

BAB II

FAKTOR-FAKTOR PENENTU DALAM BISNIS

A. Kreativitas

1. Pengertian Kreativitas

Kreativitas (*Creativity*) adalah kemampuan mengembangkan ide dan cara-cara baru dalam memecahkan masalah dan menemukan peluang (*thinking new thing*).¹

Memahami kreativitas (daya cipta) akan memberikan dasar yang kuat untuk membuat modul atau perangkat tentang kewirausahaan. Peran sentral dalam kewirausahaan adalah adanya kemampuan yang kuat untuk menciptakan (*to create or to innovate*) sesuatu yang baru, misalnya : sebuah organisasi baru, pandangan baru tentang pasar, nilai-nilai *corporate* baru, produk-produk dan jasa-jasa baru, cara-cara baru dalam mengelola sesuatu, dan cara-cara baru dalam pengambilan keputusan.²

Pengembangan daya kreativitas juga terdapat dalam QS. Ali Imran Ayat 190-191:

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ لَآيَاتٍ لِّأُولِي الْأَلْبَابِ ﴿١٩٠﴾ الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَمًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَطْلًا سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ ﴿١٩١﴾

¹ Suryana, *Op. Cit.*, hlm. 2.

²Ernani Hadiyah, “Kreativitas dan Inovasi Pengaruhnya terhadap Pemasaran Kewirausahaan pada Usaha Kecil Keramik Dinoyo Malang”, *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, Volume 1, Nomor 3, September: 2012, hlm. 3.

Artinya: 190. Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, dan silih bergantinya malam dan siang terdapat tanda-tanda bagi orang-orang yang berakal, 191. (yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri atau duduk atau dalam keadan berbaring dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata): "Ya Tuhan Kami, Tiadalah Engkau menciptakan ini dengan sia-sia, Maha suci Engkau, Maka peliharalah Kami dari siksa neraka."³

Allah menciptakan langit dan bumi adalah untuk kehidupan, kebutuhan, dan mencari rezeki. Penciptaan siang hari adalah untuk bekerja dan berkarya untuk mendapatkan rezeki, sedangkan malam hari untuk istirahat. Manusia diberikan akal oleh Allah untuk berfikir bagaimana usaha yang harus dilakukan agar kebutuhan dapat tercukupi dan jauh dari kefakiran.⁴

Seperti halnya seorang wirausaha dalam membangun usahanya, setelah usaha berdiri tentu akan memikirkan bagaimana tahap selanjutnya agar usahanya semakin maju. Tahap berfikir inilah yang membuat seorang wirausaha akan semakin mengembangkan daya kreativitas sehingga terjadi perubahan terus-menerus terhadap usaha yang dijalankannya.

2. Proses Kreatif

Kreativitas adalah suatu proses yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan. Seseorang yang 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

³ *Software* Al-Quran Surat Ali Imran ayat 190-191 dan Terjemahanya.

⁴ Abu Ja'far Muhammad bin Jarir Ath-Thabarani, *Tafsir At-Thabarani*, Jakarta: Pustaka Azzam, 2008, hlm. 304.

tidak dikembangkan secara positif dan jika mereka ingin menjadi kreatif, mereka harus belajar cara mengimplementasikan proses kreatif.⁵

Menurut Zimmerer yang dikutip oleh Suryana, ada tujuh langkah proses kreatif yang dapat dilakukan untuk mengembangkan keterampilan berpikir dengan menggunakan otak sebelah kiri,⁶ yaitu:

- a) **Tahap 1:** Persiapan (*preparation*). 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.
- b) **Tahap 2:** Penyelidikan (*investigation*)
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.
- c) **Tahap 3:** Transformasi (*transformation*), yaitu menyangkut persamaan dan perbedaan pandangan di antara informasi yang terkumpul. Transformasi adalah mengidentifikasi persamaan dan perbedaan-perbedaan yang menyingkronkan dan divergen. Berpikir konvergen adalah (*convergent thinking*) adalah kemampuan untuk melihat persamaan dan hubungan di antara data dan kejadian yang bermacam-macam. Sedangkan berfikir divergen (*divergent thinking*) adalah kemampuan untuk melihat perbedaan-perbedaan antar data dan kejadian-kejadian yang beranekaragam.
- d) **Tahap 4:** Penetasan (*incubation*): yaitu menyiapkan pikiran bawah sadar untuk merenungkan informasi yang terkumpul. Pikiran bawah sadar memerlukan waktu untuk merefleksikan informasi.
- e) **Tahap 5:** Penerangan (*illumination*) penerangan akan muncul pada saat inkubasi, yaitu ketika ada pemecahan seponatan yang menyebabkan adanya titik terang, pada tahap ini, semua tahap sebelumnya muncul bersama-sama menghasilkan ide-ide kreatif dan inovatif.
- f) **Tahap 6:** Pengujian (*verification*). Menyangkut validasi keakuratan dan manfaat ide-ide yang muncul.
- g) **Tahap 7:** Implementasi (*implementation*) mentransformasikan ide-ide kedalam praktik bisnis.”

⁵ Krisdiyanti, “Kreativitas dan Inovasi Wirausaha dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran pada CV Setia Tailor Konveksi Tajinan Malang”, Skripsi UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang: 2010, hlm. 38.

