak potensi salah satu potensi terbesar yang dimiliki manusia adalah akal pikiran. Dengan akal pikiran seseorang bisa berfikir, berkreasi sehingga hidup menjadi dinamis. Inilah salah satu yang menyebabkan manusia dalam pandangan Allah lebih mulia daripada malaikat. Manusia dalam hidupnya selalu dinamis karena manusia menggunakan akal untuk berfikir dan berkreasi sedangkan malaikat hidupnya statis tidak sanggup berkreasi karena tidak memiliki akal pikiran. Kreasi seseorang merupakan harga dari pribadinya artinya semakin banyak seseorang berkreasi maka semakin mahal harga dirinya dan dalam pandangan Allah pribadi yang demikian mudah meraih kesejahteraan hidup. Di samping itu dia mendapatkan kecintaan dari Allah swt, dalam hadis dijelaskan rasulullah saw bersabda yang artinya “sesungguhnya Allah swt mencintai hamba yang kreatif, inovatif dan produktif”(Hr. Thobrani)

Manusia juga tidak hanya diberi potensi akal pikiran tetapi juga diberi potensi yang lain. Gestalt seorang psikolog berkebangsaan Jerman dalam teori ilmu jiwa daya mengatakan bahwa seorang manusia dilahirkan dengan beberapa daya antara lain daya berfikir, daya berimajinasi, daya berfantasi, daya berkreasi, daya mengingat dsb. Daya-daya tersebut sangat besar pengaruhnya terhadap peningkatan kualitas hidup dirinya. Semakin maksimal seseorang mengfungsikan semua daya yang dimiliki maka semakin mudah mereka mengekspresikan dirinya dalam bentuk karya yang bermanfaat baik bagi dirinya maupun bagi orang lain. Dengan kreasi dan karya yang dihasilkan maka seseorang memiliki harga yang tinggi.

#### c. Empati Sesama

Empati sesama maksudnya mempunyai kepedulian kepada orang lain artinya mau berbagi apa yang dimiliki untuk orang lain yang

mempunyai. Empati berbeda dengan simpati. Empati kandungannya lebih besar dan lebih mendalam dibandingkan dengan simpati. Jika ada orang bersedih karena kehilangan sepeda motor lalu kita ikut bersedih maka itu namanya simpati tetapi jika kita action untuk ikut mencari sepedanya yang hilang maka itulah yang namanya empati. Dalam empati terdapat action, wujud nyata dalam bentuk pemberian, baik berupa materi maupun berupa perbuatan tidak hanya berupa ucapan atau sikap yang semu dan verbalis.

Empati sesama dapat kita wujudkan atau kita realisasikan apabila kita mempunyai sesuatu yang bisa kita berikan. Sesuatu yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat sekarang ini adalah materi, uang. Hal ini bisa dimaklumi karena salah satu problem besar yang dihadapi oleh masyarakat kita sekarang adalah kemiskinan. Dengan demikian yang harus kita lakukan adalah menciptakan keamanan financial atau ekonomi sejahtera. Dengan ekonomi mapan atau finansialship maka kita bisa mewujudkan empati sesama.

Mewujudkan ekonomi mapan atau finansialship bukan hal yang mudah tetapi memerlukan perjuangan yang luar biasa, butuh kerja keras, kerja cerdas dan kerja ikhlas. Jiwa yang demikian pada umumnya dimiliki oleh para pengusaha atau entrepreneur. Para entrepreneur bekerja dengan sungguh-sungguh dan sungguh-sungguh bekerja. Entrepreneur benar-benar memanfaatkan waktu sebaik mungkin dan mengembangkan potensi yang dimiliki semaksimal mungkin pula. Dengan cara seperti inilah seorang entrepreneur mampu mewujudkan ekonomi mapan dan pada gilirannya mampu mewujudkan empati sesama. Tanpa ekonomi mapan sulit kita bisa melakukan empati sesama dalam kaitannya dengan bantuanmateri atau uang.

##### 5. Sifat-Sifat Pribadi Wirausaha Sukses

Dari pengertian Wirausahawan di atas, maka kita dapat mengambil kesimpulan bahwa seorang wirausahawan adalah individu-individu yang berorientasi kepada tindakan, dan memiliki motivasi tinggi, yang beresiko dalam mengejar tujuannya.

Untuk dapat mencapai tujuan-tujuannya, maka diperlukan sikap dan perilaku yang mendukung pada diri seorang wirausahawan. Sikap



dan Perilaku sangat dipengaruhi oleh sifat dan watak yang dimiliki oleh seseorang. Sifat dan watak yang baik, berorientasi pada kemajuan dan positif merupakan sifat dan watak yang dibutuhkan oleh seorang wirausahawan agar wirausahawan tersebut dapat maju/ sukses.

Daftar ciri-ciri dan sifat-sifat profil seorang wirausahawan:

NO	CIRI	WATAK
1	Percaya Diri	Keyakinan, kemandirian, individualitas dan optimisme
2	Berorientasi tugas dan hasil	Kebutuhan akan prestasi, berorientasi pada laba, memiliki ketekunan dan ketabahan, memiliki tekad yang kuat, suka bekerja keras, energik dan memiliki inisiatif
3	Mengambil resiko	Memiliki kemampuan mengambil resiko dan suka pada tantangan
4	Kepemimpinan	Bertingkah laku sebagai pemimpin, dapat bergaul dengan orang lain dan suka terhadap saran dan kritik yang membangun
5	Keorisinilan	Memiliki inovasi dan kreativitas tinggi, fleksibel, serba bisa dan memiliki jaringan bisnis yang luas
6	Berorientasi kepada masa depan	Persepsi dan memiliki cara pandang/ cara pikir yang berorientasi pada masa depan
7	Jujur dan tekun	Memiliki keyakinan bahwa hidup itu sama dengan kerja

Dari daftar ciri dan sifat watak seorang wirausahawan di atas, dapat kita identifikasi sikap seorang wirausahawan yang dapat diangkat dari kegiatannya sehari-hari, sebagai berikut:

#### a. Disiplin

Dalam melaksanakan kegiatannya, seorang wirausahawan harus memiliki kedisiplinan yang tinggi. Artinya kata disiplin itu sendiri adalah ketepatan komitmen wirausahawan terhadap tugas dan pekerjaannya. Ketepatan yang dimaksud bersifat menyeluruh, yaitu ketepatan terhadap waktu, kualitas pekerjaan, sistem kerja dan sebagainya.

Ketepatan terhadap waktu, dapat dibina dalam diri seseorang dengan berusaha menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan waktu yang direncanakan. Sifat sering menunda pekerjaan dengan berbagai

macam alasan, adalah kendala yang dapat menghambat seorang wirausahawan meraih keberhasilan.

Kedisiplinan terhadap komitmen akan kualitas pekerjaan dapat dibina dengan ketaatan wirausahawan akan komitmen tersebut. Wirausahawan harus taat azas. Hal tersebut akan dapat tercapai jika wirausahawan memiliki kedisiplinan yang tinggi terhadap sistem kerja yang telah ditetapkan. Ketaatan wirausahawan akan kesepakatan-kesepakatan yang dibuatnya adalah contoh dari kedisiplinan akan kualitas pekerjaan dan sistem kerja.

#### b. Komitmen Tinggi

Komitmen adalah kesepakatan mengenai sesuatu hal yang dibuat oleh seseorang, baik terhadap dirinya sendiri maupun orang lain. Dalam melaksanakan kegiatannya, seorang wirausahawan harus memiliki komitmen yang jelas, terarah dan bersifat *progressif* (berorientasi pada kemajuan). Komitmen terhadap dirinya sendiri dapat dibuat dengan mengidentifikasi cita-cita, harapan dan target-target yang direncanakan dalam hidupnya. Sedangkan contoh komitmen wirausahawan terhadap orang lain terutama konsumennya adalah pelayanan prima yang berorientasi pada kepuasan konsumen, kualitas produk yang sesuai dengan harga produk yang ditawarkan, *problem solving* bagi masalah konsumen, dan sebagainya.

Seorang wirausahawan yang teguh menjaga komitmennya terhadap konsumen, akan memiliki nama baik (*goodwill*) di mata konsumen yang akhirnya wirausahawan tersebut akan mendapatkan kepercayaan dari konsumen, dengan dampak pembelian terus meningkat sehingga pada akhirnya tercapai target perusahaan yaitu memperoleh laba yang diharapkan.

#### c. Jujur

Kejujuran merupakan landasan moral yang terkadang dilupakan oleh seorang wirausahawan. Kejujuran dalam berperilaku bersifat

kompleks. Kejujuran mengenai karakteristik produk (barang dan jasa) yang ditawarkan, kejujuran mengenai promosi yang dilakukan, kejujuran mengenai pelayanan purna jual yang dijanjikan dan kejujuran mengenai segala kegiatan yang terkait dengan penjualan produk yang dilakukan oleh wirausahawan.

d. Kreatif dan Inovatif

Untuk memenangkan persaingan, maka seorang wirausahawan harus memiliki daya kreativitas yang tinggi. Daya kreatifitas tersebut sebaiknya adalah dilandasi oleh cara berpikir yang maju, penuh dengan gagasan-gagasan baru yang berbeda dengan produk-produk yang telah ada selama ini di pasar. Gagasan-gagasan yang kreatif umumnya tidak dapat dibatasi oleh ruang, bentuk ataupun waktu. Justru seringkali ide-ide jenius yang memberikan terobosan-terobosan baru dalam dunia usaha awalnya adalah dilandasi oleh gagasan-gagasan kreatif yang kelihatannya

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

mustahil. Namun, gagasan-gagasan yang baikpun, jika tidak diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari, hanya akan menjadi sebuah mimpi. Gagasan-gagasan yang jenius umumnya membutuhkan daya inovasi yang tinggi dari wirausahawan yang bersangkutan. Kreativitas yang tinggi tetap membutuhkan sentuhan inovasi agar laku di pasar. Inovasi yang dibutuhkan adalah kemampuan wirausahawan dalam menambahkan nilai guna/ nilai manfaat terhadap suatu produk dan menjaga mutu produk dengan memperhatikan "*market oriented*" atau apa yang sedang laku dipasaran. Dengan bertambahnya nilai guna atau manfaat pada sebuah produk, maka meningkat pula daya jual produk tersebut di mata konsumen, karena adanya peningkatan nilai ekonomis bagi produk tersebut bagi konsumen.

e. Mandiri

Seseorang dikatakan "mandiri" apabila orang tersebut dapat melakukan keinginan dengan baik tanpa adanya ketergantungan pihak

lain dalam mengambil keputusan atau bertindak, termasuk mencukupi kebutuhan hidupnya, tanpa adanya ketergantungan dengan pihak lain. Kemandirian merupakan sifat mutlak yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan. Pada prinsipnya seorang wirausahawan harus memiliki sikap mandiri dalam memenuhi kegiatan usahanya.

f. Realistis

Seseorang dikatakan Realistis bila orang tersebut mampu menggunakan fakta/realita sebagai landasan berpikir yang rasional dalam setiap pengambilan keputusan maupun tindakan/ perbuatannya. Banyak seorang calon wirausahawan yang berpotensi tinggi, namun pada akhirnya mengalami kegagalan hanya karena wirausahawan tersebut tidak realistis, obyektif dan rasional dalam pengambilan keputusan bisnisnya. Karena itu dibutuhkan kecerdasan dalam melakukan seleksi terhadap masukan-masukan/ sumbang saran yang ada keterkaitan erat dengan tingkat keberhasilan usaha yang sedang dirintis.

Sifat-sifat pribadi wirausaha sukses menurut **Mohammad Najikh** adalah sebagai berikut:

- a. Mempunyai visi artinya kemampuan melihat apa yang tidak dapat dilihat orang lain.
- b. Mempunyai keberanian artinya kemampuan bertindak walaupun ada keragu-raguan yang besar.
- c. Mempunyai kreasi (kreatif) artinya kemampuan berfikir dan berkreasi lain dari kebanyakan orang.
- d. Mempunyai daya tahan dari kritik artinya kemampuan bertahan dan tetap konsisten serta semangat sekalipun kritik datang silih berganti, mempunyai prinsip tidak ada satupun orang sukses yang tidak dikritik
- e. Mempunyai jiwa sabar dan tidak cepat puas diri artinya kemampuan menahan rasa puas diri jangka pendek dan lebih mengutamakan hasil jangka panjang yang lebih besar.

Sedangkan menurut **Kasmir**, ciri-ciri wirausaha yang berhasil adalah

sebagai berikut.<sup>5</sup>

- a. 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.
- b. 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.
- c. 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.
- d. Berani mengambil risiko. Hal ini merupakan sifat yang harus dimiliki seorang pengusaha kapanpun dan dimanapun, baik dalam bentuk uang maupun waktu.
- e. Kerja keras. Jam kerja pengusaha tidak terbatas pada waktu, di mana ada peluang di situ dia datang. Kadang-kadang seorang pengusaha sulit untuk mengatur waktu kerjanya. Benaknya selalu memikirkan kemajuan usahanya. Ide-ide baru selalu mendorongnya untuk bekerja keras merealisasikannya. Tidak ada kata sulit dan tidak ada masalah yang tidak dapat diselesaikan.
- f. 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.
- g. Komitmen pada berbagai pihak merupakan ciri yang harus dipegang teguh dan harus ditepati. Komitmen untuk melakukan sesuatu memang merupakan kewajiban untuk segera ditepati dan direalisasikan.
- h. Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak,

---

<sup>5</sup> Kasmir, *Kewirausahaan* (PT RajaGrafindo Perkasa: Jakarta, 2007), 27-28.

baik yang berhubungan langsung dengan usaha yang dijalankan maupun tidak. Hubungan baik yang perlu dijalankan, 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 :

- a. 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.
- b. 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 wirausaha untuk dapat melakukan kerja walaupun pada saat yang bersamaan hasil yang diharapkan masih juga belum dapat diperoleh.
- c. 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 & Bradstreet business Credit Service mengemukakan 10 kompetensi yang harus dimiliki, yaitu :

- a. *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.
- b. *knowing the basic business management*, yaitu mengetahui dasar-dasar

pengelolaan bisnis, misalnya cara merancang usaha, mengorganisasi dan mengenalkan 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.

- c. *having the proper attitude*, yaitu memiliki sikap yang sempurna terhadap usaha yang dilakukannya. Dia harus bersikap seperti pedagang, industriawan, pengusaha, eksekutif yang sungguh-sungguh dan tidak setengah hati.
- d. *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.
- e. *managing finances effectively*, yaitu memiliki kemampuan/ mengelola keuangan, secara efektif dan efisien, mencari sumber dana dan menggunakannya secara tepat, dan mengendalikannya secara akurat.
- f. *managing time efficiently*, yaitu kemampuan mengatur waktu seefisien mungkin. Mengatur, menghitung, dan menepati waktu sesuai dengan kebutuhannya.
- g. *managing people*, yaitu kemampuan merencanakan, mengatur, mengarahkan/ memotivasi, dan mengendalikan orang-orang dalam menjalankan perusahaan.
- h. *satisfying customer by providing high quality product*, yaitu memberi kepuasan kepada pelanggan dengan cara menyediakan barang dan jasa yang bermutu, bermanfaat dan memuaskan.
- i. *knowing Hozu to Compete*, yaitu mengetahui strategi/ cara bersaing. Wirausaha harus dapat mengungkap kekuatan (*strength*), kelemahan (*weak*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*), dirinya dan pesaing. Dia harus menggunakan analisis SWOT sebaik terhadap dirinya dan terhadap pesaing.

- j. *copying with regulation and paper work*, yaitu membuat aturan/ pedoman yang jelas tersurat, tidak tersirat.<sup>6</sup>

Delapan tingkatan menuju puncak karir berwirausaha terdiri atas<sup>7</sup>:

- a. Mau kerja keras (*capacity for hard work*)
- b. Bekerjasama dengan orang lain (*getting things done with and through people*)
- c. Penampilan yang baik (*good appearance*)
- d. Yakin (*self confidence*)
- e. Pandai membuat keputusan (*making sound decision*)
- f. Mau menambah ilmu pengetahuan (*college education*)
- g. Ambisi untuk maju (*ambition drive*)
- h. Pandai berkomunikasi (*ability to communicate*)

#### D. RANGKUMAN

1. Kewirausahaan adalah sikap kesaktia, pantang menyerah dalam menjalankan usaha atau pekerjaan sehingga mendatangkan penghasilan sesuai dengan yang diharapkan
2. Latar belakang dan perlunya kewirausahaan antara lain banyaknya pengangguran intelektual, terbatasnya daya tampung instansi baik pemerintah maupun swasta dalam penerimaan pegawai atau karyawan, adanya potensi atau sumber daya manusia dan alam yang masih sangat perlu untuk dikembangkan
3. Tujuan kewirausahaan antara lain mendapat keuntungan, laba dan penghasilan dari apa yang diusahakan, mencari kebebasan dalam bekerja baik kebebasan dalam mengatur waktu maupun kebebasan dalam mengambil keputusan dan mengatur pekerjaan dan mencari kepuasan sejat.
4. Nilai-nilai luhur dalam kewirausahaan antara lain mewujudkan ekonomi sejahtera, mengembangkan ekspresi diri dan melakukan empati sesame.

