



MEWUJUDKAN IMAN DENGAN BERWIRAUSAHA

Banyak literatur yang mengulas tentang kewirausahaan, baik dari sudut pandang akademis maupun populer. Pendapat tentang kewirausahaan sangat beragam, dipengaruhi oleh berbagai keyakinan dan pemahaman yang berbeda-beda. Beberapa orang masih bingung antara konsep kewirausahaan dan bisnis, padahal keduanya memiliki perbedaan yang signifikan. Bisnis seringkali dikaitkan dengan organisasi besar, sementara kewirausahaan lebih sering diidentifikasi dengan skala yang lebih kecil, seperti usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kesalahpahaman semacam ini dapat memengaruhi cara pandang masyarakat terhadap kewirausahaan. Buku ini berusaha untuk mengoreksi kesalahpahaman tersebut.



MEWUJUDKAN IMAN DENGAN BERWIRAUSAHA

Dr. Robertus Suraji, MA,
Prof. Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.Ak.



MEWUJUDKAN IMAN DENGAN BERWIRAUSAHA

Dr. Robertus Suraji, MA., Prof. Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.Ak.

MEWUJUDKAN IMAN DENGAN BERWIRAUSAHA

Dr. Robertus Suraji, MA
Prof. Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.Ak.



PT. PENA PERSADA KERTA UTAMA

MEWUJUDKAN IMAN DENGAN BERWIRAUSAHA

Penulis:

Dr. Robertus Suraji, MA
Prof. Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.Ak.

ISBN: 978-634-204-072-0

Design Cover:

Yasya Najmihuna A

Layout:

Hasnah Aulia

PT. Pena Persada Kerta Utama

Redaksi:

Jl. Gerilya No. 292 Purwokerto Selatan, Kab. Banyumas
Jawa Tengah.

Email: penerbit.penapersada@gmail.com

Website: penapersada.id. Phone: (0281) 7771388

Anggota IKAPI: 178/JTE/2019

All right reserved

Cetakan pertama: 2024

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan cara apapun tanpa izin penerbit

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB 1 PENGANTAR	1
BAB 2 IMAN DAN SPIRITUALITAS	4
BAB 3 BERBISNIS DAN BERWIRAUSAHA	14
BAB 4 ETIKA BERWIRAUSAHA	33
BAB 5 MENGEMBANGKAN JIWA KEWIRAUSAHAAN	54
BAB 6 BERWIRAUSAHA DENGAN IMAN	98
BAB 7 IMAN SEBAGAI MODAL	130
BAB 8 PENUTUP	146
DAFTAR PUSTAKA	149
TENTANG PENULIS	152

BAB 1 PENGANTAR

Suatu kali dalam perjalanan peziarahan penulis bertemu dengan seorang yang mengisahkan pengalaman spiritualnya bagaimana iman menggerakkannya untuk berwirausaha. Berbekal iman yang dimilikinya, meskipun ia hanya tamatan SMK namun sekarang ia sukses berwirausaha hingga dapat mempekerjakan tetangga dan sanak familinya. Kesuksesan usahanya tentu bukan berlangsung tiba-tiba. Jatuh bangun ia alami, bahkan sempat mengalami kebangkrutan. Namun, iman telah membangkitkannya untuk meneruskan usaha yang telah dirintisnya. Ia meyakini bahwa usahanya sebagai bagian dari perwujudan imannya. Pengalaman yang inspiratif dari teman tersebut mendorong penulis untuk menulis tentang kewirausahaan yang dihidupi oleh iman.

Banyak literatur yang mengulas tentang kewirausahaan, baik dari sudut pandang akademis maupun populer. Pendapat tentang kewirausahaan sangat beragam, dipengaruhi oleh berbagai keyakinan dan pemahaman yang berbeda-beda. Beberapa orang masih bingung antara konsep kewirausahaan dan bisnis, padahal keduanya memiliki perbedaan yang signifikan. Bisnis seringkali dikaitkan dengan organisasi besar, sementara kewirausahaan lebih sering diidentifikasi dengan skala yang lebih kecil, seperti usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kesalahpahaman semacam ini dapat memengaruhi cara pandang masyarakat terhadap kewirausahaan. Buku ini berusaha untuk mengoreksi kesalahpahaman tersebut.

Salah satu kesalahpahaman umum adalah anggapan bahwa kewirausahaan dapat menjadi kunci keberhasilan ekonomi suatu negara. Meskipun sekitar 3,1% dari total penduduk Indonesia terlibat dalam kewirausahaan, namun negara ini masih mengalami kesulitan dalam mencapai tingkat kemakmuran yang diharapkan. David McClelland, seorang ahli psikologi terkemuka, bahkan menyatakan bahwa minimal 2% dari total penduduk suatu negara harus menjadi wirausaha agar negara tersebut dapat berkembang dengan baik.

Pertanyaannya, mengapa Indonesia belum mencapai standar tersebut? Apakah ada faktor-faktor tertentu yang menjadi penghambat? Apakah kurangnya dukungan infrastruktur, peraturan yang membingungkan, atau bahkan kurangnya pemahaman akan potensi kewirausahaan di kalangan masyarakat? Semua pertanyaan ini memerlukan penelitian yang lebih mendalam untuk dapat menjawabnya.

Buku ini juga mengeksplorasi potensi kewirausahaan di Indonesia dan pertanyaan mengapa banyak generasi muda lebih memilih menjadi Pegawai Negeri Sipil (PNS) daripada wirausaha. Salah satu alasan utamanya adalah kurangnya pemahaman dan budaya kewirausahaan yang kuat dalam masyarakat. Oleh karena itu, buku ini membahas pentingnya memupuk jiwa kewirausahaan dalam kehidupan sehari-hari, serta manfaat dan risiko menjadi seorang wirausaha.

Salah satu kesalahpahaman dalam memahami kewirausahaan adalah menganggapnya sebagai upaya untuk mencari keuntungan semata, mirip dengan bisnis. Hal ini menyebabkan kualitas para wirausaha di Indonesia menjadi rendah. Seharusnya, kewirausahaan dilihat sebagai agen perubahan sosial yang berfokus pada bagaimana mengubah dunia untuk kebaikan orang lain, bukan hanya untuk keuntungan pribadi. Kewirausahaan merupakan keyakinan kuat seseorang untuk mengubah dunia melalui ide dan inovasinya. Keyakinan ini mendorong seseorang untuk mengambil risiko dalam mewujudkan ide dan inovasi tersebut melalui organisasi yang mereka dirikan, mulai dari pembangunan hingga menciptakan dampak yang nyata bagi dunia.

Tulisan yang menghubungkan kewirausahaan dengan iman dan agama masih kurang, meskipun banyak orang yang hidupnya dipengaruhi oleh aspek iman dan agama. Agama biasanya terkait dengan keyakinan, praktik, dan lembaga, sementara iman lebih tentang hubungan individu dengan Yang Maha Tinggi atau apa pun yang dianggap transenden, yang mendorong mereka untuk terhubung dengan-Nya. Hubungan ini mendorong individu untuk bertindak dengan baik dan mengarah pada kesuksesan, meskipun secara intelektual mereka tidak harus cerdas. Konsep ini dapat

menjelaskan mengapa seseorang dengan nilai sekolah yang biasa-biasa saja dapat menjadi pengusaha yang sukses.

Fenomena bahwa iman dapat menjadi dorongan bagi seseorang untuk sukses telah terjadi sejak lama. Meskipun Karl Marx menolak konsep ini dengan menganggap agama sebagai candu bagi masyarakat, Max Weber dalam karyanya yang terkenal, "The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism," berhasil menggugurkan pandangan Marx tersebut. Weber menemukan bahwa iman dapat menjadi pendorong yang kuat untuk perubahan, seperti yang terjadi dengan Kristen Protestan di Jerman yang mendorong lahirnya kapitalisme. Iman juga dapat menjadi pendorong perubahan sosial. Perubahan sosial yang kuat dalam masyarakat dapat terjadi ketika keyakinan (iman) menjadi pendorongnya, karena iman dapat memberikan legitimasi yang kuat yang berasal dari Yang Transenden.

Dalam konteks kewirausahaan, pertanyaannya adalah sejauh mana iman ini dapat mendorong kewirausahaan di tengah masyarakat. Buku ini menjelaskan bahwa kewirausahaan tidak hanya tentang etos kerja, karena etos kerja hanya merupakan salah satu aspek dari kewirausahaan. Kewirausahaan adalah sebuah proses dinamis di mana individu menciptakan nilai tambah. Nilai tambah ini diciptakan oleh pengusaha dengan menghadirkan perubahan di pasar melalui kombinasi-kombinasi baru. Kombinasi tersebut dapat berupa penemuan bahan baku baru, penetrasi pasar baru, atau restrukturisasi industri dengan model organisasi baru.

Akhirnya syukur kami panjatkan kepada Tuhan, buku ini dapat sampai ke tangan pembaca. Buku yang ada di tangan pembaca ini sebagai pembaharuan dan kelanjutan dari buku yang berjudul Kekuatan Spiritualitas Dalam Entrepreneurship (2020) dan buku Entrepreneurship: Sistem Ekonomi Post-Kapitalisme (2021). Terimakasih kami ucapkan kepada berbagai pihak yang mendukung dan membantu penulisan dan penerbitan buku ini sehingga sampai ke tangan pembaca.

BAB 2

IMAN DAN SPIRITUALITAS

Dalam pengantar buku ini, penulis mengungkapkan bahwa pengalaman inspiratif iman dari seorang teman perjalanan peziarahan telah menjadi pendorong utama untuk menulis buku ini tentang mewujudkan iman melalui wirausaha. Didorong oleh pengalaman yang menggerakkan hati, penulis merasa memiliki tanggung jawab untuk membicarakan tentang iman. Bab pertama buku ini tidak dimaksudkan sebagai sebuah kajian ilmiah mendalam tentang iman dan spiritualitas. Sebaliknya, bab ini bertujuan untuk menjadi bingkai bagi pembaca ketika topik tentang iman dan spiritualitas dibahas dalam buku ini. Melalui bab ini, penulis berharap pembaca dapat memahami landasan spiritual yang menjadi dasar bagi penulisan selanjutnya dalam buku ini.

1. Aspek penting dan Implikasi Dari Iman

Iman adalah salah satu konsep yang mendalam dan penting dalam kehidupan manusia, terutama dalam konteks agama dan spiritualitas. Secara umum, iman mengacu pada keyakinan yang kuat atau kepercayaan yang mendalam pada sesuatu yang tidak dapat dilihat atau dibuktikan secara langsung. Iman seringkali terkait dengan keyakinan pada Tuhan atau kekuatan spiritual lainnya, serta pada ajaran atau nilai-nilai tertentu yang diyakini sebagai benar dan bermakna. Dalam konteks agama-agama Abrahamik seperti Islam, Kristen, dan Yahudi, iman seringkali dianggap sebagai pondasi utama dalam hubungan manusia dengan Tuhan. Iman dalam konteks ini tidak hanya berarti percaya pada keberadaan Tuhan, tetapi juga mengandung elemen kesetiaan, pengabdian, dan ketaatan pada ajaran agama. Iman memainkan peran sentral dalam membentuk identitas spiritual dan moral seseorang, serta memberikan arah dan makna dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, iman juga mencakup keyakinan terhadap nilai-nilai moral dan etika yang mendalam.

Namun, iman juga memiliki makna yang lebih luas di luar konteks agama formal. Banyak orang yang mengaitkan iman dengan keyakinan pada nilai-nilai yang lebih besar dari diri sendiri, seperti kebenaran, keadilan, cinta kasih, atau kebaikan universal. Dalam konteks ini, iman dapat menjadi sumber kekuatan moral dan motivasi untuk bertindak sesuai dengan nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, iman juga seringkali dikaitkan dengan konsep harapan dan ketenangan batin. Keyakinan pada sesuatu yang lebih besar dari diri sendiri dapat memberikan ketenangan dan kepercayaan bahwa segala sesuatu memiliki makna dan tujuan yang lebih besar, terlepas dari tantangan atau penderitaan yang mungkin dihadapi dalam kehidupan.

