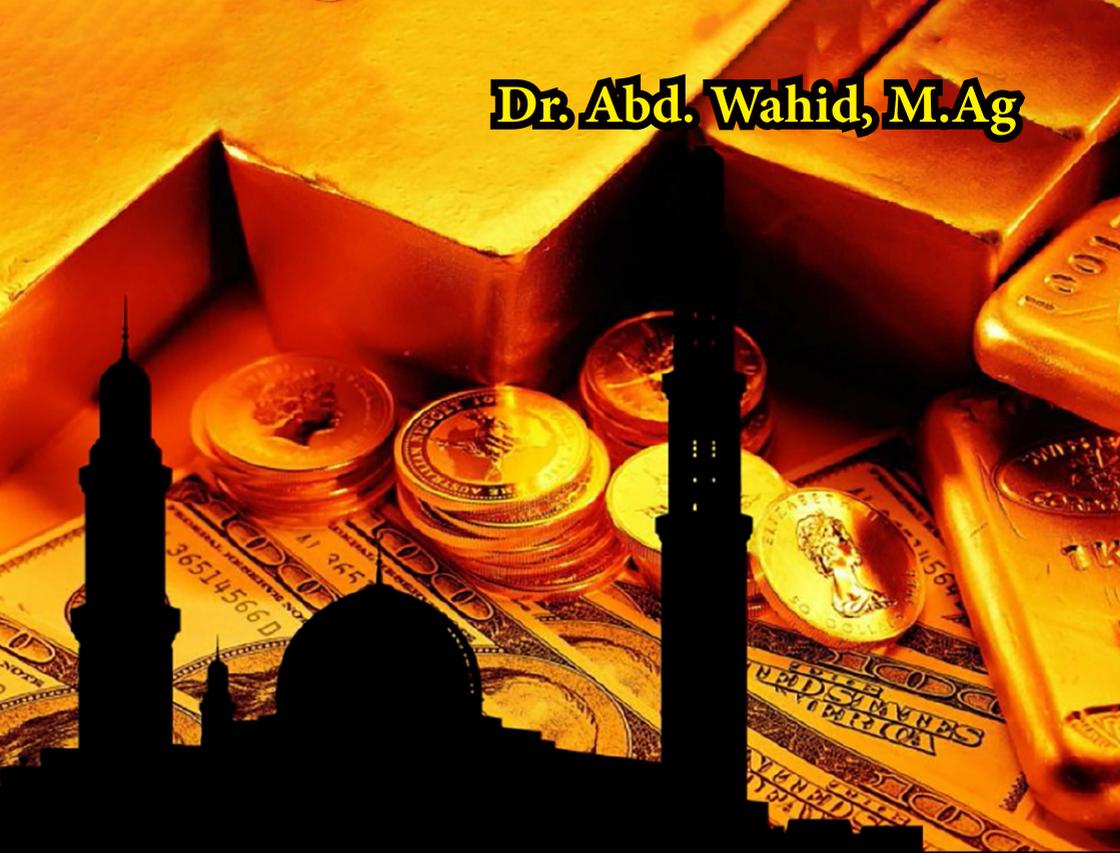


Dr. Abd. Wahid, M.Ag



Entrepreneurship Al-Qur'an

Peran Mata kuliah Entrepreneurship Al-Qur'an
dalam penumbuhan sikap kewirausahaan mahasiswa
Prodi Tafsir Ushuludin UIN Ar-Raniry guna menggalakkan
program gerakan kewirausahaan nasional

Editor : Andri Nirwana AN, S.TH, M.Ag, Ph.D



DR. ABD. WAHID, M.AG

ENTREPRENEURSHIP AL-QUR'AN
PERAN MATA KULIAH ENTREPRENEURSHIP AL-QUR'AN
DALAM PENUMBUHAN SIKAP KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA
PRODI TAFSIR USHULUDDIN UIN AR-RANIRY
GUNA MENGGALAKKAN PROGRAM
GERAKAN KEWIRAUSAHAAN NASIONAL



Penerbit : SEARFIQH Banda Aceh
2020

Entrepreneurship Al-Qur'an (Peran Mata Kuliah Entrepreneurship Al-Qur'an dalam Penumbuhan Sikap Kewirausahaan Mahasiswa Prodi Tafsir Ushuluddin UIN Ar-Raniry guna Menggalakkan Program Gerakan Kewirausahaan Nasional), Penulis: Dr. Abd. Wahid, M.Ag, Editor: Andri Nirwana AN, S.TH, M.Ag, Ph.D.
Penerbit: SEARFIQH Banda Aceh.

Penulis:
Dr. Abd. Wahid, M.Ag

Editor:
Andri Nirwana AN, S.TH, M.Ag, Ph.D

Design Sampul
Tim Odaiba

Cetakan I, Muharram 1442 H / September 2020 M

ISBN : 978-602-52475-8-3

Diterbitkan Oleh:
Forum Intelektual al-Qur'an dan Hadits Asia Tenggara
(SEARFIQH), Banda Aceh
Jl. Tgk. Chik Pante Kulu No. 13 Dusun Utara,
Kopelma Darussalam, Kota Banda Aceh, 23111
HP. 08126950111
Email: penerbitsearfiqh@gmail.com
Website: al-muashirah.com

HAK CIPTA DILINDUNGI UNDANG-UNDANG

KATA PENGANTAR

Berbagai Program telah dibuat dalam rangka memberdayakan masyarakat untuk pengentasan kemiskinan dan pengangguran, hanya sedikit sekali program yang menampakkan hasil yang signifikan, setiap kebijakan kurang berlandaskan pada nilai-nilai dasar yang dianut masyarakat, akhirnya kebijakan yang diambil hanya untuk mengobati sesaat, tidak berkelanjutan dan tidak menyembuhkan Virus pengangguran.

Berdasarkan Hasil pengamatan kami di lapangan dalam kurun waktu 10 tahun terakhir bahwa peluang Mahasiswa prodi tafsir Usuludin di dunia kerja sangatlah sempit. Hal ini dikarenakan pemerintah kurang pemahamannya terhadap profil lulusan dari prodi tafsir tersebut. Sehingga dalam tahun-tahun terakhir, Prodi tersebut berbenah dengan melakukan pendekatan pendekatan serta promosi yang genjar kepada publik tentang profil alumni prodi tafsir ini, agar dapat diserap di dunia kerja, baik pemerintahan (menjadi ASN) maupun swasta.

Pola pemikiran atau mindset yang tersebar di publik bahwa sarjana dari prodi Tafsir tidak memiliki jiwa kewirausahaan. Masyarakat beranggapan bahwa sarjana tafsir adalah produk untuk urusan akhirat, jadi sangat susah untuk ditempatkan di dunia kerja, apalagi di dunia perusahaan. Setiap posisi dan jabatan dalam perusahaan

tidak memerlukan penafsiran ayat atau penafsiran hadis. Kondisi seperti ini membuat semakin sempit ruang gerak dari alumni Prodi Tafsir tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara kami secara random (acak) terhadap mahasiswa prodi Tafsir tentang apa rencana yang akan dilakukan setelah menyempurnakan studi dari prodi tafsir ini. Rata rata menjawab: kita serahkan saja pada Taqdir Allah swt, Allah sangat tahu pekerjaan yang cocok bagi hambanya, Rezeki sudah diatur, kita hanya menjalaninya. Jawaban seperti ini sangat bergantung terhadap keimanan kepada Allah swt. Mendengar jawaban seperti ini sangat menyejukkan hati kami.

Pemerintah akhir akhir ini menginformasikan kepada kita bahwa kita akan memasuki “Masyarakat Ekonomi Asian”. Kondisi ini dituntut untuk mempunyai persaingan yang ketat (high competition). Kemampuan dan keunggulan bersaing dalam era global dan digital, dituntut untuk terus menerus secara berkesinambungan menginovasi dan mengembangkan seluruh kemampuan yang ada dalam diri guna memenuhi tuntutan masyarakat ekonomi Asean. Mampukah sarjana Tafsir bersaing dalam kondisi seperti ini?

Berdasarkan fenomena tersebut, hendaknya mencari akar permasalahan dan mengkonsep solusi alternatif sebagai upaya dalam penanggulangan pengangguran dan

kemiskinan, yang jika tidak diobati akan menjadi dampak sosial ekonomi yang sangat kompleks.

Penerbitan buku ajar ini bertujuan untuk menumbuhkan DNA DNA kewirausahaan dalam setiap jiwa Mahasiswa prodi Ilmu Al Qur'an dan Tafsir agar memiliki semangat, kemampuan untuk memberikan respon positif terhadap kesempatan mendapatkan keuntungan untuk diri sendiri atau pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat, menciptakan produk yang bermanfaat dan menerapkan cara kerja yang efisien, melalui keberanian mengambil resiko, kreatifitas, inovasi dan kemampuan manajemen. Dalam hal ini lebih terfokus kepada membangkitkan jiwa pantang menyerah, berani mengambil resiko, kreatif, inovatif untuk dapat memenangkan dunia usaha.

Dalam penyusunan buku ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Yang Terhormat:

1. Seluruh Mahasiswa Program Studi Ilmu Al Qur'an dan Tafsir Fakultas Ushuluddin dan Filsafat Uin Ar Raniry
2. Bapak Dekan Fakultas Ushuludin dan Filsafat beserta jajarannya.
3. Bapak Ketua LPPM UIN Ar Raniry dan jajarannya

4. Bapak Ketua Prodi Ilmu Al Qur'an dan Tafsir UIN Ar Raniry beserta jajarannya
5. Bapak ketua Pusat Penelitian dan Penerbitan UIN Ar Raniry dan Jajarannya
6. Ayah dan Ibunda kami beserta Istri Tercinta dan anak anak kami

Mudah mudahan buku ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya dan semoga menjadi ladang amal jariyah kami di hari akhirat kelak.

Banda Aceh, 21 Agustus 2020



Dr. Abd Wahid, M.Ag

DAFTAR ISI

1. Menjadi Interpreneur/ Kewirausahaan 1
 - a. Menjelaskan arti kewirausahaan
 - b. Menjelaskan Karakter seorang wirausaha
 - c. Menjelaskan Tipe-tipe wira usaha
 - d. Menumbuhkan keinginan untuk berwirausaha
2. Penilaian Potensi diri Wirausaha 37
 - a. Mengenal diri sendiri
 - b. Aspek aspek pengenalan Diri Sendiri
 - c. Kemampuan dan Macam Konsep Diri
 - d. Penilaian diri wirausaha
 - e. Tekad untuk menjadi wirausaha
 - f. Memberdayakan potensi diri
 - g. Faktor X
3. Karakteristik Wirausaha dan Motivasi Berprestasi 68
 - a. Definisi Karakter
 - b. Proses pembentukan Karakter

- c. Ciri-ciri Karakter Wirausaha
 - d. Teori Motivasi
 - e. Pekerja Keras
 - f. Tidak pernah menyerah
 - g. Memiliki semangat
 - h. Memiliki komitmen
4. Kunci Keberhasilan dalam Berusaha 94
- a. Visioner
 - b. Berfikir Positif
 - c. Pengentahuan (knowledge)
 - d. Keberanian untuk bertindak (Dare to act)
 - e. Membangun tim yang baik
 - f. Berfikir dan berjiwa besar
 - g. Berani mengambil resiko
 - h. Pikiran Terbuka
 - i. Kepercayaan
 - j. Mengimplementasikan ide atau gagasan
 - k. Pemanfaatan waktu
 - l. Pengelolaan biaya
 - m. Mengembangkan nilai nilai
 - n. Menentukan standar
 - o. Konsentrasi pada tujuan (focus)
 - p. Lakukan apa yang dapat dilakukan
 - q. Senyumlah dan bersyukur apa pun yang diperoleh
5. Mencari Gagasan Usaha atau Magang di tempat Kerja 118
- a. Menjelaskan cara-cara mencari gagasan baru
 - b. Menjelaskan bidang usaha kelompok Kreatif
 - c. Menjelaskan bidang usaha kelompok konsultatif
 - d. Menjelaskan bidang usaha kelompok layanan
 - e. Menjelaskan bidang usaha kelompok analitis

- f. Menjelaskan ide usaha dari imitasi
- 6. Tahapan Memulai sebuah Usaha Baru 141
 - a. Memilih Nama
 - b. Membuat Logo
 - c. Memilih Tempat usaha
 - d. Membeli perlengkapan dll
- 7. Etos Kerja Dalam Islam 165
 - a. Ayat ayat etos kerja
 - b. Cerita Inspiratif tentang ekonomi dari sahabat Nabi Muhammad saw
 - c. Sepuluh Prinsip Bisnis Rasulullah saw
 - d. Hukum meminta upah dari mengajar Al Qur'an
- 8. Jejak Bisnis Rasulullah Rasulullah saw dan para sahabatnya 183
 - a. Usman bin Affan dan Bisnis Sumur raumah
 - b. Abdurrahman bin Auf
 - c. Urwah al Bariqi
 - d. Rahasia kesuksesan bisnis rasulullah saw dan sahabat
- 9. Membaca peluang bisnis Al Qur'an Dunia Global 195
 - a. Melacak peluang bisnis Lokal
 - b. Melacak bisnis Global
 - c. Melacak peluang bisnis al qur'an di dunia Global
- 10. Bisnis Tahfiz Online 210
 - a. Definisi Belajar (Mengaji) Online
 - b. Perkembangan Tahfiz Online
 - c. Tahfiz Online yayasan Indonesia Berkah
 - d. Griya Al Qur'an
 - e. Tahfiz Intensif darul Qur'an
 - f. Tahfiz Metode kauny

11. Metode Neuro Nadi dalam Pembelajaran Al Qur'an dari Malaysia 244
 - a. Definisi Inovasi
 - b. Kronologi Teknik Metode Neuro Nadi di Aceh
 - c. Keunikan teknik Neuro Nadi
 - d. Sasaran pembelajaran Al Qur'an adalah Generasi Milenial
12. Menciptakan Produk Baru Belajar Al Qur'an 260
 - a. Delapan Tahapan Proses Penciptaan produk baru
 - b. Tahapan Mencipta Produk baru Al Qur'an
13. Strategi Pemasaran Produk Al Qur'an. 281
 - a. Mengenal Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan
 - b. Mengapa Lembaga Pendidikan Perlu dipasarkan
 - c. Analisis Lingkungan Makro
 - d. Analisis Lingkungan Konsumen
 - e. Analisis Lingkungan Persaingan
 - f. Segmentasi Targeting Positioning
 - g. Strategi Produk
 - h. Strategi Harga
 - i. Strategi Distribusi
 - j. Strategi Promosi
 - k. Manajemen Kualitas Jasa
 - l. Pelayanan Pelanggan

BAB PERTAMA MENJADI ENTREPRENEUR DAN KEWIRAUSAHAAN

A. Menjelaskan Arti Entrepreneur Dan Kewirausahaan

Arti secara umum adalah sebuah proses dalam menciptakan sesuatu yang terbaru melalui inovasi, kreativitas, kebermanfaatan dan memiliki nilai tambah bagi manusia. Jika dikaitkan dengan pelakunya yaitu sikap mental seseorang yang punya kreativitas, aktif, bercrepta daya dalam membuat produk yang unik, baru, berproses dinamis dan bermanfaat bagi orang banyak. Dalam bahasa Indonesia, istilah intreprenneur lebih dikenal dengan istilah wirausaha. Wira berarti pejuang, pemberani dan berwatak agung serta mulia, berbudi luhur. Sedangkan usaha adalah berbuat sesuatu atau melakukan sesuatu.¹

Beberapa para ahli menjelaskan tentang arti wirausaha, seperti Zimmerer menyebutkan pengertian wirausaha adalah sebuah proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan bisnis. Menurut Peter drucker wirausaha adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dengan yang lain. Menurut joko untoro menyebutkan

¹ Ciputra, *Entrepreneurship mengubah masa depan bangsa*, Jakarta, Elex Media Kompotindo, 2008, hal 22

kewirausahaan adalah sebuah keberanian untuk melakukan berbagai upaya untuk memenuhi kebutuhan hidup, berdasarkan kemampuan dengan memanfaatkan segala potensi yang dimiliki untuk menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain.²

Ebert dan Griffin menyebutkan entrepreneur adalah pelaku bisnis yang menerima gabungan antara resiko dan peluang yang menyangkut dalam menciptakan dan mengoperasikan peluang usaha baru, entrepreneur ialah yang bertanggung jawab terhadap resiko dari usaha dengan sasaran utama pertumbuhan dan perkembangan. Menurut Thombery, entrepreneur merupakan ide yang inovatif, dapat melihat peluang yang ada dan merubah mimpi mereka menjadi kenyataan. Menurut Kasmir, entrepreneur adalah berjiwa berani ambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagi kesempatan. Kuratko dan Hdgetts menyebutkan entrepreneurship adalah sebuah proses inovasi dan penciptaan spekulasi baru melalui empat dimensi utama individual, organisasi, lingkungan, proses dan dibantu dengan kerja sama link dalam pemerintahan, pendidikan dan lembaga.³

Pakar bisnis lainnya menyebutkan adalah sebuah usaha kreatif yang dilakukan berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang terbaru,

² Leonardos, *Kewirausahaan, Teori, praktek dan kasus kasus*, Jakarta: Salemba empat, 2009, hal 22

³ Suryana, *Kewirausahawan pedoman praktis: kiat dan proses menuju sukses*, Jakarta, 2006, hal 12

memiliki nilai tambah, memberikan manfaat, menciptakan lapangan kerja dan hasilnya berguna bagi orang lain, ini menurut Eddy Suryanto sugoto. Menurut Ahmad Sanusi, kewirausahaan memiliki arti perilaku yang diwujudkan dengan sumber daya, tenaga penggerak, tujuanm siasat, kiat, proses dan hasil bisnis. Menurut suharto prawiro, pengertian kewirausahaan adalah suatu nilai yang dibutuhkan untuk memulai usaha dan mengembangkan usaha. Menurut Siswanto Sudomo, kewirausahaan memiliki arti segala sesuatu yang penting mengenai wirausaha, yakni orang yang memiliki sifat pekerja keras dan mau berkorban, memusatkan segala daya dan berani mengambil resiko untuk wujudkan gagasan nya.⁴

Menurut Arif F Hadipranata menyebutkan bahwa wirausaha adalah seorang yang berani ambil resiko untuk mengelola dan mengatur bisnis dan menerima keuntungan baik materi maupun non materi. Menurut Andrew J Dubrin bahwa wirausaha adalah seseorang yang menjalankan dan mendirikan sebuah usaha yang inovatif. Menurut Jean Baptista Say seorang agen yang menggabungkan berbagai instrumen produksi dan menemukan nilai dari yang diproduksinya. Menurut Penrose bahwa suatu kegiatan yang mencakup berbagai peluang yang teridentifikasi dalam sistem ekonomi. Menurut Raymond bahwa seseorang yang inovatif, kreatif dan mampu mewujudkan kreatifitas agar meningkatnya kesejahteraan diri di lingkungan dan masyarakat.

⁴ Hendro dkk, Dasar Dasar Kewirausahaan, Jakarta, Erlangga, 2011

Menurut Kathleen bahwa seseorang yang menjalankan, mengatur dan berani ambil resiko dunia usaha. Menurut Frank Night bahwa wirausaha adalah yang punya kemampuan memprediksi perubahan pasar.⁵

B. Karakter Wirausaha

Karakter merupakan sesuatu yang berhubungan dengan perilaku, sikap, tabiat, watak seseorang dalam memperjuangkan hidup guna mencapai kehidupan yang bahagia di dunia dan juga bahagia di akhirat. Karakter yang baik akan membawa kepada keselamatan dan menaikkan derajat, sedangkan karakter yang belum baik akan memberikan dampak kerugian bagi yang lain

Dalam pengertian yang lain, karakter seorang wirausaha berhubungan langsung dengan sikap, ciri khas, perilaku, watak, tabiat serta tindakan seseorang dalam mewujudkan ide inovatif dalam dunia usaha. Sikap dan tindakan tersebut meliputi sifat sehari hari seorang pengusaha. Karakter tersebut bisa dikatakan berhasil jika komitmen dalam melakukan pekerjaan itu besar.

David menyebutkan dalam bukunya tentang karakteristik yang harus dimiliki seorang wirausaha memenuhi syarat-syarat keunggulan dalam persaingan seperti inovatif, kreatif, adaptif, dinamik, kemampuan berintegrasi, kemampuan mengambil

⁵ Machfodz Mas'ud, *Kewirausahaan, Suatu Pendekatan Kontemporer*, Jogjakarta: 2004, hal 12

resiko atas keputusan yang dibuat, integritas, daya juang dan kode etik perusahaan.⁶

Penelitian munawir yusuf dengan judul standarisasi tes potensi kewirausahaan pemuda versi indonesia, menemukan adanya 11 ciri petunjuk jiwa kewirausahaan yaitu: motivasi berprestasi, kemandirian, kreativitas, pengambilan resiko, ulet, orientasi masa depan, komunikatif dan reflektif, kepemimpinan, locus of control, menghargai uang dan perilaku instrumental.⁷

Karakter yang harus dipunyai oleh seseorang Wirausaha, diantaranya adalah Jujur, Displin, Kreatif dan Inovatif, berkomitmen tinggi, mandiri serta realitis, memiliki keterampilan personal dan lain lain, berikut penulis akan menjelaskan secara detail:

a. Percaya Diri

Merupakan keyakinan pada diri sendiri terhadap kemampuan yang dimiliki.⁸ Orang yang jiwanya sudah matang, maka percaya diri nya semakin tinggi. Jiwa yang matang dapat dilihat dari tanda tanda petunjuk seperti; tidak bergantung pada yang lain, bertanggung jawab, objektif, emosional

⁶ Buku kewirausahaan, Modul pembelajaran kemendikbud tahun 2013, hal 34

⁷ Bukhri Alma, *Kewirausahaan*, Bandung Alfabeta, 2008

⁸ Hasanah Safriyani, *Kematangan Beragama dan Kepercayaan diri pada Remaja*, Skripsi yang tidak terbit dari Fakultas Psikologi UII, Jogjakarta: 2000, hal 33

stabil, jiwa sosial, punya kemampuan kritik dan memiliki kedekatan dengan Allah swt.

Kepercayaan diri sangat dibutuhkan oleh seorang wirausahawan. Saat pelaku menawarkan barang nya, sangat diperlukan kepercayaan diri dan yakin terhadap mutu dari barang nya. Jika ia melakukan penawaran dengan yakin, maka sudah pasti mendapatkan dua keuntungan. Keuntungan dibeli dan keuntungan tidak dibeli, bayangkan jika dia tidak punya percaya diri, maka dia hanya punya satu kerugian yaitu barang nya gagal dibeli.⁹

b. Visioner (punya visi sukses ke depan)

Orang yang hanya fokus untuk orientasi keberhasilan ke depan, akan rela menjalani proses jalannya yang tidak mulus. Misalnya seorang mahasiswa yang tidak mau menyelesaikan kuliah nya, jangan harap akan menjadi dosen di suatu hari, walaupun cita cita kecilnya ingin jadi dosen. Dia harus rela diterpa tugas siang malam dan belajar siang malam, agar cita cita nya kesampaian di masa yang datang. Pelaku wirausaha seharusnya memiliki potensi prediksi yang mampu meramalkan ke depan dengan penuh perhitungan, melihat solusi alternatif terhadap berbagai masalah yang dihadapi nya.

Seorang wirausahawan hendaknya seorang yang mampu menatap masa dengan dengan lebih optimis. Melihat ke depan dengan berfikir dan

⁹ Aris Slamet Widodo, *Buku Ajar kewirausahawan*, Jogjakarta: Jaring Inspiratif, 2012, hal 5

berusaha. Usaha memanfaatkan peluang dengan penuh perhitungan. Orang yang berorientasi ke masa depan adalah orang yang memiliki persepektif dan pandangan kemasa depan. Karena memiliki pandangan jauh ke masa depan maka ia akan selalu berusaha untuk berkarsa dan berkarya.¹⁰ Kuncinya pada kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru serta berbeda dengan yang sudah ada. Walaupun dengan risiko yang mungkin dapat terjadi, seorang yang perspektif harus tetap tabah dalam mencari peluang tantangan demi pembaharuan masa depan. Pandangan yang jauh ke depan membuat wirausaha tidak cepat puas dengan karsa dan karya yang sudah ada. Karena itu ia harus mempersiapkannya dengan mencari suatu peluang.¹¹

c. Kreatifitas Tinggi

Kreatifitas merupakan kemampuan berfikir yang berbeda dari yang lain dan terbaru dikatakan oleh Theodore Levit dalam buku Modul kewirausahaan kemendikbud 2013. Ide ide baru itu muncul dari pantauan sesuatu yang lama untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda. Oleh karena itu, kreativitas adalah menciptakan sesuatu dari yang asalnya tidak ada. Dalam menciptakan sesuatu yang baru, yang diperlukan hanya inovasi saja. Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreatifitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan.

¹⁰ Modul Kewirausahaan kemendikbud 2013, hal 40

¹¹ Modul Kewirausahaan kemendikbud 2013, hal 40

Dapat disimpulkan bahwa kreatifitas memiliki pengertian yaitu menciptakan sesuatu yang baru, hasil kerja sama masa kini untuk memperbaiki masa lalu dengan inovasi dan menggantikan sesuatu yang sederhana dan lebih efisien.

d. Komitmen dalam kerja, Tanggung jawab dan Etos Kerja

Jiwa komitmen sangat diperlukan bagi setiap wirausaha. Kebulatan Tekad juga sangat diperlukan oleh wirausaha. Tekad yang menyala-nyala dan menggebu-gebu dalam mengembangkan usahanya, ia tidak setengah setengah dalam berusaha, berani mengambil resiko bekerja keras dan tidak berani mengambil peluang di pasar. Usaha yang sungguh sungguh harus dimiliki seorang wira usaha agar usaha nya berhasil. Jika lalai maka usaha akan bangkrut dan tidak akan mampu untuk bangkit lagi.

Max weber dalam buku wirausaha kemendikbud menyebutkan etos kerja bangsa jerman dapat disimpulkan sebagai berikut; orang jerman adalah rasional, disiplin tinggi, kerja keras, berorientasi pada kesuksesan material, humat dan bersahaja, tidak royal, investasi dan rajin menabung. Indonesia mempunyai falsafah Pancasila, tetapi gagal menjadi etos kerja bangsa karena masyarakat tidak komit, tidak inten, dan tidak bersungguh-sungguh dalam menerapkan prinsip-prinsip Pancasila dalam kehidupan sehari-hari. Delapan Etos Kerja Unggulan sebagai berikut :

1. Kerja itu suci, kerja adalah panggilanku, aku sanggup bekerja benar. Suci berarti diabdikan, diuntukkan atau diorientasikan pada Yang Suci. Penghayatan kerja semacam ini hanya mungkin terjadi jika seseorang merasa terpanggil. Bukan harus dari Tuhan, tapi bisa juga dari idealisme, kebenaran, keadilan, dan sebagainya. Dengan kesadaran bahwa kerja adalah sebuah panggilan suci, terbitlah perasaan untuk melakukannya secara benar.¹²
2. Kerja itu sehat, kerja adalah aktualisasiku, aku sanggup bekerja keras. Maksudnya adalah bekerja membuat tubuh, roh dan jiwa menjadi sehat. Aktualisasi berarti mengubah potensi menjadi kenyataan. Aktualisasi atau penggalian potensi ini terlaksana melalui pekerjaan, karena kerja adalah penerahan energi biopsiko-sosial. Akibatnya kita menjadi kuat, sehat lahir batin. Maka agar menjadi maksimal, kita akan sanggup bekerja keras, bukan kerja asal-asalan atau setengah-setengah.
3. Kerja itu rahmat, kerja adalah terimakasihku, aku sanggup bekerja tulus. Rahmat adalah karunia yang diberikan oleh Yang Maha Kuasa. Respon yang tepat adalah bersyukur dan berterima kasih. Ada dua keuntungan dari bekerja sebagai rahmat, (1) Tuhan memelihara kita, dan (2) disamping secara finansial kita mendapat upah, juga ada kesempatan belajar, menjalin relasi sosial, dsb. Pemahaman

¹² Modul Kewirausahaan kemendikbud 2013, hal 52

demikian akan mendorong orang untuk bekerja secara tulus.

4. Kerja itu amanah, kerja adalah tanggung jawabku, aku sanggup bekerja tuntas Melalui kerja kita menerima amanah. Sebagai pemegang amanah, kita dipercaya, berkompeten dan wajib melaksanakannya sampai selesai. Jika terbukti mampu, akhlak terpercaya dan tanggung jawab akan makin menguat. Di pihak lain hal ini akan menjadi jaminan sukses pelaksanaan amanah yang akan mengukir prestasi kerja dan penghargaan. Maka tidak ada pekerjaan yang tidak tuntas.
5. Kerja itu seni/permainan, kerja adalah kesukaanku, aku sanggup bekerja kreatif: Apapun yang anda kerjakan pasti ada unsur keindahan, keteraturan, harmoni, artistik seperti halnya seni. Untuk mencapai tingkat penghayatan seperti itu dibutuhkan suatu kreativitas untuk mengembangkan dan menyel esaikan setiap masalah pekerjaan. Jadi bekerja bukan hanya mencari uang, tetapi lebih pada mengaktualisasikan potensi kreatif untuk mencapai kepuasan seperti halnya pekerjaan seni.
6. Kerja itu ibadah, kerja adalah pengabdianku, aku sanggup bekerja serius: Tuhan mewajibkan manusia beribadah (dalam arti ritual) dan beribadah (dalam artian kerja yang diabdikan pada Tuhan). Kerja merupakan lapangan konkrit melaksanakan kebajikan seperti: untuk pembangunan bangsa, untuk

kemakmuran, untuk demokrasi, keadilan, mengatasi kemiskinan, memajukan agama, dsb. Jadi bekerja harus serius dan sungguh-sungguh agar makna ibadah dapat teraktualisasikan secara nyata sebagai bentuk pengabdian pada Tuhan.

7. Kerja itu mulia, kerja adalah pelayananku, aku sanggup bekerja sempurna Secara moral kemuliaan sejati datang dari pelayanan. Orang yang melayani adalah orang yang mulia. Pekerjaan adalah wujud pelayanan nyata bagi institusi maupun orang lain. Kita ada untuk orang lain dan orang lain ada untuk kita. Kita tidak seperti hewan yang hidup untuk dirinya sendiri. Manusia moral seharusnya mampu proaktif memikirkan dan berbuat bagi orang lain dan masyarakat. Maka kuncinya ia akan sanggup bekerja secara sempurna.
8. Kerja itu kehormatan, kerja adalah kewajibanku, aku sanggup bekerja unggul: Sebagai kehormatan kerja memil iki lima dimensi : (1) pemberi kerja menghormati kita karena memili h sebagai penerima kerja (2) kerja memberi kan kesempatan berkarya dengan kemampuan sendiri, (3) hasil karya yang baik memberi kita rasa hormat, (4) pendapatan sebagai imbalan kerja memandirikan seseorang sehingga tak lagi jadi tanggungan atau beban orang lain, (5) pendapatan bisa menanggung hidup orang lain. Semuanya adalah kehormatan. Maka respon yang tepat adalah menjaga kehormatan

itu dengan bekerja semaksimal mungkin untuk menghasilkan mutu setinggi-tingginya. Dengan unggul di segala bidang kita akan memenangkan persaingan.¹³

e. Mandiri Penuh

Sesuai dengan inti dari jiwa kewirausahaan yaitu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (create new and different) melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang dalam menghadapi tantangan hidup, maka seorang wirausaha harus mempunyai kemampuan kreatif didalam mengembangkan ide dan pikirannya terutama didalam menciptakan peluang usaha didalam dirinya, dia dapat mandiri menjalankan usaha yang digelutinya tanpa harus bergantung pada orang lain, seorang wirausaha harus dituntut untuk selalu menciptakan hal yang baru dengan jalan mengkombinasikan sumber - sumber yang ada disekitarnya, mengembangkan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan barang dan jasa yang baru yang lebih efi sien, memperbaiki produk dan jasa yang sudah ada, dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.¹⁴

¹³ Modul Kewirausahaan kemendikbud 2013, hal 52

¹⁴ Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008, hal 34

f. Siap dalam menghadapi Tantangan dan Resiko

Richard Cantillon, orang pertama yang menggunakan istilah *entrepreneur* di awal abad ke-18, mengatakan bahwa wirausaha adalah *seseorang yang menanggung risiko*. Wirausaha dalam mengambil tindakan hendaknya tidak didasari oleh spekulasi, melainkan perhitungan yang matang. Ia berani mengambil risiko terhadap pekerjaannya karena sudah diperhitungkan. Oleh sebab itu, wirausaha selalu berani mengambil risiko yang moderat, artinya risiko yang diambil tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Keberanian menghadapi risiko yang didukung komitmen yang kuat, mendorong wirausaha untuk terus berjuang mencari peluang sampai memperoleh hasil. Hasil-hasil itu harus nyata/jelas dan objektif, dan merupakan umpan balik (*feedback*) bagi kelancaran kegiatannya.¹⁵

Kemauan dan kemampuan untuk mengambil risiko merupakan salah satu nilai utama dalam kewirausahaan. Wirausaha yang tidak mau mengambil risiko akan sukar memulai atau erinisiatif. Menurut Angelita S. Bajaro, “seorang wirausaha yang berani menanggung risiko adalah orang yang selalu

¹⁵ Suryana, *Modul kewirausahaan SMK*, Jakarta Direktorat Pendidikan Menengan kejuruan, departmen pendidikan dan kebudayaan, hal 14-15

ingin jadi pemenang dan memenangkan dengan cara yang baik”¹⁶.

Wirausaha adalah orang yang lebih menyukai usaha-usaha yang lebih menantang untuk lebih mencapai kesuksesan atau kegagalan daripada usaha yang kurang menantang. Oleh sebab itu, wirausaha kurang menyukai risiko yang terlalu rendah atau terlalu tinggi. Keberanian untuk menanggung risiko yang menjadi nilai kewirausahaan adalah pengambilan risiko yang penuh dengan perhitungan dan realistis. Kepuasan yang besar diperoleh apabila berhasil dalam melaksanakan tugas-tugasnya secara realistis. Wirausaha menghindari situasi Risiko yang rendah karena tidak ada tantangan, dan menjauhi situasi risiko yang tinggi karena ingin berhasil.

Pilihan terhadap resiko sangat bergantung pada daya tarik setiap alternatif, siap untuk rugi dan kemungkinan sukses atau gagal sama sekali. Kemampuan wirausaha dalam memilih resiko berdasarkan pada pertimbangan diantaranya keyakinan pada sendiri, kesediaan untuk menggunakan kemampuan dalam mencari peluang dan kemungkinan memperoleh keuntungan, kemampuan untuk menilai situasi resiko secara realistis. Pengambilan risiko berkaitan dengan berkaitan dengan kepercayaan diri sendiri. Artinya, semakin besar keyakinan seseorang pada kemampuan

¹⁶ Yuyun Wirasasmita, dalam Suryana *Modul kewirausahaan SMK*, Jakarta Direktorat Pendidikan Menengah kejuruan, departemen pendidikan dan kebudayaan,, hal 21

sendiri, maka semakin besar keyakinan orang tersebut akan kesanggupan mempengaruhi hasil dan keputusan, dan semakin besar pula kesediaan seseorang untuk mencoba apa yang menurut orang lain sebagai risi ko. Oleh karena itu, pengambil risiko ditemukan pada orang-orang yang inovatif dan kreatif yang merupakan bagian terpenting dari perilaku kewirausahaan.¹⁷

g. Motivasi tinggi untuk berprestasi

Menurut Sarosa, motivasi merupakan dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu, misal menjadi young entrepreneur.¹⁸ Beberapa orang yang berhasil di dunia ini kebanyakan mereka yang memiliki motivasi yang kuat, sehingga ada suatu hal yang mendorong mereka untuk melakukan atau mencapai sesuatu. Oleh karena itu semakin kuatnya motivasi seseorang seringkali semakin tinggi peluang berhasil. Disitulah menunjukkan pentingnya motivasi dan pentingnya untuk me maintain motivasi dalam setiap tindakannya. Dalam penelitian Baum, Frese, and Baron mengungkapkan motivasi di dalam kewirausahaan terkait dengan capaian yang ingin

¹⁷ Suryana, *Modul kewirausahaan SMK*, Jakarta Direktorat Pendidikan Menengan kejuruan, departmenen pendidikan dan kebudayaan, 2004, hal 22

¹⁸ Sarosa, *Kiat Praktis membukan usaha, Becoming young Entrepreneur: Panduan praktis dan motivasi bagi kaum muda dan mahasiswa*, Jakarta, Elex Media Kamputindo, 2005

diraih, seperti pengenalan dan peluang pasar.¹⁹ Motivasi bukan hanya untuk mencapai tujuan namun juga untuk mencari informasi terkait peluang berwirausaha sehingga dengan demikian bisa terbentuk kepercayaan diri dalam meraih semua hal tersebut.²⁰

Motivasi (*Motivation*) berasal dari bahasa latin "*movere*" yang berarti *to move* atau menggerakkan, sedangkan Suriasumantri berpendapat, motivasi merupakan dorongan, hasrat, atau kebutuhan seseorang. Motif dan motivasi berkaitan erat dengan penghayatan suatu kebutuhan berperilaku tertentu untuk mencapai tujuan. Motif menghasilkan mobilisasi energi (semangat) dan menguatkan perilaku seseorang. Secara umum motif sama dengan *drive*. Beck, berdasarkan pendekatan regulatoris, menyatakan "*drive*" sama seperti sebuah kendaraan yang mempunyai suatu mekanisme untuk membawa dan mengarahkan perilaku seseorang.²¹

Sejalan dengan itu, berdasarkan teori atribusi Weiner, ada dua lokus penyebab seseorang berhasil atau berprestasi. Lokus penyebab instrinsik mencakup (1) kemampuan, (2) usaha, dan (3) suasana hati (*mood*), seperti kelelahan dan kesehatan. Lokus

¹⁹ Baum Frese Baron, *The Psychologi of Entrepreneurship*, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, 2007, hal 77

²⁰ Bayu Ilham Perdana, *Pengaruh Motivasi Wirausaha dan Mental Wira usaha terhadap minat wirausaha*, Jurnal Iqtisaduna, Vol 16, 2020, hal 77

²¹ Modul Kewirausahaan kemendikbud 2013, hal 50

penyebab ekstrinsik meliputi (1) sukar tidaknya tugas (2) nasib baik (keberuntungan), dan (3) pertolongan orang lain.

Motivasi berprestasi mengandung dua aspek, yaitu (1) mencirikan ketahanan dan suatu ketakutan akan kegagalan dan (2) meningkatkan usaha keras yang berguna dan mengharapkan akan keberhasilan. Namun, Travers mengatakan bahwa ada dua kategori penting dalam motivasi berprestasi, yaitu mengharapkan akan sukses dan takut akan kegagalan. Uraian di atas menunjukkan bahwa setidaknya-tidaknya ada dua indikator dalam motivasi berprestasi (tinggi), yaitu kemampuan dan usaha. Namun, bila dibandingkan dengan atribusi intrinsik dari Wainer, ada tiga indikator motivasi berprestasi tinggi yaitu: kemampuan, usaha, dan suasana hati (kesehatan).²²

Berwirausaha dilandasi dengan motivasi ingin berprestasi merupakan tanda tanda dari minat ingin berwirausaha. Motif berprestasi ialah suatu nilai sosial yang menekankan pada hasrat untuk mencapai yang terbaik guna mencapai kepuasan secara pribadi. Faktor dasarnya adalah kebutuhan yang harus dipenuhi. Seperti yang dikemukakan oleh Maslow tentang teori motivasi yang dipengaruhi oleh tingkatan kebutuhan, sesuai dengan tingkatan pemuasannya, yaitu kebutuhan fisik (*physiological needs*), kebutuhan akan keamanan (*security needs*), kebutuhan harga diri (*esteem needs*),

²² Modul Kewirausahaan kemendikbud 2013, hal 51

dan kebutuhan akan aktualisasi diri (*self-actualization needs*).²³

Kebutuhan berprestasi wirausaha terlihat dalam bentuk tindakan untuk melakukan sesuatu yang lebih baik dan lebih efisien dibandingkan sebelumnya. Wirausaha yang memil iki motif berprestasi pada umumnya memili ki ciri-ciri sebagai berikut: (1) Ingin mengatasi sendiri kesulitan dan persoalan-persoalan yang timbul pada dirinya. (2) Selalu memerlukan umpan balik yang segera untuk melihat keberhasilan dan kegagalan. (3) Memiliki tanggung jawab personal yang tinggi. (4) Berani menghadapi resiko dengan penuh perhitungan. (5) Menyukai tantangan dan melihat tantangan secara seimbang (*fifty- fifty*). Jika tugas yang diembannya sangat ringan, maka wirausaha merasa kurang tantangan, tetapi ia selalu menghindari tantangan yang paling sulit yang memungkinkan pencapaian keberhasilan sangat rendah.²⁴

h. Punya inovasi tinggi

Menurut Poppy King (wirausaha muda dari Australia a yang terjun ke bisnis sejak berusia 18 tahun), ada tiga hal yang selalu dihadapi seorang wirausaha di bidang apapun, yakni: pertama, *obstacle* (hambatan); kedua, *hardship* (kesulitan); ketiga, *very rewarding life* (imbalan atau hasil bagi kehidupan yang memukau). Sesungguhnya kewirausahaan dalam

²³ Modul Kewirausahaan kemendikbud 2013, hal 52

²⁴ Modul Kewirausahaan kemendikbud 2013, hal 53

batas tertentu adalah untuk semua orang. Mengapa? cukup banyak alasan untuk mengatakan hal itu. Pertama, setiap orang memiliki cita-cita, impian, atau sekurang-kurangnya harapan untuk Peningkatkan kualitas hidupnya sebagai manusia. Hal ini merupakan semacam "intuisi" yang mendorong manusia normal untuk bekerja dan berusaha. "Intuisi" ini berkaitan dengan salah satu potensi kemanusiaan, yakni daya imajinasi kreatif. Karena manusia merupakan satu-satunya makhluk ciptaan Tuhan yang, antara lain, dianugerahi daya imajinasi kreatif, maka ia dapat menggunakannya untuk berpikir. Pikiran itu dapat diarahkan ke masa lalu, masa kini, dan masa depan. Dengan berpikir, ia dapat mencari jawaban-jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan penting seperti: Dari mana? Dari manakah aku berasal? Dimanakah aku saat ini? Dan kemanakah aku akan pergi? Serta apakah yang akan aku wariskan kepada dunia ini?

Menelusuri sejarah pribadi di masa lalu dapat memberikan gambaran mengenai kekuatan dan kelemahan seseorang. Di dalamnya terdapat sejumlah pengalaman hidup : hambatan dan kesulitan yang pernah kita hadapi dan bagaimana kita mengatasinya, kegagalan dan keberhasilan, kesenangan dan keperihan, dan lain sebagainya. Namun, karena semuanya sudah berlalu, maka tidak banyak lagi yang dapat dilakukan untuk mengubah semua itu. Kita harus menerimanya dan memberinya makna yang

tepat serta meletakkannya dalam suatu perspektif masa kini dan masa depan.²⁵

Masa kini menceritakan situasi nyata dimana kita berada, apa yang telah kita miliki, apa yang belum kita miliki, apa yang kita nikmati dan apa yang belum dapat kita nikmati, apa yang menjadi tugas dan tanggung jawab kita dan apa yang menjadi hak asasi kita sebagai manusia, dan lain sebagainya. Dengan menyadari keberadaan kita saat ini, kita dapat bersyukur atau mengeluh, kita dapat berpuas diri atau menentukan sasaran berikutnya, dan seterusnya. Masa depan memberikan harapan, paling tidak demikianlah seharusnya bagi mereka yang beriman berkepercayaan. Bila kita memiliki masa lalu yang tidak menyenangkan, dan masih berada pada situasi dan kondisi yang belum sesuai dengan cita-cita atau impian kita, maka adalah wajar jika kita mengharapkan masa depan yang lebih baik, lebih cerah, lebih menyenangkan. Sebab selama masih ada hari esok, segala kemungkinan masih tetap terbuka lebar (terlepas dari pesimisme atau optimisme mengenai hal itu). Jelas bahwa masa lalu, masa kini, dan masa depan bertalian langsung dengan daya imajinasi kita. Dan di dalam masa-masa itulah segala hambatan (*obstacle*), kesulitan (*hardship*), dan kesenangan atau suka cita (*very rewarding life*) bercampur baur jadi satu. Sehingga, jika Poppy King mengatakan bahwa ketiga hal i itulah yang dihadapi oleh seorang wirausaha dalam bidang apapun, maka

²⁵ Modul Kewirausahaan kemendikbud 2013, hal 53

bukankah itu berarti bahwa kewirausahaan adalah untuk semua orang? Siapakah manusia di muka bumi ini yang tidak pernah menghadapi hambatan dan kesulitan untuk mencapai cita-cita dan impiannya?

Alasan kedua yang membuat kewirausahaan itu pada dasarnya untuk semua orang adalah karena hal itu dapat dipelajari. Peter F. Drucker, misalnya, pernah menulis dalam *Innovation and Entrepreneurship* bahwa, "*Setiap orang yang memiliki keberanian untuk mengambil keputusan dapat belajar menjadi wirausaha, dan berperilaku seperti wirausaha. Sebab (atau maka) kewirausahaan lebih merupakan perilaku daripada gejala kepribadian, yang dasarnya terletak pada konsep dan teori, bukan pada intuisi*". Perilaku, konsep, dan teori merupakan hal-hal yang dapat dipelajari oleh siapapun juga. Sepanjang kita bersedia membuka hati dan pikiran untuk belajar, maka kesempatan untuk menjadi wirausaha tetap terbuka. Sepanjang kita sadar bahwa belajar pada hakekatnya merupakan suatu proses yang berkelanjutan, yang tidak selalu berarti dimulai dan berakhir di sekolah atau universitas tertentu, tetapi dapat dilakukan seumur hidup, dimana saja dan kapan saja maka belajar berwirausaha dapat dilakukan oleh siapa saja, meski tak harus berarti menjadi wirausaha "besar". Alasan yang ketiga adalah karena fakta sejarah menunjukkan kepada kita bahwa para wirausaha yang paling berhasil sekalipun pada dasarnya adalah manusia biasa. Sabeer Bathia, seorang *digital entrepreneur* yang meluncurkan *hotmail.com* tanggal 4 Juli 1996, baru menyadari hal ini setelah ia berguru kepada orang-

orang seperti Steve Jobs, penemu komputer pribadi (Apple). Dan kesadaran itu membuatnya cukup percaya diri ketika menetapkan harga penemuannya dengan harga 400 juta dolar as kepada bill gate, pemilik microsoft yang juga manusia biasa.

i. Peluang selalu dicari

Esensi kewirausahaan yaitu tanggapan yang positif terhadap peluang untuk memperoleh keuntungan untuk diri sendiri dan atau pelayanan yang lebih baik pada pelanggan dan masyarakat, cara yang etis dan produktif untuk mencapai tujuan, serta sikap mental untuk merealisasikan tanggapan yang positif tersebut. Pengertian itu juga menampung wirausaha yang pengusaha, yang mengejar keuntungan secara etis serta wirausaha yang bukan pengusaha, termasuk yang mengelola organisasi *nirlaba* yang bertujuan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik bagi pelanggan/masyarakat.²⁶

j. Mampu Memimpin

Seorang wirausaha yang berhasil selalu memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan dan

keteladanan. Ia selalu ingin tampil berbeda, lebih dahulu, lebih menonjol. Dengan menggunakan

²⁶ Modul Kewirausahaan kemendikbud 2013, hal 56

kemampuan kreativitas dan inovasi, ia selalu menampilkan barang dan jasa yang dihasilkannya lebih cepat, lebih dahulu dan segera berada dipasar. Ia selalu menampilkan produk dan jasa-jasa baru dan berbeda sehingga ia menjadi pelopor yang baik dalam proses produksi maupun pemasaran. Ia selalu memanfaatkan perbedaan sebagai suatu yang menambah nilai. Karena itu, perbedaan bagi seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan merupakan sumber pembaharuan untuk menciptakan nilai. Ia selalu ingin bergaul untuk mencari peluang, terbuka untuk menerima kritik dan saran yang kemudian dijadikan peluang. Leadership Ability adalah kemampuan dalam kepemimpinan. Wirausaha yang berhasil memiliki kemampuan untuk menggunakan pengaruh tanpa kekuatan (power), seorang pemimpin harus memiliki taktik mediator dan negotiator daripada diktator. Semangat, perilaku dan kemampuan wirausaha tentunya bervariasi satu sama lain dan atas dasar itu wirausaha dikelompokkan menjadi tiga tingkatan yaitu: *Wirausaha andal*, *Wirausaha tangguh*, *Wirausaha unggul*. Wirausaha yang perilaku dan kemampuannya lebih menonjol dalam memobilisasi sumber daya dan dana, serta mentransformasikannya menjadi output dan memasarkannya secara efisien lazim disebut *Administrative Entrepreneur*. Sebaliknya, wirausaha yang perilaku dan kemampuannya menonjol kreativitas, inovasi serta mengantisipasi dan

menghadapi resiko lazim disebut *Innovative Entrepreneur*.²⁷

k. Kemampuan Manajerial

Salah satu jiwa kewirausahaan yang harus dimiliki seorang wirausaha adalah kemampuan untuk memanagerial usaha yang sedang digelutinya, seorang wirausaha harus memiliki kemampuan perencanaan usaha, mengorganisasikan usaha, visualisasikan usaha, mengelola usaha dan sumber daya manusia, mengontrol usaha, maupun kemampuan mengintergrasikan operasi perusahaanya yang kesemuanya itu adalah merupakan kemampuan managerial yang wajib dimiliki dari seorang wirausaha, tanpa itu semua maka bukan keberhasilan yang diperoleh tetapi kegagalan usaha yang diperoleh.²⁸

C. Tipe Tipe Wirausaha

Klasifikasi wirausaha itu bermacam macam tipe nya, akan tetapi pada kesempatan ini, saya akan menyebutkan tipe wirausaha dari sisi minat pelaku wirausaha. Pelaku wirausaha yang tidak mempertimbangkan minat yang ada pada diri nya, maka akan menjadi tantangan bagi nya dalam memajukan bisnis yang diusahakan nya. Selain minat, juga diperlukan kepercayaan diri, tekad kuat,

²⁷ Modul Kewirausahaan kemendikbud 2013, hal 56

²⁸ Modul kewirausahaan kemendikbud 2013, hal 57

antusias, inisiatif, ide, inovasi, mampu membaca peluang di tengah perubahan karena perubahan zaman merupakan sebab lahirnya ide untuk inovasi.

Selain itu juga diperlukan sikap tidak gampang untuk menyerah bagaimana pun kendala yang dihadapi. Melakukan kreativitas juga menjadi faktor keberhasilan dalam mewujudkan tipe wirausaha ini. Diantara tipe-tipe wirausaha sekarang yaitu:

a. Wirausaha bisnis dagang pada umumnya

Tipe ini merupakan tipe yang paling umum dan mendasar. Berorientasi pada produksi, pemasaran atau agen, sampai kepada pemberian jasa. Bisnis tipe ini hanya terfokus pada kepuasan pelanggan atas produk atau pelayanan jasa yang diberikan. Tipe bisnis ini menganggap pelanggan adalah mitra kesuksesan bagi tipe wirausaha ini. Bagi yang punya minat bagian ini juga memerlukan kejujuran, skill kemampuan berkomunikasi dalam menjelaskan kualitas dan kegunaan barang atau jasa yang disampaikan.

b. Kreatif Entrepreneur

Entrepreneur Kreatif adalah individu yang memakai wawasan dan keterampilan kreatifnya dalam memenuhi kebutuhan hidup atau melakukan bisnis. Di zaman digital ini, tidak mudah untuk bersaing dan menang jika hanya mengandalkan ide, gagasan atau konsep yang konvensional saja. Melainkan harus ditambah prinsip dasar kreativitas.

Tipe ini merupakan wirausaha yang mampu memproduksi sesuatu berbasis kreativitas pelaku wirausaha. Penguasaan informasi dan pengetahuan global sangat diperlukan dalam mengembangkan kreatifitas. Memanfaatkan aset intelektual dan kreativitas dalam mengumpulkan uang dan ada ribuan cara yang beraneka rupa untuk menjadi entrepreneur yang kreatif, tergantung dari wawasan keterampilan, dan kreativitas anda. Berdasarkan dari Sisi kebutuhan orang banyak dengan cara memberikan inovasi di dalam nya untuk memudahkan capaian kebutuhan manusia.

Katagori kerja tipe ini seperti bidang periklanan, perfilman, penerbitan, menciptakan game online, blogging/ Vlog, Desain Grafis, Podcast, seni dan Fotografi, kerajinan Tangan, penulis konten dan pelatihan. Beberapa Nama pebisnis Kreatif diantaranya Walt Disney pembuat film kartun Mickey Mouse, Blogger, Youtuber, Freelancer

Zaman era informasi digitan ini jauh lebih mudah mengubah bakat dan pengetahuan menjadi penghasilan. Ada beberap sebab pemilihan kerja bidang kreatif, diantaranya: Mampu kontrol pekerjaan, Flexibel, dapat penghasilan dari hobi sendiri, mampu merencanakan karir sesuai dengan gaya hidup. Adapun kelemahan pekerjaan ini yaitu: penghasilan tidak tetap, sulit membaca kebutuhan pasar, tak mampu membuat pekerjaan menjadi kesenangan.

c. Technopreneur

Tekhnopreneur adalah integrasi antara teknologi dan entrepreneurship Skill. Contohnya pencipta spinner untuk mengeringkan minyak. Kekuatan wirausaha tipe ini terletak dalam penggunaan teknologi Informasi. Informasi akhir akhir ini menjadi kebutuhan Primer bagi manusia. Penyedia layanan teknologi informasi akan menjadi produk incaran dari manusia. Misalnya google dalam memberikan layanan rapat virtual untuk menyampaikan informasi kepada seluruh anggota rapat. Perusahaan ini membuat aplikasi untuk memudahkan penyampaian informasi, merekam dan tindak lanjut. Berbagai bidang yang bersentuhan dengan teknologi informasi ini mulai yang jual pulsa sampai perusahakan kelas ternama di dunia.²⁹

d. Social Entrepreneur

Dalam bahasa lain juga disebut wirausaha sosial. Merupakan manusia yang punya inovasi dan potensi untuk memecahkan permasalahan berbasiskan kebutuhan masyarakat. Mereka mampu ambil resiko dalam usaha membuat perubahan dalam masyarakat berdasarkan inisiatif sendiri sendiri. Tipe ini terfokus pada layanan jasa kepada publik masyarakat sosial.

²⁹ Hadion Wijoyo dkk, *Kewirausahaan berbasis Teknologi (Tekhnopreneurship)*, Jawa Tengah: Pena Persada, 2020, hal 44

Dalam pengertian lain, adalah manusia yang berusaha dalam kegiatan wirausaha dengan memiliki tujuan utama dalam menyelesaikan permasalahan sosial dan lingkungan hidup dengan membdayakan komunitas melalui kegiatan yang bernilai ekonomi Bidang bisnis Tipe sosial entrepreneur diantaranya bidang pendidikan, lingkungan, ekonomi masyarakat, membantu anak yatim yang terpapar pandemi serta permasalahan sosial lain nya. Biasanya penyebab dari permasalahan yang muncul dalam masyarakat adalah tidak tercukup nya layanan fasilitas antara satu kumpulan masyarakat dengan kumpulan yang lain, dalam kesempatan ini pelaku usaha ini akan menjembatani kebutuhan kelompok masyarakat agar terpenuhi. Aktivitas ini juga disebabkan dan diawali oleh rasa kepedulian dan empati terhadap permasalahan sosial yang berujung menjadi solusi bisnis yang bermanfaat bagi masyarakat.

Wirausahawan sosial tidak bertujuan untuk keuntungan, melainkan untuk mengimplementasikan peningkatan masyarakat yang luas dan sejahtera, juga mengatasi ketidakseimbangan dalam ketersediaan kebutuhan sosial masyarakat. Misalnya dalam sebuah desa memerlukan Roti, maka didatangkanlah roti dengan harga yang terjangkau. Di desa membutuhkan akses internet yang cepat untuk pembelajaran daring di masa pandemi, maka didatangkanlah provider internet yang bisa memenuhi kebutuhan internet masyarakat.

Salah satu contoh wirausaha sosial di Indonesia yaitu Hafiza Elfira. Komunitas ibu ibu penderita penyakit kusta yang dibimbing oleh Hafiza Elfira menggunakan manik manik untuk jahitan jilbab yang dapat dijual, sehingga mendatangkan omzet yang banyak dan beruntung komunitas bagi ibu ibu tersebut.³⁰

Ciri khas atau karakter yang terdapat pada pelaku sosial entrepreneur adalah:

1. punya visi menyelesaikan masalah masyarakat dengan ide jitu untuk memperbaiki taraf hidup masyarakat
2. pada umumnya tidak termasuk orang yang populer di Media
3. memiliki jiwa transformatif, tidak capek, suka tantangan, tahan banting, tidak ada kata menyerah sampai misi tercapai.
4. mampu merubah daya kinerja masyarakat
5. mampu merubah mindset dan perilaku masyarakat
6. paling kreatif dalam memecahkan masalah
7. Mampu mengumpulkan jumlah manusia yang banyak dengan sumber daya sedikit
8. Mampu membuat format baru yang kontra dengan format lama

³⁰ Dapat dibaca di <https://www.portalbisnis.id/contoh-social-entrepreneur-indonesia/>

9. Bersikap bebas, independen, efektif dan produktif³¹

e. Foodpreneur

Foodpreneur adalah orang yang melakukan bisnis kuliner dan eksis di Media Sosial untuk promosi makanan yang dibuat nya. Tidak jauh berbeda dengan Pengusaha Rumah Makan. Foodpreneur lebih memilih makanan ringan sebagai produksinya.

f. Ecopreneur

Adalah individu yang menjalankan kegemarannya dengan dasar kepedulian akan kelestarian dan dampak bagi lingkungan, contohnya memasarkan atau memproduksi produk yang ramah lingkungan, misalnya Kantong bawaan terbuat dari ubi, kulit jagung dan rumput laut, mengganti fungsi plastik.

D. Menumbuhkan Keinginan Untuk berwirausaha

Entrepreneurship adalah keyakinan kuat yang ada dalam diri seseorang untuk mengubah dunia melalui ide dan inovasinya. Keyakinan ini kemudian ditindaklanjuti dengan keberanian mengambil risiko untuk mewujudkan ide dan inovasinya tersebut

³¹ Dwi Purnomo, *Sosiopreneur Milenial (Bisnis berbasis kolaborasi antara desa dan Kota)*, hal 33

melalui organisasi yang didirikan, mulai dari membangun, memelihara, mengembangkan, hingga menghasilkan dampak nyata bagi dunia. Orang yang memiliki keyakinan tersebut disebut *entrepreneur* atau wirausahawan.³²

Menjadi seorang *entrepreneur* merupakan salah satu langkah untuk mencapai sebuah kesuksesan. Hampir setiap orang ingin menjadi wirausahawan atau *entrepreneur* sukses, namun hanya segelintir orang yang serius untuk “*take action*” dan mewujudkan impiannya menjadi *entrepreneur* sukses. Risiko dan perencanaan yang terlalu lama seringkali menjadi penghambat seseorang untuk maju dan menjalankan perusahaannya. Untuk membangun bisnis dan menjadi *entrepreneur*, sebagai langkah awal seseorang harus menumbuhkan jiwa wirausaha dan terjun langsung membangun bisnisnya. Ikuti beberapa tips berikut ini untuk menumbuhkan jiwa *entrepreneurship*.

1. Memulai Bisnis dengan Niat & Keyakinan

Ini termasuk kunci dasar yang harus dimiliki oleh wirausahawan. Bagaimana tidak? Bila kita membuka bisnis tanpa adanya niat dan keyakinan, pasti bisnis tersebut tidak akan berjalan maksimal. Jadikan niat dan keyakinan untuk berwirausaha sebagai pondasi Anda membangun sebuah bisnis. Jika

³² Bersumber dari <https://www.jurnal.id/id/blog/2017-tips-menumbuhkan-jiwa-entrepreneurship/>

sudah berniat untuk berbisnis, langkah selanjutnya adalah menumbuhkan keyakinan Anda untuk membangun bisnis menjadi nyata dan meraih sukses.

2. Memiliki Kecepatan Melihat Peluang

Banyak orang memulai bisnis mandiri karena memanfaatkan peluang yang mereka peroleh di lingkungannya. Peluang harus dicari, bila perlu pergilah melakukan perjalanan sekedar untuk mencari peluang-peluang bisnis. Karena setiap orang yang berwirausaha harus pandai mencari peluang. Dari peluang itulah bisa tercipta produk atau jasa yang dibutuhkan banyak orang. Jika Anda tertarik dengan dunia kuliner, lihat peluang bisnisnya di sini.

3. Pelajari Kisah Sukses Orang Lain

Ada banyak kisah pengusaha sukses yang membangun kerajaan bisnisnya dari nol, dengan perjuangan yang berat, jatuh bangun dan akhirnya mencapai kesuksesan yang besar. Kisah sukses seseorang dalam berbisnis ini dapat menumbuhkan motivasi Anda untuk melakukan hal serupa dan menghindarkan diri Anda dari ketakutan dan risiko yang akan dihadapi. Motivasi yang tinggi untuk berbisnis secara bertahap akan menumbuhkan jiwa *entrepreneurship* dalam diri Anda. Lihat kisah sukses pengusaha muda yang berhasil meningkatkan industri *fashion* Indonesia di sini.

4. Modal

Kebanyakan orang ragu untuk memulai bisnis karena tidak ada modal (uang). Untuk mengatasi hal ini, Anda harus mencari modal. Caranya? Kita harus kerja terlebih dahulu. Kerja pun harus serius. Tidak hanya memandang *job desk* kita. Kerjakan beberapa hal lain dalam pekerjaan. Selain menambah pemasukan, juga menambah pengalaman kita dalam dunia kerja. Modal juga bisa didapatkan dengan cara meminjam ke Bank ataupun pihak lain. Baca di sini untuk melihat tips mendapatkan modal usaha dari Bank.

5. Fokus dalam Berwirausaha

Banyak halangan dan rintangan yang akan dihadapi dalam memulai sebuah bisnis. Oleh sebab itu sikap fokus yang dibarengi keyakinan dan optimis wajib dimiliki oleh seorang *entrepreneur* agar tidak mudah menyerah dan berhenti di tengah jalan.

6. Memiliki Kemampuan Menjual

Hal ini sangat penting dimiliki oleh calon *entrepreneur*. Bila tidak, semua hanya tinggal angan-angan. Kemampuan menjual adalah satu-satunya cara untuk menarik minat orang agar mau membeli produk atau jasa yang Anda tawarkan. Dengan terus

melatih dan mencoba, kemampuan menjual dapat berkembang dari waktu ke waktu.

