

Penulis: Buhaerah, Ahdar, Musyarif

Islamic *Entrepreneurship* Model (IEM)
Berbasis Kearifan Lokal Dan Berdaya Saing

2019

**ISLAMIC *ENTREPRENEURSHIP* MODEL
BERBASIS KEARIFAN LOKAL DAN BERDAYA SAING**

Cetakan 1 : Oktober 2019
ISBN : 978-623-91946-2-8
vii, 106 hlm, 21 x 14 cm
**Sulaesi Selatan : IAIN Parepare Nusantara Press,
2019**

Tim Penyusun

Dr. Buhaerah, M.Pd.
Dr. Ahdar, M.Pd.I
Dr. Musyarif, M.Ag.

**Penerbit,: IAIN Parepare Nusantara Press Parepare,
Jl. Amal Bakti, No. 8 Parepare,
Sulawesi Selatan
Telp. (0421) 21307, Fax (0421) 24404
INDONESIA**



KATA PENGANTAR

Islamic Entrepreneurship Models (IEM) disusun untuk menjadi salah satu panduan bagi mahasiswa atau masyarakat dalam memulai berwirausaha yang menjunjung tinggi nilai-nilai keislaman. Selain itu, buku ini dapat digunakan sebagai salah satu bahan ajar bagi mahasiswa untuk mencapai tujuan pembelajaran yaitu “terjadinya perubahan *mindset* mahasiswa melalui pengetahuan, karakter, dan keterampilan berwirausaha yang islami, serta penerapannya dalam menjalankan usaha”. Untuk mencapai tujuan pembelajaran tersebut, maka terapan ini disusun dalam empat bagian sebagai berikut:

BAB I SEJARAH *ENTREPRENEURSHIP*. Pada bagian ini membahas beberapa definisi *entrepreneurship*, historis *entrepreneurship*, pemahaman *entrepreneurship* baik melalui pendidikan formal maupun pelatihan-pelatihan di segala lapisan masyarakat. Pada bagian ini, juga membahas proses identifikasi, pengembangan, dan visi ke dalam kehidupan. Visi ini berupa ide *innovative*, peluang, dan tantangan, serta cara terbaik dalam menjalankan suatu usaha. Adapun hasil akhir dari proses ini, diantaranya penciptaan usaha baru yang mandiri yang dibentuk dari kondisi banyak risiko dan ketidakjelasan.

Selain itu, membahas kelebihan yang dimiliki orang yang berjiwa *entrepreneurship* yaitu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Orang yang melakukan kegiatan *entrepreneurship* disebut *entrepreneur*. *Entrepreneur* mempunyai cara berpikir yang berbeda dari manusia pada umumnya. Mereka mempunyai motivasi, panggilan jiwa, persepsi dan emosi yang sangat terkait dengan nilai-nilai, sikap dan perilaku sebagai manusia unggul.

BAB II HAKIKAT DAN KONSEP DASAR *ENTREPRENEURSHIP*. Pada bagian ini membahas *entrepreneurship* dipandang sebagai fungsi eksploitasi peluang-peluang yang muncul di masyarakat, termasuk pasar. Eksploitasi berkaitan pengarahannya dan atau kombinasi masukan yang produktif. *Entrepreneur* selalu diharuskan wajib menghadapi resiko atau peluang yang muncul, serta sering dihubungkan tindakan yang kreatif dan inovatif.

Lanjut pada bab ini, membahas *entrepreneur* merupakan orang yang dapat merubah nilai sumber daya, tenaga kerja, bahan dan faktor produksi lainnya menjadi lebih besar daripada sebelumnya. *Entrepreneur* sebagai pelaku perubahan, inovasi dan cara-cara baru. *Entrepreneur* menjalankan peranan manajerial yang baik dalam kegiatannya, manajemen rutin dan sistematis pada proses yang berjalan.

BAB III PROSES *ENTREPRENEURSHIP*. Pada bagian ini membahas, sifat-sifat *entrepreneur*, diantaranya: sifat keyakinan yang dimiliki, mandiri, individualitas, optimisme. Ada usaha untuk selalu berprestasi, orientasi pada laba, tekun, tabah, memiliki tekad yang tinggi, pekerja keras, inisiatif dan energik. *Entrepreneur* memiliki kemampuan dalam mengambil risiko, dan suka pada tantangan. Dapat bertimngkah sebagai pimpinan yang bijak, mudah bergaul dengan orang lain, dan menyukai ketika ada kritik dan saran yang sifatnya membangun. *Entrepreneurship* memiliki kreativitas dan inovasi tinggi, fleksibel dalam memilih jaringan bisnis yang luas. Mempunyai persepsi atau cara pandang yang berorientasi pada masa depan. Memiliki keyakinan bahwa hidup itu penuh perjuangan dan kerja keras.

Lanjut pada bab ini, membahas ciri dan watak *entrepreneurship*, diantaranya: percaya diri (*self efficacy*), ketidaktergantungan, individualistis, keyakinan, dan *optimism*. Memiliki sikap dan cita-cita pada proses dan hasil untuk berprestasi, berorientasi laba, tekun dan tabah, pekerja keras, adanya kemauan yang kuat, energik dan inisiatif. Mampu mengambil resiko yang wajar dan suka pada tantangan. Memiliki jiwa kepemimpinan dan berperilaku sebagai pemimpin, mudah bergaul dengan orang lain, santun dalam menanggapi kritik dan saran.

Orisinalitas dan *innovative*, dan *creative*, serta fleksibel. Berorientasi ke masa depan, memiliki pandangan yang luas, dan selalu berpandangan untuk membuka dan menambah usaha baru (*new ventures*), yang menghasilkan munculnya produk baru atau ide penyelenggaraan jasa-jasa.

BAB IV KARAKTERISTIK *ENTREPRENEURSHIP*.

Pada bagian ini membahas beberapa karakteristik *entrepreneur*, antara lain: fokus pada pengendalian internal, memiliki tingkat energi tinggi, mempunyai kebutuhan tinggi akan prestasi, bersikap toleransi terhadap ambiguitas, kepercayaan diri (*self efficacy*), dan berorientasi pada kerja (*action*). Beberapa karakteristik *entrepreneur*, antara lain: mempunyai kemauan berprestasi, mempunyai kemampuan bertanggung jawab, mempunyai kemampuan preferensi terhadap resiko menengah, memiliki persepsi terhadap keberhasilan, peka terhadap rangsangan umpan balik, energik dalam beraktivitas, memiliki orientasi masa depan, memiliki keterampilan dalam pengorganisasian.

Lanjut pada bab ini, membahas jenis-jenis *entrepreneurship*, diantaranya: *Innovating entrepreneurship*, *Imitative Entrepreneurship*, *Fabian Entrepreneurship*. *Innovating entrepreneurship*

merupakan eksperimentasi secara agresif, terampil mempraktekkan transformasi atraktif. *Imitative Entrepreneurship* merupakan meniru inovasi yang sudah ada, bertahan, dan ada hasil dari para *innovating entrepreneur*. *Fabian Entrepreneurship* merupakan sikap berhati-hati dan sikap skeptical, akan tetapi segera melaksanakan tiruan-tiruan menjadi jelas, sehingga mereka tidak melakukan hal-hal yang dapat menyebabkan kehilangan posisi tertentu pada suatu usaha.

BAB V ISLAMIC ENTREPRENEURSHIP MODEL.

Pada bagian ini membahas hal-hal yang spesifik terkait IEM, yaitu: sintak, sikap, faktor-faktor yang perlu dihindari, dan peran entrepreneur dalam IEM. Sintak merupakan tahapan dalam melakukan aktivitas. Sintak dalam IEM meliputi: tahap memulai, tahap melaksanakan usaha, tahap mempertahankan usaha, dan tahap mengembangkan usaha. Sikap Entrepreneur dalam IEM membahas tentang ciri dan sifat watak seorang entrepreneur, dapat kita identifikasi sikap seorang entrepreneur yang dapat diangkat dari kegiatannya sehari-hari.

Hal lain yang dibahas, yaitu factor-faktor kemungkinan kegagalan *entrepreneur* dalam berwirausaha, antara lain: (1) Tidak kompeten dalam manajerial; (2) tidak memiliki kompeten atau pengetahuan dalam mengelola usaha, yang merupakan salah satu faktor penyebab perusahaan atau industri kurang berhasil; (3) kurang berpengalaman baik dalam kemampuan mengkoordinasikan; (4) memiliki keterbatasan keterampilan dalam mengelola sumber daya manusia; (5) memiliki keterbatasan kemampuan mengintegrasikan operasi perusahaan dan sebagainya.

Selanjutnya, peran *entrepreneur* dalam IEM baik secara internal maupun eksternal. Secara internal

seorang *entrepreneur* berperan dalam mengurangi tingkat kebergantungan terhadap orang lain, dan meningkatkan *self efficacy*, serta meningkatkan daya beli pelakunya. Secara eksternal, *entrepreneur* berperan dalam menyediakan lapangan kerja bagi para pencari kerja. Terserapnya tenaga kerja oleh kesempatan kerja yang disediakan oleh *entrepreneur*, tingkat pengangguran secara nasional menjadi berkurang.

BAB VI MATERI PELATIHAN IEM. Pada bagian ini akan membahas beberapa uraian materi yang akan disajikan dalam kegiatan pelatihan, diantaranya: (1) Administrasi Keuangan Usaha, kiat dalam pelaksanaan pemasaran; (2) Strategi Pemasaran; (3) perbangkan konvensional dan Perbankan Syariah; (4) manajemen wirausaha untuk meningkatkan pemahaman manajemen, organisasi, dan produksi; (5) studi kelayakan usaha dan kiat untuk membuka wirausaha baru; dan (6) sistem Pendidikan dan Pelatihan Entrepreneurship di Indonesia lebih Cenderung *JOB SEEKERS* bukan *JOB CREATORS*.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
PENDAHULUAN	ii
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I SEJARAN ENTREPRENEURSHIP.....	1
BAB II HAKIKAT DAN KONSEP DASAR ENTREPRENEURSHIP	5
BAB III PROSES ENTREPRENEURSHIP.....	13
BAB IV KARAKTERISTIK ENTREPRENEURSHIP ...	17
BAB V ISLAMIC ENTREPRENEURSHIP MODEL	29
Sintak	39
Sikap Entrepreneur dalam IEM	41
Faktor Kegagalan dalam IEM.....	45
Peran Entrepreneur dalam IEM	47
BAB VI MATERI PELATIHAN IEM	50
Materi 1	50
Materi II	56
Materi III	62
Materi IV	70
Materi V	75
Materi VI	84
Materi VII	89
DAFTAR RUJUKAN.....	111

BAB I

SEJARAH *ENTREPRENEURSHIP*

Entrepreneur secara historis sudah dikenal sejak diperkenalkan oleh Richard Castillon pada tahun 1755 Di luar negeri, istilah entrepreneurship telah dikenal sejak abad 16, sedangkan di Indonesia baru dikenal pada akhir abad 20.[*butuh rujukan*] Beberapa istilah entrepreneur seperti di Belanda dikenadengan *ondernemer*, di Jerman dikenal dengan *unternehmer*. Pendidikan entrepreneurship mulai dirintis sejak 1950-an di beberapa negara seperti Eropa, Amerika, dan Kanada. Bahkan sejak 1970-an banyak universitas yang mengajarkan entrepreneurship atau manajemen usaha kecil. Pada tahun 1980-an, hampir 500 sekolah di Amerika Serikat memberikan pendidikan entrepreneurship Di Indonesia, entrepreneurship dipelajari baru terbatas pada beberapa sekolah atau perguruan tinggi tertentu saja. Sejalan dengan perkembangan dan tantangan seperti adanya krisis ekonomi, pemahaman entrepreneurship baik melalui pendidikan formal maupun pelatihan-pelatihan di segala lapisan masyarakat entrepreneurship menjadi berkembang.

Entrepreneurship atau *entrepreneur* adalah proses mengiden-tifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi tersebut bisa berupa ide inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Hasil akhir dari proses tersebut adalah penciptaan usaha baru yang dibentuk pada kondisi risiko atau ketidakpastian.

Entrepreneurship memiliki arti yang berbeda-beda antar para ahli atau sumber acuan karena berbeda-beda titik berat dan penekanannya. (Sutyitno, 2012) misalnya, mendefinisikan entrepreneurship sebagai bekerja sendiri (*self-employment*). Seorang entrepreneur membeli barang saat ini pada harga tertentu dan menjualnya pada masa yang akan datang dengan harga tidak menentu. Jadi definisi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang menghadapi risiko atau ketidakpastian. Berbeda dengan para ahli lainnya, menurut (Kusumasari & Alam, 2012) kegiatan entrepreneurship mencakup indentifikasi peluang-peluang di dalam sistem ekonomi sedangkan menurut (Vitasurya, 2016) entrepreneurship mencakup kegiatan yang dibutuhkan untuk menciptakan atau melaksanakan perusahaan pada saat semua pasar belum

terbentuk atau belum teridentifikasi dengan jelas, atau komponen fungsi produksinya belum diketahui sepenuhnya dan menurut (Ridwan, 2007) entrepreneurship adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Orang yang melakukan kegiatan entrepreneurship disebut entrepreneur. Muncul pertanyaan mengapa seorang entrepreneur (*entrepreneur*) mempunyai cara berpikir yang berbeda dari manusia pada umumnya. Mereka mempunyai motivasi, panggilan jiwa, persepsi dan emosi yang sangat terkait dengan nilai nilai, sikap dan perilaku sebagai manusia unggul.

Entrepreneurship berasal dari kata wira dan usaha. Wira berarti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani dan berwatak agung. Usaha adalah perbuatan amal, bekerja, dan berbuat sesuatu. Jadi entrepreneur adalah pejuang atau pahlawan yang berbuat sesuatu.

BAB II **HAKIKAT DAN KONSEP DASAR** ***ENTREPRENEURSHIP***

Entrepreneurship pertama kali muncul pada abad 18 diawali dengan penemuan-penemuan baru seperti mesin uap, mesin pemintal, dll. Tujuan utama mereka adalah pertumbuhan dan perluasan organisasi melalui inovasi dan kreativitas. Keuntungan dan kekayaan bukan tujuan utama.

Secara sederhana arti *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 (Mungmachon, 2012).

Pengertian *entrepreneurship* relatif berbeda-beda antar para ahli/sumber acuan dengan titik berat perhatian atau penekanan yang berbeda-beda, diantaranya adalah penciptaan organisasi baru (Meliono, 2011), menjalankan kombinasi (kegiatan) yang baru (Yetisen et al., 2015), eksplorasi berbagai peluang (Aulia, 2016), menghadapi ketidakpastian (Kondratowicz, 2011), dan mendapatkan

secara bersama faktor-faktor produksi (Sompong & Rampai, 2015).

Beberapa definisi tentang entrepreneurship tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

1. (Pornpimon, Wallapha, & Prayuth, 2014) Entrepreneurship didefinisikan sebagai bekerja sendiri (*self-employment*). Seorang entrepreneur membeli barang saat ini pada harga tertentu dan menjualnya pada masa yang akan datang dengan harga tidak menentu. Jadi definisi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang menghadapi resiko atau ketidakpastian
2. (Dahlioni, 2015) menyatakan bahwa seorang entrepreneur adalah agen yang menyatukan berbagai alat-alat produksi dan menemukan nilai dari produksinya.
3. (Eryilmaz, 2018) menyatakan bahwa entrepreneur mencoba untuk memprediksi dan menyikapi perubahan pasar. Definisi ini menekankan pada peranan entrepreneur dalam menghadapi ketidakpastian pada dinamika pasar. Seorang worausahawan disyaratkan untuk melaksanakan

fungsi-fungsi manajerial mendasar seperti pengarahan dan pengawasan

4. (Shane & Venkataraman, 2007) menyatakan bahwa entrepreneur adalah seorang inovator yang mengimplementasikan perubahan-perubahan di dalam pasar melalui kombinasi-kombinasi baru.

****Kombinasi baru tersebut bisa dalam bentuk:**

- a. Memperkenalkan produk baru atau dengan kualitas baru,
 - b. Memperkenalkan metoda produksi baru,
 - c. Membuka pasar yang baru (new market),
 - d. Memperoleh sumber pasokan baru dari bahan atau komponen baru, atau
 - e. Menjalankan organisasi baru pada suatu industri. Schumpeter mengkaitkan entrepreneur dengan konsep inovasi yang diterapkan dalam konteks bisnis serta mengkaitkannya dengan kombinasi sumber daya.
5. (Crumpton, 2012) menyatakan bahwa kegiatan entrepreneurship mencakup indentifikasi peluang-peluang di dalam system ekonomi. Kapasitas atau

kemampuan manajerial berbeda dengan kapasitas entrepreneurship.

