

BAB II

PEMBAHASAN UMUM

A. Wirausaha

1. Pengertian Wirausaha

Wirausaha adalah kemampuan kreatif, dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru ada dan berbeda melalui kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang menuju sukses¹.

Menurut Kasmir, wirausaha adalah menciptakan sesuatu yang diperlukan suatu kreativitas dan jiwa inovatif yang tinggi. Seseorang yang memiliki kreativitas dan jiwa inovatif tentu berfikir untuk mencari atau menciptakan peluang yang baru dan lebih baik dari sebelumnya. Kemampuan menciptakan memerlukan adanya kreativitas dan inovasi yang terus menerus untuk menentukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya, kemudian dengan kreativitas dan inovasi tersebut pada akhirnya mampu memberi kontribusi bagi masyarakat banyak².

Wirausaha bila ditinjau dari etimologi berasal dari kata "wira" dan "usaha" yang berarti berkemauan keras. Jadi seorang wirausaha dapat diartikan sebagai berikut : seorang yang berkemauan keras dalam melakukan tindakan yang bermanfaat dan patut menjadi teladan hidup.

¹ Suryana, *Kewirausahaan*, Edisi 3, Bandung : Salemba Empat, 2006, hlm. 2-3.

² Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2006, hlm. 17-18.

Banyak orang yang berhasil dan sukses karena memiliki kemampuan berfikir kreatif dan inovatif. Sukses Kewirausahaan akan tercapai apabila berfikir dan melakukan sesuatu yang baru atau sesuatu yang lama dengan cara-cara baru (*thing and doing new things or old thing in new way*)³.

Telah di kemukakan bahwa wirausaha adalah inovator dalam mengkombinasikan sumber-sumber bahan baru, produksi yang baru di akses pasaran dan pangsa pasar yang baru. Perilaku tersebut di pengaruhi oleh nilai-nilai kepribadian wirausaha, yaitu nilai-nilai keberanian dalam menghadapi resiko, sikap positif dan optimis, keberanian mandiri dalam memimpin, dan kemauan belajar dari pengalaman.

2. Prinsip Wirausaha

Persaingan yang sangat ketat menyebabkan manusia secara pribadi berupaya untuk mencukupi kebutuhannya dengan usaha sendiri tanpa bantuan orang lain. Oleh karena itu, seseorang harus mempunyai prinsip-prinsip dalam berwirausaha supaya dapat mencapai tujuan yang diinginkan, adapun prinsip wirausaha yang harus dipegang erat oleh seorang wirausaha adalah sebagai berikut :

- a. Mengenal potensi diri.
- b. Berani menghadapi tantangan.
- c. Mental yang tangguh dan berkemauan keras.
- d. Disiplin diri.
- e. Hemat dan cermat.

³ Suryana, *Kewirausahaan*, edisi 1, hlm. 8.

- f. Keterbukaan.
- g. Wibawa dan jujur.
- h. Percaya diri.
- i. Berpegang pada program.
- j. Modal kecil hasil besar.
- k. Memperhatikan kebutuhan konsumen.
- l. Tepat waktu.
- m. Memperhatikan keadaan pasar.
- n. Teliti.
- o. Mandiri.
- p. Berpedoman pada pengalaman.
- q. Manajemen yang baik.
- r. Kreatif.
- s. Bijaksana.

Maka dari itu, untuk menjadi seorang wirausaha harus melalui proses cara yang bertahap, yaitu dari *eksplorasi*, *konsolidasi*, pembaharuan dan individualisasi, walaupun jalur dan lingkungan yang mungkin tidak sama.

Tahap-tahap tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :

- a. Tahap *eksplorasi* (penjelajahan).
- b. Tahap *konsolidasi* (perubahan).
- c. Tahap pembaharuan.

d. Tahap individualisasi⁴.

Peranan wirausaha adalah untuk meresapi aktifitas usaha dengan semangat kewirausahaan dan mengubah semangat itu menjadi energi untuk terjun ke dalam pembaharuan-pembaharuan.

3. Fungsi Wirausaha

Fungsi pokok yang lazim dipakai wirausaha adalah mencari dan menciptakan cara yang baru, terobosan baru dalam mendapatkan masukan atau input, serta mengolahnya menjadi barang dan jasa yang menarik dan memasarkan barang dan jasa tersebut untuk memuaskan pelanggan dan sekaligus memperoleh keuntungan, mengenali lingkungan dalam rangka mencari dan menciptakan peluang usaha serta untuk mengendalikan lingkungan ke arah yang menguntungkan bagi perusahaan.

Fungsi dan peran wirausaha dapat dilihat melalui dua pendekatan, yaitu secara mikro dan makro. Secara mikro, wirausaha memiliki dua peran yaitu sebagai penemu (*innovator*) dan perencana (*planner*). Sebagai penemu, wirausaha menemukan dan menciptakan sesuatu yang baru, seperti produk, teknologi, cara, ide organisasi, dan sebagainya. Sebagai perencana, wirausaha berperan merancang tindakan dan usaha baru, merencanakan strategi usaha yang baru, merencanakan ide-ide dan peluang dalam meraih sukses, menciptakan organisasi perusahaan yang baru, dan lain-lain. Secara makro, peran wirausaha adalah menciptakan kemakmuran, pemerataan

⁴ Tarmudji Tarsis, *Prinsip-Prinsip Wirausaha*, Semarang : Liberty Yogyakarta, 1996, hlm. 4-5.

kekayaan, dan kesempatan kerja yang berfungsi sebagai mesin pertumbuhan perekonomian suatu Negara⁵.

4. Manfaat Wirausaha

Keberhasilan dalam berwirausaha dengan bekerja keras, teliti, dan dalam jangka waktu yang tidak singkat dapat menumbuhkan manfaat yang sangat besar bagi diri sendiri maupun bagi orang lain. Adapun manfaat wirausaha antara lain :

- a. Mengurangi jumlah pengangguran.
- b. Berusaha berarti membuka lapangan kerja baru.
- c. Penggerak pembangunan (produksi, distribusi, pemasaran barang dan jasa).
- d. Menjadi contoh bagi orang lain (sifat *siddiq*, amanah, *fathonah*, dan *tabligh*).
- e. Mendidik karyawan agar bisa berusaha secara mandiri, jujur dan tekun.

Keberhasilan atau kegagalan wirausaha sangat di pengaruhi oleh berbagai faktor baik *eksternal* maupun *internal*, yang berpengaruh adalah kemauan, kemampuan dan kelemahan. Sedangkan faktor yang berasal dari *eksternal* diri perilaku adalah kesempatan atau peluang⁶.

Akan tetapi menurut Syahrin Harahap, keberhasilan wirausaha bersifat *independent*. Artinya keunggulannya berpusat pada keunggulan integritas pribadinya, bukan dari luar dirinya. Hal ini selain menimbulkan menghadapi tantangan, juga merupakan garansi supaya tidak terjebak dalam praktek-

⁵ Suryana, edisi 3, *op,cit*, hlm. 4.

⁶ Purwanto Suryadi et al, *Kewirausahaan Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda*, Jakarta : Salemba Empat, 2007, hlm. 42.

praktek negetif yang bertentangan dengan peraturan-peraturan, baik peraturan negara maupun peraturan agama⁷.

5. Wirausaha Dalam Islam

Islam adalah agama yang komprehensif, termasuk aspek bisnis mendapatkan perhatian dalam Al-Qur'an. Agar kita termasuk orang yang "menang", umat-Nya diperintahkan untuk giat bekerja. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an Surat Al-Shaffat ayat 61 :



“Untuk kemenangan serupa ini hendaknya berusaha orang-orang yang bekerja” (Q.S Al-shaffat : 61)⁸.

Q.S Al-shaffat ayat 61 di atas menggambarkan bahawa bekerja tidak saja untuk orientasi jangka pendek, tetapi juga untuk orientasi masa depan. Oleh karena itu, bekerja keras saja tidak cukup tetapi harus juga bekerja secara cerdas dan strategis “menang”, hal ini berkaitan dengan strategis menumbuhkan usahanya dari posisi dasar hingga posisi puncak. Posisi yang disebut terakhir ini merupakan posisi dalam bisnis yang mampu memberikan arus kas atau laba yang positif bagi perusahaan.

Dalam ayat lain ditegaskan bahwa seseorang hanya akan memperoleh hasil prestasi sesuai dengan usaha yang dilakukan. Allah SWT berfirman dalam surat An-Najm ayat 39-40,

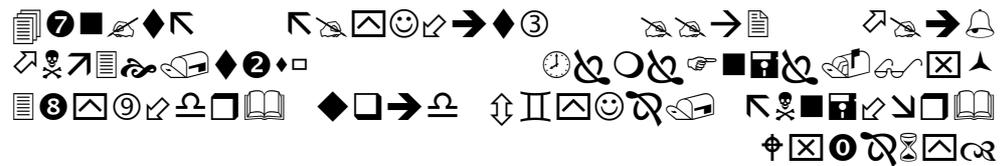
⁷ Syahrin Harahap, *Membentuk Entrepreneur Muslim*, Jakarta : Bryatussalamah, 2009, hlm. 14.

⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Semarang : Toha Putra, 1989, hlm. 721.



“Dan tidaklah seseorang akan memperoleh hasil melainkan dari apa yang ia usahakan, dan nanti ia akan melihat hasil dari apa yang ia usahakan”. (Qs An-Najm ayat 39-40)⁹.