7. Lakukan Sekarang Juga

Banyak orang menunda dan beralasan untuk tidak memulai bisnisnya, sehingga impiannya untuk memiliki bisnis hanya jalan di tempat tanpa tindakan untuk mewujudkannya. Seorang calon *entrepreneur* sukses harus memiliki keberanian untuk “*take action*” dan menghilangkan ketakutan-ketakutannya serta langsung terjun ke dalam bisnis yang direncanakannya. Jika Anda telah memulai dan menjalankan bisnis dengan konsisten, dengan sendirinya mental dan jiwa *entrepreneurship* akan terbentuk.³³

E. Ringkasan

- Entrepreneur memiliki Arti secara umum adalah sebuah proses dalam menciptakan sesuatu yang terbaru melalui inovasi, kreativitas, kebermanfaatan dan memiliki nilai tambah bagi manusia. Jika dikaitkan dengan pelakunya yaitu sikap mental seseorang yang punya kreativitas, aktif, bercreativity daya dalam

³³ Bersumber dari <https://www.jurnal.id/id/blog/2017-tips-menumbuhkan-jiwa-entrepreneurship/>

membuat produk yang unik, baru, berproses dinamis dan bermanfaat bagi orang banyak. Dalam bahasa Indonesia, istilah intrepeneur lebih dikenal dengan istilah wirausaha. Wira berarti pejuang, pemberani dan berwatak agung serta mulia, berbudi luhur. Sedangkan usaha adalah berbuat sesuatu atau melakukan sesuatu. *Entrepreneurship* adalah keyakinan kuat yang ada dalam diri seseorang untuk mengubah dunia melalui ide dan inovasinya.

- Karakter merupakan sesuatu yang berhubungan dengan perilaku, sikap, tabiat, watak seseorang dalam memperjuangkan hidup guna mencapai kehidupan yang bahagia di dunia dan juga bahagia di akhirat. Karakter yang baik akan membawa kepada keselamatan dan menaikkan derajat, sedangkan karakter yang belum baik akan memberikan dampak kerugian bagi yang lain
- Ada beberapa tipe wirausaha yang bisa menjadi referensi di zaman milenial ini, misalnya Kreatif entrepreneur, Tekhnopreneur, Social Preneur, Food preneur, Ecopreneur.
- Strategi menumbuhkan Keyakinan ini kemudian ditindaklanjuti dengan keberanian mengambil risiko untuk mewujudkan ide dan inovasinya

tersebut melalui organisasi yang didirikan, mulai dari membangun, memelihara, mengembangkan, hingga menghasilkan dampak nyata bagi dunia. Orang yang memiliki keyakinan tersebut disebut *entrepreneur* atau wirausahawan

F. Pertanyaan evaluasi penguasaan Materi

1. Bagaimana menjelaskan kewirausahaan dalam perspektif Entrepreneurship Al Qur'an?
2. Bagaimana karakter yang harus dimiliki oleh seseorang wirausaha?
3. Jelaskan Tipe tipe wirausaha yang ada sekarang ini?
4. Bagaimana kiat menumbuhkan minat dan keinginan untuk berwirausaha?

BAB KEDUA

PENILAIAN POTENSI DIRI DALAM BERBISNIS

A. Mengenal Diri Sendiri

Mengenal diri sendiri adalah awal mengenal kebenaran. Setiap individu perlu mengenal dirinya sendiri yang sebenarnya, sehingga dia mengenal kebenaran. Kebenaran merupakan kaca mata yang mampu membuat orang berkomunikasi dengan orang lain secara otentik, tanpa kepalsuan atau topeng, orang yang telah mengenal dirinya akan lebih mudah untuk mengenal orang lain, dan mudah untuk memahami orang lain, sehingga mampu untuk menyesuaikan dirinya dengan berbagai sudut pandang yang berbeda.

Mengenal diri sendiri berarti mengenal apa yang menjadi kepribadian diri, watak, temperamennya, mendalami bakat-bakat alamiah yang dimilikinya serta mampu menggambarkan konsep yang jelas tentang diri sendiri dengan segala kekuatan dan kelemahannya, individu yang mengenal kenyataan dirinya, akan mengetahui peran apa yang harus dipertunjukkan untuk diwujudkan.

Bersikap terbuka terhadap kritik dan saran orang lain demi perkembangan diri, adalah salah satu cara untuk mengenal diri sendiri, ada cara lain yang sederhana untuk mengenal diri sendiri, seperti, mendalami bakat-bakat, minat, dan beberapa kepribadian lainnya, boleh juga dilakukan dengan berkumpul dengan banyak orang dan melakukan perenungan terhadap diri sendiri,

Setiap individu memiliki bakat, namun ada bakat yang tidak diketahui, karena individu belum mengenal diri sendiri, bakat merupakan salah satu potensi yang dimiliki setiap individu, dimana bakat ada yang bawaan dari lahir, untuk perkembangannya dibutuhkan kepada rasa kesadaran diri seseorang dan di dukung oleh keinginan yang kuat. Bakat juga suatu bentuk kemampuan khusus, yang memungkinkan seseorang mendapatkan keuntungan.

Dalam proses mengenal diri sendiri tidak berlangsung seiring berjalannya waktu, namun dibutuhkan kepada pendidikan, pembelajaran, atau pengalaman. Dalam konteks islam, mengenal diri sendiri berarti mengenal Allah¹. Dalam sebuah riwayat Rasulullah bersabda: *man 'arafa nafsah faqad 'arafa rabbah*, barang siapa yang mengenal dirinya, ia mengenal tuhan. Dalam surah fushshilat ayat 53 juga di jelaskan bahwa ada kata diri mereka sendiri, dalil-dalil pada mereka sendiri, yaitu perang badar, penaklukan kota mekkah, dan berbagai peristiwa lainnya yang serupa dengan itu yang telah mereka alami, dimana Allah telah memberikan pertolongan kepada Rasulullah dan para sahabatnya, dan menelantarkan kebatilan di dalamnya serta memecah belahnya menjadi kelompok-kelompok.

Apa yang menyusun dan membentuk tubuh manusia dan apa yang dikandung di dalamnya dari berbagai unsur, cairan, dan bentuk yang mengagumkan. Sebagaimana yang telah di jelaskan secara terperinci di dalam ilmu anatomi yang menunjukkan bagaimana kuasanya

¹ Abu hamid muhammad bin muhammad bin muhammad al-ghazali, *kimiya'us sa'adah* (Metode Menggapai Kebahagiaan), Bekasi, Mata Diri.

Allah dalam penciptaan. Demikian pula apa yang di bentuk padanya berbagai bentuk watak yang berbeda-beda dan sudut pandang yang berbeda pula, dan semuanya atas ketentuan dari Allah Subhanallahuta'ala,

Dalam sya'ir disebutkan bahwa jika engkau memandang kerena ingin mengambil pelajaran, maka pandanglah dirimu, disanalah kau dapati pelajaran, engkau yang hidup pagi dan petang di dunia, semua yang ada di dalamnya mengandung pelajaran. Engkau adalah makhluk yang di atur, dahulu engkau kecil kemudian mandiri di waktu besar. Engkaulah makhluk yang kematiannya diberitakan oleh bentuk kejadiannya, oleh warna rambut dan keriput kulit. Engkau yang diberi dan dicabut darinya pemberian, tidak ada yang bisa menghalangi itu walau penuh waspada, engkau yang tidak berhak memiliki sesuatu sedikitpun yang paling dimiliki hanyalah taqdir. ²

Imam al-ghazali dalam menjelaskan mengenal diri sendiri tidak hanya pada lahiriah saja namun juga menurut bathiniyah juga, mengenal diri sendiri bearti mampu menjaab pertanyaan-pertanyaan yang sedehana dan mendasar, seperti siapa saya dan dari mana saya berasal, kemana saya akan pergi dan kemana tujuan kedatangan dan persinggahan saya, dan dimanakah kebahagiaan sejati itu di temukan. Dari pertayaan- pertanyaan di atas butu kepada perenungan diri untuk menjawab satu persatu, mungkin dari pertanyaan-pertanyaan di atas dapat di jawab secara langsung, mungkin belum mampu untuk meresapinya, sehingga menjiwai keseluruhan aktivitas.

² Ibnu Adid Dunya, Abu ja'far al-Qurasyi. *At-tafakkur wal i'tibaar*, dalam kitab ibnu katsir jilid 8 hlm. 335

B. Aspek aspek mengenal diri sendiri

Pada umumnya manusia menganggap dirinya yang paling baik diantara orang lain. Sehingga ia hanya senang bila mendengar sesuatu yang baik pada dirinya dan menolak mendengar sesuatu yang buruk akan dirinya. Sebuah Pepatah kuno menyebutkan “ Buruk Muka Cermin dibelah” maksudnya seseorang yang menyalahkan keadaannya yang buruk kepada orang lain, padahal kondisinya sendiri yang menyebabkan keadaannya. Kemudian tidak mau mengakui kesalahan dan kelemahannya sendiri, lalu menyalahkan orang lain walaupun sebenarnya diri sendiri yang bersalah. Orang yang suka menyalahkan orang lain ada orang yang inferior bukan superior. Ada pepatah yang selaras dengan demikian seperti “ Busuk tak tahu akan baunya” Udang Tak Tahu bungkunya” dan lain lain.³

Jika menjadi pengusaha, aspek dan Tehnik apa saja yang perlu diketahui, yang dapat digunakan oleh wirausaha untuk pengenalan diri. Gambaran umum tentang aspek perilaku, sikap dan sistem nilai wirausaha dapat dibandingkan dengan karakteristik individual, melalui tehnik mawas diri, umpan balik dan tanggapan masyarakat.

Pengenalan individu dilihat dari interaksi dengan masyarakat, adanya interaksi mendorong terbentuknya konsep diri. Konsep pribadi yang mencakup perilaku, sikap, dan sistem penilaian. Ketiga aspek tersebut dipakai untuk menyambung rasa, bertukar pikiran dan bekerja sama dengan pihak lain dalam konteks hubungan

³ Yuyus suryana, *kewirausahaan*, Jakarta: prenada media, 2010, hal 76

interpersonal, kelompok, organisasi lingkungan usaha, sehingga menjadi kebiasaan yang dibiasakan.

Kebiasaan yang positif hendaknya selalu dibiasakan seperti pemisahan uang kas umum dengan uang pribadi, disiplin, kebiasaan berfikir kreatif, menepati janji, merasakan kebutuhan akan orang lain, menghasilkan sesuatu, menjaga mutu, mencari jalan keluar, Mengambil keputusan dengan trampil, menyemangatkan orang lain, tim work, perencanaan sebelum bertindak, memperhitungkan Resiko, mengendalikan emosi, hitung biaya, evaluasi hasil cipta dan pengembangan individu.⁴

Fokus pada kebiasaan yang positif akan memberikan dampak yang baik kepada wirausaha seperti antusias, semangat, ingin maju dan ingin berhasil dalam usaha. Dengan kebiasaan yang positif menjadikan pelaku wirausaha menjadi tauladan yang patut dicontohi oleh kawan kawan sejawat.⁵

C. Komponen Dan Macam Konsep Diri

Komponen terdiri dari

- a. Komponen Persepsi yaitu komponen yang menyangkut persepsi yakni gambaran fisik yang dimiliki seseorang yang dipandang langsung dan terkesan pada orang lain
- b. Komponen konsepsi yaitu sesuatu yang dimiliki seseorang yang membedakan dia dengan orang lain,

4

Sumber

<https://anitasimbolon.wordpress.com/2017/03/13/pengenalan-diri-dan-kepribadian-kewirausahaan/>

⁵ Yuyus suryana, *kewirausahaan*, Jakarta: prenada media, 2010, hal 76

misalnya sifat, asal usul, latar belakang, kelebihan dan kekurangan.

- c. Komponen Sikap yaitu perasaan yang dimiliki tentang dirinya, sikapnya terhadap status nya kini dan masa depan.

Saat kita membuat keputusan mengenai apa yang akan kita lakukan, hal yang pertama dilakukan adalah biasanya menilai kemampuan diri kita. Penilaian diri merupakan bagian dari konsep diri. Konsep diri adalah pandangan atau kesan individu terhadap dirinya secara menyeluruh yang meliputi pendapatnya tentang dirinya sendiri maupun gambaran diri orang lain tentang hal-hal yang dapat dicapainya yang terbentuk melalui pengalaman dan interpretasi dari lingkungannya, meliputi tiga dimensi, yaitu (1) pengetahuan tentang diri sendiri, (2) harapan untuk diri sendiri, dan (3) evaluasi mengenai diri sendiri.⁶ Adapun macam macam konsep diri dapat dibagi menjadi

1. Konsep diri Dasar yaitu apa yang diyakini seseorang sebagai gambaran diri nya yang sesungguhnya
2. Konsep diri sosial yaitu apa yang diyakini seseorang sebagai gambaran dirinya dalam pandangan orang lain.
3. Konsep diri Ideal yaitu apa yang diinginkan seseorang sebagai gambaran dirinya.

Konsep diri terbentuk dari gambaran diri (self image) yang pembentuknya melalui proses bertanya pada diri sendiri,

- “Siapakah saya?”

⁶ Sumber <https://pkbi-diy.info/mengenal-dan-menemukan-konsep-diri/>

- “Apa peran saya dalam kehidupan?”
- “Bagaimana nilai-nilai yang saya anut?”
- “Baik atau buruk?”
- “Ingin jadi seperti apa saya kelak?”

Jawaban atas pertanyaan tersebut akan membentuk dari konsep diri yang kemudian membentuk penghayatan terhadap nilai diri.

Proses bertanya pada diri sendiri tersebut merupakan proses untuk mengenal diri kita. Bila kita telah menemukan jawaban-jawaban atas pertanyaan tersebut maka kita akan lebih mudah menemukan konsep diri kita dan mengembangkan diri sesuai dengan potensi dan konsep diri yang kita miliki.

Pada diri seseorang konsep diri berkaitan dengan pandangannya terhadap:

- Keadaan fisik (seperti bentuk tubuh, tinggi badan, berat badan, kondisi sehat dan sakit).
- Aspek psikis (meliputi pikiran, perasaan, dan sikap yang dimiliki)
- Aspek sosial (meliputi bagaimana perasaan individu dalam lingkup perannya di lingkungan, penilaian terhadap peran, dan kemampuan sosialisasi)

- Aspek moral (bagaimana memandang baik dan buruk, apa yang boleh dan tidak boleh, nilai-nilai agama, peraturan atau nilai-nilai masyarakat).
- Mengenali kemampuan yang dimiliki, kelebihan dan kekurangan.
- Tujuan dan rencana hidup, serta harapan-harapan pribadi.
- Aspek seksual (meliputi identitas seksual, jenis kelamin, orientasi seksual)

Secara keseluruhan, konsep diri terdiri dari :

1. Extant self : siapa saya pada saat ini
2. Desired self : diri yang saya inginkan
3. Presenting self : diri yang saya tampilkan dilingkungan

Saat seorang manusia lahir, manusia tidak memiliki konsep diri karena tidak memiliki pengetahuan tentang dirinya, tidak ada harapan, dan tidak ada evaluasi terhadap dirinya sendiri. Kemudian, dalam tahun pertama kehidupan, manusia mulai membedakan antara "aku" dan yang "bukan aku", antara "milikku" dan yang "bukan milikku". Disinilah proses dimulai terbentuknya konsep diri. Konsep diri akan terus berkembang sepanjang hidup manusia.

Konsep diri merupakan hasil dari proses belajar manusia melalui hubungannya dengan orang lain. Lingkungan memiliki peran yang penting dalam proses mengenal diri terutama dalam pengalaman relasi dengan orang lain dan bagaimana orang lain memperlakukan dirinya. Dari situ ia menangkap pantulan tentang dirinya, seperti apakah dirinya tersebut sebagai pribadi. Jadi konsep diri seseorang dapat diketahui berdasarkan perbandingan antara apa yang ia rasakan terhadap dirinya sendiri dengan apa yang orang lain rasakan terhadap diri orang tersebut. Oleh sebab itu muncul *presenting self* (disebut juga *public self*) sebab biasanya orang menampilkan diri sesuai dengan apa yang dianggap baik atau diterima oleh lingkungannya.

Markus dan Nurius mengungkapkan hubungan antara *extant self* dan *desired self* pada remaja. Remaja adalah masa dimana seseorang memiliki idola tertentu atau memiliki gambaran yang ideal mengenai sesuatu yang akhirnya membentuk *desired self*.

Ada 3 kemungkinan yang muncul jika kita menghubungkan antara *extant self* dan *desired self* :

- Bila kesenjangan antara *extant self* dan *desired self* kecil. Ini berarti seseorang merasa puas pada dirinya dan mungkin tidak ingin mengembangkan diri untuk menjadi lebih baik.
- Bila kesenjangan antara *extant self* dan *desired self* besar. Ini berarti bahwa seseorang mempunyai keinginan yang sangat tinggi untuk berubah dan mungkin tidak realistis.

- Bila kesenjangan antara extant self dan desired self moderat (sedang- sedang saja). Kondisi ini adalah yang paling bagus, karena orang itu menyadari keadaan dirinya sekarang dan menentukan tujuan yang masuk akal sehingga membuatnya terpacu untuk mengembangkan dirinya.

Calhoun membagi konsep diri menjadi dua, yaitu : konsep diri positif dan konsep diri negatif. Penilaian terhadap konsep diri terbayang dari positif ke negatif. Remaja yang memiliki konsep diri positif akan sangat mengenali dirinya, kelebihan dan juga kelemahannya disamping itu ia tidak terpaku pada kelemahannya. Ia dapat mengakui dan menerima kelemahannya tersebut tanpa rasa rendah diri dan hal itu justru memacunya untuk menjadi individu yang lebih baik dengan cara mengembangkan kelebihannya. Sedangkan pada remaja yang memiliki konsep diri negatif , ia hanya akan terpaku pada kelemahannya dan menjadi rendah diri.

Derajat positif-negatif dari konsep diri akan berpengaruh pada rasa percaya diri seseorang dan akhirnya mempengaruhi tingkah lakunya. Remaja dengan konsep diri positif akan lebih percaya diri dan merasa yakin bahwa dirinya memiliki andil terhadap segala sesuatu yang terjadi pada dirinya. Akibatnya, ia akan lebih bersemangat untuk berusaha mencapai segala tujuannya.

Konsep diri yang negatif membuat remaja cenderung memusatkan perhatian pada hal-hal yang negatif dalam dirinya, sehingga sulit menemukan hal-hal positif dan pantas dihargai dalam dirinya.

Remaja yang mempunyai konsep diri negatif mudah mengancam dan menyalahkan diri sendiri karena merasa

kurang cantik atau kurang berbakat. Oleh karena itu konsep diri yang negatif cenderung membawa remaja pada kegagalan. Perasaan tidak mampu dan bayang-bayang kegagalan justru akan menghambat keberhasilan; sehingga sering kali bayang-bayang kegagalan tersebut menjadi kenyataan, dan remaja tersebut akhirnya menghindari kesempatan. Kesempatan yang sebenarnya mungkin saat bermanfaat bagi pengembangan dirinya.

Dari uraian diatas, jelaslah bahwa konsep diri mempunyai pengaruh besar dalam kehidupan kita. Konsep diri yang baik dapat berakibat baik pada diri kita dan sebaliknya, konsep diri yang buruk dapat berdampak negatif pada diri kita.

Untuk mengembangkan konsep diri yang sehat dan positif, kita sebaiknya:

- Belajar tentang diri sendiri. Pekalah terhadap setiap informasi, umpan balik, baik yang positif maupun negatif tentang diri kita, baik melalui pengalaman maupun yang diberikan langsung oleh orang yang berarti penting bagi diri kita sendiri. Ujilah informasi itu dan jangan cepat termakan olehnya karena siapa tahu informasi tersebut salah.
- Mengembangkan kemampuan untuk menemukan unsur-unsur positif yang kita miliki dan segi-segi negatif yang kita miliki.
- Menerima dan mengakui diri sebagai manusia biasa dengan segala kelebihan dan kekurangannya, yang dapat berhasil tetapi bisa juga mengalami kegagalan. Terimalah diri kita apa adanya dengan terus berusaha untuk memperbaiki, mengembangkan dan menyempurnakan diri.

- Memandang diri sebagai manusia yang berharga, yang mempunyai tujuan dan cita-cita menjadi manusia bermutu dan mampu memberikan sumbangan bagi kehidupan. Kita berusaha menjadi aktif dan mengarahkan diri menuju ke tujuan dan sasaran hidup kita. Dengan kegiatan dan usaha kita pada suatu saat kita akan mampu mencapai apa yang harus dan dapat kita capai. Karena berkat kegiatan dan usaha itu diri dan kemampuan serta potensi kita berkembang.⁷

Apa yang mempengaruhi positif negatifnya konsep diri?

Konsep diri terdiri dari tiga hal, yaitu pendapat remaja mengenai dirinya (*self-image*), cara remaja menghargai dirinya dibandingkan dengan orang lain (*self-esteem*), dan sosok ideal yang remaja ingin capai (*ideal self*). Baik buruknya konsep diri akan bergantung pada sukses tidaknya remaja di area yang mereka anggap penting dan pendapat orang tentang dirinya. Penerimaan orang lain dan kesuksesan remaja akan memperkuat konsep diri dan harga dirinya.

Sebagai contoh, jika remaja tidak memiliki banyak teman namun ukuran kesuksesan baginya adalah memiliki banyak teman, maka ia akan menganggap dirinya gagal. Terlebih lagi, jika teman-temannya menganggap dirinya berbeda sehingga tidak pernah mengajaknya berinteraksi. Maka, ia akan memiliki konsep diri yang negatif juga memiliki kepercayaan diri yang rendah. Orang tua yang

⁷ Sumber <https://pkbi-diy.info/mengenal-dan-menemukan-konsep-diri/>

lebih banyak mengkritik dibandingkan memberi apresiasi juga dapat membuat remaja memiliki konsep diri negatif.

Penelitian Curran & Hill yang dimuat di *Psychological Bulletin* tahun 2019 menunjukkan bahwa remaja usia kuliah di AS, Inggris, dan Kanada cenderung semakin perfeksionis, dan terkadang mematok standar yang tidak realistis untuk dirinya sendiri. Ini juga dapat membuat remaja selalu merasa gagal.

Kondisi seperti ini rentan membuat remaja terjerumus ke dalam perilaku berisiko, apalagi jika orang tua, guru, atau orang dewasa di sekitarnya tidak segera menyadarkan remaja bahwa dirinya berarti.

Bagaimana konsep diri yang negatif bisa mendorong terjadinya perilaku berisiko?

Karena konsep diri berkaitan dengan seberapa baik remaja tersebut mengenal dirinya, maka remaja yang tidak tahu siapa dirinya akan berusaha mencari identitas diri dengan cara mencoba berbagai hal. Jika lingkungan pertemanannya ternyata rentan dengan perilaku berisiko, maka remaja akan lebih mudah terbawa arus mengingat penerimaan dari teman sebaya merupakan hal penting dalam hidupnya. Citra remaja “keren” yang ditunjukkan media juga dapat mendorong remaja mencoba hal berisiko, seperti seks bebas, merokok, narkoba, apalagi jika orang tua tidak menanamkan nilai-nilai keluarga sejak dini.

Agar konsep diri remaja positif, apa yang harus dilakukan?

Konsep diri positif dapat membuat remaja berpikir bahwa dirinya dan masa depannya terlalu berharga untuk melakukan hal-hal berisiko. Untuk sampai ke titik tersebut, remaja sangat membutuhkan bantuan orang tua dan lingkungan sekitarnya termasuk guru di sekolah. Beberapa

cara dari situs Mindful ini dapat dilakukan untuk membangun konsep diri yang positif pada remaja:

1. Melakukan aktivitas fisik

Remaja mulai sadar akan penampilan dan bentuk tubuhnya. Olahraga, paskibra, menari dapat membuatnya lebih sehat dan percaya diri.

2. Cintai diri sendiri

Jangan selalu membandingkan diri dengan orang lain. Sebaliknya, terimalah kekurangan diri, beri apresiasi diri sendiri jika telah berusaha maksimal.

3. Fokus pada kelebihan

Menemukan minat dan bakat dapat membuat remaja memiliki konsep diri yang positif. Lakukan aktivitas yang dapat mengasah minat tersebut.

4. Membantu orang lain

Membantu orang lain yang tidak dikenal, termasuk aktif dalam gerakan kemanusiaan dan lingkungan, membuat remaja merasa memiliki dampak positif di luar diri mereka sendiri.⁸

D. Penilaian Potensi Diri Dalam Berusaha

Banyak orang mengartikan kesuksesan itu dengan ukuran materi. Namun kesuksesan yang sebenarnya

⁸ Sumber <https://skata.info/article/detail/500/pentingnya-konsep-diri-remaja-dalam-menangkal-perilaku-berisiko-2>

adalah kemampuan diri kita untuk mengenali potensi yang terdapat dalam diri kita sendiri dan memaksimalkannya menjadi sebuah kompetensi, dan kompetensi tersebut digunakan untuk meraih sesuatu yang lebih baik. Jika potensi yang ada dalam diri kita adalah menjadi seorang pengusaha maka kita harus memaksimalkan potensi kita tersebut. Sebagai langkah awal, mahasiswa wirausaha perlu mengenali perilaku, sikap, dan sistem nilai yang membentuk keseluruhan kepribadian. Di samping kepribadian, kemampuan diri perlu dikenali. Kemampuan ditentukan terutama oleh pengetahuan dan keterampilan. Pengetahuan yang sebaiknya dimiliki oleh mahasiswa wirausaha yaitu intinya kenali diri sendiri, lingkungan, bidang usaha yang dimasuki, tahu apa yang harus dilakukan, dan mengenal proses dan sistem yang ditangani, apa yang dicapai, bagaimana cara mencapainya, dan risiko, serta cara menanggulangi risiko ini. Dengan kata lain, seorang mahasiswa wirausaha perlu memiliki pengetahuan yang cukup untuk dapat mengarahkan dirinya, memperoleh peluang usaha, menyusun konsep usaha, membuat perencanaan, masuk pasar, beroperasi (dalam organisasi/sendiri), dan dengan demikian menikmati nilai tambah dan mengembangkan diri. Keterampilan yang harus dimiliki oleh seorang mahasiswa wirausaha: 1) mempunyai keterampilan konseptual dalam mengatur strategi dan memperhitungkan risiko; 2) mempunyai keterampilan memimpin dan mengelola; 3) mempunyai keterampilan teknis bidang usaha; 4) mempunyai keterampilan berkomunikasi dan berinteraksi, dan 5) mempunyai keterampilan kreatif menciptakan nilai tambah.

Keterampilan tidak hanya untuk diketahui, tetapi juga diperlukan pelatihan yang memadai guna mengembangkan dan mempertajam keterampilan yang kita miliki. Untuk melakukan wirausaha, kita perlu mengadakan penilaian terhadap diri sendiri dan dari luar diri kita, yang akan menentukan keberhasilan dan kegagalan usaha kita. Menurut Suryana penilaian potensi diri wirausaha dapat dilihat dari enam aspek yaitu aspek kepribadian, disiplin diri, kreativitas, dorongan/keinginan, keberanian menghadapi risiko, dan kepercayaan diri. 1) Kepribadian, merupakan keseluruhan kualitas psikis diwarisi atau diperoleh yang khas pada seseorang yang membuatnya unik. Dengan kepribadian yang dimiliki oleh seseorang dia dapat memikat orang lain, orang menjadi simpati padanya, orang tertarik dengan pembicaraannya, orang terkesima olehnya. Wirausaha yang memiliki kepribadian seperti ini seringkali berhasil dalam menjalankan usahanya. 2) Disiplin diri, 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. 3) Kreativitas, adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antara unsur, data, variabel yang sudah ada sebelumnya. 4) Dorongan/Keinginan berwirausaha dapat datang dari teman sepeergaulan, lingkungan keluarga, sahabat di mana mereka dapat berdiskusi tentang ide wirausaha masalah yang dihadapi dan cara-cara mengatasi masalahnya. 5) Keberanian menghadapi risiko itu ada bilamana waktu yang akan

datang (future) tidak diketahui (unknown). Jadi, dengan perkataan lain risiko itu ada bila ada ketidakpastian (uncertainty). 6) Kepercayaan diri, orang yang tinggi percaya dirinya adalah orang yang sudah matang jasmani dan rohaninya. Pribadi semacam ini adalah pribadi yang independen. Karakteristik kematangan seseorang adalah ia tidak tergantung pada orang lain, dia memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi, objektif dan kritis. Secara sederhana dapat dijabarkan penilaian potensi diri wirausaha dalam tabel berikut.

NO	Dimensi	Bukti Pernyataan
1	Kepribadian	Suka Memberontak Sikap Keras kepala Mempunyai inisiatif (prakarsa) Senang menyendiri Keinginan untuk menjadi pemimpin Bertanggung jawab Yakin pada diri, tidak suka memohon bantuan Senang mendapat pengawasan Menghendaki kebebasan pribadi
2	Disiplin Diri	Bersikap kukuh Bertanggung jawab dengan tugas Disiplin waktu Berani berkorban untuk pekerjaan Memaksakan diri untuk sesuatu yang tidak disukai Konsentrasi dalam mengerjakan sesuatu Mau belajar dari kesalahan Dorongan Pribadi yang kuat untu

		Maju
3	Kreatifitas	<p>Banyak Inisiatif untuk menyelesaikan masalah</p> <p>Menganggap masalah sebagai tantangan</p> <p>Mempunyai ide ide baru</p> <p>Pndai menyesuaikan diri</p> <p>Mempunyai Rasa Ingin Tahu</p> <p>Bersifat Intuitif</p> <p>Bersikap terbuka pad hal hal yang baru</p> <p>Mempunyai imajinasi yang tinggi</p> <p>Menggunakan cara cara baru dalam melakukan sesuatu</p>
4	Dorongan	<p>Mempunyai Dorongan tinggi untuk melakukan sesuatu</p> <p>Keinginan yang teguh untuk mengerjakan sesuatu</p> <p>Bersedia berkorban untuk mewujudkan keinginan</p> <p>Memiliki keberanian</p> <p>Tepat Hati</p> <p>Penuh Niat</p> <p>Kukuh</p> <p>Positif, tepat Janji dan Penuh Ambisi</p>
5	Keberanian menghadapi Resiko	<p>Berani Mengambil Resiko</p> <p>Suka pada tantangan</p> <p>Memanfaatkan kesempatan yang baik</p> <p>Keyakinan yang tinggi terhadap apa yang telah dilakukan</p>

		Berani berspekulasi Tidak gentar dengan kegagalan Berani mencoba sesuatu hal yang baru
6	Kepercayaan Diri	Keteguhan
		Ketidaktergantungan Kepribadian mantap Optimisme Percaya pada Diri sendiri

E. Tekad Untuk Menjadi Wirausahawan

Memutuskan untuk menjadi Entrepreneur berarti memutuskan untuk memiliki tekad, ketekunan, dan modal yang cukup untuk memulainya. Modal terpenting menjadi wirausahawan yang sukses adalah pantang menyerah dan terus berusaha, meski harus diakui banyak yang menyerah sebelum sukses.

Entrepreneur sukses tidak menjadikan masalah sebagai hambatan yang berarti, justru mereka melihat peluang dalam suatu masalah. Seorang Entrepreneur sejati selalu berpikiran positif dan terbuka untuk terus berkreasi dan berinovasi demi bisa mencapai apa yang menjadi tujuannya

Dalam menjalani kehidupan seseorang pasti selalu berusaha yang terbaik dalam mencapai tujuan dari hidupnya terutama dalam ekonomi meskipun ada kalanya sebagian orang melakukan yang tidak baik. Hidup akan indah dan tenang jika usaha seseorang dalam menjalani hidup dengan baik dan memperhatikan norma yang baik serta nilai yang membawa kemaslahatan bersama dan

tidak bertentangan dengan hukum. Dalam dunia ekonomi berusaha sudah menjadi tujuan utama bagi seorang ekonomi terutama menjadi entrepreneur. Kewirausahaan merupakan ilmu atau pengetahuan yang mempelajari tentang kemampuan dan daya berpikir serta usaha yang lebih baik dan maju bagi seseorang dalam menghadapi tantangan hidupnya . semua orang pasti ingin maju baik dari segi pengetahuan maupun ekonomi oleh karena itu maka harus dengan berusaha baik dengan bekerja maupun menjadi seorang pengusaha.⁹

Sebagai pengusaha wajib menyadari bahwa dalam setiap usahanya dijumpai dua kemungkinan. Dua kemungkinan ini wajib diketahui agar tidak terlalu senang jika berhasil dan tidak berputus asa bila tidak sesuai target. Tetapi harus disiapkan antisipasinya. Dua kemungkinan yang dimaksud adalah kemungkinan untung dan kemungkinan Rugi.

Apabila berhasil dalam berusaha, hal yang mesti diingat adalah keuntungan yang diperoleh adalah justru untuk meningkatkan kelangsungan usahanya dan harus berhemat sehemat mungkin dengan membatasi pengeluaran yang tidak perlu. Semua ini merupakan wujud syukur atas segala nikmat yang diberikan kepada kita.

Sebaliknya jika mengalami kegagalan, jadikan sebagai pelajaran dan hikmah ke depan, pelajari dimana letak kesalahan yang mesti diperbaiki dan terus berusaha sebagai wujud pembelajaran atas kegagalan. Yang pada intinya manusia di dalam kehidupan ini wajib berusaha

untuk mempertahankan hidup dan pertahankan keimanan kepada Allah swt.

Modal manusia memiliki peran sentral dalam pembangunan ekonomi, selain adanya modal fisik yang memberikan efek terhadap pembangunan ekonomi. Di sisi lain modal manusia cenderung akan memberikan efek yang akumulatif dan jangka panjang dibandingkan dengan modal fisik. Akumulasi modal manusia diharapkan mampu untuk menjadi salah satu sumber awal dalam pembangunan yang berkelanjutan. Menurut Mincer Hubungan timbal balik antara pertumbuhan ekonomi dan pertumbuhan modal manusia mungkin menjadi kunci penting untuk pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Pembangunan tersebut tidak hanya berkontribusi pada satu aspek saja yaitu pertumbuhan ekonomi tetapi mampu untuk memberikan kontribusi terhadap aspek lain seperti kesejahteraan dan pengurangan kemiskinan. Menurut Becker keberhasilan ekonomi individu serta keseluruhan ekonomi tergantung pada seberapa luas dan efektif orang berinvestasi dalam diri mereka sendiri serta adanya teknologi dapat menjadi pendorong ekonomi modern, terutama dari sektor teknologi tinggi, tetapi modal manusia merupakan bahan bakarnya.¹⁰

Secara konseptual menurut beberapa ekonom seperti Becker, ia mengatakan modal manusia didefinisikan sebagai pengetahuan, informasi, ide, keahlian dan kesehatan dari seorang individu. Sementara itu, Acemoglu & Autor mendefinisikan modal manusia sebagai suatu hal yang berhubungan dengan bekal pengetahuan atau

¹⁰ Aminuddin Anwar, *Peran Modal Manusia terhadap pertumbuhan Ekonomi*, Jurnal *Economia*, Vol 13, Nomor 1, April 2017, hal 80

karakteristik pekerja yang dimiliki (baik bawaan atau diperoleh) yang memberikan kontribusi yaitu “produktivitas”. Perkembangan ide tentang kontribusi modal manusia dijelaskan oleh Cohen & Soto dimana ide bahwa modal manusia dapat menyebabkan pertumbuhan berkelanjutan merupakan salah satu kritik yang dimunculkan dari literatur “new growth” yang diinisiasi oleh Lucas dan Romer.¹¹

Kontribusi modal manusia dapat dianalisis dari dua perspektif yaitu secara mikro dan makro. Sudut pandang mikro memandang bahwa modal manusia merupakan bagian dari fungsi produksi pada individu yang selanjutnya berkaitan dengan kualitas dari sumber daya manusia. Pengetahuan dapat memberikan dampak terhadap penguasaan teknologi dan adanya inovasi yang dilakukan dalam hal proses produksi. Hasil dari adanya pengetahuan tersebut adalah adanya efisiensi dalam proses produksi yang berpotensi pada peningkatan produktivitas. Di sisi lain adanya keahlian akan menjadikan individu menjadi lebih kompeten dalam proses produksi sehingga mendorong produktivitas. Secara makro kontribusi modal manusia dapat dianalisis dari kontribusi secara mikro yang teragregasi menjadi bagian dari pembangunan ekonomi nasional. Pembangunan tersebut berdampak dari adanya peningkatan kesejahteraan yang terindikasi pada peningkatan tingkat PDRB per kapita. Menurut modal manusia mempunyai efek produktivitas internal (internal productivity effect) dan efek produktivitas eksternal (external productivity effect). Peningkatan modal manusia

¹¹ Aminuddin Anwar, *Peran Modal Manusia terhadap pertumbuhan Ekonomi*, Jurnal *Economia*, Vol 13, Nomor 1, April 2017, hal 80

pada individu tidak hanya berasal dari produktivitas dirinya sendiri tetapi merupakan bagian dari produktivitas pekerja lain pada level keahlian tertentu. Peningkatan kesejahteraan memiliki implikasi yaitu semakin mengurangi tingkat kemiskinan dan pengangguran yang mungkin terjadi dari adanya modal manusia yang terus berkembang. Kontribusi penting lanjutan dari adanya kualitas modal manusia yang baik adalah kontribusi antar generasi yang dimunculkan dari adanya semakin meningkatnya kualitas sumberdaya manusia pada masa-masa selanjutnya. Pada negara berkembang seperti Indonesia peran pemerintah sangat dibutuhkan dalam mengembangkan kondisi kualitas sumber daya manusia. Hal tersebut akan berimplikasi pada adanya peningkatan tingkat kesejahteraan masyarakat yang kemudian diikuti dengan adanya peningkatan pertumbuhan ekonomi pada level makro. Indonesia memiliki kondisi yang heterogen di mana masing-masing daerah memiliki corak yang berbeda-beda. Kajian tentang kontribusi modal manusia ini memberikan analisis awal dan lanjutan mengenai kondisi perekonomian di Indonesia. Penelitian empiris tentang kontribusi modal manusia di Indonesia telah dilakukan oleh beberapa peneliti antara lain Brata, Saepudin dan Farah Sari pada level provinsi di Indonesia. Sementara itu penelitian lain dilakukan oleh Silva dan Sumarto untuk level kabupaten dan kota seluruh Indonesia. Ketika modal manusia menjadi salah satu faktor yang memiliki peran sentral maka pemerintah kemudian dapat mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang mampu untuk meningkatkan dan mengakselerasi akumulasi modal manusia. Penelitian ini secara spesifik ingin memberikan bukti empiris tentang kontribusi modal manusia yang dibedakan menjadi

pendidikan dan kesehatan terhadap pertumbuhan ekonomi pada kabupaten dan kota di Pulau Jawa.¹²

F. Memberdayakan Potensi Diri

Pemberdayaan potensi diri dalam berusaha bermaksud yaitu menempatkan diri yang sesuai dengan tempat nya. Menempatkan diri pada posisi yang tepat sebagai implementasi pemberdayaan diri, dimaksudkan untuk memperjelas posisinya sebagai individu yang memiliki posisi nya sebagai anggota masyarakat yang memperoleh wawasan/pemahaman yang berasal dari penularan orang lain sesama anggota masyarakat.

Pada saat anda sudah menemukan potensi diri anda, maka Jangan pernah menunda-nunda sedikitpun! Jika Anda sudah tahu potensi, punya rencana pengembangannya, maka lakukanlah saat ini juga. Ini adalah sebuah prinsip *cepat* dalam melakukan sesuatu. Pola pikirnya adalah: Jika Anda bisa menjadi seorang ahli dengan cepat, mengapa harus menunda kesuksesan Anda sendiri.

Pengembangan potensi diri secara maksimal akan memberikan dampak yang bagus dalam bisnis yang ditekuni. Usahakan untuk menjalani sesuatu yang linear dengan latar belakang kita, jangan mencoba banting stuur karena ini akan membutuhkan kerja keras di kemudian hari. Sediakan waktu khusus untuk mengasah kemampuan anda dan menjadikan anda pakar di bidang anda.

jika sudah ahli di bidangnya maka dia tidak perlu lagi mengejar uang malah justru uang yang mengejanya.

¹² Aminuddin Anwar, *Peran Modal Manusia terhadap pertumbuhan Ekonomi*, Jurnal *Economia*, Vol 13, Nomor 1, April 2017, hal 80

Jika menurut penelitian, menjadi seorang ahli membutuhkan waktu 10.000 jam latihan secara terstruktur dan terencana. Maka buatlah jadwal berlatih Anda. Kalau saya sebagai seorang trainer dan public speaker, maka macam latihan saya adalah dengan membaca buku, menonton video, mengikuti seminar dan bootcamp, praktek langsung, dan lain sebagainya. Sesuaikan dengan potensi Anda dan ke mana Anda ingin menjadi seorang ekspert.

Kedisiplinan dan konsistensi sangatlah penting. Memulai bisa jadi lebih mudah daripada mempertahankannya. Anda sudah melakukan, saatnya mempertahankannya dengan konsisten. Terus jaga motivasi untuk maju dan mengembangkan potensi diri Anda. Satu langkah sangat penting untuk mencapai seribu langkah. Jika di poin ketiga Anda sudah memulai langkah pertama, maka masih ada 999 langkah selanjutnya yang harus ditempuh.

Buatlah sebuah evaluasi terhadap progress Anda dalam mengembangkan potensi diri. Misalnya, jika Anda memulainya bulan ini maka bulan depan Anda bisa mengevaluasi sejauh mana perkembangan potensi Anda. Berapa banyak karya yang sudah dihasilkan? Apakah semua perencanaan *deliberate practice* sudah terlaksana semuanya? Jika belum, coba cari akar permasalahannya dan pecahkan masalah itu untuk pengembangan yang lebih baik lagi ke depannya.¹³

G. Faktor X

Faktor X diartikan sebagai faktor penunjang kesuksesan, tapi secara harfiah faktor X itu jarang dimiliki

¹³ Sumber <https://arrayrahmawan.net/kiat-mengembangkan-potensi-diri/>

setiap orang atau seseorang tidak menemukan Faktor X pada diri nya.¹⁴

Faktor X yang melekat pada diri manusia memberikan pengaruh yang sangat besar untuk suatu usaha. Setiap manusia mempunyai potensi dan baat berbeda dan unik antara satu dan lin nya,. Ada orang yang kenal akan potensi pada dirinya. Aan ttapi banyak orang yang tidak tahu potensi apa pad dirinya.. Faktor X juga melekat pada setiap manusia. Ada yang ukuran nya besar dan ada yang ukuran nya kecil, setiap manusia tidak tahu akan ukuran nya. Faktor X pada diri manusia hendaknya digali dan diteliti, karena dengan mengetahuinya maka akan mudah untuk menggunakannya..

Faktor X merupakan faktor yang melekat pada diri seseorang yang hanya dapat dirasakan. Faktor X pada jiwa wirausaha akan sangat mempengaruhi geraknya dalam menjalankan usaha. Ketekunan mampu memancing Faktor X menjadi besar dan besar. Faktor X akan hilang jika dia diabaikan.

Karakteristik Faktor X yaitu merupakan penentu keberhasilan, melekat pada diri manusia, tidak dapat diperoleh dalam waktu singkat, Berasal dari diri sendiri namun juga dapat berasal dari luar diri, sekali tumbuh dapat dipakai untuk membuat usaha lain, Faktor X bisa jadi tua jika menentang pembaharuan. Oleh karena itu, seseorang wirausaha harus mampu meumbuhkan dan mengembangkan faktor X yang ada pada diri nya, terbuka terhadap perubahan dan pembaharuan supaya Faktor X tetap hidup.

¹⁴Sumber:

<https://anitasimbolon.wordpress.com/2017/05/02/faktor-x/>

Ada Faktor X besar dan ada yang kecil, dengan orang sudah dewasa maka faktor X nya lebih besar dari faktor X kecil.

Faktor X yang berasal dari diri sendiri adalah bakat (talenta), kerja keras, kejujuran, kecerdasan, ketrampilan, penampilan Fisik, kualitas suara dan pendidikan

Berikut ini tips yang dapat dilakukan dalam mengenali faktor X pada diri yaitu

- a. Enalilah diri anda sendiri dan mulailah menimbulkan X pada diri anda
- b. Carilah pintu yang mampu membuat X anda Tumbuh. Datangi dan ketuklah masing masing pintu itu. Pintu yang bagus adalah pintu yang di dalam nya ada ruang yang besar bagi anda untuk berkembang dan didalamnya terdapat pintu pintu lain yang tentunya dapat anda buka.
- c. Waspadailah hidup yang nyaman dan berselancarlah di Gelombang ketidak nyamanan dengan berani menembus segala hal hal yang baru karena anda akan mendapat pelajaran yang baru.
- d. Pintu yang tepat adalah pintu yang mampu membuat anda tumbuh dan memberi ruang untuk berkembang.

Berikut ini macam-macam faktor X yang memberi pengaruh terhadap kelangsungan jalan nya usaha. (1) Kreativitas dan Inovasi (2) Faktor keberuntungan.

Kreatifitas Adalah kemampuan untuk mengembangkan ide baru dan cara baru dalam memecahkan masalah dan menemukan peluang. Sedangkan Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan masalah dan menemukan peluang.

Dalam mempertahankan eksistensi usaha harus diiringi upaya mencari sesuatu yang baru dan mengembangkan apa yang sudah ada agar menjadi lebih baik. Seseorang wirausahaan harus memastikan apakah kreativitas yang selama ini dilakukan masih cocok dengan keadaan lingkungan.

Hambatan dalam kreatifitas merupakan dinding atau bangunan mental yang menghambat untuk memahami atau menemukan pemecahan atas suatu masalah. Apabila hal ini terjadi pada seseorang wirausahaan maka ia akan berpeluang mengalami beberapa kendala dalam menjalankan usahanya, bahkan dapat menyebabkan kemandegan dalam berwirausaha. Oleh karena itu diperlukan cara umum untuk meningkatkan kreativitas antara lain dengan selalu bertanya untuk menghilangkan penasarannya, selalu berfikir berbeda sudut pandang, selalu ingin menjadi yang berbeda.

Pengusaha membutuhkan faktor keberuntungan, itu adalah sebuah mitos yang umumnya dipercaya bagi para wirausahawan. Pada tempat dan waktu yang tepat selalu terdapat faktor keberuntungan. Namun yang pasti keberuntungan terjadi ketika sudah dilakukan persiapan untuk menemukan peluang. Pengusaha disiapkan untuk menangkap dan ketika peluang itu muncul seringkali dipandang sebagai suatu keberuntungan.

H. Ringkasan

1. Mengetahui diri sendiri adalah awal mengetahui kebenaran. Setiap individu perlu mengetahui dirinya sendiri yang sebenarnya, sehingga dia mengetahui kebenaran. Kebenaran

merupakan kaca mata yang mampu membuat orang berkomunikasi dengan orang lain secara otentik, tanpa kepalsuan atau topeng, orang yang telah mengenal dirinya akan lebih mudah untuk mengenal orang lain, dan mudah untuk memahsmi orang lain, sehingga mampu untuk menyesuaikan dirinya dengan berbagai sudut pandang yang berbeda.

2. Kebiasaan yang positif hendanya selalu dibiasakan seperti pemisahan uang kas umum dengan uang pribadi, disiplin, kebiasaan berfikir kreatif, menepati janji, merasakan kebutuhan akan orang lain, menghasilkan sesuatu, menjaga mutu, mencari jalan keluar, Mengambil keputusan dengan trampil, menyemangatkan orang lain, tim work, perencanaan sebelum bertindak, memperhitungkan Resiko, mengendlikan emosi, hitung biaya, evaluasi hasil cipta dan pengembangan individu

3. Komponen diri terdiri dari komponen persepsi, konseptual dan sikap. Konsep diri memainkan peran yang sangat besar dalam menentukan keberhasilan hidup seseorang. Pengusaha yang punya konsep diri baik akan selalu optimis dalam menjalankan usahanya.

4. Banyak orang mengartikan kesuksesan itu dengan ukuran materi. Namun kesuksesan yang sebenarnya adalah kemampuan diri kita untuk mengenali potensi yang terdapat dalam diri kita sendiri dan memaksimalkannya menjadi sebuah kompetensi, dan kompetensi tersebut digunakan untuk meraih sesuatu yang lebih baik. Jika potensi yang ada dalam diri kita adalah menjadi seorang pengusaha maka kita harus memaksimalkan potensi kita tersebut. Sebagai langkah awal, mahasiswa wirausaha

perlu mengenali perilaku, sikap, dan sistem nilai yang membentuk keseluruhan kepribadian. Di samping kepribadian, kemampuan diri perlu dikenali. Kemampuan ditentukan terutama oleh pengetahuan dan keterampilan.

5. Entrepreneur sukses tidak menjadikan masalah sebagai hambatan yang berarti, justru mereka melihat peluang dalam suatu masalah. Seorang Entrepreneur sejati selalu berpikiran positif dan terbuka untuk terus berkreasi dan berinovasi demi bisa mencapai apa yang menjadi tujuannya

6. Pemberdayaan potensi diri dalam berusaha bermaksud yaitu menempatkan diri yang sesuai dengan tempat nya. Menempatkan diri pada posisi yang tepat sebagai implementasi pemberdayaan diri, dimaksudkan untuk memperjelas posisinya sebagai individu yang memiliki posisi nya sebagai anggota masyarakat yang memperoleh wawasan/pemahaman yang berasal dari penalaran orang lain sesama anggota masyarakat.

7. Faktor X yang melekat pada diri manusia memberikan pengaruh yang sangat besar untuk suatu usaha. Setiap manusia mempunyai potensi dan baat berbeda dan unik antara satu dan lin nya,. Ada orang yang kenal akan potensi pada dirinya. Aan ttapi banyak orang yang tidak tahu potensi apa pad dirinya.. Faktor X juga melekat pada setiap manusia. Ada yang ukuran nya besar dan ada yang ukuran nya kecil, setiap manusia tidak tahu akan ukuran nya. Faktor X pada diri manusia hendaknya digali dan diteliti, karena dengan mengetahui nya maka akan mudah untuk menggunakannya

I. Pertanyaan

1. Pada umumnya, semua orang memiliki potensi yang sama, namun demikian ada yang sukses dan ada yang gagal, mengapa bisa terjadi hal yang demikian?
2. Jelaskan komponen dan aspek aspek dalam pengenalan potensi diri?
3. Bagaimana cara menilai diri sendiri?
4. Bagaimana kiat untuk memberdayakan potensi diri untuk menjadi usahawan yang sukses?
5. Apakah Faktor X berpengaruh besar terhadap usaha seseorang? Jelaskan?

BAB KETIGA

KARAKTERISTIK WIRAUSAHA DAN MOTIVASI BERPRESTASI

A. Definisi Karakter

Secara etimologis, kata karakter (Inggris: character) berasal dari bahasa Yunani, yaitu *charassein* yang berarti "to engrave" Kevin Ryan dan Karen E. Bohlin. Kata "to engrave" dapat diterjemahkan "mengukir, melukis". Makna ini dapat dikaitkan dengan persepsi bahwa karakter adalah lukisan jiwa yang termanifestasi dalam perilaku.¹

Karakter dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan dengan "tabiat, sifat-sifat kejiwaan, akhlak atau budi pekerti yang membedakan seseorang dengan yang lain, dan watak. Orang berkarakter berarti orang yang berkepribadian, berperilaku, bersifat, bertabiat, atau berwatak. Makna seperti itu menunjukkan bahwa karakter identik dengan kepribadian atau akhlak."²

Kepribadian merupakan ciri atau karakteristik atau sifat khas dari diri seseorang yang bersumber dari bentukan-bentukan yang diterima dari lingkungan, misalnya keluarga pada masa kecil, dan juga bawaan sejak lahir.³

Seiring dengan pengertian ini, ada sekelompok orang yang berpendapat bahwa baik buruknya karakter

¹ Kevin Ryan and Bohlin KE, *Building Character in School: Practical ways to bring Moral instruction to life*, San Fransisco, Josse Bass, 1999, page 212

² Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008

³ Rohmadi Rusdi, *Menjadi Wiraswasta Mandiri*, Rusdi Setia Karya Kedu, 1995, hal 50

manusia sudah menjadi bawaan dari lahir. Jika jiwa bawaan baik, maka manusia itu akan berkarakter baik, dan sebaliknya jika bawaan jelek, maka manusia itu akan berkarakter jelek. Jika pendapat ini benar, maka pendidikan karakter tidak ada gunanya, karena tidak akan mungkin mengubah karakter orang yang sudah taken for granted. Sementara itu sekelompok orang yang lain berpendapat berbeda, bahwa karakter dapat dibentuk dan diupayakan, sehingga pendidikan karakter menjadi sangat bermakna untuk membuat manusia memiliki karakter yang baik. ⁴

Karakter adalah kepribadian ditinjau dari titik tolak etis atau moral. Karakter memiliki kesamaan arti dengan moral. Moral merupakan kondisi pikiran, perasaan, ucapan, dan perilaku manusia yang terkait dengan nilai-nilai baik dan buruk. Menurut Simon Philips bahwa karakter adalah kumpulan tata nilai yang menuju pada suatu sistem, yang melandasi pemikiran, sikap, dan perilaku yang ditampilkan.⁵

Berdasarkan pengertian di atas dapat dipahami bahwa karakter identik dengan akhlak, etika, dan moral, sehingga karakter merupakan nilai-nilai perilaku manusia yang universal meliputi seluruh aktivitas manusia, baik dalam rangka berhubungan dengan Tuhan, dengan dirinya, dengan sesama manusia, maupun dengan lingkungannya, yang terwujud dalam pikiran, sikap, perasaan, perkataan, dan perbuatan berdasarkan norma-

⁴ Doni Koesoema, *Pendidikan Karakter, Strategi Mendidik anak di zaman Global*, Jakarta: Grasindo, 2007, hal 50

⁵ Meredith GG, *Kewirusahaan Teori dan praktek*, Jakarta, Pustaka binaman Presindo, 1996, hl 27

norma agama, hukum, tatakrama, budaya, dan adat istiadat.

Ahmad Amin menjadikan kehendak (niat) sebagai awal terjadinya akhlak (karakter) pada diri seseorang, jika kehendak itu diwujudkan dalam bentuk pembiasaan sikap dan perilaku.⁶

B. Proses Pembentukan Karakter

Kewirausahaan dapat diartikan sebagai sifat-sifat kreatif yang dimiliki seseorang untuk melakukan kegiatan di lingkungannya. Winardi menyebutkan; "kreatifitas tidak terjadi begitu saja, kreatifitas merupakan proses".⁷

Suryana mengemukakan bahwa; Proses kreatifitas hanya dilakukan oleh orang-orang yang memiliki jiwa dan sikap kewirausahaan, yaitu orang yang percaya diri (yakin, optimis, dan penuh komitmen), berinisiatif (energik dan percaya diri), memiliki motif berprestasi (berorientasi hasil dan berwawasan ke depan), memiliki jiwa kepemimpinan (berani tampil berbeda), berani mengambil risiko dengan penuh perhitungan (karena itu suka akan tantangan).⁸

1. Memiliki rasa percaya diri yang sangat kuat, tidak bergantung kepada orang lain merupakan salah karakter yang dimiliki oleh seorang wirausaha.
2. Berorientasi pada tugas dan hasil, seorang wirausaha hanya bertanggungjawab terhadap tugas-tugas

⁶Ahmad Amin, *Etika (Ilmu Akhlak)*, Terj oleh Farid Ma'ruf, Jakarta Bulan bintang 1995, 15 dalam Samrin *Jurnal Al-Ta'dib* Vol. 9 No. 1, Januari-Juni, 2016. Hal.122-124.

⁷ Tika Santika, Pendidin Karakter Kewirausahaan pada PAUD, Semnas Pendidikan Non Formal FKIP Universitas Bengkulu, Vol 1 Nomor 1 Juli 2017, hal 6

⁸Tika Santika, *Seminar Nasional Pendidikan Nonformal FKIP Universitas Bengkulu*, Vol 1 Nomor 1, Juli 2017. Hal.38

- yangdibebankan kepadanya. Ia juga harus berorientasi padahasil dari tugas yang dibebankannya.
3. Berani menanggung resiko, berani menanggung resiko berhubungandengan sikap keinginan untuk bertanggungjawab.Parawirausahawansiapmenanggung resiko atas segala tindakanyang diambilnya. Dalam melakukan sebuah tindakan, seorang wirausahawan akanmemikirkan tindakannya seorang secaramatang. Sehingga resiko yang akan munculakibat tindakannya dapat diperkirakan.
 4. Memiliki jiwa kepemimpinan, kepemimpinan sangat dibutuhkan oleh seorang wirausaha untuk memimpin anakbuah atau pegawainya. Seseorang tidakakan bisa menjadi seorang wirausaha apabila ia tidak bisa memimpin, baik memimpin diri sendiri maupun memimpin orang lain.⁹
 5. Keorisinalan, sifat orisinal tentu tidak selalu ada pada diri seseorang. Orisinal berarti tidak hanya mengekor pada orang lain, tetapi memiliki pendapat sendiri, ada ide yang orisinal dan ada kemampuan untuk melakukan sesuatu.
 6. Berorientasi ke masa depan, seorang wirausahawan harus mempunyai visi ke depan untuk merencanakan hal apa yangakan dia lakukan dan apa yang ingin dicapai. Hal ini perlukan karena sebuah usaha didirikan bukan hanya untuk sementara, tetapi untuk selamanya. Olehkarena itu seorang wirausaha akanmenyusun

⁹Dwi Rorin Mauluddin Insana dan Eko Cahyo Mayndarto. *Pembangunan Karakter Wirausaha Mahasiswa Melalui Peningkatan Kualitas Pendidikan Kewirausahaan*. Vol.19. No.3. Oktober 2017. Hal. 350

- planning dan strategi yang matang agar langkah-langkah yang dilaksanakan terlihat dengan jelas.
7. Jujur dan tekun, untuk menjadi seorang wirausaha juga dibutuhkan sikap jujur dan tekun. Jujur terhadap diri sendiri, keluarga dan masyarakat serta kepada pegawai-pegawainya. Tekun dalam mencari ide-idebaru yang lebih kreatif dari ide-ide yang sudah ada dan tekun dalam dalam merinti usahanya yang baru dan yang akan mulai berkembang.¹⁰
 8. Memiliki kreatifitas tinggi, kreatifitas adalah menciptakan sesuatu dari yang asalnya tidak ada. Rahasia kewirausahaan dalam menciptakan nilai tambah barang dan jasa terletak pada penerapan kreatifitas dan inovasi dalam memecahkan masalah dan meraih peluang yang dihadapi setiap hari.
 9. Selalu memiliki komitmen dalam pekerjaan, etos kerja dan tanggung jawab, seorang wirausaha harus memiliki jiwa komitmen dalam usahanya dan tekad yang bulat dalam mencurahkan perhatiannya pada usaha yang digelutinya. Dalam menjalankan usahanya tersebut seorang wirausaha yang sukses terus memiliki tekad yang menggebu-gebu dan memilki semangat yang tinggi dalam mengembangkan usahanya.
 10. Selalu mencari peluang, esensi kewirausahaan yaitu tanggapan yang positif terhadap peluang untuk memperoleh keuntungan diri sendiri dan atau pelayanan yang lebih baik pada pelanggan dan masyarakat, cara yang etis dan produktif untuk

¹⁰Dwi Rorin Mauluddin Insana dan Eko Cahyo Mayndarto. *Pembangunan Karakter Wirausaha Mahasiswa Melalui Peningkatan Kualitas Pendidikan Kewirausahaan*. Vol.19. No. 3 .Oktober 2017.Hal. 350

mencapai tujuan, serta sikap mental untuk merealisasikan tanggapan positif tersebut.¹¹

C. Karakteristik Wirausaha

Seorang wirausaha sekurang-kurangnya memiliki 12 karakteristik yaitu:

a. Motivasi untuk Berprestasi

Motivasi berasal dari bahasa latin “movere” yang berarti to move atau menggerakkan. Sedangkan Suria simantri berpendapat motivasi merupakan dorongan, hasrat, atau kebutuhan seseorang untuk berperilaku tertentu guna mencapai tujuan tertentu. Motif akan menghasilkan mobilisasi energi (semangat) dan menguatkan perilaku seseorang, serta kendaraan untuk membawa dan mengarahkan perilaku seseorang.¹²

Seseorang memiliki minat berwirausaha karena adanya motif tertentu, yaitu motif berprestasi (*achievement motive*). Motif berprestasi merupakan nilai sosial yang menekankan pada hasrat untuk mencapai yang terbaik guna mencapai kepuasan secara pribadi. Faktor dasar yang melandasi motivasi adalah kebutuhan yang harus dipenuhi. Maslow menjelaskan teori motivasi dengan menjelaskan tingkatan kebutuhan sebagai landasan yang melatar belakangi lahirnya motivasi bagi seseorang, yaitu: kebutuhan fisik (*physiological needs*), kebutuhan akan keamanan (*security needs*), kebutuhan harga diri (*esteem*

¹¹Dwi Rorin Mauluddin Insana dan Eko Cahyo Mayndarto, *Pembangunan Karakter Wirausaha Mahasiswa Melalui Peningkatan Kualitas Pendidikan Kewirausahaan*. Vol.19. No.3.Oktober 2017.Hal. 350

¹² Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6557

needs) dan kebutuhan akan aktualisasi diri (*self-actualization needs*).¹³

Faktor yang mempengaruhi timbulnya motivasi terdiri atas faktor pendorong dan faktor pemelihara. Faktor pendorong timbulnya motivasi terdiri atas kebersihan, pengakuan, kreativitas dan tanggung jawab, sedangkan faktor pemelihara motivasi meliputi lingkungan kerja, insentif kerja, hubungan kerja dan keselamatan kerja.¹⁴

Kebutuhan berprestasi wirausaha terlihat dalam bentuk tindakan untuk melakukan sesuatu yang lebih baik dan lebih efisien dibandingkan sebelumnya. Ciri-ciri seorang wirausaha yang memiliki motif berprestasi menurut Suryana adalah (1) ingin mengatasi sendiri kesulitan dan persoalan-persoalan yang timbul pada dirinya, (2) selalu memerlukan umpan balik yang segera untuk melihat keberhasilan atau kegagalannya, (3) memiliki tanggung jawab personal yang tinggi, (4) berani menghadapi resiko dengan penuh perhitungan, (5) menyukai tantangan dan melihat tantangan secara seimbang.¹⁵

Berdasarkan teori atribusi Weiner¹⁶ ada 2 hal penyebab seseorang berhasil atau berprestasi dalam usaha, yaitu:

- Penyebab instrinsik: kemampuan, usaha, suasana hati atau mood seperti kelelahan dan kesehatan.

¹³ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6557

¹⁴ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6557

¹⁵ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

¹⁶ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

- Penyebab ekstrinsik: sukar tidaknya tugas, nasib baik atau keberuntungan, dan pertolongan orang lain.