6. (Oosterbeek, van Praag, & Ijsselstein, 2010) menyatakan bahwa entrepreneurship mencakup kegiatan-kegiatan yang dibutuhkan untuk menciptakan atau melaksanakan perusahaan pada saat semua pasar belum terbentuk atau belum teridentifikasi dengan jelas, atau komponen fungsi produksinya belum diketahui sepenuhnya.
7. (Austin, Stevenson, & Wei-Skillern, 2006) menyatakan bahwa entrepreneur mengenali dan bertindak terhadap peluang pasar. *Entrepreneurship Center at Miami University of Ohio* Entrepreneurship sebagai proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi tersebut bisa berupa ide inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Hasil akhir dari proses tersebut adalah penciptaan usaha baru yang dibentuk pada kondisi resiko atau ketidakpastian.
8. (Dacin, Dacin, & Tracey, 2011) menyatakan bahwa entrepreneurship merupakan kemampuan dalam

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

9. (Bouchard & Fayolle, 2017) menyatakan bahwa entrepreneurship sebagai suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha).

Salah satu kesimpulan yang bisa ditarik dari berbagai pengertian tersebut adalah bahwa entrepreneurship dipandang sebagai fungsi yang mencakup eksploitasi peluang-peluang yang muncul di pasar.

Eksplorasi tersebut sebagian besar berhubungan dengan pengarah dan atau kombinasi input yang produktif. Seorang entrepreneur selalu diharuskan menghadapi resiko atau peluang yang muncul, serta sering dikaitkan dengan tindakan yang kreatif dan inovatif.

Entrepreneur adalah orang yang merubah nilai sumber daya, tenaga kerja, bahan dan faktor produksi lainnya menjadi lebih besar daripada sebelumnya dan juga orang yang melakukan perubahan, inovasi dan cara-cara baru.

Selain itu, seorang entrepreneur menjalankan peranan manajerial dalam kegiatannya, tetapi manajemen rutin pada operasi yang sedang berjalan tidak digolongkan sebagai entrepreneurship. Seorang individu mungkin menunjukkan fungsi entrepreneurship ketika membentuk sebuah organisasi, tetapi selanjutnya menjalankan fungsi manajerial tanpa menjalankan fungsi entrepreneurshipnya. Jadi entrepreneurship bisa bersifat sementara atau kondisional.

Kesimpulan lain dari *entrepreneurship* adalah proses penciptaan sesuatu yang berbeda nilainya dengan menggunakan usaha dan waktu yang diperlukan, memikul resiko finansial, psikologi dan sosial yang menyertainya, serta menerima balas jasa moneter dan kepuasan pribadi.

Istilah *entrepreneur* muncul kemudian setelah dan sebagai padanan wiraswasta yang sejak awal sebagian orang masih kurang sreg dengan kata swasta. Persepsi tentang *entrepreneur* sama dengan wiraswasta sebagai

padanan *entrepreneur*. Perbedaannya adalah pada penekanan pada kemandirian (swasta) pada wiraswasta dan pada usaha (bisnis) pada entrepreneur.

Istilah entrepreneur kini makin banyak digunakan orang terutama karena memang penekanan pada segi bisnisnya. Walaupun demikian mengingat tantangan yang dihadapi oleh generasi muda pada saat ini banyak pada bidang lapangan kerja, maka pendidikan wiraswasta mengarah untuk survival dan kemandirian seharusnya lebih ditonjolkan.

Sedikit perbedaan persepsi *entrepreneur* dan wiraswasta harus dipahami, terutama oleh para pengajar agar arah dan tujuan pendidikan yang diberikan tidak salah.

Jika yang diharapkan dari pendidikan yang diberikan adalah sosok atau individu yang lebih bermental baja atau dengan kata lain lebih memiliki kecerdasan emosional (EQ) dan kecerdasan advirsity (AQ) yang berperan untuk hidup (menghadapi tantangan hidup dan kehidupan) maka pendidikan wiraswasta yang lebih tepat.

Sebaliknya jika arah dan tujuan pendidikan adalah untuk menghasilkan sosok individu yang lebih lihai dalam bisnis atau uang, atau agar lebih memiliki kecerdasan

finansial (FQ) maka yang lebih tepat adalah pendidikan entrepreneur.

Karena kedua aspek itu sama pentingnya, maka pendidikan yang diberikan sekarang lebih cenderung kedua aspek itu dengan menggunakan kata entrepreneur. Persepsi entrepreneur kini mencakup baik aspek financial maupun personal, sosial, dan profesional.

BAB III

PROSES *ENTREPRENEURSHIP*

Proses entrepreneurship

Menurut (Parker, 2011) proses entrepreneurship diawali dengan adanya inovasi. Inovasi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari pribadi maupun di luar pribadi, seperti pendidikan, sosiologi, organisasi, kebudayaan dan lingkungan. Faktor-faktor tersebut membentuk "locus of control", kreativitas, keinovasian, implementasi, dan pertumbuhan yang kemudian berkembang menjadi entrepreneur yang besar.

Secara internal, keinovasian dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari individu, seperti *locus of control*, toleransi, nilai-nilai, pendidikan, pengalaman. Sedangkan faktor yang berasal dari lingkungan yang memengaruhi diantaranya model peran, aktivitas, dan peluang. Oleh karena itu, inovasi berkembang menjadi entrepreneurship melalui proses yang dipengaruhi lingkungan, organisasi, dan keluarga.

Untuk dapat mencapai tujuan yang diharapkan, maka setiap orang memerlukan ciri-ciri dan juga memiliki sifat-sifat dalam entrepreneurship. Ciri-ciri seorang

entrepreneur adalah: Percaya diri, berorientasikan tugas dan hasil, berani mengambil risiko, kepemimpinan, keorisinilan, berorientasi ke masa depan, dan jujur dan tekun.

Sifat-sifat seorang entrepreneur adalah:

- a. Memiliki sifat keyakinan, kemandirian, individualitas, optimisme.
- b. Selalu berusaha untuk berprestasi, berorientasi pada laba, memiliki ketekunan dan ketabahan, memiliki tekad yang kuat, suka bekerja keras, energik dan memiliki inisiatif.
- c. Memiliki kemampuan mengambil risiko dan suka pada tantangan.
- d. Bertingkah laku sebagai pemimpin, dapat bergaul dengan orang lain dan suka terhadap saran dan kritik yang membangun.
- e. Memiliki inovasi dan kreativitas tinggi, fleksibel, serba bisa dan memiliki jaringan bisnis yang luas.
- f. Memiliki persepsi dan cara pandang yang berorientasi pada masa depan.
- g. Memiliki keyakinan bahwa hidup itu sama dengan kerja keras.

Ciri dan Watak Interpreneurship;

- a. Percaya diri Keyakinan, ketidaktergantungan, individualistis, dan optimisme.
- b. Berorientasi pada tugas dan hasil Kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energetik dan inisiatif.
- c. Pengambilan resiko Kemampuan untuk mengambil resiko yang wajar dan suka tantangan
- d. Kepemimpinan Perilaku sebagai pemimpin, bergaul dengan orang lain, menanggapi saran-saran dan kritik.
- e. Keorisinilan Inovatif dan kreatif serta fleksibel
- f. Berorientasi ke masa depan Pandanga ke depan, perspektif Dalam konteks bisnis, seorang entrepreneur membuka usaha baru (*new ventures*) yang menyebabkan munculnya produk baru arau ide tentang penyelenggaraan jasa-jasa.

BAB IV

KARAKTERISTIK *ENTREPRENEURSHIP*

Terdapat beberapa karakteristik tipikal *entrepreneur* (Bae, Qian, Miao, & Fiet, 2014) antara lain: fokus pengendalian internal, tingkat energi tinggi, kebutuhan tinggi akan prestasi, toleransi terhadap ambiguitas, kepercayaan diri, dan berorientasi pada action. Sedangkan karakteristik *entrepreneur* menurut Masykur Winardi, antara lain: Keinginan untuk berprestasi, keinginan untuk bertanggung jawab, preferensi kepada resiko menengah, persepsi kepada kemungkinan berhasil, rangsangan untuk umpan balik, aktivitas energik, orientasi ke masa depan, ketrampilan dalam pengorganisasian, sikap terhadap uang.

Entrepreneur yang berhasil mempunyai standar prestasi (*n Ach*) tinggi. (Schaltegger & Wagner, 2011) menyatakan bahwa potensi entrepreneurship tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Kemampuan inovatif
- b. Toleransi terhadap kemenduaan (*ambiguity*)
- c. Keinginan untuk berprestasi
- d. Kemampuan perencanaan realistis
- e. Kepemimpinan berorientasi pada tujuan

- f. Obyektivitas
- g. Tanggung jawab pribadi
- h. Kemampuan beradaptasi (*Flexibility*)
- i. Kemampuan sebagai pengorganisasor dan administrator
- j. Tingkat komitmen tinggi (*survival*).

Jenis Entrepreneurship (Simpoh, 2011)

1. *Innovating Entrepreneurship*. Bereksperimentasi secara agresif, trampil mempraktekkan transformasi-transformasi atraktif
2. *Imitative Entrepreneurship*. Meniru inovasi yang berhasil dari para *Innovating Entrepreneur*
3. *Fabian Entrepreneurship*. Sikap yang teramat berhati-hati dan sikap skeptikal tetapi yang segera melaksanakan peniruan-peniruan menjadi jelas sekali, apabila mereka tidak melakukan hal tersebut, mereka akan kehilangan posisi relatif pada industri yang bersangkutan.
4. *Drone Entrepreneurship*. Drone = malas. Penolakan untuk memanfaatkan peluang-peluang untuk melaksanakan perubahan-perubahan dalam rumus produksi sekalipun hal tersebut akan

mengakibatkan mereka merugi diandingkan dengan produsen lain. Di banyak negara berkembang masih terdapat jenis entrepreneurship yang lain yang disebut sebagai *Parasitic Entrepreneurship*, dalam konteks ilmu ekonomi disebut sebagai *Rent-seekers* (pemburu rente) (Schaltegger & Wagner, 2011).

Proses Entrepreneurship.

Tahap-tahap Entrepreneurship Secara umum tahap-tahap melakukan entrepreneur:

- a. Tahap memulai, tahap di mana seseorang yang berniat untuk melakukan usaha mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan, diawali dengan melihat peluang usaha baru yang mungkin apakah membuka usaha baru, melakukan akuisisi, atau melakukan *franchising*. Juga memilih jenis usaha yang akan dilakukan apakah di bidang pertanian, industri / manufaktur / produksi atau jasa.
- b. Tahap melaksanakan usaha atau diringkas dengan tahap “jalan”, tahap ini seorang entrepreneur mengelola berbagai aspek yang terkait dengan usahanya, mencakup aspek-aspek: pembiayaan,

SDM, kepemilikan, organisasi, kepemimpinan yang meliputi bagaimana mengambil resiko dan mengambil keputusan, pemasaran, dan melakukan evaluasi.

- c. Mempertahankan usaha, tahap di mana entrepreneur berdasarkan hasil yang telah dicapai melakukan analisis perkembangan yang dicapai untuk ditindaklanjuti sesuai dengan kondisi yang dihadapi
 - d. Mengembangkan usaha, tahap di mana jika hasil yang diperoleh tergolong positif atau mengalami perkembangan atau dapat bertahan maka perluasan usaha menjadi salah satu pilihan yang mungkin diambil.
- b. Menurut (Miller, Grimes, McMullen, & Vogus, 2012), proses entrepreneurship diawali dengan adanya inovasi. Inovasi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari pribadi maupun di luar pribadi, seperti pendidikan, sosiologi, organisasi, kebudayaan dan lingkungan. Faktor-faktor tersebut membentuk locus of control, kreativitas, keinovasian, implementasi, dan pertumbuhan yang kemudian berkembang menjadi entrepreneur yang besar. Secara internal, keinovasian dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari individu, seperti locus of control,

toleransi, nilai-nilai, pendidikan, pengalaman. Sedangkan faktor yang berasal dari lingkungan yang mempengaruhi diantaranya model peran, aktivitas, dan peluang. Oleh karena itu, inovasi berkembang menjadi entrepreneurship melalui proses yang dipengaruhi lingkungan, organisasi dan keluarga (Martin, McNally, & Kay, 2013).

Secara ringkas, model proses entrepreneurship mencakup tahap-tahap berikut (Pacheco, York, Dean, & Sarasvathy, 2010): antara lain: proses inovasi, proses pemicu, proses pelaksanaan, dan proses pertumbuhan

Berdasarkan analisis pustaka terkait *entrepreneurship*, diketahui bahwa aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam melakukan *entrepreneur* adalah:

- a. Mencari peluang usaha baru: lama usaha dilakukan, dan jenis usaha yang pernah dilakukan.
- b. Pembiayaan: pendanaan – jumlah dan sumber-sumber dana.
- c. SDM: tenaga kerja yang dipergunakan.
- d. Kepemilikan: peran-peran dalam pelaksanaan usaha.
- e. organisasi: pembagian kerja diantara tenaga kerja yang dimiliki.

- f. Kepemimpinan: kejujuran, agama, tujuan jangka panjang, proses manajerial (POAC).
- g. Pemasaran: lokasi dan tempat usaha

Ciri-ciri entrepreneur yang berhasil (Veeraraghavan, 2009)

- a. Memiliki visi dan tujuan yang jelas. Hal ini berfungsi untuk menebak ke mana langkah dan arah yang dituju sehingga dapat diketahui langkah yang harus dilakukan oleh pengusaha tersebut
- b. Inisiatif dan selalu proaktif. Ini merupakan ciri mendasar di mana pengusaha tidak hanya menunggu sesuatu terjadi, tetapi terlebih dahulu memulai dan mencari peluang sebagai pelopor dalam berbagai kegiatan.
- c. Berorientasi pada prestasi. Pengusaha yang sukses selalu mengejar prestasi yang lebih baik daripada prestasi sebelumnya. Mutu produk, pelayanan yang diberikan, serta kepuasan pelanggan menjadi perhatian utama. Setiap waktu segala aktifitas usaha yang dijalankan selalu dievaluasi dan harus lebih baik dibanding sebelumnya.

- d. Berani mengambil risiko. Hal ini merupakan sifat yang harus dimiliki seorang pengusaha kapanpun dan dimanapun, baik dalam bentuk uang maupun waktu.
- e. Kerja keras. Jam kerja pengusaha tidak terbatas pada waktu, di mana ada peluang di situ dia datang. Kadang-kadang seorang pengusaha sulit untuk mengatur waktu kerjanya. Benaknya selalu memikirkan kemajuan usahanya. Ide-ide baru selalu mendorongnya untuk bekerja keras merealisasikannya. Tidak ada kata sulit dan tidak ada masalah yang tidak dapat diselesaikan.
- f. Bertanggungjawab terhadap segala aktifitas yang dijalankannya, baik sekarang maupun yang akan datang. Tanggungjawab seorang pengusaha tidak hanya pada segi material, tetapi juga moral kepada berbagai pihak.
- g. Komitmen pada berbagai pihak merupakan ciri yang harus dipegang teguh dan harus ditepati. Komitmen untuk melakukan sesuatu memang merupakan kewajiban untuk segera ditepati dan direalisasikan.

- h. Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak, baik yang berhubungan langsung dengan usaha yang dijalankan maupun tidak. Hubungan baik yang perlu dijalanakan, antara lain kepada: para pelanggan, pemerintah, pemasok, serta masyarakat luas.

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

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

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

- c. Selalu taat berdoa, yang merupakan penyerahan diri kepada Tuhan untuk meminta apa yang diinginkan dan menerima apapun hasil yang diperoleh. Dalam bahasa lain, dapat dikemukakan bahwa "manusia yang berusaha, tetapi Tuhan-lah yang menentukan !" dengan demikian berdoa merupakan salah satu terapi bagi pemeliharaan usaha untuk mencapai cita-cita.
- d. Kompetensi perlu dimiliki oleh entrepreneur seperti halnya profesi lain dalam kehidupan, kompetensi ini mendukungnya ke arah kesuksesan. Dan & Bradstreet business Credit Service (1993: 1) mengemukakan 10 kompetensi yang harus dimiliki, yaitu:
 - a. *Knowing your business*, yaitu mengetahui usaha apa yang akan dilakukan. Dengan kata lain, seorang entrepreneur harus mengetahui segala sesuatu yang ada hubungannya dengan usaha atau bisnis yang akan dilakukan.