Juga dalam Al-Qur’an surat Al-Isra’ menyatakan,



“Katakanlah. Tiap-tiap orang hendaknya berbuat menurut keadaanya masing-masing, maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya”. (Qs Al-Isra’ : 84)¹⁰.

Dalam surat An-Najm dan Al-Isra’ di atas telah dinyatakan dengan tegas agar umat manusia bekerja dengan sepenuh kemampuan, serta agar bekerja sesuai dengan profesinya masing-masing, yang pada akhirnya ia akan menjadi manusia yang berbeda dengan manusia yang tidak bekerja¹¹.

Pada hakikatnya Islam adalah agama yang mengajarkan nilai-nilai etik, moral dan spiritual yang berfungsi sebagai pedoman hidup sebagai bidang bagi pemeluknya, tidak terkecuali bidang ekonomi. Banyak sekali ajaran Islam yang agar umatnya mau bekerja keras untuk diri sendiri, berlaku jujur dalam berbisnis, dan mencari usaha dari tangan sendiri untuk berlomba-lomba dalam kebaikan.

Menurut Syaikh Al-Qardhawi, dalam Hermawan dan Syakir Sula, mengatakan bahwa diantara nilai transaksi bisnis adalah kejujuran. Ia

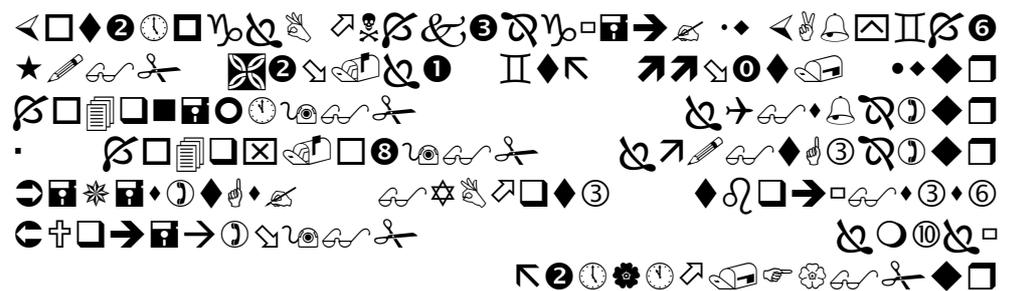
⁹ *Ibid*, hlm. 874.

¹⁰ *Ibid*, hlm. 437.

¹¹ Firdaus, *Kewirausahaan Santri*, Jakarta : PT. Citrayudha Alamanda Perdana, 2005, hlm. 43.

merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang yang beriman. Bahkan, kejujuran merupakan karakteristik para Nabi. Tanpa kejujuran, kehidupan agama tidak akan berdiri tegak dan kehidupan dunia tidak akan berjalan dengan baik. Sebaliknya, kebohongan adalah pangkal kemunafikan dan ciri-ciri dari orang munafik. Cacat perdagangan di dunia kita dan yang paling banyak memperburuk citra perdagangan adalah kebohongan, manipulasi, dan mencampurkan kebenaran dengan kebatilan, baik dalam menerangkan spesifikasi barang dagangan, memberitahukan harga beli atau harga jual, banyaknya pemesanan, dan lain sebagainya¹².

Secara normatif, ajaran Islam mendorong umatnya bekerja keras. Banyak ayat Al-Qur'an yang berubungan dengan etos kerja dapat dijadikan dasar bahwa Islam sangat memperhatikan berwirausaha. Misalnya dalam Al-Qur'an surat An-Nur ayat 37 dikemukakan bahwa istilah yang sangat relevan dengan wirausaha, yaitu :



“Laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingati Allah, dan (dari) mendirikan sembahyang, dan (dari) membayarkan zakat. Mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi goncang.” (Q.S An-Nur : 37)¹³.

¹² Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung : Mizan IKAPI, 2006, hlm. 107.

¹³ Departemen Agama RI, *op, cit*, hlm. 550.

Sudah menjadi kewajiban manusia untuk selalu berusaha dan berdoa dalam menjalankan kewajiban mencari nafkah (wirausaha) pada jalan agama. Namun, dalam berwirausaha tidak hanya mementingkan urusan dunia semata, melainkan juga mementingkan urusan akhirat supaya apa yang di hasilkan dari usahanya menjadi maju dan berkah, misalnya melakukan apa yang menjadi perintah agama seperti shalat, bersedekah, menyantuni anak yatim, membayar zakat dan lain sebagainya.

B. Kreativitas Wirausaha

1. Pengertian Kreativitas

Untuk memenangkan persaingan, seorang wirausaha harus memiliki daya kreativitas yang tinggi. Daya kreativitas tersebut sebaiknya dilandasi oleh cara berpikir yang maju, penuh dengan gagasan-gagasan baru yang berbeda dengan produk-produk yang ada selama ini di pasar. Gagasan-gagasan yang kreatif umumnya tidak dapat dibatasi oleh ruang, bentuk ataupun waktu. Justru seringkali ide-ide jenius memberikan terobosan-terobosan baru dalam dunia usaha, awalnya adalah dilandasi oleh gagasan-gagasan kreatif yang kelihatannya mustahil. Namun, gagasan-gagasan yang baikpun jika tidak diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari hanya akan menjadi sebuah mimpi. Gagasan-gagasan jenius umumnya membutuhkan daya inovasi yang tinggi dari seorang wirausaha yang bersangkutan.

Menurut Zimmerer dalam Suryana, mengemukakan bahwasanya kreativitas tidak hanya penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif,

akan tetapi juga sangat penting bagi kesinambungan perusahaan. Artinya bahwa menghadapi tantangan global diperlukan sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif atau berjiwa kewirausahaan. Wirausahalah yang bisa menciptakan nilai tambah dan keunggulan. Nilai tambah tersebut diciptakan melalui kreativitas dan keinovasian, atau “*thinking new thing and doing new thing or create the new and different*” (berfikir hal yang baru dan melakukan sesuatu yang baru atau membuat sesuatu yang baru dan berbeda)¹⁴.

Dalam Ensiklopedi Indonesia menuturkan bahwa kreativitas merupakan daya menciptakan sesuatu yang menuntut pemusatan perhatian, kemauan, kerja keras dan ketekunan¹⁵.

Berbeda dengan apa yang dituturkan oleh Sahlan Sulaiman dan Miswan, bahwasanya kreativitas adalah ide-ide atau gagasan dan kemampuan untuk berpikir kreatif¹⁶.

Berbeda pula dengan apa yang dituturkan oleh Zimmerer, dalam Suryana, kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang (*thinking new thing*)¹⁷.

Dari beberapa definisi di atas, dapat kita simpulkan bahwasanya kreativitas merupakan kemampuan seseorang dalam menuangkan ide atau

¹⁴ Suryana, edisi 1, *op, cit*, hlm. 23.

¹⁵ Hasan Shadily, *Ensiklopedi Indonesia*, jilid 4, Jakarta : Ichtion Van Hoeve, 1987, hlm. 29.

¹⁶ Sahlan Sulaiman dan Miswan, *Multi Dimensi Berkratifitas Manusia*, Bandung : Sinar Baru 1988, hlm. 5.

¹⁷ Suryana, edisi 1, *op, cit*, h. 2.

gagasan melalui proses berpikir kreatif untuk menciptakan sesuatu yang menuntut pemusatan, perhatian, kemauan, kerja keras dan ketekunan.

Setelah itu, yang dimaksud wirausaha adalah seseorang yang memiliki kombinasi unsur-unsur (elemen-elemen) internal yang meliputi kombinasi motivasi diri, visi, komunikasi, optimisme, dorongan semangat, dan kemampuan untuk memanfaatkan peluang usaha¹⁸.

Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa wirausaha adalah seseorang yang memiliki kemampuan dan semangat juang dalam mengembangkan ide atau gagasan dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki untuk menghasilkan suatu produk dengan memanfaatkan peluang usaha yang ada serta visi ke depan di bidang usaha. Seorang wirausaha adalah orang yang memiliki kemampuan kreativitas dan inovasi untuk menghasilkan suatu produk di bidang usaha misalnya pada usaha sepatu lukis, hal ini bermaksud untuk mendatangkan keuntungan pada usaha tersebut.

2. Sumber Kreativitas

Seringkali kita mencoba mengartikan kata kreativitas dan kita mungkin mengartikanya sebagai suatu hal yang hubungannya dengan kesenian. Seorang yang kreatif seringkali dikaitkan dengan keahliannya bernyanyi, pidato, melukis, dan menggambar. Sebenarnya, yang perlu kita koreksi disini adalah seorang yang bekerja selain dari bidang kesenian ternyata harus memiliki kreativitas yang tinggi untuk kemajuan hidupnya.

¹⁸ Suryana, edisi 3, *op, cit*, h. 16.

Kreativitas sebenarnya tidak selalu bawaan dari lahir, ternyata kreativitas harus dipelajari dan ditingkatkan terus menerus. Maka dari itu ada beberapa sumber yang mempengaruhi dari kreativitas itu sendiri, yaitu :

a. Sifat Proses kreatif.

Kreativitas adalah suatu proses yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan. Setiap orang kreatif pada tingkat tertentu. Orang mempunyai kemampuan dan bakat dalam bidang tertentu dapat lebih kreatif dari pada orang lain. Hal yang sama juga dialami oleh orang yang dilatih dan dikembangkan dalam suatu lingkungan yang mendukung pengembangan kreativitas, mereka diajari untuk berfikir dan bertindak secara kreatif. Bagi pihak lain proses kreatif lebih sukar karena tidak dikembangkan secara positif, dan jika mereka ingin menjadi kreatif, maka mereka harus belajar dengan cara mengimplementasikan proses kreatif. Ada tiga tahap dalam proses kreatif yaitu *Absortive*, *Retentive* dan *reasonin*¹⁹.

b. Latar belakang atau akumulasi pengetahuan.