Berdasarkan pendapat tersebut sekurang-kurangnya dua indikator dalam motivasi berprestasi yaitu: mengharapkan sukses dan takut akan kegagalan. Oleh sebab itu hakikat motivasi berprestasi adalah rangsangan-rangsangan atau daya dorong yang ada dalam diri seseorang untuk belajar dan berprestasi belajar tinggi sesuai yang diharapkan.

b. Selalu Perspektif

Selalu prespektif mencerminkan bahwa seorang wirausahawan harus berfikir, berusaha dan memanfaatkan peluang dengan penuh perhitungan untuk meraih masa depannya secara optimis. Untuk mencapai masa dengan yang optimis, maka seorang wirausaha harus mempunyai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru serta berbeda dengan yang sudah ada (*ability to create the new and different*). Orang yang selalu memandang masa depan secara optimis, akan mempunyai dorongan untuk berkarya dan berkarya dalam menyongsong masa depannya. Itulah sebabnya Drucker menekankan pada *ability to create the new and different* sebagai kunci utamanya.¹⁷

Masa depan adalah suatu kejadian (*event*) yang mengandung ketidakpastian (*uncertainty*). Maka dalam menyongsong masa depan tersebut seorang wirausaha harus mampu memperhitungkan resiko yang timbul dan dengan cerdas dan tabah menghadapi tantangan akibat pilihan yang diambilnya. Pada akhirnya, dapat dinyatakan bahwa seorang wirausaha yang berjiwa kewirausahaan

¹⁷ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

selalu tidak akan puas dengan hasil yang dicapainya dan akan terus mencari peluang baru untuk memperbaiki dan mengembangkan kehidupan usahanya agar lebih baik dibandingkan yang sudah dicapainya.¹⁸

c. Memiliki Kreativitas (Daya Cipta) Tinggi

Memiliki kreativitas tinggi berarti mempunyai kemampuan untuk berfikir yang baru dan berbeda. Namun untuk berfikir yang baru dapat bersumber dari sesuatu yang lama tetapi dilakukan dengan cara-cara yang baru dan tidak harus seluruhnya baru. Zimmerer menyebutkan bahwa ide-ide kreativitas sering muncul ketika seorang wirausaha melihat sesuatu yang lama dan berfikir sesuatu yang baru dan berbeda.

Kreativitas adalah berfikir untuk menciptakan sesuatu dari yang asalnya tidak ada (*generating something from nothing*). Sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan-persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan. Dengan demikian kreativitas mengandung beberapa aspek penting, antara lain: (1) menciptakan sesuatu yang sebelumnya tidak ada, (2) muncul ketika melihat sesuatu yang lama dan berfikir sesuatu yang baru dan berbeda, (3) menggantikan sesuatu dengan sesuatu yang lebih sederhana dan lebih baik.¹⁹

Dengan demikian rahasia kewirausahaan adalah menciptakan nilai tambah barang dan jasa dengan menerapkan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan

¹⁸ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

¹⁹ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

masalah dan meraih peluang yang dihadapi setiap hari tanpa menunggu perintah (berinisiatif sendiri).

d. Memiliki Perilaku Inovatif Tinggi

Memiliki perilaku inovatif tinggi merupakan salah satu kunci dari semangat berwirausaha. Sebenarnya setiap orang dibekali talenta atau jiwa wirausaha walaupun dalam derajat kapabilitas yang berbeda-beda. Jika jiwa wirausaha atau talenta tersebut diberikan wadah yang baik, maka perkembangan dan kemajuannya akan memberikan hasil sebagaimana mana yang diharapkan. Jiwa wirausaha yang terdapat pada setiap orang itu tumbuh karena beberapa hal: (1) setiap orang pasti memiliki cita-cita, impian dan harapan untuk meningkatkan kualitas hidup, (2) setiap orang mempunyai intuisi untuk bekerja dan berusaha, (3) setiap orang mempunyai daya imajinasi yang dapat digunakan untuk berfikir kreatif, (4) setiap orang mempunyai kemampuan untuk belajar sesuatu yang sebelumnya tidak dikuasainya. Itulah modal awal dan faktor dominan yang diberikan oleh Allah SWT kepada manusia dan bukan makhluk lainnya, sehingga setiap manusia pada dasarnya memiliki akal budi dan kecerdasan yang merupakan landasan dasar dari jiwa wirausaha.²⁰

Manusia dikarunia bekal kemampuan untuk belajar dari pengalaman masa lalunya. Sejumlah pengalaman hidup yang terkait aspek keberhasilan dan kegagalan, kebahagiaan, kesedihan, kesulitan, tantangan, peluang, kelemahan dan kekuatan semuanya akan membentuk mind-set manusia yang dapat menghasilkan perilaku

²⁰ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

inovatif tinggi khususnya untuk mengambil keputusan yang terbaik bagi hidupnya yang akan datang.²¹

Setiap orang akan terkait dengan beberapa perspektif waktu, yaitu masa lalu yang merupakan pengalaman hidup yang sudah dilaluinya dan sebagai masa untuk melakukan pembelajaran. Saat ini adalah masa menjadi kenyataan hidup yang sedang dilalui dan menjadi persiapan untuk masa selanjutnya dengan mengkaji masa lalu, serta masa depan yang menjadi harapan dan cita-cita yang ingin diraihnya. Ketiga masa itulah yang akan membentuk manusia memiliki keberanian untuk menyongsong masa depan dengan berperilaku inovatif yang tinggi. Dalam hal ini Nabi SAW pernah bersabda bahwa “ Allah SWT tidak akan merubah nasib suatu bangsa jika bangsa itu tidak mau merubahnya”.²²

Nabi SAW juga bersabda bahwa “orang yang celaka adalah yang hari ini lebih buruk dari hari kemarin, orang yang rugi adalah yang keadaan hari ini sama dengan hari kemarin dan orang yang beruntung jika keadaan hari ini lebih baik dari hari kemarin. Inilah sabda Nabi SAW yang mengharuskan manusia untuk bekerja cerdas dengan penuh optimis bahwa Allah SWT akan memberikan berkah dan hidayah dalam setiap langkah dan usaha manusia dalam memperbaiki nasib dan kualitas hidupnya di masa yang akan datang.²³

Drucker menjelaskan bahwa setiap orang yang memiliki keberanian untuk mengambil keputusan dapat

²¹ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

²² Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

²³ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

belajar menjadi wirausaha dan berperilaku seperti wirausaha. Hal ini memberikan pemahaman bahwa kewirausahaan lebih merupakan perilaku daripada gejala kepribadian yang dasarnya terletak pada konsep dan teori yang mengarahkan orang kepada kepemimpinan. Padahal perilaku, konsep dan teori merupakan hal yang dapat dipelajari oleh siapapun yang menganut konsep belajar berkesinambungan dan seumur hidup. Oleh sebab itu belajar berwirausaha dapat dilakukan oleh siapa saja, meskipun tidak harus menjadi wirausaha besar namun sekurang-kurangnya dalam setiap kegiatannya manusia dapat menerapkan jiwa kewirausahaan di dalamnya.²⁴

Suatu kenyataan bahwa beberapa wirausahawan terkemuka dan terkaya dunia bukanlah orang yang mempunyai kemampuan akademik optimal, seperti Warren Buffet (pialang saham terkemuka) dan Bill Gate (pemilik Microsoft). Khusus di Indonesia, hasil Sakernas tahun 2003 memperlihatkan bahwa dari lulusan perguruan tinggi, hanya 26,29% yang menjadi wirausahawan sedangkan untuk lulusan SLTA dan di bawahnya mencapai 73,71%. Inilah data yang mengindikasikan bahwa di Indonesia, semakin tinggi pendidikannya semakin rendah jiwa kewirausahaannya.²⁵

Kunci keberhasilan kedua wirausahawan itu (Warren Buffet dan Bill Gate) dalam sejarah tercatat karena beberapa hal yaitu: mempunyai kemauan belajar yang terus menerus, mempunyai ketabahan dalam menghadapi kegagalan atau tantangan, berani membuat inovasi baru

²⁴ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

²⁵ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

dan tampil beda dengan yang lain, tidak puas dengan setiap hasil usaha yang dilakukan, mempunyai kemampuan beradaptasi, baik dengan lingkungan internal maupun eksternal. Inilah sebabnya Ansoff mengatakan “organisasi yang sukses bukanlah organisasi yang besar tetapi organisasi yang sukses adalah organisasi yang dapat beradaptasi dengan perubahan lingkungannya”.²⁶

Suryana menjelaskan kiat sukses berwirausaha pada dasarnya tidak memerlukan orang-orang yang luar biasa dengan IQ tinggi, tetapi orang-orang dengan IQ sedang dan rendah pun dapat belajar melakukannya. Goleman menjelaskan bahwa kesuksesan seseorang 80% ditentukan oleh kecerdasan emosional (EQ) dan hanya 20% ditentukan oleh kecerdasan intelektual (IQ). Kecerdasan emosional adalah kecerdasan sosial, yang ketiadaannya akan mendorong seseorang berperilaku agresif, cemas, menghindari tantangan dan tidak dapat memanfaatkan peluang, serta tidak dapat menerapkan manajemen konflik secara produktif.²⁷

Sebaliknya, penguasaan terhadap kecerdasan emosional akan menghasilkan individu yang lebih ramah, kemauan untuk bekerjasama dan meningkatnya kemampuan untuk menerapkan manajemen konflik yang produktif. Oleh sebab itu, berikut kiat-kiat berwirausaha yang sukses dan dapat diterapkan pada berbagai tingkatan IQ:

- 1) Digerakkan oleh ide dan impian (visi).
- 2) Lebih mengandalkan kreativitas.

²⁶ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

²⁷ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

- 3) Menunjukkan keberanian.
- 4) Percaya pada hoki, tetapi lebih percaya pada dunia nyata.
- 5) Melihat masalah sebagai peluang.
- 6) Memilih usaha sesuai hobi dan minat.
- 6) Mulai dengan modal seadanya.
- 7) Senang mencoba hal baru.
- 8) Selalu bangkit dari kegagalan, dan
- 9) Tidak mengandalkan gelar akademis semata-mata.²⁸

e. Memiliki Komitmen dalam Pekerjaan

Memiliki komitmen dalam pekerjaan memberikan makna bahwa setiap wirausaha hendaknya komit dalam mengelola usahanya yang dilakukan dengan cara bersungguh-sungguh dan memberikan curahan perhatian sepenuhnya. Oleh sebab itu seorang wirausaha yang komit atas pekerjaannya tidak akan membiarkan usahanya berjalan di tempat, tetapi selalu berfikir dan berusaha agar usahanya itu dapat berkembang dan mempunyai keunggulan kompetisi dengan yang lainnya.²⁹

Untuk maksud tersebut, maka seorang wirausahawan harus sepenuh hati dalam menjalankan usahanya dan berani mengambil resiko usaha yang sudah diperhitungkan sebelumnya. Wirausahawan yang komit terhadap pekerjaannya harus berani bangkit dari kegagalannya dan menjadikan masalah yang dihadapi sebagai peluang. Tidak setengah-setengah dalam mengelola

²⁸ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

²⁹ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

usaha dapat diartikan bahwa seorang wirausahawan harus memiliki semangat kewirausahaan.³⁰

f. Memiliki Etos Kerja dan Tanggung Jawab

Etos kerja akan membentuk suatu produktivitas sedangkan tanggung jawab akan menumbuhkan wirausaha yang adil dan bertanggung jawab terhadap semua pemangku kepentingan (stakeholder) yang berhubungan dengan usaha dan hasil usahanya. Dalam pengertian bisnis modern, tanggung jawab tersebut ditunjukkan dengan adanya tanggung jawab sosial antara lain dengan melindungi stakeholder dan lingkungannya dari adanya kerugian moril maupun material atas keberadaan perusahaan dan hasil produksinya.³¹

Mengenai etos kerja Max Weber menyatakan, etos kerja orang Jerman adalah rasional, disiplin tinggi, kerja keras, berorientasi pada kesuksesan material, hemat dan bersahaja, tidak mengumbar kesenangan dan investasi. Sementara itu orang Jepang menghayati "bushido" yang merupakan etos para samurai sebagai perpaduan dari Shintoisme dan Zen Buddhism sebagai "karakter dasar budaya kerja bangsa Jepang".³²

Ada 7 prinsip bushido yang menjadi budaya kerja bangsa Jepang dan diterapkan secara konsisten, inten dan berkualitas sehingga bangsa Jepang mengalami kemajuan, yaitu (1) Gi, bahwa keputusan yang benar, diambil dengan sikap benar berdasarkan kebenaran, jika harus mati demi keputusan itu, matilah dengan gagah dan terhormat (2) Yu,

³⁰ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

³¹ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

³² Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

berani dan ksatria, (3) Jin, murah hati, mencintai dan bersikap baik terhadap sesama, (4) Re, bersikap santun dan bertindak benar, (5) Melyo, tulus setulustulusnya, sungguh-sesungguh-sungguhnya dan tanpa pamrih, dan (6) Chugo, mengabdikan dan loyal.³³

Bangsa Indonesia sebagai bangsa yang besar sebenarnya juga sudah mempunyai falsafah yang nilai-nilainya disarikan dalam "Pancasila". Namun sayangnya lima sila yang terkandung dalam Pancasila belum diterapkan secara konsisten dan berkualitas sehingga belum mampu mencerminkan budaya kerja atau etos kerja bangsa Indonesia. Mubyarto dan Boediono sebagai editor sebuah buku yang berjudul "Ekonomi Pancasila", yaitu sebuah buku yang mencoba mengelaborasi nilai-nilai Pancasila dalam tatanan ekonomi kerakyatan, menjadi pelopor yang memprakarsai sistem ekonomi Pancasila. Namun sayangnya buku tersebut belum mampu menghasilkan konsep ekonomi kerakyatan yang mampu menjadi ciri khas etos kerja bangsa Indonesia.³⁴

g. Mandiri atau Tidak Tergantung Orang Lain

Mandiri atau tidak tergantung kepada orang lain akan menumbuhkan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (create new and different). Melalui kemandirian dalam berfikir kreatif dan bertindak inovatif, seorang wirausaha dapat menciptakan peluang dalam menghadapi tantangan hidup. Oleh sebab itu, seorang wirausaha harus mempunyai kemampuan kreatif dalam mengembangkan ide dan pikirannya terutama

³³ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

³⁴ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

dalam menciptakan peluang usaha bagi dirinya dan bagi orang lain.³⁵

Dengan demikian seorang wirausaha dituntut untuk selalu menciptakan hal yang baru dengan jalan mengkombinasikan sumber daya yang ada disekitarnya melalui pengembangan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan barang dan jasa yang berbeda dari kompetitornya secara lebih efisien, memperbaiki produk yang sudah ada dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan kepada para konsumennya.³⁶

h. Berani Menghadapi Resiko

Berani mengambil resiko tidak sama dengan spekulasi. Artinya resiko yang ditanggung oleh seorang wirausahawan adalah resiko yang sudah diperhitungkan secara matang. Richard Cantillon adalah orang yang pertama menggunakan istilah *entrepreneur* dan mengatakan bahwa *entrepreneur* adalah seseorang yang berani menanggung resiko. Keberanian menanggung resiko yang disertai perhitungan yang mapan merupakan karakteristik wirausaha yang unggul.³⁷

Keberanian untuk menanggung resiko juga merupakan perubah pertama yang mendorong timbulnya inisiatif dan mendorong sifat untuk menyukai usaha-usaha yang lebih menantang. Namun, resiko yang menjadi nilai

³⁵ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

³⁶ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

³⁷ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

dalam kewirausahaan adalah resiko yang sudah diperhitungkan dan penuh realistik.³⁸

Keberanian dalam mengambil resiko terkait langsung dengan kepercayaan pada diri sendiri. Dengan demikian, semakin besar keyakinan seseorang pada kemampuan sendiri, maka semakin besar pula keberaniannya dalam mengambil resiko yang diperhitungkannya sebagai tindakan yang kreatif inovatif. Oleh sebab itu, orang yang berani mengambil resiko diketemukan pada pada orang-orang yang kreatif dan inovatif dan merupakan bagian terpenting dari perilaku kewirausahaan.³⁹

i. Selalu Mencari Peluang

Selalu mencari peluang dimaknakan bahwa seorang wirausaha yang mempunyai jiwa kewirausahaan harus memberikan tanggapan positif terhadap peluang yang ada dalam kaitannya dengan mendapatkan keuntungan untuk usahanya atau memberikan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat.⁴⁰

Mossi menyatakan bahwa wirausaha adalah seseorang yang merasakan adanya peluang, mengejar peluang-peluang yang sesuai dengan situasi dirinya dan percaya bahwa kesuksesan merupakan suatu hal yang dapat dicapai.⁴¹

j. Memiliki Jiwa Kepemimpinan

³⁸ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

³⁹ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

⁴⁰ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

⁴¹ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

Jiwa kepemimpinan, keteladanan, dan kepeloporan selalu dimiliki oleh seorang wirausaha yang sukses. Seorang yang memiliki jiwa kepemimpinan pada umumnya ingin tampil berbeda, lebih cepat, dan lebih menonjol. Hal inilah yang melandasi mengapa seorang wirausaha yang memiliki jiwa kepemimpinan akan menggunakan kemampuan kreativitas dan inovasinya untuk menghasilkan barang dan jasa dengan lebih cepat dipasarkan dan berbeda dari pesaingnya. Wirausaha seperti inilah yang menganggap perbedaan sebagai suatu peluang untuk menambah nilai barang dan jasa yang dihasilkan, sehingga ia akan menjadi leader, baik dalam bidang produksi maupun pemasaran.⁴²

Seorang wirausaha yang memiliki jiwa kepemimpinan selalu ingin mencari peluang, terbuka menerima kritik dan menjadikan saran sebagai pertimbangan dalam melakukan perbaikan. Seorang wirausaha yang memiliki leadership ability mampu menggunakan pengaruh tanpa kekuatan (power) dan mengutamakan strategi mediator dan negosiator dibandingkan cara-cara diktator.⁴³

Namun, Suryana membedakan wirausaha dalam 2 kelompok, yaitu administrative entrepreneur dan innovative entrepreneur. Administrative entrepreneur adalah wirausaha yang perilaku dan kemampuannya lebih menonjol dalam memobilisasi sumber daya dan dana, serta mentransformasikannya menjadi output dan memasarkannya secara efisien, sedangkan innovative

⁴² Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

⁴³ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

entrepreneur adalah wirausaha yang perilaku dan kemampuannya lebih menonjol dalam bidang kreativitas, inovasi serta menonjol dalam mengantisipasi dan menghadapi resiko.⁴⁴

k. Memiliki Kemampuan Manajerial

Kemampuan manajerial merupakan kemampuan untuk mengambil keputusan usaha dan melaksanakan seluruh fungsi manajemen, yaitu membuat rencana usaha, mengorganisasikan usaha, mengelola usaha (termasuk mengelola sumber daya manusia), melakukan publikasi/promosi hasil usaha dan mengontrol pelaksanaan usaha.⁴⁵

Seluruh kemampuan manajerial harus dilakukan secara konsisten dan terintegrasi sehingga seluruh aspek manajerial tersebut tidak saling kontra produktif terhadap pencapaian tujuan organisasi. Kemampuan manajerial seorang wirausahawan harus mampu membuat organisasi menjadi "fit" dengan lingkungannya.⁴⁶

Selain itu, pengembangan organisasi atau perusahaan harus didasarkan atas visi, misi dan tujuan yang jelas sehingga dapat berkembang sukses dan hidup untuk selama-lamanya (going concern). Agar perusahaan dapat sukses dan going concern, ada 8 roh organisasi, yaitu (1) roh kesucian dan kesehatan, (2) roh kebaikan dan kemurahan, (3) roh cinta dan suka cita, (4) roh keunggulan

⁴⁴ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

⁴⁵ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

⁴⁶ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

dan kesempurnaan dan (5) dikelola oleh manajer bervisi ke depan.⁴⁷

Lingkungan kerja yang kondusif merupakan salah satu syarat utama agar suatu organisasi dapat memberikan kenyamanan dan ketenangan kepada pemilik, pengelola (manajer) dan pekerjanya. Persyaratan agar suatu lingkungan kerja dapat kondusif:

- 1) upah yang layak
- 2) kondisi (peralatan) kerja yang aman dan sehat
- 3) kesempatan untuk belajar dan menggunakan ketrampilan-ketrampilan baru
- 4) kesempatan untuk mengembangkan karir
- 5) integrasi sosial ke dalam organisasi
- 6) perlindungan terhadap hak-hak individu (pekerja)
- 7) keseimbangan antara berbagai tuntutan (tuntutan kerja dan bukan kerja)
- 8) rasa bangga terhadap pekerjaannya dan terhadap organisasi

1. Memiliki Ketrampilan Personal

Memiliki ketrampilan personal diartikan sebagai wirausaha andal. Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 1995 Tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan menyebutkan 8 ciri wirausaha andal, yaitu:

- (a) Percaya diri dan sikap mandiri yang tinggi untuk berusaha mencari penghasilan dan keuntungan melalui perusahaan.
- (b) Mau dan mampu mencari dan menangkap peluang usaha yang menguntungkan serta melakukan apa saja yang perlu untuk memanfaatkannya.

⁴⁷ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

(c) Mau dan mampu bekerja keras dan tekun dalam menghasilkan barang dan jasa, serta mencoba cara kerja yang lebih tepat dan efisien.

(d) Mau dan mampu berkomunikasi, tawar menawar dan musyawarah dengan berbagai pihak yang besar pengaruhnya pada kemajuan usaha terutama para pembeli/pelanggan (memiliki kemampuan salesmanship).

(e) Menghadapi hidup dan menangani usaha dengan terencana, jujur, hemat dan disiplin.

(f) Mencintai kegiatan usahanya dan perusahaannya serta lugas dan tangguh tetapi cukup luwes dalam melindunginya.

(g) Mau dan mampu meningkatkan kapasitas diri sendiri dan kapasitas perusahaan dengan memanfaatkan dan memotivasi orang lain (*Leadership/Managerialship*) serta melakukan perluasan dan pengembangan usaha dengan resiko yang moderat.

(h) Berusaha mengenal dan mengendalikan lingkungan serta menggalang kerjasama yang saling menguntungkan dengan berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan.⁴⁸

Menurut Murpy dan Peek, sekurang-kurangnya ada delapan syarat yang harus dipenuhi agar seorang wirausaha dapat mengembangkan profesinya, yaitu :

(a) Mampu bekerja keras (capacity for hard work).

(b) Mampu bekerjasama dengan orang lain (getting things done with and through people).

(c) Berpenampilan yang baik (good appearance).

(d) Mempunyai keyakinan (self confident).

(e) Pandai membuat keputusan (making sound decision).

⁴⁸ Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017, hal 6556

- (f) Bersedia menambah ilmu pengetahuan (college education).
- (g) Mempunyai ambisi/kemauan untuk maju (ambition drive).
- (h) Pandai berkomunikasi (ability to communicate)

Sejumlah ciri kewirausahaan tersebut menunjukkan bahwa wirausaha yang sukses adalah wirausaha yang dapat menjalin hubungan secara baik dengan lingkungannya, baik lingkungan internal (dalam perusahaan) maupun lingkungan eksternal (pemerintah, masyarakat, pemasok, pesaing, dll). Teknik menjalin hubungan baik antara wirausaha dengan lingkungannya dilakukan dalam suatu etika wirausaha, yang dicirikan dengan tingkah laku yang baik, sopan santun, tolong menolong, tenggang rasa, hormat menghormati dan tatakrama lainnya dalam etika wirausaha lainnya.

Etika wirausaha meliputi 8 hal, yaitu:

- (a) Wirausaha adalah tugas mulia dan kebiasaan baik (bertugas mewujudkan suatu kenyataan hidup berdasarkan kebiasaan baik di dalam berwirausaha, lihat bagaimana teknis berbisnis yang dicontohkan Rasulullah SAW).
- (b) Menempa pikiran untuk maju (melatih dan membiasakan diri berprakarsa baik, bertanggung jawab, percaya diri dan meningkatkan daya saing dan daya juang untuk maju).
- (c) Kebiasaan membentuk watak yang mulia (bersikap mental dan berfikir terbuka, bersih dan teliti untuk mencapai kemajuan).
- (d) Membersihkan diri dari kebiasaan berfikir negatif (tidak menyakiti orang lain dan menggantungkan pada nasib).
- (e) Kebiasaan berprakarsa (membiasakan diri untuk berprakarsa dalam kegiatan pengelolaan usaha dan

memberikan saran baik, serta dapat menolong dirinya sendiri).

(f) Kepercayaan pada diri sendiri (yakin dan beriman serta dapat meningkatkan nilai-nilai kehidupan di dalam berwirausaha).

(g) Membersihkan diri dari hambatan yang dibuatnya sendiri (yakin dan tidak ragu-ragu terhadap hasil produksinya sendiri).

(h) Mempunyai kemauan, daya upaya dan perencanaan (rencana mengejar cita-cita berdasarkan prinsip-prinsip kewirausahaan).⁴⁹

D. Ringkasan

- a. Karakter adalah kepribadian ditinjau dari titik tolak etis atau moral. Karakter memiliki kesamaan arti dengan moral. Moral merupakan kondisi pikiran, perasaan, ucapan, dan perilaku manusia yang terkait dengan nilai-nilai baik dan buruk. Menurut Simon Philips bahwa karakter adalah kumpulan tata nilai yang menuju pada suatu sistem, yang melandasi pemikiran, sikap, dan perilaku yang ditampilkan.⁵⁰
- b. Karakter identik dengan akhlak, etika, dan moral, sehingga karakter merupakan nilai-nilai perilaku manusia yang universal meliputi seluruh aktivitas manusia, baik dalam rangka berhubungan dengan Tuhan,

⁴⁹ Suharyono, *Jurnal Ilmu dan Budaya*, Vol. 40, No.56, Mei 2017. Hal.6556-6571

⁵⁰ Meredith GG, *Kewirausahaan Teori dan praktek*, Jakarta, Pustaka binaman Presindo, 1996, hl 27

dengan dirinya, dengan sesama manusia, maupun dengan lingkungannya, yang terwujud dalam pikiran, sikap, perasaan, perkataan, dan perbuatan berdasarkan norma-norma agama, hukum, tatakrama, budaya, dan adat istiadat.

- c. Proses pembentukan karakter hanya dilakukan oleh orang-orang yang memiliki jiwa dan sikap kewirausahaan, yaitu orang yang percaya diri (yakin, optimis, dan penuh komitmen), berinisiatif (energik dan percaya diri), memiliki motif berprestasi (berorientasi hasil dan berwawasan ke depan), memiliki jiwa kepemimpinan (berani tampil berbeda), berani mengambil risiko dengan penuh perhitungan (karena itu suka akan tantangan)
- d. Seorang wiraswasta seharusnya mempunyai minimal dua belas karakteristik yaitu motivasi untuk berprestasi, selalu berprespektif, memiliki kreatifitas daya cipta tinggi, memiliki perilaku inovatif tinggi, memiliki komitmen dalam pekerjaan, mandiri atau tidak bergantung pada orang lain, berani menghadapi resiko, selalu mencari peluang, memiliki jiwa kepemimpinan, memiliki kemampuan manajerial dan memiliki keterampilan personal.

E. Pertanyaan

1. Sebutkan defenisi karakter menurut perspektif entrepreneurship Qur'ani?
2. Bagaimana proses pembentukan Karakter wirausahawan?

3. Sebutkan Karakter yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan agar usaha yang dijalankan maju?

BAB KEEMPAT

KUNCI KEBERHASILAN DALAM BERUSAHA

Usaha memerlukan kunci keberhasilan agar berhasil usaha tersebut. Atau biasa dikenal dengan istilah “kunci”, kunci keberhasilan dalam berusaha. Kunci-kunci tersebut menduduki posisi yang penting dalam dunia usaha. Karna kunci tersebut akan menjadi penyemangat beserta jalan. Kita harus mengetahui sebenarnya apa yang membuat seseorang sukses dalam dunia usaha. Oleh karena itu kami hari ini akan membahas sedikit tentang kunci-kunci keberhasilan dalam berusaha.

A. Visioner

Di dalam Kamus Besar Indonesia (KBBI) kata Visioner mempunyai arti “orang yang memiliki khayalan atau wawasan kedepan”. Jadi kata visioner dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk melihat ke depan, melebihi penglihatan orang lain. Melalui kata-kata yang diucapkan kita bisa mengetahui apakah seseorang itu visioner atau tidak. Kita juga perlu mengenali diri kita sendiri apakah kita seorang yang visioner atau tidak, dengan cara melihat pada diri kita apakah kita seorang yang mempunyai prinsip atau tidak, mudah terbawa arus atau tidak, mudah menyerah atau tidak, dan lain semisalnya.¹

Nana Robinson menyimpulkan dalam penelitiannya Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial, baik secara langsung atau tidak langsung dari variabel kepemimpinan visioner terhadap implementasi strategi bisnis. Pengaruh langsung kepemimpinan visioner

¹ Mariani Ng, “Visioner” diakses dari <http://www.meta-mind.com/article/item/visioner.html> pada 2 Januari 2020.

terhadap implementasi strategi bisnis sebesar 13,70%, sedangkan pengaruh tidak langsung melalui kewirausahaan sebesar 1,30%, dan melalui kemampuan manajerial sebesar 6,0%. Dengan demikian pengaruh kepemimpinan visioner terhadap implementasi strategi bisnis baik secara langsung.² Maupun tidak langsung sebesar 21,0%. Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial, baik secara langsung atau tidak langsung dari variabel kewirausahaan terhadap implementasi strategi bisnis. Pengaruh langsung kewirausahaan terhadap implementasi strategi bisnis sebesar 3,90%, sedangkan pengaruh tidak langsung melalui kepemimpinan visioner sebesar 1,30%, dan melalui kemampuan manajerial sebesar 2,0%. Dengan demikian pengaruh kewirausahaan terhadap implementasi strategi bisnis baik secara langsung maupun tidak langsung sebesar 7,20%. Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial, baik secara langsung atau tidak langsung dari variabel kemampuan manajerial terhadap implementasi strategi bisnis. Pengaruh langsung kemampuan manajerial terhadap implementasi strategi bisnis sebesar 24,90%, sedangkan pengaruh tidak langsung melalui kepemimpinan visioner sebesar 6,0%, dan melalui kewirausahaan sebesar 2,0%. Dengan demikian pengaruh kemampuan manajerial terhadap implementasi strategi bisnis baik secara langsung maupun tidak langsung sebesar 32,90%.³

² Nana Robinson, *Pengaruh kepemimpinan Visioner, kewirausahaan dan kemampuan manajerial terhadap implementasi strategi bisnis serta dampaknya pada kinerja perusahaan industri garmen Jawa Barat*, Jurnal Kontigensi, Vol 5, 2017 hal 1.13

³ Nana Robinson, *Pengaruh kepemimpinan Visioner, kewirausahaan dan kemampuan manajerial terhadap implementasi strategi*

Terdapat hubungan secara linear antara kepemimpinan visioner, kewirausahaan dan kemampuan manajerial terhadap implementasi strategi bisnis, atau dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama antara kepemimpinan visioner, kewirausahaan dan kemampuan manajerial terhadap implementasi strategi bisnis sebesar koefisien determinasinya yaitu 61,10% dan pengaruh variabel diluar model sebesar 38,90%. Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel implementasi strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan sebesar 81,20% dan pengaruh variabel diluar model sebesar 18,8%.

B. Berpikir Positif

Berpikir positif adalah kemampuan berpikir seseorang untuk menilai pengalaman-pengalaman dalam hidupnya sebagai bahan yang berharga untuk pengalaman selanjutnya atau kedepannya dengan memandang suatu situasi dari sudut pandang yang positif, kemudian hanya mencari kemungkinan, solusi, kesempatan, kelebihan dan kekurangan untuk melakukan perubahan menuju taraf hidup yang lebih baik kedepannya dan meninggalkan hal-hal yang negatif yang bisa melemahkan semangat perubahan dalam jiwa.

Berpikir positif dalam perspektif islam secara umum dapat didefinisikan sebagai kecenderungan seseorang dalam menggunakan akal budi yang mampu membangkitkan semangat untuk melakukan perubahan menuju taraf hidup yang lebih baik serta menilai pengalaman-pengalaman dalam hidupnya sebagai bahan yang berharga untuk pengalaman selanjutnya dan

menganggap semua itu sebagai proses hidup yang harus diterima.

Ternyata berfikiran positif menjadi peran penting yang harus dimiliki saat terjun dalam dunia bisnis, ada lima alasan mengapa harus berfikir positif dalam bisnis yaitu: (1) Pikiran positiflah yang mampu membuang rasa ragu saat kamu memulai bisnis. Bagi pemula pada umumnya mempunyai keraguan dalam memulai bisnis, hingga menimbulkan pikiran apakah ide bisnis ini akan membawa kepada kesuksesan atau sebaliknya. Solusinya hanya berfikir positif maka akan hilang semua keraguan tersebut. (2) Selalu berfikir Positif bakal membuatmu kebanjiran ide untuk mencoba berbagai peluang bisnis. Ketika dicemaskan dengan kemungkinan yangburuk akan bisnis, maka pikiran positiflah yang akan mendatangkan ide ide yang cemerlang tanpa beban dan mampu menjawab berbagai peluang bisnis yang direncanakan. (3) Saat menemui kegagalan dalam berbisnis, pikiran positiflah yang mampu membuatmu kembali bangkit dan tidak berputus asa. Pada umumnya bisnesmen akan menutup bisnis nya jika menemui kegagalan. Padahal kegagalan adalah proses pembelajaran, kalau kamu tetap berfikiran positif, seharusnya kamu bisa menemukan faktor apa saja yang membuat bisnismu gagal dan kembali bangkit dari perbaikan. (4) Kepercayaan diri tidak akan ada jika tidak diawali dengan berfikir positif. Hanya dengan pikiran positiflah kamu bisa melangkah dengan percaya diri. Kamu harus yakin kalau kamu bisa. Banyak lho kasus para pengusaha sukses yang ternyata mengalami kegagalan bisnis berkali-kali saat mulai merangkak. Tapi mereka mau bangkit dan tetap berpikiran positif kalau kesuksesan pasti bisa diraih. (5) selalu berfikiran positif menjadi kunci

sukses dalam menghadapi berbagai masalah dalam berbisnis.⁴

Rasa cemas, ragu dan putus asa bakal membuat kesuksesanmu terhambat. semua rasa negatif akan terbuang dengan pikiran yang baik kamu harus mengedepankan pikiran optimis dengan pikiran positif bahwa keuletan, keahlian dan kerja kerasmu pasti terbayar suatu hari nanti.

Inilah beberapa alasan berfikir positif menjadi penting untuk terjun ke dunia bisnis agar mempunyai semangat dan sukses ke depannya.

Menurut Jim Doman dan John Maxwell, pemikiran yang positif dapat mengubah hidup serta membuat sukses dalam setiap usaha yang ingin dikejar. Ada beberapa Indikator dalam berpikir positif yaitu: Percaya diri, inisiatif, tekun, kreatif, memiliki jiwa kepemimpinan, berkemampuan untuk menghasilkan sesuatu, berani dan mandiri, memahami emosi, action oriented, bersyukur dan bersabar.⁵

C. Pengetahuan (knowledge)

Menurut Djaali⁶ pengetahuan (knowledge) merupakan salah satu faktor kognitif yang merupakan kemampuan menghafal, mengingat sesuatu atau melakukan pengulangan suatu informasi atau telah diresapi atau ditangkap oleh otak. Sedangkan menurut

⁴ Dipharaphasekan 13 Februari 2020 dari sumber: <https://www.idntimes.com/life/inspiration/nita-nurfitria-1/5-alasan-mengapa-kamu-perlu-berpikir-positif-dalam-berbisnis-c1c2/5>

⁵ Dipharaphasekan dari sumber <https://www.dictio.id/t/apa-saja-ciri-ciri-orang-yang-berpikir-positif/14908/2>

⁶ Djaali, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2007, hal 50

Anas Sudjono⁷ pengetahuan adalah kemampuan seseorang untuk mengingat kembali kejadian-kejadian yang sudah pernah dialami, tanpa mengharapkan kemampuan untuk menggunakannya.

Pengetahuan Kewirausahaan didefinisikan oleh Kuntowicaksono sebagai pemahaman seseorang terhadap wirausaha dengan berbagai karakter positif, kreatif, dan inovatif dalam mengembangkan peluang-peluang usaha menjadi kesempatan usaha yang menguntungkan dirinya dan masyarakat konsumennya. Seorang wirausaha tidak akan berhasil apabila tidak memiliki pengetahuan, kemauan, kemampuan dan keterampilan sesuai dengan ungkapan Michael Harris dalam Suryana: "Wirausaha yang sukses paada umumnya adalah mereka yang memiliki kompetensi, yaitu yang memiliki ilmu pengetahuan, keterampilan dan kualitas individual yang meliputi sikap, motivasi, nilai-nilai pribadi, serta tingkah laku yang diperlakukan untuk melaksanakan pekerjaan atau kegiatan".⁸

D. Keberanian untuk bertindak (Dare to act)

Berani untuk menembus ketidakpastian yang mengandung resiko dalam mewujudkan keinginan, serta berani untuk mencoba karena ingin dan mampu merupakan motivasi yang sangat kuat dalam mewujudkan

⁷ Anas Sujono, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, Jakkarta: Rajawali Press, 2009, hal 87

⁸ Josia Sanchaya Hendrawan & Hani Sirine, *Pengaruh sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha*, Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship, Vol 2 No 3 september 2017, hal 298

sebuah wirausaha. Keberanian untuk memulai langkah berwirausaha merupakan modal utama dan hakiki untuk:

1. Menembus ketidak pastian
2. Menangkap peluang usaha
3. Siap mengambil resiko setelah melakukan perhitungan
4. Mengambil keputusan yang cepat dan tepat.

Kemampuan menaklukkan rasa takut ialah awal dari kebijaksanaan. Orang yang mempunyai keberanian akan mampu bertindak bijaksana tanpa dibayangi ketakutan yang merupakan halusinasi belaka akan sanggup menghidupkan mimpi-mimpi dan mengubah kehidupan pribadai sekaligus orang sekitar. Keberanian merupakan suatu sikap untuk bertindak tanpa merisaukan kemungkinan-kemungkinan yang buruk meskipun harus menghadapi bahaya, kesulitan, kesakitan. Keberanian dalam berwirausaha yang senantiasa dihadap oleh resiko merupakan wujud dari keberanian, untuk menembus ketidak pastian usaha. Oleh karena itu, wiraswasta membutuhkan perhitungan yang cermat, hati-hati, dan bersifat entisipatif terhadap segala kemungkinan timbulnya resiko, baik kegagalan maupun kehancuran.

E. Membangun Tim yang baik

Dalam dunia kerja dan usaha, semua keberhasilan dikenal sebagai hasil kerja tim. Semua anggota saling membantu dan mendukung demi tercapainya tujuan yang ditrgetkan. Perbedaan pemikiran dan ide dalam dalam tim dianggap wajar karena merupakan dinamika yang tidak bisa ditolak, perbedaan itu dimenej dan dijadikan sebuah

kekuatan baru untuk mencapai komitmen kerja yang maksimal.⁹

Untuk mewujudkan suatu komitmen dalam sebuah usaha dibutuhkan kebersamaan langkah semua anggota yang dikendalikan oleh seorang pemimpin perusahaan. Kebersamaan anggota dalam perusahaan mencerminkan keterlibatan dan kontribusi tenaga dan pikiran seluruh anggota dengan membentuk tim yang baik sehingga target perusahaan dapat diwujudkan bersama. Kebersamaan dan moral karyawan yang baik diwujudkan dalam perwujudan kegiatan para karyawan dalam memenuhi dan melaksanakan tugas, serta bertanggung jawab dalam segala tindakan.

Beberapa cara untuk membangun tim yang baik: yaitu: (1) tim harus memiliki visi dan misi yang sama, tim tidak akan bekerja dengan baik jika setiap anggotanya memiliki tujuan dan visi yang berbeda. Mulai dari pimpinan hingga anggota tim harus memiliki visi dan misi yang sama, sehingga dalam setiap tindakan yang diambil merupakan wujud dari visi dan misi tim. (2) Memiliki rasa saling percaya, rasa saling percaya antara tim merupakan syarat mutlak untuk bisa membangun tim kerja yang solid. Rasa percaya ini akan menegaskan bahwa tugas yang diemban setiap orang itu berbeda kadarnya. Setiap anggota tim akan yakin kepada rekan-rekannya terhadap capaian tugas yang dilaksanakannya.¹⁰

⁹ Soemanto, *Pendidikan Wiraswasta*, Jakarta: Bumi Aksara, 2002, hal 202

¹⁰ Grenvill Kliser, *membina kepribadian wirswasta*, Bandung: Pioner Jaya, 1986, hal 45

(3) Komunikasi yang terus menerus antara anggota tim, jangan menganggap komunikasi adalah hal yang tidak penting, akibat salah komunikasi atau kurang komunikasi maka akan merusakkan capaian target kerja tim. Oleh karena itu lakukan komunikasi secara intensif dalam bentuk rapat, meeting atau pertemuan yang dihadiri oleh seluruh anggota tim. Atau dengan menggunakan fasilitas komunikasi lain yaitu whatsapp, Zoom dan google meet.

(4) adakan kegiatan bersama seperti makan bersama, ke laut bersama dan lain lain. Pepatah mengatakan “tak kenal maka kenalan” setelah kenalan baru rasa sayang muncul, ketika hati sudah menyatu, maka semua kerja yang susah pun kan mudah untuk diselesaikan.

(5) sistem reward bagi yang berhasil akan mendorong semangat seluruh anggota tim dengan membuat sistem penghargaan. Inti dari penghargaan adalah agar usaha dari seluruh tim dihargai oleh perusahaan dan memacu anggota tim lain untuk memberikan kerja yng terbaik nya.

(6) Kuasai Peran kerja dan tanggung jawab., Peran kerja dalam setiap posisi harus dipahami benar benar oleh anggota tim. Membangun kerja tim yang kompak dan efektif pasti butuh pemahaman tentang peran dan tanggung jawab, sehingga mereka bisa lebih fous dalam mengerjakan tugas nya masing masing.

(7) Tingkatkan kompetensi tim melalui pembekalan atau tambahan ilmu, kompetensi yang dimiliki setiap anggota tim harus dipastikan sesuai dengan bidang pekerjaan yang dituntut.

(8) saling menghargai dan menghormati antara tim.

(9) Komitmen yang kuat

(10) Evaluasi Rutin¹¹. Karena membangun kerja tim untuk bisa mencapai target tidak

¹¹ Michael Porter, *Keunggulan bersaing menciptakan dan mempertahankan kinerja unggul*, Terjemahan Bina Rupa aksara, Jakarta, 1994, hal 88

akan mudah. Butuh komitmen dan kesadaran seluruh anggota tim dalam menjalankan peran masing-masing. Dengan demikian, hasil yang nantinya dicapai akan terasa sebagai sebuah hasil bersama. Bukan hasil dari satu atau dua orang semata.

F. Berfikir dan berjiwa besar

Seorang wirausaha yang terbuka terhadap ide baru merupakan wirausaha yang inovatif dan kreatif yang ditemukan dalam jiwa kewirausahaan. Pikiran yang luas dan bersedia untuk memperbaharainya bisa lebih cepat berkembang dalam lapangan industri, yang tidak lepas darilatar belakang pendidikan dan pengalaman yang banyak. Dalam berfikir dan berjiwa besar, akan memudahkan seseorang untuk mencapai tujuan. Besarnya pikiran seseorang tidak dapat menjamin keberhasilan, dan adapun cara untuk dapat mengukur besarnya kepribadian individu seseorang ialah, Menentukan kelebihan utama yang dimiliki individu seperti; pendidikan, pengalaman, keterampilan teknis, penampilan, kehidupan rumah tangga, sikap, kepribadian. Serta menuliskan nama-nama orang yang mencapai keberhasilan yang besar, namun tidak memiliki kelebihan seperti yang anda miliki.

G. Berani mengambil resiko

Richard Cantillon, orang pertama yang menggunakan istilah entrepreneur di awal abad ke-18, mengatakan bahwa wirausaha adalah seseorang yang menanggung risiko.¹² Wirausaha dalam mengambil

¹²Suryana, *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kita dan Proses Menuju Sukses*, Jakarta: Salemba, 2003 hal 14-15

tindakan hendaknya tidak didasari oleh spekulasi, melainkan perhitungan yang matang. Ia berani mengambil risiko terhadap pekerjaannya karena sudah diperhitungkan. Oleh sebab itu, wirausaha selalu berani mengambil risiko yang moderat, artinya risiko yang diambil tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah.¹³

Keberanian menghadapi risiko yang didukung komitmen yang kuat, mendorong wirausaha untuk terus berjuang mencari peluang sampai memperoleh hasil. Hasil-hasil itu harus nyata (jelas) dan objektif, dan merupakan umpan balik (feedback) bagi kelancaran kegiatannya¹. Kemauan dan kemampuan untuk mengambil risiko merupakan salah satu nilai utama dalam kewirausahaan. Wirausaha yang tidak mau mengambil risiko akan sukar memulai atau berinisiatif. Menurut Angelita S. Bajaro, "seorang wirausaha yang berani menanggung risiko adalah orang yang selalu ingin jadi pemenang dan memenangkan dengan cara yang baik".¹⁴

Wirausaha adalah orang yang lebih menyukai usaha-usaha yang lebih menantang untuk lebih mencapai kesuksesan atau kegagalan daripada usaha yang kurang menantang. Oleh sebab itu, wirausaha kurang menyukai risiko yang terlalu rendah atau terlalu tinggi. Keberanian untuk menanggung risiko yang menjadi nilai kewirausahaan adalah pengambilan risiko yang penuh dengan perhitungan dan realistis. Kepuasan yang besar diperoleh apabilaberhasil dalam melaksanakan tugas-tugasnya secara realistis. Wirausaha menghindari situasi

¹³ Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011, hal 111

¹⁴Yuyun Wirasasmita, *Pemikiran Kewirausahaan, Kreativitas, Inovasi dan Kewirausahaan*, Bandung: Laboratorium Manajemen Fakultas Ekonomi Unpad, 1999, hal.: 21

resiko yang rendah karena tidak ada tantangan, dan menjauhi situasi resiko yang tinggi karena ingin berhasil. Pilihan terhadap risiko ini sangat tergantung pada :

1. Daya tarik setiap alternatif
2. Kesiediaan untuk rugi
3. Kemungkinan relatif untuk sukses atau gagal

Untuk bisa memilih, sangat ditentukan oleh kemampuan wirausaha untuk mengambil risiko antara lain :

1. Keyakinan pada diri sendiri
2. Kesiediaan untuk menggunakan kemampuan dalam mencari peluang dan kemungkinan memperoleh keuntungan.
3. Kemampuan untuk menilai situasi risiko secara realistis.

Pengambilan risiko berkaitan dengan kepercayaan diri sendiri. Artinya, semakin besar keyakinan seseorang pada kemampuan sendiri, maka semakin besar keyakinan orang tersebut akan kesanggupan mempengaruhi hasil dan keputusan, dan semakin besar pula kesiediaan seseorang untuk mencoba apa yang menurut orang lain sebagai risiko. Oleh karena itu, pengambilan risiko ditemukan pada orang-orang yang inovatif dan kreatif yang merupakan bagian terpenting dari perilaku kewirausahaan.

H. Pikiran terbuka

Pikiran terbuka adalah aktivitas otak terbuka terhadap berbagai ide, pandangan, argumen, data, teori dan kesimpulan. seorang entrepreneur tidak harus berpikiran kreatif dan inovatif, tapi juga dibutuhkan pikiran terbuka. Untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan bisnisnya

dan sejauh mana usahanya berjalan. Dengan saran dan kritik dari banyak orang, kita dapat melihat kebutuhan pasar sesuai dengan bisnis. Pikiran terbuka bisa menjadikan seseorang menjadi inovatif yang dapat menciptakan produk dan jasa yang diterima oleh masyarakat. Banyak orang yang selalu merasa tidak memerlukan bantuan orang lain, merasa pengetahuan yang dimilikinya sudah mampu membesarkan dan menjalankan bisnisnya untuk jangka panjang. Pikiran terbuka artinya kita dapat menerima ide, saran dan kritikan yang datang dari banyak orang. Terkadang saat bisnis kita diterpa sebuah masalah, peran orang atau saran dari mereka dapat menjadi jawaban dari masalah tersebut.

I. Kepercayaan

Seseorang yang ingin memulai bisnis harus memiliki karakteristik tertentu. Memulai bisnis bukanlah hal yang mudah. Oleh karena itu dibutuhkan seseorang yang berjiwa wirausaha. Setiap orang sebenarnya memiliki potensi untuk bisa menjalankan bisnis, namun hal itu tergantung bagaimana cara ia memotivasi dirinya. Karakteristik yang harus dimiliki oleh orang yang ingin memulai bisnis antara lain, percaya diri, berani menanggung resiko, berjiwa kepemimpinan, kreatif, rajin, jujur, dan berjiwa besar.

Percaya diri berada di posisi pertama karakter yang harus dimiliki wirausaha. Kepercayaan diri adalah sikap yakin akan kemampuan diri sendiri terhadap pencapaian keinginan dan harapannya. Percaya diri sangat diperlukan oleh setiap orang, begitu pula dalam dunia bisnis. Percaya diri akan membuat anda mau melakukan tindakan untuk memperoleh kesuksesan. Kualitas tindakan tergantung pada besarnya kepercayaan diri. Semakin besar rasa

percaya diri, semakin bagus pula tindakan yang dihasilkan. Sehingga diharapkan akan menghasilkan kesuksesan bagi bisnis Anda.

Seseorang yang akan memulai bisnis harus memiliki rasa percaya diri yang tinggi. Kepercayaan diri menunjukkan kekuatan pebisnis. Percaya diri yang kuat akan mampu memotivasi untuk lebih maju. Selain itu percaya diri juga akan membantu Anda dalam menghadapi masalah yang terjadi selama proses bisnis berlangsung. Kepercayaan diri seseorang, akan menunjukkan kemandiriannya. Orang yang mandiri, akan mampu membedakan mana yang baik dan yang buruk bagi dirinya sendiri.

Kepercayaan diri dapat terbentuk jika Anda selalu membiasakan menyelesaikan masalah sendiri, tanpa bergantung kepada orang lain. Sifat percaya diri ini, akan membantu pebisnis untuk tidak takut gagal, tidak mudah putus asa, dan akan selalu merasa bahwa dirinya mampu serta tidak ragu-ragu dalam memecahkan masalah. Percaya diri menunjukkan bahwa ia memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi, kritis, emosinya pun lebih stabil, dan tidak mudah tersinggung. Setiap orang memiliki kadar kepercayaan diri yang berbeda-beda. Percaya diri perlu diasah untuk memudahkan kita dalam menggapai kesuksesan. Cara mengasah kepercayaan diri adalah sebagai berikut :

J. Beranian diri untuk menerima tanggung jawab.

Orang yang percaya diri akan berani menerima segala resiko yang ada. Orang tersebut akan merasa memiliki tanggung jawab penuh terhadap tugas yang diberikan kepadanya. Sehingga ia akan melakukan hal

sebaik mungkin, agar tidak menimbulkan resiko buruk bagi dirinya sendiri maupun orang lain.

K. Selalu berpikir positif terhadap segala hal.

Masalah yang terjadi bukan hambatan bagi Anda untuk terus maju. Jadikan hal tersebut sebagai tantangan untuk mengembangkan potensi. Anda harus yakin bahwa Anda dapat melaluinya. Buang segala pikiran buruk tentang kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi.

L. Hilangkan segala keresahan Anda.

Keresahan hanya akan menimbulkan kecemasan, rasa takut, dan ragu-ragu dalam bertindak. Tidak perlu mendengarkan pendapat buruk orang mengenai Anda. Hal itu hanya akan menghabiskan energi dan akan menambah keresahan Anda. Gunakan energi yang dimiliki untuk menyiapkan diri menghadapi tantangan-tantangan selanjutnya.

M. Kenali kelebihan Anda.

Setiap orang diciptakan dengan kelebihan yang berbeda-beda. Tidak perlu membanding-bandingkan dengan orang lain. Anda pasti memiliki kelebihan yang tidak dimiliki orang lain. Gali terus kelebihan Anda, dan kembangkan potensi yang Anda miliki ini.

N. Ikuti saran positif dan tolak saran negatif.

Carilah lingkungan yang memberikan energi positif bagi diri kita. Sehingga kita termotivasi untuk maju. Ketika kita berada di sekeliling orang dengan kepercayaan diri tinggi, maka secara tidak langsung rasa percaya diri kita juga akan muncul. Sebaliknya, jika kita berada di lingkungan negatif hanya akan membuat kita berpikir negatif. Sehingga menghalangi kita untuk sukses.

O. Mengembangkan nilai-nilai

Nilai adalah sebuah indikator apakah sesuatu itu berharga (bernilai) atau tidak. jadi mengembangkan nilai berarti meningkatkan kualitas suatu produk atau jasa agar dianggap lebih berguna dan bermanfaat. Produk yang berkualitas menjadi salah satu kunci sukses dalam membangun keunggulan perusahaan. Kegagalan produk dapat merusak reputasi brand dan imej perusahaan. Untuk membangun produk atau jasa yang berkualitas yang harus dilakukan adalah menetapkan desain atau spesifikasi produk atau jasa yang paling mendekati dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

P. Menentukan standar

Standardisasi adalah usaha bersama membentuk standar. Standar adalah sebuah aturan, biasanya digunakan untuk bimbingan tetapi dapat pula bersifat wajib (paling sedikit dalam praktik), memberi batasan spesifikasi dan penggunaan sebuah objek atau karakteristik sebuah proses dan/atau karakteristik sebuah metode.¹⁵

Hakiki dan tujuan standar ini dapat digambarkan melalui contoh sebagai berikut : jika seluruh dunia memproduksi kran dan pipa air dalam bentuk dan ukuran yang berbeda-beda, maka tidaklah mungkin berbagai pipa saling bersambung karena masing-masing pipa tidak serasi dengan pipa lainnya. Untuk itu diperlukan adaptor. Bila mana setiap produsen pipa dan keran air boleh memproduksi pipa

¹⁵ *Pengantar Standarisasi*, Jakarta: Badan standarisasi nasional, 2009, hal 55

semaunya tanpa memperhatikan ukuran pipa produsen lain, maka hasilnya terjadi kekacauan.¹⁶

Masing-masing pipa tidak setara (kompatibel) dengan pipa produk lain, terjadi pembuangan uang, waktu, tenaga; pasaran akan terpecah menjadi segmen-segmen kecil, masing-masing dikuasai oleh pipa ukuran tertentu. Pada akhirnya akan terjadi kemandegan. Sebaliknya bila masing-masing produsen membuat pipa dan keran air sesuai dengan ukuran dan model yang disepakati bersama (ini disebut standardisasi) maka pembakuan tersebut akan menyederhanakan produksi, memperluas pasar. produk bertukar dengan produk lain serta dapat disambung dengan pipa produk pabrik lain.¹⁷

Standar adalah indikator sesuatu itu dianggap layak atau tidak sesuatu baik itu produk, sistemnya, dan tenaga kerjanya. Standar dapat juga diartikan sebagai sebuah aturan, biasanya digunakan untuk bimbingan, memberi batasan spesifikasi dan penggunaan sebuah objek atau karakteristik sebuah proses atau karakteristik sebuah metode. Standar yang berlaku di sebuah negara sering disebut standar nasional. Pada tingkat internasional dikenal dengan *International Organization for Standardisation* atau lebih dikenal dengan ISO. Dalam bisnis, manfaat standar ISO adalah memungkinkan pemasok dapat mengembangkan dan memberikan produk atau jasa sesuai dengan spesifikasi yang diterima dipasar

¹⁶ Blasius Sudarsono, *Catatan tentang standarisasi serta standar standar di bidang perpustakaan*, Makalah untuk seminar sehari sistem standarisasi Nasional, Jakarta 1995, hal 13

¹⁷ Blasius Sudarsono, *Catatan tentang standarisasi serta standar standar di bidang perpustakaan*, Makalah untuk seminar sehari sistem standarisasi Nasional, Jakarta 1995, hal 13

internasional. Karena itu bisnis yang menggunakan standar ISO mampu bersaing dipasar dunia.¹⁸

Standar menurut bahasa adalah ukuran tertentu yang dipakai sebagai patokan¹⁹ Secara etimologi kata standar bisa dipahami sebagai patokan atau sebagai standar baku. Standar juga bisa dikatakan sebagai sesuatu yang digunakan sebagai ukuran, norma, atau model dalam evaluasi komparatif Standar dapat dijadikan acuan, untuk melakukan proses kerja agar mencapai hasil yang sudah ditetapkan sebelumnya dan melakukan penilaian. Kinerja menurut bahasa artinya sesuatu yang dicapai atau prestasi yang diperhatikan atau bisa juga kemampuan kerja. Kinerja menurut istilah merupakan prestasi kerja dapat diartikan sebagai apa yang dikerjakan atau tidak dikerjakan oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugas-tugas pokoknya.²⁰

Dalam rancangan standar operasional prosedur atau SOP, standar kinerja menjadi salah satu bagian elemennya. Menurut Ekotama, SOP merupakan sistem yang disusun untuk memudahkan, merapikan dan menertibkan pekerjaan. Istilah SOP lebih banyak dikenal dan diimplementasi di banyak organisasi. Kajian SOP lebih luas dibandingkan dengan standar kinerja. Hampir semua bisnis yang dijalankan secara modern memiliki SOP. Bahkan juga memberikan SOP tersebut kepada konsumen

¹⁸ Anwr Prabu Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung: Rmaja Rosdakarya, 2002, hal 68

¹⁹ Tim peneliti, *kamus pusat pembinaan dan pengembangan bahasa, Kamus besar bahasa Indonesia*, Jakarta, Balai pustaka 1989 hal 85

²⁰ Hadari Nawawi, *Evaluasi dan Manjemen Kinerja di Lingkungan Perusahaan dan Industri*, Jogjakarta: UGM Press, 2006, hal 66

yang membeli produk tertentu supaya tidak salah dalam mengolah produk.

Standar kinerja menurut Wibowo merupakan pernyataan tentang situasi yang terjadi ketika sebuah pekerjaan yang dilakukan secara efektif. kinerja berkaitan dengan gambaran kegiatan yang dilakukan karyawan untuk menyelesaikan pekerjaannya sesuai tujuan perusahaan. Standar kinerja diperlukan untuk membimbing perilaku karyawan agar dapat melaksanakan standar yang telah dibuat. Tujuan yang sudah ditetapkan pemimpin disampaikan dengan bukti tertulis kepada karyawan disertai dengan langkah-langkah yang harus dilakukan.²¹

Standar kinerja merupakan bagian penting dalam proses perencanaan manajemen kinerja. Penetapan dan implementasi standar kinerja harus melibatkan semua personel yang akan tergabung dan bekerjasama untuk mencapai tujuan perusahaan. Standar kinerja menjelaskan tentang cara dilaksanakan pekerjaan yang menjadi harapan pemimpin dan perusahaan terhadap karyawannya. Standar kinerja menjadikan pekerjaan dapat diselesaikan secara efektif dan efisiensi. Penilaian terhadap kinerja dapat digunakan sebagai tolak ukur oleh perusahaan.²²

Beragam definisi dari para ahli mengenai standar kinerja, diantaranya menyatakan standar kinerja merupakan pernyataan tentang situasi yang terjadi ketika pekerjaan dilakukan secara efektif. Hal ini memberikan gambaran bahwa ketika karyawan berproses

74 ²¹ Wibowo, *manajemen Kinerja*, Jakarta: Rajawali Press, 2010, hal

74 ²² Wibowo, *manajemen Kinerja*, Jakarta: Rajawali Press, 2010, hal

menyelesaikan pekerjaannya, ada pedoman tentang langkah atau cara urutan dalam melakukan kerja agar tepat sasaran. Tujuannya agar pekerjaan efektif dan efisiensi sesuai visi misi yang sudah ditetapkan dan ingin dicapai perusahaan. Standar kinerja memberikan penjelasan kepada karyawan mengenai tindakan yang harus dilakukan apabila berada didalam kondisi tertentu yang mungkin terjadi dalam pekerjaannya. Dengan standar kinerja karyawan dan pemimpin dapat mengetahui kapan suatu tujuan perusahaan tercapai.

Standar pekerjaan adalah sejumlah kriteria yang dijadikan tolak ukur atau pembanding untuk menetapkan keberhasilan atau kegagalan seorang karyawan atau pekerja dalam melakukan pekerjaannya. Definisi ini memberikan penjelasan bahwa standar kinerja merupakan landasan memberikan penilaian terhadap karyawan. Hal ini akan membantu karyawan mendapatkan penilaian objektif dari pemimpin dan konsumen yang menggunakan produk atau jasa perusahaan.

Standar kinerja merupakan identifikasi tugas pekerjaan, kewajiban, dan menggambarkan elemen kriteria apa yang harus dilakukan. Karyawan dapat memperoleh pedoman kegiatan yang harus dilakukan dari standar kinerja yang dibuat perusahaan. Bagaimana memulai dan mengakhiri proses kerja sehingga diperoleh hasil yang efektif dan efisien sesuai dengan tujuan perusahaan.²³

Achmad S. Ruky memberikan istilah yang berbeda pada standar kinerja yaitu standar hasil kerja. Standar hasil kerja biasanya diterapkan dalam bentuk sebuah sasaran

²³ Ma'ruf A bdullah, *Manajemen Bisnis Syariah* (Jogjakarta swaja presindo, 2014, Mohon ada handuk

atau target yang harus dicapai untuk suatu periode tertentu. Kedua faktor penentu standar kinerja yakni sasaran dan arget bukan merupakan ukuran yang ideal tetapi merupakan standar dan tolak ukur yang realistis. ealistis maksudnya sesuai dengan keadaan sehingga dapat dicapai oleh karyawan sesuai tujuan perusahaan. Meskipun penetapan standar kinerja harus dilakukan secara realistis tetapi juga masih penuh tantangan. Hal ini bertujuan agar terjadi pembelajaran positif bagi karyawan.²⁴

Dari beberapa defenisi di atas yang dimaksud standar kinerja dalam penelitian ini adalah tentang pernyataan tertulis yang menjelaskan deskripsi tugas dan target waktu, serta indikator keberhasilan kerja karyawan yang ditetapkan perusahaan kepada karyawannya untuk mempermudah proses kerja dan acuan dalam melakukan penilaian. Standar kinerja yang sudah ditetapkan disosialisasikan kepada karyawan agar tidak terjadi perbedaan maksud dan tujuan antara karyawan dan perusahaan.²⁵

Q. Konsentrasi pada tujuan (fokus)

Fokus adalah suatu kondisi di mana seseorang mengalami rasa rileks yang dalam dan penuh kosentrasi. Menurut Estein berfikir fokus adalah berfikir secara khusus dan penuh konsentrasi untuk dapat mewujudkan rencana hidup sampai menjadi kenyataan melalui serangkaian kendali danpengawasan atas kemajuan pelaksanaannya.