---

<sup>6</sup> Triton PB, *Entrepreneurship : Kiat Sukses Menjadi Pengusaha* (Tugu Publisher: Yogyakarta, 2007), 137-139.

<sup>7</sup> Buchari Alma, *Kewirausahaan*, Edisi Revisi (Penerbit Alfabeta: Bandung, 2007), 106-109.



5. Sifat-sifat pribadi usaha sukses antara lain mempunyai visi dan tujuan, mempunyai keberanian, mempunyai daya kreasi, tahan menghadapi kritikan dan tidak cepat puas diri.

## E. EVALUASI DAN REFLEKSI

### 1. Tes Tulis

- a. Jelaskan pengertian wirausaha menurut bahasa dan istilah?
- b. Jelaskan persamaan dan perbedaan antara wirausaha dengan wiraswasta?
- c. Jelaskan latar belakang dan perlunya wirausaha?
- d. Jelaskan bagaimana keadaan dunia kewirausahaan yang ada di Indonesia?
- e. Jelaskan tujuan orang berwirausaha?
- f. Jelaskan nilai-nilai yang terkandung dalam kewirausahaan?
- g. Jelaskan sifat-sifat yang dimiliki oleh wirausahawan sukses?

### 2. Tugas

- a. Carilah sedikitnya 3 orang profil pengusaha sukses dilingkungan saudara!
- b. Carilah sedikitnya 5 jenis wiraswasta yang ditekuni oleh orang yang ada di sekitar saudara!

## F. GLOSARIUM

1. Visi :
2. Wiraswasta :
3. Kreatif :
4. Inovatif :
5. Laba :
6. Progressif :
7. Market Oriented :

# **MODUL**

# **10**

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

## **KREATIF DAN INOVATIF DALAM ENTREPRENEURSHIP**

**Drs. H. Cholil Uman, M. Pd. I.**

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

## MODUL 10

# KREATIF DAN INOVATIF DALAM ENTREPRENEURSHIP

### A. PENDAHULUAN

Suksesnya organisasi dimasa depan sangat ditentukan oleh kemampuan kepemimpinan dalam memaksimalkan peluang-peluang yang sangat terbuka pada masa-masa yang tidak menentu, maka disitulah terletak profesionalisme kepemimpinan yang mampu mampu mendorong bawahannya untuk berpikir kedepan dengan menumbuh kembangkan kreativitas dan inovasi.

Bila dilihat dari sudut kemampuan menggali tambang emas yang ada pada setiap individu sebagai potensi (bakat) pikiran, maka kreativitas merupakan kemampuan individu dalam mengintergrasikan otak dan hati menjadi kemampuan berpikir menggerakkan wawasan dan imajinasi sehingga terbentuklah seluruh kisaran proses mental yang sadar. Selanjutnya bila dilihat sebagai daya dorong gagasan / ide individu dikembangkan kedalam kelompok maka terbentuklah kreativitas kelompok. Kreativitas individu dan kelompok barulah bermakna bila dilihat dari sudut proses dan produk yang kita sebut inovasi dari perilaku organisasi. Jadi dapat kita ibaratkan mata uang yang bernilai dimana disatu sisi sebagai kreativitas individu dan kelompok serta disisi lain sebagai inovasi organisasi.

Dracker menilai, manajemen amat lambat menjawab perubahan yang terjadi. Ia melihat, pihak yang mampu menjawab perubahahn dunia usaha yang begitu cepat bukanlah manajemen, tetapi ekonomi berdasarkan kewirausahaan (*entrepreneurship*). Itu sebabnya Dracker maupun Paul Emrod memberi komentar, maju mundurnya perusahaan tergantung pada kemampuan sang entrepreneur — umumnya pendiri atau pemilik usaha- untuk mengembangkan bisnisnya. Kesimpulannya, kegagalan sang pemilik memajukan perusahaan, berakibat

mandeknya perusahaan yang bersangkutan. Artinya, terdapat ketergantungan yang begitu tinggi terhadap sang entrepreneur (si empunya perusahaan/sang wirausaha).

Begitupun Prof. Alejandrino J. Ferreria dan Asean Institute of Management di Filipina, sami mawon. Menurutnya, superioritas usaha yang digeluti amat ditentukan oleh paradigma wirausaha itu sendiri. "Sukses yang dicapai sekarang, tidak ada artinya jika tidak diimbangi dengan perencanaan dan kemampuan melihat ke depan," ungkap Alejandrino dalam suatu lokakarya di lembaga manajemen PPM di Jakarta. Masih kata Alejandrino, setidaknya ada empat paradigma yang dapat membuat seorang wirausaha menjadi sukses atau superior di tingkat persaingan usaha yang semakin ketat. Pertama, seorang wirausaha harus mampu memprediksi kemungkinan dimasa mendatang. Sebab, entrepreneur itu harus sarat ide-ide, seolah hanya melihat peluang dan kepuasan pelanggan. Sedangkan eksekutif, adalah seorang yang senantiasa menyelesaikan

masalah yang timbul di perusahaan.

Kedua, fleksibilitas dan sang wirausaha. "Seorang entrepreneur harus bisa cepat menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja maupun lingkungan usaha," paparnya. Nah, hal ini diyakini akan membawa perusahaan untuk terus bisa bertahan. Ketiga, rule of the game, harus dinamis dalam mengantisipasi sebagai macam kemungkinan sebagai kemampuan mengubah aturan main. Hal ini berkaitan erat dengan inovasi atau penciptaan hal-hal baru dalam berbisnis. Perubahan sistim pembayaran tariff telepon selular dan pascabayar ke Prabayar merupakan contoh nyata perubahan aturan main (rule of the games) yang sangat antisipatif. Keempat adalah kemampuan melanjutkan perubahan dan aturan atau bentuk yang telah ada sebelumnya. 'Inovasi yang kita buat dalam beberapa masa ke depan akan selalu tertinggal. Kemampuan memperbaharui produk dan aturan main inilah yang dapat membuat seorang wirausaha menjadi superior, "tandas Alejandrino serius.

Tapi tunggu dulu, kenyataan lain mengungkap bahwa kewirausahaan seorang entrepreneur saja ternyata belum cukup. Sebab, tentu ada keterbatasan-keterbatasan sang wirausaha itu sendiri dalam menggelindingkan roda

usahanya. Itu sebabnya seorang wirausaha tidak boleh pelit dalam menularkan (mentransformasikan) ilmu entrepreneurshipnya kepada individu-individu di setiap lini perusahaannya. Nah, ini yang disebut dengan intrapreneurship atau intrausaha. Sebab, pada dasarnya, intrapreneurship adalah jiwa wirausaha yang juga merupakan hal mutlak yang harus dibangkitkan pada individu-individu dalam suatu perusahaan.

Konon, intrapreneurship belakangan makin berkembang saat perusahaan pusing tujuh keliling memikirkan pesaing-pesaing barunya yang memiliki sumber daya manusia dengan tingkat entrepreneurship amat tinggi. 'Timbulnya fenomena baru' seperti ini pada akhirnya memaksa perusahaan untuk mentransformasikan jiwa wirausahanya kepada individu-individu di organisasinya," kata pakar pemasaran dan Universitas Indonesia D. Rhenald Kasali. Kedepan, lanjutnya, kombinasi antara entrepreneurship dan intrapreneurship inilah yang akan menjadi kendaraan untuk mencapai tujuan secara optimal.

Jadi, ketika manajemen dianggap mati dan digantikan kewirausaha, bukan berarti manajemen tak diperlukan sama sekali. Manajemen tetap perlu, dan sebagai jawabannya ada pada intrausaha. Jadi, intrausaha merupakan kombinasi antara wirausaha dengan manajemen, karena jiwa entrepreneur juga tumbuh dan sebuah organisasi yang dijalankan dengan mengadopsi manajemen sebagai sarana mentransformasikannya. Memang, seperti kata Rhenald, entrepreneurship wajib dimiliki setiap pemimpin (leader) masa kini. Namun entrepreneurship dapat diciptakan, bukan hanya dilahirkan. Karena itu, entrepreneur adalah seorang individu yang terorganisasi dengan baik, bukan acak-acakan dan tak terstruktur.

Entrepreneurship atau kewirausahaan merupakan pilihan terbaik bagi generasi muda, lebih-lebih pada saat sekarang ini di mana tantangan dan persaingan diberbagai bidang semakin tajam dan peluang untuk menjadi karyawan, pegawai di perusahaan, instansi semakin kecil. Hanya dengan berwirausaha atau mengembangkan entrepreneurship membuat kita bias bernafas lega dan tersenyum disertai adanya harapan masa depan yang lebih baik.

Entrepreneurship muncul dari pribadi yang mencintai kebebasan dalam berekspresi, pribadi yang enggan berhenti berkreasi, pribadi yang mencintai perubahan dan pribadi yang pandai memanfaatkan waktu dan mengembangkan potensi diri. Entrepreneurship bertumpu pada sikap kreatif dan inovatif, mampu merubah barang rongsokan menjadi barang bernilai tinggi sebagaimana nilainya emas dan mutiara. Entrepreneurship atau kewirausahaan mampu merubah hidup menjadi variatif dan penuh dengan makna.

Dalam berwirausaha para wirausahawan tidak melakukan hal-hal yang bebed, tetapi mereka melakukan hal-hal yang berbeda para wirausahawan tidak melakukan hal-hal yang istimewa tetapi mereka melakukan hal-hal biasa secara istimewa. Para wirausahawan atau entrepreneur benar-benar menjadi pribadi kreatif dan inovatif.

Daya kreatif dan inovatif merupakan kompetensi yang dimiliki oleh setiap individu. Sesuatu yang menjadi pembeda antara individu yang satu dengan yang lainnya adalah taraf tinggi, sedang dan rendahnya daya kreatifitas dan inovatifitasnya. Daya kreatif dan inovatif muncul bukan karena factor kebetulan, melainkan harus dimunculkan dan dikembangkan. Salah satu cara proses memunculkan daya kreatif dan inovatif ketika seseorang mengalami problem, kesulitan dalam keadaan kepepet dan sebagainya. Atau ketika mengamati problem orang lain lalu muncul ide dan gagasan kreatif dan inovatif untuk mengatasi atau menciptakan produk baru. Dalam dunia entrepreneur, kreatif dan inovatif menjadi kunci sukses.

## **B. KOMPETENSI PEMBELAJARAN**

Kompetensi yang diharapkan setelah pembelajaran modul ini selesai adalah agar mahasiswa:

1. Mampu menjelaskan pengertian kreatif dan inovatif
2. Mampu menjelaskan pentingnya kreatif dan inovatif dalam entrepreneurship

3. Mampu menjelaskan cirri-ciri pribadi kreatif dan inovatif
4. Mampu menjelaskan bentuk-bentuk usaha dan bisnis kreatif dan inovatif

## C. URAIAN MATERI

### 1. Pengertian Kreatif dan inovatif

Pada umumnya kreatif diartikan dengan kemampuan untuk mencari peluang usaha atau pekerjaan dengan memanfaatkan seluruh potensi diri dan waktu yang ada. Orang kreatif ciri – cirinya antara lain: tidak mau diam, tidak suka menganggur, banyak inisiatif, banyak karya dan ada saja yang ingin dikerjakan. Pendek kata orang yang kreatif itu tidak mau diam dan inginnya selalu beraktifitas.

Dalam kamus bahasa Indonesia kreatif merupakan sebuah hasil daya hayal yang diwujudkan. Kreatif muncul tidak karena kebetulan tetapi sengaja diciptakan. Kreatif muncul disebabkan oleh banyak hal salah satunya adalah situasi dan kondisi yang mendukung atau dengan bahasa lain kreatif itu sering muncul apabila seseorang berada pada kondisi terjepit, sulit dan penuh problem. Dengan demikian sumber dari lahirnya kreatif adalah akal pikiran, yaitu disaat akal pikiran merasa terjepit maka mulut berbicara, tangan bekerja, kaki melangkah sehingga muncul kreasi baru, usaha dan pekerjaan baru. Memunculkan pekerjaan baru yang berangkat dari yang tidak mendukung inilah yang dimaksudkan dengan kreatif. Selain itu kreatif juga bisa muncul dari rasa ingin tahu yang sangat besar tentang sesuatu dan rasa ingin tahu kemudian berfikir, berbuat dan berkreasi.

Sedangkan inovatif artinya pemunculan baru dalam suatu produk, usaha atau pekerjaan yang menjadi produk usaha atau pekerjaan tersebut mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan produk, usaha atau pekerjaan yang sebelumnya atau bahkan berbeda dengan produk lain yang telah ada dan beredar di tengah-tengah masyarakat.

Inovasi dalam suatu usaha atau entrepreneurship menjadi suatu keharusan, tanpa inovasi maka usaha sulit mencapai kemajuan karena pasar atau konsumen cepat atau lambat merasa jenuh. Seorang entrepreneur harus berani menciptakan produk spesifik, unik, sulit ditemui yang menjadi bagian dari inovasi dalam memenuhi permintaan pasar.

Ada beberapa definisi Inovasi dalam (Amabile et al, 1996) adalah sebagai berikut:

- a. Memperkenalkan ide baru, barang baru, pelayanan baru dan cara-cara baru yang lebih bermanfaat.
- b. Cara baru untuk melakukan sesuatu yang mengarah kepada suatu perubahan dalam pemikiran, produk, proses, maupun organisasi.
- c. Tujuan dari inovasi mengarah ke hal yang positif yaitu membuat sesuatu maupun seseorang untuk berubah menjadi lebih baik.
- d. Inovasi juga dianggap sebagai driver utama dari ekonomi, khususnya mengarah ke peningkatan produktivitas, dan faktor-faktor yang menyebabkan inovasi juga dinilai penting adalah untuk kebijakan dalam pengambilan keputusan.

Istilah-istilah Inovasi Menurut David Neeleman definisi terbaik tentang Inovasi adalah "*Berupaya Mencari Cara Untuk Melakukan Sesuatu Dengan Lebih Baik Daripada Sebelumnya.*" Berupa : Inovasi Menurut (David Neeleman) dapat diartikan sebagai "proses" dan atau "hasil" pengembangan dan atau pemanfaatan/mobilisasi pengetahuan, keterampilan (termasuk keterampilan teknologis) dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang dan atau jasa), proses, dan atau sistem yang baru, yang memberikan nilai yang berarti atau secara signifikan (terutama ekonomi dan sosial).

Inovasi sebagai suatu "obyek" juga memiliki arti sebagai suatu produk atau praktik baru yang tersedia bagi aplikasi, umumnya dalam suatu konteks komersial. Biasanya, beragam tingkat kebaruannya dapat dibedakan, bergantung pada konteksnya: suatu inovasi dapat bersifat baru bagi suatu perusahaan (atau "agen/aktor"), baru bagi pasar, atau negara atau daerah, atau baru secara global.



Sementara itu, inovasi sebagai suatu “aktivitas” merupakan proses penciptaan inovasi, seringkali diidentifikasi dengan komersialisasi suatu invensi.

Istilah inovasi memang sering didefinisikan secara berbeda, walaupun pada umumnya memiliki pemaknaan serupa. Inovasi, dalam ilmu linguistik adalah fenomena munculnya kata-kata baru dan bukan kata-kata warisan. Inovasi berbeda dengan neologisme. Inovasi bersifat 'tidak sengaja'.

Berdasarkan bahasan-bahasan dan teori-teori yang dikemukakan di atas, maka dapat dikatakan bahwa kreativitas dan inovasi adalah dua hal yang berbeda. Walaupun dalam kenyataannya kedua hal tersebut saling berkaitan erat satu sama lain, kedua hal tersebut sesungguhnya tidaklah sama. Sebuah kreativitas tidak selalu dapat dianggap sebagai inovasi, sementara itu, sebuah inovasi pastilah lahir dari kreativitas.