Kreasi yang berhasil biasanya di dahului dengan penelitian dan pengumpulan informasi yang meliputi membaca, dan percakapan dengan orang lain yang bekerja dalam bidangnya, mengikuti pertemuan

¹⁹ Sahlan Sulaiman dan Wisman, *op, cit*, hlm. 11.

profesional dan lokakarya. Ada beberapa cara untuk mengembangkan daya pikir kreatif, yaitu :

- 1) Membaca informasi tentang berbagai hal.
- 2) Menjadi anggota penghimpun profesional.
- 3) Mengikuti rapat dan seminar profesional Membicarakan subyek yang di minati dengan setiap orang.
- 4) Mengamati majalah surat kabar jurnal untuk mencari artikel yang berhubungan dengan subyek yang di minati.
- 5) Mencatat setiap informasi yang berguna.

c. Proses Inkubasi.

Alam bawah sadar yang kreatif memungkinkan mereka untuk dapat merinci dengan seksama informasi yang mereka dapatkan selama tahap persiapan. Proses inkubasi ini sering terjadi pada saat mereka terlibat dalam aktivitas yang tidak sepenuhnya berhubungan dengan subyek atau pokok permasalahan menjauhkan diri dari suatu permasalahan dan membiarkan pikiran bawah sadar menyelesaikanya memberikan kesempatan kepada kreativitas untuk berkembang. Langkah-langkah yang penting dalam hal ini adalah :

- 1) Melakukan aktivitas yang tidak memerlukan energi pikir.
- 2) Melakukan latihan secara rutin bermain.
- 3) Berdoa atau melakukan meditasi bersantai.

d. Pengalaman Ide.

Tahap proses kreatif ini seringkali dianggap sebagai tahap yang paling menyenangkan karena merupakan saat ditemukannya solusi atau ide yang dicari oleh seseorang, ada beberapa cara cepat terjadinya pengalaman ide, yaitu :

- 1) Memikirkan impian tentang suatu rencana.
- 2) Mengembangkan hobi.
- 3) Mencatat setiap ide yang muncul.
- 4) Mengatur waktu istirahat ketika melakukan pekerjaan.

e. Latihan Kreatif.

Analisis dan kembangkan bagaimana pasangan-pasangan obyek berikut ini berhubungan saling melengkapi antara yang satu dengan yang lain, mur dan baut, Suami dan isteri, coklat dan es krim, pemotong rumput dan tanaman tomat, manager produksi dan karyawan bawahannya²⁰.

f. Lingkungan Kreatif.

Kreativitas dapat berkembang dalam suatu lingkungan yang tepat tidak ada perusahaan yang mempunyai manajer dan pemilik yang kreatif jika lingkungan yang mendukung berkembangnya kreativitas tidak berbentuk.

Ciri-ciri lingkungan kreatif adalah sebagai berikut :

- 1) Manajemen yang dapat memberikan kepercayaan kepada karyawan tanpa melakukan pengawasan yang berlebihan.
- 2) Saluran komunikasi yang terbuka untuk setiap anggota perusahaan.

²⁰ *Ibid.*

- 3) Hubungan dan komunikasi yang baik dengan pihak luar Kepribadian yang bervariasi.
 - 4) Kesiapan menerima perubahan.
 - 5) Kesenangan mencoba ide baru.
 - 6) Rasa takut yang tidak berlebihan apabila terjadi kesalahan dalam melakukan pekerjaan.
 - 7) Seleksi dan promosi karyawan berdasarkan prestasi.
 - 8) Penerapan teknik yang menumbuhkan ide dengan anjuran dan tukar pikiran.
 - 9) Hambatan dan teknik meningkatkan kreatifitas.
 - 10) Hambatan psikologis.
 - 11) Hambatan budaya.
 - 12) Hambatan lingkungan.
 - 13) Hambatan bahasa berfikir.
 - 14) Hambatan keterpakuan fungsional.
 - 15) Hambatan kebiasaan memandang.
- g. Teknik Peningkatan Kekreativitasan.
- 1) Perumusan masalah secara efektif.
 - 2) Bertanya dan bertanya.
 - 3) Curah gagasan.
 - 4) Orang aneh.
 - 5) Iklim kreatif.
- h. Berfikir Kreatif.

Hasil penelitian terhadap otak manusia menunjukkan bahwa fungsi otak manusia di bagi menjadi dua bagian, yaitu otak sebelah kiri dan otak sebelah kanan. setiap bagian otak memiliki fungsi spesifik dan menangkap informasi yang berbeda. Otak sebelah kanan menggerakkan pikiran lateral dan meletakkan pada jiwa proses kreatif. Menurut Zimmerer dalam Suryana²¹ menyatakan bahawa untuk menggerakkan ketrampilanya proses kreatif menggunakan otak sebelah kanan, ciri-cirinya sebagai berikut :

- 1) Selalu bertanya ‘‘apa ada cara yang lebih baik’’?.
- 2) Selalu menantang kebiasaan, tradisi dan kebiasaan rutin.
- 3) Berefleksi (merenungkan) berfikir dalam.
- 4) Berani bermain mental, mencoba untuk melihat masalah dan perspektif yang berbeda.
- 5) Menyadari kemungkinan banyak jawaban, dari pada satu jawaban yang benar.
- 6) Melihat kegagalan dan kesalahan hanya sebagai jalan untuk mrenacapai sukses.
- 7) Mengkorelasikan ide-ide yang masih samar terhadap masalah untuk memecahkan masalah inovatif. Memiliki ketrampilan helicopter (*helicopters skills*) yaitu kemampuan untuk bangkit diatas kebiasaan rutin dan melihat permasalahan dari perspektif yang lebih luas kemudian menfokuskannya pada kebutuhan untuk berubah.

²¹ Suryana, edisi 3, *op, cit*, hlm. 44.

i. Imajinasi dan ide.

Berdasarkan fungsinya, kapasitas mental manusia dapat dikelompokkan menjadi empat bagian, yaitu *absorptive, retentive, reasoning, creative*. Imajinasi yang kreatif merupakan kekuatan yang tidak terbatas, misalnya meskipun seseorang yang hampir tidak pernah keluar rumah tetapi dengan menggunakan imajinasinya ia dapat melalang buana ke dunia sekitar. Imajinasi jauh lebih penting dari pada ilmu pengetahuan dan kekuatan murni dari pikiran manusia²².

Proses kreatif dan inovatif hanya dilakukan oleh orang-orang yang hanya memiliki jiwa dan sikap kewirausahaan yaitu :

- 1) Percaya diri yakni yakin, optimis, dan penuh komitmen.
- 2) Berinisiatif yakni energi dan percaya diri.
- 3) Memiliki motif berprestasi yakni berorientasi hasil dan berwawasan kedepan.
- 4) Memiliki jiwa kepemimpinan yakni berani tampil berbeda dan berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan (karena itu suka tantangan)²³.

3. Berfikir Kreatif dalam Berwirausaha

Ada kalanya ketika kita mau memulai berwirausaha kita diharuskan untuk berfikir secara kreatif. Dimaksudkan agar usaha yang akan kita laksanakan tidak mengalami kegagalan. Maka dalam hal ini kita dituntut memecahkan permasalahan dengan menghubungkan satu masalah dengan

²² Sahlan Sulaiman dan Wisman, *loc. cit.*

²³ Suryana, edisi 1, *op. cit.*, hlm. 32.

masalah yang lain dan mengambil strategi untuk mencapai kesuksesan. Lalu bagaimanakah langkah kita untuk berfikir kreatif ?

Dengan menggunakan otak sebelah kiri, Zimmerer²⁴ menuturkan bahwasanya ada 7 langkah kreatif dalam berwirausaha :

1. *Preparation* (persiapan).

Persiapan menyangkut kesiapan untuk berfikir kreatif yang dilakukan dalam bentuk pendidikan formal, pengalaman, magang dan pengalaman belajar lainnya. Pelatihan merupakan landasan untuk menumbuhkan kreativitas dan inovasi bagaimana dapat memperbaiki pikiran kita agar berfikir kreatif, Zimmerer mengemukakan tujuh langkah untuk memperbaiki pikiran kita untuk berfikir kreatif yaitu :

- a. Menghindari sikap untuk tidak belajar. Setiap situasi adalah peluang untuk belajar.
- b. Belajar banyak jangan belajar terbatas terbatas pada suatu keahlian yang kita miliki saja, karena banyak inovasi yang di peroleh dari ilmu lain.
- c. Mendiskusikan ide-ide kita dengan orang lain.
- d. Menghimpun artikel atau dokumen-dokumen yang penting.
- e. Temui professional atau asosiasi dagang dan mempelajari cara mereka memecahkan persoalan.

²⁴ Suryana, edisi 3, *op, cit*, hlm. 44.

f. Menggunakan waktu untuk belajar sesuatu dari orang lain.

2. *Investigation* (penyelidikan).

Dalam penyelidikan diperlukan individu yang dapat mengembangkan pemahaman yang mendalam tentang masalah atau keputusan. Seseorang dapat mengembangkan pemahaman tentang masalah atau keputusan melalui penyelidikan. Untuk menciptakan konsep dan ide-ide baru tentang suatu bidang tertentu, seseorang pertama-tama harus mempelajari masalah dan memahami komponen-komponen dasarnya. Misalnya seseorang pedagang tidak bisa menghasilkan ide-ide baru kalau ia tidak mengetahui konsep-konsep atau komponen-komponen dasar tentang perdagangan.