²⁴ Achmad S Ruky, *Sistem manajemen kinerja, (Performance management system) Panduan cantik untuk merancang dan meraih kinerja prima*, Jakarta: Pt Gramadei pustaa utama sejak 2001. Hal 133

²⁵ Ma'ruf Abdullah, *Manajemen dn evaluasi inerja Karyawan*, Jogjakarta: aswaja presindo, tahun 2014, hal 114

Pada saat berada dalam kondisi fokus seseorang dapat menghilangkan atau menyingkirkan segala pengaruh yang mengganggu pemikirannya, sehingga perhatiannya hanya tertuju pada suatu hal yang sedang dipikirkan atau dikerjakannya.

Fokus merupakan salah satu kunci dari sebuah kesuksesan. Oleh karena itu, seseorang yang ingin mencapai sebuah kesuksesan tentulah harus fokus pada tujuan yang ingin digapainya tersebut. Kekeliruan yang biasanya dilakukan oleh seorang pengusaha pemula adalah tidak fokus pada tujuan yang ingin dicapainya, sehingga hal itulah yang menyebabkan seseorang gagal dalam usahanya.

R. Lakukan apa yang dapat dilakukan

“Lakukan apa yang dapat anda lakukan” kalimat ini menginformasikan kepada kita bahwa dalam menyukseskan sebuah usaha seseorang harus berusaha semaksimal mungkin sesuai batas kondisi kemampuannya. Dalam suatu bisnis atau wirausaha, kita harus mempunyai catatan agenda prioritas perusahaan, semua catatan tersebut harus diselesaikan sesuai dengan waktu dan kebutuhannya. Jika kita memiliki agenda yang tidak dapat dilakukan namun kita tetap fokus dalam mengejar mimpi itu, maka agenda yang lain akan terbengkalai. Oleh sebab itu, alangkah baiknya jika kita melakukan apa yang dapat kita lakukan terlebih dahulu.

S. Senyumlah dan bersyukur apapun yang diperoleh

Bersyukur mendorong kita untuk bergerak maju dengan penuh antusias. Semakin kita bersyukur, semakin banyak hal-hal yang bisa kita terima, dan sebaliknya

semakin banyak kita mengingkari maka semakin banyak pula beban yang kita tanggung. Kebanyakan orang terpaku akan kegagalan lalu mengingkari dibandingkan dengan orang yang melihat keberhasilan lalu bersyukur. Senyum dan bersyukurlah atas apapun hasil yang kita peroleh dari usaha kita, sebab segala sesuatu yang Allah berikan merupakan hal yang paling baik untuk kita. Dan jangan pernah menyesal atau kecewa karena apa yang kita kerjakan ternyata tidak berhasil tapi tetaplah tersenyum karena kita telah belajar sesuatu untuk membuat karya yang lebih baik di esok hari. Senyuman yang paling indah adalah senyuman seseorang dalam berjuang melawan air mata dan percayalah bahwa usaha itu tidak akan mengkhianati hasil.

RINGKASAN

Apabila seseorang ingin sukses dan membuka pintu kesuksesan, maka harus ada kuncinya, seperti halnya membuka pintu yang terkunci, tentunya harus ada kuncinya agar kita dapat membukanya. Demikian pula halnya dengan kesuksesan, apalagi seseorang ingin meraih kesuksesan hendaknya dia memiliki kunci-kunci, seperti: visioner, berpikir positif, pengetahuan, keberanian untuk bertindak, membangun tim yang baik, berpikir dan berjiwa besar, berani mengambil resiko, pikiran terbuka, kepercayaan, mengembangkan nilai-nilai, menentukan standar, konsentrasi pada tujuan, melakukan apa yang dapat dilakukan, tersenyum dan bersyukur dengan apa yang didapatkan. Itulah kunci-kunci dasar yang harus ditanamkan dalam diri orang yang menginginkan kesuksesan.

PERTANYAAN

1. Bagaimana trik menambah keyakinan bahwa inovasi sangat penting bagi sebuah bisnis?
2. Bagaimana membentuk tim yang solid demi sukses nya sebuah lembaga bisnis?
3. Apa yang dimaksud dengan kesuksesan dlam berusaha, Sebutkan faktor keberhasilan usaha dan penyebab kegagalan yang terjadi dalam wirausaha?
4. Bagaimana cara menentukan standar keberhasilan sebuah bisnis usaha?

BAB KELIMA MENCARI GAGASAN USAHA

Gagasan atau ide merupakan hal yang terkadang dirasa sangat sulit untuk ditemukan dan terkadang gagasan yang sudah berhasil ditemukan pun tidak sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Ide bisnis pun tidak akan muncul secara tiba-tiba. Ide bisnis muncul apabila entrepreneur berusaha mencarinya dan terus menggali informasi serta mampu membaca peluang untuk ide bisnis yang cocok untuk dikembangkan.¹

Biasanya seseorang dalam mencari ide tau gagasan usaha berawal dari usaha kecil terlebih dahulu. Misalnya pada awalnya hanya menjadi reseller di sebuah toko pakaian kemudian memiliki toko sendiri sehingga terus berkembang sampai dibangun sebuah butik yang besar serta tak menutup kemungkinan untuk memiliki brand sendiri. Tidak menutup kemungkinan jika ide sederhana justru akan menjadi peluang bisnis yang cukup besar dan mendapatkan untung yang banyak.²

Dalam hal mencari ide bisnis hal utama yang paling berperan adalah otak. Artinya manusia terus memikirkan untuk mencetuskan suatu ide, bukan tenaga yang digunakan untuk mencarinya. Manusia memerlukan kepandaian dalam membaca peluang bisnis, kondisi sekitar, berusaha berpikir kreatif untuk memunculkan ide bisnis yang banyak diminati para konsumen. Tenaga atau kerja

¹ Irham Fahmi, *Kewirausahaan, Teori, Kasus dan Solusi*, Bandung: Alfabeta, 2016, hal 80

² Buchari Alma, *Kewirausahaan untuk mahasiswa dan umum*, Bandung: Alfabeta, 2009, hal 56

keras juga dibutuhkan, akan tetapi setelah munculnya idea atau gagasan.³

A. Pengertian Gagasan Usaha

Ide adalah rancangan yg tersusun dalam pikiran⁴. Ide yang sudah dinyatakan menjadi suatu perbuatan adalah karya cipta. Untuk mengubah ide menjadi karya cipta dilakukan serangkaian proses berpikir yang logis dan seringkali realisasinya memerlukan usaha yang terus menerus sehingga antara ide awal yang muncul di pikiran dan karya cipta satu sama lain saling bersesuaian sebagai kenyataan. Jika sudah ada ide, hal pertama yang harus dilakukan adalah bergerak, karena tanpa itu, ide hanyalah menjadi sebuah pemikiran saja. Gagasan adalah suatu yang dapat mendatangkan inspirasi pelaku yang mendorong munculnya suatu ide usaha dan menduga lebih awal apakah ide yang muncul ini akan dapat menghasilkan suatu nilai tambahan atau tidak.⁵

Sedangkan pengertian usaha yaitu usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga pikiran atau badan untuk mencapai suatu maksud. Dalam ruang lingkup tertentu, pengertian usaha dapat disamakan dengan pekerjaan.

Jadi, gagasan usaha merupakan suatu ide untuk mewujudkan suatu pemikiran yang baru dan diterapkan dengan suatu tindakan. Mencari gagasan usaha berarti berusaha untuk menemukan suatu ide yang nantinya ide

³ Thoby Muthis, *Kewirausahaan yang berproses*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 1995, hal 95

⁴ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

⁵ Nur Achmad, *Kewirausahaan: Suatu alternatif lain menuju kesuksesan*, Surakarta: Feb UMS, 2015

tersebut dapat menjadi suatu langkah awal dalam menentukan bisnis apa yang akan dibangun. Dalam menentukan ide tentunya banyak hal yang harus diperhatikan. Seseorang menginginkan memiliki suatu bisnis berarti orang tersebut yakin bahwa suatu saat bisnis yang mereka bangun akan menguntungkan dan akan sukses.⁶

B. Metode dalam Mencari Gagasan Usaha

Sebelum mengetahui metode dalam mencari gagasan usaha, terlebih dahulu kita mengetahui.

Metode Mengenali Gagasan Usaha.

1. Inovasi Teknologi

Metode ini adalah suatu cara untuk mengenali ide dengan cara melakukan pencarian terobosan atau temuan, perbaikan dari teknologi yang ada sehingga semakin hari semakin banyak ragamnya. Inovasi bertujuan untuk memperluas pasar, melindungi dari kemungkinan masuknya saingan baru dan memperluas pasar.

2. Pencarian Langsung

Penjaringan ide usaha dapat dilakukan dengan cara mencari langsung melalui suatu riset yang telah dirancang secara teliti, dengan tujuan untuk menemukan produk atau usaha baru.⁷

Cara seperti ini umumnya dapat dikelompokkan ke dalam katagori yaitu :

⁶ Mochtar Effendy, *Kewirausahaan (Entrepreneurship) Tuntunn untuk Praktisi*, Palembang:yayasan Penerbitan al Mukhtar, 2010, hal 44

⁷ Heru Kristanto, *Kewirausahaan (Entrepreneurship) Pendekatan Manajemen dan Praktik*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007, hal 27

- Riset Aplikasi, artinya pelaku secara aktif mencari produk. Produk baru yang telah di komersialkan dipasar kemudian diambil dan diteliti untuk dicari cara-cara melakukan adopsi dengan mengadakan berbagai modifikasi sehingga terlihat sebuah produk yang lain atau berbeda dari produk yang sudah ada sebelumnya.
- Riset Dasar, adalah riset yang bertujuan untuk menemukan produk baru dan belum pernah ada di dunia saat ini.

3. Analisis Pemakaian Akhir

Metode penjarangan ide ini dilakukan dengan cara mengamati pemakaian pemakai akhir dari suatu produk. Semua keluhan, kelemahan dicari penyebabnya. Adanya analisis pemakai akhir akan mendorong munculnya gagasan penyempurnaan atau pembuatan produk baru sebagai pengganti.

4. Metode Kreatif

Metode ini dilakukan dengan mengenali segala sesuatu dari pelaku, kreatifitas yang sangat menentukan gagasan usaha yang akan muncul. Keterampilan seseorang, atau hobi yang dikembangkan menjadi suatu usaha yang kreatif. Misalnya, karena ada bakat melukis, maka muncul gagasan yang kreatif untuk membuka usaha sablon kaos dengan membuat lukisan-lukisan yang menarik dan bersifat populer untuk para remaja.⁸

5. Metode Aliansi, Akuisisi, dan Lisensi

Metode ini umumnya muncul karena ada beberapa keterbatasan, misalnya keterbatasan pasar, keterbatasan sumber daya manusia, ada pemikiran tidak perlu terlalu lama untuk memajukan suatu usaha, dan ada pemikiran tidak perlu terlalu lama untuk menunjukkan suatu usaha.

⁸ Suparyanto, *Kewirausahaan Konsep dan Realita pada Usaha Kecil*, Bandung: Alfabeta, 2012, hal 27

Jika dengan melakukan aliansi, akuisisi, ataupun melalui lisensi masaalah gagasan usaha ini tidak perlu harus mulai dari tahap awal, tetapi mungkin saja sudah berada tahap pertumbuhan.

Adapun metode-metode dalam mencari gagasan usaha adalah sebagai berikut:

1. Metode ATM (Amati, Tiru & Modifikasi)

Dalam mencari ide khususnya ide untuk mendirikan atau memulai suatu usaha ada salah satu metode yang cukup tepat dan dapat diterapkan. Metode ini bernama ATM yang merupakan singkatan dari amati, tiru dan modifikasi. Jika dijelaskan secara ringkas metode ini berisi perintah untuk mengamati usaha yang sudah ada sebelumnya, meniru usaha tersebut dan memodifikasinya. Metode ini tidak sama dengan meniru atau sering disebut dengan plagiat karena di dalamnya terdapat kegiatan modifikasi yang dengan jelas mencari kelemahan atau kekurangan yang ada di usaha sebelumnya dan kemudian mengganti atau menambahkan sesuatu sehingga terbentuklah suatu usaha yang baru. Tahapan- tahapan dalam metode ini yaitu sebagai berikut:

- Mempelajari usaha yang sudah ada
- Mengkaji input dan output suatu usaha
- Menganalisa trenpopulasi dan data demografi
- Mengkaji trend ekonomi
- Meniru dan memodifikasi 4P (place, price, product & promotion)

Metode ATM ini telah banyak dilakukan oleh para pengusaha yang tidak perlu terlalu memaksakan untuk menggagas ide baru yang belum tentu sukses dijalankan nantinya. Sebagai seorang pengusaha dia tidak perlu repot harus melakukan riset pasar atau menciptakan sebuah

bisnis baru. Cukup tinggal melihat bisnis apa yang paling laris di pasar lalu membuat bisnis serupa, atau lebih konkret lagi, mereka hanya melihat produk apa yang sukses di pasar lalu tinggal diamati dan ditiru dengan sedikit modifikasi.

Sebagai pengusaha atau misalkan pemilik produk yang market leader, tentunya tidak membiarkan hal ini terjadi. Anda akan berpikir keras untuk tetap eksis dan tetap sebagai pemimpin pasar. Anda harus memiliki strategi atau jurus tertentu untuk menghadapinya. Contohnya adalah seperti yang dilakukan Herman Kosasih pemilik bengkel motor Laris Jaya Motor (LJM), mempunyai jurus yang bisa dibilang aneh dalam menghadapi persaingan. Dia memilih berdamai dengan kompetitor. Bila banyak pengusaha justru bersikap berseberangan atau bertarung dengan kompetitor, namun LJM justru berdamai. Konsep sinergi yang dikembangkan Herman Kosasih ini ternyata malah mendongkrak bisnisnya.

Metode ini tidak hanya dilakukan oleh perorangan atau kelompok dan dalam bidang usaha saja. Jepang yang kita kenal sekarang sebagai negara maju juga menerapkan metode ATM ini. Negara tersebut maju bukan karena menemukan segala sesuatu yang menjadi produk unggulannya sekarang, namun karena meniru ide, produk dan jasa dari negara lain dan menjadikannya lebih bagus, ringan, menarik hemat, modis dan lain-lain.

Itulah beberapa contoh pengusaha dan juga negara yang secara nyata berhasil menerapkan metode ATM ke dalam usahanya. Tidak ada salahnya untuk mencoba metode yang satu ini.

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) yaitu *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities* dan *Threats*. Metode ini paling sering digunakan dalam metode evaluasi bisnis untuk mencari strategi yang akan dilakukan. Analisis SWOT hanya menggambarkan situasi yang terjadi bukan sebagai pemecah masalah.⁹

Analisis SWOT terdiri dari empat faktor, yaitu:

- *Strengths* (kekuatan)

merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada. Kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

- *Weakness* (kelemahan)

merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada. Kelemahan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

- *Opportunities* (peluang)

merupakan kondisi peluang berkembang di masa datang yang terjadi. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri, misalnya kompetitor, kebijakan pemerintah, kondisi lingkungan sekitar.

- *Threats* (ancaman)

merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. Grid di atas merangkum

⁹ Nazir, *Metode Penelitian*, Bogor Ghalia Indonesia, 2014, hal 78

beberapa bidang subjek yang perlu mempertimbangkan baik faktor internal maupun faktor eksternal. Grid ini dapat digunakan sebagai judul topik bila kita bekerja dalam kelompok-kelompok kecil (gagasan yang baik bila kelompokmu lebih besar dari delapan orang).¹⁰

F. Teknis Penjaringan Gagasan Usaha

Guna mendapatkan pilihan gagasan usaha yang baik dan memiliki nilai ekonomis yang tinggi maka perlu dilakukan teknik penjaringan berikut :

- a. Daftar alternatif gagasan yang muncul.
- b. Tentukan rangking dan bobotnya.
- c. Hitung total skor, yaitu rangking bobot.
- d. Pilihan adalah didasarkan pada total skor yang tertinggi.
- e. Mencari Gagasan Usaha

Gagasan usaha dapat dilakukan secara bertahap, artinya jika dilakukan secara bertahap orang yang ingin menemukan ide atau gagasan akan memulai dengan melakukan survei lebih dahulu, setelah itu dilakukan pencocokan hasil survei dengan pengalaman pribadi sebelumnya atau dengan mengkaji hasil survei berdasarkan referensi yang pernah dibaca. Sehubungan dengan ide atau gagasan usaha yang sedang dicari ini. Ketiga kegiatan ini sebenarnya merupakan tahapan awal dalam melakukan indentifikasi ide atau gagasan usaha. Tentu saja ide atau gagasan usaha tersebut sudah ditemukan maka langkah berikutnya adalah melakukan kajian secara umum dan sudut ekonomi, kemampuan

¹⁰ Zimmerer, Thomas W dan Scarborough, Norman M, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Jakarta: Salemba Empat, 2008, hal 88

teknis, ketersediaan sumber daya manusia, khususnya yang berkaitan dengan keterampilan yang diperlukan. Jika ide atau gagasan usaha tersebut akan dilaksanakan. Terakhir perlu juga diperlukan kemampuan keuangan yang ada.

Lingkungan usaha merupakan suatu langkah yang penting dilakukan dengan tujuan untuk menemukan apakah lingkungan dimana usaha itu akan berdiri nantinya tidak akan menimbulkan ancaman atau justru dapat memberikan peluang diluar dari usaha yang utama.¹¹

Dalam melakukan identifikasi ide atau gagasan usaha, melakukan beberapa hal penting berikut:

1. Melakukan survei atau pengamatan langsung ke lokasi
2. Menghimpun seluruh pengalaman mengenai usaha yang pernah ditekuni sebelumnya.
3. Mendengar atau melakukan diskusi mengenai usaha khusus pada usaha yang sedang diminati saat ini.

Ketiga hal ini dapat dilakukan secara bertahap, artinya jika dilakukan secara bertahap yang ingin menemukan ide atau gagasan akan memulai dengan melakukan survei lebih dahulu, setelah itu dilakukan pencocokan hasil survei dengan pengalaman pribadi sebelumnya atau dengan mengkaji hasil survei berdasarkan referensi yang pernah dibaca. Sehubungan dengan ide atau gagasan usaha yang sedang dicari ini. Ketiga kegiatan ini sebenarnya merupakan tahapan awal dalam melakukan indentifikasi ide atau gagasan usaha. Tentu saja ide atau gagasan usaha tersebut sudah ditemukan maka langkah berikutnya adalah melakukan

¹¹ Rusdiana, *Kewirausahaan: Teori dan Praktek*, Bandung: Pustaka Setia, 2004, hal 125

kajian secara umum dari sudut ekonomi, kemampuan teknis, ketersediaan sumber daya manusia, khususnya yang berkaitan dengan keterampilan yang diperlukan. Jika ide atau gagasan usaha tersebut akan dilaksanakan. Terakhir juga diperlukan kemampuan keuangan yang ada.

E. Sumber Gagasan Usaha

Penemuan ide atau gagasan yang baik, diperlukan banyak informasi yang berhubungan dengan ide atau gagasan. Maka perlu dilakukan kegiatan berikut yaitu :

- 1) Mengetahui sumber informasi.
- 2) Melakukan seleksi informasi dari sumber-sumber.

Gagasan ini adalah suatu yang dapat mendatangkan inspirasi pelaku yang mendorong munculnya suatu ide usaha dan menduga lebih awal apakah ide yang muncul ini akan dapat menghasilkan suatu nilai tambahan atau tidak. Pemahaman sumber gagasan yang baik tentunya akan memperkaya ide usaha.

Sumber Gagasan Usaha Bagi Produk dan Jasa Baru :

- Kebutuhan akan sumber penemuan
- Membuat inovasi baru sesuai keahlian
- Hobi atau kesenangan pribadi
- Menyesuaikan dengan kebutuhan sekitar
- Memanfaatkan koneksi dan relasi
- Mengamati kecenderungan-kecenderungan
- Mengamati kekurangan-kekurangan produk dan jasa yang ada

1. Survei

Survei dapat diartikan seseorang mencari ide usaha dengan cara terjun langsung kelapangan guna mengamati, melihat secara langsung dari dekat mengenai objek yang dianggap menarik ataupun dilakukan secara sistematis dengan dibuat suatu rancangan khusus, perlakuan khusus,

dengan tahap-tahap yang harus dilalui guna menemukan suatu ide usaha. Ide yang muncul sebagai temuan dari suatu survei akan lebih baik adanya karena dapat dirasakan, dilihat, didengar, dan didiskusikan secara langsung sehingga langkah-langkah untuk merealisasikan akan jauh lebih mudah ketimbang ide atau gagasan yang ditemukan berdasarkan sumber bacaan.¹²

2. Pengalaman

Pengalaman adalah guru yang paling baik. Banyak contoh lahirnya para pendiri perusahaan yang muncul dari pengalaman, seperti pengusaha atau pendiri perusahaan pasta gigi pepsodent. Awalnya dia bekerja sebagai tenaga pemasar (salesman) keliling yang menjajakan barang dagangan keseluruh wilayah pemasaran di Amerika Serikat. Dari pengalaman dan hasil pengamatannya bertahun-tahun ternyata membuat dan menjual pasta gigi akan menguntungkan, disamping itu jika produk tersebut dapat diterima oleh konsumen maka kebutuhannya tidak akan pernah habis kegenerasi-generasi.

3. Teknologi

Teknologi muncul disekitar kita juga dapat menjadi sumber ide usaha, misalnya, adanya teknologi computer secara tidak langsung melahirkan sebagai ide usaha baru, seperti : usaha jasa internet, usaha jasa rental computer, usaha jasa pengolahan data, usaha jasa pemasangan jaringan, usaha servis computer, dan lain sebagainya.

4. Kebutuhan Pasar

Kebutuhan pasar yang muncul maka akan segera juga berbagai ide usaha yang akan muncul.

5. Pesaing

¹² Joko Sutrisno, *Pengembangan Pendidikan berwawasan kewirausahaan sejak usia dini*, Jaarta: Depdiknas, 2003, hal 87

Kegiatan pesaing untuk melakukan inovasi produknya, kadang-kadang muncul dari adanya usaha baru, baik berupa produksi barang substitusi ataupun meniru produk. Yang sudah ada sedikit modifikasi. Contoh air Mineral “Aqua” yang telah melahirkan beratus-ratus. Ide untuk menghasilkan air mineral sejenis aqua tersebut dengan merek dagang yang berbeda-beda.

6. Saluran Distribusi.

Banyak produk yang beredar dan relatif dikenal luas oleh masyarakat namun terkadang perusahaan kesulitan untuk mendistribusikan produknya.

7. Pemasuk.

Kebutuhan pasar yang sedemikian besar yang menyebabkan banyak yang dibutuhkan pemasuk, baik untuk kebutuhan pabrik ataupun kebutuhan kantor-kantor pemerintah atau swasta.

8. Perubahan Lingkungan.

Ide juga dapat muncul dengan adanya perubahan lingkungan. Misalnya ada perubahan lingkungan sebagai akibat pendirian suatu perguruan tinggi atau sekolah, maka lingkungan disekitar perguruan tinggi atau sekolah tersebut yang tadinya merupakan lingkungan tempat tinggal sekarang telah berubah menjadi lingkungan bisnis yang menunjang kebutuhan tambahan dari adanya perguruan tinggi atau sekolah tersebut, seperti kebutuhan warung atau restoran dan lain lain.¹³

9. Analisis lingkungan dalam gagasan usaha

Lingkungan gagasan usaha merupakan suatu langkah yang penting dilakukan dengan tujuan untuk menemukan apakah lingkungan dimana usaha itu akan

¹³ Kusuma, *Pengaruh sikap mandiri dan lingkungan keluarga terhadap minta berusaha mahasiswa UMS*, Surakarta: Eprints, 2004, hal 34

berdiri nantinya dan tidak akan menimbulkan ancaman atau justru dapat memberikan peluang diluar dari usaha yang utama. Guna menghindari segala kemungkinan pengaruh negatif ini, sebaiknya dari awal setiap akan mendirikan usaha perlu membuat kajian lingkungan dimasukan kedalam unsur penilaian dari kelayakan usaha.

10. Dampak Lingkungan gagasan usaha.

Dampak lingkungan yang akan muncul sehubungan dengan adanya pendirian setiap usaha, yaitu adanya perubahan pola tingkah laku masyarakat disekitar tempat usaha, dan tidak jarang perubahan itu akan membawa dampak negatif.

Kegiatan usaha juga tidak saja akan berdampak negatif, tetapi juga akan membawa dampak ekonomi atau akan mendatangkakan kontribusi positif kearah pertumbuhan ekonomi.

Kegiatan untuk melakukan studi dan membuat prediksi pengaruh dari lingkungan dan segala sesuatu yang berhubungan dengan masalah lingkungan dimana usaha itu akan didirikan.

a) Dampak Sosial Usaha

Dampak sosial yang sering muncul adalah adanya ketidakpuasan dari masyarakat disekitar lokasi, baik yang mengenai kopetensi yang mereka terima ataupun adanya kecemburuan kepada tenaga kerja asing yang datang. Sementara mereka yang menang beranak- pinak disekitar lokasi justru tidak mendapatkan kesempatan untuk berkerja pada usaha tersebut.

b) Dampak Ekonomi Usaha.

Dampak suatu usaha kecil akan selalu menimbulkan dampak ekonomi. Dampak ekonomi itu antara lain dapat dirinci sebagai berikut:

a. Besarnya tenaga kerja yang terserap untuk usaha yang akan didirikan.

b. Apakah ada usaha ikutan yang muncul akibat usaha ini. Jika ada berapa banyak, dalam bentuk apa, apakah dapat menunjang usaha usaha atau dapat bermitra dan lain-lain.

c. Besarnya penerimaan pemerintah dengan adanya usaha, baik yang berasal dari retribusi, pajak pertambahan nilai, dan pajak penghasilan.

d. Besarnya kontribusi usaha terhadap penambahan pendapatan masyarakat disekitar lokasi usaha.

e. Besarnya kerugian akibat dari peralihan fungsi lahan ke lokasi usaha.

Penilaian kelayakan usaha dari aspek ekonomi ini dapat dijadikan dasar pertimbangan untuk menerima gagasan pendirian usaha ini, selain itu jika diperlukan mengeluarkan dana untuk mengatasi masalah lingkungan hendaknya dapat diketahui lebih awal sehingga dapat dimasukkan sebagai biaya proyek.

c) Dampak Fisik.

Dampak fisik ini untuk mengetahui ada tidaknya kemungkinan bahwa akibat dari pendirian dan proses produksi dari usaha baru itu akan menimbulkan pencemaran udara, pencemaran air, sangat bising dan merusakkan penglihatan, baik bagi karyawan usaha ataupun bagi masyarakat disekitar lokasi usaha.

F. Kaitan Antara Gagasan dan Alternatif Usaha.

Langkah selanjutnya setelah alternatif gagasan usaha yang ditemukan adalah perlu dipertimbangkan alternatif jenis usaha, apakah merupakan suatu usaha yang menghasilkan produk/jasa yang lazim disebut sebagai

usaha manufaktur, usaha perdagangan atau usaha pengembangan produk guna memudahkan pilihan. Setiap kemungkinan ini harus dianalisis secara cermat didapatkanlah hasil yang tepat.

H. Faktor-faktor yang menyebabkan kegagalan dalam gagasan usaha

Seperti sudah dikemukakan sebelumnya, bahwa sekalipun sudah dilakukan penelitian melalui studi yang sungguh-sungguh, setiap bisnis atau usaha yang dijalankan tidaklah menjamin 100% bahwa bisnis atau usaha tersebut akan berhasil. Ada banyak hal yang menyebabkan usaha tersebut mengalami kegagalan. Pada akhirnya kegagalan ini akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan.

a. Data dan informasi tidak lengkap

Pada saat melakukan penelitian data dan informasi yang disajikan kurang lengkap, sehingga hal-hal yang seharusnya menjadi penilaian tidak ada. Kemudian dapat pula data yang disediakan tidak dapat dipercaya atau palsu. Oleh karena itu sebelum melakukan studi sebaiknya kumpulkan data dan informasi selengkap mungkin, melalui berbagai sumber yang ada yang tentunya dapat dipercaya kebenaran datanya.

b. Tidak teliti

Kegagalan dapat pula disebabkan karena kurang dalam meneliti dokumen-dokumen yang ada. Oleh karena itu, dalam melatih atau mencari tenaga yang benar-benar ahli dalam bidangnya, sehingga faktor ketelitian ini menjadi jaminan. Kecerobohan sekecil apapun akan sangat berpengaruh terhadap hasil penelitian.c. Salah perhitungan

Kesalahan dapat pula diakibatkan karena salah dalam melakukan perhitungan. Misalnya dalam hal

penggunaan rumus atau cara menghitung, sehingga hasil yang dikeluarkan tidak akurat.

d. Pelaksanaan pekerjaan salah

Para pelaksana bisnis dilapangan sangat memegang peranan penting dalam keberhasilan menjalankan bisnis tersebut. Jika para pelaksana dilapangan tidak mengerjakan proyek secara benar atau tidak sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan, maka kemungkinan bisnis tersebut gagal sangat besar.

e. Kondisi lingkungan

Pada saat melakukan penelitian dan pengukuran semuanya sudah selesai dengan tepat dan benar, namun dalam perjalanan akibat terjadinya perubahan lingkungan pada akhirnya berimbas kepada hasil penelitian bisnis.

f. Unsur sengaja

Peneliti sengaja membuat kesalahan yang tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya dengan berbagai sebab.¹⁴

C. Menjelaskan Bidang Usaha Kelompok Kreatif

Bidang usaha ini terdiri dari orang-orang yang karena kreativitasnya, sangat mendambakan kebebasan. Dalam bekerja, mereka berorientasi pada pencapaian hasil akhir yang baik. Bisa bekerja sendiri, tidak banyak bicara.

Produksi adalah pilihan yang sesuai dengan tipe ini. Yang terpenting produk yang kita produksi dapat laku di pasaran, tentu juga memenuhi aspek halal.

¹⁴ An Ubaedy.2008.*Berkarir di Era Global*.Jakarta: PT Elex Media Komputindo, hal 56, Karyadi,Slamet.2008 *Miskin? Jangan Mau!*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo hal 76, Sanawiri, Brillyanes, *Kewirausahaan*.Malang: UB Press, 2018, hal 55

Contoh bidang kerajinan yang bisa digeluti antara lain:

1. Kerajinan

Selain untuk kebutuhan dalam negeri, barang kerajinan juga unggul dalam hal ekspor. Calon wiraswastawan di daerah-daerah sebaiknya memikirkan atau menggali kembali potensi daerahnya yang mungkin saja memiliki jenis-jenis kerajinan yang bisa diketengahkan ke lingkup nasional maupun internasional.

2. Pertenakan dan tambak

Ini juga sangat berpotensi ekspor, sehingga patut diperhitungkan sebagai jalur bisnis kebal krisis. Udang adalah salah satu komoditas primadonanya.

3. Bidang makanan dan minuman

Bidang ini sangat bervariasi dan bisa diwujudkan dalam berbagai tingkatan sesuai dengan tingkat lapisan masyarakat yang akan dituju. Mereka tetap ingin menjalankan peran domestiknya dengan menyediakan masakan di rumah, tapi tidak punya waktu untuk meracik, menyiangi, mengupas dan memotong.

4. Pertanian dan Agrobisnis

Bidang yang merupakan sumber daya paling fundamental dari bangsa Indonesia. Dalam masa krisis, bidang ini telah membuktikan diri sebagai bidang usaha yang tidak saja kebal krisis, tetapi bahkan meraup keuntungan berlipat ganda.

5. Mainan anak-anak

Komoditas ini ternyata cukup menjanjikan, karena jumlah anak-anak amat banyak. Memproduksi mainan anak tidak perlu yang mewah dan mahal. Di lingkungan sekolah banyak pedagang-pedagang kecil yang menjual mainan-mainan sederhana buatan sendiri (pekerjaan tangan), ternyata amat laris. Anak kecil tidak banyak memperhatikan segi kemewahan, yang penting adalah ide

yang sejalan dengan dunia khayal anak-anak. Ada juga beberapa pengusaha kecil yang memproduksi mainan anak sederhana terbuat dari tripleks, dan bisa dipasarkan kepada berbagai sekolah taman kanak-kanak.

D. Menjelaskan Bidang Usaha Kelompok konsultatif

Orang Populis, Kelompok Konsultatif Orang-orang dari kelompok ini bersifat dominatif, dan dalam pembawaan extrovert mereka menyukai pergaulan, senang bertemu dengan publik, dan pandai berbicara. Mereka cenderung mempengaruhi orang lain. Senang popularitas, kebanyakan dari mereka suka membantu dan menolong oleh karena itu orang-orang konsultatif lebih sesuai berbisnis dalam bidang usaha yang bersifat mengarahkan atau memberiinstruksi. Bidang usaha kelompok konsultatif untuk kalangan yang ekstrovert dominan, bidang-bidang yang memungkinkan mereka berada pada posisi sebagai pemegang kendali, usaha-usaha yang cocok untuk kalangan ini adalah:

- Jasa konsultasi (konsultan manajemen syariah, pemasaran, komputer, dll)
- Kursus/pelatihan
- Pusat kebugaran dan pelatihan olahraga
- Bidang Perdagangan (distributor, dealer, agen, retailer, dll)

E. Menjelaskan Bidang Usaha Kelompok Layanan

Orang Tenang, Kelompok Servis/ Pelayan. Kelompok ini lebih cocok dalam bidnag usaha yang memberikan layanan pada pihak lain, Kelebihan orang servis adalah kemampuannya mengikuti keinginan orang-orang yang dilayani dengan tulus. Perilaku orang tipe ini berlawanan

dengan kelompok konsultatif yang justru berusaha mengendalikan orang lain. Bidang usaha kelompok pelayan kelompok ini termasuk ekstravert tetapi kepribadiannya berbeda dengan kelompok konsultatif, kelompok servis cenderung melayani atau mengikuti keinginan-keinginan orang lain, berikut bidang-bidang yang sesuai antara lain:

- Biro jasa
- biro teknik
- jasa pengetikan
- fotokopi dan jilid
- sablon pesanan
- perbengkelan
- kontraktor dan jasa perbaikan bangunan
- rumah kost
- salon
- makelar.

F. Menjelaskan Bidang Usaha Kelompok Analitis

Kelompok ini merupakan kelompok yang kurang suka bertemu dengan orang banyak, apalagi jika terlalu sering. Oleh karena itu, sebagai dasar bisnisnya mereka sebaiknya berusaha di bidang yang tidak mengharuskan untuk terlalu banyak “bersosialisasi” tetapi cukup berkonsentrasi memecahkan masalah-masalah. Kelompok ini merupakan “Problem Solver” atau pemecah masalah. Berikut ini merupakan contoh yang termasuk dalam kategori kelompok ini:

- Karya Intelektual

Bidang ini adalah bidang yang sama dengan yang kita dapatkan pada kelompok kreatif karena kedua kelompok

ini mempunyai komponen pembawaan yang sama, yaitu “introvent”

- Perancang Busana

Usaha ini merupakan aktifitas mereka yang benar-benaringin “bersolokarir”. Produk-produk yang dihasilkan biasanya amat bergantung pada kepiawaian pengusaha yang bersangkutan. Mereka yang berhasil, biasanya selain menjadi mapan dalam hal ekonomi, juga menjadi terkenal.

- Laundry

Bidang usaha ini sangat menonjol bagi keperluan orang-orang di kawasan perkotaan. Berbagai perkembangan teknik dalam hal layanan laundry sudah semakin canggih sehingga perlu dicermati dan dipelajari.

- Jasa Penjahitan

Baik di kawasan perkotaan maupun di daerah-daerah pedesaan yang sudah cukup maju, menjalankan usaha penjahitan cukup menjanjikan masa depan yang baik. Apalagi bila sekedar untuk memenuhi nafkah sehari-hari. Namun yang perlu dijaga dalam hal ini adalah masalah ketepatan waktu serta mutu pekerjaan yang baik¹⁵.

G. Menjelaskan Ide Usaha Dari Imitasi

Usaha imitasi adalah suatu tahap dimana pengusahanya mulai meniru ide orang lain, jenis usaha, produk, teknik produksi, desain, pola pemasaran, dan bentuk organisasi usaha. Wiusahaan juga mulai mengembangkan produknya melalui diversifikasi dan diferensiasi dengan *design* sendiri. Sedangkan penambahan

¹⁵SlametKaryadi, *Miskin? Jangan Mau!*, cet-1, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008) hal. 98

nilai pada produk yang diproduksi akan memberikan daya tawar yang lebih tinggi dari pesaing.¹⁶

Adapun contoh dari usaha imitasi ini adalah *praktik social learning* pernah diterapkan dengan sangat berhasil oleh Jacky Chan. Ketika film pertamanya tidak laku di pasaran, ia lantas berpikir untuk menampung sebuah film yang dapat menampung berbagai keunggulan atau sebuah film yang benar-benar unik. Tetapi, persoalan belum selesai. Film yang punya keunikan itu seperti apa. Jacky Chan kemudian melakukan proses yang dalam teori learning disebut *social learning*. Ia berkesimpulan, kalau dirinya berakting secara serius, keunikan ini sudah dimiliki gurunya, Bruce Lee. Kalau ia melucu, ini pun sudah dimiliki Mr. Bean. Begitu pula bila ia berakting dengan menggunakan senjata-senjata berteknologi tinggi. Ini sudah didominasi aktor-aktor berat. *Social learning* yang dilakukan Jacky Chan kemudian adalah menggabungkan ketiganya dalam sebuah monifikasi sinergis. Terkadang melucu, terkadang serius, dan adakalanya menggunakan senjata namun senjata yang digunakan adalah senjata alamiah. Teknik ini, seperti yang kita saksikan, sangat menghasilkan keunikan.

Sebuah perusahaan nasional mengakui *social learning* sebagai jurus jitu untuk meningkatkan skill karyawan. Para karyawan diajari untuk mengamati karyawan lain yang sudah lebih bagus dalam menangani pekerjaan. Setelah mengamati, mereka diminta untuk menerapkan hasil pengamatannya itu kepekerjaannya. Setelah diterapkannya, barulah mereka diminta untuk memodifikasi dengan caranya sendiri supaya dapat menghasilkan jurus-jurus

¹⁶ Brillyanes Sanawiri, Muhammad Iqbal, *Kewirausahaan*, cet-1 (Malang: UB Press, 2018), hal. 35

yang lebih bagus. Social learning ini pada dasarnya dapat dilakukan siapa saja yang ingin meningkatkan keahlian.¹⁷

Ringkasan

Gagasan atau ide merupakan hal yang terkadang dirasa sangat sulit untuk ditemukan dan terkadang gagasan yang sudah berhasil ditemukan pun tidak sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Ide bisnis pun tidak akan muncul secara tiba-tiba. Ide bisnins muncul apabila entrepreneur berusaha mencarinya dan terus menggali informasi serta mampu membaca peluang untuk ide bisnis yang cocok untuk dikembangkan. Biasanya seseorang dalam mencari ide tau gagasan usaha berawal dari usaha kecil terlebih dahulu. Misalnya pada awalnya hanya menjadi reseller di sebuah toko pakaian kemudian memiliki toko sendiri sehingga terus berkembang sampai dibangun sebuah butik yang besar serta tak menutup kemungkinan untuk memiliki brand sendiri. Tidak menutup kemungkinan jika ide sederhana justru akan menjadi peluang bisnis yang cukup besar dan mendapatkan untung yang banyak. Gagasan usaha merupakan suatu ide untuk mewujudkan suatu pemikiran yang baru dan diterapkan dengan suatu tindakan. Mencari gagasan usaha berarti berusaha untuk menemukan suatu ide yang nantinya ide tersebut dapat menjadi suatu langkah awal dalam menentukan bisnis apa yang akan dibangun.

Pertanyaan

¹⁷ AN Ubaedy, *Berkarir di Era Global*, cet-1 (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008), hal. 284

1. Bagaimana Teknik cara mencari gagasan atau ide bisnis yang baru?
2. Jelaskan jenis jenis bisnis yang termasuk dalam usaha kreatif?
3. Jelaskan Jenis bisnis yang tergolong dalam bisnis Konsultatif?
4. Bagaimana cara mengkonsep ide yang lahir akibat dampak dari imitasi?

BAB KEENAM

TAHAPAN MEMULAI USAHA BARU

Menentukan nama perusahaan mungkin menjadi hal-hal yang susah-susah gampang karena di Indonesia sendiri ada peraturan yang cukup rumit dalam menentukan Nama Perusahaan (khususnya PT atau Perseroan Terbatas). Namun seiring berkembangnya dunia digital dan jangkauan branding, nama perusahaan pun menjadi semakin penting mengingat adanya korelasi antara Branding sebuah perusahaan serta strategi Content marketing dalam menarik lebih banyak pelanggan. Lantas, bagaimana caranya memilih nama perusahaan untuk usaha yang akan dijalankan.

A. Cara Memilih Nama

1. Pilih nama yang mudah diingat

Berikan usaha kamu nama yang mudah diingat oleh pembeli. Memberi nama usaha yang keren tentu boleh tapi hindari memberi nama yang sulit dari segi ejaan dan pelafalannya sehingga sulit diingat. Maka dari itu, sebaiknya berikan nama yang mudah diingat agar pembeli dapat mengingat secara cepat nama perusahaan kamu. Pembeli pasti akan kembali berkunjung karena mereka ingat nama usaha kamu dan bisa menemukannya dengan mudah.¹

2. Pilih nama yang belum dipakai oleh usaha lain

Sebaiknya gunakan nama yang belum dipakai atau dimiliki oleh tempat usaha lain untuk menghindari rancu

¹ Sumber bacaan diunduh dari <https://uptown.id/id/2020/01/13/15-cara-memilih-nama-perusahaan-untuk-usaha-kamu/>

antara usaha milik kamu dengan usaha milik orang lain. Lakukan pengecekan nama-nama usaha yang sudah ada sehingga kamu bisa memastikan nama usaha apa yang belum ada dan bisa digunakan untuk nama perusahaan kamu.

3. Jangan takut gunakan nama yang unik

Nama usaha yang unik bisa menarik perhatian. Orang pasti akan bertanya-tanya kenapa nama itu digunakan dan akhirnya demi mengatasi rasa penasaran, orang tersebut akan mencari tahu tentang usaha itu. Zaman sekarang, ada banyak usaha yang menggunakan nama unik. Pemilik usaha ingin mempromosikan nilai lebih produk yang dihasilkan dari usahanya melalui nama. Misalnya, sambal setan, bakso nuklir, keripik sangar, dan lainnya.²

4. Gunakan kata-kata yang diketahui banyak orang

Memberi nama yang unik atau lain daripada yang lain boleh-boleh saja. Tapi perlu dipertimbangkan juga, apakah kata-kata yang digunakan untuk nama usaha sudah diketahui oleh masyarakat luas atau malah masih asing. Jangan sampai karena kata-kata yang asing nama usaha jadi sulit diingat atau sulit dikenali orang.

5. Nama keluarga

Nama keluarga juga bisa digunakan sebagai nama usaha. Hal ini menunjukkan bahwa kamu adalah orang yang memiliki sifat percaya diri yang tinggi. Selain itu, dengan menggunakan nama keluarga, pastinya akan lebih memotivasi untuk bekerja lebih baik karena menyangkut nama baik keluarga. Contoh paling nyata yang pernah

² Sumber bacaan diunduh dari <https://uptown.id/id/2020/01/13/15-cara-memilih-nama-perusahaan-untuk-usaha-kamu/>

terjadi adalah seorang konglomerat bernama Sir Clive Sinclair yang namanya pernah dipakai untuk usaha komputernya yang kini lebih dikenal dengan nama Sinclair CS.

6. Pilihlah nama yang simple dan pendek

Gunakan nama yang singkat agar pembeli mudah mengingat nama perusahaan kamu. Jika nama usaha terlalu panjang, pembeli pasti akan kesulitan untuk mengingatnya. Buatlah pembeli merasa nyaman dengan memberikan usaha kamu nama yang mudah dikenal dan mudah diingat. Niscaya pembeli akan kembali ke tempat usaha, bahkan bisa saja ia merekomendasikan usaha kamu kepada rekan-rekan mereka.³

7. Temukan cerita dibalik nama perusahaan kamu

Sebuah cerita akan memberi karakter pada usaha kamu dan juga bisa memberi nilai lebih diantara perusahaan yang lain. Contohnya: nama “Virgin” dipilih oleh Sir Richard Branson dan timnya karena mereka mengaku kalau mereka semua masih “perawan” dalam dunia bisnis.

8. Cobalah untuk meneriakan nama bisnis kamu!

Jika ternyata sulit dan terlalu panjang untuk diteriakan, lambat laun hal ini juga akan menjadi kendala bagi kamu. Contoh: “Tokyo Tsushin Kogyo” mungkin akan membuat lidah kamu kepleset saat mengucapkannya, maka mereka merubah namanya menjadi SONY di kemudian hari.

9. Perhatikan juga arti nama kamu dalam Bahasa lain.

Jika produk yang kamu rencanakan dibuat untuk pasar international atau pasar yang lebih luas, maka sebaiknya kamu mencari artinya terlebih dahulu dalam Bahasa lain.

3

Sumber bacaan diunduh dari

<https://uptown.id/id/2020/01/13/15-cara-memilih-nama-perusahaan-untuk-usaha-kamu/>

Contoh: Nama Uber memilih arti yang lain dalam Bahasa Jawa yang berarti mengejar.⁴

10. Lakukan juga tes ke orang lain.

Sangat penting untuk mengetahui bahwa ide nama yang kamu buat juga terdengar bagus oleh para calon customer.

Contoh: Amazon dulunya bernama “Cadabra” tetapi langsung diganti menjadi Amazon setelah seorang pengacara salah dengar namanya menjadi “Cadaver” yang berarti mayat.

11. Lihat bagaimana perusahaan kamu jika disandingkan dengan nama perusahaan lain

Jika terlalu mirip, maka kamu tidak akan mencolok, terlalu beda, orang juga mungkin bisa tidak paham dengan apa yang kamu lakukan/tawarkan. Contoh: “Jerry’s Guide to the World Wide Web” memang akan memenuhi header beranda nama sebuah portal web. Maka pemiliknya dengan bijak mengganti namanya menjadi Yahoo! dimana masih tetap stands out diantara Google dan Baidu.

12. Hindari penyertaan nama tempat

Kecuali jika bisnis kamu memang akan selalu di lokasi yang sama. Jika kamu berencana mengembangkan bisnis kamu lebih luas lagi, maka nama dengan lokasi bisa saja membingungkan para customer. Contoh: Servis AC Surabaya misalnya, mungkin akan sedikit susah untuk menjangkau daerah lain tanpa mengganti atau memodifikasi namanya.

13. Memilih nama dengan kesan pertama yang buruk

Nama kamu mungkin menjadi hal pertama yang dilihat oleh calon pembeli. Pastikan nama yang kamu pilih dapat

⁴ Sumber bacaan diunduh dari <https://uptown.id/id/2020/01/13/15-cara-memilih-nama-perusahaan-untuk-usaha-kamu/>

menyalurkan value yang perusahaan kamu tawarkan. Contoh: Pernahkah kamu mendengar nama brand Woless? Bergerak di bidang clothing, untuk sebagian anak muda nama ini akan terdengar edgy dan anti mainstream. Namun jika kamu menggunakannya di bidang usaha yang lain, nama ini akan terdengar remeh dan kurang meyakinkan.⁵

14. Terobsesi dengan SEO Keywords

Mungkin saat ini masih bisa efektif, tapi ingat Google selalu berbenah dengan algoritmanya. Contoh: Grosir Baju Anak, mungkin akan bagus saat dimasukkan ke halaman Google namun untuk jangka panjang dan branding untuk perusahaan kamu mungkin akan terdengar kurang bagus kedepannya.

15. Memilih nama yang abstract dan tidak kamu sukai

Biasanya nama seperti itu fokus pada perasaan daripada hal spesifik yang menjelaskan usah bisnis kamu. Contoh: Google sebenarnya mengambil namanya dari istilah matematika yaitu 'googol' yang berarti 10 pangkat 100. Selain itu, nama perusahaan Hertz Rent-A-Car sebelumnya mempunyai nama "DriveUrSelf" namun pada akhirnya mereka mengganti namanya karena susah untuk di eja namanya.

16 Daftarkan Hak Cipta

Setelah mendapatkan nama perusahaan yang khas, kamu dapat dengan segera mendaftarkan hak cipta atas nama usaha tersebut. Agar nama perusahaan kamu tidak ditiru

⁵ Sumber bacaan diunduh dari:

<https://uptown.id/id/2020/01/13/15-cara-memilih-nama-perusahaan-untuk-usaha-kamu/>

orang lain walaupun usaha kamu masih dalam rentang usaha kecil dan menengah.⁶

B. MEMBUAT LOGO

Logo dapat memperkuat nama brand di pasaran. Keberadaan logo dalam dunia bisnis diibaratkan sebagai wajah yang mewakili gambaran suatu perusahaan dan produk. Perusahaan besar, industri rumahan, bahkan toko online yang berjualan di media sosial saja juga membuat logo untuk mewakili bisnisnya. Tentunya, logo tidak boleh asal dibuat, tapi harus bisa merepresentasikan jenis usaha. Logo akan jadi simbol identitas suatu brand yang membedakannya dengan brand lainnya. Itulah sebabnya, logo akan digunakan dalam segala kegiatan promosi dan pemasaran bisnis.

Desain logo dapat berpengaruh terhadap branding suatu produk. Logo yang baik dapat mudah dikenali dan akan dikenang oleh banyak orang. Logo dapat membangun persepsi konsumen mengenai bisnis Anda secara umum. Namun, membuat logo suatu brand bukan perkara yang gampang. Mendesain logo yang menarik membutuhkan kreativitas yang tinggi. Seringkali, pemilik usaha dan desainer grafis membutuhkan waktu yang panjang untuk memikirkan ide hingga menyelesaikan desain logo.

1 Cari Referensi Logo

Carilah referensi logo sebanyak mungkin di internet. Mencari referensi logo bukan untuk menjiplak, melainkan untuk mendapatkan inspirasi. Dengan melihat referensi desain logo orang lain dan mempelajari sejarah pembuatannya, Anda akan memiliki perbandingan dan

⁶ Sumber: <https://uptown.id/id/2020/01/13/15-cara-memilih-nama-perusahaan-untuk-usaha-kamu/>

mendapatkan ide menarik untuk membuat logo yang berbeda dan tidak mirip dengan yang lain.

2 Pahami Visinya

Setiap bisnis memiliki latar belakang. Pasti ada seluk beluk kenapa bisnis tersebut berdiri. Guna memudahkan proses desain logo, Anda harus memahami visi dan misi bisnisnya, serta memahami keunggulan dan karakteristik dari brand. Dengan demikian, desain logo yang dibuat dapat menunjukkan identitas brand dengan tepat.

3 Membuat Sketsa

Rancanglah beberapa sketsa sebagai alternatif. Dengan membuat sketsa terlebih dahulu, Anda bisa mengeksplorasi desain dan jadi punya gambaran bentuk logo yang mana yang paling baik untuk dikembangkan.

4 Memiliki Filosofi

Bentuk logo bisa dibuat berupa rangkaian gambar atau huruf, maupun gabungan keduanya. Pembuatan logo juga memperhatikan warna. Ada yang satu warna, ada yang beberapa warna. Sebaiknya, bentuk dan warna tersebut memiliki filosofi tersendiri yang dapat mengungkapkan nilai suatu brand. Sebab filosofi dalam logo memberikan makna yang mendalam sehingga lebih berkesan karena ternyata logonya dibuat penuh arti.

5 Sederhana

Logo tidak harus menampilkan nama merek dan slogan, tapi cukup dengan gambar. Seperti logo Twitter yang berbentuk gambar burung, atau logo Apple yang berbentuk buah apel yang tergigit di sisi kanannya. Jadi, tak harus membuat logo yang rumit bentuknya jika brand Anda bisa direpresentasikan ke dalam logo yang desainnya sederhana. Karena yang sederhana biasanya lebih mudah

diingat dan dikenang. Sedangkan desain yang rumit, belum tentu menarik dan keren.⁷

C. MEMILIH TEMPAT USAHA

Pada umumnya benar memilih lokasi usaha maka akan mempengaruhi kesuksesan usaha. Oleh karena itu, berhati-hatilah dalam memilih tempat usaha sebagaimana tersebut dalam *sentrausaha.com*. Ada beberapa tips dalam memilih tempat usaha yaitu:

1. Lokasi Usaha yang Mudah Terlihat

Bertempat pada area yang mudah terlihat, sudah pasti akan banyak memperoleh perhatian dan tentunya juga memudahkan untuk masa perkenalan dan promosi bisnis Anda yang baru saja mulai dirintis.

Selain itu, lokasi yang mudah terlihat juga akan menekan biaya promosi pada awal pembukaan atau promo-promo peluncuran produk baru Anda selanjutnya.

Sebagai contoh adalah sebuah usaha kuliner jajanan khas. Memilih tempat usaha pada lokasi wisata adalah salah satu spot yang cukup strategis. Hal ini sangat beralasan karena kemungkinan besar pengunjung akan tertarik untuk menjadikan produk Anda sebagai oleh-oleh sepulang dari berwisata.

Satu contoh lagi, misalnya usaha *fotocopy*. Merencanakan usaha ini akan lebih tepat sasaran jika berada pada lokasi ramai seperti area kampus, perkantoran, dan sekolah.

Alasannya sudah pasti yang mana orang-orang di sekitar wilayah tersebut akan banyak melakukan aktivitas yang berhubungan dengan alat tulis, cetak, dan keperluan kantor lainnya.

⁷ Sumber <https://www.sirclo.com/tips-membuat-logo-yang-sesuai-dengan-karakter-brand/>

2. Biaya membangun atau sewa tempat usaha

Jika Anda mampu dan memiliki *budget* anggaran untuk membangun sendiri tempat usaha dilokasi yang strategis, hal ini akan lebih menguntungkan dan menjadi *value* tersendiri.

Di lain hal, tidak ada salahnya jika memang Anda membidik bangunan yang notabene adalah merupakan salah satu jenis investasi yang menguntungkan sekalian untuk menanamkan modal dan berinvestasi jangka panjang.

Namun, apabila harus menyewa, tidak dapat dipungkiri lagi bahwa tempat yang strategis tentu akan dibanderol dengan harga sewa yang cukup tinggi oleh pemiliknya.

Kalkulasi atau perhitungan yang cermat harus Anda lakukan sebelum membuat keputusan kontrak sewa dengan pemilik lahan. Pertimbangkan apakah keuntungan setiap bulan akan mampu untuk memenuhi kebutuhan sewa lahan dan operasional usaha berikutnya. Biasanya, setelah masa kontrak Anda berakhir, kemudian ingin memperpanjang, kenaikan harga sewa sudah tentu menanti di depan mata. Apalagi, jika tampak jelas bahwa bisnis yang Anda bangun di sana telah berkembang pesat dan memiliki konsumen yang loyal.

3. Akses yang mudah dijangkau

Poin ini adalah mengenai kenyamanan konsumen ketika akan menuju lokasi usaha Anda. Meskipun berada di tempat atau lokasi ramai dan banyak menarik perhatian orang yang berlalu lalang, jika lokasi bisnis Anda tidak memiliki lahan parkir yang memadai, seperti misal terlalu rapat dengan jalan, konsumen pun terkadang akan enggan untuk singgah sebab merasa kurang nyaman.

Sebagai contoh lagi, tempat usaha yang Anda pilih adalah di area yang sangat ramai seperti di mal. Namun, apabila toko yang Anda buka berada di lantai teratas, biasanya pengunjung juga kurang antusias untuk menuju ke sana.

4. Hubungan sosial dengan konsumen

Yang keempat ini adalah berkenaan dengan target pemasaran yang akan Anda capai. Istilahnya adalah segmen pasar yang tepat.

Memilih tempat usaha yang sesuai dengan sasaran adalah nilai yang cukup penting untuk selalu dipertimbangkan karena masing-masing jenis usaha akan memiliki keterlibatan yang erat antara lingkungan masyarakat dengan jenis produk yang ditawarkan.

Sebagai contoh, misalkan akan membuka sebuah usaha yang bergerak dalam bidang pertanian seperti melayani atau menyediakan kebutuhan pupuk, antihama maupun bibit tanaman. Langkah pertama adalah Anda harus mampu mendekati konsumen dengan cara bersosial yang lebih akrab guna memperoleh informasi akurat mengenai segala keluhan dan kebutuhan kerja mereka.

Selanjutnya, Anda akan bisa dengan mudah menentukan produk atau jasa yang berpotensi laku untuk dipasarkan di lokasi dan wilayah tersebut.

5. Terkait masalah perijinan bisnis dan usaha

Meskipun terkadang sering dilupakan, sebaiknya jangan pernah menganggap remeh masalah legalitas. Bukan hanya terbatas pada izin usaha, melainkan harus meliputi segala aspek yang berhubungan dengan bisnis yang Anda jalankan termasuk produk yang Anda tawarkan.

Mengabaikan poin ini akan menjadi risiko besar yang bisa saja tidak akan pernah diduga akan membawa

dampak buruk bagi bisnis atau usaha Anda di kemudian hari.

Akan lebih menyesal lagi jika perjalanan usaha Anda sudah mulai menampakkan perkembangan, kemudian tersandung masalah legalitas perizinan tempat usaha, tentu akan fatal jadinya.

Seperti lokasi yang sertifikat kepemilikan lahannya tidak jelas. Misalkan, area pinggiran terminal atau stasiun yang dibangun ruko kemudian disewakan. Memang lokasi usaha seperti ini sangat strategis, tetapi jika legalitasnya tidak jelas, risiko sewaktu-waktu terjadi pengusuran tentu akan lebih membuat Anda frustrasi.

6. Lingkungan tempat usaha dan sekitarnya

Lingkungan sekitar tempat bisnis dan usaha adalah faktor yang akan mempengaruhi pandangan serta minat konsumen terhadap produk atau jasa yang Anda tawarkan.

Misalkan saja, Anda berjualan makanan di area hiburan malam, tentu saja pelanggannya akan terbatas pada komunitas tertentu yang memang suka berkunjung ke tempat hiburan tersebut.

Contoh lain yang berhubungan dengan penentuan tempat usaha dan harus mempertimbangkan lingkungan sekitar adalah semisal di wilayah tersebut sudah banyak terdapat usaha bengkel motor, sebaiknya Anda mempertimbangkan ulang jika ingin membuka jenis usaha yang sama. Kecuali jika Anda mampu bersaing dengan memberikan nilai lebih dan sanggup berkompetisi bisnis secara sportif tanpa menimbulkan

masalah kemudian hari maka membuka usaha yang sama tidak akan ada larangannya.⁸

D. MEMBELI PERLENGKAPAN USAHA BARU

Saat permulaan usaha, biasanya terdapat romantisme yang kuat seperti sedang menantikan kelahiran “bayi” pertama. Umumnya, kita akan membeli perlengkapan perlengkapan bayi yang mahal mahal dan mewah mewah, semuanya serba baru. Dan tentu saja semuanya memerlukan uang. Janganlah anda terjebak dengan hal ini karena Akan mempengaruhi cadangan cash anda. Membuka usaha bukan berarti harus banyak mengeluarkan, memperlihatkan fasilitas karena ujung ujungnya adalah resiko bagi kelangsungan usaha anda. Mampukah anda menghasilkan produk yang bermanfaat, mampukah anda mengelola cash flow, dan mampukah anda menghasilkan profit? Semakin banyak cadangan kas di tangan semakin aman usaha anda dari berbagai ketidakpastian. Cobalah perhatian beberapa usaha warung makan atau furniture. Mereka rata rata menempati usaha bekas pakai dari warung lain yang mereka beli dengan harga miring demikian pula rak display took yang mereka ambil dari sentra barang bekas.⁹

Beberapa tips berikut mungkin bisa membantu anda : Jika memungkinkan, beli semua perlengkapan yang second-hand. Ada banyak tempat yang menjual meja- kursi dan peralatan kantor yang bekas pakai, atau rak display bekas. Anda cukup klik di Internet atau beli Koran pos kota, atau segera cari tempat sentra barang bekas tersebut.

⁸ Sumber <https://www.wartaekonomi.co.id/read177504/6-tips-dalam-menentukan-lokasi-usaha>

⁹ Sumber <http://axionnew.blogspot.com/2014/03/paper-memulai-sebuah-usaha-baru.html#.XzeoNfMzbiU>

- Lakukan renovasi kecil seperti memperbaiki bagaian bagian yang rusak dan lakukan pengecatan agar kembali tampak baru. Jika anda tidak ahli pertukangan, cari tukang yang mau dibayar harian, anda beli sendiri bahan bahanya (upah tukang per orang sekitar Rp.50-70 ribu per hari).Untuk barang – barang elektronik yang harus baru, janganlah membeli premium brand. Anda cukup membeli kualitas korea atau produk dalam negeri. Pastikan barang itu bergaransi minimal setahun sehingga anda aman menggunakannya selama setahun.Untuk barang barang pecah belah, jika kebutuhan anda adalah desain dan warna tertentu, Lakukanlah hunting pada pasar pasar yang menjual produk produk itu dengan harga miring. Jika hanya perlu asal piring atau gelas anda bisa pedagang grosir untuk membeli piring piring ex- display promosi mereka.¹⁰

Pemenuhan terhadap mesin dan alat alat Produksi, Bagian ini biasanya merupakan bagian yang sangat sulit. Apalagi jika usaa anda mensyarakat mesin mesin tertentu untuk produksi, seperti mesin cetak kartu undangan atau mesin jahit untuk usaha fashion anda. Namun demikian, kami perlu mengingatkan anda periksalah sebaik baiknya usaha dan keahlian anda berkisar pada produksinya atau proses kreatifnya? Misalnya anda ingin buka usaha took T-Shirt dengan tulisan tulisan jahil khas mahasiswa, mungkin anda ingin menyaingi dagadu dari yogya atau jogger dari

¹⁰ Sumber: <http://axsionnew.blogspot.com/2014/03/paper-memulai-sebuah-usaha-baru.html#.XzeoNfMzbiU>

bali. Saya pikir untuk tahap awal anda tidak perlu punya mesin jahit konveksi atau mesin sablon. Anda bisa melakukan outsourcing ke pabrik T-shirt yang akan melakukannya dengan efisien untuk anda.¹¹

Ada pengusaha muda yang muda bisnisnya adalah memproduksi kaos pesanan dari nama nama hebat yang anda jumpai di mal mal papan atas anda cukup melakukan supply bahan baku, mengawasi proses penjahitan, dan pencetakan design anda serta penyortiran terhadap kualitas yang boleh lolos pada pengusaha itu inilah nikmatnya berbisnis abad ke 21 anda bisa melakukan outsourcing. Ingatlah nike saja tidak memiliki satu pabrik pun diseluruh dunia. Mari kita bisa focus pada keahlian utama, dengan melakukan hal hal sebagai berikut

- Prinsip Utama dalam berbisnis adalah jika bisa sewa, sebaiknya tidak usah beli.
- Jika bisa dikerjakan secara outsourcing (misalnya fotokopi), tidak usah sewa, apalagi beli.
- Jika anda harus menyewa, pastikan semua spare parts dan service sudah termasuk dalam harga sewa (karena bagaian inilah yang paling mahal)

Cari kemungkinan anda bisa melakukan cicilan lunak dengan down payment (uang muka) yang rendah jika anda harus membeli. Pelajari kontraknya jika anda melakukan wanprestasi, Apakah cukup diselesaikan dengan penyitaan atau harus ada tambahan yang lain.?