Dalam praktiknya, iman sering diasosiasikan dengan praktik ibadah, doa, meditasi, atau ritual keagamaan lainnya. Ini merupakan cara untuk memperkuat dan menghidupkan iman dalam kehidupan sehari-hari, serta untuk memperdalam hubungan spiritual dengan Tuhan atau kekuatan spiritual lainnya. Secara keseluruhan, iman adalah pilar kepercayaan dan kekuatan spiritual yang dapat memberikan arah, makna, dan kekuatan moral dalam kehidupan manusia. Meskipun maknanya dapat bervariasi di antara individu dan budaya, iman tetap menjadi salah satu konsep yang fundamental dalam memahami eksistensi dan makna hidup manusia.

Iman mempunyai aspek penting dan implikasi serta peran pentingnya dalam pengalaman manusia. Aspek-aspek Penting dari Iman:

- a. Keyakinan: Iman melibatkan keyakinan yang kuat terhadap keberadaan sesuatu yang lebih besar dari diri sendiri. Ini bisa berupa keyakinan akan adanya Tuhan, kekuatan kosmis, atau prinsip-prinsip moral yang mendasar.
- b. Kepercayaan: Kepercayaan adalah aspek penting dari iman yang menunjukkan rasa yakin dan kepastian terhadap keyakinan tersebut. Ini melibatkan pengakuan bahwa apa yang diyakini memiliki nilai dan kebenaran yang mutlak.

- c. Keterhubungan Emosional: Iman sering kali menyertakan dimensi emosional yang kuat, di mana individu merasakan hubungan yang mendalam dan berarti dengan objek iman mereka, baik itu Tuhan, kekuatan spiritual, atau nilai-nilai moral yang diyakini.
- d. Pengaruh pada Perilaku: Iman juga memengaruhi perilaku individu. Keyakinan dan nilai-nilai yang diyakini mempengaruhi tindakan, keputusan, dan sikap seseorang terhadap diri sendiri dan orang lain.

Sedangkan implikasi dari Iman adalah sebagai berikut:

- a. Makna Hidup: Iman memberikan makna dan tujuan hidup bagi banyak orang. Keyakinan akan adanya Tuhan atau kekuatan yang lebih besar dapat memberikan pandangan yang lebih luas tentang eksistensi manusia dan tempatnya dalam alam semesta.
- b. Ketahanan Mental dan Emosional: Iman sering kali menjadi sumber ketenangan dan ketahanan mental dalam menghadapi tantangan hidup. Keyakinan akan adanya sesuatu yang lebih besar dari diri sendiri dapat memberikan dukungan emosional dalam menghadapi kesulitan dan penderitaan.
- c. Moral dan Etika: Iman memainkan peran penting dalam membentuk nilai-nilai moral dan etika seseorang. Keyakinan akan prinsip-prinsip moral yang mendasar memotivasi individu untuk bertindak secara baik dan menghormati orang lain.
- d. Hubungan Antar manusia: Iman juga dapat memperdalam hubungan antarmanusia, karena sering kali mencakup nilai-nilai kasih sayang, pengampunan, dan toleransi terhadap orang lain.

Mendalami dan memperkuat iman merupakan perjalanan spiritual yang berkelanjutan bagi banyak orang. Ini melibatkan refleksi, kontemplasi, dan pengalaman pribadi yang mendalam. Dengan memperdalam iman, individu dapat menemukan kedamaian, makna, dan tujuan yang lebih besar dalam kehidupan mereka, serta menjadi agen perubahan positif dalam dunia ini.

2. Iman Dalam Pandangan Para Ahli Filsafat

Iman, dalam konteks keagamaan dan spiritual, telah menjadi subjek pemikiran dan diskusi yang mendalam di kalangan para ahli. Berbagai pandangan dan definisi tentang iman telah dikemukakan, mencerminkan keragaman dalam pengertian dan interpretasi konsep ini. Berikut adalah beberapa pandangan dari para ahli tentang iman:

- a. Paul Tillich: Paul Tillich, seorang teolog Protestan abad ke-20, menggambarkan iman sebagai "keadaan tertentu dari hubungan dengan asal-usul dan tujuan eksistensi kita." Menurutnya, iman adalah sikap fundamental yang memengaruhi seluruh kehidupan seseorang, memperkuat koneksi manusia dengan dimensi yang lebih dalam dari realitas.
- b. Søren Kierkegaard: Kierkegaard, seorang filsuf Denmark abad ke-19, menganggap iman sebagai "melompat ke dalam ketidakpastian." Baginya, iman adalah tindakan radikal kepercayaan yang tidak bergantung pada bukti atau penalaran rasional, tetapi pada keputusan subyektif untuk mempercayai hal-hal yang transenden.
- c. William James: James, seorang filsuf dan psikolog Amerika, menggambarkan iman sebagai "keadaan pikiran yang diatur secara emosional." Menurutnya, iman adalah tindakan kemauan untuk mempercayai sesuatu tanpa kepastian absolut, karena manfaat atau nilai-nilai yang melekat dalam keyakinan tersebut.
- d. Rudolf Otto: Otto, seorang teolog dan ilmuwan agama Jerman, memperkenalkan konsep "numinous" untuk menjelaskan pengalaman religius. Baginya, iman melibatkan pengalaman langsung dan tak terduga dari kehadiran yang suci dan misterius, yang menimbulkan rasa hormat dan takjub yang khas.
- e. Alister McGrath: McGrath, seorang teolog dan ahli sains komputer, melihat iman sebagai "pengetahuan yang mengubah hidup." Baginya, iman bukan hanya keyakinan intelektual, tetapi juga pengalaman pribadi yang mempengaruhi cara seseorang memahami diri mereka sendiri, dunia, dan Tuhan.

Pandangan-pandangan ini menunjukkan kompleksitas dan keragaman konsep iman dalam konteks keagamaan dan spiritual. Meskipun definisi dan interpretasi dapat bervariasi, iman tetap menjadi bagian integral dari pengalaman manusia yang mendalam dan berkelanjutan.

3. Iman Dalam Ajaran Islam dan Katolik

Dalam Islam, iman adalah konsep yang sangat penting yang mencakup keyakinan, kepercayaan, dan pengabdian kepada Allah. Iman adalah salah satu dari enam rukun iman dalam Islam, yang harus diyakini oleh setiap Muslim. Berikut adalah beberapa aspek iman dalam pandangan Islam:

- a. **Iman kepada Allah (Tawhid):** Poin pertama dari rukun iman adalah iman kepada Allah. Ini berarti percaya bahwa hanya ada satu Allah yang disembah, tidak ada yang berhak disembah selain-Nya, dan bahwa Allah adalah Pencipta, Pemberi kehidupan, dan Pengatur alam semesta.
- b. **Iman kepada Malaikat:** Sebagai bagian dari iman, Muslim juga harus percaya kepada malaikat sebagai makhluk Allah yang tak terlihat yang memiliki tugas-tugas tertentu, seperti mencatat amal perbuatan manusia dan menyampaikan wahyu Allah kepada para nabi.
- c. **Iman kepada Kitabullah:** Iman kepada kitabullah mencakup keyakinan bahwa Allah telah menurunkan kitab-kitab suci-Nya kepada para nabi sebagai petunjuk bagi manusia. Di antara kitab-kitab suci tersebut adalah Taurat, Injil, Zabur, dan Al-Qur'an.
- d. **Iman kepada Rasul-rasul Allah:** Muslim juga harus percaya kepada para rasul Allah yang diutus untuk memberikan petunjuk kepada umat manusia. Dari Nabi Adam hingga Nabi Muhammad, setiap rasul dianggap membawa ajaran Allah yang benar.
- e. **Iman kepada Hari Kiamat:** Salah satu aspek penting dari iman dalam Islam adalah keyakinan akan adanya hari kiamat, di mana manusia akan dihidupkan kembali untuk dihisab atas

perbuatannya di dunia dan menerima balasan sesuai dengan amal perbuatan mereka.

- f. **Iman kepada Takdir (Qadha dan Qadar):** Takdir merujuk pada kepercayaan bahwa segala sesuatu yang terjadi di dunia ini, baik baik maupun buruk, telah ditetapkan oleh Allah. Namun, manusia tetap memiliki kebebasan untuk memilih dan bertanggung jawab atas perbuatannya.

Iman dalam Islam bukan hanya sekadar keyakinan, tetapi juga melibatkan amal perbuatan yang baik dan ketaatan kepada ajaran agama. Dengan iman yang kuat, seorang Muslim diharapkan dapat mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Iman dalam pandangan agama Katolik adalah dasar dari hubungan antara manusia dengan Allah. Iman dalam agama Katolik tidak hanya berarti keyakinan, tetapi juga mencakup hubungan pribadi dan komunal dengan Allah serta konsekuensi moral dari keyakinan tersebut. Dalam agama katolik iman diyakini berkaitan dengan perbuatan, karena “*---iman tanpa perbuatan pada hakekatnya adalah mati ...*”(Yak 2: 14-26). Berikut adalah beberapa aspek iman dalam pandangan agama Katolik:

- a. **Keyakinan kepada Allah Trinitas:** Agama Katolik mengajarkan keyakinan kepada Allah Trinitas, yaitu keyakinan bahwa Allah adalah satu, tetapi dalam tiga pribadi: Bapa, Anak, dan Roh Kudus. Ini adalah misteri utama dalam iman Katolik.
- b. **Keyakinan kepada Inkarnasi:** Sebagai bagian dari iman Katolik, umat Katolik percaya bahwa Allah menjelma menjadi manusia dalam pribadi Yesus Kristus. Yesus adalah Allah yang menjadi manusia untuk menyelamatkan umat manusia dari dosa.
- c. **Keyakinan kepada Gereja:** Umat Katolik meyakini bahwa Gereja Katolik didirikan oleh Yesus Kristus dan dipimpin oleh Roh Kudus. Gereja Katolik dianggap sebagai tubuh Kristus di dunia dan memiliki otoritas untuk mengajar dalam iman dan moral.

- d. **Keyakinan kepada Sakramen:** Sakramen adalah tanda-tanda nyata dari kasih Allah yang memberikan rahmat-Nya kepada umat manusia. Umat Katolik percaya bahwa sakramen adalah sarana utama untuk menerima rahmat Allah, seperti sakramen baptisan, konfirmasi, dan ekaristi.
- e. **Keyakinan kepada Kebangkitan dan Kehidupan Abadi:** Umat Katolik meyakini bahwa Yesus Kristus bangkit dari kematian dan bahwa semua orang akan dibangkitkan pada akhir zaman untuk menghadap penghakiman Allah. Mereka juga percaya akan kehidupan abadi sebagai hadiah bagi mereka yang setia kepada Allah.
- f. **Pengakuan Dosa:** Sebagai bagian dari iman Katolik, umat Katolik meyakini pentingnya pengakuan dosa dan pertobatan sebagai sarana untuk mendapatkan pengampunan dosa dan memperbaiki hubungan dengan Allah dan sesama.
- g. **Doa dan Kehidupan Rohani:** Umat Katolik percaya bahwa doa dan kehidupan rohani yang aktif adalah bagian penting dari iman mereka. Melalui doa, mereka mengalami hubungan pribadi dengan Allah dan mendapatkan kekuatan untuk hidup sebagai murid Kristus.

Iman dalam agama Katolik bukan hanya tentang kepercayaan, tetapi juga tentang komitmen untuk hidup sesuai dengan ajaran dan nilai-nilai yang diajarkan oleh Yesus Kristus dan Gereja Katolik.

4. Perbedaan dan Kesamaan Iman dan Spiritualitas

Perbedaan antara iman dan spiritualitas dapat menjadi subyek yang kompleks, karena kedua konsep tersebut seringkali saling terkait dan dipahami dengan cara yang berbeda oleh berbagai individu dan tradisi keagamaan. Namun, secara umum, dapat dikatakan bahwa iman dan spiritualitas memiliki fokus dan dimensi yang berbeda:

a. Fokus Utama:

- 1) Iman: Fokus utama iman adalah keyakinan atau kepercayaan pada ajaran atau doktrin agama tertentu. Ini

mencakup keyakinan pada Tuhan, kitab suci, dan ajaran-ajaran agama yang bersangkutan.