- b. *Knowing the basic business management*, yaitu mengetahui dasar-dasar pengelolaan bisnis, misalnya cara merancang usaha, mengorganisasi dan mengenalkan perusahaan, termasuk
2. Dapat memperhitungkan, memprediksi, mengadministrasikan, dan membukukan kegiatan-kegiatan usaha. Mengetahui manajemen bisnis berarti memahami kiat, cara, proses dan pengelolaan semua sumberdaya perusahaan secara efektif dan efisien.
 3. *Having the proper attitude*, yaitu memiliki sikap yang sempurna terhadap usaha yang dilakukannya. Dia harus bersikap seperti pedagang, industriawan, pengusaha, eksekutif yang sungguh-sungguh dan tidak setengah hati.
 4. *Having adequate capital*, yaitu memiliki modal yang cukup. Modal tidak hanya bentuk materi tetapi juga rohani. Kepercayaan dan keteguhan hati merupakan modal utama dalam usaha. Oleh karena itu, harus cukup waktu, cukup uang, cukup tenaga, tempat dan mental.

5. *Managing finances effectively*, yaitu memiliki kemampuan / mengelola keuangan, secara efektif dan efisien, mencari sumber dana dan menggunakannya secara tepat, dan mengendalikannya secara akurat.
6. *Managing time efficiently*, yaitu kemampuan mengatur waktu seefisien mungkin. Mengatur, menghitung, dan menepati waktu sesuai dengan kebutuhannya.
7. *Managing people*, yaitu kemampuan merencanakan, mengatur, mengarahkan / memotivasi, dan mengendalikan orang-orang dalam menjalankan perusahaan.
8. *Satisfying customer by providing high quality product*, yaitu memberi kepuasan kepada pelanggan dengan cara menyediakan barang dan jasa yang bermutu, bermanfaat dan memuaskan.
9. *Knowing How to Compete*, yaitu mengetahui strategi / cara bersaing. Entrepreneur harus dapat mengungkap kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*), dirinya dan pesaing. Dia harus

menggunakan analisis SWOT sebaik terhadap dirinya dan terhadap pesaing.

10. *Copying with regulation and paper work*, yaitu membuat aturan / pedoman yang jelas tersurat, tidak tersirat. (Triton, 2007:137 – 139)

Delapan anak tangga menuju puncak karir berentrepreneur (Alma, 106 – 109), adalah.

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

BAB V

ISLAMIC ENTREPRENEURSHIP MODEL

Pada bagian ini diuraikan dua hasil kajian yaitu *islamic entrepreneurship model* dan kearifan lokal yang berdaya saing. *Enterpreneurship* dalam pandangan islam merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan kedalam masalah *mu'amalah*, yaitu masalah yang berkenaan hubungan yang bersifat horizontal antar manusia dan tetap akan di pertanggungjawabkan kelak di akhirat. Semangat *islamic entrepreneurship* terdapat dalam Al Qur'an. Diantaranya QS. Al-Mulk ayat 15, QS. Al-Jumuh ayat 10, dan QS. Hud ayat 61 (Kemenag, 2009). Salah satu kandungannya adalah manusia diperintahkan untuk memakmurkan bumi, dan membawanya ke arah yang lebih baik, serta diperintahkan untuk berusaha mencari rizki.

Semangat enterpreneurship terdapat dalam Al-Qur'an yang akan di uraikan sebagai berikut:

QS. Al-Jummuah 10 yang artinya "Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung".

QS. Al-Mulk: 15, yang artinya "Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka

berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”.

QS. Hud: 61, yang artinya “Dia telah menciptakan kamu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu dan kepada Tsamud (Kami utus) saudara mereka shaleh. Shaleh berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada bagimu Tuhan selain Dia. Dia telah menciptakan kamu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu pemakmurnya, karena itu mohonlah ampunan-Nya, kemudian bertobatlah kepada-Nya. Sesungguhnya Tuhanku amat dekat (rahmat-Nya) lagi memperkenankan (doa hamba-Nya)”.

QS. Al-Baqarah: 275 yang artinya “... Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.

Enterpreneurship telah dilakukan oleh baginda Nabi Muhammad SAW, sebelum menjadi rasul. Beliau telah memulai kegiatan berwirausaha sejak umur dari 12 tahun (Baladina, 2013). Beberapa sumber menyebutkan bahwa rasulullah memulai kegiatan bisnisnya dengan cara membeli barang dari suatu pasar kemudian menjualnya pada orang lain, dengan harapan mendapatkan keuntungan. Beliau bersama pamannya, beliau melakukan kegiatan wirausaha sampai ke Syiria. Kegiatan wirausaha beliau terus mengalami perkembangan hingga *Islamic Enterpreneurship Model (IEM)*

beliau melakukan perjalanan ke pusat bisnis Hbasyah, dan Jorash.

Kegiatan berwirausaha sangat dianjurkan dalam islam. Banyak ayat dan hadits menjelaskan bahwa umat islam perlu didorong untuk melakukan kegiatan berwirausaha. Misalnya dalam hadits yang artinya: “Perhatikan olehmu sekalian perdagangan, sesungguhnya di dunia perdagangan itu ada 9 dari 10 pintu rizki (HR. Ahmad). Kemudian Pernah Nabi ditanya Oleh para sahabat: ”pekerjaan apa yang paling baik ya Rasulullah?”, beliau menjawab “Seorang bekerja dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang bersih” (HR. Al Bazzar). Oleh karena itu, “...apabila shalat telah ditunaikan maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia (rizki) Allah” (QS. al-Jumu’ah: 10) (Kemenag, 2009).

Perjalanan bisnis Rosulullah selama bertahun-tahun memberikan hikmah tentang bagaimana unsur-unsur manajemen usaha Rosulullah SAW. Bahkan dalam aktifitas penggembalaan kambing yang dilakukan oleh Rosulullah terdapat nilai-nilai luhur yang terkandung yaitu: pendidikan rohani, latihan merasakan kasih sayang

kepada kaum lemah, serta kemampuan mengendalikan pekerjaan.

Hikmah dari kegiatan menggembala kambing terhadap unsur-unsur manajemen adalah sebagai berikut: (1) *Pathfinding* (mencari) mencari padang gembalaan yang subur, (2) *Directing* (mengarahkan) mencari padang gembalaan yang subur, (3) *Controlling* (mengawasi) kambing Agar tidak tersesat atau terpisah dari kelompok, (4) *Protecting* (melindungi) kambing gembalaan Dari hewan pemangsa dan pencuri, (5) *Reflecting* (perenungan) Alam, manusia dan Tuhan (Department of Industry, 2014).

(Kemenag, 2009) kredibilitas dan kapabilitas Nabi Muhammad SAW terdapat dalam empat karakter unggulnya, yaitu FAST (Fathonah, Amanah, Shiddiq dan Tabligh) ditambah faktor I, yaitu Istiqomah. Sifat Fathonah (cerdas) dalam diri Nabi Muhammad SAW dituliskan oleh Roziyah Sidik, seorang penulis asal Malaysia menyebutkan bahwa Rosulullah adalah seorang jenius dengan bukti kepakaran dalam hal: ahli politik, ahli strategi peran, ahli diplomasi, ahli hubungan antar kaum, ahli strategi, negarawan, pengambil keputusan, ahli perlembagaan,

ahli pembangunan SDM, ahli pembangunan masyarakat, ahli tata keluarga, dan ahli dakwah.

Sifat amanah (komitmen) tercermin dalam sikap Rosulullah yang senantiasa menggunakan akad, kesepakatan, atau perjanjian bisnis dengan sistem kesepakatan bersama. Seseorang dianggap melalaikan komitmen apabila tidak melaksanakan hal-hal yang telah disepakati bersama. Rosulullah SAW bersabda: “Allah Azza wa jalla berfirman: “Aku adalah pihak ketiga dari kedua belah pihak yang berserikat selama salah seorang dari keduanya tidak mengkhianati temannya. Jika salah satu dari keduanya telah mengkhianati temannya, aku terlepas dari keduanya” (HR Abu Dawud).

Sifat Shiddiq (benar dan jujur) dapat tercermin dari beberapa sikap Rosulullah. Rosulullah bersikap baik dan jujur kepada perusahaan atau pemegang saham. Terbukti setelah membantu bisnis pamannya, Rosulullah mampu mengelola bisnis Khadijah ra dengan baik. Rosulullah bersikap baik dan jujur kepada pegawai. Rosulullah pernah menasehati untuk membayar upah seorang pegawai sebelum keringatnya kering. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan tidak boleh menunda-

nunda hak seorang pegawai apabila perusahaan sedang tidak mengalami kesulitan untuk membayar gaji tersebut.

Sifat Tabligh (Komunikatif). Sifat Rosulullah untuk senantiasa bersikap tabligh sejalan dengan firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa ayat 9 yaitu: “ ... oleh karena itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah SWT dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar”. Terakhir adalah sifat Istiqomah (keteguhan hati yang konsisten). Rosulullah senantiasa istiqomah dalam menjalankan nilai-nilai bisnis Islam untuk dapat menjaga kepercayaan bisnis dari orang lain

Berdasarkan uraian diatas, dapat diidentifikasi beberapa *islamic entrepreneurship* yang dipandang memiliki kontribusi dalam berdaya saing sebagai berikut.

Tabel Karakteristik Islamic Entrepreneurship yang Berdaya Saing

No	Karakteristik	Deskripsi
1	Fathonah.	Seorang jenius dengan bukti kepakaran, seperti: ahli politik, ahli strategi peran, ahli diplomasi, ahli hubungan antar kaum, ahli strategi, negarawan, pengambil keputusan, ahli perlembagaan, ahli pembangunan SDM, ahli pembangunan masyarakat, ahli tata keluarga, dan ahli dakwah.

No	Karakteristik	Deskripsi
2	Amanah	Rosulullah yang senantiasa menggunakan akad, kesepakatan, atau perjanjian bisnis dengan sistem kesepakatan bersama.
3	Shiddiq	Rosulullah bersikap baik dan jujur kepada perusahaan atau pemegang saham. Terbukti setelah membantu bisnis pamannya, Rosulullah mampu mengelola bisnis Khadijah ra dengan baik. Rosulullah bersikap baik dan jujur kepada pegawai. Rosulullah pernah menasehati untuk membayar upah seorang pegawai sebelum keringatnya kering. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan tidak boleh menunda-nunda hak seorang pegawai apabila perusahaan sedang tidak mengalami kesulitan untuk membayar gaji tersebut.
5	Tabligh	Sifat Rosulullah untuk senantiasa bersikap tabligh, bertakwa kepada Allah SWT dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar”.
6	Istiqomah	Rosulullah senantiasa istiqomah dalam menjalankan nilai-nilai bisnis Islam untuk dapat menjaga kepercayaan bisnis dari orang lain.

No	Karakteristik	Deskripsi
7	Fathonah	Sifat Fathonah atau cerdas dalam diri Rasulullah SAW
8	Sifat amanah	Seseorang dianggap melalaikan komitmen apabila tidak melaksanakan hal-hal yang telah disepakati bersama. Rosulullah SAW bersabda: "Allah Azza wa jalla berfirman: "Aku adalah pihak ketiga dari kedua belah pihak yang berserikat selama salah seorang dari keduanya tidak mengkhianati temannya. Jika salah satu dari keduanya telah mengkhianati temannya, aku terlepas dari keduanya" (HR Abu Dawud).

Delapan karakter di atas, merupakan dasar-dasar bagi seorang wirausaha yang islami dan memiliki daya saing, serta benar-benar memperlihatkan kemampuannya, masyarakat merasakan keberadaan dirinya, atau produk yang dihasilkan oleh yang bersangkutan benar-benar berpengaruh terhadap konsumen. Karakter seperti di atas tidak dapat di buat-buat begitu saja, merupakan hasil proses, mendatangkan karismatik, terampil, professional serta mampu menyelesaikan masalah yang dia alami, dan yang di alami

orang lain. Sehingga keberadaanya benar-benar sangat diperlukan.

Salah satu contoh produk kearifan lokal yang memiliki nilai gizi yang tinggi pada produk olahan susu sapi/kerbau adalah dangke (R Malaka, Hatta, & Baco, 2017). Dangke merupakan makanan khas Sulawesi Selatan khususnya di Kabupaten Enrekang. Di samping nilai gizi yang tinggi, produk olahan susu ini disukai oleh masyarakat Kabupaten Enrekang, karena penduduknya tidak terbiasa mengkonsumsi susu segar. Dangke diproduksi secara tradisional dengan teknologi yang sederhana namun memiliki cita rasa dan aroma yang khas karena penggunaan bahan-bahan yang masih bersifat alami.

(Suryani & Niswah, 2015)Dangke telah dikenal sejak tahun 1905 dengan bahan baku susu segar yang berasal dari kerbau dan sapi. Seperti industri kecil lainnya, industri dangke kurang mendapat perhatian dalam pengembangannya sehingga produk ini kurang dikenal, padahal produk tersebut memiliki potensi yang besar untuk menjadi salah satu sumber protein hewani dalam rangka pemenuhan kebutuhan gizi masyarakat.

Produksi dangke mulai dikomersialkan sejak tahun 2001, dimana komitmen pengembangan industri peternakan sapi perah sudah dimulai sejak tahun 2001 melalui proyek *Crash Program* berupa bantuan sapi perah jenis *Sachiwal*, *Santa Gertrudis* dan *New Zealand*, namun proyek tersebut kurang berhasil, kemudian dimulai suatu program strategi yang berorientasi agribisnis dengan mengadopsi berbagai macam teknologi perekayasa sampai kepada teknologi penanganan pasca panen (Sabil, Malaka, & Maruddin, 2017).

(Ratmawati Malaka, 2017)Pemanfaatan teknologi Inseminasi Buatan (IB) mampu meningkatkan populasi menjadi 110 ekor. Peningkatan populasi dilakukan dengan menggunakan dana APBD Kabupaten Enrekang, pada tahun 2003 dengan jumlah 284 ekor sapi perah jenis *Fries Hollad*. Dengan serangkaian upaya pengembangan yang telah dilakukan hingga tahun 2009 populasi dapat ditingkatkan menjadi 1.508 ekor. Produksi susu mencapai 3.376 liter/hari yang equivalen dengan 2.000 biji dangke (2009) atau baru mensuplai 20% dari permintaan pasar. Dengan asumsi pertumbuhan ekonomi 64% maka konsumsi susu akan meningkat menjadi 10,75 liter per kapita/tahun. Kebutuhan susu Kabupaten Enrekang

menjadi 6.161.200 liter sekaligus ada kekurangan 4.928.960 liter dari produksi tahun 2009 sebesar 1.323.240 liter atau 80%. (Dinas Peternakan dan Perikanan, 2009).

Untuk itu peran pemerintah sangat dibutuhkan dalam memotivasi peternak agar lebih bergairah dengan menyiapkan fasilitas pendukung pengembangan sapi perah dan usaha peningkatan konsumsi susu untuk mencukupi kebutuhan gizi masyarakat serta promosi pemasaran dangke guna peningkatan pendapatan dan kesejahteraan petani.

Beberapa hal yang terkait IEM, diantaranya: sintak, sikap, factor-faktor yang perlu dihindari, dan peran entrepreneur dalam IEM. Lebih jelasnya diuraikan sebagai berikut:

Sintak

Sintak merupakan tahapan dalam melakukan aktivitas. Sintak dalam IEM meliputi: tahap memulai, tahap melaksanakan usaha, tahap mempertahankan usaha, dan tahap mengembangkan usaha. Lebih jelasnya diuraikan sebagai berikut:

Tahap I: Memulai

Tahap di mana seseorang yang berniat untuk melakukan usaha mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan, diawali dengan melihat peluang usaha baru yang mungkin apakah membuka usaha baru, melakukan akuisisi, atau melakukan "*franchising*". Tahap ini juga memilih jenis usaha yang akan dilakukan apakah di bidang pertanian, industri, atau jasa.

Tahap II: Melaksanakan Usaha

Dalam tahap ini seorang entrepreneur mengelola berbagai aspek yang terkait dengan usahanya, mencakup aspek-aspek: pembiayaan, SDM, kepemilikan, organisasi, kepemimpinan yang meliputi bagaimana mengambil risiko dan mengambil keputusan, pemasaran, dan melakukan evaluasi.

Tahap Mempertahankan Usaha

Tahap di mana entrepreneur berdasarkan hasil yang telah dicapai melakukan analisis perkembangan yang dicapai untuk ditindaklanjuti sesuai dengan kondisi yang dihadapi.