Individu yang kreatif adalah mereka yang mampu menjaga pemikiran untuk menciptakan usaha atau pemikiran baru atau melaksanakan ide baru yang masih belum dicoba/ dilakukan oleh orang lain

## 2. Pentingnya kreatif dan inovatif dalam entrepreneurship

Dunia entrepreneurship atau kewirausahaan terus mengalami perkembangan. Tantangan dalam kewirausahaan semakin hari tidak semakin kecil tetapi justru semakin besar. Tantangan berwirausaha sebanyak peluang dalam berwirausaha itu sendiri. Sebagai contoh ketika ada orang lain berhasil berwirausaha menjual bakso maka yang lain ikut menjual bakso, sehingga muncul berbagai macam jenis bakso. Ketika orang lain berhasil berwirausaha mendirikan supermarket maka yang lain ikut mendirikan supermarket. Ketika orang lain berhasil berbisnis membuka Counter HP/ pulsa maka yang lain juga ikut membuka Counter HP/ pulsa, ketika orang lain berbisnis jasa laundry maka yang lainpun ikut berbisnis jasa laundry juga, dan lain sebagainya.

Realita di atas menjadi kelaziman, sunnatullah dan pasti terjadi dalam dunia kewirausahaan. Jika banyaknya jenis usaha dan bisnis yang sama sebagai tantangan maka yang terpenting bagi seorang entrepreneur adalah cara menyikapi dari adanya tantangan tersebut. Seorang entrepreneur harus cerdas dalam

menghadapi tantangan di atas. Seorang entrepreneur harus mampu menjadikan tantangan sebagai peluang dan menjadikan problem sebagai awal lahirnya kreatifitas.

Kreatif dan inovatif merupakan modal dan jawaban dalam mengatasi tantangan dan persaingan dunia kewirausahaan. Bisnis usaha dengan modal kreatif dan inovatif akan tetap eksis sepanjang waktu karena pada dasarnya jiwa manusia itu senang dengan yang beda, sesuatu yang baru dan unik. Jika orang pada umumnya membuka toko pada jam 08.00 WIB dan tutup pada jam 16.00 WIB, maka orang yang kreatif akan berani membuka toko pada jam 06.00 WIB dan menutup tokonya jam 21.00 WIB. Bahkan ada yang berani membuka supermarket 24 Jam ditambah kata *non stop*.

Orang yang kreatif dalam berbisnis mempunyai kemampuan dalam berfikir lain dari kebanyakan orang. Jika orang lain berfikir berbisnis jasa laundry dengan layanan mencuci, menyetrika, tiap mengambil dan mengantarkan, maka entrepreneur yang kreatif dan inovatif saat berbisnis jasa laundry akan memberikan layanan yang lebih yaitu mencuci "dijamin suci", menyetrika, siap mengambil dan mengantarkan. Kata "dijamin suci" merupakan salah satu contoh dalam bentuk kreatif dan inovatif dalam entrepreneurship.

Gambaran yang penuh dengan contoh di atas merupakan bukti betapa pentingnya kreatif dan inovatif dalam entrepreneurship. Tanpa kreatif dan inovatif usaha pasti akan mengalami kemandegan atau stagnasi dan pada akhirnya pasti akan digulung oleh bisnis-bisnis baru yang penuh dengan kreasi dan inovasi.

Kreatif dan inovatif adalah karakteristik personal yang terpatri kuat dalam diri seorang wirausaha sejati. Bisnis yang tidak dilandasi upaya kreatif dan inovatif dari sang wirausaha biasanya tidak dapat berkembang abadi. Lingkungan bisnis yang begitu dinamis menuntut wirausaha untuk selalu adaptif dan mencari terobosan terbaru. Karakter cepat berpuas diri dan cenderung stagnan sama saja membawa bisnis ke arah kematian.

Pemahaman kreatif dan inovatif sering kali dipertukarkan satu sama lain. Menurut Zimmerer dkk (2009) kreatifitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang. Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau untuk memperkaya kehidupan orang-orang. Selanjutnya Ted Levitt (dalam Zimmerer, 2009) menyatakan bahwa kreatifitas memikirkan hal-hal baru dan inovasi mengerjakan hal-hal baru. Jadi kreatif adalah sifat yang selalu mencari cara-cara baru dan inovatif adalah sifat yang menerapkan solusi kreatif. Kreatif tapi tidak inovatif adalah mubazir karena ide hanya sebatas pemikiran tanpa ada realisasi.

Semua bisnis yang maju dan berkembang hingga kini berpangkal pada upaya kreatif dan inovatif. Banyak restoran waralaba asing yang telah mengglobal dan berdiri sejak puluhan tahun yang lalu selalu menunjukkan karakter ini. Sepertinya begitu mudah dan sederhana. Tetapi banyak wirausaha yang abai ketika bisnis telah dirasakan mencapai tingkat keamanan. Kreatifitas dan inovasi mungkin dapat dipandang sebagai upaya yang mengganggu keseimbangan yang telah tercipta.

Kreatif dan inovatif dapat diterapkan secara sederhana. Kuncinya adalah kepekaan dalam mencium peluang dan kemampuan membaca pasar. Seorang member MRC misalnya. Ketika pelanggan sudah mulai jenuh dengan fried chicken, ia melihat masih ada peluang lain yang dapat dikembangkan. Berhubung gerainya ada di kantin sekolah, ia mencoba memahami selera siswa. Kebanyakan siswa suka bumbu keju. Ia memiliki ide bagaimana kalau keju digabung dengan ayam. Pemikiran kreatif ini kemudian dikembangkan menjadi produk yang dinamai: cheesy chicken. Hasilnya lumayan bagus. Setelah tes pasar dan dijual terbatas, pelanggan begitu menyukai menu ini. Pelanggan selalu mencari-cari dan selalu terjual habis.

Pemikiran kreatif dan pengembangan ide memang tidak mudah. Contoh sederhana tadi terjadi dalam waktu yang tak terduga. Mengalir seperti air, tetapi

Zimmerer (2009) menegaskan bahwa kreatifitas dapat diajarkan dan kreatifitas individual dapat ditingkatkan. Adapun 11 cara untuk meningkatkan kreatifitas individual yaitu:

- a. Beri kesempatan diri Anda menjadi kreatif.

Berani untuk berpikir kreatif tanpa takut dibilang bodoh oleh orang lain. Ide-ide cemerlang biasanya lahir dari hal-hal yang mungkin dianggap bodoh dan tak berarti.

- b. Beri pikiran Anda masukan segar setiap hari.

Agar kreatif, otak perlu distimulasi dengan hal-hal baru yang variatif. Mendengarkan radio dan berganti-ganti setiap hari, mendengarkan beraneka ragam jenis musik atau melakukan hal-hal lain yang sebelumnya tidak pernah dilakukan.

- c. Amati berbagai produk dan jasa perusahaan lainnya, terutama yang berada dalam pasar yang benar-benar berbeda.

Tidak ada salahnya meminjam ide perusahaan lain, kemudian mengembangkan menjadi inovasi yang brilian.

- d. Sadari kekuatan kreatif dari kesalahan.

Orang bijak mengatakan agar kita selalu belajar dari kesalahan yang diperbuat. Orang kreatif mengatakan kita dapat memperoleh ide dari kesalahan yang kita buat. Kisah Charles Goodyear menunjukkan hal tersebut. Setelah bekerja selama lima tahun untuk memformulasikan kombinasi karet, belerang dan timah putih, pada malam yang dingin tahun 1839, tanpa sengaja Charles menumpahkan sedikit campuran tersebut pada kompor kerjanya. Campuran tersebut meleleh membentuk senyawa baru yang selama ini dicari-cari.

- e. Bawalah selalu buku harian untuk mencatat pikiran dan ide Anda.

Ide-ide kreatif kadang muncul tanpa disengaja dan di waktu yang tak terduga. Daripada cepat terlupa, ada baiknya membawa buku kecil untuk mencatat ide-ide yang mungkin akan muncul tiba-tiba.

f. Dengarkan orang lain.

Ide tidak selalu datang dari diri kita sendiri. Ide dapat datang dari orang lain atau bahkan kompetitor kita sendiri. Jadi selalu dengarkan orang lain karena mungkin ia akan menghadirkan ide cemerlang buat kita.

g. Dengarkan apa kata pelanggan.

Mendengarkan pelanggan wajib hukumnya. Mereka mengkonsumsi produk kita dan sekaligus menjadi sumber ide yang tiada habisnya.

h. Berbicara dengan anak kecil.

Anak-anak tidak membatasi pemikiran mereka. Mereka begitu bebas mengungkapkan kreatifitas mereka tanpa batas. Mereka dapat menjadi sumber ide yang berharga.

i. Simpan kotak mainan di kantor Anda.

Mainan-mainan kecil seperti yoyo, gasing dan lain-lain dapat menjadi sumber inspirasi. Ketika sedang bingung, Anda dapat mengambil satu dan memikirkan bagaimana benda tersebut berkaitan dengan masalah Anda.

j. Baca buku mengenai cara merangsang kreatifitas dan mengambil kursus kreatifitas.

Memahami prinsip-prinsip kreatifitas akan sangat membantu meningkatkan kemampuan kreatif kita.

k. Luangkan waktu Anda.

Sesekali luangkan waktu untuk berelaksasi, melepaskan diri dari rutinitas sejenak. Ide-ide baru bisa muncul ketika otak kita tidak dalam keadaan tegang.

### 3. Ciri-ciri pribadi kreatif dan inovatif

Pribadi kreatif dan inovatif pada umumnya mempunyai kelebihan dibanding dengan orang pada umumnya. Pribadi yang kreatif dan inovatif selalu mengembangkan daya hayal dan berupaya bisa mewujudkan hayalan tersebut. Kemudian berusaha untuk bisa merubah sehingga sesuatu itu memiliki nilai tambah dan menjadi lebih menarik.

Apabila munculnya kreatif itu bersumber dari daya hayal yang diwujudkan dan inovatif itu berpijak pada merubah, memodifikasi mendesain sehingga mempunyai nilai tambah, sehingga pribadi yang kreatif dan inovatif itu tidak akan pernah berhenti untuk berhayal, berkreasi dan hasil semuanya pasti akan mendatangkan finansial setelah berhasil diwujudkan. Secara umum ciri-ciri pribadi kreatif dan inovatif adalah sebagai berikut:

a. Kekurangan waktu

Pribadi kreatif dan inovatif merasa kekurangan waktu. Hal ini bisa dimaklumi karena orang yang kreatif pada umumnya banyak ide, gagasan, pemikiran, hayalan yang ingin diwujudkan dan setelah semua terwujud selalu muncul keinginan untuk membuat atau menjadikan hal yang baru sebagai barang ciptaan yang mempunyai nilai lebih. Dengan pola kerja dan pola hidup yang demikian maka orang kreatif dan inovatif selalu berfikir dan bekerja sampai-sampai merasa kekuarangan waktu. Bagi seorang kreator dan inovator tidak ada waktu berlalu tanpa kreasi dan inovasi.

b. Ditunggu pekerjaan

Orang yang kreatif dan inovatif pada umumnya tidak gampang puas dalam suatu kreasi dan produk tertentu, sehingga setiap hari ingin menciptakan kreasi baru atau menyempurnakan dan memodifikasi kreasi yang ada. Sikap seperti inilah yang menjadikan orang yang kreatif dan inovatif merasa ditunggu pekerjaan. Belum selesai pekerjaan yang satu pekerjaan yang lain sudah datang menunggu untuk dikerjakan

c. Mempunyai banyak impian dan obsesi

Ada kata-kata bijak, "orang besar mempunyai impian besar, orang kecil mempunyai impian kecil. Kalau Anda mau berubah mulailah dengan merubah ukuran impian Anda". Orang kreatif dan inovatif pada umumnya mempunyai obsesi-obsesi, impian besar tidak gampang puas dan selalu berkeinginan menciptakan hal yang baru. Langkah-langkah usaha kreator dan inovator akan

berhenti pada satu tahap tertentu manakala impian dan obsesi besar yang dimiliki sudah bisa diwujudkan.

d. Pola hidupnya dinamis.

Orang yang kreatif dan inovatif selalu mengerjakan tugas/ pekerjaan penuh dengan variasi. Hal ini disebabkan pola pikir dan pola sikap yang tidak mau berhenti, tidak gampang puas dan selalu mencari nuansa baru. Dengan demikian pola hidup orang yang kreatif dan inovatif itu selalu dinamis, tidak monoton.

Pola hidup seseorang sangat dipengaruhi oleh pola pikir yang dimiliki. Orang yang mempunyai pola pikir yang progresif terus maju ke depan dengan didasari oleh impian dan obsesi yang tinggi maka gerak dan pola hidupnya pasti dinamis, semangat dalam bekerja dan berusaha, mempunyai etos kerja tinggi dan sebagainya. Perilaku yang muncul dalam bentuk semangat bekerja

atau berkreasi sebenarnya implementasi dari pola pikir yang dimiliki

e. Bisa menemukan peluang dalam kesulitan

Ada kata bijak “orang yang bermental pemenang akan selalu mengatakan itui sulit tetapi mungkin, sedangkan orang yang bermental pecundang selalu mengatakan itu mungkin tapi sulit”. Maksud dari kata bijak tersebut adalah orang-orang yang sukses selalu optimis. Orang-orang yang kreatif dan inovatif selalu mengatakan mungkin untuk dikerjakan, mungkin untuk diciptakan, karena dalam pikirannya masih ada kemungkinan, maka orang yang kreatif, inovatif dan sukses selalu berbuat, melangkah dan berfariasi. Sebaliknya orang yang gagal akan selalu pesimis, yang sering muncul dalam pikirannya adalah kesulitan, karena ia tidak berjalan, bergerak, tidak melangkah dan tidak berkreasi. Orang yang kreatif dan inovatif selalu melihat peluang dalam kesulitan dan problem, sedangkan orang yang statis, pesimis selalu melihat kesulitan dalam peluang dan kesempatan.

f. Berfikir positif (*positive thinking*)

Orang yang kreatif dan inovatif tidak hanya mempunyai daya hayal dan obsesi yang tinggal tetapi juga selalu berfikir positif (*positive thinking*). Setiap kali mewujudkan impian dan obsesinya ia selalu berfikir positif bahwa apa yang dikaryakan pasti menarik, diterima pasar dan membawa manfaat. Tanpa berfikir positif maka seorang kreator dan innovator tidak akan mampu berkreasi dan berinovasi.

4. Bentuk-bentuk usaha dan bisnis kreatif dan inovatif

Kreatif dan inovatif sangat diperlukan dalam berwirausaha atau entrepreneurship, tanpa kreatif dan inovatif maka sebuah produk akan menjadi monoton dan cepat atau lambat pasti pemakai atau konsumen menjadi jenuh dan tidak tertarik.

Dalam sebuah usaha sudah lazim terdapat kesamaan antara jenis usaha yang satu dengan jenis usaha yang lain, sebagai contoh adalah usaha makanan siap saji antara McDonald's, KFC dan A&W. semua usaha tersebut hampir sama dalam hal makanan dan layanan yang disajikan. Tetapi di tengah-tengah kesamaan tersebut pasti terdapat perbedaan. Di sinilah peran kreatifitas dan inovasi diperlukan untuk menciptakan sesuatu yang berbeda dari yang lain.