3. *Transformation* (transformasi).

Yaitu menyangkut persamaan dan perbedaan pandangan di antara informasi yang terkumpul. Ada beberapa cara untuk meningkatkan kemampuan mentransformasi informasi kedalam ide-ide yaitu yang dapat dilakukan sebagai berikut :

- a. Evaluasi bagian-bagian situasi beberapa saat, cobalah ambil gambaran luasnya.
- b. Susun kembali unsure-unsur situasi itu. Disamping melihat komponen-komponen masalah atau isu dalam susunan dan perspektif yang berbeda-beda kita harus mampu melihat perbedaan dan persamaan secara cermat.

- c. Sebelum melihat satu pendekatan khusus terhadap situasi tertentu bahwa dengan beberapa pendekatan mungkin keberhasilan akan dicapai.
- d. Lawan godaan yang membuat penilaian kita terges-gesa dalam menyelesaikan persoalan atau mencari peluang.

4. *Incubation* (penetasan).

Yaitu menyiapkan pikiran bawah sadar untuk merenungkan informasi yang terkumpul. Pikiran bawah sadar memerlukan waktu untuk merefleksikan informasi. Untuk mempertinggi tahap inkubasi, dalam proses berfikir kreatif dapat dilakukan dengan cara :

- a. Menjauhkan diri dari situasi. Melakukan sesuatu yang tidak terkait dengan masalah.
- b. Menyediakan waktu untuk menghayal meskipun menghayal seolah-olah melakukan sesuatu yang tidak berguna, akan tetapi khayalan merupakan bagian terpenting bagian dari proses kreatif.
- c. Berfikir santai.
- d. Menghayal tentang masalah atau peluang. Berfikir berbagai masalah sebelum tidur merupakan cara efektif untuk mendorong fikiran anda bekerja waktu tidur.
- e. Mengejar masalah atau peluang, meskipun dalam lingkungan yang berbeda dan dimana saja.

5. *Illumination* (Penerangan).

Penerangan akan muncul pada saat inkubasi, yaitu ketika ada pemecahan seponan yang menyebabkan adanya titik terang pada tahap ini, semua tahap sebelumnya muncul bersama-sama menghasilkan ide-ide kreatif dan inovatif.

6. *Verification* (Pengujian).

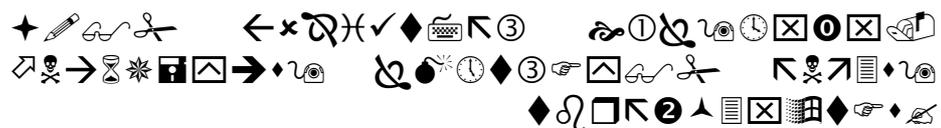
Menyangkut validasi keakuran dan manfaat ide-ide yang muncul yang dapat di lakukan pada masa percobaan, proses simulasi tes pemasaran, membangun *pilot project*, membangun *prototype* dan aktivitas lain yang di rancang untuk membuktikan ide-ide baru yang akan di implementasikan.

7. *Implementasion* (Implementasi).

Yaitu mentransformasikan ide-ide kedalam praktik bisnis.

4. Kreativitas dalam Islam

Agama diciptakan Tuhan supaya kehidupan manusia menjadi lebih baik. Islam misalnya dilahirkan agar menjadi petunjuk bagi semesta alam (*rahmatan lil'alamiin*). Mereka mengakui bahwa agama mengajarkan norma-norma, akan tetapi norma itu bukan berarti membatasi kreativitas manusia. Agama justru mendorong manusia berfikir dan bertindak kreatif. Allah SWT selalu mendorong manusia untuk berfikir. Seperti apa yang di firmankan dalam surat Al-Baqarah ayat 219,



“Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu supaya kamu berfikir.”(Q.S Al-Baqarah : 219)²⁵

Kreativitas manusia terbentang luas, terutama oleh adanya kenyataan bahwa problem-problem manusia akan terus datang, dan satu-satunya jalan adalah memecahkannya. Kreativitas manusia didukung dan didorong oleh agama agar kehidupan manusia menjadi lebih baik. Agama memberikan kelapangan pada manusia untuk berkreasi dengan akal pikirannya dan dengan hati nuraninya dalam menyelesaikan persoalan-persoalan hidup yang dialaminya. Dalam agama Islam dikatakan bahwa tuhan hanya akan mengubah nasib manusia, jika manusia melakukan usaha untuk memperbaikinya²⁶. Allah berfirman :



“Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”. (Q.S Ar-Ra’d : 11)²⁷.

Maka dari itu, usaha yang berhasil biasanya melibatkan pemikiran dan kreativitas. Dengan demikian agama sangat mendukung dan mendorong kreativitas.

Dalam agama Islam, sumber pengetahuan adalah Allah SWT. Maka, sumber kreativitas adalah Allah SWT pula. Jika seseorang mengharapkan kreativitas itu menyatu dalam dirinya dan dalam langkah hidupnya, maka salah satu yang di harapkan adalah ilham dari Allah. Ilham dari Allah akan

²⁵ Departemen Agama RI, *op, cit*, hlm. 53.

²⁶ Fuad Nasori dan Rachmi Diana Mucharram, *Mengembangkan Kreativitas dalam Perspektif Psikologi Islam*, Jogjakarta : Menara Kudus Jogjakarta, 2002, hlm. 27.

²⁷ Departemen Agama RI, *op, cit*, hlm. 370.

menjadikan seseorang kaya dengan berbagai macam pengetahuan, yang pengetahuan itu diperolehnya langsung dari Allah SWT. Satu hal yang perlu diingat adalah bahwa hadirnya ide-ide atau ilham ke dalam diri seseorang merupakan karunia Allah. Ia merupakan kewenangan sepenuhnya dari Allah, apakah menggunakannya atau tidak menggunakannya.

Ilham sendiri dapat diartikan sejenis pengetahuan yang di karuniakan oleh Allah kepada seseorang dan diterapkan pada hati atau kalbunya, sehingga tersingkap olehnya sebagian rahasia dan tampak jelas olehnya sebagai realitas. Lahirnya ilham ditunjang oleh beningnya hati. Orang yang bening hatinya adalah orang yang tidak memiliki tabir atau penghalang terhadap Allah. Saat Allah berkenan melimpahkan pengetahuan-Nya, maka ia siap menyambutnya²⁸.

Orang-orang yang dekat dengan Allah, memiliki kebeningan hati dan akhirnya mendapat ilham dari Allah berasal dari berbagai kalangan. Mereka bisa berasal dari kalangan khusus seperti Nabi atau Rasul dan dapat dari kalangan manusia umumnya. Salah seorang dari kalangan utusan Allah yang menerima ilham adalah Nabi Muhammad dalam menjalankan bisnis.

Perjalanan bisnis Rasulullah awalnya dilakukan sejak berusia 12 tahun. Ketika itu beliau melakukan perjalanan dagang ke Syiria, bersama paman beliau²⁹. Oleh karena itu, beliau tumbuh sebagai wirausahawan yang mandiri di bawah bimbingan paman beliau. Menjelang Muhammad dewasa, bisnis pamannya mengalami kebangkrutan, namun beliau telah mampu

²⁸ Fuad Nasori dan Rachmi Diana Mucharram, *op, cit*, hlm. 114.

²⁹ Afzalurrahman, *Muhammad sebagai Seorang Pedagang*, Jakarta : Yayasan Swarna Bhumi, 1997, hlm. 5.

mandiri melakukan kegiatan perdagangan di kota Makkah dengan cara berdagang keliling dengan penuh kesungguhan dan dedikasi yang tinggi.

Beliau dikenal sebagai pedagang muda yang cerdas, jujur, dan setia memenuhi janji kepada para konsumen. Ketiga karakter inilah dasar-dasar etika berwirausaha yang sangat modern. Dari sifat-sifat demikianlah, berbagai pinjaman komersial yang tersedia di kota makkah membuka peluang kemitraan antara beliau dengan para pemilik modal. Salah seorang diantaranya adalah seorang janda kaya yang bernama Khadijah yang menawarkan bentuk kemitraan berdasarkan sistem bagi hasil.

Kecakapan beliau sebagai wirausahawan telah menghasilkan keuntungan. Tidak ada satu pun jenis bisnis yang ditangani beliau mengalami kerugian. Kurang lebih 20 tahun lamanya beliau bergelut di bidang wirausaha, sehingga beliau dikenal di Yaman, Syiria, Basrah, Iraq dan kota-kota perdagangan di Jazirah Arab³⁰.

Sifat-sifat yang dimiliki beliau merupakan anugerah (ilham) Allah yang diterapkan dalam bisnis beliau, sehingga beliau mendapatkan kesuksesan dalam berbisnis di masa itu.

C. Inovasi Wirausaha

1. Pengertian Inovasi

Dalam menjalankan wirausaha tidak hanya kreativitas saja yang di pakai, namun inovasi juga harus diterapkan dalam berwirausaha. Hal ini

³⁰ Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, Jakarta : Gema Insani Press, 2003, hlm. 51-52.

dikarenakan kreativitas dan inovasi sangatlah erat hubungannya seperti siang dan malam.

Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreatifitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang (*doing new thing*), inovasi merupakan fungsi utama dalam proses kewirausahaan³¹.