Kelak ketika bisnis anda berkembang pesat, anda memiliki

¹¹ Sumber: <http://axsionnew.blogspot.com/2014/03/paper-memulai-sebuah-usaha-baru.html#.XzeoNfMzBIU>

ruang finansial untuk “bermain” saat itu anda dipersilakan mempertimbangkan untuk membeli sendiri mesin mesin itu. Itu pun dengan membandingkan tingkat efisiensi jikalau anda cukup outsourcing-kan pekerjaannya.

Tahapan tambahan lain nya seperti memita dukungan keluarga dan lain lain. Banyak orang yang memiliki keinginan untuk memiliki bisnis sendiri, namun terhalang oleh modal yang dibutuhkan. Solusi terbaiknya adalah memulai bisnis berbasis rumahan. Anda dapat memanfaatkan tempat kosong yang ada di rumah seperti halaman, garasi dan dapur untuk memulai menjalankan bisnis. Dengan memanfaatkan rumah, Anda dapat menghemat biaya modal yang cukup besar, sehingga modal yang ada bisa dialokasikan untuk kebutuhan lainnya. Berikut adalah beberapa cara yang harus Anda lakukan ketika ingin sukses memulai bisnis rumahan.

E. MEMINTA DUKUNGAN KELUARGA

Minta dukungan Keluarga dalam pemilihan nama. Keluarga menjadi elemen terpenting sebelum memulai bisnis, apalagi jika Anda baru akan merintis bisnis. Keluarga menjadi pendukung dari segi materil dan non materil. Jika sampai keluarga tidak mendukung, bisnis yang Anda jalani akan semakin susah berkembang, malah bisa menjadi gagal karena tidak adanya dukungan dari keluarga. Oleh karena itu dalam berbisnis, dukungan keluarga sangat dibutuhkan, mulai dari awal merintis hingga sampai sukses nanti.

F. BELAJAR ADMINISTRASI

Walaupun bisnis yang dijalani hanya sekelas rumahan saja, namun Anda juga perlu menguasai administrasi walaupun

hanya sederhana. Selalu lakukan pencatatan administrasi dengan tertib walaupun nilainya terbilang kecil dan jangan pernah mencampurkan keuangan milik pribadi dengan bisnis. Salah satu pondasi utama untuk kelangsungan bisnis yang akan Anda jalani agar bisa sukses adalah masalah administrasi.

G. JAUHKAN PIKIRAN DARI KEGAGALAN

Setiap bisnis hanya memiliki 2 pilihan, yaitu sukses atau gagal. Seorang pebisnis sejati tidak akan pernah merasa takut gagal, walaupun masih menjadi pemula. Jika dari awal sudah merasa tidak yakin dengan bisnis yang dijalani, maka dapat dipastikan kedepannya bisnis akan mengalami kegagalan. Mental pebisnis biasanya akan kuat seiring berjalannya waktu dan rintangan yang telah dihadapi, butuh proses panjang agar dapat meraih kesuksesan. Jadi, tanyakan pada diri sendiri, kuat mana antara berpikir sukses dan gagal sebelum memulai bisnis.

H. TENTUKAN VISI DAN MISI BISNIS

Menentukan visi dan misi penting untuk menentukan arah tujuan bisnis kedepannya, walaupun bisnis hanya sekelas rumahan, tetapi Anda juga harus menentukannya dengan jelas sehingga saat bisnis berjalan, akan ada tujuan jelas yang dicapai kedepannya, tidak asal hanya berjalan tetapi harus mempunyai target. Tanpa adanya visi dan misi, apa yang menjadi tujuan dan bagaimana cara mencapai tujuan itu menjadi sulit untuk di capai.

I. HITUNG KEBUTUHAN MODAL

Anda tidak akan menjalankan bisnis jika modal yang Anda miliki belum cukup. Hitung secara teliti mana saja kebutuhan yang paling penting agar bisnis bisa berjalan. Hindari pembelian barang-barang yang dirasa belum

perlu. Selain itu, Anda juga dapat memanfaatkan apa yang ada di sekitar rumah untuk mulai berbisnis seperti halaman, garasi, dapur, peralatan masak, dan lain sebagainya.

J. PILIH BIDANG SESUAI PASSION

Poin penting untuk memulai bisnis adalah sesuai dengan passion yang Anda miliki. Kenapa harus sesuai dengan passion yang dimiliki? Jika dilandasi dengan passion, maka apa yang Anda lakukan akan lebih penuh semangat dan terasa lebih ringan. Saat bisnis dijalankan dengan penuh semangat, bisnis akan cepat meraih kesuksesan. Hindari memilih bidang yang tidak sesuai dengan passion. Jadi jika Anda menyukai bidang fotografer, Anda dapat membuka jasa foto di rumah, atau jika Anda suka desain, Anda bisa membuka jasa graphic design. Hanya bermodal software [Adobe Photoshop](#), Anda dapat mendapatkan uang tambahan sekaligus passion yang tersalurkan.

K. PILIH WAKTU UNTUK MEMULAI

Membangun bisnis tidak bisa dilakukan secara asal-asalan. Jangan terburu-buru, karena bisnis membutuhkan perhitungan yang cermat, salah sedikit saja Anda bisa mengalami kerugian. Jika Anda salah memilih waktu, maka bisnis Anda akan mengalami kegagalan. Contoh saja saat mendekati bulan Ramadan, bisnis paling tepat yaitu berjualan busana muslim dan kue lebaran.

L. TENTUKAN KEUNIKAN DARI PRODUK

Ketika Anda sudah memulai bisnis, agar produk yang Anda miliki dapat diterima baik oleh konsumen, Anda harus memiliki produk yang lebih unik dibanding produk sejenis. Apalagi sekarang ini persaingan semakin ketat

sehingga setiap produk yang dipasarkan harus bisa memikat dan menarik hati pelanggan. Selain itu, dengan menggunakan produk yang unik, brand Anda akan lebih mudah diingat oleh para konsumen.

M. LAKUKAN PROMOSI SECARA TEPAT

Promosi adalah salah hal wajib yang harus Anda lakukan untuk mengenalkan produk ke calon pelanggan. Semakin sering Anda melakukan promosi, semakin banyak orang yang mengetahui tentang produk yang Anda miliki. Dalam hal promosi, agar tidak terlalu banyak uang yang dikeluarkan, maka target promosi haruslah tepat. Anda dapat mencoba [mempromosikan produk](#) Anda melalui Facebook Ads atau Google Adwords, kedua platform tersebut dapat menentukan target sesuai apa yang Anda inginkan.

N. BERIKAN YANG TERBAIK

Ada pepatah mengatakan bahwa pembeli adalah raja. Maka sudah sepantasnya Anda memberikan yang terbaik untuk pembeli agar mereka merasa puas. Jika pembeli merasa puas maka nanti biasanya mereka akan datang kembali dan menyarankan kepada orang lain untuk datang ke bisnis yang Anda miliki.

O. MEREKRUT PEGAWAI

Ini merupakan bagian agak krusial atau vital karena anda harus memiliki orang-orang yang akan menggerakkan usaha anda. Anda boleh membeli mesin mahal, tetapi ingatlah operatornya tetap seorang manusia biasa. Seorang pegawai, ada 3 kategori pegawai untuk bisnis yang baru mulai dalam usaha kecil sebagai berikut

a. Pegawai Frontlines atau bagian produksi sehebat apa pun anda dalam memproduksi sesuatu, hamper dapat dipastikan anda pasti memerlukan bantuan orang lain untuk mempercepat pekerjaan anda. Demikian juga staf frontlines yang melayani pembeli atau pelanggan anda secara langsung. Anda tidak bisa setiap saat selalu melayani pembeli. Minimal anda perlu makan siang, atau mengawasi bagian produksi, atau libur sehari dalam seminggu.

b. Pegawai sales

Umumnya, pengusaha pemula sangat ahli dalam memproduksi sesuatu, tetapi melupakan bahwa produk yang dihasilkan harus dijual jika usaha anda memerlukan orang atau time sales yang khusus, misalnya usaha T-shirt dan hadiah hadiah kecil sebagai corporate gimmicks, maka anda mutlak memerlukan sales team jika anda ingin focus pada urusan design. Meyisihkan sekian persen profit margin rasanya sangat layak dilakukan agar order terus berdatangan untuk kelangsungan usaha anda.

c. Manajemen

bagian ini saja memerlukan pertimbangan pertimbangan yang tidak mudah. anda pasti memiliki ide ide brilian. Anda juga punya kemampuan untuk memproduksi ide ide anda lantas, mengapa anda harus merekrut tim manajemen? Perlu dipahami bahwa membuka usaha tidak sesederhana memproduksi barang, tapi melingkupi bagian bagian besar seperti finance dan akuntansi, pemasaran, sampai urusan SDM. sanggupkah anda menjalankan peran itu sendirian secara efektif? Jika tidak anda perlu memeriksa pada bagian mana terdapat kelemahan utama anda yang dapat anda alihkan kepada orang lain? Karena level mereka adalah

manajemen, tentunya anda berharap merekrut seorang yang cukup senior untuk level usaha anda.

P. MELAKUKAN TRAINING PERSIAPAN DAN UJI COBA

Sebagai Instruktur kewirausahaan, kami sering menerima undangan pembukaan rumah makan, dan biasanya acara utamanya adalah makan gratis. Kami mengamati, setiap berada pada tahap awal para pegawai masih ragu ragu bergerak, belum cekatan, dan mondar mandir tidak keruan makanan pun selalu terlambat datang. Alhasil beberapa komentar tidak sedap bermunculan secara bisik bisik. Apalagi ada pelayanan yang tanpa sengaja menumpahkan minuman ke pakaian salah seorang tamu. Rumah makan seperti itu bisa dipastikan tidak memberikan training dan melakukan simulasi kepada karyawan sebelum melakukan launching.

Namun, kami juga beberapa kali menemukan rumah makan ketika diresmikan semuanya berjalan Lancar seolah olah sudah buka cukup lama. Decak kagum para tamu pun bermunculan . Tahukah anda semuanya itu selalu harus diawali dengan persiapan yang matang dan mutlak harus dilakukan simulasi, apa pun jenis bisnis yang akan kita pilih.

Q. MEMPRODUKSI ALAT ALAT PROMOSI

Meski Usaha usaha baru sangat memerlukan promosi, sebagai besar pengusaha lebih banyak membuat sekedarnya saja, asal ada dan cukup memberikan informasi. Pengalaman kami mengatakan, selalu menyangka masalahnya ada pada biaya. Masalahnya adalah menemukan orang yang bisa membantu anda menerjemahkan produk anda dengan tepat. Perhatikan hal

hal berikut :Jika logo sudah final, maka langkah selanjutnya adalah membuat turunannya seperti:

- Kop surat dan amplop (jika perlu)
- Stempel
- Brosur (jika perlu)
- Display dan neon sign jika usaha anda adalah retail atau rumah makan
- Kemasan dan alat penunjang seperti tas plastic.

R. PILIHAN LEGALITAS USAHA FORMAL ATAU NON FORMAL

Untuk sebuah tahap awal prinsip yang harus anda lakukan adalah tekan fixed cost sebanyak mungkin apalagi sekadar untuk pembentukan formalitas seperti ini. Anda cukup mampu mengelola cash flow dengan nyaman.terlebih jika usaha anda tidak sering berhubungan dengan perusahaan secara formal . Bahkan jika anda selalu ikut tender di perusahaan - perusahaan besar sekali pun.

Peresmian

Banyak pemula yang menyalahartikan peresmian usaha dengan pembukaan yang glamor dan mewah sehingga melupakan sisi penting doa bersama dan sisi marketing yang dihasilkan sementara itu banyak juga orang yang melupakan peresmian karena beranggapan peresmian usaha adalah boros dan hanya buang buang uang. Akhirnya. Financial planning andalah yang menentukan seberapa besar budget anda untuk peresmian.berikutnya adalah memanfaatkan momen peresmian semaksimal mungkin.

Di bawah ini adalah tips yang penting untuk anda :

- Peresmian tempat usaha menjadi sebuah hal penting karena anda mengundang teman dan kerabat yang akan membantu anda memasarkan usaha anda .

- Peresmian dengan tumpengan sederhana dan doa bersama sudah cukup.
- Undang juga tetangga sekitar tempat anda buka usaha. Agar usaha anda dikenal didukung dan didoakan oleh orang-orang disekitar anda.
- Sebarkan voucher dan kupon diskon agar mereka bisa menggunakannya sendiri atau memberikannya pada orang lain untuk mencoba usaha anda.
- Jika anda memilih memproduksi brosur, titipkan brosur dalam jumlah tertentu kepada tamu undangan dan minta bantuan mereka untuk menyebarkannya kepada para kenalan. Hal ini efektif karena mereka pasti memuji usaha anda.

Proses Tambahan : Website dan seragam

Akhirnya perlu di perhatikan 2 poin terakhir ini karena keduanya memiliki sifat strategis dalam usaha anda . mari kita lihat satu per satu.

Website:

- Membuat website untuk beberapa bidang Industri adalah mutlak, seperti pada industry stoples cantik , jaket kulit atau ringan, bahkan rumah makan.
- Lakukanlah secara gratis , cari website yang memberikan anda kemudahan ini seperti : blogspot, Wordpress,weebly,multiply atau bahkan facebook.
- Jika anda merasa perlu alamat web personal, beli domain name saja (sekitar Rp 500-600 ribu Untuk 5 tahun) dan forward semuanya klik ke web hosting gratis anda Contoh adalah ketjap.net atau emasoekamto.com

Website menjadi salah satu tolak ukur kalau anda berani mencetak kartu nama. Alamat website yang tidak gratis menjadi syarat minimal. Alamat e-mail yang sesuai dengan nama domain anda.

Kalau menggunakan web hosting di luar negeri, biayanya berkisar Rp.150.000 per bulan, tergantung pergerakan kurs rupiah kita.

Belajar dari Common Mistakes

Akhirnya, pelajaran terbaik adalah pelajaran yang datang dari pengalaman. Harganya jelas lebih mahal dari pelajaran di bangku kuliah mana pun. Jika anda belum pernah mengalaminya secara langsung biasanya anda akan cenderung menganggap remeh. Meskipun demikian cobalah memberi perhatian ekstra pada poin-poin dibawah ini yang telah menelan banyak korban teman-teman seperjuangan anda :

- Membuat usaha bisnis secara legal di tahap awal atau terburu-buru pada bulan-bulan pertama, mengikat hubungan hukum tanpa mengalami kerja sama sebelumnya.
- Tidak melakukan riset mendalam terhadap persaingan dan kekuatan internal (SWOT analysis)
- Menghabiskan terlalu banyak dana untuk membeli peralatan dan renovasi termasuk sewa tempat, salah memilih lokasi.
- Membayar upah tenaga kerja lebih mahal dari pesaing
- Menggunakan tenaga kerja yang levelnya lebih tinggi dari pesaing.
- Cara terbaik mempelajari common mistakes adalah berinteraksi langsung dengan pelaku usaha yang pernah mengalaminya. Pelajari . pelajari kiat-kiat

mereka untuk bangkit dari kesalahan dan untuk memperbaiki kesalahan itu.

RINGKASAN

Dalam memulai sebuah usaha, langkah awal yang harus kita lakukan adalah mengenali peluang usaha, dengan adanya peluang ini barulah kita akan menyetarakan dengan potensi yang kita miliki agar kita bisa menentukan usaha apa yang bakal kita jalani. Setelah menentuka usaha yang kita jalani, kita harus fokus pada bidang yang telah kita tentukan tersebut dan tidak plin plan agar usaha berjalan sukses. Dan hal selanjutnya adalah berani memulai usaha tersebut, bukan hanya difikirkan saja tapi harus direalisasikan. Dalam memulai usaha ini kita bisa melakukan berbagai cara, diantaranya mendirikan sendiri, membeli perusahaan lain atau kerjasama dengan orang lain dalam melakukan perintisan usaha. Dengan begitu kita akan berkembang menuju karir sebagai pengusaha yang berhasil.

PERTANYAAN

1. Bagaimana cara memilih nama sebuah usaha baru?
2. Bagaimana agar Logo yang dita desain tidak serupa dengan yang dipunyai orang lain, bagaimana trik nya?
3. Apa startegi memilih tempat usaha baru?
4. Bagaimana agar mendapatkan aset yang murah untuk perlengkapan usaha baru?

BAB KETUJUH

ETOS KERJA DALAM ISLAM

Bekerja adalah fitrah dan sekaligus merupakan salah satu identitas manusia, sehingga bekerja yang didasarkan prinsip-prinsip iman tauhid, bukan saja menunjukkan fitrah seorang muslim, tetapi sekaligus meninggikan martabatnya sebagai Abdullah (hamba Allah) yang mengelola seluruh alam sebagai bentuk dari cara dirinya mensyukuri kenikmatan dari Allah Rabbul 'alamin. Di antara manusia ada yang enggan bekerja dan berusaha dengan alasan bertawakal dan pasrah kepada Allah SWT. Menunggu rezeki dari langit. Mereka salah memahami ajaran Islam, pasrah kepada Allah tidak berarti meninggalkan amal dan usaha yang merupakan sarana untuk memperoleh rezeki. Dengan demikian sangat besar tuntutan untuk bekerja, tidak ada alasan lagi bahwa kaum muslimin berada dalam kemunduran, pengangguran, kemiskinan dan keterbelakangan. Terlihatnya realita kehidupan umat seperti kemunduran, pengangguran, kemiskinan dan keterbelakangan ternyata melahirkan sinyalemen bahwa keadaan umat yang demikian dikarenakan umat muslim tersebut menderita kelemahan etos kerja.¹

Masalah etos kerja menjadi salah satu bahan pembicaraan yang ramai di masyarakat. Pembicaraan itu tidak jarang dalam suasana khawatir bahwa jika sebagai bangsa atau umat muslim tidak dapat menumbuhkan etos kerja yang baik, maka kemungkinan besar umat Islam akan ketinggalan oleh umat non-Muslim yang telah maju dan

¹ Taufik Abdullah, *Agama, Etos Kerja dan Pengembangan Ekonomi*, Jakarta: LP3SE, 1979, hal 77

makmur. Dengan demikian perlu adanya kesadaran yang mendalam dalam pribadi muslim untuk menumbuhkan semangat bekerja. Dengan cara pandang seperti ini, sadarlah bahwa setiap muslim tidaklah akan bekerja hanya sekedar bekerja, asal mendapat gaji, dapat surat pengangkatan atau sekedar menjaga gengsi supaya tidak disebut sebagai pengangguran karena kesadaran bekerja secara produktif serta dilandasi semangat tauhid dan tanggungjawab uluhiyah merupakan salah satu ciri khas karakter pribadi muslim.²

Berkenaan dengan uraian di atas, maka pembahasan selanjutnya yang akan dikupas oleh pemakalah adalah mengenai Etos Kerja dalam Islam yang dibuat sebagai pemenuhan tugas mata kuliah *Enterpreneurship Al-Qur'an*.

A. Pengertian Etos Kerja

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, etos adalah pandangan hidup yang khas dari suatu golongan sosial. Sedangkan etos kerja adalah semangat kerja yg menjadi ciri khas dan keyakinan seseorang atau suatu kelompok. Etos sendiri berasal dari bahasa Yunani yang berarti sesuatu yang diyakini, cara berbuat, sikap serta persepsi terhadap nilai bekerja. Sedangkan etos kerja Muslim dapat didefinisikan sebagai cara pandang yang diyakini seorang muslim bahwa bekerja tidak hanya bertujuan memuliakan diri, tetapi juga sebagai suatu manifestasi dari amal sholeh dan mempunyai nilai ibadah yang luhur.

Etos Kerja merupakan totalitas kepribadian diri serta cara mengekspresikan, memandang, meyakini, dan

² Toto Asmara, *Membudayakan Etos Kerja Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002, hal 67

memberikan sesuatu yang bermakna, yang mendorong dirinya untuk bertindak dan beramal secara maksimal.

A. Ayat-ayat Etos Kerja

Dalam al-Qur'an tidak ada sama sekali ayat atau surah yang membahas secara spesifik tentang etos kerja, hal ini bukan karena istilah etos kerja merupakan hal baru. Namun, sebagai kitab suci terakhir yang berfungsi sebagai petunjuk dan sebagai kitab yang akan terus relevan sepanjang masa, al-Qur'an pasti memuat ayat-ayat yang memberi isyarat tentang konsep-konsep moral yang berkaitan dengan upaya peningkatan etos kerja. Berikut beberapa ayat yang berkaitan tentang Etos Kerja :

1. Pentingnya Etos Kerja yang Tinggi

Surat ar-Ra'du ayat 11 :

Artinya: "Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak mengubah suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia." (Q.S ar-Ra'du: 11)

2. Perintah Bekerja

a. Surat al-Mulk: 15.

Artinya: "Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan". (Q.S al-Mulk: 15)

الاولئذ oleh Hamka di sini diartikan rendah, di bawah kaki manusia atau diinjak manusia. Bagaimanapun tingginya gunung, bila manusia mendakinya maka gunung

itu terletak di bawah kaki manusia juga. Dan Allah berfirman bahwasanya untuk berjalan ke seluruh penjuru yakni diseluruh permukaan bumi, yang tinggi hendaklah kamu daki, lurah yang dalam hendaklah kamu turuni, padang yang luas hendaklah kamu jelajahi, lautan yang dalam hendaklah kamu selami dan layari. Artinya, bumi yang rendah itu kuasailah, bongkarlah rahasianya, keluarkanlah kekayaannya, galilah hasil buminya, timbalah lautannya, gunakanlah kayu dan ikannya. Selanjutnya usahakanlah dengan segala daya upaya yang ada padamu, dengan akal, fikiran dan kecerdasan, untuk mencari rezeki-Nya. Tidak boleh hanya berpangku tangan menunggu rezeki, dan ingatlah bahwasanya dibalik usaha atau bekerja di dunia ini, hanya kepada-Nya lah kita kembali.³

b. Surat Al-Jumu'ah Ayat 9-10

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ .
وَدَرُّوا الْبَيْعَ ۚ تِلْكَمُ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ . فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ
وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

"Wahai orang-orang yang beriman! Apabila telah diseur untuk melaksanakan salat pada hari jum'ah, maka segeralah kamu mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui. Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung." (QS. Al-Jumu'ah : 9-10)

³ (Hamka, Tafsir al-Azhar, (Jakarta: Pustaka Panjimas, 1985), Juz: 28, h. 21-22)

Kandungan Ayat Al-Jumu'ah Ayat 9-10.

1. Seruan Allah Swt kepada orang-orang yang beriman agar melakukan keseimbangan antara kewajiban dalam beribadah dan bekerja. Ketika terdengar suara azan untuk menunaikan shalat maka segeralah menunaikannya dan ditinggalkanlah segala aktivitas keduanya.

2. Umat Islam yang telah selesai melaksanakan ibadah salat diperintah Allah Swt untuk berusaha dan bekerja agar memperoleh karunia-Nya. Karunia itu bisa berupa harta benda, kesehatan, pengetahuan, kedamaian dan kesejahteraan.

3. Umat Islam dianjurkan senantiasa untuk ingat kepada Allah Swt dimana saja, kapan saja dan dalam situasi yang bagaimanapun pula agar selalu zikrullah. Jika mereka dapat melakukan yang demikian itu maka merekalah yang akan memperoleh keberuntungan berupa kebahagiaan dan ketenangan hidup.

3. Bekerja dengan Halal, tidak riba dan tidak merugikan⁴

a. Surah Al-Baqarah ayat 168

يَأْيُهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”

b. Surah Al-Baqarah ayat 188

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخِلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِيَأْكُلُوا فَرِيقًا مِنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

⁴ T.H Thalhas, Fokus Isi dan Makna AlQur'an, 2008. Jakarta: Galura Pase

“Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.”

c. Surah Ali-Imran ayat 130

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda] dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.”

B. Ciri Etos Kerja Islami

Berikut adalah ciri-ciri etos kerja islami :

1. Bekerja Sebagai Kewajiban

Ciri etos kerja yang pertama adalah bekerja sebagai kewajiban. Islam mewajibkan manusia untuk bekerja dan bekerja sendiri tidak hanya bertujuan untuk memperoleh uang sehingga bisa membeli apa saja atau memaksimalkan konsumsi, namun bekerja adalah media untuk membuktikan jika manusia adalah khalifatullah yang patuh dalam mengikuti perintah Allah SWT dan peran pasar dalam perekonomian disini sangatlah penting.

Dalam hadits sudah disebutkan jika seseorang yang keluar mencari kayu bakar kemudian hasilnya dijual untuk bersedekah dan menghindari ketergantungan pada manusia akan lebih baik dibandingkan orang yang meminta minta pada orang lain baik diberi atau ditolak.

2. Menghargai Waktu

Salah satu esensi dan hakikat etos kerja dalam Islam adalah memahami, menghayati dan juga merasakan jika waktu sangatlah berharga dan waktu merupakan aset Ilahiyah yang sangat berharga yang juga menjadi upaya Indonesia menjadi negara maju. Sedangkan jika waktu diabaikan, maka akan diperbudak dengan kelemahan. Namun sebaliknya jika waktu dimanfaatkan dengan baik, maka akan ada di atas jalan keberuntungan seperti firman Allah SWT :“Demi masa, sesungguhnya manusia itu benar benar berada dalam kerugian kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh dan nasehat menasehati agar mentaati kebenaran dan nasehat menasihati agar menetapi kesabaran. (QS. Al ‘Ashr).

Berdasarkan firman Allah di atas, seorang muslim bagaikan kecanduan waktu yang tidak ingin setiap waktu terbuang percuma tanpa makna. Baginya, waktu adalah rahmat yang tidak terhitung dan pengertian makna waktu adalah rasa tanggung jawab yang besar atas kemuliaan hidup.

Sebagai konsekuensinya, ia akan menjadikan waktu sebagai wadah produktivitas dan ada semacam bisikan dalam jiwa agar tidak melewatkan sedetik pun dalam kehidupan ini tanpa memberikan arti.

3. Memiliki Niat yang Ikhlas

Salah satu kompetensi moral yang dimiliki seseorang yang berbudaya kerja Islami adalah nilai keikhlasan sehingga memandang sebuah tugas sebagai pengabdian, keterpanggilan untuk menunaikan tugas sebagai salah satu bentuk amanah yang harus dilakukan.

Motivasi unggul yang ada hanyalah pamrih pada hari nurani pribadi dan jika ada imbalan juga bukan menjadi tujuan utama namun hanya sekedar akibat sampingan dari pengabdian yang sudah dilakukan.

Sikap ikhlas bukanlah hanya sebuah output dari cara dirinya melayani namun juga sebagai input yang membentuk kepribadian berdasarkan sikap yang bersih. Bahkan, cara mencari rezeki, makanan dan minuman yang masuk ke dalam tubuh adalah bersih dan inilah salah satu cara mengatasi kesenjangan sosial ekonomi yang sebenarnya.

4. Memiliki Sifat Jujur

Shadiq atau orang yang jujur berasal dari kata shidq atau kejujuran. Kata shiddiq merupakan bentuk penekanan dari shadiq yang berarti orang yang didominasi dengan kejujuran. Dengan begitu, dalam jiwa seseorang yang jujur ada komponen nilai ruhani yang berpihak pada kebenaran dan sikap moral yang terpuji.

Perilaku yang jujur merupakan perilaku yang diikuti oleh sikap tanggung jawab atas apa yang diperbuat atau integritas. Kejujuran dan integritas bisa mendorong sikap untuk siap menghadapi resiko dan juga bertanggung jawab.

5. Mempunyai Sifat Percaya Diri

Pribadi muslim yang percaya diri akan tampil seperti lampu yang terang, memancarkan raut wajah yang cerah serta berkharisma. Orang yang berada di sekitarnya juga akan merasa optimis, tercerahkan, tenteram dan juga mutma'innah.

Percaya diri nantinya akan memberikan kekuatan, keberanian dan juga ketegasan dalam bersikap. Seseorang yang percaya diri akan tangkas dalam mengambil keputusan tanpa arogan atau defensive serta merasa tangguh dalam mempertahankan pendirian yang menjadi salah satu contoh tindakan manusia sebagai makhluk sosial.

6. Memiliki Sikap Bertanggung Jawab

Takwa adalah bentuk rasa bertanggung jawab yang dilaksanakan dengan penuh rasa cinta dengan menunjukkan amal prestatif di bawah semangat pengharapan ridha Allah sehingga akan sadar jika dengan bertaqwa berarti akan ada seperti nyala api dalam hati yang mendorong pembuktian atau menunaikan amanah sebagai rasa tanggung jawab yang mendalam atas kewajiban sebagai hamba Allah.

Tanggung jawab memiliki arti menanggung dan memberikan jawaban. Dengan begitu, pengertian taqwa yang bisa ditafsirkan adalah sebagai tindakan bertanggung jawab yang bisa didefinisikan sebagai sikap dan tindakan seseorang dalam menerima sesuatu sebagai amanah. Dengan penuh cinta, ia akan melakukannya dalam bentuk pilihan pilihan yang melahirkan ama prestatif. Dalam bekerja, seseorang akan dihadapkan pada tiga bentuk tanggung jawab yakni tanggung jawab pada Tuhan dan tanggung jawab pada diri sendiri. \

Prinsip Etos Kerja Dalam Islam

Pertama, bekerja secara halal (thalaba ad-dunya halalan).

Kedua, bekerja demi menjaga diri supaya tidak menjadi beban hidup orang lain (ta'afufan an al-mas'alah).

Ketiga, bekerja demi mencukupi kebutuhan keluarga (sa'yan ala iyalihi).

Keempat, bekerja untuk meringankan beban hidup tetangga (ta'aththufan ala jarihi).

C. Cerita Inspirasi Tentang Ekonomi Dari Sahabat Nabi Saw.

1. Abdurrahman bin Auf

Abdurrahman bin Auf adalah sahabat Rasulullah yang paling kaya, dan juga termasuk salah satu dari 10 sahabat yang dijamin masuk surga. Beliau seorang pengusaha muslim generasi awal yang kaya raya. Dalam berbisnis ia hanya mencari ridha Allah semata, ketulusan hatinya yang membuat ia disayang Allah dan diberi rezeki yang lebih. Ketika sedang berbisnis, tidak ada sedikit pun pikiran untuk memuaskan nafsunya yaitu pemikiran untuk mengambil keuntungan sebanyak-banyaknya.

Dalam bisnisnya, Abdurrahman menanamkan keyakinan dalam menjalankan perdagangan. Dan juga menjalankan strategi dengan memilih jenis usaha, kualitas dan layanan (mengandalkan kejujuran), beliau juga seorang pemimpin yang mengayomi, sistem bisnis lebih mengedepankan sedekah dan sangat menjaga sahabat dalam tim. Persahabatan yang dianjurkan dalam Islam menjadi salah satu keberhasilan Abdurrahman. Ketika beliau hijrah ke madinah, seorang sahabat yang memiliki rasa persaudaraan yang mengawali keberhasilan Abdurrahman. Beliau ditolong oleh sahabat yang bernama Sa'ad bin Rabi' untuk ditunjukkan sebuah pasar yang dapat menjadikannya sebagai pedagang.

Kuatnya persahabatan yang dijalin oleh Rasulullah telah menumbuhkan kasih sayang pada diri Sa'ad. Sa'ad berkata kepada Abdurrahman, "Silahkan ambil separuh hartaku untukmu" kemudian Abdurrahman menjawab, "Terima kasih, semoga Allah memberkati hartamu, tunjukkan saja padaku di mana letak pasar!". Beliau memilih untuk menjalankan perdagangan di pasar, itulah awal dari keberhasilan Abdurrahman bin Auf hingga menjadi pengusaha yang kaya raya.

Beliau lebih memilih untuk memulai usaha dari nol dari pada menerima pemberian orang lain. Sungguh menakjubkan sikap yang ditunjukkan oleh Abdurrahman, sikap keberanian dalam memulai sebuah usaha.

Abdurrahman suka menolong sesama pedagang di pasar. Ia dikenal karena kejujurannya dan kegemaran dalam bersedekah. Bahkan separuh harta kekayaannya disedekahkannya untuk perjuangan di jalan Allah bersama Rasulullah. Abdurrahman bin Auf sempat memiliki harta mencapai 560.000 dinar atau sekitar Rp.3.072 trilyun.

2. Urwah al-Bariqi

Urwah al-Bariqi adalah salah satu pengusaha yang pandai berkomunikasi, membangun relasi dan negoisasi. Adapun cerita tentang kemampuan bisnis Urwah. Pada suatu hari Urwah diberikan uang satu dinar oleh Rasulullah untuk membeli seekor kambing, kemudian beliau membeli dua kambing dengan harga satu dinar. Saat ia menuntun kedua kambing itu, tiba-tiba seorang laki-laki menghampirinya dan menawar kambing tersebut. Maka ia jual satu ekor kambing dengan harga satu dinar. Kemudian beliau menghadap Rasulullah dengan membawa satu dinar dan satu ekor kambing. Lalu Rasulullah meminta Urwah

untuk menceritakan kejadiannya, maka Rasulullah pun berdo'a," *Ya Allah berkatilah Urwah dalam bisnisnya*"

Dari cerita tersebut menampakkan bahwa Urwah pintar dalam berbisnis. Urwah mempunyai pribadi yang jujur dan amanah dengan menceritakan kejadian yang sesungguhnya dan juga menceritakan jumlah keuntungan yang ia peroleh, padahal Rasulullah saw. hanya membutuhkan satu ekor kambing dari uang satu dinar yang diberikan kepada Urwah.

D. Prinsip Bisnis Rasulullah Saw

Rahasia kesuksesan bisnis Rasulullah kuncinya yaitu sifat shiddiq, amanah, tabligh, dan fathanah. Sebagai kaum muslimin kita harus mencontoh keberhasilan Rasulullah dalam hal berbisnis.

Untuk lebih memahami konsep bisnis rasul, maka kisah di bawah ini sangat menggambarkan hal tersebut. Diriwayatkan dari Jabir bin Abdullah ra, ia berkata, "Aku keluar bersama Rasulullah pada perang Dzat ar-Riqa', dari Nakhil dengan mengendarai seekor unta yang lemah. Ketika Rasulullah kembali dari perang Dzat ar-Riqa', teman-temanku dapat berjalan dengan lancar, sementara aku tertinggal di belakang hingga beliau menyusulku. Beliau ber sabda kepadaku, "Apa yang terjadi denganmu, wahai Jabir?" Aku menjawab, "Wahai Rasulullah, untaku berjalan sangat pelan." Beliau bersabda, "Suruh ia duduk!" Aku mendudukkan untaku dan beliau juga mendudukkan untanya. Setelah itu beliau bersabda, "Berikan tongkatmu kepadaku!" Atau beliau bersabda: "Potongkan sebuah tongkat untukku dari pohon itu."

Lalu aku pun mengerjakan perintah Rasulullah SAW., dan beliau mengambil tongkat yang dimintanya. Beliau menusuk lambung untaku beberapa kali kemudian

bersabda, "Naikilah untamu!" Aku segera menaikinya. Demi Allah yang mengutus beliau dengan membawa kebenaran, untaku mampu menyalip unta beliau. Kami bercakap-cakap, ke mudian beliau bersabda, "Wahai Jabir, apakah engkau bersedia menjual unta mu kepadaku?" Aku menjawab, "Tidak wahai Rasulullah, namun aku akan menghibahkannya kepadamu." Beliau bersabda, "Juallah untamu ini kepadaku!"

Aku menjawab, "Kalau begitu, hargailah untaku ini." Beliau bersabda, "Bagaimana kalau satu dirham?" Aku menjawab, "Tidak, wahai Rasulullah, kalau harganya seperti itu, engkau merugi kanku." Beliau bersabda, "Dua dirham?" Aku menjawab, "Aku tidak mau seharga itu, wahai Rasulullah." Beliau terus menaikkan penawaran hingga harga unta itu mencapai satu uqiyah (kira-kira setara dengan 40 dirham).

Aku berkata, "Wahai Rasulullah, apakah engkau ridha dengan harga itu?" Beliau menjawab, "Ya." Aku berkata, "Kalau begitu unta ini menjadi milikmu." "Ya, aku telah terima" jawab beliau lalu bersabda, "Wahai Jabir, apakah engkau sudah menikah?" "Sudah, wahai Rasulullah," Jawabku. Beliau bertanya, "Dengan gadis ataukah janda?", "Dengan janda," Jawabku. Beliau bersabda, "Kenapa engkau tidak menikahi seorang gadis hingga engkau bisa bercanda dengannya dan ia bisa bercanda denganmu?" Aku menjawab, "Ayahku gugur di perang Uhud dan meninggalkan tujuh orang anak perempuan. Aku menikahi seorang wanita yang dewasa sehingga bisa mengurus dan mengasuh mereka."

Beliau bersabda, "Engkau benar, insyaAllah. Bagaimana jika telah tiba di Shirar (Sebuah tempat kira-kira 5 km dari kota Madinah) nanti aku perintahkan penyiapan

unta untuk disembelih, kemudian kita adakan jamuan daging unta pada hari tersebut hingga istrimu mendengar kabar tentang kita dan ia melepaskan bantalnya?" "Aku tidak memiliki bantal wahai Rasulullah," jawabku. Beliau bersabda, "Engkau akan memilikinya insyaAllah. Karena itu, jika engkau telah tiba di rumahmu, maka lakukanlah perbuatan orang cerdas."

Setibanya di Shirar, Rasulullah SAW, memerintahkan para sahabat untuk menyiapkan unta dan kemudian disembelih. Kami mengadakan jamuan makan pada hari itu. Pada sore hari, beliau masuk ke rumah, dan kami pun masuk ke rumah kami. Aku ceritakan kisah ini dan sabda Rasulullah kepada istriku. Istriku berkata, "Lakukanlah itu, dengar dan taatlah."

Esok paginya aku membawa unta, menuntun dan mendudukkannya di depan pintu masjid Rasulullah, kemudian aku duduk di dekat masjid. Ketika beliau keluar dan melihatnya, beliau bersabda, "Apa ini?" Para sahabat menjawab, "Ini unta yang dibawa Jabir." Beliau bersabda, "Di mana Jabir?" Aku pun di panggil, kemudian beliau bersabda, "Wa hai anak saudaraku, ambillah unta mu, karena ia menjadi milikmu!" Beliau memanggil Bilal dan bersabda kepa danya, "Pergilah bersama Jabir, dan beri kan kepadanya uang satu uqiyah!" Aku pergi bersama Bilal, dan kemudian ia memberiku uang satu uqiyah dan memberi sedikit tambahan kepadaku. Demi Allah, pemberian beliau tersebut terus berkembang dan bisa dilihat tempatnya di rumahku hingga aku mendapat musibah di perang al- Harrah belum lama ini.

Dari kisah Jabir ra di atas, ada beberapa hikmah yang dapat diambil. Per tama, dalam muamalah, komunikasi sosial sangat penting. Rasulullah SAW sangat dikenal memiliki kepribadian yang santun dalam ucapan

dan tingkah lakunya. Dari kisah di atas, beliau mengajak berdialog dengan komunikasi yang sangat santun. Menurut ahli tafsir, sebenarnya, beliau ingin mengetahui berapa kebutuhan sahabatnya. Namun, beliau tidak serta merta "to the point" menanyakannya kepada Jabir ra, melainkan beliau ajak dialog. Secara nyata, beliau melakukannya dengan penawaran beli unta yang dimiliki sahabatnya dan beliau lakukan dengan setahap demi setahap hingga mencapai penawaran yang diinginkan sahabatnya, sehingga kemudian beliau mengetahui bahwa sebesar itulah yang dibutuhkan oleh sahabatnya.

Cara ini masih berlaku pada zaman beliau, yaitu ketika kaum mukminin memiliki kepribadian yang luhur termasuk memegang teguh kejujuran. Sehingga, dari cara ini, Jabir ra sangat dapat dipercaya bahwa memang sebesar itulah kebutuhan beliau. Dari cara ini pula, pertanyaan Rasulullah SAW dapat terjawab.

Kedua, dalam bermuamalah, tidak ada jual beli bersyarat, sehingga ketika menawarkan pembelian, Rasulullah SAW tidak lantas kemudian mensyaratkan bahwa untanya bisa dipakai terlebih dahulu jika ingin dibeli, melainkan dilakukannya sesudah kesepakatan telah dibuat. Rasulullah SAW masih mengizinkan sahabatnya untuk menungganginya. Sebagaimana tafsir di atas, sebenarnya, Rasulullah SAW tidak berniat serta merta membeli unta Jabir ra.

Ketiga, kepribadian Rasulullah SAW yang sangat mulia tercermin dari tindakan beliau yang kemudian memberikan unta yang dibelinya tersebut kepada pemilik awalnya, Jabir ra. Sejak awal, rencana beliau adalah untuk membantu sahabatnya, dan bukan menambah asetnya. Kita patut meniru Rasul SAW bahwa prioritas utama

perencanaan keuangan kita sepatutnya adalah sedekah dan manfaat bagi yang lain, dibandingkan dengan mengumpulkan, menumpuk, dan memperbesar aset, hingga menghitung-hitungnya dan akhirnya menjadi pelit atau enggan membaginya untuk lingkungan sekitar.

E. Hukum meminta upah dari mengajar Al-Qur'an

Allah menurunkan Al-Qur'an untuk diamalkan, ditadabburi dan direnungi. Seperti dalam firman Allah Qs. Shaad :29), "Ini adalah sebuah kitab yang kami turunkan kepadamu dengan berkah supaya mereka memperhatikan ayat-ayatnya". Maksud dari ayat ini Allah menurunkan Al-Qur'an bukan untuk dijual, tetapi untuk diamalkan dan diajarkan kepada manusia.

Mengajarkan Al-Qur'an kepada manusia itu membutuhkan waktu luang dan kesabaran. Menurut pendapat yang shahih, diperbolehkan untuk memberi upah kepada pengajar Al-Qur'an agar dapat membantu dan memenuhi kebutuhannya. Maksud disini bukan menjual ayat Al-Qur'an tetapi merupakan perbuatan untuk menolong pengajar tersebut. Sehingga pengajar itu tidak menyia-yiakan sebagian waktunya untuk mencari rezeki dan memenuhi kebutuhan dirinya dan keluarganya. Demikian pula apabila seseorang membacakan ayat Al-Qur'an dan meruqyah orang yang sakit maka tidak apa-apa memberikan upah kepadanya.

Oleh karena itu, memberikan sesuatu kepada seseorang yang telah membacakan ayat Al-Qur'an kepada manusia ataupun mengobatinya hukumnya tidak mengapa, sebagaimana memberikan upah kepada seorang pengajar Al-Qur'an itu termasuk dalam bab tolong menolong pada perkara yang dapat memberikan manfaat

untuk sesama manusia. Seperti dalam hadis yang diriwayatkan oleh Bukhari dalam shahihnya :

إن أحق ما أخذتم عليه أجرأ كتاب الله

”Sesungguhnya sesuatu yang paling berhak untuk kalian ambil sebagai upah adalah kitab Allah”.

RINGKASAN

Etos kerja islami merupakan semangat dan totalitas sikap dalam bekerja dan dilandasi dengan niatan lillahita’ala sehingga pekerjaannya tersebut selain mendatangkan materi juga menjadi amal.

Komponen Dasar Etos Kerja Dalam Islam

1. Iman dan Taqwa
2. Niat (komitmen)

Prinsip Etos Kerja Dalam Islam

Pertama, bekerja secara halal (thalaba ad-dunya halalan).

Kedua, bekerja demi menjaga diri supaya tidak menjadi beban hidup orang lain (ta’affufan an al-mas’alah).

Ketiga, bekerja demi mencukupi kebutuhan keluarga (sa’yan ala iyalihi).

Keempat, bekerja untuk meringankan beban hidup tetangga (ta’aththufan ala jarihi).

PERTANYAAN

1. Bagaimana Konsep Etos erja yang didesain oleh Islam?
2. Ceritaah kisah inspiratif tentang bisnis para sahabat Nabi saw?
3. Bagaimana Prinsip Bisnis Nabi Muhammad saw?

4. Apa Hukum meminta upah mengajarkan Al Qur'an? Jelaskan alasan anda?

BAB KEDELAPAN

JEJAK BISNIS RASULULLAH SAW DAN PARA SAHABAT

A. Utsman bin Affan dan Bisnis Sumur Raumah

Utsman bin Affan merupakan Khulafaur Rasyidin yang ke-3, setelah Khalifah Umar Bin Khattab R.A. Utsman bin Affan adalah menantu sekaligus sahabat Nabi Muhammad SAW. Ia juga dikenal sebagai seorang saudagar yang kaya dan sangat dermawan. Beliau adalah seorang pedagang kain yang kaya raya. Kekayaannya ini ia belanjakan guna mendapatkan keridhaan Allah SWT, yaitu untuk pembangunan umat dan ketinggian Islam. Beliau memiliki kekayaan ternak lebih banyak dari pada orang arab lainya pada saat itu.

Berbisnis dengan Allah tidak akan pernah membawa kerugian. Hal itulah yang ditunjukkan Utsman pada kisah ini. Waktu itu, kota Madinah dilanda paceklik sehingga kesulitan mendapatkan air bersih. Satu-satunya yang tersisa adalah sumur milik seorang Yahudi yang bernama sumur Raumah. Kaum muslimin dan penduduk Madinah harus antre dan membeli air bersih orang Yahudi tersebut. Nabi kemudian menghimbau agar ada dari kaum muslimin yang bisa membebaskan sumur itu dan menyumbangkannya untuk ummat agar mendapatkan surga Allah SWT.

Utsman bin Affan Ra tergerak hatinya dan menemui Yahudi pemilik sumur Raumah. Namun, meski Utsman memberikan penawaran harga tertinggi, si Yahudi tidak mau menjualnya. Dia bilang, "Seandainya sumur ini aku jual kepadamu wahai Ustman, maka aku tidak bisa

mendapatkan penghasilan yang bisa aku peroleh setiap hari.”¹

Kecerdikan Utsman bin Affan

Karena ingin sekali mendapatkan pahala berupa surga Allah, Utsman sebagai seorang pebisnis tidak kehilangan akal mengatasi penolakan Yahudi itu. “Bagaimana kalau aku beli setengahnya saja dari sumur mu? ”Utsman mencoba bernegosiasi. “Maksudmu?” tanya yahudi keheranan. “Jika engkau setuju, kita memiliki sumur ini bergantian. Satu hari sumur ini milikku, esoknya kembali menjadi milikmu. Lusa menjadi milikku lagi. Begitu seterusnya berganti-ganti setiap hari. Bagaimana?” Jelas Utsman. Yahudi itu pun berpikir cepat, “Aku mendapatkan uang besar dari Utsman tanpa kehilangan sumur milikku.” Akhirnya dia menerima tawaran Utsman. Hari pertama itu disepakati sumur milik Utsman. Beliau mengumumkan kepada penduduk Madinah yang mau mengambil air di sumur Raumah. Mereka dipersilakan mengambil air secara gratis seraya mengingatkan agar mereka mengambil air dalam jumlah yang cukup untuk 2 hari karena esoknya sumur itu akan menjadi milik orang Yahudi itu lagi.

Keesokan harinya, si Yahudi mendapati sumur miliknya sepi pembeli karena penduduk masih memiliki persediaan air di rumah. Yahudi itupun mendatangi Utsman dan berkata, “Wahai Utsman belilah setengah lagi sumurku ini dengan harga sama seperti engkau membeli setengahnya kemarin.” Utsman setuju lalu dibelinya dengan harga 20.000 dirham. Maka sumur itupun menjadi milik Utsman sepenuhnya. Utsman lalu mewakafkan

¹ Rachmawati, Fauziah. *Sepuluh Kunci Rezeki Ala Sahabat Rasulullah*, Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2015, hal 45

sumur Raumah. Sejak itu, sumur Raumah bisa dimanfaatkan oleh siapa pun termasuk si Yahudi, pemilik lamanya.

Pahala Yang Terus Mengalir

Beberapa waktu kemudian, tumbuhlah pohon kurma di sekitar sumur. Jumlahnya terus bertambah dan dipelihara oleh Bani Utsmaniyah. Lalu disusul pemeliharannya oleh pemerintah Saudi hingga berjumlah 1.550 pohon. Selanjutnya, Departemen Pertanian Pemerintah Saudi menjual hasil kebun kurma ini ke pasar-pasar. Setengah dari keuntungan disalurkan untuk anak-anak yatim dan miskin. Setengahnya lagi disimpan dalam bentuk rekening di salah satu bank atas nama Utsman bin Affan sampai sekarang sejak 1400 tahun yang lalu.

Waktu terus berjalan hingga uang di bank itu cukup untuk membeli sebidang tanah dan membangun hotel yang cukup besar di lokasi strategis dekat Masjid Nabawi. Hotel itu kemudian diberi nama Hotel Utsman bin Affan karena dibangun dari uang rekeningnya. Hotel tersebut diperkirakan dapat menghasilkan omzet sekitar RS 50 juta per tahun. Setengah keuntungannya untuk anak yatim dan fakir miskin, dan setengahnya lagi kembali dimasukkan ke rekening Utsman di bank.

Model Bisnis

Kisah ini benar-benar menjadi bukti bahwa kalau berdagang mengharap ridha Allah SWT maka akan selalu menguntungkan, tidak akan pernah merugi. Ini salah satu bentuk sedekah jariyah yang pahalanya terus mengalir. "Apabila manusia meninggal dunia, terputuslah segala amalannya, kecuali dari tiga perkara: shadaqah jariyah, ilmu yang bermanfaat atau anak shaleh yang mendoakannya". [HR. Muslim, Abu Dawud dan Nasa'i].

Dan disebutkan pula pada hadits riwayat Ibnu Majah dan Baihaqi dari Abi Hurairah Radhiyallahu 'anhu, dia berkata: Rasulullah Shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Sesungguhnya di antara amalan dan kebaikan seorang mukmin yang akan menemuinya setelah kematiannya adalah: ilmu yang diajarkan dan disebarkannya, anak shalih yang ditinggalkannya, mushaf yang diwariskannya, masjid yang dibangunnya, rumah untuk ibnu sabil yang dibangunnya, sungai (air) yang dialirkannya untuk umum, atau shadaqah yang dikeluarkannya dari hartanya di waktu sehat dan semasa hidupnya, semua ini akan menemuinya setelah dia meninggal dunia".²

B. Abdurrahman Bin Auf

Abdurrahman Bin Auf lahir pada tahun gajah ke sepuluh. Tepatnya pada tahun 581 M. Usianya tidak terpaut begitu jauh dengan Rasulullah SAW, yang lahir di tahun 571 M, hanya berselisih sepuluh tahun lebih muda. Dalam sebuah kisah diceritakan beliau memiliki tampilan fisik yang nyaris sempurna sebagai laki-laki. Gondrong, hidung mancung, bahu lebar, leher panjang, dan segala kelebihan lainnya. ia mengenal Islam melalui sahabatnya Abu Bakar, dan termasuk dalam *Asabiqun alawwalun* (orang-orang yang pertama masuk Islam). Beliau adalah sahabat Rasulullah Saw yang paling kaya, salah satu dari 10 sahabat yang dijamin masuk surga, dan yang tak kalah luar biasa, beliau adalah seorang pengusaha muslim generasi awal yang kaya raya. Di akhir hidupnya ia meninggalkan 36 anak, 28 diantaranya laki-laki, dan sisanya perempuan dari ke empat orang istri.

²Rachmawati, Fauziah, *10 Kunci Rezeki Ala Sahabat Rasulullah*, Jakarta: Bhuana Ilmu Populer 2015

Uniknya, meski ia telah memberikan sebagian besar hartanya di jalan Allah, bahkan dikatakan habis. Namun pada kenyataannya ketika ia meninggal, ia masih memiliki warisan yang jumlahnya *masyaAllah*.

Sungguh banyak teladan yang dapat direngkuh dari sepak terjang bisnisnya. Salah satunya adalah pada prinsip manajemen bisnis yang dipegang kuat dan diterapkan secara konsisten dan penuh komitmen sebagai berikut.

Tidak sekadar mencari uang, melainkan mencari ridha Allah saja Inilah yang menjadikan beliau berbeda dari pelaku bisnis lain pada masa itu. Ketika yang lain sibuk dan memfokuskan diri ke harta bisnis, beliau malah tidak terlalu mencari, lantas menghawatirkannya. Ia memilih membenarkan niatnya tidak semata-mata karena harta, melainkan karena Ridha Allah semata. Niat hatinya yang membuat ia disayang Allah, dan diberi rezeki berlebih. Ketika ia sedang berbisnis, pikiran terhadap pemuasan nafsu dibuangnya jauh-jauh. terutama pemikiran untuk mengambil keuntungan sebanyak-banyaknya.

Dalam bisnisnya Disebutkan, bahwa Abdurrahman menanamkan keyakinan dalam menjalankan perdagangan. Lalu, ia juga menjalankan strategi dengan memilih jenis usaha, kualitas barang dan layanan (yang mengandalkan kejujuran), sangat menjaga sahabat dalam tim, seorang pemimpin yang mengayomi, sistem bisnis yang mengedepankan sedekah. Makna persahabatan yang dianjurkan dalam Islam menjadi salah satu dasar yang mendorong keberhasilan Abdurrahman. Ketika Ia sampai di Madinah dalam masa Hijrah, seorang sahabat yang begitu memiliki rasa persaudaraan telah mengawali keberhasilan Abdurrahman. Ia ditolong seorang sahabat

bernama Sa'ad bin Rabi', untuk ditunjukkan sebuah pasar yang dapat menjadikannya sebagai pedagang.³

Suka Menolong

Kuatnya persahabatan yang dijalinan oleh Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam, telah menumbuhkan kasih sayang pada diri, Sa'ad. Ia pun berkata kepada Abdurrahman. "Silahkan ambil separuh hartaku untukmu." Namun, apa jawaban Abdurrahman: "Terima Kasih, Semoga Allah memberkahi hartamu, tunjukkan saja padaku di mana letak pasar!" Pilihan untuk memulai menjalankan perdagangan di pasar itu lah yang menjadi awal dari keberhasilan Abdurrahman bin Auf menjadi pengusaha kaya raya.

Sungguh menakjubkan sikap yang ditunjukkan Abdurrahman bin Auf ini, beliau lebih memilih untuk memulai usaha dari *nol* daripada menerima pemberian orang lain. Inilah sikap yang patut ditiru dengan sikap berani untuk memulai usaha. Sangat hebat juga Sa'ad yang begitu dengan lapang hati menolong Abdurrahman menunjukkan pasar dan segala peralatnya.

Melibatkan Allah

Dalam tulisan Mirza Nasution, pada artikel, *Era Muslim, 2013*, tentang Abdurrahman bin Auf, disebutkan bahwa sahabat ini tidak hanya mengedepankan soal strategi dan nilai persahabatan saja tetapi juga melibatkan Allah SWT dalam menjalankan perdagangannya. Abu Hurairah meriwayatkan bahwa Rasulullah SAW bersabda: "*barangsiapa yang memberikan kemudahan (membantu) kepada orang yang kesusahan, niscaya Allah akan membantu memudahkan urusannya di dunia dan di akhirat. Dan*

³ Muliana, *Konsep Dakwah Entrepreneur Menurut Abdurrahman bin Auf*, Jurnal Idarah, Vol 1 No 2, 2017 hal 229

barangsiapa yang menutup aib orang muslim , niscaya Allah akan menutup aibnya dunia dan akhirat. Sesungguhnya Allah akan selalu menolong seorang hamba selama dia gemar menolong saudaranya.(HR. Muslim)

Mengurai isi hadis shahih di atas, makna dan rumusan urusan ujian manusia maupun bisnis muslim dalam hal ini adalah pada titik tertolong-menolong, yang akan memperoleh bantuan Allah. Yakni : *“Barangsiapa yang membantu menghilangkan satu kesedihan (kesusahan) dari sebagian banyak kesusahan orang mukmin ketika didunia maka Allah akan menghilangkan satu kesusahan (kesedihan) dari sekian banyak kesusahan dirinya pada hari kiamat kelak”*.

Itu pula yang terjadi antara Sa’ad dengan Abdurrahman, yang pada saat itu Abdurrahman bin Auf, tak memiliki pekerjaan dan tidak juga memiliki harta saat datang di Madinah pada masa hijrah.⁴

Sepenggal kisah seorang entrepreneur sahabat Rasulullahmenuliskan bagaimana orang selalu menyertakan Allah SWT dalam menjalankan perdagangannya. Abdurrahman bin Auf, sangat suka menolong sesama para pedagang di pasar. Ia pun amat jujur dan gemar sedekah. Dikenal masyarakat Arab karena kejujurannya dan kegemarannya bersedakah dari sebagian hartanya. Bahkan separoh harta kekayaannya disedekahkannya untuk perjuangan di jalan Allah bersama Rasulullah. Abdurrahman bin Auf sempat memiliki harta kekayaan mencapai 560,000 dinar atau sekitar Rp 3.072

⁴ Rachmawati, Fauziah. 2015. 10 Kunci Rezeki Ala Sahabat Rasulullah, PT. Bhuana Ilmu Populer : Jakarta

trilyun. Harta itu kemudian menjadi warisannya kepada empat istrinya.⁵

C. Urwah Al-Bariqi

Urwah al-Bariqi adalah salah satu pengusaha yang pandai berkomunikasi, membangun relasi, dan negosiasi. Ada beberapa cerita tentang kemampuan bisnis Urwah, di antaranya ketika Urwah diberi uang satu dinar oleh Rasulullah SAW untuk membeli seekor kambing. Kemudian beliau membeli dua ekor kambing dengan harga satu dinar. Ketika ia menuntun kedua ekor kambing itu, tiba-tiba seorang lelaki menghampirinya dan menawarkan kambing tersebut. Maka ia jual satu ekor kambing dengan harga satu dinar. Beliau pun menghadap Rasulullah SAW dengan membawa satu dinar dan satu ekor kambing. Rasulullah SAW lalu meminta penjelasannya dan Urwah menceritakan kejadiannya, maka Rasulullah SAW pun berdoa, *“Ya Allah berkatilah Urwah dalam bisnisnya”*.

Cerita tersebut menampakkan bahwa Urwah pintar berbisnis. Selain itu, Urwah merupakan pribadi yang jujur dan amanah dengan menceritakan kejadian yang sesungguhnya bahkan menceritakan juga jumlah keuntungan yang ia peroleh, padahal Rasulullah SAW hanya membutuhkan 1 ekor kambing atas uang 1 dinar yang diberikan kepada Urwah. Dalam suatu riwayat, Urwah juga dikisahkan bias menjual semua barang yang ada di tangannya.⁶

⁵ Putri Apria Ningsih., *Studi Deskriptif tentang Abdurrahman bin Auf Prototype Entrepreneur Muslim Sukses*, Jurnal Imara, Vol 1 Nomor 1 Desember 2007

⁶ <https://pegadaiansyariah.co.id/teladani-3-kisah-sahabat-nabi-yang-sukses-berbisnis-detail-19923>

D. RAHASIA KESUKSESAN BISNIS RASULULLAH SAW DAN SAHABAT

Kuncinya adalah sifat shiddiq, amanah, tabligh, dan fathanah. Tak hanya Rasulullah, para sahabat pun merupakan entrepreneur yang andal. Mereka sangat terampil dalam menjalankan bisnis. Kekayaan mereka mencapai ribuan dinar, atau dengan kata lain mereka merupakan para konglomerat. Beberapa sahabat Rasul yang menjadi konglomerat tersebut, antara lain, Umar bin Khattab, Utsman bin Affan, Zubair bin Awwam, dan Amr bin Ash. Namun, di antara para sahabat Rasul, yang kekayaannya terbanyak dan bisnisnya tersukses yakni Abdurrahman bin Auf.

Sekali duduk di majelis, Abdurrahman bin Auf mampu menyumbang ribuan dinar. Dia merupakan sosok kaya raya yang amat rendah hati. Sumbangan terbesarnya bagi Muslimin yakni saat Rasulullah hendak melaksanakan Perang Tabuk. Saat itu Rasulullah dilanda kekurangan perbekalan yang amat sangat.

Datanglah Abdurrahman bin 'Auf membawa dua ratus 'uqiyah emas atau jika dinilai saat ini sekitar Rp 2,9 miliar kemudian menginfakkannya di jalan Allah. Melihat besarnya harta yang diinfakkan, Umar bin Khattab berdecak heran. "Sungguh aku melihat, Abdurrahman merupakan orang yang berdosa karena dia tidak meninggalkan sesuatu apa pun untuk keluarganya," ujar Umar.

Rasulullah pun bertanya kepada Abdurrahman bin Auf saat itu, "Wahai Abdurrahman, apa yang telah engkau tinggalkan untuk keluargamu?" Dia pun kemudian menjawab, "Wahai Rasulullah, aku telah meninggalkan

untuk mereka lebih banyak dan lebih baik dari yang telah aku infakkan," jawab Abdurrahman bin Auf.⁷

Rasulullah kembali bertanya, "Apakah itu?" Abdurrahman menjawab, "Apa yang dijanjikan oleh Allah dan Rasul-Nya berupa rezeki dan kebaikan serta pahala yang banyak," jawabnya ringan.

Kekayaan Abdurrahman bin Auf tak menjadikannya sombong seperti Qarun di masa Nabi Musa. Dia terkenal sangat dermawan dan baik hati. Tak heran jika dia termasuk 1 dari 10 sahabat yang dijanjikan surga. Untuk meraih kekayaan tersebut, Abdurrahman bin Auf melakukan wirausaha. Dia memiliki etos kerja yang tinggi. Jiwa entrepreneur jelas melekat pada dirinya hingga menjadi pengusaha paling sukses kala itu.