- 2) Spiritualitas: Fokus utama spiritualitas adalah pengalaman pribadi dan hubungan yang lebih dalam dengan realitas spiritual atau transenden. Ini dapat mencakup pencarian makna, pemahaman diri, dan hubungan dengan alam semesta atau Tuhan.

b. Sifat dan Ekspresi:

- 1) Iman: Iman sering kali bersifat lebih formal dan terstruktur, tergantung pada ajaran agama yang bersangkutan. Ekspresi iman dapat melibatkan ritual, ibadah, dan doktrin-doktrin agama.
- 2) Spiritualitas: Spiritualitas lebih bersifat pribadi dan individualistik. Ini dapat diekspresikan melalui meditasi, doa pribadi, praktik kontemplatif, atau aktivitas yang mendalami pengalaman spiritual individu.

c. Konsep tentang Tuhan atau Realitas Transenden:

- 1) Iman: Dalam iman, Tuhan atau realitas transenden seringkali dipahami melalui doktrin-doktrin agama yang mengatur cara Tuhan berhubungan dengan dunia dan manusia.
- 2) Spiritualitas: Dalam spiritualitas, konsep tentang Tuhan atau realitas transenden dapat lebih luas dan personal. Pengalaman spiritual individu dapat mengarah pada pemahaman yang lebih intim dan pribadi tentang realitas transenden.

d. Tujuan dan Akhir:

- 1) Iman: Tujuan utama iman adalah untuk mengarahkan kehidupan sesuai dengan ajaran agama dan mencapai keselamatan atau tujuan spiritual yang telah ditetapkan dalam ajaran agama tersebut.
- 2) Spiritualitas: Tujuan spiritualitas adalah pencarian makna yang lebih dalam, pemenuhan batiniah, dan pertumbuhan spiritual pribadi yang lebih mendalam dan memperluas pemahaman tentang realitas.

Meskipun terdapat perbedaan dalam fokus dan dimensi, penting untuk diingat bahwa iman dan spiritualitas seringkali saling terkait dan dapat melengkapi satu sama lain dalam pengalaman keagamaan dan pribadi seseorang.

Meskipun iman dan spiritualitas memiliki perbedaan yang signifikan, ada juga beberapa kesamaan dalam konsep-konsep ini, terutama dalam konteks agama dan kehidupan spiritual:

- a. Kedalaman Pengalaman: Baik iman maupun spiritualitas mengarah pada pengalaman yang lebih dalam dan bermakna dalam hubungan dengan realitas spiritual atau transenden. Kedua konsep ini melibatkan kesadaran akan sesuatu yang lebih besar dari diri sendiri.
- b. Pencarian Makna: Baik iman maupun spiritualitas melibatkan pencarian makna dalam kehidupan. Keduanya menyoroti pentingnya memahami tujuan hidup, nilai-nilai, dan hubungan dengan yang lebih tinggi atau transenden.
- c. Hubungan dengan Yang Lebih Tinggi: Baik iman maupun spiritualitas menekankan pentingnya hubungan dengan Tuhan, alam semesta, atau kekuatan spiritual lainnya. Kedua konsep ini mengakui bahwa manusia memiliki dimensi spiritual yang perlu dijaga dan diperdalam.
- d. Pengaruh pada Perilaku: Baik iman maupun spiritualitas dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Kedua konsep ini dapat mendorong individu untuk bertindak sesuai dengan nilai-nilai spiritual yang mereka yakini.
- e. Peran dalam Keberagaman Agama: Meskipun iman seringkali dikaitkan dengan kepercayaan pada ajaran agama tertentu, spiritualitas dapat ditemukan dalam berbagai tradisi keagamaan dan bahkan di luar konteks agama tertentu.
- f. Aspek Komunal: Baik iman maupun spiritualitas seringkali memiliki aspek komunal yang kuat, di mana individu dapat merasakan hubungan dengan komunitas yang memiliki keyakinan atau nilai-nilai yang sama.

Meskipun terdapat kesamaan ini, penting untuk diingat bahwa konsep-konsep ini dapat memiliki arti yang berbeda bagi setiap individu dan dalam konteks agama atau kepercayaan tertentu. Namun dalam buku ini kadang-kadang iman dan spiritualitas digunakan dalam pengertian yang sama.

BAB 3

BERBISNIS DAN BERWIRAUSAHA

Sebagai manifestasi dari kreativitas dan inovasi, kegiatan kewirausahaan dan bisnis tidak hanya memberikan sumbangan terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara, tetapi juga memperkaya ragam produk dan layanan yang tersedia bagi masyarakat. Dalam tulisan ini, kita akan mengulas perbedaan mendasar antara bisnis dan kewirausahaan. Bisnis merujuk pada kegiatan yang lebih berfokus pada pengelolaan dan operasional bisnis yang telah mapan. Ini melibatkan pengelolaan sumber daya yang ada untuk mendapatkan keuntungan yang stabil dan terukur. Di sisi lain, kewirausahaan lebih menekankan pada inovasi dan pengambilan risiko. Wirausaha sering kali memulai sesuatu yang baru atau mengubah cara yang sudah ada dengan ide-ide yang revolusioner.

1. Perbedaan Berbisnis Dengan Berwirausaha

Kewirausahaan atau entrepreneurship akhir-akhir ini menjadi perhatian banyak pihak di negeri ini. Pada dunia pendidikan kewirausahaan atau entrepreneurship menjadi bahan pembelajaran pada pendidikan tingkat menengah dan pendidikan tinggi. Bahkan di tingkat pendidikan tinggi ada program-program kompetisi berbasis kewirausahaan yang diselenggarakan oleh kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Riset dan Pendidikan Tinggi. Semua itu bermuara pada terciptanya wirausaha-wirausaha yang handal dan mengurangi jumlah pengangguran. Sebagai istilah yang masih agak baru, entrepreneurship atau kewirausahaan mendapat pemahaman dan pemaknaan yang berbeda-beda dari berbagai kalangan. Banyak orang memaknai entrepreneurship sama dengan bisnis yang bertujuan semata-mata untuk memperoleh keuntungan. Padahal pengertian dasar entrepreneurship berbeda dari pengertian bisnis.

Pelaku usaha, dalam istilah bisnis dan wirausaha, sama-sama bertujuan membangun dan mengembangkan suatu produk atau jasa agar bisa dijual di pasaran. Meskipun keduanya memiliki tujuan yang hampir sama, namun terdapat perbedaan signifikan

dari segi pengertian hingga tingkat risiko yang dihadapi. Bisnis umumnya mengacu pada kegiatan menjalankan operasi untuk memperoleh keuntungan dengan cara yang sudah umum dan terencana. Bisnis cenderung berfokus pada pengelolaan yang efisien, penerapan strategi pemasaran yang telah terbukti, serta memanfaatkan model bisnis yang sudah mapan. Di sisi lain, wirausaha lebih menekankan pada inovasi, kreativitas, dan risiko yang lebih besar. Wirausaha berani mengambil risiko untuk menciptakan sesuatu yang baru, bahkan jika hal tersebut belum terbukti di pasaran. Wirausaha cenderung memulai dari bawah, menciptakan pasar baru, dan dapat mengubah cara orang berpikir atau berperilaku.

Dalam hal perbedaan yang tidak terlalu nampak, orang sering kali kesulitan mengenalinya. Oleh karena itu, penting untuk memahami perbedaan secara lebih detail agar dapat membedakan antara bisnis dan wirausaha. Bisnis adalah kegiatan yang bertujuan untuk mendapatkan laba melalui penjualan produk atau jasa, serta dapat berperan dalam mengembangkan perekonomian. Di sisi lain, wirausaha merujuk pada kemampuan kreatif dan inovatif yang menjadi dasar dalam mengejar peluang sukses di dunia bisnis. Meskipun keduanya memiliki tujuan yang sama dalam mencari laba dari hasil penjualan, namun perbedaan pengertian di antara keduanya sangatlah berbeda. Bisnis lebih menekankan pada operasi yang terorganisir untuk mencapai laba, sementara wirausaha lebih menyoroti inovasi, risiko, dan kemampuan untuk menciptakan peluang baru dalam pasar.

Dilihat dari karakteristiknya, pebisnis biasanya terlibat dalam kegiatan ekonomi seperti jual beli barang atau jasa yang sudah umum dan dapat diakses melalui model bisnis komersial atau franchise yang telah mapan. Di sisi lain, wirausaha menciptakan kegiatan ekonomi baru dengan inovasi yang berasal dari ide-ide kreatifnya sendiri. Produk atau jasa yang dihasilkan oleh wirausaha biasanya belum lazim atau bahkan belum ada di pasaran, sehingga mereka harus mengandalkan kemampuan kreatif dan inovatif untuk memperkenalkannya kepada masyarakat. Dengan demikian, wirausaha cenderung lebih fokus

pada pengembangan ide baru dan menghadapi risiko yang lebih tinggi dalam menjalankan usahanya, sementara pebisnis lebih condong pada pengelolaan operasional yang efisien dan pemasaran produk atau jasa yang sudah ada di pasaran.

Perbedaan terakhir antara bisnis dan wirausaha terletak pada pendekatan terhadap risiko. Dalam bisnis, risiko diukur dan dipertimbangkan secara matang, sehingga dapat dikelola dengan efisien. Bisnis cenderung mengutamakan keberlangsungan operasional dan pencapaian tujuan yang sudah direncanakan. Di sisi lain, wirausaha cenderung mengambil risiko yang lebih besar karena melibatkan inovasi yang belum teruji dan berpotensi membawa konsekuensi yang lebih tinggi. Meskipun demikian, wirausaha juga tidak melakukan langkah mereka secara sembarangan. Mereka melakukan perhitungan dan analisis yang mendalam untuk menghadapi risiko tersebut, meskipun tetap berani mengambil langkah-langkah yang di luar kebiasaan untuk mencapai tujuan mereka.

Suatu kali di kelas mata kuliah kewirausahaan, dosen bertanya kepada mahasiswa apa yang anda harapkan dari mata kuliah ini. Mayoritas mahasiswa menjawab supaya mengetahui trik-trik bisnis, supaya memahami cara berdagang, dan sebagainya. Banyak orang, termasuk mahasiswa, masih menganggap wirausaha sama dengan bisnis, yaitu bagaimana mendapatkan keuntungan atau bagaimana bisa menjadi kaya. Banyak orang masih salah paham mengenai berwirausaha atau entrepreneurship dan bisnis. Ada yang berpendapat bahwa pengusaha adalah orang yang memiliki bisnis skala besar sedangkan wirausahawan atau entrepreneur memiliki bisnis tetapi dalam skala kecil, misalnya Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM).