Inovasi adalah suatu proses untuk mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat di pasarkan. Inovasi lebih dari sekedar ide yang baik suatu gagasan murni memegang peranan penting, dan fikiran kreatif mengembangkannya menjadi gagasan berharga. Meskipun demikian terdapat perbedaan yang signifikan antara sebuah ide yang timbul semata dari spekulasi dan ide yang merupakan hasil pemikiran riset pengalaman dan kerja yang sempurna hal yang lebih penting. Wirausahawan yang prospektif harus mempunyai keberanian untuk memberikan sebuah ide melalui tahapan pengembangan. Dengan demikian inovasi adalah suatu kombinasi visi untuk menciptakan suatu gagasan yang lebih baik dan keteguhan serta dedikasi untuk mempertahankan konsep melalui implementasi.

2. Sumber Inovasi

Inovasi bagi wirausahawan lebih bersifat untuk memanfaatkan perubahan dari pada menciptakanya. Mencari inovasi dilakukan dengan memanfaatkan perubahan pada penemuan yang menyebabkan terjadinya

³¹ Suryana, edisi 3, *op, cit*, hlm. 2.

perubahan. Ide inovatif dapat bersumber pada kreativitas *eksternal* dan kreativitas *internal*.

- a. Kreativitas *eksternal* dapat dirangsang dengan memanfaatkan secara sistematis rasa keingintahuan tentang perkembangan, ide dan kekuatan baru yang sedang berlangsung di sekitar seseorang. Dengan melakukan hal ini, seseorang membangun sumber informasi tentang berbagai hal tentang fakta kesan, citra dan berbagai ide. Dengan demikian seseorang dapat memperoleh ide yang dapat di raih dan di manfaatkan.
- b. Kreativitas *internal* muncul secara tiba-tiba ketika seseorang sedang sibuk dengan kreativitas *eksternal*. Dalam upaya ini menggunakan pengalaman sebagai sumber karena pengetahuan dapat di peroleh melalui belajar. Orang akan segera mengetahui cara baru untuk memadukan ide-ide dari berbagai bidang yang berbeda untuk meningkatkan produk atau jasa yang ada.

3. Jenis Inovasi

Inovasi terdiri dari empat jenis penemuan, pengembangan, duplikasi dan sintesis³².

- a. Pengembangan.

Pengembangan suatu produk jasa atau proses yang sudah ada. Konsep seperti ini menjadikan aplikasi ide yang telah ada dan berbeda.

- b. Duplikasi.

³² Suaryadi Purwanto et al, *op, cit*, hlm. 42.

Peniruan suatu produk, jasa atau proses yang telah ada. Meskipun demikian upaya duplikasi bukan semata meniru melainkan menambah sentuhan kreatif untuk memperbaiki konsep agar lebih mampu memenangkan persaingan. Perpaduan konsep dan faktor-faktor yang sudah ada menjadi formulasi baru. Proses ini meliputi pengambilan sejumlah ide atau produk yang sudah di temukan dan di bentuk sehingga menjadi produk yang dapat di aplikasikan secara baru.

4. Proses Inovasi

Inovasi merupakan hasil pencarian suatu kesempatan yang dilakukan dengan sepenuh hati. Proses ini di mulai dengan analisis sumberdaya kesempatan yang menjadi obyek. Inovasi beresifat konseptual dan perseptual, dapat di pahami dan dilihat inovator harus melihat bertanya dan mendengar orang lain dalam mencari inovasi. Mereka berfikir karsa dengan segenap kemampuan otaknya, mereka melakukan perhitungan dengan cermat dan mendengarkan pendapat orang lain, serta memperhatikan potensi pengguna inovasi yang di carinya untuk memenuhi harapan nilai dan kebutuhan.

Inovasi yang berhasil pada umumnya sederhana dan terfokus dan ditujukan pada aplikasi yang di desain khas, jelas dan cermat. Inovasi lebih banyak melibatkan kerja fisik dari pada pemikiran. Thomas Alfa Edison mengatakan "jenius merupakan perpaduan yang terdiri dari 1% inspirasi dan 99% kerja keras" lebih dari itu inovator pada umumnya bekerja dalam suatu

bidang, edison bekerja dalam hanya dalam bidang listrik dan menemukan inovasi baru yang berupa bola lampu.

5. Inovasi dalam Islam

Dalam dunia kerja, agar kita dapat bertahan dan maju, maka bisnis yang kita kelola haruslah inovatif, kreatif, dan tumbuh setiap waktu. Pebisnis haruslah mampu mengembangkan produk baru dan menerobos pasar baru. Selain itu, pebisnis harus mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi dan kebiasaan kerja yang baru. Jika tidak ada visi dan manajemen yang baik dan tertata, maka perusahaan kita mengalami krisis, kalah berkompetisi dan akhirnya mengalami keterpurukan serta kebangkrutan. Pengelola perusahaan haruslah mampu membaca situasi yang terus berubah dan mampu beradaptasi secara cerdas.

Situasi yang terus berubah menyangkut hal apapun tidak akan bisa di hindari. Kita harus mampu menyikapinya secara taktis dan cerdas. Jika kita memiliki visi yang jelas, perubahan akan menciptakan kesempatan indah dan membuka bidang baru secara dramatis. Maka, usaha kita akan berkembang pesat.

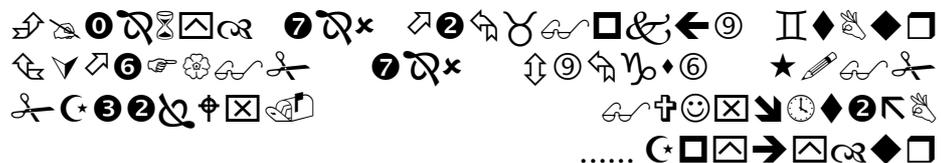
a. Makna Hijrah dalam Berinovasi.

Apabila kita mencermati sejarah, ternyata Rasulullah SAW harus melakukan hijrah agar mampu menguasai jazirah Arab, bukan sebaliknya yang tetap tinggal dan berdiam diri di Makkah. Hijrah dapat diartikan sebagai usaha melakukan perubahan dari suatu tempat ke tempat lain, dari perbuatan yang buruk menjadi baik, dari tidak tahu menjadi tahu,

atau dari kegelapan menuju pencerahan. Dengan langkah hijrah, Rasulullah pun menemukan perubahan yang drastis setelah sekian lama mengalami teror dan ancaman dari kaum kafir Quraisy.

Menurut Dr. Arifin, hijrah secara tekstual dimaknai sebagai berpindah. Sedangkan secara kontekstual hijrah dimaknai sebagai sebuah proses membaharui hidup dalam segala aspek pada kondisi hasil karya hari ini lebih baik dari kemarin dan esok harus lebih baik dari hari ini. Jadi, makna hijrah secara kontekstual menurut Dr. Arifin adalah “inovasi”³³.

Seperti yang telah difirmankan Allah SWT dalam Q.S An-Nisa’ ayat 100 :



“Barang siapa yang berhijrah (berinovasi) di jalan Allah, niscaya mereka mendapati di muka bumi ini tempat hijrah (inovasi) yang luas dan rezki yang banyak.....”. (An-Nisa’ : 100)³⁴.

Ayat di atas memiliki implikasi bahwa manusia harus memiliki sikap mental/perilaku inovasi untuk mendapatkan karunia dari Allah SWT.

Seseorang yang memiliki konsep hijrah dalam dirinya akan selalu menjunjung tinggi prinsip bahwa hari ini harus lebih baik dari hari kemarin, karena ketika hari ini tidak sama dengan hari kemarin dia akan merasa rugi. Tuntutan hal tersebut terdapat dalam hadist berikut :

³³ Salma Shulha, *La Tahzan for Muslim*, Bandung : Al-Bayan, 2005, hlm. 84-85.

³⁴ Departemen Agama RI, *op, cit*, hlm. 137.

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ " مِنْ حُسْنِ
إِسْلَامِ الْمَرْءِ تَرْكُهُ مَا لَا يَغْنِيهِ". (حَدِيثٌ حَسَنٌ، رَوَاهُ التِّرْمِذِيُّ).

Dari Abu Hurairoh Rodhiallohu'anhu, dia berkata : "Rosululloh SAW pernah bersabda : "Sebagian tanda dari baiknya keislaman seseorang ialah ia meninggalkan sesuatu yang tidak berguna baginya". (Hadits hasan, HR. Tirmidzi)³⁵.

b. Anjuran Rasulullah Berinovasi dalam Urusan Dunia.

Persoalan ini menjadi kajian utama "*Fiqh Al-Hadari*" (Fikih Budaya), lihat buku penulis yang berjudul "*As-Sunnah Mashdaran li Al-Ma'rifah wa Al-Hadarah*". Sebuah konsep yang sangat penting dan harus diketahui oleh seluruh umat Islam, yaitu dalam hal agama kita mengikuti dan dalam urusan dunia kita berkreasi. Salah satu konsep dalam fikih budaya adalah, "dalam persoalan agama kita hanya bisa mengikuti, sementara pada urusan dunia kita bisa berkreasi". Agama sudah mencapai titik yang disempurnakan dan nikmatnya sudah dilengkapi oleh Allah SWT³⁶.