Jiwa wirausaha Abdurrahman bin Auf terlihat saat hijrah ke Madinah. Kekayaannya di Makkah telah ditinggalkannya. Namun, saat tinggal di kota Rasul, hal pertama yang ia cari ialah pasar. Bahkan, dia enggan menerima begitu saja bantuan dari kaum Anshar. Saat di Madinah, Rasulullah menyaudarakan Abdurrahman bin Auf dengan Sa'ad bin Rabi'. Saudara angkat tersebut pun berkata kepada Abdurrahman, "Wahai saudaraku, aku memiliki dua kebun, pilihlah mana yang engkau suka, lalu ambillah," ujarnya. Namun, Abdurrahman bin Auf justru menjawab, "Semoga Allah memberikan berkah kepada harta dan keluargamu. Akan tetapi, tunjukkanlah kepadaku pasar," ujar Abdurrahman.⁸

⁷ <https://khazanah.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-digest/18/12/11/pjkfr1313-rahasia-sukses-bisnis-rasul-dan-para-sahabat-part1>

⁸ <http://www.maktour.co.id/read/509/artikel/rahasia-sukses-bisnis-rasul-dan-para-sahabat>

Keberhasilan Rasulullah dalam berbisnis amat patut dicontoh kaum Muslimin. Terlepas dari jiwa entrepreneur dan keturunan yang memang dari para pengusaha, Rasulullah memiliki rahasia kunci sukses bisnisnya. Muhammad Sulaiman PhD dan Aizuddinur Zakaria dalam Jejak Bisnis Rasul menuturkan, terdapat empat sifat nabi yang harus ada dalam diri seorang pengusaha. Empat sifat tersebut yaitu shiddiq (jujur), yakni jujur pada diri sendiri dan orang lain akan melahirkan sifat keyakinan dan keberanian menghadapi ujian.

Kemudian, amanah (dapat dipercaya), mendorong seseorang untuk bertanggung jawab, membangun kekuatan diri dan memperbaiki kualitas hubungan sosial. Lalu tablig (komunikatif), yang berarti pebisnis harus menjadi marketing yang hebat dan seorang pembicara yang unggul. Dan terakhir, fathonah (cerdik), yaitu pebisnis harus memiliki kemampuan melihat sesuatu dari sudut pandang berbeda, lalu muncul kreativitas, ide, dan wawasan. Sehingga, produk atau jasa yang dihasilkan menjadi unggulan.

Beberapa contoh prinsip-prinsip bisnis yang digali dari sifat Rasulullah, menurut Sulaiman dan Zakaria, misalnya, re-branding dengan mengubah Yatsrib menjadi Madinah. Contoh lain yakni pemasaran holistic terlihat dari strategi rasul membagi empat pasukan saat fathul makkah. Lalu sifat visioner, rasul menyetujui perjanjian hudaibiyah yang merugikan saat perjanjian itu ditandatangani, namun menguntungkan di masa yang akan datang. Serta sifat lain Rasulullah yang begitu mencerminkan entrepreneur.

Malahayati dalam Rahasia Bisnis Rasulullah mengatakan, Rasulullah sukses dalam berwirausaha

karena meyakini kerja sebagai ibadah. Dia sangat kreatif, visioner, the power of love, dan pandai bersyukur. "Sukses bisnis Rasulullah karena manajemen yang andal, memahami konsumen, serta pintar melihat pangsa pasar," ujarnya.⁹

RINGKASAN

Bisnis Merupakan Pekerjaan Terbaik yang direkomendasikan Rasulullah saw, Beliau sendiri seorang Entrepreneur yang sukses, memulai karir dari hanya seorang penggembala dengan upah yang tidak seberapa, kemudia menjadi konglomerat muda yang mampu memberi mahar kepada istrinya 100 ekor unta. Keberhasilan ini dilandasari pada 10 prinsip bisnis yang beliau jalankan yaitu: memiliki pengetahuan yang cukup, Jujur dan amanah, Menghindari sumpah dengan nama Allah, Disiplin Waktu, Toleransi, bisnis yang halal yang dijalankan, Administrasi yang rapi, Banyak istighfar dan berdo'a, Membayar zakat dan bersedeqah dan Silaturrahmi.

PERTANYAAN

1. Bagaimana Strategi bisnis yang diterapkan oleh Nabi Muhammad saw?
2. Bagaimana sahabat mempraktekkan bisnis ala Nabi Muhammad saw?
3. Bagaimana pandangan bisnis menurut para Sahabat Nabi saw?
4. Apakah bisnis akan berhasil jika menerapkan bisnis ala Nabi saw? Sertaan dengan alasan yang lengkap?

⁹ <https://m.republika.co.id/amp/pjkfr1313>

BAB KESEMBILAN

MEMBACA PELUANG BISNIS AL QUR'AN DUNIA GLOBAL

Menjadi entrepreneur muda yang sukses dengan usaha bisnisnya pasti menjadi impian bagi banyak orang. Maka untuk mewujudkan mimpi tersebut ada hal yang wajib diketahui banyak orang. Hal terpenting, untuk membuat suatu usaha sebenarnya bukan hanya soal modal, bukan bakat atau pun berbagai hal lainnya. Melainkan kemampuan untuk melihat peluang usaha apa yang akan dijalankan. Tanpa melihat peluang usaha dengan jeli, maka seseorang tidak akan bisa menemukan usaha atau bisnis apa yang cocok untuk dia jalankan. Jika terasa kesulitan untuk melihat peluang bisnis yang ada, maka ada langkah-langkah untuk melihat peluang usaha dengan mudah. Langkah-langkahnya yaitu sebagai berikut:

A. MELACAK PELUANG BISNIS LOKAL

a. Baca peluang kompetensi diri sendiri

Salah satu peluang usaha yang bias diciptakan dengan mudah dan cepat adalah dengan melihat potensi apa yang kamu miliki. Melihat berbagai peluang yang ada pada dirimu bisa menjadi kunci sukses untuk berbisnis yang sangat menguntungkan. Potensi yang ada pada dirimu belum tentu dimiliki oleh orang lain, sehingga dengan melihat potensi yang ada terlebih dahulu, maka tidak akan mudah untuk orang lain tiru. Gali terus apa yang menjadi potensi pada diri sendiri. Sekecil apapun potensi yang ada, hari setiap yakin bahwa potensi tersebut

bisa memberikan peluang usaha dengan hasil yang semakin banyak.¹

Usaha yang cocok untuk seseorang bias saja bermula dari hobinya sendiri. Karena peluang bisnis atau usaha terkadang tidak luput dari pemikiran banyak orang adalah berhubungan dengan hobi. Sekarang dengan media sangat mudah menjadi alat untuk mempromosikan usaha kita, seperti internet kamu bisa melakukan apapun dengan hobi tersebut. Seseorang bisa mencari apa saja dari hobinya yang dibutuhkan banyak orang, dengan begitu seseorang akan mudah mencari penghasilan sekaligus menyalurkan kegemarannya. Sebuah bisnis yang dibangun dari hobi, pelaku usaha akan lebih berpotensi dapat meraih kesuksesan dan menghasilkan keuntungan. Sebab, jika melakukan kegiatan yang disukai tentunya tidak akan merasa terbebani.

Banyak peluang bisnis yang berawal dari hobi, contohnya hobi dalam bidang fotografi. Memotret adalah sebuah kegiatan yang banyak disukai oleh masyarakat, terkadang orang yang menggemari hobi ini tidak akan segan untuk mengeluarkan modal yang besar, bahkan rela mengeluarkan uang yang lebih untuk mencari spot-spot atau tempat terbaik untuk mengambil foto. Dari hobi ini, seseorang bisa memanfaatkan untuk menjadi hobi tersebut sebagai peluang bisnis yang menguntungkan. Seperti, menyediakan jasa foto acara pernikahan, foto prewedding, dan acara-acara lainnya yang membutuhkan pengabdian gambar.

b. Membawa Usaha di Daerah lain ke Daerahnya

¹ Sumber nya <https://koinworks.com/blog/tips-mengembangkan-usaha-hingga-ke-mancanegara/>

Jika seseorang belum bias menggali potensi apa yang ada pada dirinya. Maka langkah kedua yang diambil adalah melihat peluang usaha yang kiranya sedang berkembang di daerah lain. Seseorang bisa mencari referensi dari daerah lain untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk dijadikan sebagai usaha atau bisnis yang akan dijalankan. Dan seseorang harus memastikan terlebih dahulu, usaha yang berkembang di daerah lain itu masih sedikit bahkan belum ada yang menjalankan di daerah yang akan kamu kembangkan usaha tersebut.

Dengan melihat peluang dari daerah lain, kemudian dibawa ke daerahnya. Seseorang akan menciptakan hal yang baru, karena belum ada di daerah nya sebelumnya, sehingga usaha tersebut mudah diterima oleh orang-orang sekitar.²

c. Update Wawasan Tentang Perkembangan yang Ngetrend atau Hit Saat ini

Salah satu cara yang paling ampuh untuk mengetahui apa saja usaha yang patut untuk dirintis oleh seseorang adalah dengan terus update pengetahuannya. Seseorang bisa mencari informasi melalui media sosial, internet atau dari berbagai orang tentang hal yang saat ini sedang dipopulerkan oleh masyarakat. Dengan demikian, seseorang bias menciptakan usaha yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat pada saat itu. Namun, yang perlu diingat jika kamu tidak menciptakan usaha yang baru dan mengikuti trend saat itu juga, berarti seseorang harus membuat usahanya benar-benar berbeda jika dibandingkan dengan usaha yang lainnya. Semakin beda dan semakin kreatif usaha yang dibuat oleh seseorang,

² Sumber nya <https://koinworks.com/blog/tips-mengembangkan-usaha-hingga-ke-mancanegara/>

maka semakin membuat usaha itu menjadi beda dengan yang lain. Sehingga usaha tersebut memiliki ciri khas sendiri dan semakin mudah diingat oleh konsumen.

Ketika sebuah usaha itu dikenal oleh banyak orang, berarti usaha tersebut sudah siap untuk bersaing di pasaran usaha yang sedang trend di kalangan masyarakat di saat ini. Konsistensi dan focus dalam usaha juga sangat diperlukan. Jika kamu mengambil peluang bisnis melalui langkah ketiga ini.

d. Berbuat dari yang kecil terlebih dahulu

Sebagaimana kata pepatah “ dikit-dikit lama-lama jadi bukit”. Pepatah ini memiliki makna yang dalam apabila kita renungi. Sebuah kesuksesan tidak langsung didapati tanpa adanya usaha yang maksimal. Semuanya tentu berawal dari nol. Jika kita melihat disekeliling kita, banyak pelajaran yang dapat diambil dari beberapa usaha orang lain yang kini telah mencapai puncak kesuksesannya. Contohnya, KFC, usaha yang bergerak dibidang makanan. Siapa yang tidak mengenal perusahaan yang memakai simbol kakek tua itu?. bahkan cabangnya hampir ada diseluruh dunia.

Jika ditelusuri lagi sejarah berdirinya dari ertama kali, maka pelajaran yang dapat diambil yaitu, sabar. Dalam fase memulai, pasti kita akan selalu dihantui oleh kegagalan. Meskipun telah berulang kali mengalami kegagalan, jangan membuat itu sebagai patokan untuk menyerah. Kita harus menyadari bahwa kegagalan hanyalah salah satunya jalan menuju kesuksesan. Tanpa gagal dan kalah, kita tidak bakal menjadi kuat untu seorang pemenang. ini menjelaskan bagaimana kita harus memulai segala sesuatunya dari hal yang kecil terlebih dahulu baru kepada yang lebih besar, sebagaimana sunatullah bahwa manusia tumbuh dari seorang bayi, lalu

menjadi seorang anak kecil, selanjutnya menjadi remaja, lalu menjadi dewasa dan menjadi tua. itulah proses yang harus di lalui, kita ikuti alur perjalanan diri kita dari mulai kecil menuju kepada yang besar, namun tidak menutup kemungkinan ada juga yang di mulai dari yang besar selanjutnya semakin besar. ³

Jangan pernah mencoba menaklukan dunia sebelum Anda membereskan hal-hal kecil di dalam diri anda. Motivasi Hebat dengan cara mulailah dari diri sendiri dan mulailah dengan hal yang paling kecil terlebih dahulu, perjalanan 1000 mil di mulai dari langkah pertama, terkadang kita melihat orang lain setelah sukses dan besar, namun terkadang kita lupa tidak melihat bagaimana perjalanan yang pernah di tempuhnya selama ini.

- e. kompetensi orang sekitar yang bisa diambil peluang memulai bisnis tidak selalu dipatokkan dari kelebihan/kemampuan diri sendiri. Kita juga bisa menjadikan kemampuan orang lain selain sebagai peluang, terlebih dengan begitu kita seolah menjadi pembuka jalan terhadap upaya mereka mencari nafkah. Sebelumnya, kita harus mensurvei berbagai keterampilan orang yang ada disekitar kita. Beberapa contohnya yang biasanya ada disekitar kita, antara lain :

1. membuka usaha menjahit

Kemampuan dibidang menjahit hampir rata-rata dapat kita temui dimanapun. Selain bermodalkan beberapa barang yang tidak terlalu mahal untuk dijadikan modal, kita juga bisa menciptakan suatu merek/model baju untuk dijual dipasaran. Namun, jangan lupa untuk mensurvei

³ Sumber nya <https://koinworks.com/blog/tips-mengembangkan-usaha-hingga-ke-mancanegara/>

minat masyarakat dalam gaya busana zaman kini. Tentu dengan cara tersebut lebih mudah untuk kita menjual barang dagangan. Selain baju, kemampuan menjahit juga dapat membuat beberapa atribut lain, seperti kain gorden, spreid dll.

2. membuka usaha les

Dengan menggunakan jasa ini, kita hanya perlu merekrut beberapa jasa pengajar yang menurut kita layak untuk membimbing. Tidak perlu yang telah menjadi status guru, akan tetapi masih banyak dari kalangan mahasiswa yang mampu untuk memberikan bimbingan. Setiap tahunnya, tempat les selalu diincar ketika mulai memasuki tahun penerimaan siswa/mahasiswa baru. Orang tua ingin anaknya lebih fokus untuk menguasai materi sehingga mendaftarkan anaknya ketempat les atau langsung menyewakan guru les privat dirumahnya.

3. membuka usaha makanan

Modal yang dikeluarkan untuk membuka usaha makanan tentu lebih sedikit besar. Namun, jika berhasil, maka keuntungannya juga tidak kalah lebih besar. Yang diperlukan hanyalah tekad dan kesabaran. Namun, hal yang patut diperhatikan adalah tempat. Dipertanian, biasanya banyak kalangan yang memilih makan diluar karena mendesak pekerjaan sehingga dianggap lebih praktis. Sehingga, poin yang dapat kita ambil dalam membuka usaha makanan yaitu, letak kebutuhan konsumen.⁴

Masih banyak peluang lainnya. Hanya saja kembali lagi terhadap individu. Bagaimana pandangan mereka dalam melihat peluang bisnis yang ada disekitar mereka.

⁴ Sumber nya <https://koinworks.com/blog/tips-mengembangkan-usaha-hingga-ke-mancanegara/>

Meski tidak memiliki kemampuan dalam bidang tertentu, bukan menjadi hambatan untuk seseorang memulai dunia bisnis. Kita juga bisa memanfaatkan kemampuan orang lain dengan membuka lowongan kerja untuk mereka. Hal ini juga akan menguntungkan kedua pihak. Yang perlu ditanamkan ialah kesabaran. Karena memulai bisnis sekecil apapun pasti akan selalu ada cobaan, sehingga kesabaran adalah hal yang dapat membentengi kita dari kata menyerah.

f. buatlah sesuatu yang baru jangan meniru orang lain

Manusia diciptakan lengkap dengan akal yang digunakan untuk berpikir. Pemikiran yang unik pasti bakal menciptakan suatu yang kreatif. Namun, banyak orang yang selalu ragu untuk menjadi beda diantara lainnya. Didalam dunia bisnis, keunikan justru sangat diperlukan. Bayangkan saja, jika konsumen selalu mengeluh karena bosan mengunjungi tempat-tempat yang memiliki kesan yang sama. Sedangkan, disuatu tempat yang kamu kelola, mereka dengan antusias menikmati perbedaan yang membuat mereka tidak jenuh.

Contoh kecilnya yaitu cafe. Hampir disemua tempat menyoroti gaya bangunan yang monokrom, minimalis dan antik. Jarang yang mendesain bangunanya dengan gaya negara luar, mislanya turki, korea, jepang dan belanda. Padahal ciri khas tersebut akan banyak dikunjungi oleh para pelanggan yang menyukai suasana baru terlebih instragamable, yang tanpa disadari akan ikut membuat tempat anda banyak diminati orang lain.

banyak contoh lainnya yang berada disekitar kita. Namun, hal yang patut kita tanamkan adalah, jadilah beda diantara orang lain. Pribadi yang kreative akan membuat

kita lebih bangga dengan usaha yang muncul dikepala kita sendiri.

B. MELACAK PELUANG BISNIS GLOBAL

Bagaimana Tips membaca Peluang Bisnis Global ???

Bisnis Global atau pasar global memang menawarkan persaingan lebih ketat, kompetitor yang lebih banyak dan kompetensi yang lebih mumpuni. Akan tetapi disisi lain Bisnis Global juga menawarkan kesempatan yang lebih luas dan peluang yang menjanjikan bagi pabisnis lintas benua. Performa Benua Asia relatif baik dalam menghadapi peluang dan tantangan Global. Program Masyarakat Ekonomi Asean mendorong wirausaha untuk dapat memiliki wawasan bisnis Global dan cakrawala berfikir luas terhadap peluang peluang yang ada di dunia ini.⁵

Akses internet telah membuka peluang pasar international untuk bisnis dari semua ukuran. Teknologi memungkinkan perusahaan di seluruh penjuru berfikiran untuk mengembangkan bisnis secara international. Wirausaha harus memiliki cita cita untuk mengembang usahanya dari lokal sampai go international. Sebelum go international ada baiknya untuk memahami resiko investasi di luar negeri dengan mempelajari sosio geografi. Banyak pebisnis gagal karena gagal memahami realitas sosial, ekonomi dan politik penduduk dunia. Oleh karena itu, ada beberapa solusi untuk meminimalisir hal tersebut seperti Manajemen Resiko. Berikut ini beberapa strategi untuk mengembangkan usaha hingga ke manca negara

⁵ Sumber nya <https://koinworks.com/blog/tips-mengembangkan-usaha-hingga-ke-mancanegara/>

- a. Memastikan produk akan mudah diterima oleh masyarakat Dunia, hal ini memerlukan penelitian yang lama. Ditambah lagi dengan penelitian tentang pesaing bisnis dunia. Misalnya Teknik Belajar Qur'an dengan Metode neuro Nadi sangat berkembang pesat di Malaysia dan berkembang lambat di Banda Aceh.
- b. Mempelajari karakter, kebudayaan, pendidikan penduduk negara kawasan yang akan dikunjungi. Pelajaran ini bermanfaat untuk dapat memetakan pasar serta potensi yang bisa dimaksimalkan, harus ada jaminan bahwa produk yang ditawarkan akan sesuai dengan karakter, budaya dan pendidikan bangsa tersebut, sampai pada memodifikasi produk merupakan salah satu strategi dalam penyesuaian karakter bangsa tersebut.
- c. Meningkatkan mutu dan kualitas produk merupakan faktor penentu dari sebuah produk akan laku dan laris di pasar internasional. Pasar international tidak peduli Akan harga melainkan yang dipandang adalah mutu dan kualitas produknya saja. Sebagai contoh dahulu handphone merek china dipandang sebelah mata, alias barang kawe, akan tetapi sekarang ini mereka berusaha memperbaiki produksinya, dan akhirnya barang produk china sudah banyak yang gunakan.
- d. Kemajuan Teknologi informasi dan Internet digiring untuk Membuat promosi dalam bahasa Inggris melalui iklan dan website khusus. Mendaftarkan produk ke dalam bisnis digital international seperti website market place amazon, alibaba ebay dan lain lain.
- e. Mendapat izin dari pemerintah luar negeri dan dalam negeri dalam memasarkan produk guna menghindari pelanggaran hukum negara di kemudian hari.

- f. Membangun link atau partner di luar negeri dalam sharing sharing saran dan peluang yang akan dikembangkan.
- g. Mempersiapkan pegawai lokal atau international yang punya Keterampilan International dari sisi bahasa, negosiasi, maupun Marketting
- h. Membuat perencanaan Bisnis yang dimulai dari pemasaran. Pengembangan sampai pada tahap bagaimana cara menjaga bahkan menambah konsumen baru.⁶

Mengambil dari entrepreneur.com (16 Januari 2020) ada lima strategi sukses bisnis dunia international yang semestinya dijalan oleh pebisnis yang sudah sukses di kawasan lokal, dan ingin merambah ke dunia international, yaitu:

1. Memperoleh Pengetahuan Pasar

Untuk berhasil dalam geografi baru, bisnis harus melakukan uji tuntas untuk mengembangkan wawasan pasar. Bagaimanapun, model satu ukuran untuk semua tidak berfungsi dengan baik untuk perusahaan global yang bercita-cita tinggi.

Memahami nuansa bahasa lokal, persyaratan dan preferensi pelanggan, perbedaan budaya, kerangka kerja peraturan, dan operasi industri dapat membantu Anda menyusun strategi terbaik untuk keberhasilan, pertumbuhan, dan skala bisnis jangka panjang di pasar baru.

2. Memetakan Ukuran Pasar, Segmentasi Produk dan Analisis Peluang

Setelah Anda memperoleh pengetahuan tentang pasar yang dipilih, langkah selanjutnya adalah memilih pendekatan terbaik untuk berhasil memecahkannya.

⁶ Sumber nya <https://koinworks.com/blog/tips-mengembangkan-usaha-hingga-ke-mancanegara/>

Menentukan ukuran pasar, memetakan potensi pertumbuhannya di masa depan, dan menganalisis persaingan harus menjadi prioritas utama, karena wawasan ini dapat membantu Anda mengukur berapa banyak waktu dan sumber daya yang perlu Anda investasikan untuk mendorong nilai optimal.

Penting juga untuk mengidentifikasi dan memisahkan tantangan pasar yang ada, dan memikirkan bagaimana caranya mengubah itu menjadi peluang. Analisis mendalam semacam itu memungkinkan Anda untuk mengembangkan produk atau layanan yang sangat disesuaikan untuk menjangkau setiap demografi konsumen sasaran, sehingga memaksimalkan peluang pendapatan Anda.

3. Dampak Peraturan Resmi dan Hukum terhadap Bisnis

Tergantung pada industri Anda, Anda mungkin harus menghadapi tantangan peraturan dan hukum yang unik ketika berekspansi ke negara lain.

Semua ini tidak dapat diabaikan, karena bisnis Anda harus beroperasi dalam kerangka kerja peraturan dan hukum dari target pasar. Anda harus menangani aspek-aspek seperti undang-undang ketenagakerjaan yang berlaku, prosedur investasi dan bisnis, praktik organisasi perusahaan, penyelesaian sengketa, persyaratan merek dagang, undang-undang bea cukai, dan persyaratan peraturan dan masih banyak lagi.

Meskipun memenuhi semua keperluan ini sebelum secara resmi meluncurkan bisnis Anda di negara baru dapat menjadi proses yang kompleks, ada banyak sumber daya yang tersedia untuk membantu Anda memahaminya.

Oleh karena itu, selalu disarankan untuk mencari panduan hukum yang berpengalaman untuk praktik bisnis

asing untuk mengidentifikasi ancaman dan risiko yang dapat bertindak sebagai penghalang bagi bisnis Anda.

4. Mengidentifikasi Mitra yang Tepat

Ketika berencana untuk memasuki negara baru, Anda mungkin perlu membuat tim terpisah untuk mengelola operasi regional dalam hal distribusi, logistik, penyelesaian sengketa, tata kelola, perpajakan, dan keuangan. Melakukannya dengan kecepatan dan skala kompetitif akan membutuhkan Anda untuk mengandalkan bisnis lokal dengan keahlian dalam fungsi-fungsi penting ini.

Anda mungkin juga perlu menjelajahi aliansi dan kemitraan lokal dengan bergabung bersama perusahaan lain, dengan ukuran dan kehadiran pasar yang sama, yang terletak di wilayah yang Anda masukkan.

Kemitraan semacam itu akan memungkinkan Anda untuk menguji sambil meminimalkan paparan risiko Anda, serta untuk mendapatkan akses ke keahlian lokal, jaringan bisnis, dan rantai pasokan yang ada, menjadikannya salah satu cara paling efektif untuk menumbuhkan bisnis Anda di pasar yang lebih baru.

5. Membangun Strategi Go-to-market (GTM) yang Kokoh

Strategi go-to-market (GTM) dibuat untuk fokus secara khusus pada pengiriman produk atau layanan kepada pelanggan akhir. Untuk membuat strategi GTM yang unggul, Anda harus terlebih dahulu menetapkan target pasar, diikuti oleh penelitian sekunder tentang ukuran pasar, potensi pertumbuhannya, dan dinamika internal.

Setelah target pasar diuraikan, Anda harus menganalisis pelanggan potensial dan berbagai persyaratan mereka untuk mengidentifikasi bagaimana organisasi Anda dapat melayani mereka dengan baik.

Dengan demikian, strategi penentuan posisi yang kuat dapat dirancang untuk menyoroti USP bisnis Anda dan membangun merek kepada target Anda.

Tidak ada keraguan bahwa ekspansi internasional melibatkan banyak seluk-beluk dan risiko. Tetapi, perencanaan yang cermat, alokasi sumber daya yang dioptimalkan, dan penetapan harapan yang realistis dapat membantu memaksimalkan peluang Anda untuk mendirikan bisnis global yang sukses.⁷

C. MELACAK PELUANG BISNIS AL QUR'AN DI DUNIA GLOBAL

Sebelum berangkat ke dunia Global, Kami akan menyebutkan hasil survey sosial ekonomi nasional (Susenas) Badan pusat statistik (BPS) tahun 2018 mencatat bahwa 53,57 Persen Muslim Indonesia belum bisa baca Al Qur'an. Ini adalah fakta yang mengejutkan di negara penduduk muslim terbanyak.⁸

Kami menyebutkan juga hasil riset dari PTIQ Jakarta menyebutkan tentang Muslim bisa membaca Al Qur'an di Indonesia 60-70 Persen. Jamaah Haji yang bisa membaca Al Qur'an 60-70 persen hasil coaching di embarkasi Medan. Artinya sisa 40 persen ini adalah muslim yang belum bisa baca Al Qur'an. Jika semua hasil riset itu dikumpul maka

⁷ Sumber <https://www.wartaekonomi.co.id/read213628/5-cara-sukses-ekspansi-bisnis-internasional>

⁸ Diharapasekan dari sumber <https://bekasi.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-12346326/miris-lebih-dari-50-persen-muslim-indonesia-belum-bisa-baca-alquran#:~:text=Miris%2C%20Lebih%20dari%2050%20Persen%20Muslim%20Indonesia%20Belum%20Bisa%20Baca%20Alquran,-Bayu%20Nurul&text=PIKIRAN%20RAKYAT%20%2D%20Berdasarkan%20Survei%20Sosial,belum%20bisa%20membaca%20Al%20Quran.>

akan muncul angka 50-60 Persen muslim yang belum bisa baca Al Qur'an. Penyebab dari masalah ini salah satu nya adalah, belum ditemukan metode yang cepat dan mudah untuk belajar baca al qur'an sehingga menjadi malas untuk belajar baca Al Qur'an.⁹

Kemampuan lulusan SMA di Aceh dalam membaca ayat-ayat Alquran menjadi pertanyaan banyak pihak. Rektor Unsyiah Prof Dr Ir Samsul Rizal MEng mengatakan bahwa 82 persen mahasiswa yang baru masuk Unsyiah tidak mampu membaca Alquran. "Hanya 18 persen yang bisa membaca Alquran dengan baik atau lulus Iqra' 6," kata Rektor Unsyiah tersebut dalam kegiatan silaturahmi Ikatan Keluarga Alumni (IKA) Unsyiah di Gedung AAC Dayan Dawood, Darussalam, Banda Aceh, Senin 27 Bulan Juli 2015.¹⁰

Potensi baca Al Qur'an oleh penduduk muslim di negara negara Islam pada umumnya, bukan merupakan sebuah permasalahan. Akan tetapi ada sebagian daerah luar negeri yang mempunyai masalah dengan bagaimana membaca Al qur'an dengan baik dan benar sesuai dengan Kaedah Ilmu Tajwid. Misalnya di Turki, akibat sekularisasi Muslim di Turki semenjak 1926 M, ditemukan banyak muslim turki yang tidak bisa baca Al Qur'an sesuai dengan

⁹ Dipharaphasekan dari sumber <https://republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/18/10/11/pgfc9e366-50-persen-umat-islam-indonesia-belum-bisa-baca-alquran>

¹⁰ Artikel ini telah tayang di serambinews.com dengan judul 82% Mahasiswa Baru tak Bisa Baca Quran, <https://aceh.tribunnews.com/2015/07/28/82-mahasiswa-baru-tak-bisa-baca-quran>.

Kaedah yang benar. Ini pengakuan dari warga Malaysia yang membuka pelatihan Neuro Nadi di Turki.

Peluang global yang lain nya yaitu saat banyak orang berbondong bondong masuk agama Islam menjadi muallaf di seluruh dunia. Kondisi ini menjadi peluang bagi pengajar Al Qur'an untuk mengajar Al Qur'an kepada Muallaf yang ada di seluruh dunia.

Ringkasan

1. Seorang Wirausahawan harus memiliki pemikiran kreatif dan inovatif untuk mendapatkan hasil yang maksimal supaya tidak ada kendala dalam membuka usaha dan pemilihan yang tepat dengan modal yang dimiliki oleh calon wirausaha.
2. Pengusaha adalah seorang yang memiliki ide baru untuk produk atau jasa dan mengambil tindakan dengan memulai bisnis mereka sendiri. Mereka ambisius dan bersedia untuk memikul tanggung jawab untuk usaha, termasuk modal yang dibutuhkan untuk start-up.
3. Peluang Usaha yang telah diambil tentu akan memiliki konsekuensi bagi pengambil keputusan. Jika berhasil dapat dikatakan mendapat keuntungan, namun jika gagal maka itu bagian resiko yang dihadapi. Namun demikian, hal itu dapat dijadikan pengalaman yang sangat berharga.

Pertanyaan

1. Bagaimana strategi mendapatkan peluang bisnis lokal di sekitar kita?
2. Bagaimana strategi mendapatkan peluang bisnis global international?

BAB X

PROGRAM TAHFIZ AL QUR'AN ONLINE

Beberapa tahun terakhir pembelajaran dengan metode online learning atau e-learning mulai banyak digalakkan oleh berbagai kalangan. Cara tersebut dianggap dapat menjadi alternatif untuk proses belajar yang lebih fleksibel dan praktis serta disukai oleh generasi pelajar saat ini.

A. Definisi Belajar (Mengaji) Online

Saat mewabahnya pandemi Corona di dunia ini, semua interaksi antara manusia menjadi berubah polanya. Kalau dahulu pertemuan langsung menjadi bukti adanya transfer keilmuan, keuangan, pendidikan, sosial dan lain lain. Akibat muncul Pandemi, pola interaksi menjadi berubah dari langsung menjadi tidak langsung. Salah satu cara agar tetap ada nya interaksi belajar dan mengajar adalah dengan belajar via Online.

Secara Umum Belajar Online adalah sebuah pembelajaran yang dilakukan secara elektronik dengan menggunakan Media berbasis komputer serta sebuah jaringan. Belajar online dikenal juga dengan istilah pembelajaran elektronik, e-Learning, on-line learning, internet-enabled learning, virtual learning, atau web-based learning.¹

Online learning adalah proses belajar mengajar yang memanfaatkan internet dan media digital dalam

¹ Dipharaphasekan dari sumber

<https://www.kanal.web.id/pengertian-belajar-online>

penyampaian materinya. Metode online learning dianggap lebih dekat dengan generasi pelajar saat ini yang dikenal sangat menyatu dengan produk-produk teknologi. Hal ini merupakan salah satu bentuk digitalisasi dalam dunia pendidikan yang memiliki banyak manfaat.²

Belajar online atau e-Learning telah dimulai sekitar tahun 1970-an. Online merupakan hasil dari suatu pembelajaran yang disampaikan secara elektronik dengan menggunakan komputer dan media berbasis komputer. Bahannya biasa sering diakses melalui sebuah jaringan. Sumbernya bisa berasal dari website, internet, intranet, CD-ROM, dan DVD. Selain memberikan instruksi, e-learning juga dapat memonitor kinerja peserta didik dan melaporkan kemajuan peserta didik. E-learning tidak hanya mengakses informasi, tetapi juga membimbing peserta didik untuk mencapai hasil belajar yang spesifik.

Potensi untuk aplikasi pendidikan pembelajaran online telah berkembang. Siswa tidak hanya dapat mengakses pengetahuan dari buku pelajaran, tetapi juga dapat mengakses materi pelajaran dari luar sekolah. Pengajar dan siswa dapat memperoleh informasi yang banyak, tidak terbatas, dan dapat di akses dari beberapa perpustakaan di seluruh dunia!

Saat ini internet memiliki kemampuan untuk memberikan informasi dengan berbagai media (termasuk cetakan, video, dan rekaman suara dan musik) maka

² Bersumber dari <https://suneducationgroup.com/app/sun-media-app/news-app/manfaat-online-learning/>

internet menjadi sebuah perpustakaan yang tidak terbatas. Siswa dan guru dapat meningkatkan pembelajaran di kelas dengan mengakses informasi dari berbagai sumber di internet melalui website atau penyedia layanan pendidikan lainnya. Perkembangan juga dimanfaatkan lembaga pendidikan untuk mengadakan belajar online dengan mengadakan sekolah atau kursus online. Bahkan kursus online bersertifikat di Indonesia sudah diakui oleh pemerintah dan swasta atas hasil usaha belajarnya.

Online learning mulai menjadi trend di era digital serta dapat dijadikan alternatif pembelajaran dalam banyak situasi. Berikut adalah manfaat online learning yang perlu kamu ketahui.

1. Praktis dan fleksibel

Manfaat online learning yang pertama adalah dari segi kepraktisan. Dengan online learning, interaksi antara guru dan siswa akan lebih praktis karena tidak harus menempuh perjalanan untuk bertemu. Selain itu, tidak ada ruang kelas sebagai tempat belajar formal. Proses belajar mengajar dapat berlangsung di mana pun selama kondusif dan dapat membantu untuk fokus. Selain itu, tidak diperlukan tambahan-tambahan seperti keharusan

“berdandan rapi” atau “tampil formal” sehingga lebih fleksibel.³

2. Pendekatan yang lebih sesuai

Online learning menggunakan pendekatan teknologi yang lebih sesuai pelajar masa kini dibandingkan metode konservatif belajar di kelas. Metode penyampaian yang digunakan di kelas-kelas online learning juga umumnya sudah merupakan gabungan formal dan informal. Kamu akan lebih mudah memahami sesuatu yang disampaikan dengan cara yang lebih sesuai dengan “gaya”-mu, bukan?

3. Pengalaman belajar yang menyenangkan

Online learning sudah melepaskan item-item pembelajaran di kelas seperti guru dengan spidol dan papan tulis, serta siswa dengan catatan dan pulpen. Kamu akan mendapatkan pengajaran yang lebih menarik dengan berbagai format media baik itu foto, video atau audio. Semuanya akan memberikan kamu pengalaman belajar yang lebih menyenangkan.

4. Lebih personal

Beberapa teknik online learning mungkin menggunakan materi-materi yang bersifat satu arah, namun banyak juga yang sudah menyediakan komunikasi dua arah. Beberapa kelas online learning benar-benar

³ Bersumber dari <https://suneducationgroup.com/app/sun-media-app/news-app/manfaat-online-learning/>

menghubungkan siswa dan guru dalam satu waktu untuk dapat berinteraksi layaknya di kelas, namun di depan layar. Guru akan secara langsung memberikan materi pembelajaran dan siswa akan dapat secara langsung bertanya dan mendiskusikannya. Dengan cara ini, online learning bisa dikatakan lebih personal karena baik guru dan siswa benar-benar melakukan interaksi dua arah dalam satu waktu.

5. Hemat waktu dan biaya

Dalam pembelajaran konvensional selama dua jam, misalnya, dibutuhkan waktu setidaknya 3 jam hingga kelas dimulai karena perpindahan ruang. Baik guru dan siswa harus sama-sama menempuh waktu perjalanan untuk mencapai kelas yang digunakan untuk belajar. Selain itu, ada biaya-biaya tambahan seperti pengadaan buku serta fotokopi materi dan sebagainya. Salah satu manfaat lainnya online learning adalah memangkas semua pengeluaran tersebut sehingga siswa dan guru hanya perlu terhubung dengan layar dan koneksi internet.

6. Mudah didokumentasi

Dengan metode pembelajaran konvensional, siswa perlu mencatat atau untuk membuat salinan materi pelajaran untuk diri mereka. Cara lainnya adalah dengan fotokopi materi, namun cara tersebut akan membutuhkan media kertas sehingga tidak terlalu praktis. Manfaat online learning lainnya adalah menggunakan media yang

memungkinkan siswa untuk merekam dan menyimpan materi yang diberikan dalam bentuk digital. Sehingga dapat dengan mudah diakses dan dipelajari kembali di kemudian hari. ⁴

7. Ramah lingkungan

Dengan berkurangnya mobilitas, secara tidak langsung kamu sudah mengurangi polusi yang ditimbulkan oleh kendaraan bermotor. Selain itu, online learning tidak memerlukan kertas baik untuk pemberian materi, soal-soal maupun pendataan. Hal tersebut tentu saja memiliki dampak yang positif bagi lingkungan karena mengurangi konsumsi kertas yang dibuat dengan merusak lingkungan serta mengurangi sampah yang dihasilkan dari penggunaannya.

8. Alternatif selama social distancing

Wabah covid-19 membuat kita harus membatasi interaksi sosial untuk memutus rantai penyebarannya, termasuk proses belajar mengajar di kelas. Meski demikian, pendidikan tetap harus berlanjut salah satunya dengan memanfaatkan sistem online learning. Dengan sistem ini kamu dan gurumu tidak perlu bertemu namun proses belajar mengajar dapat terus berlanjut. ⁵

⁴ Bersumber dari <https://suneducationgroup.com/app/sun-media-app/news-app/manfaat-online-learning/>

⁵ Bersumber dari <https://suneducationgroup.com/app/sun-media-app/news-app/manfaat-online-learning/>

B. Perkembangan Tahfiz Online

Indonesia merupakan ladang yang subur bagi dunia menghafal al Qur'an, hal ini sejalan dengan merebaknya fenomena menghafal al Qur'an pada masyarakat Indonesia baik di kalangan anak-anak, remaja, orang tua bahkan lansia. Pertumbuhan penghafal al Qur'an setiap tahunnya terus meningkat, menurut Komjen Pol Syafruddin selaku wakil ketua Dewan Masjid Indonesia masa jabatan 2017-2022 dikatakan bahwa para penghafal al Qur'an di Indonesia kian menjamur hal ini berdasarkan banyaknya *huffadz* yang diwisuda berasal dari berbagai daerah di bumi nusantara, bukan hanya sekedar menyelesaikan hafalan 30 juz nya merekapun ada juga yang menjuarai berbagai perlombaan tingkat nasional maupun internasional.⁶

Di kalangan masyarakat, banyak dijumpai lembaga-lembaga yang didirikan sebagai bentuk perhatian penuh terhadap bidang *tahfidzul qur'an*, baik berbentuk pesantren maupun rumah-rumah tahfidz.⁷ Diantara lembaga-lembaga tersebut adalah Program Pembibitan Penghafal al Qur'an (PPPA) Daarul Qur'an yang diinisiasi oleh ustadz Yusuf Mansur, Yayasan Syeikh Ali Jaber dibina oleh Syeikh Ali Jaber, Lembaga Bimbingan al Qur'an al Utsmani binaan ustadz Effendi Anwar, Kyai Haji Ahsin Sakho Muhammad penasihat Yayasan Karantina Tahfidz Nasional dan pengasuh pondok pesantren Dar al Qur'an. Tokoh-tokoh

⁶ Ristu Hanafi, Jumlah Penghafal Al Qur'an meningkat di Indonesia, www.detik.com

⁷ Rumah Tahfiz Center, Profil Rumah Tahfiz, www.rumahtahfiz.or.id

tersebut merupakan tokoh besar nusantara yang berkhidmat kepada al Qur'an melalui lembaga-lembaga yang didirikan maupun dibinanya.⁸

Yayasan Indonesia Berkah yang saat ini dipimpin oleh Ustadz Iksan Malik merupakan lembaga pembinaan yang dirintis oleh sekumpulan alumni muda Institut Teknologi Bandung (ITB) pada tahun 2013 melalui pengintegrasian yang menggabungkan program tahfidz , pengembangan kepemimpinan dan penguatan kapasitas keIslaman. Program-program yang diselenggarakan Yayasan Indonesia Berkah secara umum digolongkan menjadi dua pendekatan, yaitu secara konvensional dan modern. Program yang diselenggarakan secara konvensional di antaranya pesantren al Qur'an yang berlokasi di Lembang Bandung diperuntukkan bagi mahasiswa, yang diberi nama Rumah Berkah Qur'an. Lainnya adalah program tebar buku dan wakaf al Qur'an.⁹

Bentuk program yang tergolong modern menjadi program andalan bagi Yayasan Indonesia Berkah, program tersebut diberi nama Tahfidz Online di mana kegiatan menghafal al Qur'an yang biasanya dijalankan dengan tatap muka, berada dalam tempat dan waktu yang bersamaan antara seorang ustadz/ah sebagai penerima

⁸ Firdaus Wajdi, Sifa Fauzia, Ahmad Hakim, *Evaluasi Program Tahfiz melalui Media Sosial di yayasan Indonesia Berkah*, Jurnal Studi Al Qur'an, Vol 16 No 1, Tahun 2020, hal 69

⁹ Firdaus Wajdi, Sifa Fauzia, Ahmad Hakim, *Evaluasi Program Tahfiz melalui Media Sosial di yayasan Indonesia Berkah*, Jurnal Studi Al Qur'an, Vol 16 No 1, Tahun 2020, hal 69

setoran hafalan dan sang penyeter hafalan yang dalam hal ini para penghafal al Qur'an tidak lagi seperti hal biasanya, di sini hafalan dan koreksi terhadap hafalan dan bacaan dilakukan secara non tatap muka, tidak berada dalam satu tempat yang sama, dan dalam waktu yang berbeda menjadikan semua kegiatan menghafal tersebut berlangsung lewat perantara media sosial, dalam hal ini media sosial yang digunakan adalah whatsapp.¹⁰

Besarnya animo masyarakat untuk mengikuti program ini dan pentingnya program ini bagi yayasan, menjadikan yayasan khususnya para penentu kebijakan dan pencetus program harus lebih menaruh perhatiannya dalam menangani dan mengawasi program tersebut. Evaluasi sangat penting dijalankan untuk mengetahui sejauh mana suatu program berhasil mencapai apa yang menjadi tujuannya.¹¹

a. Sejarah Program Tahfidz Online

Program Tahfidz Online berjalan mulai tahun 2016, khususnya bulan April dibuka periode pertama pendaftaran santri Tahfidz Online. Program Tahfidz Online digagas oleh ustadz Iksan Malik yang memiliki latar belakang tahfidz al Qur'an, beliau mendapat ilmu dan

¹⁰ Tahfiz Online wujudkan mimpi para penghafal al Qur'an
www.kitabisa.com

¹¹ Firdaus Wajdi, Sifa Fauzia, Ahmad Hakim, *Evaluasi Program Tahfiz melalui Media Sosial di yayasan Indonesia* Berkah, Jurnal Studi Al Qur'an, Vol 16 No 1, Tahun 2020, hal 69

pengalaman tahfidz dari berbagai pesantren dan rumah tahfidz yang ada diberbagai kota di Indonesia.¹²

Awal mulanya bukan menjadi bagian dari program Yayasan Indonesia Berkah, program Tahfidz Online tersebut, karena Yayasan Indonesia Berkah memiliki fokus hanya kepada mahasiswa/i ITB, ustadz Iksan Malik sendiri yang memiliki ide untuk membuat program Tahfidz Online. Perkembangan program Tahfidz Online yang begitu pesat dilihat dari terus meningkatnya peminat yang ingin bergabung pada tiap-tiap periode, atas dasar itu untuk memudahkan administratif dan operasional diperlukan yayasan yang menaungi, ustadz Iksan Malik yang saat itu juga sebagai ketua Yayasan Indonesia Berkah maka menjadikan program Tahfidz Online sebagai bagian dari program Yayasan Indonesia Berkah.¹³

Tahfidz Online dibentuk karena kepedulian terhadap dunia dakwah tahfidz, ingin semua orang yang terkendala tempat, waktu dan biaya juga dapat merasakan indah nya menghafal al Qur'an tanpa terkendala tempat, waktu dan biaya. Melihat semakin berkembangnya media sosial yang hampir dipastikan semua orang memiliki media sosial, maka dipilihlah platform whatsapp untuk menjalankan program tersebut. Gadget dan whatsapp yang

¹² Firdaus Wajdi, Sifa Fauzia, Ahmad Hakim, *Evaluasi Program Tahfiz melalui Media Sosial di yayasan Indonesia Berkah*, Jurnal Studi Al Qur'an, Vol 16 No 1, Tahun 2020, hal 74

¹³ Firdaus Wajdi, Sifa Fauzia, Ahmad Hakim, *Evaluasi Program Tahfiz melalui Media Sosial di yayasan Indonesia Berkah*, Jurnal Studi Al Qur'an, Vol 16 No 1, Tahun 2020, hal 74

hampir seluruh orang punya dan mengunduhnya, yang berada di genggaman tangan bisa menjadi penawar kendala-kendala yang sering dikeluhkan banyak orang yang ingin menghafal al Qur'an disebabkan tempat, waktu dan biaya hanya dengan menggunakan gadget nya untuk mengikuti program Tahfidz Online.¹⁴

1. Program-program Tahfiz Online Yayasan Indonesia Berkah

Guna mencapai visi misi yang telah disusun oleh Yayasan Indonesia Berkah maka diperlukan program-program yang menunjang sebagai usaha konkret atas visi misi yang telah dibuat. Adapun program-program yang diinisiasi oleh Yayasan Indonesia Berkah terbagi menjadi 2 (dua) pendekatan, yaitu konvensional dan modern.¹⁵

Pendekatan konvensional dimaksudkan untuk menyapa mahasiswa/i dan masyarakat sekitar provinsi Jawa Barat khususnya Bandung untuk lebih dekat dengan Islam dan al Qur'an melalui tatap muka antara santri dengan para ustadz/ah. Sedangkan program dengan pendekatan modern dimaksudkan untuk menyapa, memfasilitasi masyarakat di luar kota Bandung melalui daring media sosial non tatap muka, yang dapat menjangkau lintas daerah, kota, provinsi bahkan negara

¹⁴ Firdaus Wajdi, Sifa Fauzia, Ahmad Hakim, *Evaluasi Program Tahfiz melalui Media Sosial di yayasan Indonesia Berkah*, Jurnal Studi Al Qur'an, Vol 16 No 1, Tahun 2020, hal 74

¹⁵ Firdaus Wajdi, Sifa Fauzia, Ahmad Hakim, *Evaluasi Program Tahfiz melalui Media Sosial di yayasan Indonesia Berkah*, Jurnal Studi Al Qur'an, Vol 16 No 1, Tahun 2020, hal 74

yang ingin lebih dekat dengan al Qur'an tetapi terkendala dengan tempat dan waktu. Berikut program-program Yayasan Indonesia Berkah.¹⁶

Program Yayasan Indonesia Berkah dengan Pendekatan Konvensional Asrama Mahasiswa untuk Menghafal al Qur'an.

Asrama ini berdiri di bawah naungan Rumah Berkah Foundation berlokasi di Lembang, Bandung. Para mahasiswa yang tinggal di dalam asrama tersebut selain tetap berkuliah juga dibina pengetahuan keislaman dan hafalan al Qur'annya.¹⁷

Tebar Buku

Program tebar buku yang dilakukan oleh Yayasan Indonesia Berkah ini merupakan amanah dari para donatur-donatur buku, yang dalam hal ini masyarakat yang memiliki kelebihan buku atau ingin menyumbangkan karya tulisnya berupa buku untuk disalurkan kepada masyarakat khususnya para pelajar atau mahasiswa yang membutuhkan buku.

¹⁶ Firdaus Wajdi, Sifa Fauzia, Ahmad Hakim, *Evaluasi Program Tahfiz melalui Media Sosial di yayasan Indonesia Berkah*, Jurnal Studi Al Qur'an, Vol 16 No 1, Tahun 2020, hal 74

¹⁷ Firdaus Wajdi, Sifa Fauzia, Ahmad Hakim, *Evaluasi Program Tahfiz melalui Media Sosial di yayasan Indonesia Berkah*, Jurnal Studi Al Qur'an, Vol 16 No 1, Tahun 2020, hal 74

Qur'an Berkah

Program ini memfasilitasi masyarakat yang ingin mewakafkan al Qur'an untuk disalurkan baik kepada musholla atau masjid yang membutuhkan al Qur'an ataupun mahasiswa yang sedang menghafal al Qur'an di Asrama Mahasiswa Penghafal al Qur'an dan kepada masyarakat yang membutuhkan pada umumnya.

Beasiswa Menghafal bagi Mahasiswa dan Dhuafa

Beasiswa menghafal bagi mahasiswa dan dhuafa diberikan Yayasan Indonesia Berkah untuk memfasilitasi hafalan al Qur'an mahasiswa dan kaum dhuafa yang mempunyai tekad dan komitmen yang kuat dalam menghafal al Qur'an. Fasilitas yang diberikan berupa bantuan keuangan untuk menunjang proses pembelajaran.

Program Yayasan Indonesia Berkah dengan Pendekatan Modern: Tahfidz Online

Tahfidz Online merupakan program unggulan dari Yayasan Indonesia Berkah, sejak program ini muncul masyarakat sangat menyambutnya dengan baik terlihat dari besarnya animo pendaftar program ini yang setiap pembukaan pendaftaran periode baru terus meningkat.

Program ini dilahirkan dari ide ustadz Iksan Malik yang berlatar belakang sebagai seorang santri mondok yang mana memiliki pengalaman menghafal al Qur'an dan menimba ilmu di pesantren. Beliau ingin menularkan

semangat dan mengajak seluruh muslim dan muslimah yang ada di berbagai belahan bumi untuk mendekatkan diri dengan al Qur'an khususnya dalam kegiatan menghafal al Qur'an.

Dengan tetap menjalani aktivitas mereka masing-masing tidak memerlukan kehadiran secara fisik di sebuah tempat, hanya cukup dengan smartphone yang terunduh aplikasi whatsapp mereka dapat menyetorkan sekaligus dikoreksi bacaan al Qur'an nya oleh seorang ustadz atau ustadzah yang masing-masing berada di grup.

Menurut ustadz Iksan Malik, saat ini bukan saja kelas menghafal yang tersedia di grup-grup Tahfidz Online, namun ada juga kelas menghafal plus-plus, yaitu menghafal sekaligus melakukan obrolan dengan bahasa Inggris yang mana tujuan dari kelas tersebut agar banyak muslim di luar Indonesia ikut menghafal melalui Tahfidz Online dengan platform whatsapp ini.¹⁸

Pelaksanaan Program Tahfidz Online Yayasan Indonesia Berkah

Proses pelaksanaan program Tahfidz Online Yayasan Indonesia Berkah secara umum terbagi menjadi 3, yaitu proses pendaftaran, proses pembelajaran dan proses penilaian. Pada proses pendaftaran, pihak Tahfidz Online

¹⁸ Firdaus Wajdi, Sifa Fauzia, Ahmad Hakim, *Evaluasi Program Tahfiz melalui Media Sosial di yayasan Indonesia Berkah*, Jurnal Studi Al Qur'an, Vol 16 No 1, Tahun 2020, hal 74

membuka pendaftaran santri baru pada setiap periode dalam rentang waktu 1-2 bulan, dalam hal ini pihak Tahfidz Online juga sebelum membuka pendaftaran baru mempertimbangkan jumlah musyrif/ah yang tersedia untuk mengampu grup-grup halaqoh tahfidz, berdasarkan hal tersebut maka jumlah santri yang diterima menyesuaikan jumlah musyrif/ah yang tersedia, misalnya musyrif/ah tersedia 10 orang, yang 1 orangnya dapat mengampu 10-15 santri maka santri baru yang diterima 100-150 santri baru.¹⁹

Teknis bagi calon santri yang ingin mendaftar program Tahfidz Online, diawali dengan mengirimkan format pendaftaran ke kontak whatsapp penguji, yang juga disertakan dengan mengirimkan bacaan satu halaman sebuah surat dalam al Qur'an. Sebelummendaftar, santri harus memperhatikan syarat dan ketentuan pendaftaran yang mana info tersebut terdapat pada media sosial resmi Tahfidz Online, dalam hal ini instagram @tahfidz_online dan official fanpage facebook Tahfidz Online Yayasan Indonesia Berkah. Hasil seleksi santri yang lulus pada program Tahfidz Online juga diumumkan melalui instagram dan facebook Tahfidz Online, baru se²⁰telah

¹⁹ Firdaus Wajdi, Sifa Fauzia, Ahmad Hakim, *Evaluasi Program Tahfiz melalui Media Sosial di yayasan Indonesia Berkah*, Jurnal Studi Al Qur'an, Vol 16 No 1, Tahun 2020, hal 74

²⁰ Firdaus Wajdi, Sifa Fauzia, Ahmad Hakim, *Evaluasi Program Tahfiz melalui Media Sosial di yayasan Indonesia Berkah*, Jurnal Studi Al Qur'an, Vol 16 No 1, Tahun 2020, hal 75

dinyatakan lulus santri membayar infaq seikhlasnya sebagai komitmen.

Setelah resmi menjadi santri Tahfidz Online, perjalanan seorang santri masuk dalam tahapan pembelajaran, di mana dalam pelaksanaannya seorang santri tersebut dimasukkan ke dalam beberapa grup halaqoh yang nantinya proses menghafal berjalan di dalamnya. Dalam grup halaqoh besar (HB) terkumpul seluruh santri, yang mana anggota grup tersebut dipisah antara santri laki-laki dan perempuan. Kemudian, untuk menyettori dan mengoreksi hafalan santri terdapat grup halaqoh kecil (HK), beranggotakan 10-15 santri dengan 1 musyrif/ah pengampu.²¹

Menghafal al Qur'an di Tahfidz Online disesuaikan dengan kemampuan seorang santri, dengan arti bahwa santri mulai menghafal boleh dari awal juz sampai akhir juz atau dari akhir juz naik ke atas hingga awal juz. Penyetoran hafalan baru disettori setiap hari Senin s.d Jum'at sedangkan murojaah setiap Sabtu-Ahad. Waktu penyetoran dimulai pada pukul 03.00 WIB dan berakhir pukul 22.00 WIB, bagi santri yang berada di luar zona waktu WIB harus menyesuaikan, penting untuk memperhatikan waktu penyetoran karena akan berpengaruh terhadap proses penilaian. Di luar jam tersebut grup Tahfidz Online ramai dengan komunikasi

²¹ Firdaus Wajdi, Sifa Fauzia, Ahmad Hakim, *Evaluasi Program Tahfiz melalui Media Sosial di yayasan Indonesia* Berkah, Jurnal Studi Al Qur'an, Vol 16 No 1, Tahun 2020, hal 75

antar anggota grup dengan kata lain grup halaqoh besar aktif dan ramai selama 24 jam.

Ketika mulai menyetorkan hafalan baru atau menyetorkan hafalan lama (murojaah) seorang santri harus membuka grup halaqoh kecil (HK) terlebih dahulu, baru kemudian memencet tombol mikrofon yang berada di pojok kanan bawah, dengan kata lain hafalan yang disetorkan harus benar-benar pada saat santri tersebut membuka gadget nya langsung menyetorkan hafalan.²²

Kemudian dari proses pembelajaran, berlanjut ke tahapan proses penilaian. Dalam tahapan tersebut, musyrif/ah mengambil peranan yang paling vokal terlihat dalam aktifitas mengoreksi, menilai dan melaporkan hasil belajar santri dalam grup halaqoh kecil (HK). Setiap hari, hafalan yang sudah disetorkan santri diberikan feedback berupa koreksi harian yang dilaporkan dalam grup halaqoh kecil (HK), paling lambat seorang musyrif/ah melaporkan hasil koreksi hafalan santrinya pada pukul 22.00 WIB, dengan kata lain waktu belajar Tahfidz Online baik setoran santri maupun koreksian dari musyrif/ah berada dalam rentang waktu 03.00-22.00 WIB.

Selain laporan koreksi harian, penilaian juga terdapat pada ujian akhir yang disebut imtihan akbar pada program Tahfidz Online ini. Dari setoran hafalan sehari-

²² Firdaus Wajdi, Sifa Fauzia, Ahmad Hakim, *Evaluasi Program Tahfiz melalui Media Sosial di Yayasan Indonesia Berkah*, Jurnal Studi Al Qur'an, Vol 16 No 1, Tahun 2020, hal 76

hari, interaksi di dalam grup-grup, dan ujian akhir diperoleh nilai akhir santri yang mana akan menjadi pertimbangan untuk seorang santri diluluskan ke periode selanjutnya. Nilai tersebut diumumkan pada instagram dan facebook Tahfidz Online dengan kata lain seluruh informasi terkait pelaksanaan program Tahfidz Online diumumkan melalui media sosial resmi Tahfidz Online, dalam hal ini instagram dan facebook.

Berdasarkan hasil pemaparan evaluasi program Tahfidz Online Yayasan Indonesia Berkah dan pembahasannya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Pelaksanaan program Tahfidz Online meliputi 3 tahapan, yaitu pendaftaran, pembelajaran dan penilaian. Pertama, pada tahapan pendaftaran, penerimaan santri baru diumumkan melalui instagram dan facebook resmi Tahfidz Online, kemudian seorang santri mendaftar melalui kontak penguji dengan format pendaftaran sekaligus rekaman bacaan satu halaman sebuah surat, lalu tim menyeleksi dengan pertimbangan kualitas bacaan dan jumlah musyrif/ah pengampu. Kedua, tahapan pembelajaran, santri meyetorkan hafalan baru di grup halaqoh kecil (HK) melalui fitur voice note pada hari Senin-Jum'at, pada hari Sabtu-Ahad santri meyetorkan hafalan lama atau murojaah, lamanya waktu belajar dari pukul 03.00 s.d 22.00 WIB.

diluar waktu tersebut santri terus aktif berkomunikasi menjalin silaturahmi satu sama lain di grup. Ketiga, pada tahapan penilaian peran musyrif/ah yang paling vokal

pada aktifitas mengoreksi, memberi nilai dan melaporkan; setiap hari hasil koreksi setoran santri dikirim dalam grup halaqoh kecil (HK), dan setiap akhir periode diumumkan nilai akhir santri yang mana nilai tersebut didapat dari nilai setoran sehari-hari, interaksi di grup dan nilai imtihan akbar. (2). Terdapat beberapa evaluasi terhadap program Tahfidz Online, yaitu, pertama, pada aspek context; (1) Visi harus dibuat indikator pencapaian dan disosialisasikan pada setiap periode baru dibuat, kalimat visi juga perlu dipangkas sehingga visi berbentuk kalimat yang singkat dan padat dan seluruh SDM selalu mengingatnya, (2) Misi juga perlu disusun indikatornya yang berkaitan dengan visi, (3) Tujuan sebaiknya disusun menjadi beberapa poin yang memuat juga target waktu penyelesaian. Kedua, aspek input; (1) Musyrif/ah perlu diberikan fasilitas pelatihan peningkatan keprofesionalan oleh yayasan khususnya pengambilan sanad bacaan al Qur'an, (2) Santri agar memahami tajwid dan bahasa Arab secara menyeluruh baik teori maupun praktik diberikan teori tajwid setiap hari dan dua pekan sekali untuk bahasa Arab, (3) Kurikulum perlu disusun oleh pihak Tahfidz Online yang bersifat resmi dan mengikat juga menambahkan kopdar sebagai sarana kontrol langsung hafalan santri, (4) Sarana dan prasarana, pada aplikasi Kang Ato ditingkatkan agar dapat diakses pengguna iOS, maksimalnya fitur-fitur terbaru whatsapp. Ketiga, aspek process; (1) Metode menghafal selain disosialisasikan dalam bentuk buku panduan perlu dibuat video praktek nya agar santri mudah

memahami, (2) Media picture dapat digunakan untuk meminimalisir besarnya kapasitas media video, (3) Materi topiknya harus disusun oleh pihak Tahfidz Online yang kemudian disosialisasikan ke santri pada awal periode, (4) Waktu, pada kalender akademik perlu ditambahkan jadwal kopdar, penilaian keaktifan tidak harus dua puluh empat jam harus ada jam penilaian ada interaksi online. Keempat, aspek product; (1) Santri ikhwan perlu tambahan materi karena masih banyak yang nilainya di bawah KKM, (2) Koreksi bacaan hafalan santri mengedepankan aspek tartil (3) Laporan mutabaah ditambahkan penerapan nilai-nilai al Qur'an yang disertakan bukti visual.²³

2. Griya Al Qur'an: Inisiatif Tahfiz Al Qur'an secara Online saat Pandemi

Aturan social dan physical distancing (jaga jarak sosial dan fisik,Red) saat corona masih mewabah mendorong kegiatan berbasis dalam jaringan (daring) menjadi tren di masyarakat. Work From Home (WFH) hingga belajar dari rumah pun memanfaatkan berbagai teknologi online ini. Menjelang Ramadan, belajar membaca dan menghafal Al Quran pun bisa dilakukan secara online. Peran orangtua memang menjadi lebih besar saat menjalani Ramadan di tengah virus Covid-19 seperti saat ini. Seorang ayah tiba-tiba harus siap menjadi imam sholat jamaah dan

²³ Firdaus Wajdi, Sifa Fauzia, Ahmad Hakim, *Evaluasi Program Tahfiz melalui Media Sosial di Yayasan Indonesia Berkah*, Jurnal Studi Al Qur'an, Vol 16 No 1, Tahun 2020, hal 76

tarawih yang tentu saja harus siap dengan banyak hafalan Al Qur'an. Tiba-tiba seorang ibu harus menjadi guru mengaji bagi anak-anaknya. "Saat orangtua bisa tidak akan menjadi masalah. Tapi bila ragu, saat ini banyak lembaga-lembaga yang juga menyediakan kajian hingga belajar membaca dan menghafal Al Quran secara gratis,"²⁴

Selama Pandemi Covid 19, Griya Al-Qur'an membuka bimbingan membaca dan menghafal kitab suci ini sebagai bekal orang tua saat beribadah di rumah bersama keluarga. Falah Al Burhani mendengarkan hafalan surah Al Kahfi peserta tahfiz Alquran online melalui video call WhatsApp (WA) di Griya Al-Qur'an, Jalan Dinoyo, Keputran, Tegalsari. Sesekali dia membetulkan lafal ayat yang dihafalkan peserta tersebut. Di sampingnya, Khoiril Huda beraktivitas serupa. Aktivitas mereka berlangsung sejak pagi pukul 06.30 hingga malam pukul 21.00. Selama tiga hari, mulai Selasa hingga Kamis.²⁵

Dikatakannya, Griya Al Qur'an pun memiliki Program Tahfidz Online, yang bisa diikuti semua umat Islam secara gratis selama 3 hari. Kegiatan ini akan membagi metode menghafal Al Quran yang mudah diaplikasikan untuk usia dewasa.