Di bawah ini ditampilkan beberapa bentuk bisnis dan usaha kreatif dan inovatif:

Bentuk Usaha	Bentuk Kreatif – Inovatif	Yang dijual
Pakaian	a. Kaos anak bertuliskan kata mutiara b. Kaos remaja: Dagadu, Jogger	Tulisan / Kata



Pendidikan	a. Mencari karakteristik/ ciri khusus lembaga: 1) Full day school 2) Integral school 3) Creative school 4) Karakter building school b. PSB Online	Istilah dan kata
Dakwah	a. Ceramah dengan group sholawat b. Ceramah plus lagu c. Ceramah dengan banyolan	Sholawat  Lagu Banyolan

#### D. RANGKUMAN

1. Kreatif dalam kamus bahasa indonesia diartikan sebuah hasil daya hayal yang diwujudkan. Suatu kreatifitas akan bertahan dan dibutuhkan oleh banyak orang apabila selalu dilakukan inovasi terhadap hasil-hasil kreatifitas itu, sehingga sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Sedangkan inovatif bisa diartikan sebagai hasil dari suatu kreatifitas yang tidak henti. Inovasi itu merubah sesuatu sehingga memiliki nilai tambah dan menjadi lebih menarik dan baik atau indah.
2. Kreatif dan inovatif mempunyai peranan yang sangat penting dalam dunia entrepreneurship. Karya, kreasi dan produk yang dilandasi jiwa kreatif dan inovatif maka akan tetap eksis, bertahan dan akan selalu diminati oleh pemakai atau konsumen. Pada dasarnya setiap manusia senang perubahan dan suka yang baru. Karya yang kreatif dan inovatif dari suatu produk akan selalu diminati oleh pembeli.
3. Ciri-ciri pribadi kreatif dan inovatif antara lain
  - a. Kekurangan waktu
  - b. Ditunggu pekerjaan

- c. Mempunyai banyak impian dan obsesi
- d. Pola hidupnya dinamis
- e. Bisa menemukan peluang dalam kesulitan
- f. Berfikir positif (*positive thinking*)

#### 4. Bentuk-bentuk usaha dan bisnis kreatif dan inovatif antara lain:

Bentuk Usaha	Bentuk Kreatif – Inovatif
Pakaian	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kaos anak bertuliskan kata mutiara</li> <li>b. Kaos remaja: Dagadu, Jogger</li> </ul>
Pendidikan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mencari karakteristik/ ciri khusus lembaga:               <ul style="list-style-type: none"> <li>1) Full day school</li> <li>2) Integral school</li> <li>3) Creative school</li> <li>4) Karakter building school</li> </ul> </li> <li>b. PSB Online</li> </ul>
Dakwah	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Ceramah dengan group sholat</li> <li>b. Ceramah plus lagu</li> <li>c. Ceramah dengan banyolan</li> </ul>

## E. EVALUASI DAN REFLEKSI

### 1. Tes Tulis

- a. Jelaskan pengertian kreatif
- b. Jelaskan pengertian inovatif
- c. Jelaskan pentingnya kreatif dan inovatif dalam entrepreneurship
- d. Sebutkan sifat pribadi yang kreatif dan inovatif
- e. Jelaskan keuntungan yang bisa diperoleh dari sikap kreatif dan inovatif
- f. Jelaskan maksud ungkapan dari Albert Einstein bahwa “Khayalan itu lebih utama dari pada pengetahuan”
- g. Sebutkan bentuk-bentuk usaha dan bisnis kreatif dan inovatif

## 2. Tugas

- a. Buatlah rencana usaha dan bisnis kreatif yang sederhana. Tulis secara singkat latar belakang usaha, cara memproduksi dan pola pemasaran.
- b. Carilah tiga contoh bisnis kreatif dan uraikan kelebihan yang dimiliki dari masing-masing usaha tersebut.

## F. TINDAK LANJUT

Tindak lanjut yang perlu dilakukan setelah pembelajaran modul ini selesai adalah:

1. Melakukan wawancara kepada entrepreneur kreatif dan inovatif di lingkungan tempat tinggal.
2. Melakukan observasi ke pasar untuk mencari contoh bentuk bisnis kreatif dan inovatif.

# **MODUL**

# **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

## **MEMULAI BERWIRAUSAHA**

**Drs. H. Cholil Uman, M. Pd. I.**

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

## Modul 11

### MEMULAI BERWIRAUSAHA

#### A. PENDAHULUAN

Berwirausaha bukan pekerjaan yang sulit, tetapi yang sulit sebenarnya adalah memulai berwirausaha. Untuk memulai berwirausaha dibutuhkan keberanian, tentunya keberanian yang disertai dengan perhitungan matang. Di samping itu untuk menumbuhkan kemauan berwirausaha diperlukan tambahan wawasan bahwa berwirausaha merupakan pilihan yang terbaik, jalan yang tepat untuk mewujudkan keamanan finansial, lebih-lebih berwirausaha di Negara yang sedang berkembang dengan jumlah penduduk yang sangat banyak seperti di 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

Memulai berwirausaha tidak harus menunggu datangnya kesempatan yang luar biasa dan modal yang melimpah. Memulai berwirausaha bisa dengan merubah kesempatan yang luar biasa menjadi luar biasa. Memulai berwirausaha bisa berangkat dari nol tanpa harus menyiapkan modal banyak. Hal yang terpenting dalam berwirausaha adalah harus mempunyai keberanian untuk memulai dan sanggup mengalahkan musuh utama dalam berwirausaha yaitu diri sendiri.

Berwirausaha juga dimulai dari manajemen qalbi, menata hati dan yakin bahwa Allah pasti akan menghargai setiap usaha yang dilakukan hamba-Nya dan setiap manusia akan memperoleh sesuai dengan yang diusahakan. Oleh karena itu alam memulai berwirausaha harus banyak berkata: "itu mungkin untuk dikerjakan, itu mungkin untuk dijual, masih ada peluang untuk dikembangkan dan sebagainya". Seorang yang ingin memulai berwirausaha tidak boleh mengatakan: "itu tidak bisa, itu tidak mungkin, itu mungkin tapi sulit dan sebagainya". Dengan demikian memulai berwirausaha bisa dimulai dari keadaan kepepet, darurat, nekat dengan diiringi sejuta sikap optimis berhasil. Memulai berwirausaha dengan segera lebih baik dari pada berfikir seribu kali tentang kemungkinan untung-rugi dalam

berwirausaha. Satu langkah untuk merubah diri lebih baik dari pada sepuluh angan-angan untuk merubah diri.

## B. KOMPETENSI DASAR

Kompetensi yang diharapkan setelah pembelajaran modul ini selesai adalah agar mahasiswa:

1. Mampu menjelaskan jalur menjadi wirausaha
2. Mampu menjelaskan cara memulai berwirausaha
3. Mampu menjelaskan hambatan dalam berwirausaha
4. Mampu menjelaskan tahapan dalam berwirausaha

## C. URAIAN MATERI

### 1. Jalur Menjadi Wirausaha

Setiap orang mempunyai kemampuan dan kesempatan untuk berwirausaha, tanpa memandang status social, pendidikan, agama, jenis kelamin dan sebagainya. Untuk menjadi wirausaha bisa ditempuh melalui jalur berikut ini:

#### a. Jalur lingkungan

Lingkungan mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam membentuk pola pikir dan pola sikap seseorang. Lingkungan yang baik akan membentuk pribadi seseorang menjadi baik dan lingkungan yang tidak baik bisa membentuk pribadi seseorang menjadi tidak baik. Lingkungan masyarakat yang sebagian besar karyawan dan pegawai sebuah perusahaan akan membentuk pribadi, individu cenderung menjadi karyawan atau pegawai.

Lingkungan yang sebagian besar wirausaha akan membentuk pribadi, individu berjiwa wirausaha seperti yang terjadi pada masyarakat kabupaten Lamongan, di mana ada tetangga yang sukses usaha soto atau tahu campur, yang lain akan ikut-ikutan menjadi pengusaha soto dan tahu campur. Pada masyarakat Madura, di mana ada tetangga yang sukses mengembangkan

usaha potong rambut yang lain akan ikut-ikutan membuka usaha potong rambut.

b. Jalur keturunan dan keluarga

Sebuah pribahasa mengatakan bahwa “buah jatuh tidak akan jauh dari pohonnya”. Orang Jawa mengatakan “kacang ora ninggal lanjarane”. Dua ungkapan di atas menunjukkan bahwa keturunan, hereditas sangat mempengaruhi terhadap sifat, watak, tabiat generasi sesudahnya (anak). Demikian juga keadaan keluarga dalam kehidupan sehari-hari juga ikut membentuk kepribadian dan pola pikir anak. Keluarga dalam hal ini bapak atau ibu yang menekuni wirausaha atau bisnis, anak akan cenderung mengikuti bahkan mewarisi. Hal demikian tidak berlebihan karena setiap hari yang dilihat anak dari orang tuanya adalah dunia usaha atau bisnis semata.

c. Jalur tuntutan ekonomi (keadaan darurat, terpaksa)

Falsafah dan pelajaran hidup mengajarkan kepada kita bahwa otak dan pikiran manusia mau berkelana apabila sudah dihadapkan kepada kesulitan, keadaan yang tidak menguntungkan. Banyak rang yang berwirausaha diawali dari faktor kepepet, terpaksa akibat Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) pada perusahaan di mana orang tersebut bekerja.

d. Jalur cita-cita dan keinginan

Orang bisa mengembangkan wirausaha atau menjadi pengusaha karena cita-cita dan keinginan. Menjadi pengusaha dan menekuni wirausaha sudah diinginkan sejak kecil sehingga pola pikir, sikap selalu diarahkan pada dunia usaha atau bisnis bahkan sekolah atau lembaga pendidikan yang dicari dan dijalani selalu dikaitkan dengan pengembangan jiwa pengusaha.

e. Jalur hobi dan keterampilan

Orang bisa berwirausaha dari jalan hobi, kesenangan dan keterampilan. Orang yang hobi masak apabila ditekuni dengan serius akan bisa menjadi pengusaha catering. Orang yang mempunyai keterampilan menjahit bisa dikembangkan menjadi konveksi, orang yang mempunyai hobi

dan keterampilan menggambar bisa dikembangkan menjadi desainer dan lain sebagainya.

## 2. Cara Memulai Berwirausaha

Sebagaimana kata pepatah yang sering kita dengar, bahwa peluang adalah emas yang sangat bernilai, sehingga terlalu sayang jika kita membiarkan peluang itu berlalu. Mungkin sebagian besar kita memiliki keinginan untuk menjadi wirausahawan yang sukses. Hal itu wajar dan sebuah cita-cita yang sebaiknya terus dipelihara dan dikembangkan karena sebenarnya banyak peluang wirausaha disekitar kita yang dapat kita jadikan sebagai usaha industri baru kita.

Terkadang sering kita berpikir bahwa untuk menemukan suatu peluang usaha yang *brilliant* adalah setara dengan cara kita untuk berani memulai berwirausaha. Bagaimana hal ini dapat dikatakan setara? Jawabannya sebenarnya adalah sederhana, jika kita tidak mencoba untuk memanfaatkan peluang usaha yang ada dipikiran kita, lantas bagaimana kita akan mengetahui apakah peluang usaha yang kita rencanakan tersebut benar-benar akan sukses atau tidak.

Memang tidak mudah bagi seseorang untuk berani mengambil sebuah peluang wirausaha dan mempraktekannya dengan cara berani memulai berwirausaha atas peluang usaha yang telah diperkirakan tersebut. Terlebih lagi hal ini akan menjadi sangat berat bagi kita yang tidak didukung dengan keadaan, seperti modal usaha yang pas-pasan, tanggung jawab terhadap keluarga yang sedemikian besar, dll.

Usaha yang baik adalah usaha yang bisa dan langsung dikerjakan tidak hanya usaha yang ada dalam rencana dipikirkan. Untuk memulai usaha ada beberapa langkah yang harus dilakukan antara lain:

- a. Berjuang bisa mengalahkan musuh diri sendiri. Musuh pertama kali orang yang ingin memulai berwirausaha adalah dirinya sendiri. Kategori musuh dalam diri sendiri yang harus dikalahkan adalah: 1) rasa malu, 2) gengsi, 3) pesimis, 4) ragu-ragu, 5) banyak pertimbangan dan 6) takut gagal.



b. Senang membaca buku, majalah yang berkaitan dengan usaha atau bisnis. Pola pikir seseorang bisa dipengaruhi oleh buku yang dibaca. Bagi orang yang ingin memulai berwirausaha harus senang membaca buku yang berkaitan dengan bisnis/ wirausaha antara lain:

- 1) Buku motivasi sukses
- 2) Buku success story
- 3) Buku kewirausahaan dan lain sebagainya.

c. Sering mengamati kejadian, peristiwa, fenomena yang ada di tengah-tengah masyarakat. Peluang kerja sering muncul karena senang mengamati apa yang terjadi di tengah-tengah masyarakat. Bagi orang yang ingin memulai berwirausaha bisa melakukan beberapa hal antara lain:

- 1) Mengamati problem masyarakat
- 2) Mengamati kesenangan masyarakat
- 3) Mengamati kebutuhan masyarakat
- 4) Mengamati perubahan masyarakat

Selain beberapa langkah di atas, berikut ini secara praktis ada beberapa langkah sederhana dan cara jitu memberanikan diri kita untuk memulai memanfaatkan peluang wirausaha yang ada untuk berwirausaha dengan sukses dan berhasil<sup>1</sup>:

a. Melakukan riset pasar.

Sebelum kita memulai untuk berwirausaha, maka hal utama yang harus kita lakukan adalah dengan cara melakukan riset pasar dengan kata lain mengumpulkan data sebanyak mungkin berkaitan dengan pasar yang akan kita bidik. Beberapa data yang harus dicerna dengan baik diantaranya adalah tingkat persaingan, kompetisi harga, dan karakteristik dari konsumen yang diincar. Intinya, lakukan riset dilapangan apakah jenis usaha kerja yang akan rintis apakah akan berhasil bertahan atau sebaliknya.

Dalam peluang usaha dinyatakan bahwa peluang sebenarnya ada di sekeliling kita, hanya saja ada beberapa individu yang mampu melihat

---

<sup>1</sup> Shane, S. *A General Theory of Entrepreneurship.the Individual-opportunity Nexus.* (USA: Edward Elgar, 2003),

situasi sebagai peluang ada yang tidak. Hal ini disebabkan faktor informasi yang dimilikinya Informasi memungkinkan seseorang mengetahui bahwa peluang ada saat orang lain tidak menghiraukan situasi tersebut. Akses terhadap informasi dipengaruhi oleh pengalaman hidup dan hubungan sosial.

1) Pengalaman hidup. Pengalaman hidup memberikan akses yang lebih mengenai informasi dan pengetahuan mengenai penemuan peluang. Dua aspek dari pengalaman hidup yang meningkatkan kemungkinan seseorang menemukan peluang yaitu fungsi kerja dan variasi kerja.

2) Hubungan sosial. Sebuah langkah penting dimana seseorang mendapatkan informasi dari interaksi dengan orang lain. Beberapa ahli menyarankan ketika seorang takut berwirausaha secara sendirian, maka mengawali usaha secara kelompok adalah alternative. Oleh karenanya, kualitas dan kuantitas dalam interaksi sosial akan lebih memungkinkan individu akan membuat kelompok dalam berwirausaha. Informasi yang penting ketika akan memulai usaha adalah informasi mengenai lokasi, potensi pasar, sumber modal, pekerja, dan cara pengorganisasiannya. Kombinasi antara jaringan yang luas dan keanekaragaman latar belakang akan mempermudah mendapatkan informasi tersebut.

b. Menyusun rencana untuk memulai usaha dengan benar.

Hal-hal yang perlu dipertimbangkan adalah target market bisnis, target pendapat awal per bulan, rencana jangka panjang, biaya operasional dan sebagainya yang sesuai dengan jenis usaha kita. Setelah mengenai peluang usaha dan menyusun rencana usaha maka harus dikombinasikan dengan potensi diri. Keunggulan kompetitif apa yang saya miliki?

Pada masyarakat kita yang sering terjadi adalah memilih usaha yang sedang *trend* saat itu. Hal ini sah-sah saja tetapi ketika dalam proses perkembangan tidak membuat inovasi, maka akan sulit bersaing. Counter HP di Yogyakarta merupakan bisnis yang menjamur dalam 3-4 tahun ini. Jika mereka tidak mempunyai keunggulan kompetitif misalnya layanan

purna jual, harga yang bersaing, ataukah layanan secara umum baik, maka sulit akan berkembang. Seseorang datang ke sebuah toko untuk membeli HP, sebagian besar karena informasi yang telah didapatkan sebelumnya apakah dari mulut ke mulut ataukah dari koran.

- c. Memahami dan mematuhi aturan, baik dari yang telah kita buat sendiri atau jenis peraturan lainnya yang diluar wewenang kita (misal peraturan daerah). Pasti kita tidak mau kan, usaha yang capek-capek kita kembangkan harus colaps atau harus ditutup gara-gara kita melanggar kebijakan peraturan tertentu.
- d. *Willing to take calculated risks; Ambillah resiko. "The Gaint that you will be able to achieve is directly proportional to the risk taken"*.