⁶ Suryana, *Op.Cit.*, hlm. 44-47.

Sedangkan untuk mengembangkan keterampilan kreatif, digunakan otak sebelah kanan, dengan ciri-ciri:⁷

- a) Selalu bertanya.
- b) Menantang kebiasaan, tradisi, dan rutinitas.
- c) Berpikir dalam.
- d) Berani bermain mental, melihat masalah dari perspektif yang berbeda.
- e) Menyadari kemungkinan banyak jawaban daripada satu jawaban yang benar.
- f) Melihat kegagalan dan kesalahan sebagai jalan untuk mencapai kesuksesan.
- g) Mengorelasikan ide-ide yang masih samar terhadap masalah untuk menghasilkan pemecahan inovatif.
- h) Memiliki kemampuan untuk bangkit.

Kreasi yang berhasil didahului dengan penelitian dan pengumpulan informasi yang meliputi membaca, dan percakapan dengan orang lain yang bekerja dalam bidangnya serta mengikuti pertemuan lokakarya dan seminar. Ada beberapa cara mengembangkan daya pikir kreatif, antara lain:⁸

- a) Membaca informasi tentang berbagai hal.
- b) Menjadi anggota penghimpun professional.
- c) Mengikuti rapat dan seminar professional dengan membicarakan hal yang diminati banyak orang.

⁷ *Ibid.*, hlm. 44.

⁸ Krisdiyanti, *Op.Cit*, hlm. 39.

- d) Mengamati majalah, surat kabar, dan jurnal yang berhubungan dengan hal yang diminati.
- e) Mencatat setiap informasi yang berguna.

Kreativitas merupakan hal penting bagi sebuah usaha, tanpa adanya kreativitas perusahaan akan berjalan statis. Dengan adanya kreativitas, permasalahan dan kesulitan perusahaan dapat ditemukan alternatif pemecahannya. Seperti, masalah produk, tempat pendistribusian, harga, promosi, dan pelayanan sehingga terwujud hubungan jangka panjang dengan konsumen yang tidak hanya berorientasi terhadap volume penjualannya, tetapi juga terhadap kepuasan konsumen.

Kreativitas adalah suatu proses yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan. Kemampuan dan bakat merupakan dasarnya, tetapi pengetahuan dan lingkungan dapat mempengaruhi kreativitas seseorang.

B. Inovasi

1. Pengertian Inovasi

Inovasi (*Innovation*) adalah kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan masalah dan menemukan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan (*innovation is the ability to apply creative solutions to those problems and opportunities to enhance or to enrich people's live*).⁹ Inovasi merupakan penemuan baru yang berbeda dari yang

⁹ Suryana, *Op.cit.*, hlm. 14.

sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya (gagasan, metode, produk, atau alat).¹⁰

Nabi Muhammad SAW bersabda:

عَنْ الْمُقْدَامِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَا أَكَلَ أَحَدٌ طَعَامًا قَطُّ خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ وَإِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ دَاوُدَ عَلَيْهِ السَّلَامُ كَانَ يَأْكُلُ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ

Artinya: "Dari Muqdam ra. Dari Rasulullah Saw, beliau bersabda: Seseorang yang makan dari hasil usahanya sendiri, itu lebih baik. Sesungguhnya Nabi Daud as makan dari hasil usahanya sendiri." (HR. Al-Bukhori)

Hadits di atas menunjukkan bahwa bekerja atau berusaha merupakan perbuatan yang sangat mulia dalam ajaran Islam. Apalagi seseorang yang mampu menerapkan dan menciptakan sesuatu dengan tangannya sendiri sebagaimana pengertian dari inovasi. Islam sangat menghargai orang yang bekerja dengan tangannya sendiri. Orang yang bekerja/berusaha untuk mendapatkan penghasilan dengan tangannya sendiri baik untuk mencukupi kebutuhannya sendiri maupun keluarganya. Seperti yang dicontohkan oleh Nabi Dawud, salah satu pengrajin daun kurma untuk di buat keranjang dan dikenal juga sebagai pembuat baju besi.¹¹ Dengan penerapan inovasi berwirausaha, daun yang awalnya tak bernilai ekonomi menjadi bernilai setelah diolah, begitupun dengan besi.

Ada 5 jenis inovasi yang penting dilakukan pengusaha,¹² yaitu:

a. Pengenalan barang baru/perbaiki barang yang sudah ada

¹⁰ Dendy Sugono, dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Jakarta: PT Gramedia, 2008, hlm. 538.

¹¹ http://www.kaffah.biz/artikel/entrepreneur/nabi_pun_berbisnis, Diakses tanggal 25 Maret 2014 Pkl 20.52.

¹² Suharyadi Purwanto dkk, *Kewirausahaan: Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda*, Jakarta: Salemba Empat, 2007, hlm. 99.

- b. Pengenalan metode produksi baru
- c. Pembukaan pasar baru, khususnya pasar ekspor/daerah yang baru
- d. Penciptaan atau pengadaan persediaan (*supply*) bahan mentah atau setengah jadi baru
- e. Penciptaan suatu bentuk organisasi industri baru.