Dalam persoalan agama memang dijaga betul dari hal-hal baru atau perubahan-perubahan terhadap ajaran agama. Berbeda dengan persoalan dunia, manusia diberi wewenang dan kemudahan untuk menciptakan hal-hal baru, mengubah atau menggantikannya. Wajar jika kemudian Rasulullah SAW yang bijak menganjurkan manusia untuk selalu melakukan terobosan-terobosan positif, membuat karya-karya pembaharuan, perbaikan baik dalam ilmu, amal perbuatan, maupun

³⁵ Al-Imam Yahya bin Syarafi An-Nawawi, *Al-Arba'in Al-Nawawiyah*, Semarang : pustaka Al-'Alawiyah, 1998, hlm. 11.

³⁶ Yusuf Al-Qardhawi, *Ad-Din wa As-Siyasah*, Terjemah Khoirul Amru Harahap, *Meluruskan Dikotomi Agama dan Politik*, Jakarta : Pustaka Al-Kautsar, 2008, hlm. 128.

kesenian. Inilah yang dilakukan oleh para sahabat dan kaum muslimin pada permulaan masa Islam. Kita lihat para sahabat melakukan hal baru yang tidak pernah dilakukan oleh Rasulullah SAW karena tuntutan zamannya. Mereka banyak memberikan kontribusi positif dan banyak maslahat untuk kepentingan umat sesudahnya, padahal mereka tidak pernah mengetahui tindakan-tindakan tersebut sebelumnya, seperti penulisan mushaf, menjadikan khilafah sebagai majelis permusyawaratan, menciptakan uang sebagai alat transaksi, memperkenalkan hukuman penjara, yang kemudian dikenal oleh ulama' ahli ushul fikih sebagai tindakan yang didasarkan pada *Mashlahah Mursalah*³⁷.

Disamping banyak melakukan terobosan baru dalam urusan dunia, umat islam juga melakukan hal-hal baru dalam akidah, bid'ah dalam ibadah, dan menjaga agama ini dari polusi yang berasal dari Barat. Dalam waktu yang sama mereka terus berkreasi menciptakan pengetahuan baru demi mewujudkan cita-cita agama, seperti ilmu Nahwu, Sharaf, Balaghah, kamus-kamus berbagai bahasa, mengembangkan ilmu Fikih, Tafsir, Hadits, sekaligus membukukannya. Juga ilmu-ilmu lain yang menjadi alat untuk mempermudah pemahaman ilmu-ilmu tersebut, untuk membuat kaidah-kaidah atau mengembalikan

³⁷ *Syarah Tanqih Al-Fushul* Karya Al-Qarrafi, hlm. 199, dalam Khoirul Amru Harahap, *Meluruskan Dikotomi Agama dan Politik*, Jakarta : Pustaka Al-Kautsar, 2008, hlm.131.

cabang-cabang ilmu tersebut kepada asalnya seperti ilmu Ushul Fikih, Ushul Hadits, Ushul Tafsir, dan ilmu-ilmu Al-Qur'an³⁸.

Mereka menerjemahkan ilmu milik bangsa lain, mengambil, meluruskan, maupun menambahkannya. Hingga kemudian muncullah berbagai pengetahuan lain seperti ilmu Kedokteran, Astronomi, Fisika, Kimia, Optik, Matematika, Kenegaraan, Geografi, serta pengetahuan lain yang tidak terbatas. Juga menciptakan ilmu baru yang belum pernah diketahui oleh bangsa lain termasuk Yunani, yaitu ilmu Al-Jabar yang diciptakan oleh Al-Khwarizmi yang juga mengarang buku dalam ilmu waris dan wasiat³⁹.

D. Kinerja Pemasaran

1. Pengertian kinerja pemasaran

Dalam masalah pengukuran kinerja usaha kecil, tidak ada kesepakatan para ahli tentang bagaimana, dan dengan prosedur apa pengukuran kinerja harus dilakukan, dan pada variabel yang mudah pengumpulan informasinya dari pada variabel-variabel yang dianggap sangat penting.

Pada umumnya kajian tentang keberhasilan atau kemajuan suatu perusahaan termasuk UKM selalu diukur dari dimensi kinerja usaha yang melibatkan berbagai variabel komponen perusahaan, seperti kepemimpinan

³⁸ Yusuf Al-Qardhawi, *op, cit*, hlm 132.

³⁹ *Ibid.*

atau kewirausahaan, struktur modal, tenaga kerja atau karyawan, produksi, pemasaran dan penjualan.

Dermawan Wibisono menuturkan bahwasanya untuk mengulang strategi persaingannya dengan melakukan kajian terhadap tujuan *strategik* perusahaan yang didasarkan atas kebutuhan pasar, serta juga melakukan evaluasi yang *intens* terhadap kompetensi *internal* perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki aspek atau variabel yang akan dipilih sebagai prioritas keunggulan perusahaan dibandingkan dengan perusahaan lain. Prioritas inilah yang harus selalu *fleksibel* untuk dikaji ulang dan diperbaiki, sehingga selalu mencerminkan pilihan keunggulan yang dinamis⁴⁰.

Dalam konteks penelitian ini untuk mengetahui kemampuan dan kemajuan perusahaan yaitu dengan mengungkap kinerja pemasaran pada perusahaan tersebut dapat diketahui sejauh mana kreativitas dan inovasi yang telah dilakukan dalam mengembangkan produk dari industrinya yang direfleksikan dalam dimensi omzet penjualan.

Kinerja adalah sesuatu yang dicapai atau prestasi yang diperlihatkan⁴¹. Sedangkan yang dimaksud dengan “pemasaran” adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen⁴².

⁴⁰ Dermawan Wibisono, *Manajemen Kinerja Konsep Desain dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*, Jakarta : erlangga, 2006, hlm. 126 -127.

⁴¹ Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta : Depdiknas dan Balai Pustaka, 2001, hlm. 570.

⁴² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Raja Grafindo Persada 2007, hlm. 3.

Dengan demikian dari definisi tentang kinerja dan pemasaran tersebut, dapat dikemukakan bahwa kinerja pemasaran merupakan pencerminan pencapaian tujuan perusahaan berkaitan dengan produk dari industrinya yang dapat dijual atau dipasarkan kepada konsumen baik di pasar lokal (*domestik*) maupun di pasar internasional.

2. Fokus kinerja pemasaran.

Menurut Sofjan Assauri⁴³, bahwa kinerja pemasaran dapat difokuskan atau ditujukan kepada :

1. Penjualan.

Usaha penciptaan permintaan sangat di butuhkan untuk pengenalan produk-produk baru yang menstimulasi keinginan konsumen untuk produk-produk yang telah ada. Pengukuran volume penjualan di dapatkan akumulasi penjualan berbanding dengan target yang telah di tetapkan, penetapan target *indicator* penjualan dilakukan pertahun.

Dengan mempelajari siklus usaha produk dapat di perkirakan permasalahan yang di hadapi dalam pemasaran suatu produk, sehingga dapat dirumuskan rencana pemasaran produk tersebut secara lebih baik.

Berikut tahapan siklus produk antara lain :

- a) Tahap pengenalan (*introduction*) pada tahap ini produk baru saja di perkenalkan kepada konsumen, sehingga belum diperoleh laba yang berarti atau mungkin perusahaan masih rugi karena masih diperlukan banyak pengeluaran atau biaya promosi pengeluaran.

⁴³ *Ibid*, hlm. 73-75.

- b) Tahap pertumbuhan (*growth*) pada tahap ini produk sudah mulai dikenal dan di terima oleh pasar dengan cepat sehingga terdapat kenaikan peningkatan laba yang terus-menerus dari waktu ke waktu.
- c) Tahap pematangan (*maturity*) pada tahap ini mulai lambat perkembangannya, karena produk tersebut walaupun cukup dikenal dan di terima hampir semua pembeli yang potensial, tetapi terdapat produk saingan yang memasuki pasar, besarnya laba yang diperoleh cenderung menurun, karena biaya-biaya yang dikeluarkan bertambah untuk mempertahankan kedudukan produk tersebut di pasar.
- d) Tahap penurunan (*decline*) pada tahap ini penjualan terus menurun dan laba cenderung tidak diperoleh lagi sehingga dihadapi kerugian.

Penjualan merupakan kegiatan promosi untuk menggugah atau menstimulasi pembelian, sehingga merupakan usaha penjualan khusus, kegiatan promosi dapat mendorong pembelian oleh para konsumen.

Umumnya pemasaran setiap produk melalui tahapan yang terdapat dalam siklus usaha produk, yang terdiri dari empat tahapan tersebut, yaitu : pengenalan, pengembangan, pematangan, dan tahapan penuaan /penurunan⁴⁴. Dapat dideskripsikan pada tabel berikut :

Table 2.1

No	Tahapan	Jumlah Laba	Jumlah Perusahaan	Tingkat Persaingan	Usaha Perusahaan
1	Pengenalan	Belum ada	Sangat kecil	Hampir tidak ada	Membangun share pasar
2	Pertumbuhan	Meningkat	Bertambah banyak	Meningkat tajam	Membina share pasar

⁴⁴ *Ibid*, hlm. 290-291.

3	Pematangan	Menurun	Berkurang	Menurun sedikit	Mempertahankan share pasar
4	Penuaan	Tidak ada	Sedikit sekali	Sangat berkurang	Memaksimalkan cash flow

Pada table 2.1 tersebut dapat dilihat bahwa pada tahapan pengenalan, tingkat laba dapat dikatakan hampir tidak ada, kemudian meningkat pada tahapan pertumbuhan sampai pada titik yang tertinggi kemudian menurun pada tahapan pematangan dan mencapai titik nol pada tahap penuaan. Sejalan dengan perkembangan jumlah laba, maka jumlah perusahaan sangat kecil sekali pada tahap pengenalan, tetapi meningkat pada tahap pertumbuhan dan mulai berkurang pada pematangan dan penuaan. Dengan perkembangan jumlah perusahaan sejenis, maka tingkat persaingan hampir tidak ada pada tingkat pengenalan, tetapi persaingan meningkat menjadi sangat tajam pada tahap pertumbuhan dan pematangan serta berkurang pada tahap penuaan.