Berani mengambil resiko yang diperhitungkan merupakan kunci awal dalam dunia usaha, karena hasil yang akan dicapai akan proporsional terhadap resiko yang akan diambil. Sebuah resiko yang diperhitungkan dengan baik-baik akan lebih banyak memberikan kemungkinan berhasil. Dan inilah faktor penentu yang membedakan "entrepreneur" dengan "manager". Entrepreneur akan lebih dibutuhkan pada tahap awal pengembangan perusahaan, dan manager dibutuhkan akan mengatur perusahaan yang telah maju.

Pembuatan keputusan merupakan fungsi utama seorang manajer begitu pula bagi seorang wirausahawan. Kegiatan pembuatan keputusan meliputi mengidentifikasi masalah, pencarian alternatif keputusan yang baik. Pembuatan keputusan diperlukan pada semua tahapan kegiatan manajemen baik pada saat proses pembuatan perencanaan, pada tahap implementasi atau operasionalisasi kegiatan maupun pada tahap pengawasan yang mencakup pemantauan, pemeriksaan, dan penilaian (evaluasi) terhadap hasil pelaksanaan dari rencana agar hasil yang diperoleh sesuai dengan target baik dalam jumlah, mutu, biaya serta penggunaan sumber lainnya secara efektif dan efisien.

Di dalam kegiatan usahanya, wirausahawan akan dihadapkan pada berbagai resiko yang akan mempengaruhi kelangsungan usahanya. Oleh karena itu, wirausahawan dituntut untuk memiliki kemampuan dalam menghadapinya. Kemampuan tersebut meliputi pemahaman tentang jenis resiko, cara menyikapi resiko, dan metode pengambilan resiko.

- e. *Work hard, 7 day a week, 18 hours a day*, Kerja keras.

Etos kerja keras sering dianggap sebagai mimpi kuno dan seharusnya diganti, tapi *hard-work and smart-work* tidaklah dapat dipisahkan lagi sekarang. Hampir semua *successful start-up* butuh *work a holics*. Entrepreneur sejati tidak pernah lepas dari kerjanya, pada saat tidurpun otaknya bekerja dan berpikir akan bussinessnya. Melamunkan dan memimpikan kerjanya.

- f. Memulai berwirausaha dari hal-hal kecil atau sepele.

Peter Drucker<sup>2</sup> pakar dalam kewirausahaan menyatakan bahwa dalam dalam memulai sebuah usaha atau inovasi dilakukan disarankan untuk terfokus—dimulai dari yang kecil berdasarkan sumberdaya yang kita miliki. Vidi catering di Yogyakarta adalah salah satu contoh dimana pendirinya berlatar belakang sarjana teknologi pertanian, jurusan pengolahan makanan. Memulai usaha rantangan untuk anak kost karena tinggal di sekitar kampus, kemudian karena *basic knowledge* di bidang pengolahan makanan, kemudian berkembang menjadi catering, hotel, dan sekarang ini gedung pertemuan dan paket pernikahan (*event organizer*).

- g. Memproduksi barang atau jasa, layanan yang spesifik, unik dan sulit ditiru.

Hal ini sangat berbeda dengan ahli terapis untuk anak autis. Kenyataan menunjukkan penderita autis meningkat di masyarakat, sementara layanan atau terapis autis belum terlalu banyak. Keahlian khusus yang 'langka' akan dicari orang tanpa mempertimbangkan aspek lokasi usaha. Usaha jasa berbasis pengetahuan (*knowledge intensive service*)

<sup>2</sup> Soesarsono, *Pengantar Kewirausahaan*, Buku I, Jurusan Teknologi Industri (IPB: Bogor, 2002), 48.

merupakan satu alternatif usaha yang memiliki keunggulan kompetitif. Biasanya mereka mendirikan usaha misalnya konsultan keuangan, konsultan manajemen, konsultan enjineri karena kemampuan pengetahuan yang dimilikinya.

Oleh karenanya, model usaha ini yang seharusnya dikembangkan dalam kewirausahaan di Perguruan Tinggi. Mahasiswa didorong untuk melakukan riset sesuai dengan bidang ilmunya untuk memiliki pengetahuan baru dan dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. Selain potensi diri dalam arti pengetahuan yang kita miliki, maka masih perlu mengoptimalkan aspek motivasi dan kepribadian.

- h. Memperbanyak jaringan (*network*) yang ada kaitannya dengan bisnis yang akan dilakukan.

Jaringan sangat besar pengaruhnya terhadap cepat lambatnya perkembangan usaha. Semakin banyak jaringan, maka akan semakin banyak

produk yang disalurkan. *Make friends, bertemanlah sebanyak banyaknya.*

Pada harga dan kualitas yang sama orang membeli dari temannya, pada harga yang sedikit mahal, orang akan tetap membeli dari teman. Teman akan membantu mengembangkan usaha kita, memberi nasehat, membantu menolong pada masa sulit.

- i. *Seek advice, but follow your belief;* Carilah nasehat dari pakarnya, tapi ikuti kata-kata kita.

*Consult Consultants, ask the experts, but follow your hearts.*

Entrepreneur selalu mencari nasehat dari berbagai pihak tapi keputusan akhir selalu ada ditangannya dan dapat diputuskan dengan indera keenamnya. Komunikasi yang baik dan kepiawaian menjual. Pada fase awal sebuah usaha, kepiawaian menjual merupakan kunci suksesnya. Dan kemampuan untuk memahami dan menguasai hubungan dengan pelanggan akan membantu mengembangkan usaha pada fase itu.

- j. Melakukan strategi pemasaran dengan tepat sasaran.

Untuk hal ini biasanya memerlukan waktu yang relatif tidak singkat untuk menguji apakah teknik pemasaran yang kita terapkan berhasil atau tidak. Dunia kewirausahaan adalah dunia ketidakpastian sementara informasi yang dimiliki oleh yang akan memulai usaha sedikit. Oleh karenanya, 'sedikit agak gila' (*overconfidence*) dan berani mengambil resiko adalah sangat perlu dilakukan. Akan tetapi kita perlu mencari waktu yang tepat untuk memulai usaha. Lakukan dulu, jalan dulu, jika ada kesulitan, baru dicari jalan keluarnya.

*Deal with failures*, Hadapi kegagalan. Kegagalan merupakan sebuah vitamin untuk menguatkan dan mempertajam intuisi dan kemampuan kita berwirausaha, selama kegagalan itu tidak "mematikan". Setiap usaha selalu akan mempunyai resiko kegagalan dan bila mana itu sampai terjadi, bersiaplah dan hadapilah !

- k. *Just do it, now!* Lakukanlah sekarang juga. Bila anda telah siap, lakukanlah sekarang juga. Putuskan dan kerjakan sekarang, karena besok bukanlah milik kita.

Berdasarkan analisis pustaka terkait kewirausahaan, diketahui bahwa aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam melakukan wirausaha adalah <sup>3</sup>:

- a. mencari peluang usaha baru:lama usaha dilakukan, dan jenis usaha yang pernah dilakukan
- b. pembiayaan:pendanaan–jumlah dan sumber-sumber dana
- c. SDM:tenaga kerja yang dipergunakan
- d. kepemilikan:peran-peran dalam pelaksanaan usaha
- e. organisasi: pembagian kerja diantara tenaga kerja yang dimiliki
- f. kepemimpinan:kejujuran, agama, tujuan jangka panjang, proses manajerial
- g. Pemasaran: lokasi dan tempat usaha.

<sup>3</sup> Buchari Alma, *Kewirausahaan*, Edisi Revisi (Penerbit Alfabeta: Bandung, 2007), 10– 12.

### 3. Hambatan Dalam Berwirausaha

Setiap pekerjaan, usaha atau bisnis pasti ada hambatanya, semakin banyak dan besar usaha tersebut, maka semakin banyak pula hambatan yang harus dihadapi. Di antara hambatan-hambatan dalam berwirausaha antara lain:

#### a. Pola pikir dan mental pegawai

Masyarakat Indonesia hamper seluruhnya bermental pegawai, mental pesuruh, tidak berani menanggung resiko dan aman saja. Hal ini dapat kita lihat saat pendaftaran pegawai negeri atau penerimaan pegawai swasta. Terkadang yang dibutuhkan 10 orang yang daftar sampai 360 orang, satu kursi direbut 36 orang.

Selain itu pandangan masyarakat sampai sekarang masih tertuju pada *casings* atau tampilan luar saja. Orang yang bekerja di kantor dengan baju seragam, pakai atribut dianggap lebih terhormat dibandingkan dengan wirausahawan yang relative pakaian bebas. Hal ini yang menyebabkan generasi muda Indonesia lebih senang menjadi pegawai. Dapat gaji tetap (meski tetap kurang), masuk kantor setiap hari dari pada menjadi pengusaha yang bebas dan merdeka.

#### b. Lingkungan yang kurang mendukung

Hambatan dalam berwirausaha sering datang dari lingkungan keluarga. Bagi seorang anak terkadang mendapat hambatan dari orang tua, artinya orang tua lebih suka anaknya menjadi pegawai dari pada jadi pengusaha yang penuh resiko. Bagi seorang suami, hambatan bisa datang dari isteri, di mana seorang isteri mencegah sang suami yang ingin membuka usaha baru atau mengembangkan usaha yang sudah ada karena dihantui resiko yang besar.

Hambatan berwirausaha juga bisa datang dari lingkungan sekolah, teman kuliah bahkan opini masyarakat. Selama ini masyarakat mempunyai opini yang kurang baik terhadap dunia bisnis atau wirausaha. Opini negative tersebut bisa berupa ketidak pastian penghasilan dalam berwirausaha, atau semakin besarnya tantangan yang harus dihadapi pengusaha. Dengan

demikian masyarakat tetap mempunyai pandangan bahwa menjadi pegawai lebih aman dari pada menjadi pengusaha.

c. Tidak ada modal atau dana

Banyak orang yang menganggap bahwa modal dan dana menjadi faktor utama dalam keberhasilan berwirausaha. Dengan demikian ketidakadaan dana atau modal menjadi penghambat dalam berwirausaha.

Dalam berwirausaha, modal atau dana bukan satu-satunya penentu berhasil tidaknya sebuah wira usaha. Tidak sedikit orang yang berhasil dalam berwirausaha dari modal kecil/ dana sedikit. Justru adanya keterbatasan modal atau dana ini bisa menjadikan seorang yang berwirausaha menjadi kreatif dan sungguh-sungguh.

Di samping tiga hal tersebut di atas, ada lagi hambatan dalam berwirausaha dan hal ini menyangkut mental pribadi seperti merasa tidak memiliki masa depan yang pasti jika berwirausaha, merasa bingung dari mana memulai usaha, tidak mau mengambil resiko, takut gagal, ingin untung besar, tidak mau dari yang kecil dan patah semangat atau trauma karena pernah gagal dalam berwirausaha.

4. Tahapan Dalam Berwirausaha

Berwirausaha itu membutuhkan proses, waktu yang cukup lama, tidak cukup satu atau dua tahun tapi terkadang membutuhkan waktu sampai lima, sepuluh atau lima belas tahun. Dalam berwirausaha kita tidak boleh melihat hasilnya dalam satu atau dua tahun, tapi kita bisa melihat hasilnya sepuluh, lima belas tahun yang akan datang.

Proses dan waktu yang panjang dalam berwirausaha merupakan suatu keniscayaan. Berwirausaha tidak mengikuti hukum bim-salabim seperti sulap. Hukum yang berlaku dalam usaha adalah hukum sunnatullah, berjalan, berproses, *step by step* bagaikan perkembangan hidup manusia yang bertahap dan berproses. Secara umum tahap-tahap melakukan wirausaha adalah sebagai berikut<sup>4</sup>:

---

<sup>4</sup> Suryana, *Kewirausahaan*, Penerbit (Salemba Empat: Jakarta, 2001), 34.



- a. Tahap memulai, tahap di mana seseorang yang berniat untuk melakukan usaha mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan, diawali dengan melihat peluang usaha baru yang mungkin apakah membuka usaha baru, melakukan *akuisisi*, atau melakukan *franchising*. Juga memilih jenis usaha yang akan dilakukan apakah di bidang pertanian, industri / manufaktur / produksi atau jasa.
  - b. Tahap melaksanakan usaha atau diringkas dengan tahap "jalan", tahap ini seorang wirausahawan mengelola berbagai aspek yang terkait dengan usahanya, mencakup aspek-aspek: pembiayaan, SDM, kepemilikan, organisasi, kepemimpinan yang meliputi bagaimana mengambil resiko dan mengambil keputusan, pemasaran, dan melakukan evaluasi. Pada tahap memulai usaha ini, upaya yang dilakukan adalah bagaimana menjalankan usaha tersebut. Apabila usaha sudah bisa berjalan maka itu merupakan suatu tahap keberhasilan untuk tahap permulaan. Ini merupakan tantangan yang berat dalam mewujudkan keberhasilan suatu usaha.
  - c. Mempertahankan usaha, tahap di mana wirausahawan berdasarkan hasil yang telah dicapai melakukan analisis perkembangan yang dicapai untuk ditindaklanjuti sesuai dengan kondisi yang dihadapi. Mempertahankan agar usaha bisa berjalan secara kontinyu memiliki makna bahwa usaha yang dijalankan agar tetap stabil, tidak ada penurunan baik secara kuantitas seperti omzet maupun secara kualitas seperti layanan dan nilai manfaat.
  - d. Menghitung keuntungan dalam berwirausaha merupakan suatu hal yang tidak dapat dipungkiri. Bahkan ada yang berfikir ekstrim mengatakan bahwa ujung atau *goal* dari suatu usaha adalah keuntungan atau laba. Setelah mempertahankan usaha yang dibangun, berjalan secara kontinyu maka yang bisa dilakukan oleh pengusaha atau wirausahawan adalah menghitung keuntungan dari usahanya dengan rumus yang sangat sederhana sebagai berikut: { **Laba/ Keuntungan = Hasil Penjualan – Modal** }.
- Dalam kaitannya dengan menghitung keuntungan ini, ada beberapa istilah yang perlu difahami yaitu:

- 1) Omzet: keseluruhan dari nilai barang atau produk yang terjual, dalam omzet terdapat modal dan laba.
- 2) Laba: keuntungan yang diperoleh pengusaha setelah menghitung secara tertulis hasil penjualan dikurangi modal.
- 3) *Cash flow*: keuntungan dan laba yang secara riil sudah berada di tangan, tidak hanya hitungan yang ada di kertas.

Dalam berwirausaha sering kita dapat perusahaan yang omzetnya besar tetapi laba/ keuntungannya kecil begitu juga sebaliknya. Hal ini dipengaruhi oleh jenis atau bidang usaha yang dijalankan.

- e. Mengembangkan usaha, tahap di mana jika hasil yang diperoleh tergolong positif atau mengalami perkembangan atau dapat bertahan maka perluasan usaha menjadi salah satu pilihan yang mungkin diambil.

Seorang pengusaha harus mampu mengetahui pertumbuhan dan perkembangan usahanya, sekaligus mengetahui kemajuan usaha yang sudah dicapai. Menumbuhkan dan mengembangkan usaha bisa dimulai menambah produk atau barang baru, menambah jaringan kerja/ *networking*, menambah kemitraan atau *partnership* dan meningkatkan nilai tambah pada barang (*addad value*).

Menurut Carol Noore yang dikutip oleh Bygrave, proses kewirausahaan diawali dengan adanya inovasi. Inovasi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari pribadi maupun di luar pribadi, seperti pendidikan, sosiologi, organisasi, kebudayaan dan lingkungan. Faktor-faktor tersebut membentuk *locus of control*, kreativitas, keinovasian, implementasi, dan pertumbuhan yang kemudian berkembang menjadi wirausaha yang besar. Secara internal, keinovasian dipengaruhi oleh faktor yang bersal dari individu, seperti locus of control, toleransi, nilai-nilai, pendidikan, pengalaman.