Kotler, pakar pemasaran pernah menegaskan pentingnya inovasi. Pakar pemasaran ini mengingatkan bahwa tanpa inovasi, perusahaan akan menjadi tua, kuno, rapuh dan tidak langgeng. Inovasi harus terus dibangun melalui budaya kreatif, mengikuti tren perubahan dan membangun pasar. Untuk membangun perusahaan inovatif, kotler menekankan pentingnya sejumlah faktor,¹³ yaitu:

- a. Adanya budaya penemuan. Setiap organisasi bisnis harus disesaki orang-orang yang mempunyai semangat inovasi.
- b. Mengembangkan inovasi sebaiknya berdasarkan riset, sebab, perusahaan dikatakan inovatif kalau secara sengaja membangun dan melakukan proses untuk menghasilkan temuan baru. Inovasi tersebut harus merupakan sesuatu yang revolusioner, dapat menembus pasar global dan mendapat persaingan yang keras.

2. Sumber inovasi

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

¹³ *Ibid.*, hlm. 100.

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

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.

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.¹⁴

3. Jenis-jenis Inovasi

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.¹⁵

Berikut ini adalah jenis-jenis inovasi dalam praktik, di antaranya,¹⁶ yaitu:

¹⁴ Krisdiyanti, *Op.Cit.*, hlm. 53.

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 51-52.

¹⁶ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani, 2002, hlm. 52.

- a. *Invensi*/penemuan, yaitu produk, jasa, atau proses yang benar-benar baru.
- b. *Ekstensi*/pengembangan, yaitu pemanfaatan baru atau penerapan lain pada produk, jasa atau proses yang ada.
- c. *Duplikasi*, yaitu *replikasi* kreatif atas konsep yang telah ada.
- d. *Sintesis*, yaitu kombinasi atas konsep dan faktor-faktor yang telah ada dalam pengguna atau formulasi baru.

4. Manfaat Inovasi

Keeh, *et.al* yang dikutip oleh Ernani Hadiyati, menjelaskan inovasi sangat penting karena terdapat beberapa alasan, yaitu:¹⁷

- a. “Teknologi berubah sangat cepat seiring adanya produk baru, proses dan layanan baru dari pesaing, dan ini mendorong usaha *entrepreneurial* untuk bersaing dan sukses. Wirausaha harus menyesuaikan diri dengan inovasi teknologi baru.
- b. Efek perubahan lingkungan terhadap siklus hidup produk semakin pendek, yang artinya bahwa produk atau layanan lama harus digantikan dengan yang baru dalam waktu cepat, dan ini bisa terjadi karena ada pemikiran kreatif yang menimbulkan inovasi.
- c. Konsumen saat ini lebih pintar dan menuntut pemenuhan kebutuhan. Harapan dalam pemenuhan kebutuhan mengharap lebih dalam hal kualitas, pembaruan, dan harga. Oleh karena itu skill inovatif dibutuhkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen sekaligus mempertahankan konsumen sebagai pelanggan.
- d. Pasar dan teknologi yang berubah sangat cepat, ide yang bagus dapat semakin mudah ditiru, dan ini membutuhkan metode penggunaan pro-duk, proses yang baru dan lebih baik, dan layanan yang lebih cepat secara kontinyu.”

Inovasi yang dilakukan oleh wirausaha bertujuan agar produk yang dihasilkan benar-benar dapat memenuhi kepuasan konsumen, baik dalam hal produksi maupun pemasaran sehingga dapat menciptakan peluang yang lebih

¹⁷Ernani Hadiyati, “Kreativitas dan Inovasi Pengaruhnya terhadap Pemasaran Kewirausahaan pada Usaha Kecil Keramik Dinoyo Malang”, Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan, Volume 1, Nomor 3, September: 2012, hlm. 9.

terbuka. Wirausaha harus giat melakukan inovasi berdasarkan permintaan pasar, karena keinginan dan kebutuhan konsumen saat ini sering berubah-ubah. Perusahaan yang tidak melakukan inovasi akan menjadi tua, kuno, rapuh, dan tidak bisa bertahan lama karena tidak bisa mengikuti keinginan pasar. Dengan berinovasi, wirausaha dapat menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan yang terjadi dalam persaingan pasar.

C. Wirausaha

1. Pengertian Wirausaha (*Entrepreneur*)

Kata *entrepreneur* berasal dari Bahasa Prancis, *entreprende*, *entre* berarti 'antara' dan *prende* berarti 'mengambil'. Kata ini pada dasarnya digunakan untuk menggambarkan orang-orang yang berani mengambil resiko dan memulai sesuatu yang baru. Selanjutnya, pengertian *entrepreneurship* diperluas hingga mencakup inovasi.¹⁸

Kewirausahaan adalah menerapkan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan permasalahan dan memanfaatkan peluang yang dihadapi masyarakat sehari-hari. Kewirausahaan merupakan gabungan dari kreativitas, inovasi dan keberanian menghadapi risiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru.