Tahap Mengembangkan Usaha

Tahap di mana jika hasil yang diperoleh tergolong positif atau mengalami perkembangan atau dapat

bertahan maka perluasan usaha menjadi salah satu pilihan yang mungkin diambil.

Sikap Entrepreneur dalam IEM

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

1. Disiplin

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

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

Kedisiplinan terhadap komitmen akan kualitas pekerjaan dapat dibina dengan ketaatan entrepreneur *Islamic Entrepreneurship Model (IEM)*

akan komitmen tersebut. Entrepreneur harus taat azas. Hal tersebut akan dapat tercapai jika entrepreneur memiliki kedisiplinan yang tinggi terhadap sistem kerja yang telah ditetapkan. Ketaatan entrepreneur akan kesepakatan-kesepakatan yang dibuatnya adalah contoh dari kedisiplinan akan kualitas pekerjaan dan sistem kerja.

2. Komitmen Tinggi

Komitmen adalah kesepakatan mengenai sesuatu hal yang dibuat oleh seseorang, baik terhadap dirinya sendiri maupun orang lain. Dalam melaksanakan kegiatannya, seorang entrepreneur harus memiliki komitmen yang jelas, terarah dan bersifat progresif (berorientasi pada kemajuan).

Komitmen terhadap dirinya sendiri dapat dibuat dengan identifikasi cita-cita, harapan dan target-target yang direncanakan dalam hidupnya. Sedangkan contoh komitmen entrepreneur terhadap orang lain terutama konsumennya adalah pelayanan prima yang berorientasi pada kepuasan konsumen, kualitas produk yang sesuai dengan harga produk yang ditawarkan, penyelesaian bagi masalah konsumen, dan sebagainya.

Seorang entrepreneurnya yang teguh menjaga komitmennya terhadap konsumen, akan memiliki nama

baik di mata konsumen yang akhirnya entrepreneur tersebut akan mendapatkan kepercayaan dari konsumen, dengan dampak pembelian terus meningkat sehingga pada akhirnya tercapai target perusahaan yaitu memperoleh laba yang diharapkan.

3. Jujur

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

4. Kreatif dan Inovatif

Untuk memenangkan persaingan, maka seorang entrepreneur 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 telah ada selama ini di pasar.

Gagasan-gagasan yang kreatif umumnya tidak dapat dibatasi oleh ruang, bentuk ataupun waktu. Justru seringkali ide-ide jenius yang memberikan terobosan-terobosan baru dalam dunia usaha awalnya adalah dilandasi oleh gagasan-gagasan kreatif yang kelihatannya mustahil.

5. Mandiri

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

6. Realistis

Seseorang dikatakan realistis bila orang tersebut mampu menggunakan fakta/realita sebagai landasan berpikir yang rasional dalam setiap pengambilan keputusan maupun tindakan/perbuatannya. Banyak seorang calon entrepreneur yang berpotensi tinggi, namun pada akhirnya mengalami kegagalan hanya

karena entrepreneur tersebut tidak realistis, obyektif dan rasional dalam pengambilan keputusan bisnisnya. Karena itu dibutuhkan kecerdasan dalam melakukan seleksi terhadap masukan-masukan/ sumbang saran yang ada keterkaitan erat dengan tingkat keberhasilan usaha yang sedang dirintis.

Faktor Kegagalan Dalam IEM

Menurut (Venkataraman, 2019) ada beberapa faktor yang menyebabkan entrepreneur gagal dalam menjalankan usaha barunya:

1. Tidak kompeten dalam manajerial. Tidak kompeten atau tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan mengelola usaha merupakan faktor penyebab utama yang membuat perusahaan kurang berhasil.
2. Kurang berpengalaman baik dalam kemampuan mengkoordinasikan, keterampilan mengelola sumber daya manusia, maupun kemampuan mengintegrasikan operasi perusahaan.
3. Kurang dapat mengendalikan keuangan. Agar perusahaan dapat berhasil dengan baik, faktor yang paling utama dalam keuangan adalah memelihara aliran kas. Mengatur pengeluaran dan penerimaan

secara cermat. Kekeliruan memelihara aliran kas menyebabkan operasional perusahaan dan mengakibatkan perusahaan tidak lancar.

4. Gagal dalam perencanaan. Perencanaan merupakan titik awal dari suatu kegiatan, sekali gagal dalam perencanaan maka akan mengalami kesulitan dalam pelaksanaan.
5. Lokasi yang kurang memadai. Lokasi usaha yang strategis merupakan faktor yang menentukan keberhasilan usaha. Lokasi yang tidak strategis dapat mengakibatkan perusahaan sukar beroperasi karena kurang efisien.
6. Kurangnya pengawasan peralatan. Pengawasan erat berhubungan dengan efisiensi dan efektivitas. Kurang pengawasan mengakibatkan penggunaan alat tidak efisien dan tidak efektif.
7. Sikap yang kurang sungguh-sungguh dalam berusaha. Sikap yang setengah-setengah terhadap usaha akan mengakibatkan usaha yang dilakukan menjadi labil dan gagal. Dengan sikap setengah hati, kemungkinan gagal menjadi besar.
8. Ketidakmampuan dalam melakukan peralihan/transisi entrepreneurship. Entrepreneur yang kurang siap

menghadapi dan melakukan perubahan, tidak akan menjadi entrepreneur yang berhasil. Keberhasilan dalam berentrepreneur hanya bisa diperoleh apabila berani mengadakan perubahan dan mampu membuat peralihan setiap waktu.

Peran Entrepreneur dalam IEM

Seorang entrepreneur berperan baik secara internal maupun eksternal. Secara internal seorang entrepreneur berperan dalam mengurangi tingkat kebergantungan terhadap orang lain, meningkatkan kepercayaan diri, serta meningkatkan daya beli pelakunya. Secara eksternal, seorang entrepreneur berperan dalam menyediakan lapangan kerja bagi para pencari kerja. Dengan terserapnya tenaga kerja oleh kesempatan kerja yang disediakan oleh seorang entrepreneur, tingkat pengangguran secara nasional menjadi berkurang.

Menurunnya tingkat pengangguran berdampak terhadap naiknya pendapatan perkapita dan daya beli masyarakat, serta tumbuhnya perekonomian secara nasional. Selain itu, berdampak pula terhadap

menurunnya tingkat kriminalitas yang biasanya ditimbulkan oleh karena tingginya pengangguran.

Seorang entrepreneur memiliki peran sangat besar dalam melakukan entrepreneur. Peran entrepreneur dalam perekonomian suatu negara adalah:

1. Menciptakan lapangan kerja
2. Mengurangi pengangguran
3. Meningkatkan pendapatan masyarakat
4. Mengombinasikan faktor–faktor produksi (alam, tenaga kerja, modal dan keahlian)
5. Meningkatkan produktivitas nasional

BAB VI

MATERI PELATIHAN IEM

Materi 1: Administrasi Keuangan Usaha

Pentingnya administrasi keuangan, antara lain: bisnis tidak akan maju, dapat menjadi pertanda awal kegagalan bisnis, laporan keuangan dapat diibaratkan sebagai *Speedometer*, dan intinya apa yang dilakukan harus dicatat dan apa yang dicatat akan dan dapat dilakukan kembali

Untuk membantu kelancaran usaha dan pengelolaan perusahaan khususnya dalam pencatatan dan pelaporan hasil kegiatan usaha. Tujuan antara lain: mendapatkan informasi atas kegiatan usaha, mendapatkan data yang akurat untuk pengambilan keputusan, menyusun program rencana pengembangan usaha, mengetahui kinerja usaha, memperlancar proses-proses antar bagian.

Kegunaan utama catatan administrasi, antara lain: digunakan sebagai alat bukti (catatannya), digunakan sebagai alat manajemen (laporannya), dibutuhkan sebagai penilaian (catatan, data dan laporannya)

Jenis Pencatatan dalam Administrasi

1. Pada bagian pembelian
surat menyurat, LC, Buku Pembelian, lap. Pembelian, bukti pengiriman barang dari pemasok, tanda terima barang, order pembelian, catatan transaksi pembelian dll.
2. Pada bagian proses produksi
Semua kegiatan proses produksi dan hasil produksi yang membutuhkan dukungan administrasi
3. Pada bagian pemasaran dan penjualan
Sistem Pencatatan Secara Kontinu: transaksi penjualan, pembelian, biaya, persediaan, produksi, hutang, setoran modal, dan deviden (pembagian keuntungan), dan administrasi pajak dan surat menyurat. Sistem pencatatan Secara Periodik: laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, neraca, dan laporan arus kas.

Transaksi dan Persamaan Akuntansi

1. Tidak semua peristiwa ekonomi yang mempengaruhi kesatuan usaha dicatat dalam suatu sistem akuntansi.
2. Transaksi usaha adalah suatu peristiwa ekonomi yang secara langsung mengubah posisi keuangan dan hasil usaha.

Definisi Aset, Kewajiban dan Ekuitas

1. Aset dulu disebut aktiva, adalah kekayaan atau sumber daya ekonomi yang dimiliki oleh suatu unit usaha yang memberi manfaat di masa akan datang.
2. Kewajiban adalah hak atau klaim dari para kreditor atas kekayaan unit usaha.
3. Ekuitas atau disebut juga dengan modal adalah hak atau klaim para pemilik atas kekayaan usaha.

Persamaan Akuntansi

Hubungan antara kekayaan dan hak atau klaim atas kekayaan dan hak atau klaim atas kekayaan tersebut dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan yang persamaan akuntansi yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Aset} = \text{Kewajiban} + \text{Ekuitas}$$

Ekuitas merupakan jumlah aset yang tetap ada setelah kewajiban perusahaan dilunasi atau dikurangkan dari aset. Persamaan akuntansinya sebagai berikut:

$$\text{Aset} - \text{Kewajiban} = \text{Ekuitas}$$

Rincian Transaksi Usaha Salon

1. Nona menyetor modal sebesar Rp. 7.500.000.
2. Salon Nona membeli tunai sebidang tanah seharga Rp. 5.000.000.
3. Membeli perlengkapan secara kredit Rp. 750.000.
4. Menerima tunai pendapatan jasa salon sebanyak Rp. 3.750.000.
5. Membayar beban gaji Rp. 1.062.500, sewa Rp. 400.000, listrik dan telepon Rp. 225.000, dan Rupa-rupa Rp. 137.500.
6. Membayar utang Rp. 475.000.
7. Jumlah perlengkapan yang tersisa pada akhir bulan Rp. 275.000.

Gambar: contoh transaksi dan persamaan akuntansi

Nota mengambil uang untuk urusan pribadi Rp.

1.000.000

B. Pengaruh Transaksi atas Persamaan Akuntansi						
	Aset			=	Kewajiban	+ Ekuitas
	Kas	+ Perlengkapan	+ Tanah	=	Utang Dagai	+ Modal
1	7.500.000	-	-	=	-	+ 7.500.000
Saldo	7.500.000			=		+ 7.500.000
2	(5.000.000)	-	5.000.000	=	-	+ -
Saldo	2.500.000		5.000.000	=		+ 7.500.000
3	-	675,000	-	=	675,000	+ -
Saldo	2.500.000	675,000	5.000.000	=	675,000	+ 7.500.000
4	3.750.000	-	-	=	-	+ 3.750.000
Saldo	6.250.000	675,000	5.000.000	=	675,000	+ 11.250.000
5	(1.825.000)	-	-	=	-	+ (1.062.500)
						+ (400.000)
						+ (225.000)
						+ (137.500)
Saldo	4.425.000	675,000	5.000.000	=	675,000	+ 9.425.000
6	(475.000)	-	-	=	(475.000)	+ -
Saldo	3.950.000	675,000	5.000.000	=	200,000	+ 9.425.000
7	-	(400.000)	-	=	-	+ (400.000)
Saldo	3.950.000	275,000	5.000.000	=	200,000	+ 9.025.000
8	(1.000.000)	-	-	=	-	+ (1.000.000)
Saldo	2.950.000	275,000	5.000.000	=	200,000	+ 8.025.000

"SALON NONA"							
Neraca							
31 Januari 2011							
Aset					Kewajiban		
Kas		Rp. 2.950.000	(C)		Utang	Rp. 200,000	
Perlengkapan		275,000					
Tanah		5.000.000					
					Ekuitas		
					Modal Nona	Rp. 8.025.000	(B)
Total Aset					Total Kewajiban		
		Rp. 8.225.000			dan Ekuitas	Rp. 8.225.000	

"SALON NONA"							
Laporan Arus Kas							
Untuk Bulan Berakhir 31 Januari 2011							
Arus kas dari aktivitas operasi :							
	Penerimaan kas dari pelanggan					Rp. 3.750.000	
	Pembayaran Kas untuk kreditor dan karyawan					(2.300.000)	
	Arus Kas Bersih dari aktivitas operasi					Rp. 1.450.000	
Arus Kas dari aktivitas investasi :							
	Tanah					(5.000.000)	
Arus Kas dari aktivitas Pendanaan :							
	Investasi Pemilik			Rp. 7.500.000			
	Pengambilan oleh Pemilik			(1.000.000)			
	Arus Kas dari Aktivitas Pendanaan					Rp. 6.500.000	
	Kenaikan Bersih dalam Kas					Rp. 2.950.000	
	Saldo Kas 1 Januari 2011					0	
	Saldo Kas 31 Januari 2011					Rp. 2.950.000 (C)	

Materi II: Kiat dalam Pelaksanaan Pemasaran

Kewirausahaan adalah usaha untuk menciptakan nilai melalui pengenalan kesempatan bisnis, manajemen pengambilan resiko yang tepat dan melalui keterampilan komunikasi dan manajemen untuk mobilisasi manusia, uang dan bahan baku atau sumber daya lain yang diperlukan sehingga menghasilkan bisnis yang terlaksana dengan baik

Istilah wirausaha sebagai padanan entrepreneur dapat dipahami dengan mengurai istilah tersebut menjadi sebagai berikut:

Wira = Utama, gagah, luhur, berani, teladan dan pejuang

Swa = Sendiri

Sta = Berdiri

Swasta = berdiri di atas kaki sendiri, atau dengan kata lain berdiri di atas kemauan dan atau kemampuan sendiri.

Bisnis = usaha untuk memenuhi kebutuhan manusia.

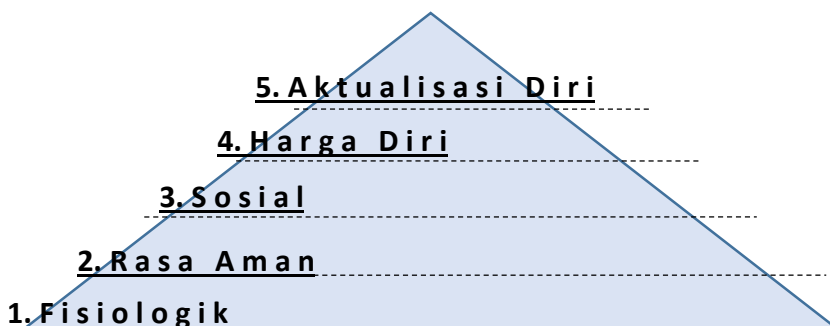
Pemasaran berangkat dari sebuah pemahaman akan produk dan jasa yang akan dipasarkan. Pemasaran

adalah suatu proses social dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Definisi pemasaran ini berstandar pada konsep inti, antara lain: kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*) dan permintaan (*demands*); 2) produk (barang, jasa dan gagasan); 3) nilai, biaya dan kepuasan; 4) pertukaran dan transaksi; 5) hubungan dan jaringan; 6) pasar; serta 7) pemasar dan prospek.



Kebutuhan, Keinginan & Permintaan, antara lain: kebutuhan manusia (Human Needs): kebutuhan dasar seperti pangan (Makanan), sandang (Pakaian) dan papan (Rumah), dst. Hal tersebut dapat digambarkan dalam teori Abraham Maslow tentang Hierarki Kebutuhan manusia



Hierarki Kebutuhan Manusia

1. Kebutuhan Fisiologik yakni kebutuhan dasar seperti; makanan, pakaian dan perumahan.
2. Kebutuhan Rasa Aman yakni kebutuhan untuk menghindari keadaan yang kurang aman. Seperti; sepatu, helm, pintu dan obat
3. Kebutuhan Sosial yakni kebutuhan kemasyarakatan, misalnya usaha dibidang pendidikan
4. Kebutuhan harga diri yakni kebutuhan untuk mampu memiliki melebihi orang lain

5. Kebutuhan Aktualisasi diri adalah kebutuhan untuk menunjukkan jati diri, mampu kompetisi dengan orang lain

Keinginan (*wants*) merupakan hasrat-hasrat akan pemuas kebutuhan yang spesifik. Sedangkan permintaan (*Demands*) merupakan keinginan akan produk spesifik yang didukung oleh kemampuan dan karena tidak memiliki.