Sedangkan faktor yang berasal dari lingkungan yang mempengaruhi diantaranya model peran, aktivitas, dan peluang. Oleh karena itu, inovasi berkembang menjadi kewirausahaan melalui proses yang dipengaruhi

lingkungan, organisasi dan keluarga. Secara ringkas, model proses kewirausahaan mencakup tahap-tahap berikut:

- a. proses inovasi
- b. proses pemicu
- c. proses pelaksanaan
- d. proses pertumbuhan

#### D. RANGKUMAN

1. Untuk menjadi wirausaha bisa ditempuh melalui jalur berikut ini:

- a. Jalur lingkungan
- b. Jalur keturunan dan keluarga
- c. Jalur tuntutan ekonomi (keadaan darurat, terpaksa)
- d. Jalur cita-cita dan keinginan
- e. Jalur hobi dan keterampilan

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. Cara memulai berwirausaha adalah:

- a. Melakukan riset pasar.
- b. Menyusun rencana untuk memulai usaha dengan benar.
- c. Memahami dan mematuhi aturan, baik dari yang telah kita buat sendiri atau jenis peraturan lainnya yang diluar wewenang kita (misal peraturan daerah).
- d. *Willing to take calculated risks*; Ambillah resiko.
- e. *Work hard, 7 day a week, 18 hours a day*, Kerja keras.
- f. Memulai berwirausaha dari hal-hal kecil atau sepele.
- g. Memproduksi barang atau jasa, layanan yang spesifik, unik dan sulit ditiru.
- h. Memperbanyak jaringan (*network*) yang ada kaitannya dengan bisnis yang akan dilakukan.
- i. *Seek advice, but follow your belief*; Carilah nasehat dari pakarnya, tapi ikuti kata-kata kita.
- j. Melakukan strategi pemasaran dengan tepat sasaran.
- k. *Just do it, now!* Lakukanlah sekarang juga.

3. Berdasarkan analisis pustaka terkait kewirausahaan, diketahui bahwa aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam melakukan wirausaha adalah :
  - a. Mencari peluang usaha baru:lama usaha dilakukan, dan jenis usaha yang pernah dilakukan
  - b. Pembiayaan:pendanaan–jumlah dan sumber-sumber dana
  - c. SDM:tenaga kerja yang dipergunakan
  - d. Kepemilikan:peran-peran dalam pelaksanaan usaha
  - e. Organisasi: pembagian kerja diantara tenaga kerja yang dimiliki
  - f. Kepemimpinan:kejujuran, agama, tujuan jangka panjang, proses manajerial
  - g. Pemasaran: lokasi dan tempat usaha.
4. Secara umum tahap-tahap melakukan wirausaha adalah sebagai berikut:
  - a. Tahap memulai.
  - b. Tahap melaksanakan usaha atau diringkas dengan tahap "jalan".
  - c. Mempertahankan usaha.
  - d. Menghitung keuntungan
  - e. Mengembangkan usaha.

#### E. EVALUASI DAN REFLEKSI

1. Tes tulis
  - a. Jelaskan apa yang harus disiapkan sebelum memulai wirausaha?
  - b. Jelaskan apa yang dibutuhkan bagi seseorang yang akan memulai berwirausaha?
  - c. Jelaskan jalur yang bisa menjadi jalan menjadi wirausahawan?
  - d. Jelaskan cara memulai berwirausaha?
  - e. Jelaskan hambatan dalam berwirausaha?
  - f. Jelaskan tahapan-tahapan dalam berwirausaha?
  - g. Jelaskan opini masyarakat terhadap wirausaha?
  - h. Jelaskan perbedaan antara laba dengan *cashflow*?
  - i. Jelaskan cara menghitung laba?

j. Jelaskan musuh dalam memulai wirausaha?

2. Tugas

- a. Tulislah hobi dan keterampilan yang saudara miliki yang bisa dikembangkan untuk menjadi usaha!
- b. Tulislah peluang dan tantangan yang ada dari mengembangkan usaha yang berasal dari hobi dan keterampilan yang saudara miliki!
- c. Tulislah peluang usaha berdasarkan problem dan kebutuhan masyarakat sekarang!

## F. TINDAK LANJUT

Tindak lanjut setelah pembelajaran modul ini selesai adalah:

1. Melakukan wawancara dengan pengusaha minimal 2 orang untuk mengetahui cara memulai berwirausaha.
2. Mengumpulkan buku, majalah yang berkaitan dengan wirausaha.

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

## G. GLOSARIUM

1. Laba : keuntungan secara tertulis/ hasil penjualan dikurangi modal
2. Omzet : keseluruhan nilai barang terjual
3. *Cash flow* : keuntungan atau laba secara riil/ di tangan
4. *Network* : jaringan usaha
5. *Heredity* : keturunan
6. *Partnership* : kemitraan
7. *Added value* : nilai tambah barang

# **MODUL**

# **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

## **BISNIS KREATIF- 1 MEMBUAT SOVENER ISLAMI**

**Drs. H. Cholil Uman, M. Pd. I.**

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

## Modul 12

### BISNIS KREATIF- 1 MEMBUAT SOVENER ISLAMIS

#### A. PENDAHULUAN

Sovener atau cenderamata sudah menjadi kebutuhan sehari-hari. Terutama pada masyarakat perkotaan, sovener atau cenderamata dijadikan sebagai media untuk memperkuat tali atau ikatan persaudaraan atau sebagai tanda penghormatan terhadap orang yang patut dihormati seperti para tamu pada acara tertentu.

Sovener atau cendramata, jumlah, jenis, macam dan bentuknya tidak dapat dihitung, sangat banyak dan penuh variasi. Sovener atau cendramata tersebut sangat dibutuhkan oleh orang yang mempunyai hajat tertentu untuk diberikan kepada orang yang datang sebagai tamu dan pantas diberi sovener atau cendramata. Diantara hajat/ acara yang tidak lepas dari pemberian sovener atau cendramata adalah: pernikahan/ perkawinan, ulang tahun, tasyakuran haji, walimatul aqiqah dan kirim do'a.

Khususnya untuk acara pernikahan atau perkawinan, sovener atau cenderamata yang diberikan oleh *shohibul hajat* (tuan rumah) kepada para tamu adalah sovener atau cendramata yang kurang bernilai dan hanya mengedepankan keunikan, padahal harganya juga tidak tergolong mewah. Karena hanya mengedepankan keunikan dan kurang ada nilai atau manfaat maka hampir seluruh sovener atau cenderamata yang diperoleh dari acara pernikahan tersebut tidak tersimpan dengan baik, berserakan di rumah dan pada akhirnya dalam waktu yang relatif singkat akan terbuang begitu saja.

Gambaran di atas merupakan realita yang ada di tengah-tengah masyarakat dan realita tersebut sebenarnya bisa mendatangkan peluang bisnis kreatif berupa membuat sovener islami sesuai dengan acara yang dilaksanakan oleh tuan rumah atau *shahibul hajat*.

## **B. KOMPETENSI PEMBELAJARAN**

Kompetensi yang ingin dicapai setelah selesai mempelajari modul ini adalah agar mahasiswa:

1. Mampu menjelaskan pengertian sovener islami
2. Mampu menjelaskan pentingnya sovener islami
3. Mampu menyebutkan macam-macam sovener islami
4. Mampu menjelaskan cara produksi sovener islami
5. Mampu menjelaskan pola pemasaran sovener islami.

## **C. URAIAN MATERI**

### **1. Pengertian sovener islami**

Secara umum sovener islami diartikan sebagai cinderamata yang diberikan kepada orang tertentu sebagai tanda penghormatan yang di dalamnya terdapat nilai-nilai keislaman. Sovener islami mempunyai kelebihan yang tidak dimiliki oleh sovener pada umumnya. Kelebihan yang dimiliki oleh sovener islami adalah terdapat pesan dakwah, ada ajakan untuk meningkatkan amal baik, ada tambahan ilmu pengetahuan agama Islam dan ada nilai pahala serta syiar agama Islam.

Sovener islami yang berbentuk buku keagamaan ini berbeda dengan sovener-sovener pada umumnya. Perbedaan tersebut ditinjau dari segi nilai yang terkandung dalam sovener. Jika sovener pada umumnya mengandalkan desain dan keunikan bentuk, maka sovener islami berbentuk buku keislaman ini tidak hanya mengandalkan keindahan desain dan keunikan bentuk, tetapi juga syarat dengan nilai dan kemanfaatan. Dengan adanya nilai dan manfaat tersebut, maka orang yang menerima sovener islami akan tetap menjaganya, merawatnya dan tidak pernah akan membuang. Nilai kegunaan dan kemanfaatan inilah yang menjadi keunggulan pada sovener islami.

### **2. Pentingnya sovener islami**



Dalam sebuah hadits disebutkan yang artinya: “*hendaklah kalian saling memberi hadiah, karena hadiah itu dapat menambah dan meningkatkan rasa kasih sayang di antara kalian*”. (HR. Abu Daud). Hadiah dalam hadits tersebut bersifat umum, baik dalam bentuk ucapan selamat, perbuatan yang menyenangkan maupun dalam bentuk materi atau benda. Hadiah dalam bentuk materi atau benda biasa berupa sovener atau cinderamata. Hadiah dalam bentuk sovener ini mempunyai fungsi yang sangat penting, terutama sovener islami berupa buku keislaman.

Sovener islami dalam bentuk buku tidak hanya berfungsi sebagai tanda penghormatan kepada orang-orang yang patut diberi penghormatan tetapi juga berfungsi untuk menambah ilmu pengetahuan agama islam bagi yang menerima sovener dan misi syiar Islam atau *da'wah bi al-kitabah* (dakwah dalam bentuk tulisan) bagi yang memberi sovener. Dengan demikian dalam sovener islami ada nilai ibadah (*ibadah ghairu mahdah*) sehingga orang yang memberi sovener mendapatkan pahala dari Allah Swt.

### 3. Macam-macam sovener islami

Sovener islami dalam bentuk buku keislaman macamnya menyesuaikan acara yang ada di masyarakat. Sebagaimana yang diketahui bahwa acara yang ada di masyarakat terutama masyarakat perkotaan adalah cukup banyak macamnya. Diantaranya adalah kirim doa, resepsi pernikahan atau pernikahan (*walimatul 'ursy*), tasyakuran haji (*walimatu safar*), tasyakuran khitan (*walimatul khitan*), tasyakuran kelahiran (*walimatul aqiqah*) dan tasyakuran ulang tahun pernikahan. Dengan melihat macam acara yang biasanya diadakan oleh masyarakat perkotaan tersebut, maka macam-macam sovener islami yang bisa ditawarkan adalah sebagai berikut:

#### a. Sovener islami untuk acara pernikahan atau perkawinan.

Sovener islami dalam bentuk buku keislaman untuk acara pernikahan atau perkawinan bisa berupa buku-buku keislaman yang ada hubungannya dengan pernikahan atau perkawinan, dan rumah tangga. Judul buku yang bisa dijadikan sovener antara lain:

##### 1) Risalah Nikah

- 2) Mewujudkan Keluarga Sakinah
- 3) 10 Tips Menuju Rumah Tangga Bahagia
- 4) Meneladani Keluarga Rasulullah

Untuk menambah daya tarik buku keislaman sebagai sovener, maka desain cover buku bisa mengikuti permintaan pemesan atau orang yang mempunyai hajat atau acara, seperti memasukkan foto pengantin pada cover buku, memasukkan identitas pengantin ke dalam buku, mencantumkan kalimat ucapan terima kasih dan mohon do'a restu dan sebagainya.

b. Sovener islami untuk tasyakuran haji (*walimatus safar*)

Sovener islami berbentuk buku keislaman untuk acara tasyakuran haji bisa berupa buku-buku keislaman yang ada hubungannya dengan ibadah haji. Buku keislaman yang bisa dijadikan sovener dalam acara tersebut adalah:

- 1) Risalah Haji
- 2) Meraih Haji Mabruur
- 3) Haji dan Kesalihan sosial
- 4) Sejarah Masjidil Haram dan Masjid Nabawi

Untuk menambah daya tarik buku keislaman sebagai sovener, maka desain cover buku bisa mengikuti permintaan pemesan atau orang yang mempunyai hajat atau acara, seperti memasukkan foto orang yang berhaji pada cover depan buku, mencantumkan identitas orang yang berhaji ke dalam buku, mencantumkan kalimat ucapan terima kasih dan mohon do'a restu pada bagian cover belakang dan sebagainya.

c. Sovener islami untuk acara walimatul khitan

Sovener islami dalam bentuk buku keislaman untuk acara walimatul khitan bisa berupa buku-buku keislaman yang ada hubungannya dengan khitan dan pendidikan anak. Judul buku yang bisa dijadikan sovener pada acara tersebut antara lain:

- 1) Risalah Khitan dan Aqiqah
- 2) Meneladani Akhlak Nabi Ibrahim
- 3) Mendidik Anak Menurut Islam

#### 4) Anak Shaleh, antara Harapan dan Kenyataan.

Untuk menambah daya tarik buku keislaman sebagai sovener, maka desain cover buku bisa mengikuti permintaan pemesan atau orang yang mempunyai hajat atau acara, seperti memasukkan foto anak yang dikhitan pada cover depan buku, mencantumkan identitas anak yang dikhitan ke dalam buku, mencantumkan kalimat ucapan terima kasih dan mohon do'a restu pada bagian cover belakang dan sebagainya.

#### d. Sovener islami untuk acara kirim do'a

Sudah menjadi kebiasaan pada sebagian besar masyarakat muslim di kota besar seperti Surabaya mengadakan acara kirim doa kepada anggota keluarga yang terlebih dahulu telah dipanggil oleh Allah Swt. Acara kirim doa tersebut bisa dilaksanakan pada hari ke tujuh setelah meninggalnya anggota keluarga, hari ke 40 setelah meninggalnya al-marhum/ al-marhumah, hari ke 100 setelah meninggalnya al-marhum/ al-marhumah, satu tahun setelah meninggalnya al-marhum/ al-marhumah yang dikenal dengan haul dan ada yang mengadakan acara kirim doa pada hari ke-1000 atau  $\pm$  3 tahun setelah meninggalnya al-marhum/ al-marhumah.

Sovener islami dalam bentuk buku yang paling relevan dengan acara tersebut adalah buku Yasin-Tahlil, buku Istighatsah dan Majmuk Syarif.

Untuk menambah daya tarik buku keislaman sebagai sovener, maka desain cover buku bisa mengikuti permintaan pemesan atau orang yang mempunyai hajat atau acara, seperti memasukkan foto al-marhum/ al-marhumah pada cover depan buku, mencantumkan identitas al-marhum/ al-marhumah dijelaskan dalam buku, mencantumkan kalimat ucapan terima kasih dan mohon do'a restu pada bagian cover belakang dan sebagainya.

#### 4. Langkah-langkah cara membuat sovener islami

Membuat sovener islami agak berbeda dengan membuat sovener pada umumnya. Membuat sovener islami tidak hanya membutuhkan daya kreatif yang tinggi tetapi juga ilmu pengetahuan agama Islam yang memadai. Kemampuan atau kreasi mendesain dan layout dibutuhkan untuk mencetak cover, sedangkan

kemampuan ilmu agama Islam dibutuhkan untuk isi dari buku keislaman yang dijadikan sovener islami tersebut.

Secara singkat atau garis besar langkah-langkah atau cara-cara dalam membuat sovener islami adalah:

a. Menulis dan menyiapkan naskah buku

Menulis naskah buku untuk sovener islami merupakan langkah awal dalam usaha atau bisnis sovener islami. Ketersediaan naskah buku menjadi keharusan dan kemutlakan. Tanpa adanya naskah buku yang akan ditawarkan tidak mungkin usaha atau bisnis kreatif ini berjalan.

Menyiapkan naskah buku islami untuk sovener bisa dilakukan sendiri artinya menulis sendiri sesuai dengan judul yang diperkirakan sudah sesuai dengan harapan pemesan atau mencari penulis yang dianggap berkompeten terhadap penulisan buku yang dikehendaki. Yang terpenting adalah naskah buku harus ada dengan isi yang standar.

Naskah buku yang disediakan harus banyak judul, jika merujuk pada macam acara yang membutuhkan sovener islami dalam bentuk buku keislaman di atas maka setidaknya-tidaknya naskah buku yang harus disiapkan adalah dua belas judul. Dengan banyaknya judul tersebut maka pemesan dapat memilih judul buku islami yang dikehendaki. Dengan demikian peluang pesanan menjadi lebih besar, dan tentunya omset penjualan menjadi bertambah.

b. Mencetak naskah buku

Langkah kedua setelah menyusun naskah buku untuk sovener islami adalah mencetak naskah tersebut sesuai dengan kebutuhan. Untuk mencetak naskah buku yang sudah ditulis perlu bekerjasama dengan biro jasa cetak apabila tidak sanggup untuk mencetak sendiri.