Wirausaha (*entrepreneur*) adalah seseorang yang mampu menghasilkan atau menciptakan nilai tambah melalui pematangan ide-idenya dan menyatukan sumber daya yang dimilikinya serta mewujudkannya. Definisi

¹⁸ Serian Wijatno, *Pengantar Entrepreneurship*, Jakarta: Gramedia, 2009, hlm. 2.

tersebut mencerminkan bahwa seorang wirausaha adalah orang yang kreatif, berani mengambil resiko, inovatif dalam menggunakan sumber daya. Seorang wirausaha adalah orang yang selalu aktif dalam mengambil peran. Mereka selalu berkreasi untuk mendapatkan yang diimpikannya.¹⁹

Seorang wirausahawan harus memiliki kemampuan yang kreatif dan inovatif dalam menemukan dan menciptakan berbagai ide. Setiap pikiran dan langkah wirausahawan adalah bisnis. Bahkan, mimpi seorang pebisnis sudah merupakan ide untuk berkreasi dalam menemukan dan menciptakan bisnis-bisnis baru.

Secara sederhana arti wirausahawan (*entrepreneur*) adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti.

Kegiatan wirausaha dapat dilakukan seorang diri atau berkelompok. Seorang wirausahawan dalam pikirannya selalu berusaha mencari, memanfaatkan serta menciptakan peluang usaha yang dapat memberikan keuntungan. Risiko kerugian merupakan hal biasa karena mereka memegang prinsip bahwa faktor kerugian pasti ada. Bahkan, semakin besar risiko kerugian yang bakal dihadapi, semakin besar pula peluang keuntungan yang dapat diraih. Tidak ada istilah rugi selama seseorang melakukan usaha dengan

¹⁹ Winarno, *Pengembangan Sikap Entrepreneurship & Intrapreneurship*, Jakarta: PT Indeks, 2001, hlm. 11.

penuh keberanian dan penuh perhitungan. Inilah yang disebut dengan jiwa wirausaha.²⁰

Jiwa kewirausahaan mendorong minat seseorang untuk mendirikan dan mengelola usaha secara profesional. Hendaknya, minat tersebut diikuti dengan perencanaan dan perhitungan yang matang. Misalnya, dalam hal memilih atau menyeleksi bidang usaha yang akan dijalankan sesuai dengan prospek dan kemampuan pengusaha. Pemilihan bidang usaha seharusnya disertai dengan berbagai pertimbangan, seperti minat, modal, kemampuan dan pengalaman sebelumnya. Jika belum memiliki pengalaman sebelumnya, seseorang dapat menimba pengalaman dari orang lain. Pertimbangan lainnya adalah seberapa lama jangka waktu perolehan keuntungan yang diharapkan.

2. Wirausaha dalam Pandangan Islam

Sebagai wirausaha, ia dituntut memiliki kekuatan dan nilai-nilai yang mampu menjunjung tinggi bisnisnya, dapat dipercaya atau jujur, adalah sebagian dari nilai-nilai yang harus dijunjung tinggi oleh wirausaha muslim. Akuntabilitas suatu perusahaan, akan dapat terjaga apabila didukung oleh karyawan yang gigih, jujur dan amanah.²¹

Secara normatif, ajaran Islam mendorong umatnya untuk berwirausaha dengan memanfaatkan sebaik-baiknya apa yang Allah telah ciptakan di alam ini.. Salah satu surat yang berkaitan dengan wirausaha adalah QS. Al A'raf ayat 10:

²⁰ Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT.Grafindo Persada, 2007, hlm. 17.

²¹ Muh Yunus, *Islam Dan Kewirausahaan Inovatif*, Malang : UIN press, 2008, hlm. 231-233.

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

Artinya: 10. Sesungguhnya Kami telah menempatkan kamu sekalian di muka bumi dan Kami adakan bagimu di muka bumi (sumber) penghidupan. Amat sedikitlah kamu bersyukur.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa umat manusia (umat islam) telah diberikan sumber-sumber kehidupan, berupa segala hal untuk mencukupi kebutuhan hidup. Dalam kaitannya dengan berbagai sumber yang ada di alam ini yang bisa diolah dan dimanfaatkan sebaik mungkin oleh manusia.

3. Karakteristik Wirausaha Muslim

Ada beberapa ciri khas yang harus dimiliki oleh setiap *entrepreneur* muslim, yang akan membedakan dengan *entrepreneur* lainnya, adalah sebagai berikut:²²

a. Selalu menjaga nilai-nilai agama

Seorang *entrepreneur* muslim harus selalu menjaga dan menerapkan nilai-nilai *akhlaqul karimah* dalam berbisnis, seperti: selalu ramah, jujur, amanah, *husnudzan*. Dengan demikian maka orang lain senang bermitra dan berbisnis dengannya bukan karena dia sebagai juragan atau majikan yang kaya, bukan pula karena keuntungan materi semata yang akan diperoleh, tetapi karena kejujuran dan amanahnya.

b. Senang memberi manfaat kepada orang lain

Seorang muslim yang berhasil bisnisnya, makin kaya dan makin banyak mitra usahanya, akan merasa sangat senang karena makin banyak

²² Sudradjat Rasyid, dkk, *Kewirausahaan Santri*, Jakarta: Citrayudha Alamanda Perdana, 2005, hlm. 47-48.

orang yang ikut menikmati keberhasilannya. Inilah bisnis professional menurut Islam.

c. Selalu bersikap adil dalam berbisnis

Adil itu bukan sama rata, tetapi adil adalah memberikan haknya secara proporsional. Bersikap adil berarti juga selalu berusaha memberi kepuasan kepada semua orang, tidak ada yang dizalimi atau dirugikan. Keuntungan bukan hanya untuk kita, tetapi juga untuk orang lain. Pebisnis muslim, bukan hanya memikirkan kepuasan pribadi, tetapi juga memikirkan kepuasan mitra bisnisnya atau langganannya.