Tidak semua pengusaha memiliki jiwa wirausaha. Sedangkan seorang wirausahawan pasti memiliki jiwa pengusaha, di mana mereka dapat memanfaatkan peluang dari setiap bisnisnya atau orang yang terjun ke dalam suatu bisnis. Di mana, jika kita memiliki jiwa wirausaha, dapat dipastikan bisnis yang akan dijalani akan dapat terus bertahan. Lalu, apakah Anda

termasuk pengusaha atau wirausaha? Temukan perbedaannya di bawah ini. Enam hal yang membedakan antara pengusaha dan wirausaha adalah:

a. Tujuan

Seorang pengusaha biasanya akan menjalankan bisnis untuk mendapatkan keuntungan, keuangan yang lebih stabil, dan menjadi sukses. Sedangkan wirausaha lebih peduli pada perubahan di sekitar dan mengejar *passion* untuk mencapai tujuan akhir yang memberikan kesenangan dan kepuasan. Wirausahawan kurang tertarik pada keuntungan secara finansial, tapi mereka fokus dalam mengembangkan produk/jasa yang akan mereka tawarkan.

b. Waktu

Pengusaha tidak suka membuang waktu, mereka akan selalu mengecek jam untuk memastikan tidak ada pekerjaan atau kegiatan yang tertunda dan harus diselesaikan di luar jam kantor. Wirausahawan bisa menghabiskan waktu lebih lama untuk menyelesaikan pekerjaannya dan membuat produknya lebih sempurna. Karena menurut seorang Wirausahawan, produk adalah sebuah karya besar yang harus ia kembangkan untuk memuaskan pelanggannya.

c. Sikap

Pengusaha biasanya akan merasa nyaman dengan apa yang telah dan rutin mereka lakukan. Mereka melakukan sesuatu tanpa berharap adanya perubahan dan hanya mementingkan bisnisnya berjalan dengan lancar tanpa ada hambatan. Sebaliknya, Wirausahawan akan terus menyesuaikan dan mengikuti perkembangan zaman dan mengubah pola pikir untuk membuat perusahaan mereka sebesar mungkin tanpa ada batasan.

d. Risiko

Bagaimana pengusaha dan wirausahawan melihat dan mengelola risiko? Pengusaha akan selalu melakukan perhitungan dalam menjalankan bisnis, karena mereka akan mengambil risiko yang telah dihitung dan dikelola. Kalaupun bisa, mungkin mereka tidak menginginkan uangnya hilang

sedikitpun atau mengalami kebangkrutan. Berbeda dengan seorang wirausahawan, mereka dapat mengambil risiko yang tidak masuk akal sekalipun. Demi mengejar *passion*, mereka tidak peduli terhadap waktu dan uang yang mereka habiskan. Meski begitu, mereka melakukannya dengan senang dan penuh semangat, sehingga banyak dari wirausahawan yang mengambil risiko besar justru mendapatkan hasil yang luar biasa.

e. Ide

Dari segi ide, seorang pengusaha biasanya akan memilih ide yang sedang tren di sekitarnya dan terlihat memiliki keuntungan yang besar. Sedangkan seorang Wirausahawan adalah seorang pencipta ide produk atau bisnis pertama kalinya. Mereka rela menghabiskan waktu, energi, dan uang untuk membuat ide bisnisnya sendiri. Wirausahawan biasanya memiliki ide orisinal dan berbeda dari yang pernah ada, bahkan terkadang idenya unik dan di luar dugaan kita.

f. Definisi Sukses

Selanjutnya adalah perbedaan definisi sukses dari kaca mata pengusaha dan Wirausahawan. Sukses menurut pengusaha adalah keberhasilan bisnis dan pelaksana kepentingan bisnis yang meliputi dirinya sendiri, partner bisnis, karyawan, pelanggan, investor, dan juga komunitas. Sedangkan menurut wirausahawan melakukan pekerjaannya dan membiarkan perjalanan bisnisnya yang akan mendefinisikan kesuksesan yang ia capai.

Itulah enam perbedaan antara pengusaha dan wirausahawan. Lalu, apakah Anda seorang pengusaha atau wirausahawan. Apapun jiwa yang Anda miliki, Anda harus tetap dapat mengelola keuangan bisnis dengan baik dan tepat. Karena keuangan adalah hal penting dalam menjalankan sebuah bisnis.

2. Pengertian Kewirausahaan dan Entrepreneurship

Menurut definisi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), istilah "wirausaha" terdiri dari dua kata dengan makna yang khas. "Wira" dapat diartikan sebagai pahlawan atau laki-laki yang memiliki keberanian dan ketabahan, sementara "usaha" merujuk pada aktivitas atau upaya yang melibatkan kerja keras, baik secara fisik maupun mental, untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dengan demikian, konsep "wirausaha" dapat diartikan sebagai individu yang melakukan tindakan dengan sepenuh kemampuannya untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Seiring berjalannya waktu, konsep "wirausaha" berkembang menjadi istilah "kewirausahaan", yang merupakan padanan dari kata "entrepreneurship" dalam bahasa Inggris. Kewirausahaan dan wirausaha sendiri merupakan upaya yang melibatkan pemanfaatan sumber daya lainnya seperti sumber daya alam, modal, dan teknologi, dengan tujuan untuk menciptakan kekayaan dan kemakmuran melalui penciptaan lapangan kerja, penghasilan, dan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. Meskipun istilah kewirausahaan memiliki makna yang luas, teori-teori yang berkembang seputar kewirausahaan memiliki variasi makna yang berbeda-beda menurut para ahli yang mengembangkannya.

Istilah "entrepreneurship" saat ini menjadi sangat populer dan digunakan oleh banyak orang dalam berbagai konteks. Namun, terkadang penggunaan istilah ini dapat menimbulkan kebingungan karena maknanya yang tercampur dengan pengertian istilah lain. Oleh karena itu, penting untuk memahami istilah "entrepreneurship" secara tepat guna penggunaannya yang sesuai dengan maknanya. "Istilah "entrepreneurship" berasal dari bahasa Perancis "*entreprendre*", yang berarti melakukan (*to undertake*), memulai, atau berusaha melakukan tindakan mengorganisir dan mengatur. Istilah ini pertama kali diperkenalkan dalam tulisan Richard Cantillon yang berjudul "*Essai Sur la Nature du Commerce en General*" pada tahun 1755 (Hannah Orwa Bula, 2012). Menurut Cantillon, seorang entrepreneur adalah "*agent who buys means of production at certain prices in order to combine them*" (agen yang membeli alat produksi

dengan harga tertentu untuk menggabungkannya). Melalui pemahaman yang benar tentang istilah "entrepreneurship", diharapkan penggunaannya dapat lebih tepat dan sesuai dengan makna aslinya.

Seratus tahun setelah pernyataan Cantilon itu, konsep entrepreneur diperjelas oleh Jean Babbista Say (1816) yang menyatakan bahwa entrepreneur adalah agen yang menyatukan berbagai alat-alat produksi dan menemukan hasil produksinya, sehingga ia mampu membawa orang lain bersama-sama untuk membangun sebuah organ produktif. Seiring dengan gelombang industrialisasi yang menuntut kompetisi di pasar, Frank Knight (1921) mencoba mengorelasikan aspek entrepreneurship dengan pasar. Dia menyatakan bahwa wirausahawan adalah pengusaha yang berani memprediksi dan menyikapi perubahan pasar. Definisi Knight menekankan pada peranan entrepreneur dalam menghadapi ketidakpastian pada dinamika pasar. Kurang lebih sepuluh tahun kemudian, Joseph Schumpeter (1934) menyatakan dengan lebih tegas bahwa entrepreneur adalah seorang innovator yang mengimplementasikan perubahan-perubahan di dalam pasar melalui kombinasi-kombinasi baru. Kombinasi yang dimaksud adalah memperoleh bahan baku baru, membuka pasar baru, atau mengelola sebuah industry dengan organisasi baru. Nampak bahwa Schumpeter mengaitkan entrepreneurship dengan konsep inovasi (Aldrich Howard, 2005).

Seiring dengan tantangan baru dan perubahan ekonomi global, para pelaku dan pengamat bisnis di pelbagai Negara maju semakin menyadari bahwa manajemen yang dikembangkan pada abad ke-20 sudah tidak dapat menjawab perubahan yang kini terjadi. Peter Drucker misalnya, menyimpulkan bahwa telah terjadi pergeseran ekonomi manajemen ke ekonomi entrepreneurship. Dahulu penyerap tenaga kerja terbesar adalah perusahaan besar, sementara sekarang adalah industri kecil dan menengah (Peter Drucker, 1985).

Entrepreneur adalah orang yang menggabungkan sumber daya berdasarkan ide-ide baru untuk menambah nilai pada produk baru atau yang sudah ada atau menambah inovasi dalam layanan

yang diberikan. Seperti yang dijelaskan Schumpeter (Croitoru, 2012), Entrepreneur adalah inovator yang menyediakan produk baru, metode produksi baru, pasar baru, dan bentuk organisasi baru. Untuk waktu yang lama, orang memahami entrepreneurship dalam konteks ekonomi. Cantillon dan Say (Foss et al., 2004) menganggap Entrepreneur sebagai pemain kunci dalam pembangunan ekonomi. Ini terkait dengan penciptaan nilai tambah dan kekayaan. Entrepreneur adalah orang-orang yang tahu bagaimana menghasilkan laba melalui alokasi sumber daya

Namun, Entrepreneurship jauh lebih luas daripada sekadar makna ekonomi. Setiap Entrepreneur itu unik. Karena keunikan ini, tidak ada definisi tunggal tentang menjadi seorang entrepreneur. Entrepreneurship itu kompleks, kontekstual dan konstruktif. Ada beberapa faktor yang berkontribusi terhadap pengembangan entrepreneurship. Menurut teori penentuan nasib sendiri, entrepreneurship muncul karena keinginan seseorang atau sekelompok orang untuk mewujudkan otonomi mereka. Mereka ingin bekerja atau melakukan sesuatu secara mandiri tanpa tekanan dari pihak lain (Sheldon, 2001). Motivasi yang ditentukan sendiri dihasilkan dari kinerja suatu perilaku atau tindakan karena pilihan pribadi, kepuasan dan / atau kesenangan (Agbim, 2013). Teori Ajzen tentang perilaku terencana menyatakan bahwa entrepreneurship diciptakan melalui keadaan internal orang tersebut (*internal locus*) dan variabel eksternal atau kontekstual (*external locus*), yang memengaruhi niat dan akhirnya tindakan (Bird, 1988). Menurut Krueger dan Carsrud (1994), teori perilaku terencana sangat berlaku untuk entrepreneurship. Teori lain yang terkait dengan entrepreneurship adalah teori elemen 'tarik dan dorong' (Dowson & Henley, 2012). Faktor penarik memotivasi pengusaha untuk memulai usaha.

Sementara, faktor-faktor yang memaksa orang untuk memulai bisnis disebut sebagai faktor pendorong atau faktor pendorong. Sangat sulit untuk menarik garis pemisah antara ambisi dan paksaan entrepreneur. Namun menurut Shapero dan Sokol (1982), individu jauh lebih cenderung membentuk perusahaan berdasarkan informasi negatif daripada positif. Amir

(1994) menemukan bahwa, menarik entrepreneur lebih sukses daripada mendorong entrepreneur baik dalam pendapatan pribadi maupun penjualan per karyawan. Dia menambahkan bahwa hal itu disebabkan oleh fakta bahwa, entrepreneur tarik dipikat oleh daya tarik ide bisnis pribadi. Perpindahan antara faktor penarik dan faktor pendorong tidak dapat dihindari. Apa yang dianggap sebagai faktor penarik pengaruh, bisa menjadi faktor pendorong bagi yang lain. Pengangguran adalah salah satu contoh *crossover* itu. Faktor *Push* dan *Pull* memiliki dampak, misalnya, pada motivasi individu. Sementara faktor penarik atau pendorong memengaruhi seorang entrepreneur untuk memulai bisnis mereka, pada akhirnya itu adalah tentang pola pikir atau cara berpikir dan bertindak.

Ini adalah tentang membayangkan cara-cara baru untuk menyelesaikan masalah dan menciptakan nilai. Ini karena, nilai-nilai penting bagi seorang entrepreneur untuk memahami entrepreneurship dan makna serta tujuan kegiatan entrepreneurship. Kalau dalam tulisan ini selanjutnya mengkaitkan entrepreneurship dengan spiritualitas karena persoalan makna, tujuan dan nilai-nilai juga merupakan elemen utama dari spiritualitas. Studi entrepreneurship hanya mungkin dilakukan dengan memahami nilai-nilai dan makna yang dimiliki oleh entrepreneurship. Semua aktivitas mereka biasanya didasarkan pada nilai-nilai mereka, tujuan, dan makna yang mereka pegang. Nandram dan Borden (2009) menambahkan bahwa, spiritualitas dalam entrepreneurship adalah tentang kemauan yang kuat dan kemampuan untuk melihat, percaya, dan membayangkan masa depan yang tidak dilihat atau dipercaya oleh orang lain.