Bimbingan hafalan Alquran secara daring menjelang Ramadan itu dilakukannya bersama 15 pengajar lain yang

²⁴ Sumber <https://lenteratoday.com/tahfidz-online-jadi-tren-ramadan-saat-pandemi-corona/>

²⁵ Sumber <https://www.jawapos.com/features/23/04/2020/griya-al-quran-menggagas-tahfiz-alquran-secara-online-saat-covid-19/>

tergabung di Griya Al-Qur'an . Huda yang menjadi penanggung jawab akademik Griya Al-Qur'an mengungkapkan bahwa sebenarnya mereka sejak Januari merancang program hafalan Al Quran secara tatap muka menjelang Ramadan. Situasi akhirnya memaksa mereka mengubah teknis pengajaran dari tatap muka menjadi daring.

Dia sempat ragu program tahunan itu bisa berjalan saat memutuskan didaringkan. Tidak dipungkiri, sebagian pengajar hafalan Alquran masih gagap teknologi. Selain itu, khawatir membingungkan peserta. Namun, di luar dugaan, hafalan daring itu diminati banyak orang. Lebih dari 1.100 peserta mengikuti bimbingan daring tersebut. Pesertanya diklaim berasal dari seluruh Indonesia. Tidak sedikit WNI dari berbagai negara turut serta. Antara lain, dari Malaysia, Jepang, Amerika Serikat, Singapura, dan Inggris. Jauh lebih banyak dari peserta tatap muka tahun-tahun sebelumnya yang rata-rata 350 orang. Huda mengklaim masih banyak yang ingin berpartisipasi. Tetapi karena keterbatasan pengajar, jumlah peserta dibatasi. "Dulu peserta tatap muka jarang masuk karena kesibukan. Tapi, ketika program tahfiz online ini justru menjadi lebih aktif karena waktunya fleksibel," katanya.

Dua metode digunakan dalam bimbingan hafalan Alquran daring itu. Pengajar memberikan materi secara daring. Selanjutnya, peserta diminta mengirimkan rekaman suara hafalan melalui WA. Selain itu, peserta bisa melafalkan surah yang telah dihafalkan secara tatap muka

melalui video call. "Alasan kami pakai WA karena aplikasi yang paling banyak digunakan. Peserta supaya tidak bingung". Hafalan Alquran secara daring itu khusus untuk peserta usia dewasa. Bimbingan tersebut bertujuan sebagai bekal orang tua menyambut Ramadan. Di tengah pandemi ini, semua diharuskan beribadah dari rumah. Kepala keluarga dituntut mengimami keluarga, termasuk anak-anaknya, ketika salat berjamaah di rumah. Termasuk tarawih dari rumah. Dia tidak ingin orang tua hanya membacakan surah-surah pendek ketika mengimami di rumah. "Ayah ketika salat di rumah sudah harus mengimami. Masak bacaan surahnya itu-itu saja. Melalui program ini, peserta menghafal sepuluh ayat surah Al Kahfi,"²⁶

"Kami memberi nama metode ini dengan 'Metode Sahabat Tahfidz Griya Al Quran. Metode ini memang sudah dikemas agar memudahkan menghafal Al Quran untuk usia dewasa yang sudah diteliti, dan diujikan sebagai disertasi Program S3 Ustadz Bairus Salim, salah satu tim Riset and Development Griya Al Qur'an. Metode ini juga sudah diaplikasikan di kelas-kelas tahfidz Griya Al Qur'an," jelasnya.

Dalam kegiatan ini, 1.100 peserta akan dilatih menghafalkan 10 ayat dari Surat Al Kahfi. "Sebuah hadis Sahih Muslim berbunyi : ...Barangsiapa yg hafal sepuluh ayat dari ayat awal surah Al-Kahfi, ia akan terpelihara dari

²⁶ Sumber <https://www.jawapos.com/features/23/04/2020/griya-al-quran-menggagas-tahfiz-alquran-secara-online-saat-covid-19/>

godaan Dajjal dan dalam riwayat lain, siapa yg hafal sepuluh ayat yg terakhir daripadanya... Jadi kami berharap 10 ayat itu menjadi bekal untuk menghafal surat dan ayat-ayat Al Quran yang lainnya,"katanya.

Dalam pelaksanaan Program Tahfidz Online ini, Griya Al Qur'an menyiapkan sebanyak 15 pengajar hafidz yang akan mengawal 1100 peserta. Peserta nanti akan tergabung dalam grup-grup WhatsApp yang masing-masingnya dikawal oleh tim Griya Al Qur'an yang kita sebut musyrif. Dalam grup WA, musyrif akan mengirimkan rekaman suara bagaimana metode menghafal Al Quran yang mudah kepada peserta. Lalu, peserta diberi waktu untuk menghafal dan kemudian menyetorkan hafalannya secara pribadi ke nomor musyrif yang ditunjuk, sehingga masing-masing peserta akan merasa didampingi secara personal oleh pengajar Griya Al Qur'an.

Program yang digelar selama 3 hari, mulai Selasa hingga Kamis (21-23/4) ini, disambut baik oleh masyarakat. Peserta yang terdaftar sebanyak 1100 orang yang tersebar dari berbagai daerah di Indonesia. Peserta dari luar negeri pun turut bergabung, mereka berasal dari Malaysia, Jepang, Inggris dan Amerika.²⁷

²⁷ Sumber <https://lenteratoday.com/tahfidz-online-jadi-tren-ramadan-saat-pandemi-corona/>

Dalam kegiatan ini, Griya Al Qur'an membatasi usia minimal pesertanya, yaitu mulai 15 tahun hingga tidak terbatas usianya. Peserta yang sudah terdaftar, paling muda di usia 15 dan paling tua berusia 77 tahun. Dari 1100 peserta itu ada satu di antaranya yang difabel dengan gangguan kesulitan berbicara. Ia secara khusus mengajukan diri untuk bisa menjadi peserta kegiatan itu. "Semoga program ini mendekatkan keluarga dan menguatkan secara psikologis dan teologis dalam menghadapi dan melawan virus yang sangat mudah penularannya ini,".²⁸

Selain itu, kini anak-anak kerap lebih mahir dalam membaca Alquran jika dibandingkan dengan orang tuanya. Alasan itulah yang memicu peserta ingin belajar membaca dan menghafal kitab suci ini. "Anak biasanya justru membetulkan orang tuanya saat membaca surah ketika salat di rumah,". Pengajar maupun peserta bisa melaksanakan bimbingan hafalan daring itu dari mana saja. Pengajar tidak harus datang ke Griya Al-Qur'an atau masjid. Begitu pula pesertanya. Waktunya juga fleksibel, mulai pagi hingga malam. Satu pengajar membimbing hingga 60 peserta secara daring. "Tidak jarang HP (handphone) tutor sampai hang karena banyak menerima voice note dari peserta," tambah Falah yang dipercaya menjadi pimpinan program tahfiz online.

²⁸ Sumber <https://lenteratoday.com/tahfidz-online-jadi-tren-ramadan-saat-pandemi-corona/>

Pengajar juga membimbing peserta mengenai cara membaca Alquran secara baik dan benar. Pengajar akan membantu mengajari peserta yang sama sekali tidak bisa membaca kitab suci tersebut. "Kami buat level II sampai VI. Sebagian besar ketika pertama mendaftar masih berada di level II dalam membaca Alquran karena misal panjang pendeknya harus diperhatikan. Kalau ada yang tidak bisa sama sekali, kami akan bimbing,".

Falah menambahkan, hanya dalam waktu tiga hari, peserta sudah bisa menghafal sepuluh surah. "Progresnya bagus, tiga hari sudah bisa hafal. Kalau yang tatap muka dua jam sudah bisa hafal," katanya.

Salah seorang peserta Murbanun merasa terbantu dengan adanya bimbingan hafalan Alquran daring tersebut. Ibu rumah tangga berusia 72 tahun itu mengaku sudah lama ingin mengaji, tetapi takut karena tidak bisa. "Dengan program ini, Insya Allah akan mendaftar kelas reguler. Tak naik sepeda onthel karena jaraknya lumayan dari rumah,".Falah berharap program hafalan secara daring itu akan terus berlanjut. Dia bersama kolega-koleganya di Griya Al-Qur'an juga berencana membuat program jangka panjang untuk bimbingan daring. Meski kelak pandemi korona berakhir, program itu akan tetap dilanjutkan karena dirasa cukup membantu bagi orang-orang yang ingin belajar mengaji.²⁹

²⁹ Sumber: <https://www.jawapos.com/features/23/04/2020/griya-al-quran-menggagas-tahfiz-alquran-secara-online-saat-covid-19/>

3. Tahfidz Intensif Daarul Qur'an

Metode ini bisa di lakukan secara mandiri, atau berkelompok. Pada saat ini program tahfidz intensif dibuat dengan sistem Internet Full Online, dengan tujuan untuk memudahkan dalam jangkauan ke seluruh wilayah dalam dan luar negeri, selain itu juga penggunaan sistem online ini dapat mengetahui perkembangan bagi tiap peserta yang tercatat dalam sistem.

Metode Tahfidz Intensif

Menghafal dengan gaya bacaan seperti Imam Mekkah dan Madinah.

Mendengarkan dan Menyimak baacaan dengan penggalan - penggalan ayat diukur per-nafas.

Metode Pengulangan ayat yang disesuaikan dengan kekuatan nafas.

Pemenggalan untuk ayat - ayat yang panjang hingga menjadi beberapa bagian.

Bisa diikuti oleh siapa saja kapan saja dan dimana saja.

Dapat mengetahui hasil hafalan dengan laporan yang tercetak.

Syarat Mengikuti Tahfidz Intensif

Dapat diikuti siapa saja, tanpa batasan usia, pekerjaan, tempat dan waktu.

Gunakan Komputer PC / Laptop atau melalui Gadget (Tablet & Smartphone)

Disarankan menggunakan perangkat Audio (Speaker atau Earphone)

Terhubung dengan Jaringan Internet

Buka sistem Tahfidz Intensif melalui www.tahfidzintensif.com melalui browser Google chrome atau Mozilla Firefox.

Metode Pembelajaran: Proses Belajar Tahfidz Intensif

Buka Halaman Situs Tahfidzintensif.com

Siapkan perangkat audio agar bisa di dengar secara jelas.

Menyimak Dan Mendengarkan bacaan dengan pengulangan yang telah di tentukan (Sesi Menyimak)

Mengikuti bacaan sesuai dengan penggalan dan pengulangan. (Sesi Menghafal)

Mencoba untuk menghafal dari bacaan yang telah di simak.

Mengulang bacaan yang di pilih (Sesi Murojaah)

Tandai ayat yang dianggap sudah hafal.

Mencetak laporan hasil hafalan (jika dibutuhkan).

Materi Hafalan

Metode yang digunakan dalam Tahfidz intensif ini dibuat dalam beberapa sesi.

Setiap surat yang akan di hafalkan dibuat berdasarkan urutan halaman Alqur'an.

Setiap halaman umumnya dibagi menjadi 3 (tiga) bagian, setiap bagian terdiri dari 5 baris.

Contoh :

Baris 1 s/d 5 disebut Sesi Menghafal Bagian 1 (pertama)

Baris 6 s/d 10 disebut Sesi Menghafal Bagian 2 (kedua)

Baris 11 s/d 15 disebut Sesi Menghafal Bagian 3 (ketiga)
Pada tiap sesi tersebut atau bagian atas ayatnya masing-masing terdapat pengulangan yang jumlahnya telah ditentukan oleh sistem ini.

Jumlah pengulangan masing - masing ayat atau bagian ayatnya dapat dilihat pada kolom Pengulangan Ayat / Nafas, sedangkan pengulangan sesinya dapat dilihat pada kolom Pengulangan Sesi.

Sesi Per Bagian

Setiap bagian terdiri dari 3 Sesi yang disebut “Sesi PerBagian”.

Setiap sesi perbagian ini berbeda dalam penyajian materinya termasuk pengulangan ayat atau nafas dan pengulangan sesinya.

Sesi Menyimak Bacaan Hafalan

Pada sesi menyimak ini, peserta dapat mengetahui materi yang akan dipelajari pada sesi bagian ini. Yang kemudian berlanjut kepada sesi menghafal.

Sesi Menghafal

Sesi menghafal ini adalah merupakan sesi yang paling inti dari semua sesi yang ada. Pada sesi ini dapat di ketahui dimana proses menghafal dimulai.

Fitur atau fasilitas yang ada pada materi ini adalah :

Fitur untuk proses Uji Hafalan

Fitur Tandai Hafalan.

Dalam sesi menghafal ini semua materi yang telah ditandai “Hafal” kemudian akan dilewati (tidak terbaca) dalam

daftar proses menghafal berikutnya. Karena untuk mempermudah dalam memilah materi yang telah dihafal.

Sesi Muraja'ah

Pada sesi murajaah ini, peserta dapat mengulang ayat yang di hafal pada setiap sesi yang berjalan.

Sesi Pemantapan Hafalan Seluruh Materi Halaman

Pada Sesi Pemantapan ini, adalah proses pemantapan dengan pengulangan bacaan hafalan seluruh ayat pada semua Sesi Bagian yang terdapat dalam satu halaman surat yang sedang berjalan.

4. Tahfidz Metode Kauny (Kauny Quantum Memory) oleh Bobby Herwibowo ponpes Tahfidz Yadul Ulya

Penemuan Baru Cara Cepat, Tepat, dan Mudah, Menghafal serta Memahami Al-Quran. Pernahkah dibayangkan:

- Mengajari mengaji anak-anak Anda di rumah?
- Menjadi Imam di masjid sekitar rumah Anda?
- Mengerti isi kandungan Al-Quran secara utuh?

Dengan metode KaunyQuantumMemory, akan mampu:

- Menghafal (Tahfiz)
- Memahami makna (Fahmulmai'ani)
- Membaca dengan cara yang benar (Tajwid)
- Melafalkan bunyi huruf (Makhraj)
- Menulis ayat-ayat Al-Quran (Kitabah)

Beberapa Testimoni:

Rasanya tidak percaya saya dapat menghafal dan mengerti arti serta dapat membaca Al-Quran. Tidak rugi

menginvestasikan waktu dan uang yang tidak seberapa untuk sebuah ilmu yang luar biasa ini. –Ratih Sang, 49 Thn, Konsultan

Alhamdulillah. It's a miracle, daya ingat metode ini luar biasa untuk menentramkan diri saya dengan Al-Quran. Dengan teknik ini, Al-Quran mampu menjadi penyentuh hati dan jiwa begitu luar biasa. – PaljariatiYusral SS, 39 thn, Inspirator, Trainer, dan Motivator

Metode dulu yang saya lakukan mengulang ayat butuh waktu lebih lama. Metode ini bukan hanya mengulang-ulang ayat tetapi juga menghubungkan dengan gambar-gambar dan cerita. –Roosyana Hasbullah, 56 thn, Dokter

Keseimbangan fungsi otak mulai terasa pada latihan metode ini, karena dipacu untuk bekerja dalam waktu bersamaan, yaitu membaca, menghafal, menghayal/ilustrasi. –Edi Sutarto, 34 Thn, PNS

5. Rumah Tahfidz Online Metode Tahfidz Yamani

Abu Abdirrahman, Program Director Rumah Tahfidz Online, mengatakan bahwa program RTO (Rumah Tahfidz Online-Pen) ini merupakan dedikasi para asatidzah dan huffadz untuk mendekatkan al Qur'an kepada masyarakat seluas-luasnya. Program Rumah Tahfidz Online menerapkan kurikulum sebagaimana layaknya lembaga pendidikan formal dengan pola penyajian materi, teori & praktik serta ujian akhir dengan

sistem catur wulan.Website Rumah Tahfidz Online menggunakan aplikasi berbasis Learning Management System, atau sistem manajemen pembelajaran dan menyajikan materi pelajaran dalam bentuk teks, video rekaman & Live Video Conference sehingga dapat bertatap muka langsung antara peserta dan pengajar. "Program Tahfidz Online berbasis website seperti ini juga sebenarnya sudah ada, namun rata-rata berbayar", Ungkapnya.

Yang menjadi ciri khas RTO adalah Program Tahfidzul Qur'an yang diterapkan menggunakan Metode Tahfidz Terpadu Yamani yang dibina langsung oleh seorang syaikh bersanad dari Yaman. Selain itu, program RTO tidak hanya terbatas pada program Tahsin dan Tahfidz saja, akan tetapi dilengkapi juga dengan pelajaran Tafsir dan bahasa Arab untuk menyempurnakan dan memudahkan dalam menghafal al Qur'an.

Sayangnya, untuk saat ini RTO membatasi peserta maksimal hanya 100 peserta, Hal ini dikarenakan RTO masih menggunakan shared hosting dengan kapasitas terbatas. RTO tengah berusaha untuk meningkatkan layanannya serta membuka peluang bagi muhsinin dan berbagai pihak yang ingin berkontribusi dalam mengembangkan RTO.

Begitu juga peserta baru dikhususkan untuk peserta pria karena belum tersedianya pengajar khusus akhwat (wanita-Pen). Adapun peserta wanita tetap dipersilahkan mendaftar, namun saat ini hanya bisa sebagai peserta

mustami' atau penyimak dan belum bisa mendapatkan layanan pengajaran tatap muka atau video conference.

Ketika ditanya apa harapan tim RTO dengan mengadakan program ini? beliau menjawab, "Kami berharap agar Allah SWT ridha dan sayang pada kami",

Ringkasan

Aturan social dan physical distancing (jaga jarak sosial dan fisik, Red) saat corona masih mewabah mendorong kegiatan berbasis dalam jaringan (daring) menjadi tren di masyarakat. Work From Home (WFH) hingga belajar dari rumah pun memanfaatkan berbagai teknologi online ini. Menjelang Ramadan, belajar membaca dan menghafal Al Quran pun bisa dilakukan secara online. Peran orangtua memang menjadi lebih besar saat menjalani Ramadan di tengah virus Covid-19 seperti saat ini. Seorang ayah tiba-tiba harus siap menjadi imam sholat jamaah dan tarawih yang tentu saja harus siap dengan banyak hafalan Al Qur'an. Tiba-tiba seorang ibu harus menjadi guru mengaji bagi anak-anaknya. "Saat orangtua bisa tidak akan menjadi masalah. Tapi bila ragu, saat ini banyak lembaga-lembaga yang juga menyediakan kajian hingga belajar membaca dan menghafal Al Quran secara gratis

Tahfiz Al Qur'an Online adalah sebuah pembelajaran yang dilakukan secara elektronik dengan menggunakan Media berbasis komputer serta sebuah jaringan. Mengaji online dikenal juga dengan istilah

pembelajaran elektronik, e-Learning, on-line learning, internet-enabled learning, virtual learning, atau web-based learning. Online learning adalah proses belajar mengajar yang memanfaatkan internet dan media digital dalam penyampaian materinya. Metode online learning dianggap lebih dekat dengan generasi pelajar saat ini yang dikenal sangat menyatu dengan produk-produk teknologi. Hal ini merupakan salah satu bentuk digitalisasi dalam dunia pendidikan yang memiliki banyak manfaat

Pertanyaan

1. Bagaimana pengertian dari belajar Tahfiz online?
2. Sebutkan Program Program Tahfiz online selain yang disampaikan pada Materi pembelajaran?
3. Analisis kelebihan dan kelemahan pada setiap program Tahfiz online yang sudah dipelajari?
4. Apa Manfaat yang didapat dari Program Tahfiz Online?

BAB XI

METODE NEURO NADI PEMBELAJARAN AL QUR'AN DARI MALAYSIA

Pendahuluan:

Islam berupaya melakukan terobosan reformasi pada sistem pendidikan Al Qur'an. Pendidikan Al Qur'an harus mampu membangun kultur inovasi jika ingin memperkuat eksistensinya. Berdasarkan kenyataan tersebut Inovasi ini diperlukan agar pendidikan Al Qur'an mampu menjawab tantangan dan tuntutan zaman yang terus mengalami perubahan. Memasuki era disrupsi menjadikan keterbukaan pendidikan Al Qur'an dituntut untuk lebih peka terhadap gejala-gejala perubahan sosial masyarakat.¹ Selain itu, tulisan ini juga berupaya memberikan tawaran solusi kepada pendidikan Al Qur'an dalam menghadapi Era Revolusi Industri 4.0. Era 4.0 membawa dampak yang luas dalam segala lini kehidupan, tak terkecuali dalam bidang pendidikan. Muhadjir Efendy menerangkan bahwa perlunya ada reformasi di tingkat sekolah, peningkatan kualitas struktural dalam profesionalisme guru, kurikulum yang menyesuaikan diri dengan keadaan, sarana dan prasarana yang andal, serta teknologi pembelajaran yang mutakhir agar dunia pendidikan nasional dapat menyesuaikan diri dengan dinamika zaman. Era yang melahirkan fenomena

¹METODE MULTISENSORI ARTIKULASI TERHADAP KEMAMPUAN MEMBACA MENULIS HURUF AL-QUR'AN PERMULAAN DENGAN MODEL AT-TARTIL JILID 1 SISWA TUNARUNGU | MARDIANA | Jurnal Pendidikan Khusus' <<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-pendidikan-khusus/article/view/14942/13518>> [accessed 20 December 2019].

disruption ini menuntut dunia pendidikan Islam untuk turut menyesuaikan diri.

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif berbasis kepustakaan yang mempunyai empat jenis penelitian yaitu studi teks, kajian pemikiran Tokoh, analisis buku dan kajian sejarah.. Penelitian ini mengambil bidang kepustakaan dengan menganalisis artikel-artikel dan wawancara owner Neuro Nadi Aceh sebagai pelengkap informasi data yang dipilih. Lokasi Penelitian ini mengambil lokasi di Banda Aceh.

A. Definisi Inovasi

Definisi Inovasi adalah sebuah temuan baru dengan tampilan beda dengan sebelumnya. Misalnya dahulu orang Mandi dengan sabun Batangan sekarang berubah dengan sabun cair. Seseorang yang mempunyai jiwa inovasi akan selalu melakukan perbaikan-perbaikan menuju kesempurnaan, menyajikan sesuatu yang unik/berbeda dengan yang sudah ada. Jiwa inovatif harus dipunyai oleh wirausahaan. Wirausaha harus selalu melakukan inovasi dalam usahanya, sepiantas terkesan plin-plan (berubah-ubah) tapi itulah benih menuju perubahan. Pola pikir wirausaha yaitu ingin selalu tampil beda. Kreatif dan Inovatif adalah suatu kemampuan untuk memindahkan sumber daya kurang produktif menjadi sumber daya yang produktif, sehingga memberikan nilai ekonomis secara langsung maupun tidak langsung, berani mengambil resiko dalam setiap keputusan.²

Pada era saat ini, dimana kita diharapkan untuk mampu berkompetisi dengan siapapun, kapanpun dan

²Andri Nirwana, "Uluum al-Quran 'Inda 'Abdillah Bin 'Umar Radhi Allahu 'Anhuma', *Bidayah* □: *Studi Ilmu-Ilmu Keislaman*, 2019, 13-26.

dimanapun. Untuk itu, berpikir kreatif dan inovatif menjadi suatu keharusan, karena hanya dengan berpikir kreatif dan inovatif kita akan tetap *exist* dan *survive*, terutama dalam menghadapi tantangan global. Pengembangan berbagai solusi atas permasalahan yang muncul merupakan sumber penting untuk membangun keunggulan kompetitif. Ini artinya, kreatif dan inovatif merupakan bagian penting dalam melahirkan dan menciptakan nilai tambah dan keunggulan (*thinking new thing and doing new thing or create the new and different*).³

Ada juga yang mengatakan arti inovasi adalah suatu pembaharuan terhadap berbagai sumber daya sehingga sumber daya tersebut mempunyai manfaat yang lebih bagi manusia. Proses inovasi sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan karena kedua hal tersebut dapat memudahkan dalam memproduksi sesuatu yang baru dan berbeda.

Pada dasarnya manfaat inovasi adalah untuk menyempurnakan atau meningkatkan fungsi dari pemanfaatan suatu produk atau sumber daya sehingga manusia mendapatkan manfaat yang lebih. Inovasi terjadi di berbagai bidang kehidupan, mulai dari dunia bisnis, pendidikan, komunikasi, dan lain sebagainya.⁴

Proses inovasi ini terjadi secara terus menerus di dalam kehidupan manusia karena adanya keinginan untuk melakukan sesuatu menjadi lebih mudah dan cepat. Salah satu contoh inovasi adalah perkembangan telepon yang

³View of Kajian Pembelajaran Baca Tulis Al-Qur'an'

<<http://journal.stitmupaciran.ac.id/ojs/index.php/ojs/article/view/31/24>> [accessed 25 December 2019].

⁴View of DA'WAH IN THE QUR'AN (THEMATIC TAFSIR)

<<https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/tibyan/article/view/1350/907>> [accessed 25 December 2019].

berubah dan semakin canggih dari waktu ke waktu. Bila dulu telepon menggunakan kabel, saat ini telepon dapat dibawa kemana saja dengan fitur yang sangat lengkap.⁵

Menurut para ahli seperti Everett M Rogers, pengertian Inovasi adalah suatu ide, gagasan dilandasi dan diterima sebagai sesuatu hal yang baru oleh seseorang atau pun kelompok tertentu untuk diaplikasikan. Menurut Kuniyoshi Urabe, pengertian Inovasi adalah segala sesuatu yang dihasilkan melalui suatu proses yang panjang dan komulatif. Inovasi yang dilakukan oleh teknik Neuro Nadi ialah menutupi kekurangan yang ada di Metode Iqra, seperti:

Giliran mengaji, pada metode Iqra, anak-anak menunggu giliran, ada anak yang menunggu sampai 30 menit akibat panjang antrian urutan tunggu Talaqi. Berbeda dengan Neuro Nadi yang mampu membimbing anak sekaligus berjumlah 15, 50 bahkan 300 sekaligus. Model ini sangat cocok dilakukan untuk zaman sekarang ini.

Potret Historis Perkembangan Metode Baca Al Qur'an Indonesia

Metode baghdadiyah merupakan metode yang menggunakan kekuatan otak kiri dalam belajar baca Al Qur'an, metode nya yaitu menghafal huruf, mengeja Modul, Tidak Variasi dan harus ikuti arahan Guru, tidak boleh melanggar, membutuhkan waktu yang lama dalam belajar, bila tak kenal huruf, maka tidak bisa melanjutkan.

Metode al Barqi mempunyai keunikan yaitu mendorong santri untuk membaca dengan persiapan pengetahuan sebelumnya. Metode ini bersifat analitik sistetik, mempunyai beberapa fase, fase analitik, fase

⁵Nirwana.

sistetik, fase penulisan, fase pengenalan bunyi, fase pemindahan, fase pengenalan panjang pendek bacaan, fase pengenalan sukun dan seterusnya.

Metode Iqra' adalah suatu metode membaca al Qur'an langsung pada latihan membaca menggunakan modul berbasis cara belajar siswa aktif (CBSA) dan bersifat individual.

Metode Qiraati adalah metode baca al Qur'an yang langsung memasukkan dan mempraktekkan bacaan tartil sesuai dengan qaidah ilmu tajwid. Metode ini hanya terfokus pada membaca al Qur'an secara langsung dan pembiasaan membaca al Qur'an Tartil sesuai dengan ilmu Tajwid.

Metode Neuro dalam Membaca Al-Quran: Masyarakat diperkenalkan cara asyik dan menyenangkan dalam belajar Al-Quran dengan metode Neuro Nadi. Sebuah tehnik dengan menggunakan alat ketuk yang akan membuat setiap orang yang belajar tidak bosan.

Awalnya membuka belajar metode Neuro Nadi ini, untuk memudahkan orangtua mengajari anak-anaknya. Karena berdasarkan data 54%, masyarakat Indonesia buta huruf Al-Quran. Jadi berangkat dari sini, kita bekerjasama dengan Neuro Nadi Indonesia untuk lebih membumikan membaca Al-Quran sejak dini, ujar Koordinator Neuro Nadi Wilayah Sumatera Utara Revita Lubis.

Dengan menggunakan metode ini, setiap orang baik dari usia 4 bulan hingga 70 tahun, bisa diperkenalkan cara asyik untuk membaca Al-Quran ini. Karena proses belajarnya yang dilakukan beramai-ramai, akan membuat orang yang belajar tidak bosan. Jadi belajar Al-Quran itu seperti melakukan satu permainan. Dan ini, nantinya akan terbentuk komunitas yang positif. Tidak hanya itu, dengan belajar yang menyenangkan ini, akan membuat anak

khususnya, tidak akan memegang gadget sama sekali selama dua jam. Mereka akan sangat senang dengan permainan baru ini, dan fokus serta akan dapat menambah daya ingat untuk menghafalkan ayat-ayat Al-Quran,ujarnya.

Selain optimis, hal ini akan menjadi trend baru dikalangan anak-anak khususnya. Belajar Al-Quran dengan metode yang asyik, menarik dan cool ini, sambungnya, juga akan bisa menekan angka kenakalan remaja maupun pegguan narkoba. Ini akan membuat tren baru, membaca Al-Quran itu asyik dan menarik, Kita berikan pada hal-hal positif bagi anak dan dia akan terhindar dari pergaulannya yang negatif.

Menurutnya, dengan memberikan anak sejak kecil lingkungan yang Islami, akan memberikan trend baru bagi anak bahwa membaca Al- Quran menjadi sebuah kebutuhan. Tidak hanya itu, pemahaman dan persepsi orang tua harusnya disamakan. Jika Al-Quran dibutuhkan sepanjang masa, sampai akhir hayat kita, ujanya, seraya menambahkan bagi orang tua yang belum lancar membaca Al-Quran akan ada membuka kelas khusus, sehingga mereka bisa mengajarkan anak-anaknya belajar Al-Quran.

CEO Neuro Nadi, Richa Indah Sari menyebutkan dengan teknik Neuro Nadi belajar Al Quran secara efektif dengan menyenangkan dan mudah. Sehingga orang yang tidak bisa membaca Al-Quran menjadi bisa. Yang kita inginkan itu, masyarakat bisa belajar Al-Quran dengan cara yang menyenangkan tapi efektif, tidak membosankan. Ini konsepnya funlearning, ujanya saraya menambahkan langkah ini sebagai upaya untuk mengajak masyarakat, belajar Al-Quran minimal sekali seminggu dalam dua jam.

Kronologis Teknik Neuro Nadi di Aceh

Penghujung tahun 2017 anak ustaz usman bercerita bahwa dia mengajar al quran dengan sebuah tehnik terbaru diskusi selepas makan di salah satu rumah makan saya follow up dengan browsing di internet malah membuat saya lebih tertarik lagi Lalu Ust, usman menghubungi CEO Al Baqdadadi lalu mereka menschedulekan untuk datang presentasi ke Aceh.⁶



Presentasi pertama di Aceh di Makhad Aly Jamiah Ar Raniry pada 18 Februari tahun 2017 oleh tim Neuro Nadi Global Malaysia. Keesokan harinya dilanjutkan dengan ditempat lain yaitu di Asrama Haji yang diikuti dari berbagai lembaga sebagai peserta

⁶ Wawancara Langsung the owner Bimbel Neuro Nadi pada 1 Juni 2019
250 *Dr. Abd. Wahid, M.Ag*



Selanjutnya pada bulan Maret tahun 2017, ada enam orang dari Aceh berangkat mengikuti training di Neuro Nadi Global Gombak Malaysia selama 2 hari. Pada bulan April tahun 2017 Neuro Nadi secara resmi di buka beralamat di center Neuro Nadi Jln. Nuri no.2 sukadamai kecamatan Lueng Bata Banda Aceh Sebagai tempat belajar dan training center bagi tehnik inovasi ini.

Keunikan Teknik Neuro Nadi (Mengajar al Qur'an dengan alat ketuk)

Metode Teknik Neuro Nadi ditemukan oleh Dr. Jalaluddin Haji Hasanudin dengan menyiapkan modul yang tersusun rapi, terstruktur, dengan alat bantu ketuk dengan tujuan, agar belajar Al Qur'an terpenuhi tajwid yang benar. Berdiri 24 Nopember 2016, Program yang dikembangkan antara lain

- Nadi Quranic Prenatal Education Center (Simulasi Al Qur'an dalam Kandungan)
- Nadi Quranic childcare center (untuk anak berumur 1000 ari sampai 4 tahun)

- Nadi Quranic Playtime Center (Untuk anak berumur 4-6 tahun)
- Nadi Quranic Learning Center (Untuk usia 7-70 tahun)
- Nadi Quranic Tahfiz Center (Untuk Program Tahfiz)

Metode Neuro Nadi membuat pembelajar cepat menguasai praktek ilmu Tajwid yang dibantu dengan alat ketuk dan harakat yang sempurna. Metode Neuro Nadi memadukan keseimbangan kerja otak kanan dan otak kiri dengan penggunaan Modul Khusus yang berungsi untuk membantu praktek kerja otak. Teknik Neuro Nadi menggunakan konsep Neuro Psikologi⁷ dengan mengaplikasikan sepenuhnya fungsi otak kiri dan kanan sehingga mampu membentuk hafalan yang mutqin

Sasaran Pembelajaran Al Qur'an adalah Generasi Milenial

1. Lebih Mengutamakan Passion Daripada Gaji

Karakteristik generasi millennial yang pertama adalah mementingkan passion daripada gaji. Menurut Mohamad Ario Adimas, Division Head Integrated Marketing & Communication Indosat Ooredoo, imbalan

⁷ Neuro psikologi merupakan gabungan dari ilmu yang mempelajari system saraf manusia dengan perilaku, tngkah laku manusia. Dalam bahasa lain yaitu penilaian perilaku atau kognisi (Daya pikir) yang berhubungan dengan otak. Otak sebagai pengatur keduanya.

Mengetahui struktur otak, fungsi otak dan kelemahan otak sangat membantu dalam pembelajaran ini. Hemisfer Kanan mengendalikan bagian kiri badan dan banyak terlibat dalam keterampilan spatial-visual, kreativitas, aktivitas musik dan persepsi arah. Sedangkan hemisfer kiri bertugas mengendalikan bagian kanan badan dan fokus pada bahasa, kesimpulan logis dan analisis. Sumber dari www.docdoc.com diunduh pada 30 Nop 2019 pukul 13:58

yang besar bukanlah tujuan utama kaum milenial dalam bekerja.

Pekerja millennial lebih mendambakan kesempatan untuk berkembang dan menuntut agar diberi ruang untuk bisa berekspresi dengan pekerjaannya secara bebas. Itu artinya, generasi millennial lebih mementingkan passion (kegemaran) daripada nominal gaji yang besar.⁸

2. Mementingkan Pengembangan Diri (Self-Development)

Karakteristik yang kedua masih berkaitan dengan poin sebelumnya, yaitu lebih mementingkan pengembangan diri (self-development). Hasil penelitian Aalto University School Of Business menyebutkan, generasi millennial menganggap pengembangan diri secara personal dan profesional merupakan hal yang lebih penting dalam pekerjaan. Generasi millennial juga menyukai hal baru, namun kurang dapat fokus untuk mendalami semuanya. Mereka akan memilih pelatihan online, dimana ia bisa mengatur sendiri porsi keahlian yang bisa dikuasainya, ketimbang mengikuti pelatihan terpusat selama beberapa waktu.⁹

3. Memiliki Daya Saing yang Tinggi

Karakteristik generasi millennial selanjutnya berkaitan dengan hasil studi internasional Canadian Center

⁸ Diambil dari sumber <https://interactive.co.id/blog/10-karakteristik-generasi-millennial-yang-wajib-anda-ketahui-sebelum-mempekerjakan-mereka-169.html>

⁹ Diambil dari sumber <https://interactive.co.id/blog/10-karakteristik-generasi-millennial-yang-wajib-anda-ketahui-sebelum-mempekerjakan-mereka-169.html>

of Science and Education. Menurut riset tersebut, generasi millennial sangat menguasai teknologi dan dapat mengakses informasi dari berbagai sumber. Sehingga, mereka bisa belajar dengan cepat dan akses mereka terhadap dunia luar membuat mereka berlomba-lomba dalam memperbanyak prestasi dan memiliki daya saing tinggi.¹⁰

4. Technological Savvy

Generasi millennial sangat erat dengan kehadiran teknologi. Hampir semua aktifitas generasi millennial saat ini memanfaatkan kecanggihan teknologi. Mulai dari belanja, transportasi, hingga urusan perbankan. Milenial tumbuh dengan memiliki identitas pada Facebook, Instagram, Twitter, dan media sosial lainnya. Laptop, ponsel dan internet tidak dapat dipisahkan dari mereka. Menurut NCF (2013), sekitar 75% milenial adalah technological savvy (ahli dalam teknologi). Masih riset dari NCF, 80% milenial bahkan tidur dengan ponsel di samping tempat tidurnya.

Riset tersebut menegaskan fakta bahwa relasi yang terbentuk antara millennial dan teknologi telah menggantikan bentuk-bentuk relasi milenial yang lain. Misalnya, relasi millennial dengan buku, dll.

5. Tertarik Bekerja di Perusahaan Prestisius

Karakteristik generasi millennial selanjutnya yaitu mereka lebih tertarik bekerja di perusahaan prestisius yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas. Misalnya, adanya fasilitas makan siang gratis, gym gratis, koneksi internet yang cepat, atau kesempatan untuk bisa bertugas di luar

¹⁰ Diambil dari sumber <https://interactive.co.id/blog/10-karakteristik-generasi-millennial-yang-wajib-anda-ketahui-sebelum-mempekerjakan-mereka-169.html>

kota. Fasilitas dan kesempatan untuk mendapat penugasan ke luar kota inilah yang sering dipamerkan oleh generasi milenial di media sosial.

6. Cenderung Berpindah-Pindah Tempat Kerja

Generasi milenial adalah generasi yang merasa tertantang dengan lingkungan kerja yang melibatkan kreatifitas dan perubahan. Mereka tidak menyukai sesuatu yang bersifat statis untuk jangka waktu lama dan selalu berusaha mencari cara untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi. Tidak mengherankan jika mereka suka berpindah-pindah tempat kerja. Bahkan, survei tahunan Deloitte menemukan bahwa 43 persen pegawai milenial berencana meninggalkan pekerjaan mereka saat ini pada hitungan 2 tahun ke depan. Anda perlu waspada menanggapi fakta ini. Karena tingginya angka turnover karyawan tentu membawa dampak yang kurang baik untuk perusahaan.¹¹

7. Menyenangi Pekerjaan yang Fleksibel

Karakteristik generasi millennial yang ketujuh yaitu mereka menyenangi pekerjaan yang fleksibel. Artinya, generasi millennial lebih menyenangi pekerjaan yang tidak menuntutnya untuk selalu berada di kantor. Generasi millennial juga sudah terbiasa dengan teknologi canggih untuk dapat bekerja kapan pun dan di mana pun melalui koneksi internet. Sehingga mereka lebih tertarik untuk bekerja dengan cara remote daripada terus-terusan berada di kantor dari pagi hingga sore. Hal ini relevan dengan hasil penelitian Griffith Insurance Education Foundation. Riset

¹¹ Diambil dari sumber <https://interactive.co.id/blog/10-karakteristik-generasi-millennial-yang-wajib-anda-ketahui-sebelum-mempekerjakan-mereka-169.html>

tersebut menemukan bahwa generasi millennial mau berkorban agar dapat berlibur dan memiliki kemampuan untuk bekerja di luar kantor. Untuk itu, tidak ada salahnya memberikan mereka fleksibilitas dalam bekerja.¹²

8. Mementingkan Work-Life-Balance

Masih berkaitan dengan poin sebelumnya bahwa generasi millennial ini lebih memprioritaskan keseimbangan antara dunia kerja dan kehidupan pribadi dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka cenderung memilih pekerjaan yang lebih fleksibel secara kondisi dan jam kerja. Sehingga mereka bisa memiliki lebih banyak waktu luang bersama teman, keluarga, atau untuk mengembangkan hobi. Work-life balance ini sangat penting bagi generasi millennial sebagaimana dikemukakan dalam studi lapangan Ng Schweitzer dan Lyons (2010). Riset tersebut menemukan bahwa millennial menekankan individualisme, mencari kemajuan karir dan pengembangan keterampilan, serta memastikan kehidupan yang bermakna dan memuaskan di luar pekerjaan.¹³

9. Membutuhkan Sosok Pemimpin untuk Mengarahkan, Bukan Mendikte

Salah satu karakteristik generasi milenial yaitu mempunyai kecenderungan bersikap kritis dan banyak bertanya. Mereka merasa memiliki kompetensi tinggi karena telah mendapatkan pendidikan yang bagus. Oleh

¹² Diambil dari sumber <https://interactive.co.id/blog/10-karakteristik-generasi-millennial-yang-wajib-anda-ketahui-sebelum-mempekerjakan-mereka-169.html>

¹³ Diambil dari sumber <https://interactive.co.id/blog/10-karakteristik-generasi-millennial-yang-wajib-anda-ketahui-sebelum-mempekerjakan-mereka-169.html>

karena itu, mereka memerlukan sosok pemimpin dan pendidik untuk menjadi mentor yang menjunjung tinggi nilai kebenaran, senantiasa mendengarkan dan siap menjalin komunikasi terbuka. Kaum milenial membutuhkan mentor yang dapat memberikan arahan bagaimana berani mengambil keputusan dengan bijaksana dan penuh hikmat agar cita-cita mereka untuk menjadi pemimpin yang kuat di masa mendatang.¹⁴

10. Tertarik Menjadi Entrepreneur

Karakteristik generasi millennial yang terakhir yaitu mereka cenderung tertarik untuk menjadi seorang entrepreneur. Fakta ini relevan dengan hasil survei bertajuk Indonesia Millennial Report yang dilakukan IDN Research Institute dengan Alvara Research Center. Survei tersebut menyebutkan, sebanyak 55,4 persen millennial mengaku ingin punya usaha sendiri. Artinya tujuh dari 10 millennial memiliki jiwa pebisnis. Hal yang sama juga ditunjukkan oleh hasil penelitian Sea Group kepada 14.000 anak muda Indonesia. Survei itu menyebutkan, 24% responden menginginkan punya bisnis sendiri; 17% bekerja di pemerintahan; 16,5% ingin melanjutkan usaha keluarga; dan 3,2% ingin bekerja di rintisan start-up.¹⁵

¹⁴ Diambil dari sumber <https://interactive.co.id/blog/10-karakteristik-generasi-millennial-yang-wajib-anda-ketahui-sebelum-mempekerjakan-mereka-169.html>

¹⁵ Diambil dari sumber <https://interactive.co.id/blog/10-karakteristik-generasi-millennial-yang-wajib-anda-ketahui-sebelum-mempekerjakan-mereka-169.html>

Kesimpulan

Metode Neuro Nadi mengoptimalkan kerja fungsi otak dalam belajar baca Al Qur'an. Ini merupakan inovasi yang dilakukan dan sangat berguna bagi generasi milenial. Neuro Nadi memadukan konsep korelasi baca lihat dengar, terus menerus melakukan pengulangan dan menyenangkan., Teknik Neuro Nadi menggunakan pendekatan Struktur, Analisis dan Sintesis.

Pertanyaan

1. Bagaimana Inovasi yang dilakukan oleh Metode Neuro Nadi dalam Mempelajari Al Qur'an?
2. Bagaimana kelebihan dan kelemahannya jika dibanding dengan Metode Metode yang telah lahir sebelumnya?

Daftar Pustaka

'METODE MULTISENSORI ARTIKULASI TERHADAP KEMAMPUAN MEMBACA MENULIS HURUF AL-QUR'AN PERMULAAN DENGAN MODEL AT-TARTIL JILID 1 SISWA TUNARUNGU | MARDIANA | Jurnal Pendidikan Khusus'

<<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-pendidikan-khusus/article/view/14942/13518>> [accessed 20 December 2019].

Andri Nirwana, "Uluum al-Quran 'Inda 'Abdillah Bin 'Umar Radhi Allahu 'Anhuma', *Bidayah* □: *Studi Ilmu-Ilmu Keislaman*, 2019, 13-26.

'View of Kajian Pembelajaran Baca Tulis Al-Qur'an'

<<http://journal.stitmupaciran.ac.id/ojs/index.php/ojs/article/view/31/24>> [accessed 25 December 2019].

'View of DA'WAH IN THE QUR'AN (THEMATIC TAFSIR)'

<<https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/tibyan/article/view/1350/907>> [accessed 25 December 2019].

Nirwana.

Wawancara Langsung the owner Bimbel Neuro Nadi pada
1 Juni 2019

BAB KEDUA BELAS

MENCIPTAKAN PRODUK BARU BELAJAR AL QUR'AN

Al-Qur'an adalah sumber utama ajaran agama Islam dan pedoman hidup bagi setiap muslim. Al-Qur'an bukan sekedar memuat petunjuk tentang hubungan manusia dengan Tuhan, tetapi juga mengatur hubungan manusia dengan manusia dengan sesamanya, serta manusia dengan alam sekitarnya.

Di dalam Al-Qur'an terdapat nilai-nilai ajaran Islam yang bersifat universal sebagai pedoman hidup. Nilai-nilai yang terkandung di dalamnya berfungsi sebagai petunjuk dan penuntun umat islam dalam menjalankan tanggung jawabnya sebagai 'abdullah dan khalifatullah fi al-ardh (khalifat di muka bumi). Keistimewaan Al-Qur'an tersebut memunculkan usaha kaum muslimin untuk mempelajari kandungannya dari beberapa aspek keilmuan yang berkembang dalam khazanah intelektualitas muslim.

Oleh karena itu di dalam artikel ini akan memuat pembahasan bagaimana tahapan memulai bisnis produk jasa Al-Qur'an dengan melihat permasalahan-permasalahan baca Al-Qur'an dalam masyarakat, menganalisis permasalahannya, melahirkan gagasan baru serta memperluas jaringan.

Di tengah perkembangan teknologi informasi saat ini, metode belajar baca Al-Qur'an pun menjadi makin beragam. bahkan bisa mengakses metode belajar membaca Al-Qur'an dengan ponsel pintar. Saat ini banyak situs atau website di internet yang menyediakan layanan belajar membaca AlQuran yang praktis dan bisa dilakukan kapanpun dan di manapun.

Salah satu yang cukup dikenal yakni website Bisaquran.com. Website ini menghadirkan sarana full digital berupa kelas online berbasis aplikasi instant messaging, atau menggunakan website khusus sebagai Learning Management System (LMS).¹

Tak hanya itu, ada pula yang menggunakan sistem hybrid yakni menggabungkan materi klasik berupa buku dan video pembelajaran. Dengan metode yang sangat mudah dicerna dan dipahami pengguna bahkan bisa mulai paham cara membaca Al-Qur'an yang baik hanya dalam hitungan hari.

Tentunya ini metode yang sangat menarik bagi generasi milenial yang sehari-harinya terbiasa dengan piranti digital untuk mengakses informasi. Bagi yang ingin mempelajari Al-Qur'an lebih dalam, ada juga website tafsir lengkap seperti Tafsirweb.com. Website ini memberikan akses untuk mempelajari tafsir Al-Qur'an dengan beragam versinya. Di antaranya yakni, Tafsir Kementerian Agama Republik Indonesia, Tafsir Kementerian Agama Saudi Arabia, dan lain sebagainya.

Semua versi tafsir tersebut tersedia gratis untuk dibaca. Anda juga bisa dengan mudah mengakses tafsir dari surah-surah populer lain seperti Surah Al-Fatihah, Surah Al-Baqarah, Surah Ad-Dhuha, Surah An-Naba, Surah Yusuf,

¹ Sumber

<https://teknologi.bisnis.com/read/20200417/84/1228676/belajar-al-quran-jadi-lebih-mudah-lewat-platform-digital-buat-generasi-milenial>

Surah Yasin, Surah Al-Waqiah, Surah Al-Kahfi, Surah Al-Mulk, dan Ar-Rahman.²

A. Delapan Tahap Proses Penciptaan Produk Baru (New Product Development Process)

Untuk menjaga keberlangsungan hidup sebuah usaha, perusahaan harus senantiasa mengembangkan produknya, apakah dengan membuat produk yang benar-benar baru, meremajakan produk yang sudah ada, menambahkan fitur atau fungsi baru, atau bisa jadi menciptakan produk baru yang merupakan pengembangan bisnis perusahaan. Dengan mengembangkan produk baru, maka siklus hidup produk bisa dijaga agar tetap dalam masa pertumbuhan dan kedewasaan, artinya saat ada item produk yang mengalami penurunan (decline), perusahaan sudah memiliki produk lain sebagai substitusi di segment tersebut.

Mengembangkan produk baru juga berfungsi untuk memperlebar segment pasar, dengan menciptakan produk baru untuk market segment baru yang berbasis pada produk lama, misal perusahaan dengan obat untuk dewasa kemudian menciptakan obat khusus untuk anak-anak atau khusus untuk ibu-ibu hamil. Pengembangan produk baru (NPD - New Product Development) kadang seringkali memiliki tujuan khusus, yaitu merupakan bagian dari global strategy perusahaan, misal produk baru sebagai

² Sumber

<https://teknologi.bisnis.com/read/20200417/84/1228676/belajar-al-quran-jadi-lebih-mudah-lewat-platform-digital-buat-generasi-milenial>

tactical product, atau produk baru sebagai second brand yang memiliki tujuan untuk melindungi produk utama.³

Mengembangkan produk baru, bukan sesuatu hal yang mudah, banyak sekali produk baru yang di rilis atau diluncurkan perusahaan gagal, mati ditengah jalan, bahkan beberapa sebelum masa bertumbuh. Untuk meminimalkan resiko kegagalan pengembangan produk baru, perusahaan bukan saja harus memikirkan strategi pengembangan produk baru, tetapi harus juga memahami dan menjalankan setiap tahapan dalam proses pengembangan produk baru tersebut.

Berikut adalah 8 tahap proses pengembangan produk baru (*8 steps of new product development process*) agar bisa menghasilkan produk yang unggul dalam persaingan di pasar, yaitu :

1. *Penciptaan ide produk*
2. *Penyaringan atau pemilihan ide produk*
3. *Pengembangan dan pengujian konsep*
4. *Pengembangan strategi pemasaran*
5. *Analisa bisnis*
6. *Pengembangan produk*
7. *Uji pemasaran (skala kecil)*
8. *Komersialisasi*

1 :Idea Generation (Penciptaan Ide)

Tahap pertama dalam pengembangan produk baru adalah dengan menciptakan atau men-generate ide atas sebuah produk baru. Dalam men-generate ide atas produk baru, perusahaan harus mengikuti sistematika proses

³ Sumber Bacaan: <https://distribusipemasaran.com/8-tahap-proses-pengembangan-produk-baru-new-product-development-process/>

penciptaan ide produk baru. Secara umum dalam tahap awal proses penciptaan ide ini akan mampu menghasilkan banyak sekali ide produk baru. Tentu tidak semua ide tersebut bisa dilanjutkan ke proses tahap selanjutnya, akan ada banyak ide produk yang berguguran setelah melewati berbagai persyaratan akan kelayakan sebuah ide produk baru.

Sumber dari ide produk biasanya bisa dari berbagai hal, seperti :

- Dari departemen riset dan pengembangan (RnD) perusahaan tersebut.
- Dari karyawan internal, biasanya dari program khusus yang dicanangkan perusahaan seperti CIP (Crazy Idea Program), sebuah program untuk merangsang semua elemen perusahaan untuk mengeluarkan ide-ide gila mereka.
- Dari kompetitor, ya, kompetitor bisa menjadi sumber kita untuk mengembangkan ide akan sebuah produk baru, misal dengan konsep ATM, amati, tiru dan modifikasi (yang lebih baik atau memiliki benefit lebih).
- Dari mitra kerja, seperti distributor, channel distribusi (trader), yang seringkali menerima masukan, keluhan atau kritikan dari para pembeli atau pemakai.
- Dari para pelanggan atau konsumen, biasanya memang dari program perusahaan berupa survey untuk meningkatkan pelayanan dan mutu produk, baik yang dilaksanakan departemen RnD maupun departemen Pemasaran.

Intinya ada banyak sumber untuk mendapatkan ide akan produk baru, dan tentu saja dari sekian sumber tersebut akan bermuara pada dua departemen sebagai penanggung jawabnya, yaitu RnD dan Marketing.⁴

2 : Penyaringan Ide (Idea Screening)

Tahap selanjutnya setelah mendapatkan sekian ide produk adalah melakukan penyaringan atau screening atas semua ide produk tersebut.

Screening atas ide produk dimaksudkan untuk mendapatkan ide produk yang benar-benar layak untuk diproses ke tahap selanjutnya, untuk mengurangi biaya proses, untuk meminimalkan resiko gagal produk, dan untuk memilih hanya ide produk yang benar-benar bagus dan bisa dikerjakan oleh perusahaan saja yang akan diproses lebih lanjut.

Dalam proses screening ini, perusahaan tentu saja harus menggunakan atau memiliki mekanisme khusus untuk setiap tujuan produk, dimana mekanisme ini didasarkan pada beberapa hal, seperti :

- Tujuan penciptaan produk
- Proses yang dibutuhkan versus sumber daya perusahaan
- Proses produksi
- Proses pemasaran (distribusi, komunikasi, penjualan dan lain-lain)
- Bagaimana dengan regulasi yang ada (pemerintah, lingkungan, dll.)

⁴ Sumber Bacaan: <https://distribusipemasaran.com/8-tahap-proses-pengembangan-produk-baru-new-product-development-process/>

- Tingkat keuntungan (estimasi) yang bisa didapatkan, berapa tingkat return-nya (ROI)
- Ketersediaan bahan baku beserta legalitasnya.
- Dan lain sebagainya

3 : Pengembangan dan Pengujian Konsep (Concept Development & Testing)

Setelah ditemukan ide produk yang paling memungkinkan untuk diproses lebih lanjut, maka tahap berikutnya dilanjutkan dengan tahap pengembangan konsep dan pengujian konsep atas produk baru tersebut. Konsep ini adalah hasil dari proses pengembangan atas ide-ide yang terpilih dalam proses screening, dimana dalam konsep produk ini harus dinyatakan dalam bahasa sehari-hari yang bisa dipahami oleh target market dalam segmen yang dituju.⁵

Pengembangan Konsep

Pengembangan konsep adalah tahapan untuk mengembangkan lebih lanjut dari ide yang terpilih menjadi suatu konsep produk untuk diproses lebih lanjut di tahap berikutnya. Itulah sebabnya dalam tahap pengembangan konsep produk (dari ide produk), haruslah dibuat dalam beberapa alternatif yang disesuaikan dengan kebutuhan (segmen) pasar yang paling menarik. Contoh pengembangan produk baru untuk pabrik mobil, pabrikan mobil memiliki ide untuk membuat mobil listrik sebagai daya penggerak utamanya, ide ini diterima setelah melewati tahap screening. Tugas berikutnya adalah mencoba melihat tingkat ketertarikan pasar sasaran atas

⁵ Sumber Bacaan: <https://distribusipemasaran.com/8-tahap-proses-pengembangan-produk-baru-new-product-development-process/>

produk tersebut (mobil listrik), yang kemudian dikembangkan menjadi beberapa jenis, tipe atau model kendaraan, dengan tujuan mendapatkan produk dengan daya tarik pasar yang paling tinggi.

Misal dengan menciptakan beberapa konsep mobil listrik, yaitu :

- Konsep 1 : sebuah mobil dengan ukuran standar, dengan fungsi untuk mengelilingi kota (belanja, jalan-jalan, bisnis) atau city car, yang lincah, mudah untuk bermanuver, ramah lingkungan, praktis (tanpa BBM), diperuntukkan ke eksekutif muda atau keluarga kecil.
- Konsep 2 : sebuah mobil dengan model sporty, untuk kalangan eksekutif muda atau mereka yang berjiwa muda, dengan fungsi untuk keperluan kerja dan untuk meningkatkan prestige penggunaanya.
- Konsep 3: sebuah mobil yang luas, yang memiliki banyak fungsi, yang mampu menampung banyak penumpang (multi purpose vehicle, MPV), yang menyasar baik keluarga sampai keluarga besar, dan perusahaan, yang ekonomis, dan ramah lingkungan.

Konsep-konsep produk di atas harus bisa mewakili bentuk, fungsi dan tujuan dari produk tersebut yang disajikan dalam bahasa konsumen, atau sudut pandang konsumen. ⁶

Pengujian Konsep

Konsep produk baru yang sudah dirumuskan seperti di atas harus diuji lagi dengan target konsumen yang disasar dalam skala kecil. Konsep-konsep tersebut bisa disajikan dalam berbagai bentuk, tetapi untuk

⁶ Sumber Bacaan: <https://distribusipemasaran.com/8-tahap-proses-pengembangan-produk-baru-new-product-development-process/>

beberapa jenis produk seperti konsep mobil listrik seperti diatas akan baik kalau disajikan juga dalam bentuk prototype atau setidaknya simbolis (gambar atau video animasi). Tetapi untuk beberapa jenis produk, sudah cukup dengan gambar dan deskripsi kata, intinya adalah apa yang hendak disampaikan oleh perusahaan harus bisa diterima dengan baik oleh konsumen sasaran. Setelah memaparkan konsep tersebut kepada kelompok konsumen sasaran, berikutnya mereka akan diminta untuk menjawab serangkaian pertanyaan untuk mengetahui daya tarik konsumen dan nilai pelanggan dari masing-masing konsep.

4 : Pengembangan Strategi Pemasaran (Marketing Strategy Development)

Setelah konsep produk baru sudah ditemukan atau sudah dipilih, maka langkah selanjutnya dalam proses pengembangan produk baru adalah menyusun dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran yang dikembangkan dimulai dari strategi awal yaitu peluncuran produk ke pasar, hingga produk bisa diterima pasar dan mulai menunjukkan pertumbuhannya.

Secara garis besar, ada tiga bagian utama dari konsep strategi pemasaran yang harus dirumuskan dengan tepat, yaitu :

- Pasar sasaran, proposisi nilai yang direncanakan, penjualan, pangsa pasar, dan sasaran laba untuk beberapa tahun pertama harus di deskripsikan dengan jelas.
- Garis besar dari struktur dan metode penetapan harga yang direncanakan, model distribusi, serta anggaran pemasaran untuk tahun pertama.

- Rencana penjualan jangka panjang, sasaran laba, dan strategi bauran pemasaran.

5 : Analisis Bisnis (Business Analysis)

Setelah memutuskan konsep produk dan strategi pemasaran, tahap berikutnya adalah proses evaluasi seberapa tinggi daya tarik bisnis atas produk baru yang telah ditetapkan tersebut.

Dalam tahap analisa bisnis proses pengembangan produk baru ini, akan dilakukan peninjauan atas proyeksi penjualan, biaya dan laba untuk produk baru tersebut, untuk mengetahui apakah semua faktor ini bisa memenuhi tujuan perusahaan. Jika hasil analisa bisnis menunjukkan hasil positif atau sudah sesuai dengan tujuan perusahaan, maka produk dapat dipindahkan ke tahap selanjutnya, yaitu tahap pengembangan produk. Proyeksi penjualan bisa didapatkan dengan melihat historical produk yang lain di perusahaan tersebut, akan baik jika masih dalam satu kategori. Selain itu bisa juga dengan melihat produk serupa yang sudah ada di pasar, bagaimana pertumbuhannya, apa yang dilakukan untuk mencapai itu semua.⁷

Kemudian dikombinasikan dengan serangkaian strategi pemasaran, distribusi penjualan serta promosi dan komunikasi yang hendak dijalankan. dalam proyeksi penjualan, harus juga dibuatkan penjualan minimum dan maksimum yang bisa terjadi, tujuannya adalah untuk melihat rentang resiko yang mungkin terjadi. Selain itu juga untuk melihat perkiraan biaya (cost estimate) dan

⁷ Sumber Bacaan: <https://distribusipemasaran.com/8-tahap-proses-pengembangan-produk-baru-new-product-development-process/>

tingkat keuntungan (profit margin) yang bisa dicapai dari produk tersebut. Dari hasil analisa ini, maka perusahaan bisa melihat dari perspektif financial, seberapa menarik bisnis untuk produk baru tersebut.

6 : Pengembangan Produk (Product Development)

Sampai dengan tahap ini produk yang dikembangkan biasanya masih belum produk yang sebenarnya, melainkan masih berupa konsep produk dalam deskripsi kata, gambar, video animasi atau prototype produk. Jika telah melewati tahap analisa bisnis maka akan dilanjutkan dengan pengembangan produk riil atau produk yang sesungguhnya.

Proses untuk pengembangan produk ini membutuhkan investasi biaya yang tidak kecil, itulah sebabnya dalam tahap ini biasanya produksi hanya dalam skala terbatas. Departemen R&D akan mengembangkan dan menguji satu atau bisa lebih produk baru versi fisik (real product) tersebut.

Proses mengembangkan prototype atau konsep produk ini dapat memakan waktu yang cukup lama, bisa sekian hari, sekian minggu bahkan sekian bulan atau tahun, tergantung jenis produk yang sedang dikembangkan. Selain itu, produk tersebut harus menjalani sekian tes untuk memastikan produk tersebut bekerja dan berfungsi sebagaimana mestinya, aman dan efektif.

Proses uji produk riil ini dapat dilakukan oleh internal perusahaan itu sendiri atau melalui pihak luar (outsourcing). Kadang untuk beberapa jenis produk, perusahaan melalui departemen RnD dan marketing akan melibatkan pelanggan aktual dalam pengujian produk tersebut. Konsumen tersebut akan melakukan evaluasi atas produk prototipe atau produk pra-rilis, pengalaman

konsumen sasaran tersebut sangat berguna dalam tahap pengembangan produk.⁸

7 : Uji Pemasaran (Market Testing)

Sebelum produk benar-benar diluncurkan ke pasar bersamaan dengan strateginya, maka harus dilakukan uji pemasaran di pasar yang riil, pasar sesungguhnya, namun dalam skala kecil. Dengan uji pemasaran ini, maka perusahaan dan pemasar akan mendapatkan gambaran dan pengalaman dengan pemasaran produk tersebut, sebelum produk benar-benar diluncurkan ke pasar dalam skala yang besar, yang mana akan menelan biaya yang tidak sedikit.

Uji pemasaran ini memungkinkan perusahaan untuk menguji produk dan seluruh program pemasaran awal, termasuk ketepatan target market dalam segmen yang dipilih, penetapan positioning, iklan dan promosi, distribusi, dan lainnya, sebelum perusahaan melakukan investasi secara maksimal atas produk baru tersebut.

8 : Komersialisasi (Commercialization)

Hasil dari tes pemasaran ini seharusnya sudah bisa memberikan gambaran bagaimana prospek produk baru tersebut. Atas hasil tes pemasaran tersebut, manajemen perusahaan akan memutuskan apakah akan meluncurkan produk baru tersebut, menunda atau bahkan membatalkannya. Selanjutnya jika perusahaan memilih opsi meluncurkan produk baru, maka perusahaan harus menyiapkan serangkaian aktivitas lanjutan yaitu aktivitas

⁸ Sumber Bacaan: <https://distribusipemasaran.com/8-tahap-proses-pengembangan-produk-baru-new-product-development-process/>

komersialisasi, dimulai dari persiapan produksi dalam kapasitas yang lebih besar, persiapan untuk aktivitas peluncuran produk baru seperti iklan, promosi penjualan, distribusi dalam skala yang lebih besar dan berbagai aktivitas pemasaran lainnya.