1. Produk (Barang, Jasa dan Gagasan)

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan/keinginan. Terdapat 3 jenis produk, yakni: (1) fisik/barang, seperti: makanan, minuman, televise. (2) Jasa seperti: pengiriman, pemasaran pelatihan, dsb. Dan (3) gagasan, seperti: menghemat waktu, kebutuhan.

2. Nilai, Biaya dan Kepuasan

Nilai merupakan kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Pertambahan nilai produk antara lain: menambah jumlah, menurunkan harga, meningkatkan pelayanan. Sedangkan biaya merupakan beban yang dikeluarkan memproduksi, dan kepuasan adalah terpenuhinya harapan

3. Pertukaran dan Transaksi

Pertukaran merupakan sumber sebagai imbalan atas suatu barang yang dimiliki. Sedangkan transaksi adalah perdagangan nilai-nilai antara dua pihak atau lebih.

4. Hubungan dan Jaringan

Hubungan dan jaringan adalah praktek membangun hubungan jangka panjang yang memuaskan.

5. Pasar

Pasar adalah tempat dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk mempertukarkan barang-barang mereka. Misalnya alun-alun desa

6. Pemasar & Calon Pembeli

Pemasar/Penjual: orang yang mencari satu atau lebih calon pembeli yang akan terlibat dalam pertukaran nilai. Sedangkan pembeli adalah seseorang yang diidentifikasi oleh pemasar sebagai orang yang mampu terlibat dalam pertukaran nilai.

7. Faktor Pemasaran

Faktor dalam (internal), seperti: kebutuhan, keinginan serta kemampuan konsumsi. Sedangkan faktor luar (eksternal), seperti: politik, sosial budaya, teknologi, ekonomi dan persaingan

8. Riset Pemasaran

Riset pemasaran, antara lain: mempelajari situasi, memilih metode-metode riset, mengumpulkan data, dan menggunakan data

9. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Bauran pemasaran, antara lain: kebijakan produk, menetapkan harga, melakukan promosi, mendistribusikan produk

10. Segmentasi pasar

Segmentasi pasar adalah sebuah proses pemilihan pasar menjadi sekumpulan konsumen yang memiliki kebutuhan dan keinginan yang sama. Adapun dimensi yang dapat digunakan sebagai dasar segmentasi pasar adalah:

Geografis: Daerah; Parepare, Pinrang, Sidrap dan sebagainya. Daerah administrasi; Kota, desa, kelurahan, dsb.

Demografis: umur, jenis kelamin, jumlah anggota keluarga, siklus kehidupan keluarga; anak-anak, remaja, belum menikah, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, dsb.

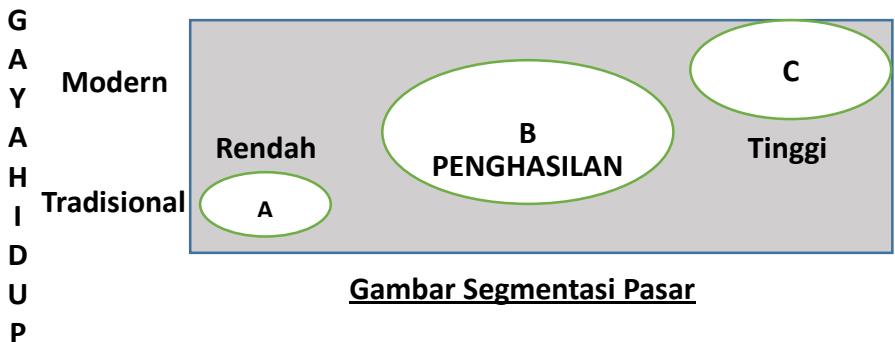
Gaya hidup (life style): Modern, tradisional, kuno, profesional, dsb.

Status Sosial: tokoh masyarakat, pendidik, golongan ekonomi tinggi, menengah, rendah dan sebagainya.

Manfaat yang didambakan; obat rambut, pemutih gigi, dan sebagainya

Pola konsumsi: Pecandu/penggemar, pemborong

Segmentasi pasar dimulai dari pemikiran bahwa manusia itu berbeda-beda (heterogen), akan tetapi dapat digolong-golongkan pada beberapa bagian/pangsa/segmen yang memiliki sifat-sifat yang serupa (homogen). Setiap segmen memiliki dimensi sendiri yang berbeda-beda dengan segmen yang lain. Keadaan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Materi III: Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran

Manajer Produk sekarang merancang strategi pemasaran umum atau “rencana permainan” yang akan ia gunakan untuk mencapai tujuan rencana.

Tabel: Bentuk-bentuk Penyajian Strategi Pemasaran

Pasar sasaran	: sistem stereo modular dengan suara terbaik dan paling handal.
Penentuan posisi	: rumah tangga kelas atas, dengan tekanan khusus pada pembeli wanita
Lini Produk	Menambah satu model dengan harga yang lebih murah dan dua model yang lebih mahal
Harga	Harga yang lebih tinggi dari merek pesaing
Outlet Distribusi	memusatkan perhatian pada toko radio/TV dan toko-toko perlatan, meningkatkan usaha menembus TOSERBA
Tenaga Penjualan	ditingkatkan sebesar 10% dan memperkenalkan sebuah sistem manajemen penjualan nasional
Pelayanan	Pelayanan yang tersedia luas dan cepat
Iklan	Mengembangkan kampanye iklan baru yang mendukung strategi penentuan posisi; menekankan unit yang

	berharga lebih mahal; meningkatkan anggaran iklan sebesar 20%.
Promosi Penjualan	Meningkatkan anggaran promosi penjualan sebesar 15% untuk mengembangkan pajangan penjualan meningkatkan partisipasi dalam pameran perdagangan
Penelitian & Pengembangan	meningkatkan pengeluaran sebesar 25% untuk menciptakan “style” lini Allegro yang lebih baik
Riset Pemasaran	Meningkatkan pengeluaran sebesar 10% untuk meningkatkan pemahaman mengenai proses pemilihan konsumen dan untuk memonitor tindakan pesaing

Wiraswasta berasal dari bahasa Sansekerta, terdiri dari tiga suku kata: “wira“, “swa“, dan “sta“. *Wira* berarti manusia unggul, teladan, tangguh, berbudi luhur, berjiwa besar, berani, pahlawan, pionir, pendekar/pejuang kemajuan, memiliki keagungan watak. *Swa* berarti sendiri, dan *Sta* berarti berdiri.

Wiraswasta identik Wirausaha. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1994). Wiraswasta berarti sifat-sifat keberanian, keutamaan, dan keteladanan dalam mengambil resiko yang bersumber pada kemampuan sendiri. Mengartikan wiraswasta dengan wirausaha, yaitu: “Orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi *Islamic Entrepreneurship Model (IEM)*

untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur pemodalannya“.

Kewirausahaan

Wirausaha dari segi etimologi berasal dari kata wira dan usaha. Wira, berarti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani dan berwatak agung. Usaha, berarti perbuatan amal, berbuat sesuatu. Wirausahawan menurut Joseph Schumpeter (1934) adalah seorang inovator yang mengimplementasikan perubahan-perubahan di dalam pasar melalui kombinasi-kombinasi baru.

Kombinasi baru tersebut bisa dalam bentuk: (1) memperkenalkan produk baru, (2) memperkenalkan metode produksi baru, (3) membuka pasar yang baru (*new market*), (4) memperoleh sumber pasokan baru dari bahan atau komponen baru, (5) menjalankan organisasi baru pada suatu tempat/industri.

Beberapa arti kewirausahaan , antara lain: Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, serta menerapkan cara kerja, teknologi dan

produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar. (Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995).

Kewirausahaan adalah suatu kemampuan (*ability*) dalam berfikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak tujuan, siasat kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup. (Soeparman Spemahamidjaja, 1977).

Kewirausahaan adalah suatu sifat keberanian, keutamaan dalam keteladanan dalam mengambil resiko yang bersumber pada kemampuan sendiri. (S..Wijandi, 1988).

Kewirausahaan didefinisikan sebagai bekerja sendiri (*self-employment*). (Richard Cantillon, 1973). Akar Keberhasilan PENGUSAHA, meliputi: Kemauan yang keras, perjuangan yang tidak mengenal lelah, kesediaan menghadapi berbagai kemungkinan, menggunakan proses pikir positif, dapat menjauhi proses pikir negative, supel dalam bergaul, yakin akan pekerjaan yang dilakukannya.

Sedangkan dasar menjadi Pengusaha, antara lain; berani, pendidikan/pengalaman, turunan, finansial. Selanjutnya keterampilan dalam membangun kemitraan, antara lain; terampil, dan mitra (bisnis).

Kata-kata Bijak Untuk Meraih Kesuksesan

1. Hal paling urgen yang dibutuhkan untuk mengubah manusia adalah mengubah pola pikirnya (Abraham Maslow)
2. Orang yang tidak mampu mengubah pola pikirnya, maka dia tidak akan mampu mengubah sesuatu apapun (Filsuf George Bernard shaw)
3. Orang-orang yang sukses adalah orang-orang yang dapat memenej waktunya dengan baik
4. "Hari ini aku melihat bahwa diriku masih menjadi orang yang paling sedikit dalam berfikir dari apa yang ingin kupikirkan.
5. Dan hari ini aku melihat bahwa diriku masih sedikit berjalan dari apa yang harus kutempuh.
6. Juga aku melihat bahwa diriku sangat sedikit membaca buku dari buku yang ingin kubaca.
7. Serta aku melihat bahwa diriku masih sedikit bersilaturahmi ke teman-teman yang ingin kujumpai. (John George)

Hal paling urgen yang dibutuhkan untuk mengubah manusia adalah mengubah pola pikirnya (Abraham Maslow). Orang yang tidak mampu mengubah pola pikirnya, maka dia tidak akan mampu mengubah sesuatu apapun (Filsuf George Bernard shaw). Orang-orang yang sukses adalah orang-orang yang dapat memenej waktunya dengan baik “Hari ini aku melihat bahwa diriku masih menjadi orang yang paling sedikit dalam berfikir dari apa yang ingin kupikirkan. Dan hari ini aku melihat bahwa diriku masih sedikit berjalan dari apa yang harus kutempuh.

Juga aku melihat bahwa diriku sangat sedikit membaca buku dari buku yang ingin kubaca.

Serta aku melihat bahwa diriku masih sedikit bersilaturahmi ke teman-teman yang ingin kujumpai.
(John George)

1. Persahabatan membutuhkan keahlian supaya anda dapat menjaganya dengan baik (Muhammad Mustajab).
2. “Jika kamu menginginkan orang lain setuju dengan ide-idemu, maka hangatkanlah mereka dengan sikap lemah lembutmu”

3. “Kalian tidak akan menundukkan hati orang lain dengan harta, akan tetapi, kalian akan bisa menundukkannya dengan keramahan dan akhlak yang baik” (Sabda Rasulullah SAW)

Materi IV: Perbankan konvensional dan Perbankan Syariah

Bank merupakan lembaga keuangan yang menurut UU No. 10 Tahun 1998 adalah “Badan Usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan ke masyarakat dalam bentuk kredit dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak

- a. Pinjaman atau kredit yang dilakukan oleh Bank diartikan sebagai penyaluran dana ke masyarakat.
- b. Unsur kredit atau pembiayaan



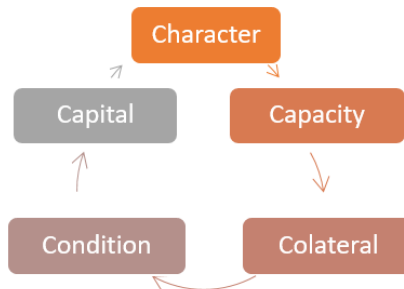
Bank harus yakin dan percaya bahwa nasabah pasti akan menegembalikan kredit yang diberikan dalam jumlah dan waktu yang disepakati

- a. Jangka waktu, waktu pengembalian pinjaman
- b. Kesepakatan, sebelum kredit dikururkan terlebih dahulu diawali dengan perjanjian kredit yang memuat hak dan kewajiban
- c. Resiko, kredit yang disalurkan memiliki resiko yang disebut kegagalan bayar oleh debitur.

- d. Balas jasa
- e. Nasabah wajib membayar jasa atas penggunaan dana yang diberikan oleh bank yang disebut bunga pinjaman

Definisi Kredit Segmen Micro

- a. Kredit Segmen Micro adalah kredit-kredit untuk tujuan bisnis/usaha yang bersifat produktif maupun konsumtif yang diberikan kepada usaha perorangan maupun badan usaha
- b. Aspek Perkreditan dikenal dengan istilah 5C



SYARAT-SYARAT PENGAJUAN KREDIT:

1. Umur debitur diatas 21 tahun atau sudah menikah dan maksimal 60 tahun
2. Telah memiliki usaha
3. Minimal usaha sudah berjalan 2 tahun
4. Usaha tidak melanggar hukum dan norma-norma

5. Tidak masuk dalam daftar hitam BI
6. DSR 35%

SYARAT-SYARAT PERMOHONAN:

1. Photo Copy KTP Suami - Istri
2. Photo Copy Kartu Keluarga
3. Photo Copy Surat Nikah / Cerai / Ket. Blm Nikah
4. Pas Photo ukuran 4 x 6 cm=2 Lembar (Suami & Istri)
5. Surat Keterangan Usaha (limit dibawah Rp. 50 Juta)
6. NPWP (limit diatas Rp. 50 Juta)
7. Foto copy Jaminan SHM/SHGB/Akta Jual Beli/+ PBB BPKB Mobil , BPKB Motor, BATASAN KREDIT SEGMENT MICRO (SESUAI SPK MICRO 2007)

Batasan berdasarkan limit kredit

- a. Perorangan atau badan usaha dengan GAS sampai dengan Rp. 5 Miliar dan limit sampai dengan Rp. 200 Juta
- b. Perorangan untuk tujuan produktif atau konsumtif dengan limit sampai dengan Rp. 200 Juta

Budaya Kredit (Contd) (Sesuai SPK Micro 2007)

1. Kredit diputus secara *Four Eye Principle*.
2. Memonitor secara intensif dan berkesinambungan atas kredit yang diberikan.

3. Proaktif dan segera menindaklanjuti atas signal-signal risiko yang terjadi.
4. Melakukan *check* dan *balance / dual control* pada setiap proses yang dilaksanakan.
5. Memberikan pelayanan kepada debitur secara profesional dan proporsional.

Proses Pemberian Kredit (Sesuai KPBM)

Menguraikan mengenai target market, analisa dan persetujuan kredit, SPPK, PK, konsep hubungan dengan pemohonan kredit, kebijakan agunan kredit, pencairan kredit dan kebijakan khusus.