Dengan cara ini, spiritualitas berfungsi sebagai kekuatan pendorong bagi para entrepreneur. Entrepreneur benar-benar orang spiritual. Ini adalah tentang upaya untuk mengatasi keterbatasan seseorang dan terlibat dalam mengikuti visi melalui menjelajah tidak peduli seberapa tidak berwujud atau sesaat tampaknya pada awalnya. Makna hidup di sini adalah mengajukan pertanyaan tentang apa itu tujuan saya di sini sebagai

entrepreneur? Kontribusi apa yang saya buat dan apa yang saya tawarkan yang penting? Apa yang ingin saya tinggalkan di sini? Makna hidup harus dibedakan dari konstruk terkait yang bermakna sebagai entrepreneur. Makna dalam hidup mensyaratkan pentingnya keberadaan - perasaan, pengalaman atau persepsi bahwa keberadaan seseorang itu penting. Ini berkaitan dengan perasaan berkomitmen dan memenuhi tujuan hidup yang lebih tinggi. Kepenuhan tujuan ini memberi seseorang alasan untuk hidup; itu membuat hidup lebih dari sekedar pencarian bertahan hidup, tetapi lebih tepatnya mengalami hidup seseorang karena dibuat untuk membuat perbedaan di dunia. Panggilan ini berasal dari diri. Ini adalah ekspresi dari esensi pribadi, inti dalam, suara di dalam yang harus muncul, dan itu dapat dilihat sebagai diri yang lebih dalam, menyerukan aktualisasi dan integrasi. Ini adalah kekuatan pendorong yang mendorong para entrepreneur untuk berhasil melakukan dalam bisnis.

Entrepreneur merupakan agen untuk perubahan sosial (Brodsky, 1998) yang difokuskan pada bagaimana mengubah dunia, bukan untuk diri sendiri, tetapi untuk orang lain, membebaskan dari belenggu ruang kreasi, dari yang kurang baik menuju kebaikan, dari yang kurang adil menuju keadilan, dari yang kurang berguna menuju ke sangat berguna. Oleh karena itu, sebenarnya Indonesia merupakan negara yang sangat potensial untuk perkembangan entrepreneur. Mengapa? Karena di Indonesia masih banyak orang yang terbelenggu oleh berbagai factor sehingga potensi diri tidak termaksimalkan. Namun demikian, entrepreneurship jangan hanya dibatasi pada persoalan ekonomi, lebih lagi pada persoalan bisnis dan membuka usaha. Entrepreneurship lebih luas dari itu. Entrepreneurship dapat meliputi semua bidang kehidupan, termasuk bidang social yang kemudian dikenal sebagai *sosio entrepreneurship*.

Definisi "sosial entrepreneur" yang paling banyak dipakai saat ini adalah yang diformulasikan oleh Prof. Gregory Dees dari Stanford University Amerika pada tahun 1998, tetapi tulisannya mengadung pandangan yang fundamental. Ia menekankan lima

faktor dalam mendefinisikan entrepreneurship. Lima faktor tersebut adalah:

- a. Melakukan suatu misi untuk menciptakan dan mempertahankan nilai social, bukan hanya nilai pribadi);
- b. Mengetahui dan selalu mencari kesempatan baru untuk melakukan misi tersebut;
- c. Terlibat dalam proses inovasi, adaptasi dan pembelajaran yang berkelanjutan;
- d. Bertindak dengan berani tanpa terbatas oleh sumber-sumber yang saat ini dimiliki; dan
- e. Menunjukkan akuntabilitas yang tinggi terhadap konstitusi yang dilakukan dan hasil yang diciptakan.

“Social Entrepreneur” merupakan representasi kegiatan orang modern dalam menangani kesejahteraan social dengan memobilisasi. Prinsip utama “Social Entrepreneur” adalah mengatasi masalah-masalah social yang ada di sekitarnya. “Social Entrepreneur” yang sangat populer belakangan ini menurut Tony Blair (mantan PM Inggris) telah mengubah wajah sukarelawan Inggris. Menurut definisi pemerintah Inggris, *a social enterprise is a business with primarily social objectives whose surpluses are principally reinvested for that purpose* (sebuah perusahaan sosial adalah bisnis dengan tujuan sosial terutama yang surplusnya diinvestasikan kembali untuk tujuan itu). Aspek penting yang harus dilihat dari wirausaha sosial adalah laba. Karena tujuan wirausaha sosial adalah penyelesaian masalah sosial/lingkungan, maka sudah seharusnya sebagian besar laba ditujukan untuk misi tersebut. Lebih dari urusan laba, *social entrepreneur* juga harus dilihat dari pengertian entrepreneur itu sendiri sebagai orang yang berkeinginan mengubah lingkungannya. Di sini dapat ditemukan adanya entrepreneur-entrepreneur yang telah berhasil memberi warna bagi dunia.

Mother Theresa adalah salah satu sosok social entrepreneur, yang dengan caranya sendiri, ia dapat mengatasi masalah social dan misi agamanya. Mother Theresa adalah seorang *social entrepreneur* yang menggunakan inovasi, pemikiran yang kreatif dan

keberanian mengambil resiko. Mother Theresa banyak bekerja di antara orang miskin di India yang karena struktur social masyarakat mereka mendapat perlakuan tidak manusiawi. Mother Theresa membangkitkan kesadaran manusiawi banyak orang bahwa yang miskin pun berhak meninggal sebagai manusia yang layak. Selain Mother Theresa, ada seorang social entrepreneur yang juga mendapat banyak penghargaan oleh dunia akibat dari kepeduliannya untuk pengentasan kemiskinan di Bangladesh. Sosok tersebut adalah Profesor Muhammad Yunus yang pada mendirikan Bank untuk orang miskin di Bangladesh. Mengenai social entrepreneurship akan dibahas lebih di bagian berikutnya.

Entrepreneurship juga masuk ke ranah pendidikan. Entrepreneurship memiliki makna yang khusus bagi institusi-institusi yang bergerak dalam bidang pendidikan. *Academic Entrepreneurship* diartikan sebagai penciptaan lingkungan untuk (dukungan aktif dari) eksploitasi pengetahuan, stimulasi perilaku entrepreneurship di antara semua anggota dan struktur kelembagaan di masyarakat akademik. Entrepreneur dapat diartikan sebagai seseorang yang selalu membawa perubahan inovasi, ide-ide baru dan aturan baru. Entrepreneur yaitu seseorang yang mempunyai dan membawa sumber daya berupa tenaga kerja, material, serta asset yang lainnya pada suatu kombinasi yang mampu melakukan suatu perubahan menambahkan nilai yang lebih besar daripada nilai yang sebelumnya.

Sementara pendidikan adalah bimbingan atau pertolongan yang diberikan oleh orang dewasa kepada perkembangan anak untuk mencapai kedewasaannya dengan tujuan agar anak cukup cakap melaksanakan tugas hidupnya sendiri tidak dengan bantuan orang lain. Maka Entrepreneur Pendidikan adalah seseorang yang membawa inovasi, ide-ide baru yang mempunyai sumber daya berupa tenaga kerja seperti jasa dan asset yang dikombinasikan untuk menambahkan nilai yang lebih besar dalam upaya mengembangkan anak untuk mencapai kedewasaan dan menjalankan aktifitasnya agar bahagia dalam kehidupan.

Dari berbagai uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa entrepreneurship adalah proses yang menyertai sebuah usaha dimana sang entrepreneur menanggung segala resiko utama, baik itu berupa resiko modal, waktu, dan atau komitmen karier dalam menyediakan nilai untuk produk atau jasa tertentu dengan mengutamakan manajemen yang baik. Akan tetapi pengertian tersebut rasanya kurang tepat bagi orang-orang yang hanya sekadar memutuskan untuk mengelola usaha mereka sendiri dan tidak bekerja untuk pihak lain, sebagaimana yang dijalankan oleh seorang pengusaha yang membuka sebuah restoran atau rumah makan kecil atau kafe, para pengusaha tahu dan tempe, pengusaha kerajinan tangan dan lain-lain. Umumnya mereka hanya sekadar memasukkan modal atau keterampilan mereka ke dalam usaha yang mereka jalankan.

Karena entrepreneur dapat dijumpai pada semua profesi, misalnya: bidang pendidikan, kedokteran, bidang arsitektur, bidang engineering, bidang pekerjaan social, keagamaan, bahkan ibu rumah tangga, maka dibutuhkan definisi yang lebih komprehensif tentang entrepreneurship. Robert D. Hisrich dan Candida G. Bush, menyajikan definisi tentang entrepreneurship sebagai berikut:

Entrepreneurship adalah proses penciptaan sesuatu yang baru pada nilai, menggunakan waktu dan upaya yang diperlukan, menanggung risiko keuangan, fisik, serta risiko sosial yang mengiringi, menerima imbalan moneter yang dihasilkan, serta kepuasan dan kebebasan pribadi (Robert D Hisrich dan Candida G. Bush, 1985).

Dari berbagai definisi di atas kiranya tidak mungkin untuk disatukan menjadi satu definisi karena masing-masing ada unsur tertentu yang hendak ditekankan. Bukan bermaksud merangkum, tetapi kiranya perlu ada definisi entrepreneurship yang dapat digunakan untuk berbagai bidang disiplin ilmu. Barangkali definisi di bawah ini cukup mewakili:

Entrepreneurship adalah keyakinan kuat yang ada dalam diri seseorang untuk mengubah dunia melalui ide dan inovasinya. Keyakinan

ini kemudian ditindaklanjuti dengan keberanian mengambil risiko mewujudkan ide dan inovasinya tersebut melalui organisasi yang didirikannya, mulai dari membangun, memelihara, dan mengembangkannya sampai menghasilkan dampak nyata bagi dunia.

Jadi, kriteria seorang *entrepreneur* bisa dilihat dari ciri - ciri sebagai berikut:

- a. Memiliki keyakinan untuk mengubah dunia menjadi lebih baik
- b. Suka berinovasi dan menemukan ide - ide baru yang membuat kehidupan lebih baik
- c. Mendirikan organisasi, lembaga, perusahaan sendiri (dikenal sebagai *founder*)
- d. Berani mengambil risiko untuk mewujudkan ide dan inovasinya
- e. Berorientasi pada *value* daripada *profit*.

Karena *entrepreneurship* sesungguhnya adalah sikap dan keyakinan, maka *entrepreneurship* juga tidak hanya ditemukan pada orang yang independen, tetapi juga dalam organisasi, perusahaan, instansi pemerintah, dan berbagai institusi lainnya. Untuk mereka yang berada dalam organisasi tertentu hal ini dinamakan dengan *intrapreneurship*. Berdasarkan hal tersebut di atas maka tolok ukur keberhasilan *entrepreneurship* adalah perubahan, perubahan, dan perubahan untuk dunia yang lebih baik.

3. Kewirausahaan menurut para ahli

Selain pandangan Richard Cantillon dan Jean Baptiste yang telah dibahas sebelumnya, ada beberapa ahli yang telah berupaya mendefinisikan kewirausahaan atau *entrepreneurship* berdasarkan bidang keahlian mereka masing-masing. Salah satunya adalah Karl Vesper, yang mengemukakan bahwa seorang *entrepreneur* adalah individu yang mampu menggabungkan sumber daya, tenaga kerja, bahan-bahan, dan aset lainnya dengan cara yang menghasilkan nilai yang lebih tinggi daripada sebelumnya. Mereka juga dikenal sebagai orang yang

memperkenalkan perubahan, inovasi, dan struktur baru dalam suatu lingkungan atau pasar (J. Winardi, 2003).

Joseph Schumpeter seorang ahli ekonomi dari Austria mendefinisikan entrepreneur adalah seorang yang ingin dan mampu untuk melakukan perombakan sistem ekonomi, mengubah ide baru atau penemuan baru menjadi sebuah inovasi yang sukses. Inovasi baru tersebut dapat berwujud: (1) Produk baru (berupa barang atau jasa); (2) Organisasi atau manajemen baru; (3) Cara berproduksi yang baru; (4) Menggunakan bahan baku yang baru. Dengan adanya berbagai inovasi baru tersebut diharapkan dapat menciptakan permintaan baru atau pasar baru. Frank Knight, menjelaskan bahwa Entrepreneur mencoba untuk menyikapi dan memprediksi perubahan pasar. Penjelasan ini menekankan pada peranan seorang wirausaha dalam menghadapi ketidakstabilan pada dinamika pasar. Seorang Entrepreneur disetarakan untuk melakukan semua fungsi manajerial mendasar seperti pengawasan serta pengarahan.