Beberapa faktor harus dipertimbangkan sebelum produk diluncurkan ke pasar, yaitu :

- Waktu peluncuran produk. apakah ini saat yang tepat untuk meluncurkan produk tersebut. Misalnya, jika kondisi ekonomi sedang lesu, dan daya beli konsumen sedang turun, mungkin akan bijaksana untuk menunggu sampai kondisi lebih, untuk meluncurkan produk.
- Area peluncuran produk, di area mana saja produk baru tersebut akan diluncurkan?, apakah cukup diluncurkan di satu lokasi, satu wilayah, pasar regional, atau pasar nasional?
- Bagaimana dengan sumber daya perusahaan, jika perusahaan tidak memiliki sumber daya yang cukup, modal, dan kapasitas untuk meluncurkan produk baru dengan distribusi tingkat nasional atau internasional secara penuh, akan bijak jika peluncuran dibuat bertahap, area by area dari waktu ke waktu.

Dalam seluruh tahap dari proses pengembangan produk baru ini, fokus terpenting kita adalah bagaimana menciptakan nilai pelanggan yang unggul, karena hanya dengan cara itu, sebuah produk bisa menjadi sukses di pasar. Seperti kita ketahui, hanya sedikit produk yang bisa berhasil masuk dan sukses di pasar, dan untuk

meminimalkan resiko ini, sebaiknya perusahaan menjalankan semua tahapan tersebut di atas.⁹

Demikian pembahasan kami mengenai tahapan utama untuk mengembangkan sebuah produk baru, dimulai dengan pencarian dan penciptaan ide produk baru, memilih beberapa yang terbaik dan mungkin, mengembangkan dan menguji konsep produk, strategi pemasaran, serta melakukan analisa bisnis untuk kemudian mengembangkan produk riil, menguji di pasar dalam skala kecil baru kemudian meluncurkannya ke pasar.

B. Tahapan Mencipta Produk Baru Al Qur'an

1. Mengumpulkan Permasalahan dalam Masyarakat tentang baca Al-Qur'an

Masalah adalah kesenjangan (*discrepancy*) antara *das sollen* dan *das sein*, yakni kesenjangan antara apa yang seharusnya dengan apa yang ada dalam kenyataan sekarang, antara apa yang diperlukan dengan apa yang tersedia, antara harapan dan kenyataan dan yang sejenis dengan itu.¹⁰ Masalah dapat diperoleh dari kehidupan sehari-hari.¹¹ Masalah atau problem ada dalam setiap kehidupan yang disebabkan misalnya dari dorongan untuk selalu meningkatkan hasil kerja, dari membaca buku, dari orang lain, dari diri sendiri dan sebagainya. Baik itu permasalahan besar maupun kecil, sedikit maupun banyak,

⁹ Sumber Bacaan: <https://distribusipemasaran.com/8-tahap-proses-pengembangan-produk-baru-new-product-development-process/>

¹⁰ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali, 1985), hlm. 66.

¹¹ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rhineka Cipta, 2002), hlm. 27.

setiap orang pasti memiliki masalah. Hanya saja, ada masalah yang dapat diatasi seketika, kemudian ada juga yang membutuhkan penelitian. Sehingga dapat menciptakan peluang-peluang dari berbagai permasalahan yang ada.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, realita dalam masyarakat memiliki permasalahan-permasalahan baca Al-Qur'an. Adapun permasalahan-permasalahan baca Al-Qur'an dalam masyarakat adalah sebagai berikut.¹²

1. Masih banyak anak-anak, kalangan remaja, bahkan sampai tingkat orang tua yang belum mampu membaca al-Qur'an dengan benar, baik, dan indah;
2. Kesibukan terutama di kalangan remaja dan orang tua yang dituntut untuk berpacu dengan waktu dalam menyelesaikan tugas dan pekerjaannya, terutama yang menyangkut mencari nafkah dan ilmu menjadi salah satu kendala bagi mereka untuk dapat menyisihkan waktu belajar membaca al-Qur'an;
3. Sistem pembelajaran yang cenderung bertele-tele dan memakan waktu lama juga menjadi salah satu penyebab kurang semangatnya mereka membagi waktu;
4. Pola yang membosankan dan satu arah dari pengajar juga menyebabkan lambatnya daya tangkap serta menurunnya konsentrasi parapeminat belajar membaca al-Qur'an;

¹² Roifa Dzakiyya, *Tesis: Strategi Pemasaran Lembaga Bimbingan Belajar Al-Qur'an Tarsana Kabupaten Ngawi*, (Ponorogo: Iain Ponorogo Pasca Sarjana, 2017), hlm. 110-111.

5. Kepenatan dan kelelahan setelah mengerjakan aktivitas rutin sehari-hari juga menjadi salah satu penyebab timbulnya rasa kantuk, konsentrasi hilang dan sebagainya;
6. Kebutuhan akan hiburan sebagai pelepas syaraf dan mengurangi ketegangan pikiran akhirnya menjadi alternatif pengisi waktu luang.

2. Menganalisis Permasalahan, melahirkan gagasan usaha dan menciptakan Peluang

Setiap permasalahan merupakan sebuah hambatan ataupun rintangan untuk mencapai sebuah keberhasilan. Oleh karena itu, membutuhkan segera pemecahan masalah ataupun solusi dari pada suatu masalah. Sehingga setiap permasalahan yang ada, tidak akan berlarut disana serta tidak semakin memperparah segala keadaan. Adapun permasalahan tersebut disebabkan karena adanya kesulitan dalam mempelajari al-Qur'an pada anak-anak dan juga orang dewasa bahkan mungkin ada diantara mereka yang tidak bisa membaca al-Qur'an sama sekali. Sehingga, mereka merasa bosan dan ogah-ogahan belajar membaca al-Qur'an karena anggapan masyarakat belajar membaca al-Qur'an itu adalah hal yang sulit. Kesulitan tersebut dikarenakan praktek pembelajaran al-qur'an diadakan seadanya saja tidak maksimal. Hal ini berakar kepada kemampuan dan cara para guru didik untuk mengajarkan mereka.

Berdasarkan permasalahan inilah perlu adanya metode atau cara baca al-qur'an yang baik dan menyenangkan sehingga menarik perhatian baik anak-anak maupun orang dewasa dalam mempelajari al-qur'an. Metode pembelajaran al-Qur'an tersebut harus mencakup aspek:

1. Benar, tepat, indah, dan dapat dinikmati dengan santai
2. Cepat dan mudah serta tidak bertele-tele dan membosankan
3. Dapat dilakukan bersama-sama, seperti bernyanyi bersama keluarga
4. Segenap anggota keluarga dapat menikmatinya sebagai hiburan sekaligus belajar.

3. Menciptakan Produk Belajar Al Qur'an Baru

Lembaga Tarsana menawarkan produk unggulannya yaitu metode Tarsana. Di mana kekhasan dari metode ini adalah sebuah metode bimbingan belajar membaca al-Qur'an yang menggabungkan tiga konsep sekaligus yaitu tartil, sari', dan naghham yang jika disingkat menjadi *Tarsana* yang tidak lain juga digunakan pihak lembaga sebagai nama produk sekaligus nama lembaganya.

Sebagaimana penjelasan dari Bapak KH. Sjamsudin Mustaqim: kekuatan metode ini terdapat pada lagunya. Selain itu, pemilihan kata-kata di dalamnya adalah kata-kata yang familiar diucapkan sehari-hari. Kemudian, materi tajwid di metode Tarsana ini juga sangat sederhana sekali sehingga mudah untuk dipahami.

Wildan Farhani, sekretaris I dan ustadz Tarsana mengatakan bahwa "Salah satu tawaran dari lembaga kami ini yaitu memberikan kelonggaran dan kebebasan kepada pihak calon santri untuk menentukan tempat di mana mereka ingin dan nyaman melaksanakan bimbingan. Hal ini mengingat santri pada lembaga Tarsana ini mayoritas memang usia dewasa sampai orang tua yang mana mereka itu dari pagi sampai sore banyak yang bekerja".

Selain itu, para ustadz dan ustadzah Tarsana, sebelumnya telah dibina secara khusus oleh penyusun

metode Tarsana dan beberapa pengurus pusat lainnya. Sehingga mereka memiliki kualitas yang bagus seperti yang diharapkan.

4. Mempromosikan Produk dan Memperluas Jaringan

Pemasaran atau promosi menjadi sesuatu yang mutlak harus dilaksanakan oleh lembaga pendidikan untuk memperkenalkan lembaganya. *Pertama*, sebagai lembaga nonprofit yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan, untuk level apa saja perlu meyakinkan masyarakat “pelanggan” (peserta didik, orang tua, serta pihak-pihak terkait lainnya) bahwa lembaga pendidikan masih tetap eksis. *Kedua*, perlu meyakinkan masyarakat dan “pelanggan” bahwa layanan jasa pendidikan sungguh relevan dengan kebutuhan masyarakat. *Ketiga*, perlu melakukan kegiatan pemasaran agar jenis dan macam pendidikan dapat dikenal dan dimengerti secara luas oleh masyarakat. *Keempat*, agar eksistensi lembaga pendidikan tidak ditinggalkan oleh masyarakat luas serta “pelanggan potensial”.

Kegiatan pemasaran bukan sekedar kegiatan bisnis agar lembaga-lembaga pendidikan mendapat peserta didik, melainkan juga merupakan bentuk tanggungjawab kepada masyarakat luas.

Lembaga pendidikan dituntut untuk melakukan strategi pemasaran agar masyarakat umum tertarik terhadap citra baik lembaga tersebut sehingga tertanam nilai kepercayaan dalam setiap konsumen yang pada akhirnya bermuara pada bertambahnya jumlah peserta didik di lembaga tersebut. Strategi pemasaran adalah

kesatuan rencana bagi lembaga dalam mencapai tujuan pemasaran.¹³

Sejalan dengan hal itu, lembaga Tarsana juga telah melakukan berbagai upaya pemasaran dalam rangka memasarkan layanan jasa yang diberikan untuk menarik minat masyarakat. Pemasaran lembaga dilakukan agar layanan jasa dan produk yang ditawarkan dapat dengan cepat diketahui oleh masyarakat dan dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat.

Untuk mensosialisasikan layanan yang ditawarkan, lembaga bimbingan belajar al-Qur'an Tarsana melakukan promosi secara intensif. Berbagai bentuk promosi yang dilakukan oleh lembaga Tarsana yaitu:

1. Pembuatan dan penyebaran brosur.

Brosur lembaga Tarsana berisi ajakan untuk mengikuti bimbingan lengkap dengan waktu dan tempat pendaftaran serta keterangan lainnya yang menunjang. Hal ini dilakukan dengan cara menempelkannya di masjid-masjid atau musholla-musholla yang letaknya strategis dan menyebarkannya kepada seluruh santri wisudawan wisudawati.

2. Pembuatan iklan di media massa.

Lembaga Tarsana mengiklankan lembaganya di media cetak (majalah al-kisah) maupun media elektronik (radio Bahana Ngawi), serta media sosial (blog, youtube, dan facebook). Pemilihan iklan tersebut, pihak lembaga mempertimbangkan kesesuaian media dengan target sasaran yang telah ditentukan. Majalah al-Kisah dipilih karena merupakan majalah yang

¹³ Suharno dan Yudi Sutarso, *Marketing in Practice* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 8

dibaca oleh warga muslim yang penyebarannya cukup luas di wilayah Indonesia.

3. Melalui gethok tular.

Bentuk promosi ini merupakan bentuk yang murah dan terbukti cukup efektif daripada yang lainnya. Karena yang melakukan promosi adalah para wisudawan wisudawati santri Tarsana yang telah selesai mengikuti bimbingan Tarsana pada lembaga Tarsana dan telah merasakan manfaat atas bimbingan yang telah diikutinya. Dengan manfaat yang dirasakan tersebut, mereka menceritakan kepada saudara, teman-temannya, maupun tetangganya sehingga mereka tertarik untuk mengikuti bimbingan yang sama. Efektifitas promosi ini adalah lebih meyakinkan konsumen dari pada bentuk promosi lainnya.

4. Melalui kegiatan keagamaan

Lembaga Bimbingan Belajar al-Qur" an Tarsana juga mempromosikan lembaganya melalui ceramah-ceramah keagamaan yang diberikan oleh pengurus lembaga. Karena seringkali beberapa pengurus lembaga diminta untuk memberikan ceramah keagamaan khususnya pencetus metode Tarsana sekaligus ketua umum lembaga Tarsana Bapak KH. Sjamsuddin Mustaqim. Kegiatan keagamaan tersebut misalnya pada saat perkumpulan majlis ta" lim, halal bi halal, maupun pengajian.

5. Humas (Hubungan Masyarakat).

Humas merupakan bentuk promosi yang tidak kalah penting dibandingkan dengan bentuk lain. Hal ini dilakukan untuk membina komunikasi dan hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar.

C. KESIMPULAN

Dalam memulai bisnis untuk mengembangkan suatu produk maka wajib untuk mengetahui terlebih dahulu permasalahan-permasalahan yang menyangkut dengan produk yang sedang dikembangkan tersebut, sehingga apabila sudah di ketahui akar pemasalahn yang sedang masyarakat rasakan maka setelah itu mudah untuk melakukan suatu analisis dalam permasalahan tersebut. Setelah itu, mulailah dapat untuk melahirkan atau menciptakan suatu produk dan mengkonsep produk tersebut sesuai dengan yang masyarakat inginkan untuk perkembangan pengetahuan masyarakat yang lebih meningkat.

PERTANYAAN

1. Jelaskan Tahapan Menciptakan produk baru pada umumnya?
2. Jelaskan Tahapan dalam menciptakan produk Baru belajar Al Qur'an?
3. Apa manfaat yang akan didapati jika berhasil menciptakan produk baru belajar Al Qu'an?

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsini. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rhineka Cipta.
- Dzakiyya, Roifa. 2017. *Tesis: Strategi Pemasaran Lembaga Bimbingan Belajar Al-Qur'An Tarsana Kabupaten Ngawi*. Ponorogo: Iain Ponorogo Pasca Sarjana.
- Suharno dan Yudi Sutarso. 2010. *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Suryabrata, Sumadi. 1985. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali.

BAB XIII

STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK AL QUR'AN

Perilaku konsumen memiliki kepentingan khusus bagi orang karena berbagai alasan berhasrat mempengaruhi atau mengubah perilaku itu, termasuk mereka yang kepentingan utamanya adalah pemasaran, pendidikan, dan perlindungan konsumen, serta kebijakan umum. Elemen kunci dalam definisi ini adalah pertukaran antara pelanggan dan penyuplai. Masing-masing pihak memberikan sesuatu yang bernilai kepada pihak lain dengan tujuan memenuhi kebutuhan mereka masing-masing. Dalam konteks pembelian yang normal, uang ditukar dengan barang atau jasa yang diinginkan. Perhatikan bahwa pelanggan terletak pada inti dari proses tersebut. Semua yang dilakukan penyuplai dalam hal produk, harga, promosi dan distribusi diadaptasikan dengan permintaan pasar. Oleh karena itu pelanggan menjalankan pengaruh dominan pada semua yang dilakukan perusahaan. Tidak mengherankan bahwa studi perilaku konsumen memiliki akar utamanya di dalam bidang ekonomi, dan yang lebih baru, dalam bidang pemasaran

Dunia ini selalu berputar tiada henti yang mengakibatkan adanya siang dan malam. Begitupun kehidupan manusia ataupun alam, ada yang mati, hidup, tua, muda. Pola pikir manusia juga berubah seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi yang begitu cepat. Selera dan kebiasaan juga berubah dari waktu ke waktu, seperti yang dulu kuno sekarang menjadi modern, demikian sebaliknya. Dunia memang terus berubah sadar ataupun tak sadar. Bagaimana kita tahu dunia terus

berubah. Cara yang baik adalah dengan mengamati lingkungan sekitar. Masihkah sungai-sungai jernih. Atau masihkah sistem perundang-undangan sama seperti awal mula dulu? Jawabannya tidak. Sungai telah tercemar dan undang-undang dasar telah banyak teramandemen. Tapi bukan berarti teramandemen berarti makin tak jernih seperti sungai.

Dikarenakan perubahan dunia yang begitu cepat maka produsen atau penjual dituntut untuk berpikir keras agar usahanya tidak hancur. Perubahan ini disebabkan pesatnya pertumbuhan dan perkembangan teknologi baik teknologi mesin, atau alat berat, terlebih lagi teknologi komunikasi. Dengan perubahan dibidang teknologi ini, maka produk yang dihasilkan suatu produsen pun ikut berubah menjadi lebih berkualitas, lebih menarik dan kompetitif.

A. Mengetahui Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan

Yang dimaksud dengan manajemen pemasaran Pendidikan adalah manajemen dengan sistem yang berlandaskan pada hakikat saling berhubungan antara semua bidang fungsional dalam sebuah lembaga Pendidikan sebagai dasar pengambilan keputusan di bidang pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Yang bertujuan untuk Memberi informasi kepada masyarakat tentang produk-produk lembaga pendidikan, Meningkatkan minat dan ketertarikan masyarakat pada produk lembaga pendidikan, Membedakan produk lembaga pendidikan dengan lembaga pendidikan yang lain, Memberikan penilaian lebih pada masyarakat dengan produk yang ditawarkan, dan Menstabilkan eksistensi dan kebermaknaan lembaga pendidikan di masyarakat.

Jadi, yang ingin dicapai dari pemasaran pendidikan adalah mendapatkan pelanggan yang disesuaikan dengan target, baik itu yang berkaitan dengan kualitas maupun kuantitas dari calon pelanggan (siswa)

Sedangkan fungsi dari pemasaran pendidikan adalah sebagai langkah pembaharuan ketika sebuah lembaga pendidikan harus mengikuti atau mengimbangi ketatnya persaingan dalam memperoleh pelanggan (customer). Jadi, pemasaran pendidikan berguna sebagai suatu langkah dalam mengimbangi posisi pendidikan di era persaingan global.

Rumusan misi yang biasanya hanya menjadi kata-kata indah dalam laporan tahunan sekolah, ternyata merupakan unsur yang penting bagi sekolah. Oleh karena itu, pengertian rumusan misi jasa pendidikan yang benar juga harus dipahami oleh sekolah agar rumusan misinya dapat mendukung sekolah dalam melakukan aktivitasnya. Menentukan rumusan misi sekolah sebenarnya bukan merupakan bagian yang sulit, tetapi menentukan dan mengimplementasikan rumusan sekolah memerlukan komitmen yang kuat dari semua lapisan disekolah terutama dari pemimpin sekolah. Komitmen yang kuat berarti rumusan misi harus menjadi panduan bagi mereka dalam menentukan rencana sekolah dan memberikan perangkat dalam mengomunikasikan filosofi sekolah kepada masyarakat.¹

¹Buchori Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, (Surabaya: Alfabeta, 2014), hlm. 42

B. Analisis Lingkungan Makro

Lingkuang makro adalah kekuatan masyarakat yang lebih luas yang mempengaruhi seluruh lingkungan mikro pemasaran perusahaan yang mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap pemasaran terdiri atas semua pihak dan kekuatan yang mempengaruhi operasi dan prestasi perusahaan. Lingkungan yang paling berpengaruh dalam lingkungan pemasaran makro adalah lingkungan demografi karena oranglah yang membentuk pasar perkembangan demografi dari waktu ke waktu terus mengalami peningkatan. Hal ini dapat menjadi suatu peluang ataupun ancaman bagi perusahaan karena pertumbuhan penduduk yang terus meningkat akan berdampak juga pada permintaan kebutuhan yang akan meningkat pula.

Lingkungan ekonomi mempengaruhi daya beli dan pola pembelian konsumen. Lingkungan teknologi mempengaruhi teknologi baru, yang menciptakan produk baru dan peluang-peluang pasar yang baru. Lingkungan politik terdiri dari undang-undang, instansi pemerintah dan kelompok penekan yang mempengaruhi dan membatasi organisasi dan pribadi dalam masyarakat.

C. Analisis Lingkungan Konsumen

Secara umum, definisi dari perilaku konsumen adalah "Interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku, dan kejadian disekitar kita, dimana terdapat aspek pertukaran didalamnya" Dari definisi umum tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat tiga faktor penting didalam definisi tersebut, yaitu perilaku konsumen adalah dinamis, melibatkan interaksi antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian sekitar, adanya aspek pertukaran.

1. Dinamis.

Dinamis artinya bahwa seorang individu konsumen, suatu komunitas konsumen, atau masyarakat luas akan selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu. Hal ini berdampak tidak hanya pada studi perilaku konsumen itu sendiri akan tetapi juga pada pengembangan strategi pemasaran.

2. Melibatkan Interaksi antara Pengaruh (*afeksi*) dan Kognisi, Perilaku dan Kejadian Sekitar.

Untuk memahami konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran kita harus memahami apa yang dipikirkan (*kognisi*) apa yang dirasakan (*afeksi*) dan apa yang mereka lakukan serta kejadian sekitar yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasa, dan dilakukan konsumen.

3. Adanya Aspek Pertukaran

Ada beberapa teori - teori yang mendasari perilaku konsumen terhadap produk yang ada, yakni :

1. Teori Ekonomi Mikro

Teori ini beranggapan bahwa setiap konsumen akan berusaha memperoleh kepuasan maksimal. Mereka akan berupaya meneruskan pembeliannya terhadap suatu produk apabila memperoleh kepuasan dari produk yang telah dikonsumsinya, di mana kepuasan ini sebanding atau lebih besar dengan marginal utility yang diturunkan dari pengeluaran yang sama untuk beberapa produk yang lain.

2. Teori Psikologis

Teori ini mendasarkan diri pada faktor-faktor psikologis individu yang dipengaruhi oleh kekuatan-

kekuatan lingkungan. Bidang psikologis ini sangat kompleks dalam menganalisa perilaku konsumen, karena proses mental tidak dapat diamati secara langsung.

3. Teori Antropologis

Teori ini juga menekankan perilaku pembelian dari suatu kelompok masyarakat yang ruang lingkungannya sangat luas, seperti kebudayaan, kelas-kelas sosial dan sebagainya.²

D. Analisis Lingkungan Persaingan

Keberhasilan bisnis salah satunya ditentukan oleh kemampuan memahami pesaing. Output dari kemampuan tersebut, menopang manajemen dalam memutuskan dimana akan bersaing dan bagaimana posisi diantara pesaing. Demikian karena, analisis dilakukan dengan cara identifikasi industri dan karakteristiknya, identifikasi bisnis di dalam industri, kemudian masing-masing bisnis pun dievaluasi, prediksi aktifitas pesaing termasuk identifikasi pesaing baru yang mungkin menerobos pasar maupun segmen pasar.

Analisa persaingan merupakan sebuah usaha untuk mengidentifikasi ancaman, kesempatan, atau permasalahan strategis (*strategy question*) yang terjadi sebagai akibat dari perubahan persaingan potensial, serta kekuatan dan kelemahan pesaing.

Analisis persaingan bersifat dinamis. Pesaing dideskripsikan dan dianalisis, pesaing di evaluasi, serta kemudian tindakan pesaing pun diprediksi secara tepat. Yang dimaksud pesaing termasuk didalamnya pesaing baru yang berpeluang mengacungkan jari telunjuk sebagai

²Dr Wijaya, Faried, M.M.A. *Pengantar Ekonomi - Ekonomika Pembangunan dan Internasional*, Edisi Kedua, Jilid Kedua, (Yogyakarta;BPFE UGM), hlm. 45

tanda kehadiran. Analisis persaingan merupakan aktifitas yang terus menerus dan memerlukan koordinasi informasi. Bisnis dan unit bisnis menganalisis pesaing dapat dengan cara menggunakan sistem intelejen pesaing. Untuk kepentingan itu, beberapa teknik dilakukan seperti pencarian database, survey konsumen, wawancara dengan pemasok serta partisipan lainnya yang sesuai, perekrutan karyawan pesaing termasuk mempelajari produk pesaing. Setiap teknik yang telah dikemukakan, tampak didalamnya mengandung unsur titik kedinamisan.

Pesaing adalah perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang dan jasa yang sama atau mirip dengan produk yang ditawarkan.

Kualitas manusia akan meningkat akibat adanya persaingan yang sehat. Manusia pesaing adalah orang-orang yang secara sadar berlatih dan bekerja keras untuk bersaing dan memenangkan persaingan itu. Persaingan yang tidak terkendali dalam jalan positif akan menimbulkan perpecahan bahkan peperangan yang menciptakan banyak korban baik jiwa maupun harta. Banyak ajaran dan nilai spiritual yang mengajarkan manusia untuk hidup rukun dan damai tanpa menciptakan kekerasan yang merugikan, tetapi sejarah manusia telah mencatat, bahwa manusia adalah pencipta kekerasan dan manusia memiliki karakter untuk membangun dan sekaligus menghancurkan. Persaingan telah menciptakan ego dan ketahanan diri untuk selalu survive dalam kehidupan yang keras ini.

Sebagaimana sudah dipahami bahwa persaingan merupakan kodrat manusia, persaingan merupakan naluri primitif manusia yang telah menjadikan bangsa manusia sebagai survivor sejati dan berkuasa di atas bumi ini.

Proses evolusi manusia terjadi karena adanya manusia pesaing, keinginan untuk terus menerus menjadi lebih baik di banding yang lain telah mengantar manusia menjadi seperti sekarang ini.

Sebagaimana kita ketahui, persaingan antara manusia telah menciptakan inovasi dan kreatifitas, dan setiap kompetisi yang ada dalam sistem yang positif akan menciptakan manusia - manusia yang unggul dan kreatif. Dan alasan persaingan yang tidak terfokus pada hal - hal kemajuan kualitas manusia, hanya akan menciptakan malapetaka, lebih - lebih kalau persaingan tersebut menghasilkan dampak negatif kepada lingkungan sekitarnya.

Saat para manusia pesaing lebih menghandalkan ego dalam kompetensi persaingan, maka hasilnya hanya saling sikut-menyikut yang akan menciptakan kekecewaan. Sebab, setiap peristiwa itu hanya menciptakan kegagalan dalam memperbaiki dan meningkatkan kualitas sukses manusia tersebut. Sebagaimana sudah dipahami bahwa persaingan merupakan kodrat manusia, persaingan merupakan naluri primitif manusia yang telah menjadikan bangsa manusia sebagai survivor sejati dan berkuasa di atas bumi ini. Proses evolusi manusia terjadi karena adanya manusia pesaing, keinginan untuk terus menerus menjadi lebih baik di banding yang lain telah mengantar manusia menjadi seperti sekarang ini.

Sebagaimana kita ketahui, persaingan antara manusia telah menciptakan inovasi dan kreatifitas, dan setiap kompetisi yang ada dalam sistem yang positif akan menciptakan manusia - manusia yang unggul dan kreatif.

Perlu dipahami, alasan persaingan yang tidak terfokus pada hal-hal kemajuan kualitas manusia, hanya akan menciptakan malapetaka, lebih-lebih kalau

persaingan tersebut menghasilkan dampak negatif kepada lingkungan sekitarnya.

Saat para manusia pesaing lebih menghandalkan ego dalam kompetensi persaingan, maka hasilnya hanya saling sikut-menyikut yang akan menciptakan kekecewaan. Sebab, setiap peristiwa itu hanya menciptakan kegagalan dalam memperbaiki dan meningkatkan kualitas sukses manusia tersebut.³

E. Sgmentasi, Targeting, positionoing

Segmentation atau segmentasi adalah upaya memetakan atau memilah-milahkan konsumen sesuai persamaan di antara mereka. Pemilahan ini bisa berdasarkan usia, tempat tinggal, penghasilan, gaya hidup, atau bagaimana cara mereka mengkonsumsi produk.

Jadi perusahaan membagi pasarnya kedalam segmen-segmen pasar tertentu dimana masing-masing segmen tersebut bersifat homogen. Hal ini karena dalam kenyataannya banyak produk yang bersifat heterogen bagi seluruh pasar, atau produk tersebut hanya diperlukan oleh kelompok pasar tertentu saja. Sedangkan homogenitas masing-masing segmen tersebut disebabkan oleh adanya perbedaan-perbedaan dalam kebiasaan membeli, cara penggunaan barang, kebutuhan pemakaian, motif pembelian dan sebagainya.

Dalam segmentasi pasar ini menejemen harus memiliki kriteria tertentu agar menempatkannya dalam posisi yang baik. Tingkat permintaan rata-rata untuk suatu merk harus berbeda antara segmen yang satu dengan yang lainnya. (Kotler, 1997: 227)

³<http://makalahkuliahstai.blogspot.com/2016/03/makalah-pesaing-pasar.html>. Di akses pada 10 Nov 2019

Adapun dasar-dasar yang dapat dipakai untuk segmentasi pasar ini adalah:

- Faktor demografi, seperti: umur,kepadatan penduduk,jenis kelamin, agama, kesukuan, pendidikan dan sebagainya.
- Tingkat penghasilan.
- Faktor sosiologis, seperti: kelompok budaya, kelas-kelas social, dan sebagainya.
- Faktor pskhiografis, seperti : kepribadian, sikap, manfaat produk yang diinginkan, dan sebagainya.
- Faktor geografis, seperti: daerah sejuk, daerah panas/ pantai dan sebagainya.

Targeting merupakan sebuah sasaran, siapa yang dituju. Dalam menentukan targeting maka dilakukan beberapa survey untuk dapat mengetahui keadaan pasar nantinya, agar ketika proses pemasaran tidak salah sasaran.

Setelah perusahaan mengidentifikasi peluang segmen pasar, selanjutnya adalah mengevaluasi beragam segmen tersebut untuk memutuskan segmen mana yang menjadi target market. Dalam mengevaluasi segmen pasar yang berbeda perusahaan harus melihat dua faktor yaitu daya tarik pasar secara keseluruhan serta tujuan dan resource perusahaan (Kotler,1997). Perusahaan harus melihat apakah suatu segmen potensial memiliki karakteristik yang secara umum menarik seperti ukuran, pertumbuhan, profitabilitas, skala ekonomi, resiko yang rendah dan lain-lain.Perusahan juga perlu mempertimbangkan apakah berinvestasi dalam segmen tersebut masuk akal dengan mempertimbangkan tujuan dan sumber daya perusahaan.

Positioning adalah image atau citra yang terbentuk di benak seorang konsumen dari sebuah nama perusahaan atau produk. Positioning adalah bagaimana sebuah produk dimata konsumen yang membedakannya dengan produk pesaing. Dalam hal ini termasuk brand image, manfaat yang dijanjikan serta competitive advantage. Inilah alasan kenapa konsumen memilih produk suatu perusahaan bukan produk pesaing.

Disini perusahaan berusaha membuat produknya lebih menonjol dari produk saingan dan membuaatnya lebih menarik bagi pembeli. Hal ini dapat melibatkan adanya perubahan penting pada barang itu sendiri atau perubahan-perubahan pada bungkus, harga, merk, promosi, ataupun aspek pemasaran lain yang dapat mempengaruhi pandangan konsumen.

F. Strategi Produk

Produk adalah suatu sifat kompleks, baik dapat diraba maupun tidak, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan, pelayanan pengusaha dan pengecer, yang diterima pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan.

Banyak orang menganggap produk adalah suatu penawaran nyata, tetapi produk bisa lebih dari itu. Secara luas, produk (product) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide.⁴

⁴Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran, Jilid 2. Edisi Ketiga Belas*. (Jakarta : Erlangga, 2009), hlm. 4

G. Strategi Harga

Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga barangkali adalah unsur program pemasaran yang paling mudah disesuaikan; ciri-ciri produk, saluran bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan tersebut kepada pasar tentang produk atau mereknya. Sebagai produk yang dirancang dan dipasarkan dengan baik, dapat menentukan premium harga dan mendapatkan laba besar.

Harga juga salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*, penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan. Bagi perbankan terutama bank yang berprinsip konvensional, harga adalah bunga, biaya administrasi, biaya provisi dan komisi, biaya kirim, biaya tagih, biaya sewa, biaya iuran, dan biaya lainnya. Sedangkan harga bagi Bank yang berdasarkan prinsip Syariah adalah bagi hasil.⁵

Secara umum tujuan penentuan harga adalah sebagai berikut:

1. Untuk bertahan hidup

Dalam hal ini Bank menentukan harga semurah mungkin dengan maksud produk atau jasa yang ditawarkan laku dipasaran, misalnya bunga simpanan

⁵Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT.RajaGrafindo persada, 2003), hlm.196

tinggi dan bunga pinjaman rendah tetapi dalam kondisi yang masih menguntungkan.

1. Untuk memaksimalkan laba

Tujuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

2. Untuk memperbesar market share

Penentuan harga ini dengan harga murah sehingga diharapkan jumlah pelanggan meningkat dan diharapkan pula pelanggan pesaing beralih ke produk yang ditawarkan seperti penentuan suku bunga simpanan yang lebih tinggi dari pesaing

3. Mutu produk

Tujuan adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi dan biasanya harga jual ditentukan setinggi mungkin.

4. Karena pesaing

Dalam hal ini penentuan harga dengan melihat harga pesaing. Tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing, artinya bunga simpanan di atas pesaing dan bunga pinjaman di bawah pesaing.

Penetapan Harga barang atau jasa merupakan suatu strategi kunci dalam berbagai perusahaan sebagai konsekuensi dan deregulasi, persaingan global yang kian sengit, rendahnya pertumbuhan di banyak pasar, dan peluang bagi perusahaan untuk memantapkan posisinya di pasar, dan peluang bagi perusahaan untuk memanfaatkan posisinya di pasar. Harga mempengaruhi kinerja keuangan dan juga sangat mempengaruhi persepsi pembeli dan

penentuan posisi merek. Harga menjadi suatu ukuran tentang mutu produk bila pembeli mengalami kesulitan dalam mengevaluasi produk-produk yang kompleks.⁶ Masalah penetapan harga ini, dijabarkan dalam Pasal 5 UULPM dan PUTS, yaitu sebagai berikut:

1. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada dasar bersangkutan yang sama.
2. Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) tidak berlaku bagi:
 - a. Suatu perjanjian yang dibuat dalam suatu usaha patungan.
 - b. suatu perjanjian yang didasarkan undang-undang yang berlaku.⁷

H. Strategi Distribusi

Beberapa pengertian saluran distribusi menurut para ahli :

Kotler: Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Alex S. Nitisemito: saluran distribusi adalah lembaga-lembaga distributor atau lembaga-lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan untuk menyalurkan barang-barang atau jasa-jasa dari produsen ke konsumen.

⁶Craven David W, *Pemasaran Strategis*, Terj. Lina Salim (Jakarta: Erlangga, 1996), hlm .52

⁷Dr. Sentosa Sembiring,S.H., M.H. *Hukum Dagang*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2008),hlm.228

The American Marketing Association: saluran distribusi merupakan suatu struktur organisasi dalam perusahaan dan luar perusahaan yang terdiri dari agen, dealer, pedagang besar dan pengecer, melalui sebuah komoditi, produk atau jasa yang dipasarkan.

Strategi distribusi merupakan penentuan manajemen saluran distribusi yang dipergunakan oleh produsen untuk memasarkan barang dan jasanya, sehingga produk tersebut dapat sampai di tangan konsumen sasaran dalam jumlah dan jenis yang dibutuhkan, pada waktu yang dibutuhkan, pada waktu yang diperlukan, dan ditempat yang tepat. Secara garis besar terdapat enam macam strategi distribusi yang dapat digunakan, yaitu :

1. Strategi Struktur Saluran Distribusi

Strategi ini berkaitan dengan penentuan jumlah perantara yang digunakan untuk mendistribusikan barang dari produsen ke konsumen. Alternatif yang dipilih dapat berupa distribusi langsung atau distribusi tidak langsung. Tujuannya untuk mencapai jumlah pelanggan yang optimal pada waktu yang tepat dan dengan biaya yang rendah namun dapat meraih dan menjaga tingkat pengendalian distribusi tertentu.

2. Strategi Cakupan Distribusi

Strategi ini berkaitan dengan jumlah perantara sesuatu wilayah. Tujuannya untuk melayani pasar dengan biaya yang minimal namun bisa menciptakan citra produk yang diinginkan. Strategi ini ada tiga macam dan pemilihan masing-masing strategi mensyaratkan pemahaman pemasar mengenai kebiasaan pembelian pelanggan, tingkat gross margin dan turnover, kemampuan retailer dalam memberi jasa dan menjual seluruh lini produk perusahaan serta kelas produk.

3. Strategi Distribusi Berganda

Yaitu penggunaan lebih dari satu saluran yang berbeda untuk melayani segmen pelanggan. Tujuannya untuk memperoleh akses yang optimal pada setiap segmen.

4. Strategi Modifikasi Saluran Distribusi

Adalah strategi mengubah susunan saluran distribusi yang ada berdasarkan evaluasi dan peninjauan ulang. Dengan mengubah susunan saluran distribusi diharapkan perusahaan dapat menjaga system distribusi yang optimal pada perubahan-perubahan lingkungan tertentu.

5. Strategi pengendalian Saluran Distribusi

Adalah menguasai semua anggota dalam saluran distribusi agar dapat mengendalikan kegiatan mereka secara terpusat kearah pencapaian tujuan bersama.

6. Strategi Manajemen Konflik dalam Saluran Distribusi

Konsep sistem pada distribusi mensyaratkan adanya kerja sama antar saluran. Meskipun demikian didalam saluran selalu timbul struktur kekuatan sehingga diantara anggota saluran sering terjadi perselisihan. Konflik juga dapat timbul antara saluran yang satu dengan saluran yang lain yang menjual produk yang sama dan ke pasar yang samapula.

Konflik Horizontal.

I. Strategi Promosi

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.Promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang menonjolkan

keistimewaan-keistimewaan produknya yang membujuk konsumen sasaran agar membelinya. Strategi promosi penjualan adalah suatu rencana kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan permintaan dari para pemakai atau konsumen akhir yang bertujuan untuk meningkatkan omset penjualan dengan jalan mempengaruhi konsumen secara langsung. Strategi promosi penjualan merupakan perencanaan dan pengendalian komunikasi dari suatu organisasi kepada para konsumen dan sasaran lainnya.

Adapun tujuan utama strategi promosi penjualan produk yakni sebagai berikut :

- a. Meningkatkan volume penjualan
- b. Meningkatkan pembeli potensial
- c. Meningkatkan pembelian ulang
- d. Meningkatkan loyalitas
- e. Memperluas kegunaan
- f. Menciptakan ketertarikan
- g. Menciptakan kesadaran
- h. Mengalihkan perhatian dari harga
- i. Mendapatkan dukungan dari perantara
- j. Melakukan diskriminasi para pengguna

Fungsi dari strategi promosi penjualan adalah untuk mencapai tujuan komunikasi. Teknik-teknik komunikasi dan insentif memberikan beberapa keuntungan, promosi penjualan dapat digunakan untuk menargetkan pembeli, menjawab kesempatan khusus, dan menciptakan insentif pembelian. Dalam mengembangkan strategi promosi penjualan pertama-tama perlu didefinisikan tugas-tugas komunikasi yang diharapkan dicapai oleh program promosi penjualan. Berikutnya tujuan-tujuan promosi khusus ditetapkan menyangkut kesadaran dan keinginan membeli. Perlu dievaluasi penghematan relatif dari

metode-metode promosi penjualan yang wajar dan memilih metode-metode yang menawarkan kombinasi antara hasil dan biaya yang terbaik. Baik isi promosi penjualan maupun waktu harus dikoordinasikan dengan kegiatan-kegiatan promosi lainnya. Akhirnya program ini dilaksanakan dan dievaluasi berdasarkan kesinamburigannya. Evaluasi mengukur sejauh mana tujuan telah dicapai. Misalnya hasil-hasil pameran dagang dapat dievaluasi untuk menentukan berapa banyak kontak yang dilakukan berubah menjadi pembelian

Kesimpulan

Manajemen pemasaran Pendidikan adalah manajemen dengan sistem yang berlandaskan pada hakikat saling berhubungan antara semua bidang fungsional dalam sebuah lembaga Pendidikan sebagai dasar pengambilan keputusan di bidang pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Lingkungan makro adalah kekuatan masyarakat yang lebih luas yang mempengaruhi seluruh lingkungan mikro pemasaran perusahaan yang mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap pemasaran terdiri atas semua pihak dan kekuatan yang mempengaruhi operasi dan prestasi perusahaan. Perilaku konsumen adalah Interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku, dan kejadian disekitar kita, dimana terdapat aspek pertukaran didalamnya. Produk adalah suatu sifat kompleks, baik dapat diraba maupun tidak, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan, pelayanan pengusaha dan pengecer, yang diterima pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan. Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan,

unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya.. Promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya yang membujuk konsumen sasaran agar membelinya.Strategi promosi penjualan adalah suatu rencana kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan permintaan dari para pemakai atau konsumen akhir yang bertujuan untuk meningkatkan omset penjualan dengan jalan mempengaruhi konsumen secara langsung.Strategi promosi penjualan merupakan perencanaan dan pengendalian komunikasi dari suatu organisasi kepada para konsumen dan sasaran lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchori Alma, 2004, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, Surabaya: Alfabeta
- Craven David W, 1996, *Pemasaran Strategis*, Terj. Lina Salim, Jakarta: Erlangga
- Dr. Sentosa Sembiring,S.H., M.H.. 2008, *Hukum Dagang*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Dr Wijaya, Faried, M.M.A. *Pengantar Ekonomi - Ekonomika Pembangunan dan Internasional*,
- Edisi Kedua, Jilid Kedua, Yogyakarta;BPFE UGM
- <http://makalahkuliahstai.blogspot.com/2016/03/makalah-pesaing-pasar.html>. Di akses pada 10 Nov 2019
- Kasmir, 2003, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT.Raja Grafindo persada

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.2009, *Manajemen Pemasaran, Jilid 2. Edisi Ketiga Belas*. Jakarta : Erlangga

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad S Ruky, *Sistem manajemen kinerja, (Performance management system) Panduan cantik untuk merancang dan meraih kinerja prima*, Jakarta: Pt Gramadei pustaa utama sejak 2001
- Ahmad Amin, *Etika (Ilmu Akhlak)*, Terj oleh Farid Ma'ruf, Jakrta Bulan bintang 1995, 15 dalam Samrin *Jurnal Al-Ta'dib* Vol. 9 No. 1, Januari-Juni, 2016
- Aminuddin Anwar, *Peran Modal Manusia terhadap pertumbuhan Ekonomi*, *Jurnal Economia*, Vol 13, No 1, April 2017
- AN Ubaedy, *Berkarir di Era Global*, cet-1 (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008), hal. 284
- An Ubaedy.2008.*Berkarir di Era Global*.Jakarta: PT Elex Media Komputindo Karyadi,Slamet.2008 *Miskin? Jangan Mau!*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo hal 76, Sanawiri, Brillyanes.2018.*Kewirausahaan*.Malang: UB Press
- Anas Sujono, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, Jakkarta: Rajawali Press, 2009
- Andri Nirwana, "Uluum al-Quran 'Inda 'Abdillah Bin 'Umar Radhi Allahu 'Anhuma', *Bidayah* □: *Studi Ilmu-Ilmu Keislaman*, 2019, 13-26.
- Anwar Prabu Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung: Rmaja Rosdakarya, 2002, hal 68
- Aris Slamet Widodo, *Buku Ajar kewirausahawan*, Jogjakarta: Jaring Inspiratif, 2012
- Baum Frese Baron, *The Psychologi of Entrepreneurship*, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, 2007

- Bayu Ilham Perdana, *Pengaruh Motivasi Wirausaha dan Mental Wirausaha terhadap minat wirausaha*, Jurnal Iqtisaduna, Vol 16, 2020
- Blasius Sudarsono, *Catatan tentang standarisasi serta standar stndar di bidang perpustakaan*, Makalah untuk seminar sehari sistem standarisasi Nasional, Jakarta 1995
- Blasius Sudarsono, *Catatan tentang standarisasi serta standar stndar di bidang perpustakaan*, Makalah untuk seminar sehari sistem standarisasi Nasional, Jakarta 1995
- BrillyanesSanawiri, Muhammad Iqbal, *Kewirausahaan*, Malang: UB Press, 2018
- Buchari Alma, *Kewirausahaan untuk mahasiswa dan umum*, Bandung: Alfabeta, 2009
- Buchori Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, Surabaya: Alfabeta, 2014
- Bukhri Alma, *Kewirausahaan*, Bandung Alphabeta
- Buku kewirausahaan, Modul pembelajaran kemendikbud tahun 2013
- Ciputra, *Entrepreneurship mengubah masa depan bangsa*, Jakarta, Elex Media Kompotindo, 2008
- Craven David W, *Pemasaran Strategis*, Terj. Lina Salim, Jakarta: Erlangga, 1996
- Djaali, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2007
- Doni Koesoema, *Pendidikan Karakter, Strategi Mendidik anak di zaman Global*, Jakarta: Grasindo, 2007
- Dwi Purnomo, *Sosiopreneur Milenial (Bisnis berbasis kolaborasi antara desa dan Kota)*
- Dwi Rorin Mauluddin Insana dan Eko Cahyo Mayndarto, *Pembangunan Karakter Wirausaha Mahasiswa Melalui Peningkatan Kualitas Pendidikan Kewirausahawan*. Vol.19. No.3. Oktober 2017
- Firdaus Wajdi, Sifa Fauzia, Ahmad Hakim, *Evaluasi Program Tahfiz melalui Media Sosial di yayasan*

- Indonesia Berkah, Jurnal Studi Al Qur'an, Vol 16 No 1, Tahun 2020*
- Grenvill Kliser, *membina kepribadian wirswasta*, Bandung: Pioner Jaya, 1986
- Hadari Nawawi, *Evaluasi dan Manajemen Kinerja di Lingkungan Perusahaan dan Industri*, Jogjakarta: UGM Press, 2006
- Hadion Wijoyo dkk, *Kewirausahaan berbasis Teknologi (Tekhnopreneurship)*, Jawa Tengah: Pena Persada, 2020
- Hamid muhammad bin muhammad bin muhammad al-ghazali, kimiya'us sa'adah
- Hamka, *Tafsir al-Azhar*, Jakarta: Pustaka Panjimas, 1985
- Hasanah Safriyani, *Kematangan Beragama dan Kepercayaan diri pada Remaja*, Skripsi yang tidak terbit dari Fakultas Psikologi UII, Jogjakarta: 2000
- Hendro dkk, *Dasar Dasar Kewirausahaan*, Jakarta, Erlangga, 2011
- Heru Kristanto, *Kewirausahaan (Entrepreneurship) Pendekatan Manajemen dan Praktik*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007
- Ibnu adid dunya, abu ja'far al-qurasyi. At-tafakkur wal i'tibaar.dalam kitan ibnu katsir jilid 8
- Irham Fahmi, *Kewirausahaan, Teori, Kasus dan Solusi*, Bandung: Alfabeta, 2016
- Joko Sutrisno, *Pengembangan Pendidikan berwawasan kewirausahaan sejak usia dini*, Jaarta: Depdiknas, 2003, hal 87
- Josia Sanchaya Hendrawan & Hani Sirine, *Pengaruh sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha*, Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship, Vol 2 No 3 september 2017

- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT.RajaGrafindo persada, 2003
- Kevin Ryan & Bohlin KE, *Building Character in School: Practical ways to bring Moral instruction to life*, San Fransisco, Josse Bass, 1999,
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran, Jilid 2. Edisi Ketiga Belas*. Jakarta : Erlangga, 2009
- Kusuma, *Pengaruh sikap mandiri dan lingkungan keluarga terhadap minta berusaha mahasiswa UMS*, Surakarta: Eprints, 2004, hal 34
- Leonardos, *Kewirausahaan, Teori, praktek dan kasus kasus*, Jakarta: Salemba empat, 2009
- Ma'ruf A bdullah, *Manajemen Bisnis Syariah* Jogjakarta swaja presindo, 2014
- Ma'ruf Abdullah, *Manajemen dan evaluasi inerja Karyawan*, Jogjakarta: aswaja presindo, 2014
- Machfodz Mas'ud, *Kewirausahaan, Suatu Pendekatan Kontemporer*, Jogjakarta: 2004
- Meredith GG, *Kewirusahaan Teori dan praktek*, Jakarta, Pustaka binaman Presindo, 1996
- Mardiana, *Metode Multisensori Artikulasi Terhadap Kemampuan Membaca Menulis Huruf Al-Qur'an Permulaan Denganmodel At-Tartil Jilid 1 Siswa Tunarungu*, Jurnal Pendidikan Khusus
- Michael Porter, *Keunggulan bersaing menciptakan dan mempertahankan kinerja unggul*, Terjemahan Bina Rupa aksara, Jakarta, 1994

- Mochtar Effendy, *Kewirausahaan (Entrepreneurship) Tuntunan untuk Praktisi*, Palembang:yayasan Penerbitan al Mukhtar, 2010
- Muliana, *Konsep Dakwah Entrepreneur Menurut Abdurrahman bin Auf*, Jurnal Idarah, Vol 1 No 2, 2017
- Nana Robinson, *Pengaruh kepemimpinan Visioner, kewirausahaan dan kemampuan manajerial terhadap implementasi strategi bisnis serta dampaknya pada kinerja perusahaan industri garmen Jawa Barat*, Jurnal Kontigensi, Vol 5, 2017
- Nazir, *Metode Penelitian*, Bogor Ghalia Indonesia, 2014
- Nur Achmad, *Kewirausahaan: Suatu alternatif lain menuju kesuksesan*, Surakarta: Feb UMS, 2015
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008
- Putri Apria Ningsih., *Studi Deskriptif tentang Abdurrahman bin Auf Prototype Entrepreneur Muslim Sukses*, Jurnal Imara, Vol 1 Nomor 1 Desember 2007
- Rachmawati, Fauziah. *Sepuluh Kunci Rezeki Ala Sahabat Rasulullah*, Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2015
- Rohmadi Rusdi, *Menjadi Wiraswasta Mandiri*, Rusdi Setia Karya Kedu, 1995
- Roifa Dzakiyya, *Tesis: Strategi Pemasaran Lembaga Bimbingan Belajar Al-Qur'An Tarsana Kabupaten Ngawi*, Ponorogo: Iain Ponorogo Pasca Sarjana, 2017
- Rusdiana, *Kewirausahaan: Teori dan Praktek*, Bandung: Pustaka Setia, 2004
- Sarosa, *Kiat Praktis membukan usaha, Becoming young Entrepreneur: Panduan praktis dan motivasi bagi kaum muda dan mahasiswa*, Jakarta, Elex Media Kamputindo, 2005
- Sentosa Sembiring, S.H., M.H.. *Hukum Dagang*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2008

- SlametKaryadi, *Miskin? Jangan Mau!*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008
- Soemanto, *Pendidikan Wiraswasta*, Jakrta: Bumi Aksara, 2002
- Suharno dan Yudi Sutarso, *Marketing in Practice*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010
- Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rhineka Cipta, 2002
- Suharyono, *Jurnal Ilmu dan Budaya*, Vol. 40, No.56, Mei 2017
- Suharyono, *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 40, No. 56, 2017
- Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Rajawali, 1985
- Suparyanto, *Kewirausahaan Konsep dan Realita pada Usaha Kecil*, Bandung: Alfabeta, 2012
- Suryana, *Modul kewirausahaan SMK*, Jakarta Direktorat Pendidikan Menengan kejuruan, departmenen pendidikan dan kebudayaan, 2004
- Suryana, *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kita dan Proses Menuju Sukses*, Jakarta: Salemba, 2003
- T.H Thalhas, *Fokus Isi dan Makna AlQur'an*, 2008. Jakarta :Galura Pase
- Taufik Abdullah, *Agama, Etos Kerja dan Pengembangan Ekonomi*, Jakarta: LP3SE, 1979
- Thoby Muthis, *Kewirausahaan yang berproses*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 1995
- Tika Santika, *Pendidikan Karakter Kewirausahaan pada PAUD*, Semnas Pendidikan Non Formal FKIP Universitas Bengkulu, Vol 1 Nomor 1 Juli 2017
- Tika Santika, *Seminar Nasional Pendidikan Nonformal FKIP Universitas Bengkulu*, Vol 1 Nomor 1, Juli 2017
- Tim peneliti, *kamus pusat pembinaan dan pengembangan bahasa, Kamus besar bahasa Indonesia*, Jakarta, Balai pustaka 1989

Toto Asmara, *Membudayakan Etos Kerja Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002

View of DA'WAH IN THE QUR'AN (THEMATIC TAFSIR)

<https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/tibyan/article/view/1350/907> [accessed 25 December 2019].

View of Kajian Pembelajaran Baca Tulis Al-Qur'an
<http://journal.stitmupaciran.ac.id/ojs/index.php/ojs/article/view/31/24> [accessed 25 December 2019].

Wibowo, *manajemen Kinerja*, Jakarta: Rajawali Press, 2010

Wijaya, Faried, M.M.A. *Pengantar Ekonomi - Ekonomika Pembangunan dan Internasional*, Edisi Kedua, Jilid Kedua, Yogyakarta;BPFE UGM

Suryana *Modul kewirausahaan SMK*, Jakarta Direktorat Pendidikan Menengah kejuruan, departmen pendidikan dan kebudayaan

Yuyun Wirasmita, *Pemikiran Kewirausahaan, Kreativitas, Inovasi dan Kewirausahaan*, Bandung: Laboratorium Manajemen Fakultas Ekonomi Unpad, 1999

Yuyus suryana, *kewirausahaan*, Jakarta: prenada media, 2010

Zimmerer, Thomas W dan Scarborough, Norman M, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Jakarta: Salemba Empat, 2008

Sumber Situs Internet

<http://axsionnew.blogspot.com/2014/03/paper-memulai-sebuah-usaha-baru.html#.XzeoNfMzbiU>

<http://axsionnew.blogspot.com/2014/03/paper-memulai-sebuah-usaha-baru.html#.XzeoNfMzbiU>

<http://axsionnew.blogspot.com/2014/03/paper-memulai-sebuah-usaha-baru.html#.XzeoNfMzbiU>

<http://makalahkuliahstai.blogspot.com/2016/03/makalah-pesaing-pasar.html>

<http://www.maktour.co.id/read/509/artikel/rahasia-sukses-bisnis-rasul-dan-para-sahabat>

[https://aceh.tribunnews.com/2015/07/28/82-mahasiswa-baru-tak-bisa-baca-quran.](https://aceh.tribunnews.com/2015/07/28/82-mahasiswa-baru-tak-bisa-baca-quran)

<https://www.kanal.web.id/pengertian-belajar-online>

<https://anitasimbolon.wordpress.com/2017/03/13/penge-nalan-diri-dan-kepribadian-kewirausahaan/><https://anitasimbolon.wordpress.com/2017/05/02/faktor-x/>

<https://arryrahmawan.net/kiat-mengembangkan-potensi-diri/>

<https://bekasi.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-12346326/miris-lebih-dari-50-persen-muslim-indonesia-belum-bisa-baca-alquran#:~:text=Miris%2C%20Lebih%20dari%2050%20Persen%20Muslim%20Indonesia%20Belum%20Bisa%20Baca%20Alquran,-Bayu%20Nurul&text=PIKIRAN%20RAKYAT%20%2D%20Berdasarkan%20Survei%20Sosial,belum%20bisa%20membaca%20Al%2DQuran>

<https://distribusipemasaran.com/8-tahap-proses-pengembangan-produk-baru-new-product-development-process/>

<https://koinworks.com/blog/tips-mengembangkan-usaha-hingga-ke-mancanegara/>

<https://lenteratoday.com/tahfidz-online-jadi-tren-ramadan-saat-pandemi-corona/>

<https://lenteratoday.com/tahfidz-online-jadi-tren-ramadan-saat-pandemi-corona/>

<https://lenteratoday.com/tahfidz-online-jadi-tren-ramadan-saat-pandemi-corona/>

<https://m.republika.co.id/amp/pjkfr1313>

<https://pegadaiansyariah.co.id/teladani-3-kisah-sahabat-nabi-yang-sukses-berbisnis-detail-19923>

<https://khazanah.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-digest/18/12/11/pjkfr1313-rahasia-sukses-bisnis-rasul-dan-para-sahabat-part1>

<https://pkbi-diy.info/mengenal-dan-menemukan-konsep-diri/>

<https://republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/18/10/11/pgfc9e366-50-persen-umat-islam-indonesia-belum-bisa-baca-alquran>

<https://skata.info/article/detail/500/pentingnya-konsep-diri-remaja-dalam-menangkal-perilaku-berisiko-2>

<https://suneducationgroup.com/app/sun-media-app/news-app/manfaat-online-learning/>

<https://suneducationgroup.com/app/sun-media-app/news-app/manfaat-online-learning/>

<https://teknologi.bisnis.com/read/20200417/84/1228676/belajar-al-quran-jadi-lebih-mudah-lewat-platform-digital-buat-generasi-milenial>

<https://teknologi.bisnis.com/read/20200417/84/1228676/belajar-al-quran-jadi-lebih-mudah-lewat-platform-digital-buat-generasi-milenial>

<https://uptown.id/id/2020/01/13/15-cara-memilih-nama-perusahaan-untuk-usaha-kamu/>

<https://uptown.id/id/2020/01/13/15-cara-memilih-nama-perusahaan-untuk-usaha-kamu/>

<https://uptown.id/id/2020/01/13/15-cara-memilih-nama-perusahaan-untuk-usaha-kamu/>
<https://www.dictio.id/t/apa-saja-ciri-ciri-orang-yang-berpikir-positif/14908/2>
<https://www.idntimes.com/life/inspiration/nita-nurfitria-1/5-alasan-mengapa-kamu-perlu-berpikir-positif-dalam-berbisnis-c1c2/5>
<https://www.jawapos.com/features/23/04/2020/griya-al-quran-menggagas-tahfiz-alquran-secara-online-saat-covid-19/>
<https://www.jawapos.com/features/23/04/2020/griya-al-quran-menggagas-tahfiz-alquran-secara-online-saat-covid-19/>
<https://www.jawapos.com/features/23/04/2020/griya-al-quran-menggagas-tahfiz-alquran-secara-online-saat-covid-19/>
<https://www.jurnal.id/id/blog/2017-tips-menumbuhkan-jiwa-entrepreneurship/>
<https://www.jurnal.id/id/blog/2017-tips-menumbuhkan-jiwa-entrepreneurship/>
<https://www.kompasiana.com/alimahrus/5858ea91327b610f109aa0e5/pentingnya-berusaha-dalam-menjalani-hidup>
<https://www.sirclo.com/tips-membuat-logo-yang-sesuai-dengan-karakter-brand/>
<https://www.wartaekonomi.co.id/read177504/6-tips-dalam-menentukan-lokasi-usaha>
<https://www.wartaekonomi.co.id/read213628/5-cara-sukses-ekspansi-bisnis-internasional>
Tahfiz Online wujudkan mimpi para penghafal al Qur'an
www.kitabisa.com

Dapat dibaca di <https://www.portalbisnis.id/contoh-social-entrepreneur-indonesia/>
Mariani Ng, "Visioner" diakses dari <http://www.metamind.com/article/item/visioner.html> pada 2 Januari 2020.

Tentang Penulis

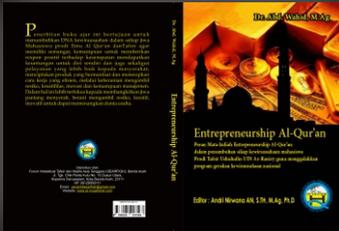


Dr. Abd. Wahid, M.Ag lahir di Gampong Raya Krueng Seumideun Kecamatan Peukan Baroe Kabupaten Pidie Provinsi Aceh, 29 September 1972, menamatkan pendidikan dasar di MIN Peureulak - Aceh Timur pada tahun 1985. Jenjang tsanawiyah dan aliyah, diselesaikan di Madrasah Ulumul Qur'an (MUQ) Yayasan Dayah Bustanul Ulum Langsa. Jenjang S1 ditempuh pada Fakultas Ushuluddin jurusan Tafsir Hadits IAIN Ar-Raniry 1991-1996. Jenjang S2 diselesaikan pada program Pascasarjana di lembaga yang sama dengan konsentrasi Dakwah Islam 1998-2000. Jenjang S3 diselesaikan pada pada Sekolah Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan konsentrasi Tafsir dan Hadits 2004-2009. Sejak tahun 2000 penulis menjadi dosen pada almamaternya, Prodi Tafsir dan Hadits, Fakultas Ushuluddin IAIN Ar-Raniry. Adapun karya-karya penulis yang pernah diterbitkan adalah:

1. Hadits Nabi dan Problematika Masa Kini (Ar-Raniry Press, 2007);
2. Khazanah kitab Hadits (Ar-Raniry Press, 2008);
3. Konsep Dakwah dalam al-Qur'an dan Sunnah (PeNA B. Aceh: 2010),
4. Pengantar Ulumul Hadis (PeNA B. Aceh, 2011),

*Dalam Penafsiran Al-Qur'an;
Telaah Terhadap Tafsir Al-Azhar Karya Hamka*

5. Epistemologi Ilmu Hadis (Ar-raniry Press, 2012),
6. Hadis-Hadis Fenomenal Seputar Akhlak, dari Sanad sampai Matan (PeNA B. Aceh, 2013),
7. Otentisitas Hadis dalam Kitab Syifaul Karya Abdullah Al-Asyi (Ar-Raniry Press, 2013);
8. UIN dan Integrasi Ilmu (Ar-Raniry Press, 2013).
9. *Pemahaman Hadits dengan Pendekatan Asbabun Wurud*, (Ushuluddin Publishing, 2014).
11. Subjektifitas Aspek Sosial dan Politik dalam Penafsiran Al-Qur'an; Telaah terhadap Tafsir Al-Azhar Karya Hamka (Pena Banda Aceh, 2019)



Penerbitan buku ajar ini bertujuan untuk menumbuhkan DNA kewirausahaan dalam setiap jiwa Mahasiswa prodi Ilmu Al Qur'an dan Tafsir agar memiliki semangat, kemampuan untuk memberikan respon positif terhadap kesempatan mendapatkan keuntungan untuk diri sendiri dan juga sekaligus pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat, menciptakan produk yang bermanfaat dan menerapkan cara kerja yang efisien, melalui keberanian mengambil resiko, kreatifitas, inovasi dan kemampuan manajemen. Dalam hal ini lebih terfokus kepada membangkitkan jiwa pantang menyerah, berani mengambil resiko, kreatif, inovatif untuk dapat memenangkan dunia usaha.



Diterbitkan Oleh:
 Forum Inteltektual Tafsir dan Hadits Asia Tenggara (SEARFIQH), Banda Aceh
 Jl. Tgk. Chik Pante Kulu No. 13 Dusun Utara,
 Kopelma Darussalam, Kota Banda Aceh, 23111
 HP. 08126950111

Email: penerbitsearfiqh@gmail.com

Website: www.al-muashirah.com