Mencetak buku dalam jumlah besar biayanya lebih ringan dari pada mencetak buku dengan jumlah sedikit. Oleh karena itu naskah buku tersebut sebaiknya dicetak dalam jumlah kapasitas yang besar atau standar minimal jumlah cetak, misalnya 2000 exemplar atau lebih. Dari jumlah tersebut diambil 5% atau 100 exemplar dipakai sampel atau contoh, artinya cetakan buku

tersebut hanya 100 exemplar yang diberi cover, sehingga bisa dijadikan contoh saat menawarkan sovener islami kepada orang yang mempunyai hajat atau acara. Selebihnya disimpan tanpa cover sebagai persiapan apabila ada pesanan dari orang yang mempunyai hajat.

#### 5. Pola pemasaran sovener islami

Dalam setiap bisnis atau usaha, yang paling berat dan menjadi tantangan sekaligus menjadi faktor kesuksesan sebuah perusahaan adalah pemasaran produk. Menulis buku dan mencetak buku adalah pekerjaan yang berat dan sulit, tetapi memasarkan buku hasil cetakan jauh lebih sulit lagi atau dengan ungkapan lain bahwa memproduksi barang lebih mudah dari pada memasarkan barang tersebut.

Dalam dunia bisnis perbukuan pola pemasaran sangat menentukan terhadap sukses tidaknya sebuah usaha buku. Sebelum buku didistribusikan ke konsumen atau ke pasar, setidaknya ada beberapa hal yang perlu diajukan sebagai pertanyaan, yaitu apa yang dijual dari buku itu? Apa yang menjadi daya tarik bagi orang lain untuk mau membeli buku itu? Ada lima hal yang dijual dari sebuah buku yaitu:

##### a. Menjual nama penulis buku

Buku cepat terjual habis karena penulisnya sangat dikenal atau keilmuan penulis tidak diragukan lagi.

##### b. Menjual isi buku

Buku cepat terjual habis karena isinya memang sangat baik, judulnya menarik dan *up to date*, aktual dan isi buku tersebut sangat dibutuhkan oleh pembeli.

##### c. Menjual desain buku

Buku cepat terjual habis karena desain dan *lay out*nya bagus dan menarik. Dengan desain dan *lay out* yang menarik serta didukung oleh judul yang menimbulkan rasa penasaran maka pembeli gampang dan mudah untuk membeli.

##### d. Harga buku

Buku cepat habis terjual disebabkan oleh harga buku yang terjangkau dan dinilai masih murah. Harga buku sangat dipengaruhi oleh kualitas, bahan buku, nama besar penulis, nama besar penerbit dan isi dari buku itu sendiri.

e. Pemakai buku atau segment pasar

Buku bisa cepat habis terjual apabila buku tersebut mempunyai pembeli yang jelas, segment pasar yang pasti seperti buku pelajaran di sekolah. Secara detail untuk mengetahui faktor penyebab buku cepat terjual dan lambat terjual di pasar dapat dilihat pada tabel berikut ini

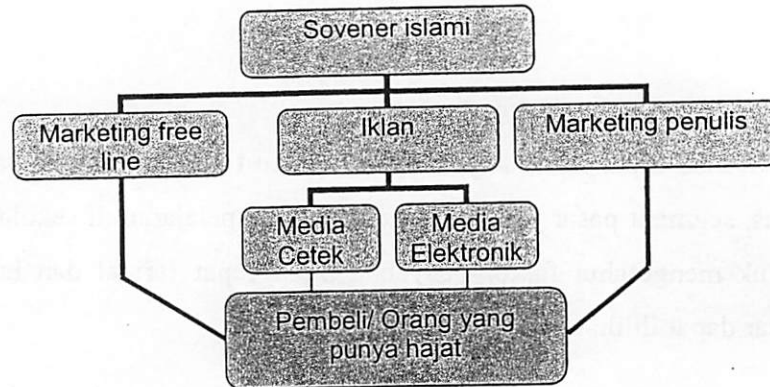
**Tabel 1**  
**Faktor yang Menjadi Penyebab Buku Laku dan Tidak Laku di Pasar**

NO	FAKTOR BUKU LAKU DI PASAR	NO	FAKTOR BUKU SULIT LAKU DI PASAR
1	Penulisnya dikenal	1	Penulisnya tidak dikenal
2	Isi buku sesuai dengan kebutuhan	2	Isi buku tidak sesuai dengan kebutuhan
3	Harga terjangkau	3	Harga tidak terjangkau
4	Judul buku menarik	4	Judul buku tidak menarik
5	Desain, <i>lay out</i> buku menarik	5	Desain, <i>lay out</i> buku tidak menarik
6	Punya pasar yang jelas	6	Pasar belum jelas

Untuk buku keislaman yang akan ditawarkan kepada pembeli untuk dijadikan sovener setidaknya tidaknya dapat memenuhi lima faktor di atas jika tidak mampu semuanya. Lima faktor yang dimaksud adalah:

- a. Buku keislaman untuk sovener islami isinya sesuai dengan kebutuhan pembeli.
- b. Buku keislaman untuk sovener islami harganya terjangkau.
- c. Buku keislaman untuk sovener islami judulnya menarik.
- d. Buku keislaman untuk sovener islami desainnya bagus.
- e. Buku keislaman untuk sovener islami mempunyai pasar yang jelas.

Adapun pola pemasaran sovener islami berbentuk buku keislaman adalah sebagaimana dalam bagan berikut ini:



Untuk memasarkan sovener islami dalam bentuk buku dibutuhkan media iklan baik iklan cetak maupun iklan elektronik. Dalam iklan cetak setidaknya menampilkan desain cover semua buku yang menjadi sovener dan menjelaskan kelebihan dan manfaat yang bisa diperoleh dari sovener islami, dicantumkan pula daftar harga dan cara pembelian.

Agar iklan sovener tersebut tersebar luas maka bisa kerja sama atau dititipkan biro jasa yang melayani kebutuhan acara resepsi atau walimah seperti katering, persewaan alat pesta, rias pengantin dan sebagainya. Khusus untuk resepsi pernikahan atau perkawinan bisa kerjasama dengan Kantor Urusan Agama (KUA) kecamatan setempat.

Selain iklan harus ada pula tenaga pemasaran atau marketing, baik marketing dari penulis sendiri maupun marketing free line. Kedua marketing ini bisa mencari pasar konsumen dengan cara *door to door* (datang langsung kepada orang yang punya hajat). Khusus untuk acara pernikahan atau perkawinan marketer bisa mencari orang yang akan melangsungkan acara pernikahan dari kelurahan atau dari KUA kecamatan. Dengan pola *door to door* tersebut sovener islami semakin cepat dikenal oleh masyarakat.

#### D. RANGKUMAN

1. Sovener islami adalah cenderamata yang diberikan kepada orang lain sebagai penghormatan yang di dalamnya terdapat nilai-nilai keislaman dan dakwah Islam.

2. Sovener islami mempunyai peran yang sangat penting karena di dalamnya terdapat manfaat yang sangat besar baik bagi yang menerima sovener maupun bagi yang memberikan sovener. Manfaat bagi yang menerima sovener tersebut adalah dapat tambahan ilmu agama Islam, sedangkan manfaat bagi yang memberikan sovener tersebut adalah ikut mensyiarkan islam dan *da'wah bil kitabah*.
3. Macam-macam sovener islami dalam bentuk buku keislaman antara lain: sovener untuk acara perkawinan atau pernikahan, sovener untuk ulang tahun pernikahan, sovener untuk tasyakuran haji, sovener untuk tasyakuran khitanan dan sovener untuk kirim do'a.
4. Langkah dan cara membuat sovener islami dalam bentuk buku keislaman adalah *pertama*, menyusun naskah buku dan *kedua*, mencetak dan menerbitkan buku yang dijadikan sovener.
5. Pola pemasaran sovener islami dalam bentuk buku keislaman meliputi iklan, baik cetak maupun elektronik, marketing melalui penulis maupun free line, bekerja sama dengan pihak yang terkait dengan acara resepsi dan juga *door to door* (langsung kepada orang yang mempunyai hajat).

## E. EVALUASI/ REFLEKSI

1. Tes tulis
  - a. Jelaskan pengertian sovener islami?
  - b. Jelaskan persamaan dan perbedaan antara sovener islami dengan sovener pada umumnya?
  - c. Jelaskan kelebihan dan manfaat yang terdapat dalam sovener islami?
  - d. Sebutkan macam-macam sovener islami?
  - e. Sebutkan macam-macam acara atau resepsi pada masyarakat perkotaan yang memerlukan sovener islami?
  - f. Jelaskan langkah dan cara membuat sovener islami?
  - g. Jelaskan pola pemasaran sovener islami?



**2. Tugas**

- a. Buatlah draf buku sovener islami untuk acara pernikahan atau perkawinan!
- b. Buatlah draf buku sovener islami untuk acara tasyakuran haji!
- c. Buatlah draf buku sovener islami untuk acara tasyakuran khitanan!

**F. TINDAK LANJUT**

Tindak lanjut setelah pembelajaran modul ini selesai adalah:

1. Mahasiswa mencari referensi atau buku bacaan yang berkaitan dengan materi buku keislaman yang akan ditulis.
2. Mahasiswa mencari informasi dari Kantor Urusan Agama (KUA) berkaitan dengan pemasaran sovener islami.

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

# **MODUL**

# **13**

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

## **BISNIS KREATIF- 2 MEMBUAT KAOS ISLAMI**

**Drs. H. Cholil Uman, M. Pd. I.**

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

## Modul 13

### BISNIS KREATIF- 2 MEMBUAT KAOS ISLAMI

#### A. PENDAHULUAN

Perkembangan Islam di kota-kota besar menunjukkan frekwensi dan grafik yang terus meningkat. Kesadaran umat Islam untuk menjadi muslim yang kaffah semakin besar. Salah satu tanda meningkatnya kesadaran umat islam terhadap keislamannya adalah semakin banyaknya lembaga-lembaga Islam unggulan dengan jumlah siswa yang cukup banyak.

Realitas di atas merupakan indikator bahwa orang tua muslim di kota besar sangat memperhatikan keislaman anak-anaknya atau dengan kata lain orang tua sekarang sangat mengkhawatirkan moral, akhlak anak-anaknya di masa yang akan datang dan untuk mengurangi kekhawatiran tersebut orang tua memasukkan anaknya di lembaga pendidikan Islam meskipun biayanya mahal.

Usaha orang tua untuk membekali agama pada anaknya dengan memasukkan ke lembaga pendidikan Islam unggulan patut dihargai. Setidaknya dengan usaha tersebut diharapkan kelak dikemudian hari anak memiliki pola pikir dan sikap yang islami, menjadi anaka yang berbudi pekerti luhur seperti yang diidamkan oleh setiap orang tua. Namun demikian, apabila usaha orang tua tersebut diimbangi dengan usaha yang lain maka mewujudkan anak shaleh berbudi pekerti luhur hanya melalui lembaga pendidikan Islam unggulan amatlah berat, mengingat tantangan/ godaan yang dihadapi oleh anak semakin kompleks, baik itu tantangan/ godaan dari pergaulan, maupun tantangan dari perkembangan IPTEK yang begitu bebas.

Salah satu upaya yang bisa dilakukan untuk menunjang keinginan orang tua dalam mewujudkan anak shaleh berbudi pekerti luhur dan seiring dengan pendidikan agama di sekolah adalah menyediakan dan menyiapkan pakaian anak

yang islami atau pakaian anak yang ada nuansa keislaman, semangat dalam mengamalkan ajaran Islam dan ada nilai-nilai dakwah di dalamnya.

Kaos yang bertuliskan kata-kata mutiara, nasehat yang bersumber dari Al-Qur'an, Al-Hadith, ucapan ulama, fatwa cendekiawan muslim sedikit banyak membantu orang tua dalam rangka mewujudkan keinginan mempunyai anak yang shaleh. Selama ini kaos yang dipakai oleh anak-anak kita jika ada tulisannya maka tulisan tersebut tidak ada nilai keislaman, tidak ada nilai dakwah Islam dan tidak ada muatan pembentukan kepribadian anak. Jika ada kaos yang bertuliskan kata celoteh sehari-hari maka itu kita dapatkan dari produk "Dagadu Yogyakarta" dan "Jogger Bali". Dua produk tersebut sangat laku dipasaran padahal kata yang dijual hanya kata celotehan sehari-hari yang nilainya masih kalah jika dibandingkan dengan kata mutiara yang menggugah semangat keislaman.

Dengan melihat realitas di atas maka ada peluang untuk menciptakan bisnis kreatif dalam bentuk membuat kaos islami.

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. KOMPETENSI PEMBELAJARAN**

Kompetensi yang diharapkan setelah pembelajaran modul ini selesai adalah agar mahasiswa:

1. Mampu menjelaskan pengertian kaos islami
2. Mampu menjelaskan tujuan pembuatan kaos islami
3. Mampu menjelaskan pentingnya kaos islami
4. Mampu menjelaskan kelebihan kaos islami
5. Mampu menjelaskan cara memproduksi kaos islami
6. Mampu menjelaskan pola pemasaran kaos islami

## **C. URAIAN MATERI**

### **1. Pengertian Kaos Islami**

Pengertian kaos islami dalam pembelajaran modul dan bisnis kreatif ini adalah kaos yang di dalamnya terdapat kata-kata bernilai dakwah islam baik itu kata mutiara yang bersumber dari ayat Al-Qur'an, Al-Hadith, ucapan ulama

maupun kata-kata lain yang dapat menggugah semangat mengamalkan ajaran Islam.

Kaos islami apabila ditinjau dari segi bahan dan desain atau modelnya, tidak berbeda dengan kaos-kaos pada umumnya, yang membedakan antara kaos islami dengan kaos pada umumnya adalah adanya pesan-pesan moral atau nilai dakwah yang tertera dalam kaos islami yang tidak dimiliki oleh kaos pada umumnya. Adanya pesan moral atau nilai-nilai dakwah yang tertera pada bagian depan atau belakang kaos inilah yang melahirkan nama “kaos islami”.

## 2. Tujuan Pembuatan Kaos Islami

Usaha atau bisnis dalam bentuk membuat kaos islami mempunyai tujuan yang mulia yaitu ikut menambah syiar Islam, berdakwah melalui tulisan yang menempel di kaos yang bisa dibaca banyak orang. Secara khusus tujuan pembuatan kaos islami dalam kaitannya dengan bisnis kreatif adalah:

- a. Ikut membentuk kepribadian yang mulia bagi yang memakai kaos

Kaos islami bertuliskan kata-kata mutiara, pesan-pesan moral yang bersumber dari Al- Qur'an, Al-Hadith, ucapan ulama, fatwa cendekiawan muslim menjadi pesan moral bagi yang memakai, artinya bagi anak yang memakai kaos islami tersebut pada hati dan jiwanya terdapat beban moral dan tanggungjawab untuk bisa mewujudkan tulisan pada kaos islami tersebut berbentuk perilaku dalam kehidupan sehari-hari. Dengan kata lain kaos islami yang bertuliskan kata-kata mutiara atau mutiara hikmah bisa membentuk kepribadian yang mulia bagi anak.

- b. Ikut membantu orang tua dan guru dalam mewujudkan generasi islami yang shaleh dan shalehah

Setiap orang tua pasti mendambakan anak yang shaleh dan shalehah, setiap guru menginginkan anak didik yang berbudi pekerti luhur. Untuk mewujudkan keinginan yang mulia tersebut diperlukan berbagai cara dan upaya mulai dari pendidikan agama di sekolah, di keluarga, di pondok pesantren sampai pada penyediaan buku bacaan islami dan pakaian islami. Salah satu bagian dari pada

pakaian islami adalah kaos islami yang bertuliskan kata mutiara atau mutiara hikmah yang mengandung pesan moral dan keagamaan.

- c. Untuk menekan perkembangan kaos yang bertulis dan bergambar tidak mendidik

Sekarang ini sedang bertarung antara budaya Barat yang serba bebas dan tanpa memperdulikan nilai-nilai kesopanan dengan budaya Timur yang penuh dengan etika dan kesopanan. Pengaruh budaya Barat tersebut merasuk kepada anak-anak dan generasi Islam dengan berbagai macam cara dan jalan, salah satunya adalah dengan jalan tampilan busana khususnya kaos. Tidak jarang kita temukan kaos yang bertuliskan dan bergambar yang memprihatinkan, seperti kaos bergambar tengkorak, bertuliskan menghina, mengejek atau dengan kata-kata kotor. Kaos tersebut apabila dipakai oleh anak dan generasi Islam maka sedikit banyak akan mempengaruhi mental mereka.