Langkah-langkah Umum Proses Kredit

1. Permohonan kredit secara tertulis
2. Pengumpulan data dan informasi (calon) debitur dan analisa awal
3. Investigasi kredit dan pengurus/pemilik melalui bank checking, trade checking serta verifikasi dan penilaian agunan

Contoh perhitung

PENJUALAN PERHARI (REAL)					
Ramai	5.000.000,00	terdapat bukti penjualan	YA	PORSENTASE LABA USAHA	50,00%
Sepi	1.500.000,00	keyakinan atas pendapatan	60%	NO	
Normal	3.250.000,00			Item Barang	Harga Beli
				1	45.000,00
Hari penjualan/bln	20			2	150.000,00
penjualan perbulan	65.000.000,00			3	11.000,00
				4	45.000,00
				5	90.000,00
					150.000,00
PENJUALAN versi LOS	PERHARI	PERBULAN		Rata-rata Profit Margin	341.000,00
Sepi	1.500.000,00	30.000.000,00			535.000,00
Ramai	5.000.000,00	100.000.000,00			
Normal	3.250.000,00	65.000.000,00			
Hari Penjualan/bln	20			RUGI/LABA versi LOS	perbulan
penjualan perbulan	65.000.000,00			Penjualan	624.000.000,00
				HPP	26.416.000,00
				Laba Kotor	597.584.000,00
				Biaya2	39.000.000,00
				Laba Bersih	268.008.000,00
TRANSAKSI HARIAN	PENJUALAN	PEMBELIAN		PENDAPATAN SPOSE	22.334.000,00
				Kemampuan Bayar	22.334.000,00
				PERMOHONAN KREDIT	
1	1.500.000,00			Limit Kredit	100.000,00
2	2.925.000,00			Jangka Waktu	36,00
3	3.087.500,00			Suku Bunga	1,75%
4	3.250.000,00			Angsuran perbulan	4.527,78
5	3.412.500,00			Angsuran bank lain	0,02%
6	3.575.000,00				
7	5.000.000,00				
Rata-rata	3.250.000,00			DSR JOIN INCOME	0,02%
Frekuensi	20			Accept	
perbulan	65.000.000,00				
Penjualan/bln dilaksep	52.000.000,00				
BIAYA-BIAYA					
Biaya listrik	100.000,00				
Biaya Air					
Telepon					
Transportasi					

KREDIT USAHA MIKRO



Layanan Kredit Usaha Mandiri Mikro

Melalui kredit dengan limit s/d Rp. 100 juta,

LIMIT KREDIT	JANGKA WAKTU DAN JUMLAH ANGSURAN				
	12 bln	18	24	30	36
5.000.000	497.916,67	359.027,78			
10.000.000	995.833,33	718.055,56	579.166,67		
15.000.000	1.493.750,00	1.077.083,33	868.750,00		
20.000.000	1.991.666,67	1.436.111,11	1.158.333,33		
25.000.000	2.489.583,33	1.795.138,89	1.447.916,67	1.239.583,33	1.100.694,44
30.000.000	2.987.500,00	2.154.166,67	1.737.500,00	1.487.500,00	1.320.833,33
35.000.000	3.485.416,67	2.513.194,44	2.027.083,33	1.735.416,67	1.540.972,22
40.000.000	3.909.333,33	2.798.222,22	2.242.666,67	1.909.333,33	1.687.111,11
45.000.000	4.398.000,00	3.148.000,00	2.523.000,00	2.148.000,00	1.898.000,00
50.000.000	4.886.666,67	3.497.777,78	2.803.333,33	2.386.666,67	2.108.888,89
55.000.000	5.375.333,33	3.847.555,56	3.083.666,67	2.625.333,33	2.319.777,78
60.000.000	5.864.000,00	4.197.333,33	3.364.000,00	2.864.000,00	2.530.666,67
65.000.000	6.352.666,67	4.547.111,11	3.644.333,33	3.102.666,67	2.741.555,56
70.000.000	6.841.333,33	4.896.888,89	3.924.666,67	3.341.333,33	2.952.444,44
75.000.000	7.187.500,00	5.104.166,67	4.062.500,00	3.437.500,00	3.020.833,33
80.000.000	7.666.666,67	5.444.444,44	4.333.333,33	3.666.666,67	3.222.222,22
85.000.000	8.145.833,33	5.784.722,22	4.604.166,67	3.895.833,33	3.423.611,11
90.000.000	8.625.000,00	6.125.000,00	4.875.000,00	4.125.000,00	3.625.000,00
95.000.000	9.104.166,67	6.465.277,78	5.145.833,33	4.354.166,67	3.826.388,89

Materi V: Manajemen wirausaha untuk meningkatkan Pemahaman manajemen, organisasi, dan produksi

Di negara2 maju seperti Amerika bidang kewirausahaan (*enterpreneurship*) menjadi salah satu profesi yg paling banyak diminati oleh generasi muda. Mereka bangga di sbt sbg wirausahawan, krn profesi ini sangat dihargai dan mendapatkan tempat serta kedudukan yg terhormat di tengah masyarakat. Di Indonesia , apresiasi thd bidang kewirausahaan msh sangat rendah, belum menjadi pilihan utama bagi generasi muda.

Umumnya mereka bercita2 menjadi pegawai negeri atau pegawai kantor. Umumnya masyarakat msh memandang rendah profesi wirausaha. Mereka malu bahkan tdk sedikit menyembunyikan jati dirinya sbg wirausahawan. Menjadi wirausahawan merupakan pilihan terakhir, daripada nganggur alias tdk bekerja. Tidak mengherankan bila jumlah pengangguran di Indonesia terus meningkat, padahal peluang usaha di bidang kewirausahaan sangat terbuka lebar. Tahun 1997, bidang kewirausahaan mulai dilirik, setelah jutaan orang

mengganggu akibat terkena PHK dan ribuan pengusaha gulung tikar.

Saat ini jutaan orang banting stir dan berlomba2 terjun menjadi wirausahaan. Namun krn minimnya pengetahuan dan keterampilan tentang seluk beluk kewirausahaan, akibatnya banyak yg gagal di tengah jalan.

A. Hakekat Kewirausahaan

Setiap orang telah dianugerahi Allah SWT dg akal budi yg sempurna, shg memiliki potensi yg sama untuk meraih sukses. Pakar Motivator Indonesia Adre Wongso mengatakan “sukses is hak setiap orang”. Untuk dpt meraih sukses manusia hrs bekerja. Salah satu bidang pekerjaan yg bisa menghantar untuk meraih sukses is bidang kewirausahaan.

Menurut Dr. Suryono; kewirausahaan is kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Ada dua kata kunci yaitu “Kreativitas dan Inovasi”. Kreativitas yg dimaksud is kemampuan mengembangkan ide dan cara2 baru dlm memecahkan masalah dan menemukan peluang.

Inovasi is kemampuan menerapkan kreativitas dlm rangka memecahkan masalah dan menemukan peluang. Selain kreativitas dan inovasi, msh banyak factor pendukung kunci sukses berwirausaha.

Geoffrey G. Meredith, mengungkapkan setidaknya ada 6 karakteristik dan watak yg hrs dimiliki seorg wirausahawan tangguh:

1. Percaya diri dan optimis, memiliki kepercayaan diri yg kuat, ketidaktergantungan thd org lain, individualistik.
2. Berorientasi pada tugas dan hasil.
3. Berani mengambil resiko yang wajar dan menyukai tantangan.
4. Memiliki jiwa kepemimpinan, mudah beradaptasi dan terbuka thd saran dan kritik orang lain.
5. Keorisinalan, inovatif, kreatif dan fleksibel
6. Berorientasi masa depan, yaitu memiliki visi dan perspektif thd masa depan.

Secara garis besar modal kewirausahaan dpt dibagi dalam 4 jenis:

1. Modal Intellectual, dpt diwujudkan dlm bentuk ide2 sbg modal utama yg disertai dg pengetahuan (*knowledge*), kemampuan (*capability*),

- keterampilan (*skill*), komitmen (*commitment*), tanggung jawab (*authority*).
2. Modal sosial dan Moral, diwujudkan dlm bentuk kejujuran dan kepercayaan shg terbentuk citra diri yg positif.
 3. Seorang wirausaha yg baik biasanya memiliki 10 etika wirausaha sbb: Kejujuran, memiliki integritas, menepati janji, kesetiaan, kewajaran, suka membantu orang lain, menghormati orang lain, warganegara yg baik dan taat hukum, mengejar keunggulan dan bertanggung jawab.
 4. Modal mental, is kesiapan mental berdasarkan landasan agama (spiritual), diwujudkan dlm bentuk keberanian untuk menghadapi risiko dan tantangan yg dilandasi keimanan dan ketaqwaan kpd Allah SWT.
 5. Modal Material is modal dlm bentuk uang atau barang.

B. Menjadi Kaya Ala Nabi

Pernahkah Nabi Muhammad itu Miskin? Pernah, tapi hanya sebentar. Lebih lama kaya dp miskin Diantara Empat sahabat terdekat nabi, hanya Ali Bin Abu Thalib yg

tidak kaya ; Umar Bin Khattab dan Usman bin Affan mewariskan Properti Trilyunan rupiah Diantara 10 sahabat yang dijamin masuk surga, ternyata semuanya kaya, AbdulRahman Bin Auf, sering bersedekah, namun mewariskan harta trilyunan rupiah. Istri Kesayangan Nabi, Siti khadijah sangat kaya.

Islam masuk Indonesia dibawah para pedagang, mereka orang kaya Pendiri NU dan Muhammadiyah adalah org kaya Jadi, kalau mau teladani Nabi, para sahabat, pendiri NU & Muhammadiyah, maka pastikan anda kaya. Jangan biarkan dirinya jadi orang miskin?

C. Alasan Menjadi Kaya

Allah tidak pernah memberikan Kemiskinan, tapi Allah hanya memberikan kekayaan atau kecukupan Segala kebaikan berasal dari Allah, dan segala keburukan berasal dari manusia itu sendiri. Tidak satupun ayat dan hadist yang menganjurkan jadi miskin, yang ada hanyalah “menyikapi kemiskinan”. Pesan Nabi: Kefakiran dekat dg kekufuran. Allah Swt lebih menyukai muslim yang kuat iman dan nafkanya daripada muslim yang lemah. Meninggalkan ahli waris dlm keadaan cukup jauh lebih baik daripada fakir.

Kekayaan bukanlah tujuan, melainkan alat yang memudahkan utk: berzakat, bersedekah, berhaji, umrah, menuntut ilmu, menafkahi keluarga, membangun sarana ibadah, berdawah dan lain-lain kebajikan

D. Kiat Merintis Usaha Baru

Langkah pertama is memiliki ide, setelah itu ide yang ada hrs dikaji lebih dahulu kelayakan usahanya. Selain itu ciptakan visi & misi usaha, action, selalu belajar dan lakukan pengamatan. Cara yang sederhana untuk mengkaji menggunakan pendekatan SWOT analisis, mengkaji aspek kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). Selanjutnya ada beberapa hal yg perlu dipertimbangkan dlm merintis usaha baru:

1. Bidang usaha dan jenis usaha yang akan dirintis
2. Bentuk dan kepemilikan usaha yang akan dipilih
3. Tempat usaha (lokasi) yg akan dipilih
4. Jaminan usaha yang mungkin diperoleh
5. Organisasi usaha yang akan digunakan
6. Lingkungan usaha yang akan berpengaruh.

Untuk mengelola usaha, tdk boleh hanya mengandalkan intuisi semata, namun terlebih dahulu hrs diawali dengan:

1. Perencanaan usaha secara tertulis (*business plan*)
2. Pengelolaan dan pembukuan keuangan yang tertib
3. Memiliki strategi pengembangan usaha yang jelas
4. Mengembangkan tehnik pengembangan usaha yang kreatif.

E. Keterampilan dan Kemampuan Manajerial

Dalam menjalankan usaha wirausaha akan mengelola sumber daya yg dimiliki yaitu 5 M: Man (manusia), Material (bahan baku, peralatan), Method (metode, prosedur), Money (uang), Market (pasar). Kelima sumber daya ini harus dikelola secara efektif dan efisien.

Efektif artinya dpt menjalankan usaha sesuai dg tujuan yg diharapkan, sedangkan efisien is melakukan kegiatan dg selalu membandingkan antara input (masukan) dan output (keluaran).

Agar wirausaha dpt mencapai tujuan dg efektif dan efisien yaitu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan, yang diukur dari perolehan laba yg dicapai,

wirausahawan dituntut memiliki ketrampilan dan kemampuan manajerial yg meliputi ;

1. Menyusun perencanaan (planning)
2. Mengorganisasikan sumber daya (organizing)
3. Memimpin SDM (leadership)
4. Mengkoordinasi sumber daya (coordinating)
5. Mampu mengendalikan usaha (controlling).

Bila usaha baru ingin berhasil, maka wirausaha hrs memiliki empat kompetensi diantaranya:

1. Fokus pada pasar, bukan teknologi
2. Buat ramalan pendanaan untuk menghindari pengeluaran yg tdk terbiayai
3. Bangun tim manajemen yg tangguh, hindari “one man show” Beri peran tertentu, mereka yg berprestasi

Disamping pemilihan strategi, hal penting yg tdk boleh dilupakan bahwa salah satu penyebab kegagalan dlm menjalankan kewirausahaan is ketidaktertiban dlm bidang administrasi dan pembukuan.

Untuk itu wirausahawan harus tertib administrasi dan harus menyediakan waktu untuk menyelenggarakan pembukuan secara sederhana, sistematis dan praktis.

Kunci kesuksesan memulai usaha adalah berani menjadikan mimpi kita menjadi ide bisnis yg nyata. Jangan pernah takut gagal dalam memulai bisnis karena setiap kegagalan akan memberikan pelajaran berharga bagi langkah bisnis anda.

Materi VI: Studi kelayakan usaha dan kiat untuk membuka wirausaha baru

1. Term & Definition: Feasibility Study/Studi Kelayakan, Project Evaluation/Evaluasi Proyek, Project Assessment, Project Appraisal
2. Project and Program
3. Purpose: Making Business/Project Decision, Go/No Go Project, Study Before Investing: Not Always “Grown”, Investment Criterion, Scarcity (Resources), Alternative, Initial Working Capital
4. Two Orientations: Market Oriented (Demand Side), Product Oriented (Supply Side), Government Intervention Vs Perfect Competition (Society Welfare)
5. Type of Evaluation, Pre-Investment Evaluation (FS), On Going Evaluation, and Post Evaluation
6. Evaluation Vs Analysis; Evaluation includes; On Going and Post Evaluation of Project, Monitoring, On Going, Analysis: Project Identification, Dream Vs Reality, Strategic Planning
7. Evaluation Aspect: Technical/Technology (I-O), Market, Legality/Law, Financial, Economic, Environment, and Socio-Culture

8. Benefit: Direct Benefit, Indirect Benefit, and Intangible Benefit
9. Three Fundamental Points: Benefit, Cost, and Salvage Value
10. Cost: Investment, Operation/Construction, Maintenance, Initial Design Cost (Is it Project Cost?), Depreciation, Interest (During Construction), Sunk Cost, and Un-estimated Cost/Contingencies.
11. Intangible Cost: Easy to Identify, Difficult to Quantify, Pollution Examples (Water, Air, and Ecotourism).
12. Irrigation Project Controlling Picture
13. Investment Criteria: Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Net Benefit-Cost Ratio (Net B/C), Gross Benefit-Cost Ratio (Gross B/C), and Profitability Ratio.

SEKILAS FUNGSI MANAJEMEN UNTUK FS

How Important?

- a. Planning (Strategi dan Taktik)
- b. Organizing (Strategi dan Taktik didesain dlm struktur organisasi)
- c. Directing
(Implementasi Program)
- d. Controlling
(Rencana sesuai implementasi)

Agribusiness Organization

- a. Principally it is same as the other business in term of financial management
- b. Technically, it has a unique type of business
- c. Nature of Agriculture Product
- d. Difficult to adjust Globalizing Economy

Important Term for Feasibility Study

- a. Risk and Return
- b. Time Value of money
- c. Surplus
- d. Capital Market Efficiency
- e. Market competition
- f. Tax

Operationalization Based

- a. Human Resource Management (to get good quality of human resource)
- b. Production Management (Consumer Satisfaction)
- c. Financial Management (Profit Oriented)
- d. Information Management (Production Factor)

Satisfaction (Fattah, 2006)

- a. Beri saya rasa nyaman
- b. Berikan jalan keluar apa yang saya inginkan/harapkan
- c. Dengarkan saya dan mengertilah saya
- d. Bantu saya apa yang saya inginkan
- e. Perlihatkan dirimu ketika saya datang
- f. Cobalah mengerti masalah yang saya hadapi dari sudut pandang saya
- g. Carilah solusi yang memungkinkan buat saya
- h. Saya bisa saja loyal tetapi berikan alasan yang masuk akal Dll.

Pendekatan Holistik

- a. Persepsi Karyawan-Manajer
- b. Lingkungan Usaha
- c. Fungsi Sosial
- d. Fungsi Ekonomi

e. Socio-religius

MF sebagai Pilar utama Bisnis

- a. Penyedia dana (surplus)
- b. Lembaga Keuangan (Bank Investasi, dll)
- c. Collector
- d. Pasar Keuangan (Pasar Uang; Jk Pendek)
- e. Pasar Keuangan (Pasar Modal; Jk Pjg)
- f. Aliran Dana
- g. Pemakaian dana

References

JP. Gittinger, Economic Analysis of Agricultural Project, World Bank
Cost Benefit Analysis and Project Design (edited by JD Donahue).

**Materi VII: Sistem Pendidikan dan Pelatihan
Entrepreneurship di Indonesia lebih Cenderung
JOB SEEKERS bukan JOB CREATORS.**

Seorang penulis buku ttg Motivasi yaitu Max Gunther (1976) pernah mengkritik sistem pendidikan di Amerika Serikat tahun 70 an katanya hanya akan melahirkan lulusan “Sanglaritis “artinya mereka mempunyai mental buruh, yaitu ingin menjadi pegawai negeri atau pegawai swasta, krg mampu dan mau menciptakan lapangan kerja sendiri, kasus di Indonesia hal itu masih terjadi sampai sekarang.