Mas'ud Machfoedz & Mahmud Machfoedz mendefinisikan bahwa Entrepreneur adalah seorang yang mempunyai inovasi untuk mengubah kesempatan menjadi suatu ide yang bisa di jual, dapat memberikan nilai tambah lewat usaha, biaya, waktu dan kecakapan yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Sementara Arif F Hadipranata berpendapat bahwa entrepreneur adalah sosok pengambil resiko yang diperlukan untuk mengelola dan mengatur bisnis serta menerima keuntungan finansial atau pun non uang.

Peter Drucker dalam bukunya *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principle* (1985) mendefinisikan bahwa Entrepreneurship adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (kreatif) dan berbeda (inovatif) yang bermanfaat dalam memberikan nilai lebih dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Sedangkan Thomas W. Zimmerer menjelaskan bahwa Entrepreneurship adalah suatu proses penerapan kreativitas dan keinovasian dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan usaha. Robbin & Coulter menjelaskan Entrepreneurship

yakni suatu proses dimana seseorang atau suatu kelompok individu menggunakan upaya yang terorganisir & sarana untuk mencari sebuah peluang dan menciptakan suatu nilai yang tumbuh dengan memenuhi kebutuhan serta keinginan melalui sebuah inovasi dan keunikan, tidak mempedulikan apapun sumber daya yang digunakan pada saat ini.

Hermawan Kartajaya seorang pakar manajemen dari Indonesia menjelaskan pengertian Entrepreneurship adalah suatu usaha untuk menciptakan nilai melalui pengamatan atas suatu kesempatan bisnis, dengan melakukan manajemen terhadap risiko yang mungkin timbul serta keterampilan untuk berkomunikasi serta memobilisasi sumber daya yang ada terutama sumber daya manusia sehingga dapat menciptakan sesuatu yang menghasilkan. Timmons, (dalam Tunggal, 2008): Entrepreneurship adalah seorang manusia, yang bertindak kreatif membangun suatu nilai dari hal yang secara praktis bukan apa-apa. Ini adalah pencarian peluang tanpa memperhatikan sumber - sumber daya, atau masing - masing sumber daya, yang ada.

Kuratko dan Hodgetts, (dalam Tunggal, 2008): Entrepreneurship adalah sebuah proses inovasi dan penciptaan spekulasi baru melalui empat dimensi utama individual, organisasi, lingkungan, proses dan dibantu dengan kerjasama jaringan dalam pemerintahan, pendidikan, dan institusi. Semua posisi makro dan mikro dari hal yang berhubungan dengan pemikiran entrepreneur harus dipertimbangkan dalam pengenalan dan pengukuran peluang yang bisa dikonversikan ke dalam ide - ide yang dapat dipasarkan yang mampu bersaing untuk implementasi ekonomi hari ini. Arthur Cole, (dalam Tunggal, 2008): Entrepreneurship, setidaknya dalam semua masyarakat bukan otoriter, merupakan sebuah jembatan antara masyarakat sebagai suatu kesatuan, khususnya aspek - aspek non- ekonomi dari masyarakat tersebut dan institusi yang berorientasi pada profit / keuntungan didirikan untuk mengambil keuntungan dari sumbangan ekonominya dan untuk memuaskan hasrat ekonomiknya, sebaik yang mereka bisa. Schermerhorn berpendapat bahwa entrepreneurship merupakan perilaku dinamik, menerima

risiko, kreatif, serta berorientasi pada pertumbuhan. Entrepreneur merupakan seorang individu yang menerima risiko, dan yang melaksanakan tindakan-tindakan untuk mengejar peluang-peluang dalam situasi dimana pihak lain tidak melihat dan merasakannya, dan bahkan ada kemungkinan pihak lain tersebut menganggap sebagai sebuah problem atau bahkan ancaman (Shermerhorn Jr, 1999).

Sementara itu, Zimmerer dan Scarborough menyatakan bahwa entrepreneur adalah seorang yang menciptakan sebuah bisnis baru, dengan menghadapi risiko dan ketidakpastian, dan yang bertujuan mencapai laba serta pertumbuhan melalui pengidentifikasian peluang-peluang melalui kombinasi sumber-sumber daya yang diperlukan untuk mendapatkan manfaat. Entrepreneur yang baik adalah menghindari resiko dan bukan pengambil resiko. Mereka tampak seperti pengambil resiko karena mereka mempunyai cara pandang yang berbeda dari orang biasanya. Mereka melihat produk atau jasa yang akan bertemu dengan bagaimana sebuah kebudayaan akan berubah. Sekali mereka merancangnyanya, mereka akan mengeliminasi semua faktor yang akan menghalangi mereka masuk kedalam pasar sehingga mereka dapat disebut sebagai pengeleminasi resiko (Zimmerer, Scarborough, 2002). Menurut Hisrich, Peters, dan Shepherd (2004) dalam buku mereka yang berjudul "*Entrepreneurship*", kata entrepreneur berarti *betetween taker* atau *go between* yang terjemahan bebasnya adalah orang yang berani mengambil resiko dari satu atau lebih pilihan yang mempunyai manfaat dan resiko yang berbeda.

Pendapat para ahli mengenai entrepreneurship di atas sangat beragam dan mempunyai penekanan-penekanan yang berbeda satu sama lain. Tentu masih ada banyak definisi entrepreneurship menurut para ahli yang belum dipaparkan dalam bagian ini. Tidak bermaksud untuk melupakan mereka, tetapi andaikata seluruh pendapat para ahli dimasukkan kiranya akan menjadi satu buku tersendiri.

4. Businessman VS Wirausahawan

Dalam kegiatan sehari-hari, kalimat businessman ataupun wirausahawan sering kita lekatkan pada mereka yang telah memiliki sebuah usaha atau yang sering disebut "Pengusaha". Kata Businessman dan wirausahawan sering digunakan untuk menggantikan label "Pengusaha" dan bahkan banyak orang menganggap bahwa wirausahawan sama dengan Businessman, padahal sebenarnya terdapat perbedaan antara keduanya. Wirausahawan juga tidak dapat dikatakan sama saja dengan pengusaha. Di atas sudah di bahas perbedaan antara wirausahawan dengan pebisnis.

Pada table di bawah ini dapat dilihat persamaan dan perbedaan antara Businessman dan Wirausahawan:

NO	KETERANGAN	BUSINESSMAN	Wirausahawan
01	Kepemilikan	Pemilik usaha	Pemilik usaha
02	Orientasi	Profit oriented	Customer oriented
03	Keberanian Ambil Resiko	lebih senang bermain aman dalam bertindak	lebih berani dan ambisius dalam bertindak
03	Motivasi kerja	work with ambitious	work with passion
04	Kepemilikan Ide bisnis	memulai bisnis dari ide atau konsep yang sudah ada	membangun ide dan menjadikannya sebuah bisnis
05	Cara berfikir	Traditional mainstream	Innovator mainstream (out the box)
06	Bekerja untuk	bekerja untuk perusahaan	perusahaan yang berkerja untuknya
07	Waktu	waktu untuk keluarga sangat sedikit	mempunyai waktu yang cukup bersama keluarga
08	Tingkat Stress	Tingkat stress tingkat tinggi	Happy dan antusias dalam berbisnis
09	Mempekerjakan orang	mereka mempekerjakan orang untuk meningkatkan profit	mempekerjakan orang untuk mempermudah hidup mereka
10	Fokus	Fokus pada kompetisi (competition)	Fokus pada kerjasama (cooperation)

11	Hidup Dari / Untuk	Hidup dari perusahaan	memberikan mereka perusahaan	hidup untuk
----	--------------------	-----------------------	------------------------------	-------------

BAB 4

ETIKA BERWIRAUSAHA

Kewirausahaan merupakan kegiatan yang tak hanya melibatkan aspek ekonomi semata, tetapi juga berkaitan erat dengan nilai-nilai etika. Etika berwirausaha menjadi landasan penting dalam menjalankan bisnis, karena dapat membentuk citra perusahaan, membangun hubungan yang baik dengan stakeholder, serta memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Dalam konteks ini, penting bagi setiap wirausaha untuk memahami dan menerapkan prinsip-prinsip etika yang baik dalam setiap langkah bisnisnya. Etika berwirausaha mencakup aspek-aspek seperti kejujuran, integritas, tanggung jawab sosial, serta keseimbangan antara mencapai tujuan bisnis dan keberlanjutan lingkungan.

Penting untuk dipahami bahwa etika berwirausaha bukanlah sekadar aturan yang harus dipatuhi, tetapi lebih merupakan pandangan hidup dan filosofi dalam menjalankan bisnis. Oleh karena itu, melalui penghayatan yang mendalam terhadap nilai-nilai etika berwirausaha, diharapkan dapat lahir generasi wirausaha yang tidak hanya sukses secara bisnis, tetapi juga menjadi agen perubahan yang positif dalam masyarakat. Dalam bab ini akan dibahas pertama soal pengertian etika. Pada bagian kedua akan dibahas, sifat, jenis dan fungsi etika. Selanjutnya pembahasan tentang manfaat dari etika di kehidupan bermasyarakat. Pada bagian akhir dibahas mengenai tujuan dan manfaat etika kewirausahaan

1. Pengertian Etika

Etika berasal dari bahasa Perancis yaitu *etiquette* yang berarti kartu undangan. Pada saat itu raja-raja Perancis sering mengundang para tamu dengan menggunakan kartu undangan, di mana dalam kartu undangan tersebut tercantum persyaratan atau ketentuan untuk menghadiri acara antara lain waktu acara dan pakaian yang harus dikenakan (Hadi, 2011). Menurut Bertens (2001) secara etimologi kata etika berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos*. Dalam bentuk tunggal *ethos* bermakna tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, perasaan,

cara berpikir. Dalam bentuk jamak kata etika yaitu: ta-etha berarti adat kebiasaan. Istilah ini menjadi latar belakang bagi terbentuknya konsep etika.

Dalam *The World Book Encyclopedia* dijelaskan bahwa etika terkait dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan tentang benar dan salah dengan menggunakan metode reasoning bukan benar-salah menurut kepercayaan atau tradisi. Etika merupakan ilmu yang mendalami standar moral perorangan dan standar moral masyarakat. Etika mempertanyakan bagaimana standar-standar diaplikasikan dalam kehidupan dan apakah standar itu masuk akal atau tidak masuk akal, yaitu apakah didukung dengan penalaran yang tepat atau tidak tepat. Etika merupakan penelaahan standar moral, proses pemeriksaan standar moral orang atau masyarakat untuk menentukan apakah standar tersebut masuk akal atau tidak untuk diterapkan dalam situasi dan permasalahan konkrit. Tujuan akhir standar moral adalah mengembangkan bangunan standar moral yang dirasakan masuk akal untuk dianut.

Secara filosofis Etika adalah ilmu yang mempelajari baik dan buruknya serta kewajiban, hak, dan tanggung jawab, baik itu secara sosial maupun moral, pada setiap individu di dalam kehidupan bermasyarakatnya. Atau bisa dikatakan juga bahwa etika mencakup nilai yang berhubungan dengan akhlak individu terkait benar dan salahnya. Bertens (2001) menjelaskan bahwa etika adalah nilai moral dan norma yang menjadi pedoman, baik bagi suatu individu maupun suatu kelompok, dalam mengatur tindakan atau perilaku. Dengan kata lain, pengertian ini disebut juga sebagai sistem nilai di dalam hidup manusia, baik perorangan maupun bermasyarakat. Dengan demikian etika juga berarti ilmu mengenai baik dan buruknya manusia (moral). Lebih lanjut, etika juga diartikan sebagai kumpulan nilai moral dan asas (kode etik).