d. Selalu inovatif dan kreatif dalam berbisnis

Seiring dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat yang terus berubah, maka seorang *entrepreneur* muslim harus inovatif dan kreatif, selalu berorientasi kedepan. Kecerdikan dalam melihat *trend* masyarakat dan kecepatan menangkap peluang adalah solusi untuk memelihara kelangsungan usahanya.

e. Selalu memanfaatkan waktu dengan sebaik-baiknya

Kesempatan dan peluang bisnis sering tidak terulang, karena itu waktu yang tersedia jangan sampai disia-siakan. Sering orang menyesal dan merugi karena kurang cermat memanfaatkan kesempatan.

f. Menjalin kerjasama dengan pihak lainnya

Sebagai makhluk sosial manusia perlu menggalang kerjasama untuk mewujudkan tujuan bersama. Kerjasama merupakan

penggabungan banyak kekuatan sehingga pekerjaan berat menjadi lebih ringan dan yang sulit menjadi lebih mudah. Hendaknya pengusaha muslim berpikir bagaimana agar keuntungan dapat dimiliki secara bersama. Semakin banyak yang memperoleh keuntungan akan semakin baik. Kunci awal dalam menjalin kerjasama adalah aspek kejujuran dan keadilan bagi para pelaku transaksi. Antara sesama rekan berusaha merasa senang, antara penjual dan pembeli merasa senang, antara majikan dan pekerja merasa senang, sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan dan dizalimi. Kerjasama yang berdasarkan iman dan taqwa akan melahirkan sikap yang profesional dan amanah. Dari situlah akan memperkecil peluang kecurangan dan pengkhianatan yang melenceng dari etika berbisnis.

g. Menghindari bentuk-bentuk penipuan, antara lain:²³

- 1) Penawaran dan pengakuan fiktif, yaitu teman dari penjual berpura-pura memperebutkan untuk membeli barang agar orang lain segera membeli.
- 2) Iklan yang tidak sesuai kenyataan.
- 3) Eksplorasi erotisme dan seksualisme wanita dalam berbisnis, sejak promosi, kegiatan bisnis maupun pasca bisnis.

Kompetisi dalam usaha sangat ketat, namun banyak kiat yang dapat dilakukan untuk memenangkan persaingan, salah satunya adalah dengan mempertahankan nilai-nilai etika dalam berbisnis.

²³ Hasyim Syarbani, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Disampaikan dalam Seminar Entrepreneurship yang diselenggarakan oleh HMJ-EI, Tanggal 13 Juni 2012.

D. Konsep Penjualan

1. Pengertian Penjualan

Menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkannya.²⁴

Menurut William G. Nikels yang selanjutnya dikutip oleh Basu Swastha, menyebut penjualan dengan istilah penjualan tatap muka (*Personal Selling*).

“Penjualan tatap muka (*Personal Selling*) adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain”.²⁵

Jadi, penjualan tatap muka merupakan komunikasi orang secara individual yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan seluruh usaha pemasaran pada umumnya, yaitu meningkatkan penjualan yang dapat menghasilkan laba dengan menawarkan kebutuhan yang memuaskan kepada pasar dalam jangka panjang. Selain itu *personal selling* merupakan aktivitas komunikasi antara produsen yang diwakili oleh tenaga penjual dengan konsumen potensial yang melibatkan pikiran dan emosi, serta tentu saja berhadapan langsung (*face to face*). Jenis penjualan dikelompokkan menjadi 5, yaitu:²⁶

a. Trade Selling

²⁴ Basu Swastha DH, *Manajemen Penjualan Edisi 3*, Yogyakarta: BPFE, 1988, hlm. 8.

²⁵ *Ibid.*, hlm. 10.

²⁶ *Ibid.*, hlm. 11-12.

Trade selling dapat terjadi bilamana produsen dan pedagang besar mempersilakan pengecer untuk berusaha memperbaiki distributor produk-produk mereka.

b. Missionary Selling

Penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang-barang dari penyalur perusahaan.

c. Technical Selling

Technical selling berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat kepada pembeli akhir dari barang dan jasanya.

d. New Business Selling

Membuka transaksi baru dengan merubah calon pembeli menjadi pembeli.

e. Responsive Selling

Setiap tenaga penjualan diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli. Dua jenis penjualan utama disini adalah *route driving* dan *retailing*. Jenis penjualan seperti ini tidak akan menciptakan penjualan yang terlalu besar meskipun layanan yang baik dan hubungan pelanggan yang menyenangkan dapat menjurus kepada pembeli ulang.