1. Anda Harus Selalu Bertanya.

Cara Mudah Jadi Pengusaha Tidak Pakai Lama. Belajarlah dari hari kemarin, hidup hari ini, berharap untuk esok. Yang penting adalah jangan pernah berhenti bertanya. Mempertanyakan semua kejadian semua kejadian dan peristiwa yang telah, sedang, dan akan terjadi. Mencari adakah yang bisa kita perbaiki, dan adakah yang bisa kita perbaiki, dan adakah yang bias lebih baik kita lakukan.”mengambil pelajaran dan hikmah dari setiap peristiwa itu” (Albert Einstein).

Mari kita renungkan! Jika Anda pengusaha , pemilik modal atau calon pemilik modal, apakah yang kita lakukan
Islamic Entrepreneurship Model (IEM)

sekarang ini sesuai dengan kemampuan yang kita miliki? Apakah yang kita kerjakan sekarang ini telah betui-betul mengeluarkan kemampuan terbaik yang kita miliki? Atau, kita malah tak pernah berpikir bahwa apa yang kita lakukan selama ini biasa-biasa saja dan bahkan hanya pekerjaan ringan dan kecil jika dibandingkan dengan kekuatan yang ada pada diri kita. Saya rasa Anda juga pernah melamun dan bertanya pada diri Anda, mengapa aku begini saja, mengerjakan hal yang ini-ini saja, sementara aku seharusnya bisa dan mampu mengerjakan sesuatu yang lebih hebat, besar, dan luar biasa.

Bertanya juga kenapa ada orang sukses, kaya, dan luar biasa pencapaiannya di dunia ini? Apakah Anda tahu bahwa mereka telah mampu menggunakan pertanyaan untuk dirinya dan berhasil menjawab pertanyaan itu dengan jawaban positif yang sangat hebat sehingga mereka mampu mengeluarkan kemampuan (Raksasa Tidur) dalam dirinya.

2. Kita Harus Punya Mimpi

Sebagai manusia kita semua mempunyai satu persamaan, yaitu sama- sama mempunyai mimpi. Kita semua tahu bahwa dalam diri kita ada karunia istimewa,

dan dengan kelebihan kita masing- masing, kita bisa membuat perbedaan besar, kita bisa menyentuh sesama manusia dengan cara yang istimewa, dan kita bisa membuat dunia menjadi lebih baik untuk ditinggali.

Tetapi, dalam kehidupan kita, impian-impian itu sering kali diwarnai rasa frustrasi dan setres karena kesibukan sehari- hari. Inilah yang membuat kebanyakan orang tidak lagi berupaya meraih segala impian-impianya. Bahkan banyak orang yang kehilangan kepastian (the loser) sehingga menciptakan keunggulan bagi sang pemenang (the winner). Mari kita sama- sama mempelajari diri kita masing- masing. Mungkin kita mempunyai talenta musik atau kesenian. Mungkin kita mempunyai cara istimewa berhubungan dengan orang lain. Mungkin kita juga genius dalam menjual atau berinovasi dalam bisnis dan karier kita.

“Allah menciptakan manusia dengan adil tanpa pilih kasih, menciptakan manusia berbeda-beda, tapi mempunyai kesempatan yang sama untuk memiliki kehidupan yang sebaik- baiknya”.

Setiap orang pada dasarnya mempunyai impian dan takdir. Namun, impian tanpa tindakan hanya tinggal impian. Untuk mencapai kenyataan yang telah diimpikan,

kita perlu "menciptakan perubahan yang langgeng". Dalam kehidupan ini banyak orang mengetahui apa yang harus diperbuat, tetapi tidak banyak yang benar-benar melaksanakan apa yang mereka ketahui.

Kata-kata ini memang bisa mengandung kebenaran jika dihubungkan dengan: Saya punya keyakinan sesuatu pasti terjadi, tetapi saya tidak melakukan apa-apa dan pada akhirnya keyakinan saya tersebut diwujudkan orang lain.

3. Lima Penguasaan Bidang Kehidupan

Perubahan langgeng dipengaruhi lima penguasaan bidang kehidupan. Hal ini diyakini Anthony Robbins, di antaranya:

1. Penguasaan emosional = Dapat dikatakan bahwa apa yang dilakukan sebenarnya adalah untuk mengubah perasaan kita.
2. Penguasaan fisik = tubuh yang sehat, energik, dan penuh vitalitas akan menambahkan kepercayaan diri.
3. Penguasaan hubungan = keberhasilan kalau hanya dinikmati sendiri tanpa adanya keterkaitan dengan orang lain tentunya tidak akan berarti.

4. Penguasaan keuangan = pengelolaan keuangan yang bijaksana akan dapat menghantarkan ketentraman hingga akhir hayat.
5. Penguasaan waktu = banyak orang merasa tidak punya waktu untuk melakukan lebih dari yang diinginkan. Penguasaan kelima hal ini, akan mengantarkan kehidupan yang lebih baik.

4. Belajar dari Orang Sukses dan Kaya

Ada Apa dengan Orang Sukses dan Kaya? Yang pasti mereka adalah prototipe orang kanan, orang kreatif, orang imajinatif, dan inovatif. Makanya mereka menjadi lebih hebat dan dahsyat dalam pencapaian hidup.

Ada pertanyaan untuk kita. Kenalkah kita dengan kakek kakeknya kakek Anda. Pasti kita tidak kenal dan tidak punya fotonya. Kenapa kita tidak kenal dengan kakek kakeknya kakek kita sendiri. Itu dikarenakan dia bukan orang sukses dan kaya sehingga kita tidak kenal dan pernah merasa melihat foto mereka atau memasangkannya di rumah kita. Tapi, bandingkanlah dengan Thomas Alva Edison, Abraham Lincoln, Albert Einstein, Soichiro Honda, serta banyak pesohor lain di dunia.

Jika mereka ini kakek kakeknya kakek kita tentu kita ingat dan bangga memasang foto mereka sebab mereka orang kaya, orang sukses, dan terkenal di dunia. Pertanyaan berikutnya: Apakah kita ingin seperti mereka atau kita mau jadi seperti kakek kakeknya kakek kita yang semasa hidupnya “tidak maksimal” menggunakan kemampuan yang diberikan Tuhan. Siapa orang-orang sukses itu?

Pianis Four Fingers

Terlahir itu bagiku merupakan anugrah spesial dari Tuhan. Aku sampaikan pesan bahwa kalian bisa melakukan apapun, “kata Hee Ah Lee (21)” asal Korea yang terlahir dengan empat jari. Ia menderita lobster claw syndrome. Pada masing-masing ujung tangan Hee terdapat dua jari yang membentuk huruf V seperti capit kepiting. Kakinya hanya sebatas bawah lutut hingga tak dapat menginjak pedal piano standar. Untuk bermain piano, pedal sengaja ditinggikan agar bisa diinjak oleh kakinya yang pendek. Ia juga mengalami keterbelakangan mental. Kondisi semacam itu mungkin akan dibahasakan orang sebagai kekurangan. Akan tetapi, Hee menyebutnya sebagai, “special gift, anugrah special dari

Tuhan". Ia bisa memainkan piano conceto no. 21 dari Wolfgang Amadeus Mozart bersama orkes simfoni. Ia mendapat sederet penghargaan atas keterampilannya bermain piano. Ia berkeliling dunia, termasuk bermain bersama pianis Richard Clayderman di Gedung Putih, Washington, Amerika Serikat.

Cacat kaki dan tangan menjadi penyanyi akapela top Indonesia

Cacat tak mesti membuat hidup jadi tak utuh. Prihartono Mirzaputra alias Anton Jamaica Café adalah sebuah contoh. Satu kaki dan tangan yang tidak sempurna tak membuatnya takut menjalani kehidupan seperti layaknya orang normal. Ketegaran yang layak diacungi jempol.

Anton, salah seorang vokalis Jamaica Café, adalah seorang penyandang cacat fisik. Ia hanya punya satu kaki dan kedua tangannya hanya sebatas siku. Ia pernah ditanya oleh Andi F. Noya, "mengapa Anda tidak mau memakai kaki palsu supaya terlihat sempurna?" Dan, meluncurkan jawaban spontan dari mulut Anton yang sangat membuat terperangah: "saya sudah sempurna"

Luar biasa! Betapa kuatnya kekuatan image positif yang kita tanamkan pada diri kita dalam situasi yang buruk menurut orang lain! Coba kita bayangkan kalau saja Anton memilih untuk menyalahkan kedua orang tuanya karena kecacatannya, atau memilih untuk mengurung diri di kamar, minder karena tidak seperti orang lain yang punya anggota tubuh lengkap, mungkin kita tidak akan pernah mengenal Anton sebagai seorang penyanyi sukses. Alih-alih menolak keadaan dirinya yang cacat, Anton memilih untuk menerima dengan ikhlas kondisi tubuhnya yang berbeda dengan orang lain dan bahkan berani berkata: “saya sudah sempurna”.

Soichiro Honda

Saat merintis bisnisnya Soichiro Honda selalu diliputi kegagalan. Ia sempat jatuh sakit, kehabisan uang, dan dikeluarkan dari kuliah. Namun, ia terus bermimpi dan bermimpi, cobalah amati kendaraan yang melintasi jalan raya. Pasti kebanyakan mata Anda selalu terbentur pada Honda, baik berupa mobil atau motor, merk kendaraan ini menyesaki padatnya lalu lintas.

Pernahkah Anda tahu, sang pendiri “Kerajaan Honda” Soichiro Honda selalu diliputi kegagalan. Ia juga

tidak menyandang gelar insinyur, lebih-lebih profesor seperti halnya B.J. Habibie, mantan presiden RI. Ia bukan siswa yang memiliki otak cemerlang. Di kelas, duduknya tidak pernah di depan, selalu menjauh dari pandangan Guru. “nilaiku jelek di sekolah. tapi, aku tidak bersedih, karena duniaku di sekitar mesin, motor, dan sepeda,” tutur tokoh ini, yang meninggal pada usia 84 tahun, setelah mendapat perawatan di RS Juntendo, Tokyo, akibat mengidap lever.

Kecintaannya pada mesin, mungkin “warisan” dari ayahnya yang membuka bengkel reparasi pertanian, di dusun Kamyu, Distrik Sizuko, Jepang Tengah, tempat kelahiran Soichiro Honda. Di bengkel, ayahnya memberi catut untuk mencabut paku. Ia juga sering bermain di tempat penggilingan padi melihat mesin diesel yang menjadi motor penggerakannya. Di situ, lelaki kelahiran 17 November 1906 ini dapat berdiam diri berjam-jam. Pada usia 8 tahun, ia mengayuh sepeda sejauh 10 mil, hanya untuk menyaksikan pesawat terbang.

Ternyata, minatnya pada mesin tidak sia-sia. Ketika usianya 12 tahun, Honda berhasil menciptakan sebuah sepeda pancal dengan model rem kaki. Tapi, benaknya tidak bermimpi menjadi usahawan otomotif. Ia sadar

bahwa ia berasal dari keluarga miskin. Apalagi fisiknya yang lemah, tidak tampan, sehingga membuatnya rendah diri. Pada usia 15 tahun, Honda hijrah ke Jepang, bekerja di Hart Shokai Company. Bosnya, Saka Kibara, sangat senang melihat cara kerjanya. Honda teliti dan cekatan dalam soal mesin. Setiap suara yang mencurigakan dan setiap oli yang bocor tidak luput dari perhatiannya. Enam tahun bekerja disitu, menambah wawasannya tentang permesinan. Akhirnya, pada usia 21 tahun, bosnya mengusulkan kepadanya untuk membuka kantor cabang di Hamamatsu.

Tawaran itu tidak ditampiknya, Di Hamamatsu prestasinya tetap membaik. Ia selalu menerima reparasi yang ditolak bengkel lain. Kerjanya pun cepat, memperbaiki mobil pelanggan agar kembali berjalan. Oleh, karna itu, jam kerjanya larut malam, terkadang sampai subuh. Otak geniusnya tetap kreatif. Pada zaman itu, jari- jari mbil terbuat dari kayu, hingga tidak bagus meredam goncangan. Ia punya gagasan untuk menggantikan ruji- ruji itu dengan logam. Hasilnya luar biasa. Ruji- ruji logamnya laku keras dan diekspor ke seluruh dunia. Di usia 30, Hoda menanda tangani patennya yang pertama. Setelah menciptakan ruji, Honda

ingin melepaskan diri dari bosnya, membuat usaha bengkel sendiri. Ia mulai berfikir, spesialis apa yang akan dipilihnya.

Otaknya tertuju pada pembuatan ring piston, yang dihasilkan oleh bengkelnya sendiri pada tahun 1938. Sayangnya ditolak Toyota karena dianggap tidak memenuhi standar. Ring buatannya tidak lentur dan tidak laku dijual. Ia ingat reaksi teman-temannya atas kegagalan itu. Mereka menyesalkan dirinya keluar dari bengkel. Karena kegagalan itu, honda jatuh sakit cukup serius. Dua bulan kemudian, kesehatannya pulih kembali. Ia kembali memimpin bengkelnya.

Akan tetapi, soal ring piston belum juga ada solusinya. Demi mencari jawaban, ia kuliah lagi untuk menambah pengetahuannya tentang mesin. Siang hari, setelah pulang kuliah, ia langsung ke bengkel, mempraktikkan pengetahuan yang baru diperolehnya. Setelah dua tahun menjadi mahasiswa, ia akhirnya dikeluarkan karena jarang mengikuti kuliah. “saya merasa sekarat, karena ketika lapar tidak diberi makan, melainkan dijejali penjelasan bertele-tele tentang hukum makanan dan pengaruhnya,” ujar Honda. Kepada Rektornya, ia jelaskan bahwa maksudnya kuliah bukanlah untuk

mencari ijazah, melainkan pengetahuan. Penjelasan ini justru dianggap penghinaan.

Berkat kerja kerasnya, desain ring pistonnya pun diterima. Pihak Toyota memberikan kontrak sehingga Honda berniat mendirikan pabrik. Tapi malangnya, niatnya itu kandas. Jepang, karena siap perang, tidak memberikan dana. Ia pun kehabisan akal mengumpulkan modal dari sekelompok orang untuk mendirikan pabrik. Lagi- lagi musibah datang. Setelah perang meletus, pabriknya terbakar dua kali. Namun, Honda tidak patah semangat. Ia bergegas mengumpulkan karyawannya. Mereka diperintahkan mengambil sisa kaleng bingsol yang dibuang kapal Amerika Serikat untuk di gunakan sebagai bahan mendirikan pabrik. Tanpa diduga, gempa bumi meletus menghancurkan pabriknya, sehingga ia memutuskan untuk menjual pabrik ring pistonnya kepada Toyota. Setelah itu, Honda mencoba beberapa usaha lain. Sayang, semuanya gagal.

Tahun 1947, setelah perang, Jepang kekurangan bensin. Kondisi ekonomi Jepang pada saat itu porak-poranda sampai- sampai Honda tidak dapat menjual mobilnya untuk menafkahi keluarganya. Dalam keadaan terdesak, ia memasang motor kecil pada sepeda. Siapa

sangka, “sepeda motor” yang menjadi cikal bakal lahirnya mobil Honda itu diminati para tetangga. Mereka berbondong-bondong memesan sehingga Honda kehabisan stok. Setelah itu, Honda kembali mendirikan Pabrik motor dan kesuksesannya kemudian tak pernah lepas dari tangannya. Motor Honda demikian mobilnya menjadi dikenal dunia.

Bagi Honda, dalam menggeluti industri otomotif, janganlah melihat keberhasilan tapi lihatlah kegagalan yang dialaminya. Ia memberikan petuah “ketika anda mengalami kegagalan, mulailah bermimpi, mimpikanlah mimpi baru”. Kisah Honda merupakan contoh bahwa sukses bisa diraih seseorang dengan modal seadanya, tidak pintar di sekolah, ataupun berasal dari keluarga miskin.

Empat Resep keberhasilan Honda

1. Selalu berambisi dan berjiwa muda
2. Hargai teori yang sehat, temukan gagasan baru, dan khususkan waktu untuk memperbaiki produksi
3. Senangi pekerjaan dan buat kondisi kerja senyaman mungkin
4. Cari irama kerja yang lancar dan harmonis.