2. Sifat, Jenis dan Fungsi Etika

a. Sifat Etika

Etika mempunyai sifat mutlak atau absolut berarti sebuah etika berlaku untuk siapa saja, di mana saja, dan kapan saja. Etika sebagai prinsip yang tidak dapat dinegosiasikan dan tidak pula tergantung dengan dasar moral yang berubah-ubah. Sebagai contoh, membunuh dan merampas hak atau milik orang lain merupakan perbuatan dan tindakan yang tidak bermoral apapun itu alasannya. Umumnya, etika tetap berlaku meskipun tidak disaksikan oleh siapapun. Hal itu karena etika berkaitan dengan hati nurani dan prinsip hidup manusia yang baik. Sebagai contoh, apabila ada individu yang mencuri meskipun tak diketahui oleh orang lain, tetap saja itu itu merupakan suatu tindakan yang telah melanggar etika dan norma yang berlaku. Sehingga bagaimanapun juga moral dari individu tersebut akan buruk, meski tidak dijerat oleh aparat penegak hukum sekalipun.

Etika yakni cara perspektif batin yang berhubungan dengan baik dan buruknya suatu perbuatan yang dilakukan oleh manusia atau individu. Pada hakikat, setiap manusia tentu diajarkan berbagai hal yang boleh dan tidak boleh dilakukan. Maka lambat laun manusia akan mengetahui perkara yang baik dan buruk sehingga akan terbentuk dan tertanam di hatinya. Etika sangat erat kaitannya dengan perilaku, perbuatan, dan tingkah laku suatu individu. Dengan begitu, umumnya, etika akan terbentuk secara alami akibat adanya perilaku, perbuatan, dan tingkah laku dari individu tersebut. Perilaku dan perbuatan yang buruk dianggap sebagai etika yang buruk, sedangkan perilaku dan perbuatan yang baik maka dianggap sebagai etika yang baik pula. Intinya, bagaimanapun juga etika sangat amat berkaitan dengan perilaku dan perbuatan yang dilakukan oleh individu itu sendiri.

b. Jenis Etika:

1) Menurut jenisnya, dibagi menjadi dua, yaitu:

Etika Normatif yakni jenis etika yang berusaha menentukan dan menetapkan berbagai perilaku, perbuatan, sikap ideal yang seharusnya dimiliki oleh tiap individu di dalam hidup ini, sedangkan Etika Deskriptif adalah jenis etika yang berusaha memandang perilaku dan sikap individu, serta apa yang individu itu kejar di dalam hidup ini atas perkara yang memiliki nilai.

2) Menurut cakupannya, ada dua jenis-jenis etika, yaitu:

Etika Khusus merupakan jenis etika yang menjadi suatu implementasi dari prinsip atau asas moral di dalam kehidupan individu secara khusus, dan Etika Umum merupakan jenis etika yang berkaitan dengan situasi dan kondisi dasar mengenai perilaku dan tindakan individu secara etis.

c. Fungsi Etika

- 1) Sebagai tempat untuk mendapatkan pandangan atau perspektif kritis yang berhadapan langsung dengan berbagai suatu moral yang membingungkan.
- 2) Guna pandangan atau orientasi etis ini perlu adanya mengambil suatu sikap yang wajar dalam situasi dan kondisi masyarakat yang majemuk (pluralisme).
- 3) Guna memperlihatkan suatu keterampilan berpikir jernih, yaitu suatu kebolehan untuk berargumentasi secara kritis dan rasional.
- 4) Berfungsi sebagai pembeda mana yang boleh diubah dan mana yang tidak dapat diubah.
- 5) Berfungsi menyelidiki suatu konflik atau permasalahan hingga ke akar-akarnya.
- 6) Berfungsi untuk membantu sebuah konsistensi.
- 7) Berfungsi untuk menyelesaikan konflik, baik konflik moralitas maupun konflik sosial lainnya, dengan bentuk gagasan yang tersistematis juga kritis.

3. Manfaat etika bagi kehidupan bermasyarakat

a. Etika Bermanfaat sebagai Penghubung Antar Nilai

Etika bisa dikatakan sebagai jembatan antarnilai satu dengan nilai yang lainnya. Sebagai contoh, arti budaya dan nilai agama, dengan adanya etika maka dua hal ini akan bisa jadi suatu kesatuan kebiasaan yang melekat di dalam masyarakat, tanpa ada pihak yang merasa dirugikan sekalipun.

b. Etika Bermanfaat sebagai Pembeda Antara yang Baik dan Buruk

Etika yang telah melekat pada diri individu lambat laun akan membuat individu tersebut mengetahui dan memahami secara penuh terhadap hal atau sesuatu yang ada di sekitarnya. Pemahaman yang dimaksud di atas adalah sesuatu yang dianggap baik dan buruk.

c. Etika Bermanfaat untuk Menjadikan Individu Memiliki Sikap Kritis

Etika yang sudah lama tertanam pada diri individu membuat dirinya lebih kritis dalam menghadapi sebuah kondisi dan situasi. Individu tersebut tak hanya pasrah pada keadaan, melainkan ikut memikirkan jalan keluar atau solusi yang tepat.

d. Etika Bermanfaat sebagai Suatu Pendirian dalam Diri

Etika bisa dijadikan sebagai pedoman dalam bertindak atau dalam menjalani suatu hal. Individu yang paham betul akan etika tentu akan berperilaku sesuai tata aturan yang berlaku, tanpa dirinya merasa terpaksa. Hal ini bisa dikatakan akan memengaruhi pendirian individu atas pemahaman etika yang ada di dalam masyarakat.

e. Etika Dapat Membantu dalam Menentukan Pendapat

Di dalam suatu forum diskusi, tentu ada etika dalam mengemukakan gagasan atau pendapat. Dengan begitu, individu telah sepakat untuk menghargai siapapun itu yang hendak menyampaikan pendapatnya.

f. Etika Bermanfaat untuk Membuat Sesuatu Sesuai dengan Peraturan

Etika akan membuat individu memberlakukan individu lain sesuai dengan kadarnya. Artinya, individu tersebut akan dihukum sesuai dengan kesalahan yang ia lakukan. Apabila ia

melakukan kesalahan kecil, hukuman yang diberikan akan ringan. Sebaliknya, apabila dirinya melakukan kesalahan yang besar hingga fatal, hukuman yang diberikan kepadanya cenderung berat.

- g. Etika sebagai Bentuk Mengorbankan Sedikit Kebebasan dalam Dirinya

Peraturan yang ada dalam suatu kode etik telah disetujui bersama akan membuat individu tak dapat berbuat *seenaknya* sendiri. Semua peraturan yang telah disepakati harus dipatuhi dan tidak boleh dilanggar. Karena apabila individu tersebut melanggarnya, tentu akan dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

4. Etika Profesi

a. Pengertian

Etika profesi adalah sebuah panduan profesionalisme dalam dunia kerja. Calon sarjana harus memahami etika sebagai profesional yang tepat untuk tahu bagaimana bicara dan bertindak serta mengambil keputusan secara profesional. Etika profesi tidak hanya berlaku bagi satu profesi, tetapi untuk seluruh profesi pada umumnya. Dalam profesi tertentu, dapat ditambahkan aturan etika khusus yang sesuai dengan profesi tersebut. Sebagai profesional di dunia kerja, para pekerja harus selalu mengingat etika yang pantas agar dapat menjalin hubungan yang baik dengan seluruh bagian organisasi

Etika profesi adalah suatu sikap etis yang dimiliki seorang profesional sebagai bagian integral dari sikap hidup dalam mengembang tugasnya serta menerapkan norma-norma etis umum pada bidang-bidang khusus (profesi) dalam kehidupan manusia. Etika profesi dan kode etik profesi sangat berhubungan dengan bidang pekerjaan tertentu yang berhubungan langsung dengan masyarakat atau konsumen. Konsep etika tersebut harus disepakati bersama oleh pihak-pihak yang berada di lingkup kerja tertentu, misalnya; dokter, jurnalistik dan pers, guru, engineering (rekayasa), ilmuwan, dan profesi lainnya.

b. Prinsip Dasar Etika Profesi

1) Prinsip Tanggung Jawab

Setiap profesional harus bertanggungjawab terhadap pelaksanaan suatu pekerjaan dan juga terhadap hasilnya. Selain itu, profesional juga memiliki tanggungjawab terhadap dampak yang mungkin terjadi dari profesinya bagi kehidupan orang lain atau masyarakat umum.

2) Prinsip Keadilan

Pada prinsip ini, setiap profesional dituntut untuk mengedepankan keadilan dalam menjalankan pekerjaannya. Dalam hal ini, keadilan harus diberikan kepada siapa saja yang berhak.

3) Prinsip Otonomi

Setiap profesional memiliki wewenang dan kebebasan dalam menjalankan pekerjaan sesuai dengan profesinya. Artinya, seorang profesional memiliki hak untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu dengan mempertimbangkan kode etik profesi.

4) Prinsip Integritas Moral

Integritas moral adalah kualitas kejujuran dan prinsip moral dalam diri seseorang yang dilakukan secara konsisten dalam menjalankan profesinya. Artinya, seorang profesional harus memiliki komitmen pribadi untuk menjaga kepentingan profesinya, dirinya, dan masyarakat.

c. Fungsi Etika Profesi

Menurut UU Nomer 8 tahun 1974 tentang Pokok-Pokok Kepegawaian, kode etik profesi adalah pedoman sikap, tingkah laku dan perbuatan dalam melaksanakan tugas dan dalam kehidupan sehari-hari. Mengacu pada hal tersebut, maka fungsi etika profesi adalah sebagai berikut:

- 1) Sebagai pedoman bagi semua anggota suatu profesi tentang prinsip profesionalitas yang ditetapkan.
- 2) Sebagai alat kontrol sosial bagi masyarakat umum terhadap suatu profesi tertentu.

- 3) Sebagai sarana untuk mencegah campur tangan dari pihak lain di luar organisasi, terkait hubungan etika dalam keanggotaan suatu profesi.

d. Tujuan Etika Profesi

Etika profesi tidak hanya bertujuan untuk membuatmu bertindak lebih profesional saat bekerja, tapi juga etika dalam menjaga kesejahteraan orang-orang yang tergabung dalam profesimu. Selain itu, jika semua anggota profesi dapat menjaga perilaku dan membuat keputusan sesuai dengan aturan etika, maka mutu profesi tersebut pun akan meningkat dan standar baku yang tepat bagi profesi tersebut dapat ditetapkan. Jadi, setiap orang yang tergabung dalam sebuah profesi harus berpegang pada etika profesi dengan tujuan tidak hanya mengembangkan diri sendiri, tetapi juga mengembangkan organisasi serta semua orang yang memiliki profesi yang sama. Secara rinci tujuan etika profesi adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk menjunjung tinggi martabat suatu profesi.
- 2) Untuk menjaga dan mengelola kesejahteraan anggota profesi.
- 3) Untuk meningkatkan pengabdian para anggota profesi.
- 4) Untuk membantu meningkatkan mutu suatu profesi.
- 5) Untuk meningkatkan pelayanan suatu profesi di atas keuntungan pribadi.
- 6) Untuk menentukan standar baku bagi suatu profesi.
- 7) Untuk meningkatkan kualitas organisasi menjadi lebih profesional dan terjalin dengan erat.

e. Manfaat Etika Profesi

- 1) Memastikan profesionalisme

Profesionalisme dalam kerja sangat penting. Hal ini memang terdengar lumayan menyeramkan, apalagi untuk *fresh graduates*. Akan tetapi, jika kamu selalu berpegang pada etika profesi dan melakukan pekerjaan sesuai dengan peraturan, kemungkinan besar kamu akan menjadi seorang profesional dengan mudah meski minim

pengalaman. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengetahui batasan-batasan dan peraturan etika profesional sebagai seorang pekerja.

2) Meningkatkan tanggung jawab

Jika melakukan pekerjaan sesuai dengan aturan etika yang berlaku, maka kamu akan dinilai sebagai orang profesional yang mampu mengemban tanggung jawab lebih banyak. Selain itu, hasil pekerjaanmu pun akan lebih berkualitas dan dapat dipercaya.