Personal selling menekankan aspek penjualan melalui proses komunikasi *person to person*. Peranan *personal selling* cenderung bervariasi

antar perusahaan, tergantung pada sejumlah faktor, seperti karakteristik produk atau jasa yang dipasarkan, ukuran organisasi, dan tipe industri. Personal selling memainkan peranan dominan dalam perusahaan industrial.²⁷

Personal selling memiliki tugas yang mencakup sejumlah tanggung jawab yang berkaitan dengan penjualan, yaitu:²⁸

- a. *Provider stage*, yaitu aktivitas penjualan terbatas hanya pada penerimaan pesanan untuk produk pemasok yang tersedia dan menyampaikannya kepada pembeli.
- b. *Persuader stage*, yaitu aktivitas penjualan yang menekankan usaha untuk membujuk dan meyakinkan orang agar bersedia membeli produk.
- c. *Prospector stage*, yaitu aktivitas penjualan yang berusaha mencari calon pelanggan terseleksi yang diyakini memiliki kebutuhan, kesediaan, sumber daya, dan wewenang untuk membeli produk.
- d. *Problem-solver stage*, yaitu aktivitas penjualan yang berusaha memahami masalah atau kebutuhan pelanggan dan solusinya melalui kolaborasi aktif antara penjual dan pembeli, kemudian menciptakan produk yang secara unik disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan tersebut.

Sedangkan tujuan penjualan bisa dikelompokkan menjadi empat macam, yaitu:²⁹

²⁷ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik Edisi 2*, Yogyakarta: Andi, 2012, hlm. 376.

²⁸ *Ibid.*, hlm. 377.

²⁹ *Ibid.*, hlm. 406.

- a. *Account development*, yaitu tujuan yang dirancang untuk menekankan penambahan distributor atau pelanggan baru.
- b. *Distributor support*, yaitu tujuan yang mengarah pada upaya menjalin kerjasama dengan para distributor grosir maupun eceran.
- c. *Account maintenance*, yaitu tujuan yang dirancang untuk mempertahankan posisi penjualan efektif melalui kunjungan penjualan regular dalam rangka menyediakan informasi mengenai produk baru, informasi perubahan kebutuhan pelanggan, dan melaksanakan aktivitas-aktivitas layanan pelanggan.
- d. *Account penetration*, yaitu tujuan yang dirancang untuk meningkatkan volume penjualan atau meningkatkan penjualan produk-produk yang lebih menguntungkan dan produk komplementer lainnya kepada pembeli.

2. Proses *Personal Selling* Islami

Seperti halnya menurut William G. Nikels yang dikutip oleh Basu Swastha, menyebut penjualan dengan istilah penjualan tatap muka (*Personal Selling*), dalam Islam *Personal Selling* terdapat beberapa proses,³⁰ yaitu:

- a. Pendekatan (*Approach*)

Pendekatan (*Approach*) Yaitu proses *personal selling* di mana tenaga penjual bertemu dan menyapa pembeli untuk mendapatkan hubungan atau untuk memulai suatu awal yang baik. Langkah ini melibatkan penampilan tenaga penjual, kata-kata pembukaan, dan penjelasan lanjut. Oleh karena

³⁰ Fani Firmansyah, “*Personal Selling* dalam Perspektif Islam”, Jurnal Manajemen Ekonomi, Volume 8, Nomor 1: 2012, hlm. 5.

itu, penting bagi tenaga penjual untuk memberikan kesan pertama yang baik kepada calon pelanggan. Seperti dalam QS. Thaha ayat 44:

﴿٤٤﴾ فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لِّعَلَّهِ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

Artinya: 44. Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut".

Keramahan pengusaha atau pedagang merupakan salah satu daya tarik bagi konsumen. Dengan kesan yang lebih positif, ini merupakan awal yang baik bagi penjual untuk berinteraksi dengan konsumen.

b. Presentasi (*Presentation*)

Proses *personal selling* dimana tenaga penjual menceritakan riwayat produk kepada pembeli, menunjukkan bagaimana produk akan menghasilkan atau menghemat uang bagi pembeli. Tenaga penjual menguraikan fitur-fitur produk bagi pelanggan. Menggunakan pendekatan kepuasan kebutuhan. Biasanya mereka menjelaskan fitur-fitur penting dari produknya, menonjolkan kelebihan-kelebihannya dan menyebutkan contoh-contoh kepuasan konsumen.

c. Mengatasi Keberatan (*Handling Objection*)³¹

Yaitu proses *personal selling* di mana tenaga penjual melakukan menyelidiki, mengklarifikasi, mengatasi keberatan atau kendala pelanggan untuk membeli. Langkah ini bisa berubah menjadi tahap positif dari proses

³¹ *Ibid.*, hlm. 6.

penjualan karena menyediakan peluang kepada tenaga penjualan untuk menyediakan informasi-informasi tambahan dan menawarkan solusi yang unik sebagai salah satu cara untuk mengklarifikasi keberatan-keberatan yang muncul.

d. Menutup Penjualan (*Closing*)

Yaitu proses *personal selling* di mana tenaga penjual apa yang hendak dipesan oleh pelanggan. Setelah mengatasi keberatan prospek, sekarang tenaga penjual dapat mencoba menutup penjualan. Tenaga penjual harus mengetahui tanda-tanda penutupan dari pembeli termasuk gerakan fisik, komentar dan pertanyaan. Sebagai contoh, pelanggan mungkin duduk condong ke depan dan mengangguk menyetujui atau menanyakan harga dan syarat pembayaran kredit.