Dengan membuat kaos islami tersebut diharapkan anak-anak Islam atau generasi Islam dapat memakainya dengan demikian secara tidak langsung kehadiran kaos ini bisa menekan perkembangan kaos yang bergambar dan bertuliskan yang tidak mendidik.

### 3. Pentingnya Kaos Islami

Bisnis kreatif kaos islami dilatarbelakangi oleh semakin berkembangnya kaos yang bertuliskan kata-kata celotehan sehari-hari yang diproduksi oleh Jogger-Bali dan Dagadu-Jogya. Dua kaos yang menjual kata-kata tersebut semakin hari semakin banyak peminatnya dan bisa dipastikan 90% mereka yang memmakai tersebut beragama Islam.

Apabila kita peduli dengan perkembangan Islam dan perkembangan keislaman generasi muda maka ada kesempatan untuk berbuat baik dalam rangka syiar Islam sekaligus di dalamnya ada nilai bisnis yaitu membuat kaos islami yang bertuliskan kata mutiara atau mutiara hikmah yang mampu menggugah hati, jiwa dan pikiran mereka untuk mnjadi pribadi muslim yang kaffah sesuai dengan pesan tulisan dalam kaos islami yang dipakai.

Pentingnya pembuatan kaos islami setidaknya-tidaknya ada dua yaitu *pertama*, dengan kaos islami secara tidak langsung kita ikut mensyiarkan ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Al-Hadith, membuat kaos islami dengan tujuan untuk menekan kaos yang bertuliskan dan bergambar kurang mendidik termasuk dari bagian *da'wah bil hal*. Pesan-pesan Al-Qur'an, Al-hadith dan mutiara hikmah tidak hanya ditulis di dalam buku tetapi juga bisa ditulis ditempat lain seperti di kaos sehingga bisa dibaca orang banyak. *Kedua*, dengan kaos islami secara tidak langsung kita membantu orang tua, guru, masyarakat dalam upaya membentuk anak shaleh dan berkepribadian mulia.

#### 4. Kelebihan Kaos Islami

Kaos islami dengan kaos pada umumnya terdapat persamaan dan perbedaan. Perbedaan kaos islami dengan kaos pada umumnya yang sekaligus menjadi kelebihan kaos islami dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1

#### PERBEDAAN DAN PERSAMAAN KAOS ISLAMI DENGAN KAOS PADA UMUMNYA

NO	ASPEK TUJUAN	KAOS ISLAMI	KAOS UMUM
1	Bahan asal kaos	Katton, Nilon, Spandex, Rajut	Katton, Nilon, Spandex, Rajut
2	Desain dan model	Kekinian	Kekinian
3	Karakteristik	Bertuliskan kata mutiara	Bertuliskan dan bergambar bebas
4	Harga	Standar	Standar

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa antara kaos islami dengan kaos umum terdapat persamaan apabila dilihat dari bahan asal kaos, desain dan model kaos serta harga kaos di pasaran. Perbedaannya adalah terletak pada karakteristik yang ada pada masing-masing kaos tersebut yaitu karakteristik kaos islami terdapat tulisan kata mutiara pada bagian depan atau belakang kaos, sedangkan kaos umum terdapat tulisan dan gambar bebas yang tidak ada nilai dakwah Islam. Dengan demikian maka kaos islami mempunyai kelebihan yang tidak dimiliki oleh kaos umum berupa pesan dakwah yang menempel pada kaos islami.

## 5. Cara dan Proses Memproduksi Kaos Islami

Memproduksi kaos islami bukan pekerjaan yang sulit, apalagi di zaman sekarang, di mana perkembangan teknologi sangat canggih. Khususnya teknologi yang dibutuhkan dalam kaitannya dengan desain kaos islami.

Dalam memproduksi kaos islami dibutuhkan cara dan proses sebagai berikut:

### a. Menyiapkan kata mutiara

Bisnis kreatif berupa kaos islami kekuatan daya tariknya terletak pada kata mutiara yang terletak pada kaos. Kata yang ditampilkan pada kaos islami harus variatif, bersumber dari intisari ayat, hadith, ucapan ulama dan sebagainya. Kata mutiara tersebut bisa terdiri dari satu kalimat atau hanya beberapa kata tetapi sudah bisa dipahami dan mengandung arti. Kata mutiara tersebut ditulis bisa dalam bahasa Inggris, bahasa Arab atau bahasa Indonesia. Inti dari kata mutiara tersebut adalah bisa memotifasi pemakai untuk menjadi pribadi yang shaleh, menunjukkan kesempurnaan ajaran Islam, menggugah hati dan jiwa anak untuk menjadi orang sukses. Kata mutiara inilah yang dijual oleh bisnis kreatif berupa kaos islami.

### b. Menyiapkan desainer

Selain kata mutiara, yang menjadi daya tarik kaos islami adalah desain kata atau kalimat. Oleh karena itu keberadaan desainer sangat penting dan sangat berperan dalam menciptakan produk yang bervariasi.

### c. Menyiapkan kaos

Bisnis kreatif kaos islami bahan utamanaya adalah kaos seperti yang dijual pada umumnya. Untuk menyiapkan lkaos ini bisa bekerjasama dengan perusahaan konveksi apabila kita belum mampu membuat sendiri. Atau bekerjasama dengan grosir penjualan kaos yang sudah jadi, sehingga kita tinggal memberi kata mutiara dengan desain yang menarik.

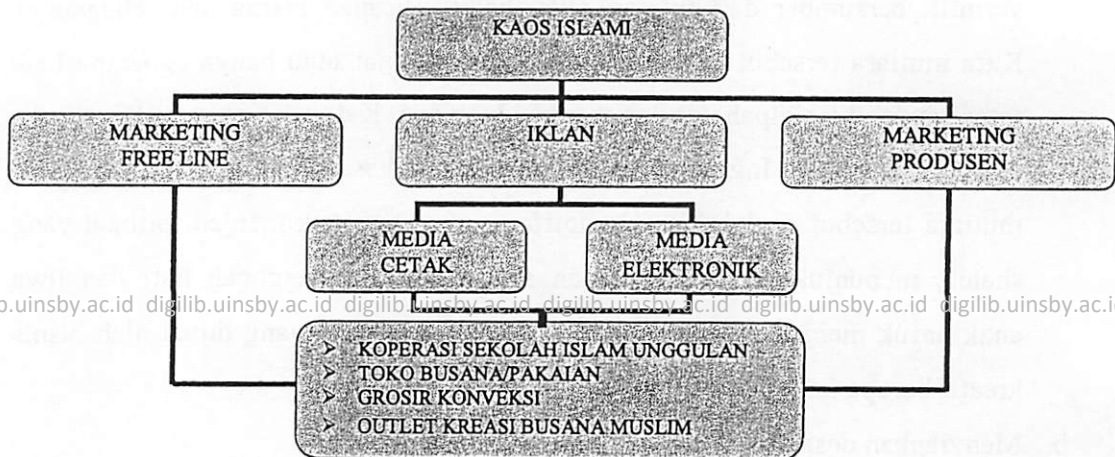


## 6. Pola Pemasaran Kaos Islami

Kaos islami mempunyai karakteristik tersendiri yang berbeda dengan kaos pada umumnya. Karakteristik berupa nuansa islami itulah yang menimbulkan pola pemasaran yang khusus, berbeda dengan pola pemasaran kaos pada umumnya.

Kaos islami sengaja dibuat untuk masyarakat perkotaan yang mempunyai semangat kuat dalam mengembangkan nilai-nilai Islam, mempunyai ghirah untuk mewujudkan generasi Islam yang kaffah. Dengan demikian pola pemasaran kaos islami bisa dilihat pada bagan berikut:

### POLA PEMASARAN KAOS ISLAMI



Untuk memasarkan kaos islami dibutuhkan media iklan, baik iklan cetak maupun iklan elektronik. Dalam iklan cetak minimal ditampilkan contoh kaos islami dengan berbagai macam kata mutiara yang bervariasi. Disamping itu, jika dianggap perlu juga disebutkan ukuran, bahan dan harganya serta teknik pemasaran atau pembelian.

Agar kaos islami tersebut tersebar luas maka brosur bisa dititipkan kepada koperasi sekolah Islam, toko busana atau pakaian, grosir konveksi dan outlet kreasi busamna muslim ajau juga bisa bekerjasama dengan lembaga keagamaan seperti pengajian ibu-ibu, Taman Pendidikan Al-Qur'an dan sebagainya.

## D. RANGKUMAN

1. Kaos islami adalah kaos yang di dalamnya terdapat kata-kata bernilai dakwah islam baik itu kata mutiara yang bersumber dari ayat Al-Qur'an, Al-Hadith,

- ucapan ulama maupun kata-kata lain yang dapat menggugah semangat mengamalkan ajaran Islam.
2. Tujuan pembuatan kaos islami yaitu ikut menambah syiar Islam, berdakwah melalui tulisan yang menempel di kaos yang bisa dibaca banyak orang. Secara khusus tujuan pembuatan kaos islami dalam kaitannya dengan bisnis kreatif adalah:
    - a. Ikut membentuk kepribadian yang mulia bagi yang memakai kaos
    - b. Ikut membantu orang tua dan guru dalam mewujudkan generasi islami yang shaleh dan shalehah
    - c. Untuk menekan perkembangan kaos yang bertulis dan bergambar tidak mendidik
  3. Pentingnya pembuatan kaos islami setidaknya-tidaknya ada dua yaitu *pertama*, dengan membuat kaos islami secara tidak langsung kita ikut mensyiarkan ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Al-Hadith, menjadikan kaos islami sebagai penekan kaos yang bertuliskan dan bergambar kurang mendidik termasuk dari bagian *da'wah bil hal*. *Kedua*, dengan kaos islami secara tidak langsung kita membantu orang tua, guru, masyarakat dalam upaya membentuk anak shaleh dan berkepribadian mulia.
  4. Kelebihan kaos islami adalah terdapat pesan-pesan moral yang terdapat pada bagian depan atau belakang kaos islami tersebut.
  5. Dalam memproduksi kaos islami dibutuhkan cara dan proses sebagai berikut:
    - a. Menyiapkan kata mutiara/ mutiara hikmah
    - b. Menyiapkan desainer
    - c. Menyiapkan kaos
  6. Untuk memasarkan kaos islami dibutuhkan media iklan, baik iklan cetak maupun iklan elektronik. Agar kaos islami tersebut tersebar luas maka brosur bisa dititipkan kepada koperasi sekolah Islam, toko busana atau pakaian, grosir konveksi dan outlet kreasi busana muslim atau juga bisa bekerjasama dengan lembaga keagamaan seperti pengajian ibu-ibu, Taman Pendidikan Al-Qur'an dan sebagainya.

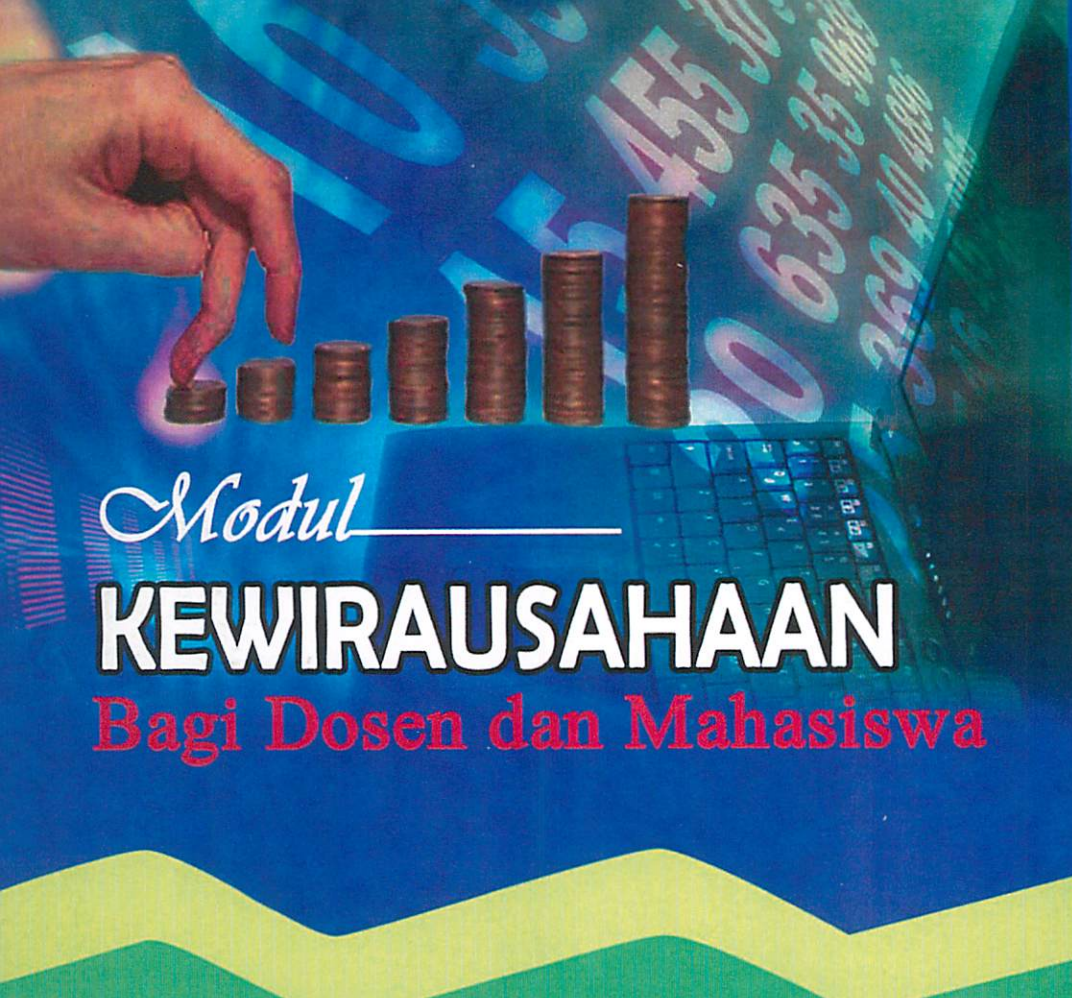
## E. EVALUASI/ REFLEKSI

1. Tes Tulis
  - a. Jelaskan pengertian sovener islami?
  - b. Jelaskan persamaan dan perbedaan antara kaos islami dengan kaos pada umumnya!
  - c. Jelaskan karakteristik yang ada pada kaos islami?
  - d. Jelaskan kelebihan kaos islami dibandingkan dengan kaos pada umumnya?
  - e. Jelaskan cara dan proses pembuatan kaos islami?
  - f. Jelaskan pola pemasaran kaos islami?
2. Tugas
  - a. Buatlah tulisan atau kata mutiara yang pantas untuk kaos islami!
  - b. Buatlah contoh desain kata mutiara untuk kaos islami!

## F. TINDAK LANJUT

Tindak lanjut setelah pembelajaran modul ini selesai adalah:

1. Mahasiswa mencari dan mengumpulkan kata-kata mutiara dari Al-Qur'an, Al-Hadith dan ucapan para ulama atau ahli hikmah.
2. Mahasiswa mencari pola kerjasama dengan perusahaan konveksi, grosir dan toko busana atau pakaian serta koperasi sekolah Islam unggulan untuk produk dan pemasaran kaos islami.



Modul \_\_\_\_\_

# KEWIRAUSAHAAN

Bagi Dosen dan Mahasiswa

Kewirausahaan atau entrepreneurship harus ditumbuh kembangkan di Negara ini agar kesejahteraan ekonomi masyarakat, bangsa dan negara bisa ditingkatkan, lebih-lebih pada generasi muda. Negara ini membutuhkan wirausahaan muda agar bisa mengembangkan seluruh potensi diri dan alam yang sudah diberikan Allah dengan sempurna. Dengan banyaknya wirausahaan muda maka pengangguran intelektual dan non intelektual bisa dikurangi

Buku modul kewirausahaan bagi dosen dan mahasiswa yang disusun oleh Tim Dosen IAIN Sunan Ampel Surabaya ini sebagai sarana dalam pembelajaran kewirausahaan dilingkungan kampus. Dengan modul kewirausahaan ini diharapkan muncul kewirausahaan-kewirausahaan muda dari kalangan kampus sehingga mereka harus menjadi sarjana bukan pencari kerja tetapi lulus sebagai sarjana yang bisa mencipta lapangan pekerjaan



ISBN 978-602-98580-1-3



9 786029 858013