Cara Muda Jadi Pengusaha

Hampir setiap orang ingin sukses dalam hidupnya. Akan tetapi, kebanyakan kita membayangkan bahwa sukses identik dengan kekayaan materi. Itu sah, walaupun kebahagiaan tidak selalu harus berupa kekayaan melimpah. Banyak cara untuk meraihnya, terserah anda. Tidaklah salah jika kita bercita-cita menjadi sukses (kaya). Mungkin sebagian besar dari kita selalu berpikiran bahwa untuk menjadi seorang pengusaha atau wiraswasta memerlukan keahlian serta modal yang cukup. Ternyata, semua itu tidak mutlak diperlukan. Yang terpenting adalah niat dan kemauan yang kuat.

Janganlah menunggu kondisi ideal untuk memulai usaha atau bisnis. Modal cukup, lokasi strategis, karyawan cakap, dan waktu luang untuk memulai bisnis adalah kondisi ideal.

Mengapa Kita Perlu Jadi Pengusaha Kita perlu merubah paradigma berpikir yang selama ini salah tentang dunia usaha, tujuan sekolah, dan kuliah. Ubahlah pola pikir kita yang salah itu agar kita, bangsa kita, dan negara kita menjadi sejahtera, makmur dan kaya. Wajar saja kita selama ini jalan di tempat setelah hampir satu abad kita merdeka. Aneh bin ajaib, penyebabnya adalah pola pikir yang salah. Kita telah membentuk pikiran kita bahwa

begitu selesai sekolah atau kuliah, kita akan mencari kerja. Bayangkan jika semua orang berperilaku seperti itu, tentu akan banyak yang jadi pekerja dan hanya sedikit yang jadi pengusaha. Akibatnya, lapangan kerja menjadi terbatas, karna yang membuka lapangan kerja dan jadi pengusaha hanya 0,18% atau 400.000.

Nah, untuk itu, kita semua, saya, anda, dan mereka, harus memiliki “gerakan” mengubah pola pikir yang salah. Mengubah pola pikir baik mental maupun motivasi orangtua, dosen, dan mahasiswa agar kelak dibiasakan menciptakan lapangan pekerjaan daripada mencari pekerjaan.

Mulailah dengan Mimpi

Semua berawal dari mimpi, Pastikan bahwa kita memahami motivasi kita memilih jalan menjadi pengusaha. Apakah sekadar ikut-ikutan atau memang pilihan hidup.

Bagi yang masih sekolah, tamat SMA, Mahasiswa, pensiunan, atau ibu rumah tangga, apalagi yang masih berstatus karyawan, keinginan untuk menjadi pengusaha sangat sulit di wujudkan. Apalagi jika kita tidak menemukan motivasi bagaimana dan untuk apa menjadi

pengusaha. Dalam pikiran kita selalu akan muncul “suatu kepercayaan” bahwa untuk menjadi pengusaha harus ada bakat, modal, latar belakang pendidikan yang cocok, hobi dan lain sebagainya”pendapat” yang salah. Akhirnya, kita akan memberikan suatu keputusan membenaran bahwa aku tidak cocok dan tidak bisa menjadi pengusaha.

Seorang penulis buku motivasi, Max Gunther, pernah mengkritik sistem pendidikan di Amerika Serikat tahun 70-an. Menurutnya, sistem pendidikan tersebut hanya akan melahirkan lulusan “sanglaritis”, yaitu lulusan yang bermental buruh, yang ingin menjadi pegawai negeri atau pegawai swasta karena tidak mampu dan tidak mau menciptakan lapangan kerja sendiri. Di Indonesia masih terjadi sampai sekarang.

Sekitar 10% pengangguran di Indonesia adalah kaum intelek yang menyandang gelar pendidikan perguruan tinggi. Siapakah yang salah? Apakah Mahasiswa, orangtua, atau pemerintah?

Mahasiswa sulit untuk mau dan memulai usaha dengan alasan mereka tidak diajar dan dirangsang berusaha sendiri. Kondisi ini juga didukung lingkungan budaya masyarakat dan keluarga yang dari dulu selalu ingin anaknya menjadi orang gajian atau pegawai. Para

orang tua kebanyakan tidak memiliki pengalaman dan pengetahuan berusaha. Orang tua merasa lebih bangga bahkan merasa terbebas bila selesai kuliah anaknya mampu menjadi pegawai. Selain itu, faktor lainnya adalah tidak adanya atau sulitnya memiliki modal untuk berwiraswasta. Dengan begitu, mereka pun cenderung mendorong anak-anaknya untuk mencari pekerjaan atau menjadi karyawan.

Generasi muda sudah saatnya mengubah pola pandang ini. Jangan hanya berpikir setelah lulus dari lembaga pendidikan tinggi akan menjadi pegawai, apalagi menjadi pegawai negeri.

Berpikirlah untuk Menjadi Pengusaha.

Untuk memajukan perekonomian dan kesejahteraan, Indonesia membutuhkan empat (4) juta atau 0,18% pengusaha, padahal sebaiknya 2% dari populasi.

Beberapa Tipe Pengusaha

1. *Necessity Entrepreneur*, yaitu pengusaha yang karena terpaksa dan desakan kebutuhan hidup.
2. *Replicative Entrepreneur*, yaitu pengusaha yang cenderung meniru-niru bisnis yang sedang tren

sehingga rawan terhadap persaingan dan kejatuhan.

3. *Innovative Entrepreneur*, yaitu pengusaha inovative yang terus berpikir kreatif dalam melihat peluang dan meningkatkannya.

Membuka usaha sambilan bisa menjadi pilihan menyenangkan kalau kita bisa menentukan jenis usaha dan skala usaha sesuai minat dan kemampuan kita ini bagi yang masih “belum berani” full berusaha. kalau memang kita punya kondisi yang ideal, pilihan membuka perusahaan, membuka toko, atau mengambil franchise merupakan pilihan tepat. Namun, bagi yang belum berani mengambil risiko dengan membuka toko sendiri, ada satu pilihan yang mudah untuk segera memulai usaha, yaitu dengan sistem reseller atau konsinyasi.

Dengan sistem konsinyasi, kita menitipkan barang dagangan ke toko, kios, atau minimarket/ supermarket orang lain. kita tidak perlu memiliki toko sendiri dan tidak perlu memiliki karyawan sendiri. Jelas, itu akan menghemat banyak biaya. kita hanya perlu menanamkan modal pada barang dagangan dan investasi waktu plus tenaga untuk menawarkan ke toko orang lain. Barangnya

pun tidak harus buatan sendiri, bisa barang yang kita beli grosiran yang kemudian kita titipkan ke beberapa toko.

Mulai dari yang Kita Suka dan Kita Tahu

Kata orang, jika ingin memenangkan pertarungan, kita harus mengenali diri dan lawan. Soalnya namanya usaha, apalagi jika masih merintis, pasti banyak dukanya dari pada sukanya. Beda kalau kita memang suka. Misalkan hobi olahraga tenis, jadi, memulainya dari berdagang barang-barang keperluan tenis. Enaknya bisnis yang di sambil dari hobi adalah ketika omzet atau penjualan sedang menurun (bahkan merugi), kita masih bisabertahan dan hanya menganggap itu sebagai bagian dari “perjuangan”. Penekanannya, kita masih bisa bertahan dengan mudah.

Yang penting, jangan mudah menyerah oleh tekanan, masalah, dan kondisi yang menghadang kita. Bersikaplah positif untuk apapun yang kita hadapi. Jangan masuk dalam kelompok orang yang mudah menyerah. Orang yang mudah menyerah adalah orang yang tidak memiliki keberanian untuk menggapai mimpi, membuang mimpi yang belum sempat diwujudkan, dan merampok kenangan yang dia miliki. Alasan Orang Menyerah “A

dream is just a dream. A goal is a dream with a plan And a deadline”

Setiap orang pada dasarnya punya impian. Namun, impian tanpa tindakan hanya tinggal impian. (Harvey Mackay) 1. Kita menyerah karna menyerah itu mudah. 2. Kita menyerah karna ada kejengkelan, frustrasi, dan penolakan. 3. Kita menyerah karena tidak kelihatan oleh karna itu, biasanya tidak ada yang mendengar dan melihat. 4. Kita menyerah biasanya karena adanya perubahan dan perubahan itu tidak nyaman. 5. Kita menyerah karna kita tidak tahu harus bagaimana.

Tidak seorompokun mau menyerah karena akan memberi kesan bahwa kita adalah “pecundang”. Bunuh Rasa Malu Yang dimaksud adalah rasa malu yang positif. Ingatlah selalu prinsip yang mengatakan bahwa kita hanya malu ketika melakukan perbuatan yang melanggar aturan agama.

Seharusnya yang malu itu harusnya para pejabat korup, bukan para pedagang bakso keliling. Yang malu itu harusnya yang nilep BLBI, bukan pedagang asongan atau pemungut sampah. Mindset seperti ini yang harus kembali kita bentuk dalam peran kita sebagai penjual. Menjual adalah hal yang penting dalam berbisnis. Maka dari

itu, hapuslah rasa malu untuk menjual produk sebanyak-banyaknya.

Kalau perlu, turunlah langsung sebagai tenaga penjualan. Misalnya, mau buka warnet. Tidak usah malu latihan jadi operator warnet. Bikin pabrik makanan ikan, tidak usah malu menawarkan produk ke toko- toko atau farm ikan yang ada. Bikin konveksi, tidak usah malu menawarkan baju- baju buatan kita ketetangga. Pada poin inilah kita sering “berguguran” karna memiliki mindset yang salah tentang rasa malu. Just Action

Mulailah! Pada poin ini juga kita banyak berguguran. Banyak yang berani berencana, tetapi tidak cukup berani memulai. Untuk mengobati penyakit ini mudah! Coba saja kita buat mimpi-mimpi hidup kita, 5 tahun, 10 tahun, bahkan hingga 30 tahun ke depan. Jabarkan lebih detail! Kita akan semakin faham. Semakin kita tunda, semakin lama pula mimpi-mimpi itu tiba. So, just star it! Kontrol dan jaga.

Jangan terlena. Ada istilah keberuntungan pemula. Omzet di awal bisa saja drastis. Tapi jangan lupa, ciptakan sistem kontrol yang baik. Point inilah yang membedakan pengusaha yang langgeng dengan pengusaha yang ikut-ikutan. Di sini banyak juga yang beguguran. Jangan lupa

untuk terus konsultasi dengan orang yang kita anggap tahu.

DAFTAR RUJUKAN

- Aulia, F. (2016). No Title. *Руководство к практическим занятиям по молочному делу. Prosiding Seminar Nasional "Pelestarian Lingkungan & Mitigasi Bencana."*
- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship: Theory and Practice*.
<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x>
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The Relationship Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review. *Entrepreneurship: Theory and Practice*.
<https://doi.org/10.1111/etap.12095>
- Baladina, N. (2013). Membangun Konsep Entrepreneurship Islam. *Ulul Albab: Jurnal Studi Islam*, 13(2), 123–136.
<https://doi.org/10.18860/ua.v0i0.2371>
- Bouchard, V., & Fayolle, A. (2017). Corporate entrepreneurship. In *Corporate Entrepreneurship*.
<https://doi.org/10.4324/9781315747989>
- Crompton, M. A. (2012). Innovation and entrepreneurship. *Bottom Line*. <https://doi.org/10.1108/08880451211276539>
- Dacin, M. T., Dacin, P. A., & Tracey, P. (2011). Social entrepreneurship: A critique and future directions. *Organization Science*.
<https://doi.org/10.1287/orsc.1100.0620>
- Dahlioni, D. (2015). Local wisdom in built environment in globalization era. *International Journal of Education and Research*.
- Department of Industry, I. and S. (2014). Industry policy that fosters innovation and entrepreneurship – the Industry Growth Centres initiative. In *Australian Department of Industry website*. Retrieved from
<http://www.industry.gov.au/industry/Documents/IICA-Fact-Sheet-Industry-growth-centres.docx>
- Eryilmaz, M. E. (2018). *Entrepreneurship*.
<https://doi.org/10.4018/978-1-5225-7766-9.ch034>

- Kemenag. (2009). *Al Qur'an dan Terjemah*. Kemenag.
- Kondratowicz, B. (2011). Local wisdom. *European Pharmaceutical Contractor*.
- Kusumasari, B., & Alam, Q. (2012). Local wisdom-based disaster recovery model in Indonesia. *Disaster Prevention and Management: An International Journal*.
<https://doi.org/10.1108/09653561211234525>
- Malaka, R, Hatta, & Baco, S. (2017). Evaluation of using edible coating and ripening on Dangke, a traditional cheese of Indonesia. *Food Research*, 1(2), 51–56. Retrieved from <http://www.myfoodresearch.com>
- Malaka, Ratmawati. (2017). Pemberian Whey-Dangke dalam Air Minum Menekan Kadar Kolesterol, Trigliserida dan Lipoprotein Darah Ayam Broiler. *Jurnal Veteriner*, 18(2), 257–262.
<https://doi.org/10.19087/jveteriner.2017.18.2.257>
- Martin, B. C., McNally, J. J., & Kay, M. J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.03.002>
- Meliono, I. (2011). Understanding the Nusantara Thought and Local Wisdom as an Aspect of the Indonesian Education. *TAWARIKH: International Journal for Historical Studies*.
- Miller, T. L., Grimes, M. G., McMullen, J. S., & Vogus, T. J. (2012). Venturing for others with heart and head: How compassion encourages social entrepreneurship. *Academy of Management Review*.
<https://doi.org/10.5465/amr.2010.0456>
- Mungmachon, M. R. (2012). Knowledge and Local Wisdom : Community Treasure. *International Journal of Humanities and Social Science*.
- Oosterbeek, H., van Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*.
<https://doi.org/10.1016/j.eurocorev.2009.08.002>
- Pacheco, D. F., York, J. G., Dean, T. J., & Sarasvathy, S. D. *Islamic Entrepreneurship Model (IEM)*

- (2010). The coevolution of institutional entrepreneurship: A tale of two theories. *Journal of Management*.
<https://doi.org/10.1177/0149206309360280>
- Parker, S. C. (2011). Intrapreneurship or entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.07.003>
- Pornpimon, C., Wallapha, A., & Prayuth, C. (2014). Strategy Challenges the Local Wisdom Applications Sustainability in Schools. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1210>
- Ridwan, N. A. (2007). Landasan Keilmuan Kearifan Lokal. *Ibda` | Vol. 5 | No. 1 | Jan-Jun 2007 |27-38*.
- Sabil, S., Malaka, R., & Maruddin, F. (2017). Chemical and Microstructure Characteristics of Dangke at Various of Temperature Ripened. *International Journal of ChemTech Research*, 10(7), 611–615.
- Schaltegger, S., & Wagner, M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: Categories and interactions. *Business Strategy and the Environment*. <https://doi.org/10.1002/bse.682>
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2007). The promise of entrepreneurship as a field of research. In *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective*.
https://doi.org/10.1007/978-3-540-48543-8_8
- Simpeh, K. N. (2011). Entrepreneurship theories and Empirical research : A Summary Review of the Literature. *European Journal Of Business and Management*.
- Sompong, N., & Rampai, N. (2015). The Development Model of Knowledge Management to Strengthen Thai ict Community Learning Center. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.454>
- Suryani, T., & Niswah, F. (2015). PEMANFAATAN SUSU KAMBING ETAWA DAN KEDELAI SEBAGAI BAHAN DASAR DANGKE (KEJU KHAS INDONESIA) DENGAN KOAGULAN EKSTRAK JERUK NIPIS. *Bioeksperimen: Jurnal Penelitian Biologi*, 1(2), 45–52.
- Sutyitno, I. (2012). The development of education on the *Islamic Entrepreneurship Model (IEM)*

- character and culture of the nation based on the local wisdom. *Jurnal Pendidikan Karakter*.
- Veeraraghavan, V. (2009). Entrepreneurship and Innovation. *Asia Pacific Business Review*.
<https://doi.org/10.1177/097324700900500102>
- Venkataraman, S. (2019). The distinctive domain of entrepreneurship research. In *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*.
<https://doi.org/10.1108/S1074-754020190000021009>
- Vitasurya, V. R. (2016). Local Wisdom for Sustainable Development of Rural Tourism, Case on Kalibiru and Lopati Village, Province of Daerah Istimewa Yogyakarta. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.12.014>
- Yetisen, A. K., Volpatti, L. R., Coskun, A. F., Cho, S., Kamrani, E., Butt, H., ... Yun, S. H. (2015). Entrepreneurship. *Lab on a Chip*. <https://doi.org/10.1039/c5lc00577a>



**IAIN PAREPARE
NUSANTARA PRESS**