Tenaga penjual tidak diperbolehkan memaksa konsumen secara berlebihan. Konsumen berhak memilih dan memutuskan apakah ia jadi melakukan pembelian atau tidak. Bila konsumen tidak jadi melakukan pembelian, diharapkan penjual tetap berperilaku baik dan sopan, seperti firman Allah dalam surat al Isra' ayat 28:

وَإِذَا تَعْرَضْنَا عَنْهُمْ أْبْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا

Artinya: 28. Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, Maka Katakanlah kepada mereka Ucapan yang pantas.

e. Pelayanan sesudah penjualan³²

Dalam tahap terakhir ini, penjual berusaha mengatasi berbagai macam keluhan atau tanggapan kurang baik dari pembeli. Pelayanan lain yang juga perlu diberikan sesudah penjualan adalah memberikan jaminan kepada pembeli bahwa keputusan yang diambilnya tepat, barang yang dibeli bermanfaat, dan produk tersebut memuaskan.

Dengan menerapkan *personal selling* yang islami pada perusahaan dalam jangka panjang akan membawa dampak positif bagi perusahaan, dalam arti image perusahaan akan dipersepsi para pelanggan dan masyarakat akan baik dan otomatis akan menaikkan jumlah penjualan.

3. Pengertian Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan suatu studi mendalam tentang masalah penjualan bersih dari laporan rugi-laba perusahaan (Laporan operasi). Manajemen perlu menganalisis volume penjualan total dan juga volume itu sendiri.³³

Salah satu indikator berhasil tidaknya suatu usaha dari suatu produk dapat dilihat dari besar kecilnya volume penjualan yang dicapai perusahaan yang bersangkutan dari suatu periode berikutnya. Bila volume penjualan yang diperoleh rendah maka keuntungannya akan rendah pula.

³² Basu Swastha DH, *Azas-azas Marketing Edisi 3*, Yogyakarta: Liberty, 2007, hlm. 265.

³³ Basu Swastha DH, *Manajemen Penjualan, Op.Cit.*, hlm. 197.

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan

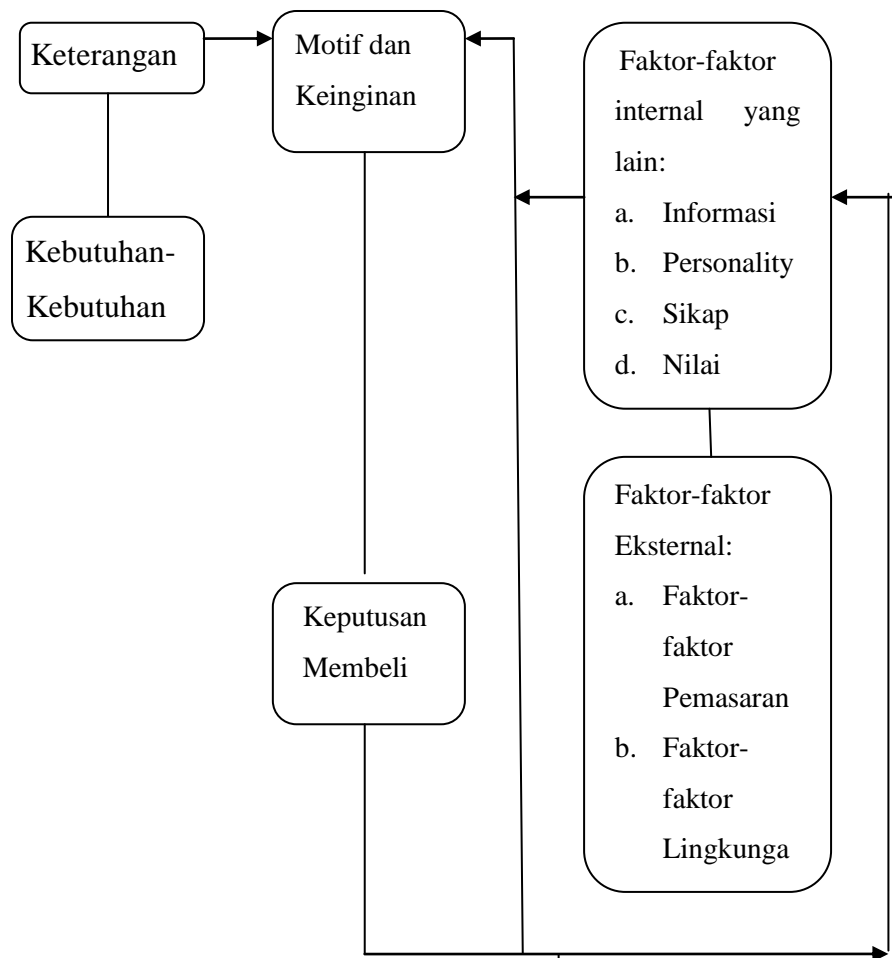
Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan dibedakan atas dua faktor, yaitu intern dan ekstern.³⁴

- a. Faktor intern, yaitu faktor yang ada didalam perusahaan itu sendiri, diantaranya:
 - 1) Kualitas barang.
 - 2) Servis atau pelayanan yang diberikan.
 - 3) Persediaan barang yang ada.
 - 4) Komisi penjualan yang diberikan kepada armada penjualan (wiraniaga, penyalur).
 - 5) Pemberian piutang.
 - 6) Kegiatan salesman.
 - 7) Kegiatan sales promotion.
 - 8) Penetapan harga jual.
- b. Faktor ekstern, yaitu faktor yang ada diluar jangkauan perusahaan, diantaranya:
 - 1) Adanya perubahan selera konsumen.
 - 2) Munculnya saingan baru.
 - 3) Ada tindakan dari pesaing yang ada.
 - 4) Munculnya barang pengganti.
 - 5) Adanya kebijaksanaan baru dari pemerintah.