Dengan adanya perbedaan kondisi masing-masing tahapan, strategi pemasaran yang dijalankan hendaknya berbeda pula, agar tujuan dan sasaran perusahaan di bidang pemasaran dapat dicapai. Jadi, strategi pemasaran suatu produk hendaklah disesuaikan dengan kondisi masing-masing tahapan siklus kehidupan usaha dari produk tersebut.

Setiap perusahaan dalam memasarkan produk yang dihasilkannya menjalankan strategi pemasaran, sehingga dapat mencapai sasaran yang diharapkannya. Strategi pemasaran dapat dinyatakan sebagai tindakan yang mengarahkan kegiatan atau usaha pemasaran dan suatu perusahaan,

dalam kondisi persaingan dan lingkungan yang selalu berubah, agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Jadi, dalam menetapkan strategi pemasaran yang akan dijalankan, perusahaan harus lebih dahulu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai posisinya di pasar. Dengan mengetahui keadaan dan situasi pasar dari produknya, serta posisi perusahaan dalam memasarkan produknya di pasar, maka dapatlah ditentukan tujuan dan sasaran apa yang diharapkan dapat tercapai dalam bidang pemasaran, dan bagaimana kegiatan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut⁴⁵.

Kegiatan penjualan serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan (*demand*) menemukan si pembeli disamping itu dalam kegiatan penjualan perlu di perhatikan kebijakan penjualan, suatu kebijakan merupakan pedoman yang di susun untuk menjamin tindakan dalam produksi.

2. Pangsa pasar.

Pangsa pasar adalah presentase dari keseluruhan pasar untuk sebuah kategori produk atau jasa yang telah dipilih, presentase ini dikuasai satu atau lebih produk atau jasa tertentu yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan dalam kategori yang sama⁴⁶.

Setiap perusahaan selalu berusaha untuk dapat tetap hidup berkembang dan mampu bersaing, dalam rangka inilah maka setiap perusahaan selalu menetapkan dan menerapkan strategi dan cara

⁴⁵ *Ibid*, hlm. 170.

⁴⁶ Malahayati, *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah*, Yogyakarta : Jogja Great! Publisher, 2010, hlm. 111.

pelaksanaan kegiatan pemasarannya, kegiatan pemasaran yang dilakukan diarahkan untuk mencapai sasaran perusahaan yang dapat berupa tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam jangka panjang dan share pasar tertentu serta total unit dan total volume penjualan tertentu dalam suatu jangka waktu tertentu. Pengarahan kegiatan pemasaran tersebut hanya mungkin dapat dilakukan dengan menetapkan garis-garis besar kebijakan pemasaran tentunya sejalan dengan konsep pemasaran, yang menekankan pemberian pelayanan yang memuaskan kepada konsumen, melalui kegiatan dan strategi pemasaran yang terpadu dan memungkinkan diperolehnya keuntungan atau laba dalam jangka panjang.

3. Pemasaran dalam Islam

Dalam buku asuransi syari'ah karangan Syakir Sula, pemasaran syari'ah didefinisikan sebagai sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *values* dari suatu inisiator kepada *stakeholder*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam⁴⁷. Definisi tersebut didasarkan pada salah satu ketentuan dalam bisnis islami yang tertuang dalam kaidah fiqih yang mengatakan, "*Al-muslimuna 'ala syuruthihim illa syarthan harrama halalan aw ahalla haraman*" yang artinya kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat mereka, kecuali

⁴⁷ Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syari'ah*, Jakarta : Gema Insani Press, 2004 hlm. 425.

syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram⁴⁸.

Islam memang menghalalkan usaha perdagangan, perniagaan dan jual beli, dan didalamnya termasuk dalam kategori bisnis. Namun, tentu saja untuk orang yang menjalankan bisnis secara Islam, dituntut menggunakan tata cara khusus, ada aturan mainnya yang menjelaskan etika dalam bisnis yang harus dilakukan oleh para pebisnis muslim dalam melaksanakan usahanya dan mengatur bagaimana seharusnya seorang muslim berusaha di bidang bisnis supaya mendapat berkah dan ridha Allah SWT di dunia dan di akhirat, serta maju dan berkembang dalam bisnisnya. Dalam etika bisnis Islam menjamin baik pebisnis, mitra bisnis, maupun konsumen yang masing-masing akan saling mendapatkan keuntungan. Menurut Johan Arifin dalam Etika Bisnis Islami, ada beberapa etika perdagangan Islam, yaitu jujur, amanah, menepati janji, murah hati, dan tidak melupakan akhirat⁴⁹.

a. Jujur .

Seorang pebisnis wajib berlaku jujur dalam melakukan usahanya. Jujur dalam pengertian yang lebih luas yaitu tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berhianat, serta tidak pernah ingkar janji dan lain sebagainya⁵⁰. Mengapa dalam berbisnis harus jujur? Karena tindakan tidak jujur selain merupakan perbuatan yang jelas berdosa, jika biasa dilakukan dalam berbisnis akan membawa pengaruh

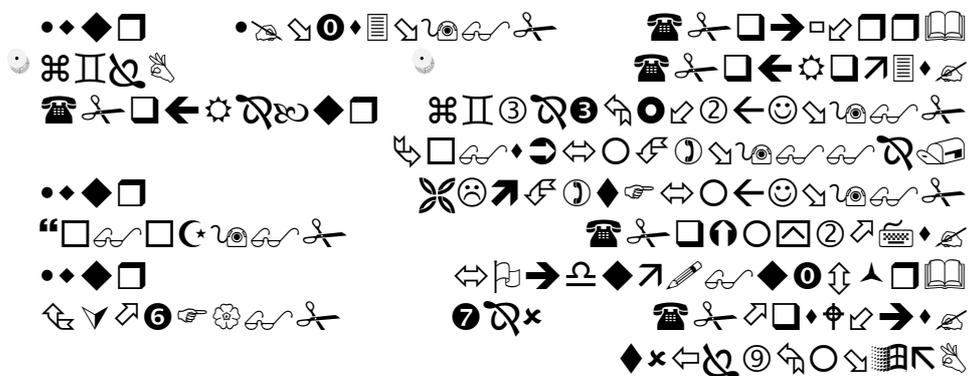
⁴⁸ Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *op, cit*, hlm. 27.

⁴⁹ Johan arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang : Walisongo Press, 2009, hlm. 153.

⁵⁰ Asyraf Muhammad Dawabbah, *Meneladani Bisnis Rasulullah*, Semarang : Pustaka Nuun, 2006, hlm. 58.

yang negatif kepada kehidupan pribadi dan keluarga seorang pebisnis itu sendiri. Bahkan lebih jauh lagi, sikap dan tindakan seperti itu akan mewarnai dan mempengaruhi kehidupan bermasyarakat secara luas.

Dalam Al Qur'an, keharusan bersikap jujur dalam dunia bisnis seperti berdagang, berniaga dan atau jual beli sudah diterangkan dengan sangat jelas dan tegas dalam firman Allah SWT surat As Syu'ara ayat 181-183 :



”Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”. (Q.S As Syu'ara : 181-183)⁵¹.

Dengan menyimak ayat di atas, maka kita akan dapat mengambil satu pengertian bahwa sesungguhnya Allah SWT telah menganjurkan kepada seluruh umat manusia pada umumnya, dan kepada para pelaku bisnis pada khususnya untuk berlaku jujur dalam menjalankan roda bisnisnya dalam bentuk apapun.

b. Amanah (tanggung jawab).

⁵¹ Departemen Agama RI, *op, cit*, hlm. 586.

Seorang muslim professional haruslah memiliki sifat amanah, yakni terpercaya dan bertanggung jawab⁵². Dalam menjalankan roda bisnisnya, setiap pebisnis harus bertanggung jawab atas usaha dan pekerjaan dan atau jabatan yang telah dipilihnya tersebut. Tanggung jawab disini artinya, mau dan mampu menjaga amanah (kepercayaan) masyarakat yang memang secara otomatis terbebani di pundaknya. Dalam pandangan Islam setiap pekerjaan manusia adalah mulia. Tak terkecuali usaha bisnis juga merupakan suatu pekerjaan yang sangat mulia sekali, lantaran tugasnya antara lain memenuhi kebutuhan seluruh anggota masyarakat akan barang dan jasa untuk kepentingan hidup dan kehidupannya. Dengan demikian, kewajiban dan tanggung jawab pebisnis antara lain menyediakan barang atau jasa kebutuhan masyarakat dengan harga yang wajar, jumlah yang cukup serta kegunaan dan manfaat yang memadai.

Pentingnya bersikap amanah dalam berbisnis sudah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW pada waktu beliau menjalankan bisnisnya. Sikap ini selalu beliau jaga sehingga para konsumen juga dengan suka rela menaruh simpati dan juga akhirnya mau melakukan transaksi dengan suka rela pula. Amanah sebagai seorang yang harus memberikan yang terbaik bagi masyarakat luas senantiasa dipegang oleh Nabi. Oleh sebab itu alangkah baiknya jika setiap pebisnis, terutama pebisnis muslim senantiasa mengikuti cara-cara Rasulullah dalam berbisnis⁵³.

c. Menepati janji.