³⁴ Illa Nur Arofatiillah, "Strategi Wirausaha dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Pengrajin Bordir Desa Sukoanyar Plalar Pakis)", Skripsi UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang: 2010, hlm. 52-53.

6) Adanya pengaruh faktor psikologi

Pengaruh-pengaruh pada suatu keputusan membeli dari konsumen terlihat pada gambar berikut.³⁵



Penjelasannya adalah sebagai berikut:

- a. Setiap orang memiliki kebutuhan. Banyaknya kebutuhan menimbulkan adanya motif dan keinginan untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

³⁵ M. Manullang, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Indeks, 2013, hlm. 195.

- b. Adanya motif dan keinginan menggerakkan seseorang untuk membeli suatu produk.
- c. Keputusan konsumen untuk membeli produk ini dipengaruhi oleh faktor internal maupun faktor eksternal.

Meningkatnya volume penjualan memang tujuan dari setiap usaha, agar keuntungan juga meningkat. Namun, ini tidak harus membuat wirausaha menggunakan segala cara untuk memenangkan persaingan dengan wirausaha lain hanya untuk mencapai tujuan.

Wirausaha harus pandai membuat suatu keunggulan dari usaha yang didirikannya dengan tidak melenceng dari etika bisnis islami. Islam memandang bahwa produk (barang/jasa) merupakan hal penting dalam persaingan bisnis. Produk yang dipersaingkan harus mempunyai keunggulan. Beberapa nilai keunggulan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah sebagai berikut:³⁶

- a. Produk.

Produk yang diperjualbelikan baik berupa barang maupun jasa harus halal. Dengan adanya standar halal dan kualitas yang terjamin tentu konsumen dengan sendirinya akan yakin dengan apa yang akan dibelinya dan diinginkannya. Bahkan criteria halal merupakan syarat utama dan mutlak bagi persaingan bisnis dalam perspektif islami.

³⁶ Johan Arifin, *Op.Cit.*, hlm. 106-108.

b. Harga.

Harga yang dipatok harus benar-benar kompetitif, antara pebisnis satu dengan yang lainnya tidak boleh menggunakan cara-cara yang saling merugikan pebisnis lainnya.

c. Tempat.

Semakin strategis tempat usaha maka kemungkinan juga akan semakin membawa keuntungan, selain itu yang harus diperhatikan dalam mengelola tempat berbisnis adalah baik, sehat, bersih, aman, dan nyaman. Islam juga memberikan aturan bahwa tempat bisnis harus dijauhkan dari hal-hal yang diharamkan, semisal memasang gambar-gambar porno, dan hal-hal lain yang dilarang agama hanya dengan tujuan menarik konsumen.

d. Pelayanan.

Islam menekankan pentingnya sebuah pelayanan dalam usaha bisnis. Suatu bisnis akan senantiasa berkembang dan sukses manakala ditunjang dengan adanya pelayanan terbaik. Misalnya dengan keramahan, senyum kepada para konsumen akan semakin baik dalam berbisnis. Islam juga melarang menempatkan para penjual atau pelayan perempuan yang cantik, seksi, serta terlihat auratnya agar menarik minat pembeli.

e. Pelayanan pasca berbisnis (layanan purna jual).

Pelayan ini misalnya dengan memberikan garansi kepada salah satu barang yang telah dijual kepada seorang pembeli. Hal ini merupakan satu bentuk pelayanan agar dapat melanggengkan hubungan dengan pelanggan.

Menurut pandangan etika Islam, ketika seorang pelaku bisnis atau wirausaha berdagang, tidak hanya bertujuan mencari keuntungan sebesar-besarnya, tetapi juga mencari dan mencapai keberkahan. Keberkahan usaha adalah kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridai Allah SWT.

Untuk memperoleh keberkahan dalam jual beli, Islam mengajarkan prinsip-prinsip etis sebagai berikut:³⁷

- a. Jujur dalam takaran dan timbangan.
- b. Menjual barang yang halal.
- c. Menjual barang yang bermutu baik.
- d. Jangan menyembunyikan kecacatan suatu barang.
- e. Jangan sembarangan mengucapkan sumpah.
- f. Longgar dan bermurah hati.
- g. Jangan menyaingi kawan.
- h. Mencatat utang piutang.
- i. Larangan riba.
- j. Anjuran berzakat.

Mampu menjual produk sebanyak-banyaknya dengan memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya adalah tujuan dari sebuah usaha. Tetapi, sebagai seorang muslim adanya keberkahan dari Allah SWT juga merupakan tujuan yang penting untuk bisa dicapai.

³⁷ Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Watamwil*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2010, hlm. 14-16.

Dalam berdagang/berbisnis, seorang wirausaha muslim harus sesuai dengan etika Islam agar tidak ada pihak yang dirugikan. Selain mencapai tujuan usaha, memenuhi kepuasan pelanggan dengan adanya hubungan jangka panjang, juga mendapat keridaan Allah SWT, agar keuntungan selain bisa dirasakan di dunia juga bisa dirasakan di akhirat.