⁵² Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta : Gema Insani Press, 2002, hlm. 105.

⁵³ Johan Arifin, *op,cit*, hlm. 156.

Menepati janji adalah ciri khas dari seorang Muslim, dan mau tidak mau harus mengaplikasikannya ke dalam bidang kehidupan, termasuk ke dalam berbisnis. Dengan menepati janji berarti kita juga menjaga kepercayaan dari pelanggan dan sudah membentuk citra diri positif di mata mereka.

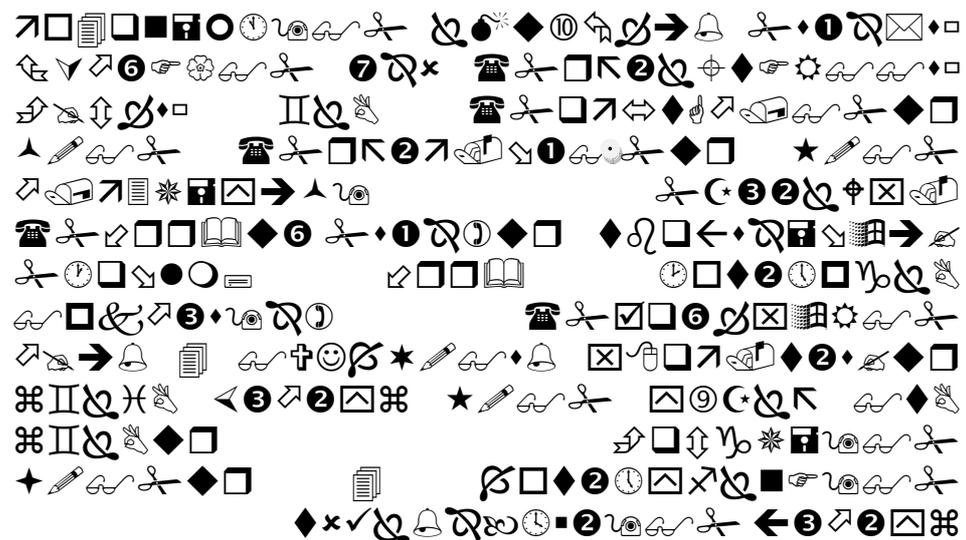
Prof. Aflazul Rahman, dalam Malahayati menuturkan bahwa Rasulullah adalah pebisnis yang jujur dan adil. Beliau tidak pernah membuat pelanggannya mengeluh. Beliau juga menjaga janjinya dan menyerahkan barang-barang yang dipesan tepat waktu. Rasulullah pun senantiasa menunjukkan tanggung jawab yang besar dan integritas yang tinggi dalam berbisnis. Boleh dikatakan Rasulullah adalah pelopor bisnis yang berdasarkan prinsip kejujuran, transaksi bisnis yang adil dan sehat⁵⁴.

Semisal pebisnis sebagai seorang produsen, ataupun distributor harus senantiasa menepati janji pengiriman barang kepada para konsumen, misalnya tepat waktu pengiriman, menyerahkan barang yang kualitasnya, kuantitasnya, warna, ukuran dan spesifikasinya sesuai dengan perjanjian semula, memberi layanan purna jual, garansi dan lain sebagainya. Sedangkan janji yang harus ditepati kepada rekan bisnis misalnya pembayaran dengan jumlah dan waktu yang tepat, dan lain sebagainya.

Selain itu dalam dunia bisnis, ada juga satu perjanjian yang sifatnya vertikal, yaitu perjanjian antara seorang pebisnis secara pribadi dengan

⁵⁴ Malahayati, *op. cit.*, hlm. 4.

Allah SWT. Dan tentunya janji ini juga wajib ditepati oleh setiap pebisnis muslim misalnya adalah dalam hal shalatnya. Sebagaimana firman Allah didalam Al Qur'an surat Al Jumuah ayat 10-11,



“Apabila Telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi ; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung. Dan apabila mereka melihat perniagaan atau permainan, mereka bubar untuk menuju kepadanya dan mereka tinggalkan kamu sedang berdiri (berkhotbah). Katakanlah : Apa yang di sisi Allah lebih baik daripada permainan dan perniagaan, dan Allah sebaik-baik pemberi rezki”. (Q.S Al-Jumuah 10-11)⁵⁵.

Dengan demikian, sesibuk-sibuknya urusan dagang, urusan bisnis ataupun uruusan jual beli yang sedang ditangani, sebagai pedagang muslim janganlah pernah sekali-kali meninggalkan shalat. Sebab Allah masih memberi kesempatan yang sangat luas kepada kita untuk mencari dan mendapatka rizqi setelah shalat, yakni yang tercermin melalui perintah-Nya, yaitu bertebaran di muka bumi dengan mengingat Allah SWT sebanyak-banyaknya supaya beruntung.

d. Tidak menipu.

⁵⁵ Departemen Agama RI, *op, cit*, hlm. 933-934.

Dalam suatu hadits dinyatakan bahwa seburuk-buruknya tempat adalah pasar. Hal ini disebabkan pasar itu dianggap sebagai sebuah tempat yang didalamnya penuh dengan penipuan, sumpah palsu, janji palsu, keserakahan, perselisihan, dan keburukan tingkah polah manusia lainnya. Upaya melakukan penipuan kerap menjadi satu cara dan setrategi bagi dunia bisnis, terlebih bisnis yang bersekala besar dengan tujuan mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Seringkali praktek tipu-menipu dianggap sebagai hal yang biasa, bahkan di era sekarang ini semua aspek kehidupan tak luput dari sifat kotor tersebut.

Disamping dapat merugikan banyak orang, menipu juga sangat bertentangan dengan etika bisnis Islami. Kalau seorang pebisnis selalu berpegang pada prinsip etika bisnis serta ajaran agama, jelas melakukan segala bentuk penipuan tidak akan terjadi. Terjadinya penipuan tak lain karena seorang pebisnis kurang paham akan pentingnya suatu prinsip bisnis yang beretika. Dampak yang menipu akibat dari perilaku menipu adalah kerugian dari seorang pebisnis tersebut. Karena jika suatu saat apa yang telah ia lakukan diketahui orang, maka sudah barang tentu kepercayaan orang kepadanya akan hilang, dan tentunya keuntungan tidak akan diraih lagi⁵⁶.

e. Murah hati.

Jika seseorang mempunyai usaha dagang ataupun jual-beli, maka dia harus dermawan ketika membeli, menjual, ataupun meminta hak

⁵⁶ Johan arifin, *op, cit*, hlm. 157.

finansial pada orang lain. Rasulullah SAW telah bersabda, *“Sesungguhnya Allah SWT menyukai kedermawanan saat membeli, saat menjual dan saat membayar”*.

Dermawan saat transaksi jual beli, artinya memudahkan dan murah hati saat menjual dan saat membeli. Juga memberikan tambahan saat menjual. Dermawan dalam pembayaran, artinya saat meminta pembeli membayar, memintanya dengan cara ringan, lemah lembut, tidak memaksa, dan menekan. Begitu juga jika saat menagih hutang dari orang yang berhutang padanya, dilakukan dengan lembut dan halus, tidak dengan mengancam dan kekerasan. Atau juga, membayar hutang dengan mudah, tidak menunda-nundanya. Allah mengatakan bahwa Beliau menyukai kedermawanan untuk menunjukkan bahwa saling memudahkan urusan dan saling bertoleransi dapat membuat para pelakunya berhak atas cinta Allah, karena menjadi pribadi yang penyayang dan murah hati. Allah menyukai lelaki yang dermawan karena kemuliaan jiwa dan kebaikan perilakunya yang di tunjukkan dengan memutuskan ikatan antara hati dan hartanya. Padahal, harta adalah duniawi yang terpenting. Orang yang dermawan itu lebih mementingkan hubungannya dengan hamba Allah yang lain dan memberi mereka manfaat daripada hartanya. Oleh karena itu, dia memperoleh kecintaan

Allah. Barang siapa yang mendapat kecintaan Allah, berarti dia adalah orang yang mendapat petunjuk dan sukses dalam pekerjaannya⁵⁷.

f. Tidak melupakan akhirat.

Jual-beli maupun bisnis adalah perdagangan dunia, sedangkan melaksanakan syari'at Islam adalah perdagangan akhirat. Keuntungan akhirat lebih utama ketimbang keuntungan dunia. Maka pedagang muslim tidak boleh sekali-kali menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. Sehingga jika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya. Alangkah baiknya, jika mereka bergegas bersama-sama melaksanakan shalat berjamaah, ketika adzan telah dikumandangkan. Begitu pula dengan pelaksanaan kewajiban memenuhi rukun Islam yang lain. Sekali-kali seorang pedagang muslim hendaknya tidak melalaikan kewajiban agamanya dengan alasan kesibukan perdagangan.

Jadi, barang siapa yang ingin sukses dan beruntung dalam pekerjaannya, janganlah pekerjaan itu melalaikannya dari ibadah kepada Allah. Semua pekerjaan yang membuat orang lalai dari ibadah adalah haram. Bagaimana mungkin seseorang mengharapkan rizqi dari Allah, akan tetapi menyepelkan ibadah kepada-Nya. Berdagang bisa menjadi pekerjaan yang haram jika membuat pedagang meninggalkan shalat

⁵⁷ Arum Tirta Sari, *16 Jalan Kebahagiaan Sejati*, Terjemahan, Jakarta : Hikmah (PT Mizan Publika), 2006, hlm. 177.