3) Sistem kerja yang tertib

Jika semua karyawan sebuah perusahaan menjalankan pekerjaannya sesuai dengan etika profesi, maka tugas akan dapat dilaksanakan dengan tepat dan sesuai. Dengan ini, peluang penyimpangan di perusahaan dapat dihindari dan ketertiban sistem kerja akan lebih terjaga.

4) Meningkatkan produktivitas dan efektivitas kerja

Dengan mengikuti pedoman etika yang baik, sebuah perusahaan akan dapat membangun suasana kerja yang nyaman. Hal ini disebabkan para karyawan yang bisa saling menghargai, menjalin hubungan yang erat, namun tetap mengedepankan profesionalitas sesuai dengan pedoman etika yang ada. Kondisi bisnis yang dijalankan juga akan lebih kondusif dan produktif. Akhirnya pekerjaan menjadi lebih efektif.

5. Etika Khusus

Merupakan penerapan prinsip-prinsip moral dasar dalam bidang kehidupan yang khusus. Penerapan ini bisa berwujud bagaimana saya mengambil keputusan dan bertindak dalam bidang kehidupan dan kegiatan khusus yang saya lakukan, yang didasari oleh cara, teori dan prinsip-prinsip moral dasar. Namun, penerapan itu dapat juga berwujud bagaimana saya menilai perilaku saya dan orang lain dalam bidang kegiatan dan kehidupan khusus yang dilatarbelakangi oleh kondisi yang memungkinkan manusia bertindak etis, cara bagaimana manusia

mengambil suatu keputusan atau tindakan, dan teori serta prinsip moral dasar yang ada dibalikinya.

Dalam arti luas, etika sering disebut sebagai tindakan mengatur tingkah laku atau perilaku manusia dengan masyarakat. Tingkah laku itu perlu diatur agar tidak melanggar norma-norma atau kebiasaan yang berlaku di masyarakat. Hal ini disebabkan norma-norma atau kebiasaan masyarakat di setiap daerah atau negara berbeda-beda (Kasmir, 2006). Istilah etika juga diartikan sebagai suatu perbuatan standar (*standard of conduct*) yang mengarahkan individu dalam membuat keputusan. Etika terkait dengan tata cara berhubungan dengan manusia lainnya. Tata cara pada masing-masing masyarakat tidaklah sama atau beragam bentuknya. Hal ini disebabkan beragamnya budaya kehidupan masyarakat. Tata cara ini diperlukan dalam berbagai sendi kehidupan manusia agar terbina hubungan yang harmonis, saling menghargai satu sama lainnya.

Etika yang bersifat fundamental ditengah-tengah masyarakat dan berlaku sepanjang masa dan di semua kalangan dijelaskan Zimmerer dan Scarborough (1996) adalah:

- a. Sopan santun, selalu bicara benar, terus terang, tidak menipu, tidak mencuri dan tidak berbuat curang.
- b. *Integrity* (Integritas), memiliki prinsip, hormat, dan tidak bermuka dua atau bermanis mulut.
- c. Menjaga janji, bisa dipercaya bila berjanji, amanah, jangan mau menang sendiri.
- d. *Fidelity*, benar dan loyal kepada keluarga, teman, tidak menyembunyikan informasi yang tidak perlu dirahasiakan.
- e. *Fairness*, berlaku fair dan terbuka, komit pada kedamaian, jika salah mengakui dan tidak tetap bertahan tetapi cepat mengakui kesalahan, perlakuan sama pada setiap orang, toleran.
- f. *Caring for other*, perhatian, baik budi, ikut andil, menolong yang membutuhkan.
- g. *Respect for other*, menghormati hak-hak orang lain, memberi pertimbangan kepada orang lain yang dianggap berguna dan tidak berprasangka buruk kepada orang lain.

- h. *Responsible citizenship*, patuh pada peraturan yang berlaku, jika jadi pemimpin maka bersifat terbuka dan menolong.
- i. *Pursuit of excellence*, berbuat yang terbaik, tanggung jawab, rajin, komit, meningkatkan kompetensi.
- j. *Accountability*, bertanggungjawab dalam segala perbuatan terutama dalam mengambil keputusan.

Demikian juga halnya dalam berwirausaha juga memiliki etika berupa aturan-aturan sehingga kegiatan usaha tersebut tidak melanggar aturan (agama, norma ataupun aturan pemerintah) dan memperoleh simpati dari berbagai pihak. Dalam dunia usaha, semua pihak tidak mengharapkan memperoleh perlakuan tidak jujur dari sesamanya. Praktek tipu-menipu, manipulasi, mark up dan sebagainya tidak akan terjadi jika dilandasi etika yang dijunjung tinggi.

Secara sederhana yang dimaksud dengan etika bisnis adalah cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri dan juga masyarakat. Etika usaha bisnis terkait dengan hubungan kepercayaan antara pelaku usaha untuk bertindak secara etis dalam berbagai aktivitas usaha/bisnisnya sehingga melaluinya terbangun harmonisasi dalam berusaha/berbisnis. Trevino dan Nelson (1995) menyatakan etika bisnis menyangkut usaha membangun kepercayaan antara anggota masyarakat dengan perusahaan dan hal ini merupakan elemen yang sangat penting bagi suksesnya suatu usaha dalam jangka panjang.

Salvatore (2005) menjelaskan etika bisnis (*business ethics*) berusaha untuk melarang perilaku bisnis, manajer perusahaan dan pekerja yang seharusnya tidak dilakukan. Etika adalah sumber tuntunan di luar hukum yang ditegakkan. Etika bisnis dalam manajemen jauh melewati hukum dalam memberikan acuan mengenai perilaku apa yang dapat diterima dalam berbagai transaksi bisnis, namun demikian karena didasarkan kepada nilai-nilai, sering kali tidak jelas apa itu perilaku yang etis atau tidak karena orang yang berbeda dapat memiliki nilai yang berbeda. Sebagai contoh haruskah anda melaporkan kepada atasan tentang

perselingkuhan dua rekan kerja. Sebagian orang akan berkata “ya”, tetapi sebagian yang lain akan berpikir bahwa hal tersebut bukan urusan mereka.

Selanjutnya dijelaskan oleh Salvatore, bahwa sebagian besar perusahaan telah menetapkan kode etik perilaku untuk para staf atau pekerjanya dan menciptakan “petugas etik” atau penjaga perilaku perusahaan dengan tugas agar staf atau pekerjanya bertindak lebih baik daripada yang diharuskan oleh hukum. Perusahaan dengan pedoman perilaku atau pedoman etika semacam itu lebih mungkin mendengar perilaku tidak etis di perusahaan sebelum hal tersebut menjadi masalah hukum atau sebelum konsumen bereaksi atau hal-hal yang dapat merusak citra dan profitabilitas perusahaan.

Etika bisnis adalah suatu kode etik perilaku entrepreneur berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dalam membuat keputusan dan memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi. Dalam makna lain etika bisnis adalah istilah yang sering digunakan untuk menunjukkan perilaku etika dari seorang manajer atau karyawan suatu organisasi. Etika bisnis sangat penting untuk mempertahankan loyalitas pemilik kepentingan. Berdasarkan uraian di atas maka dapat dilihat bahwa etika bisnis adalah suatu kode etik perilaku pengusaha berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dalam berusaha dan memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi dalam suatu perusahaan.

Boove sebagaimana dikutip Alma (2009) menjelaskan beberapa faktor yang berpengaruh terhadap etika usaha/bisnis yaitu:

a. *Cultural difference*

Setiap daerah, lingkungan, organisasi maupun perusahaan memiliki kebiasaan sendiri-sendiri. Demikian pula bentuk penyogokan, komisi, titipan, amplop, upeti, uang lelah, uang meja dan berbagai istilah lainnya tentunya dipahami sebagai sesuatu yang berbeda di setiap daerah, lingkungan, organisasi maupun perusahaan. Ada yang membolehkan namun ada yang melarang dan ada pula dibuat kesepakatan.

b. *Knowledge*

Orang-orang yang mengetahui dan berada dalam jalur pengambil keputusan mencoba berusaha tidak terlibat dalam masalah-masalah menyangkut masalah etika ini. Demikian pula jika sudah mengetahui bahwa perbuatan itu melanggar etika maka jangan dilakukan karena hal itu melanggar kata hati dan akan berhadapan dengan hukum. Jika dihukum dan dipenjara tentu kredibilitas dan integritas diri seorang entrepreneur akan tercemar.

c. *Organizational behavior*

Pondasi yang kokoh dari sebuah etika usaha adalah iklim yang berlaku pada sebuah organisasi. Ada organisasi yang benar-benar ketat menjaga etika, dan memberi pelatihan kepada stafnya agar menjaga etika. Biasanya perusahaan besar banyak menerapkan kode etik yang diberlakukan dilingkungan usahanya. Hal ini dilakukan demi kenyamanan dan ketenangan dalam bekerja.

6. Etika Kewirausahaan

Etika merupakan pedoman moral dalam kehidupan manusia yang akan membimbing manusia untuk menentukan mana yang baik dan mana yang buruk, mana yang boleh dan mana yang tidak boleh. Oleh karena itu dalam berbisnis, etika harus ditegakkan. Jika dalam bisnis tidak lagi memperhatikan etika, maka perusahaan itu cepat atau lambat, pasti akan menuju kepada kehancurannya. Banyak contoh praktik-praktik kotor dalam dunia bisnis yang akhirnya membawa kehancuran. Maraknya korupsi, kolusi dan nepotisme (KKN) antara politisi dan pengusaha, praktik suap dan mark up, menyogok pejabat untuk mendapatkan proyek, mendirikan bank untuk mengeruk uang rakyat dan kemudian digunakan untuk membiayai bisnis group, serta tindakan-tindakan mengelabui bank (Hendra dan Riana, 2008). Belum lagi persaingan usaha yang cenderung saling menjatuhkan, yang pada akhirnya konsumenlah akhirnya yang dirugikan. Bisnis yang tidak beretika pada level apapun akan berujung pada kehancuran. Oleh karena

itu agar bisnis/ usaha bertahan dan berkembang dengan baik, etika bisnis harus ditegakkan.

Dalam hal ini, etika usaha adalah prinsip-prinsip atau pandangan-pandangan dalam kegiatan bidang usaha dengan segala persoalannya untuk mencapai suatu tujuan serta melaksanakan nilai-nilai yang bermanfaat untuk meningkatkan kehidupan usaha sehari-hari. Etika usaha/bisnis merupakan bagian dari proses menegakkan dan membangun sebuah peradaban.

Mahatma Gandhi pernah berucap, bahwa ada 7 (tujuh) macam dosa yang jika dilakukan terus menerus akan membawa kehancuran bagi suatu tatanan masyarakat termasuk organisasi maupun perusahaan yaitu:

- a. Kaya tanpa kerja (*wealth without work*).
- b. Nikmat tanpa nurani (*pleasure without conscience*).
- c. Ilmu tanpa karakter (*knowledge without character*).
- d. Bisnis tanpa moralitas (*commerce without morality*).
- e. Sains tanpa kemanusiaan (*science without humanity*).
- f. Agama tanpa pengorbanan (*religion without sacrifice*).
- g. Politik tanpa prinsip (*politics without principles*).

Praktik bisnis di semua belahan dunia telah mengalami pergeseran yang besar. Bisnis yang semula dianggap sebagai semata-mata mencari keuntungan sebanyak-banyaknya tanpa menghiraukan etika dan moralitas, tetapi sejak tahun 2002 para pelaku bisnis AS dan Eropa bahkan juga Australia mulai menyadari peranan spiritualitas dalam mendorong keberhasilan bisnis. Harvard Business School pada tahun 2002 mengeluarkan rangkuman hasil diskusi para Top Eksekutif Internasional dari berbagai belahan Dunia, dengan judul "*Does Spirituality Drive Success*?" terdapat (lima) hal yang dihasilkan dari spirituality yaitu:

- a. Integritas/kejujuran.
- b. Energi/semangat.
- c. Inspirasi/ide dan inisiatif,
- d. Wisdom/bijaksana
- e. Keberanian dalam mengambil keputusan.

Sepanjang tahun 1987, 1995, dan 2002, sebuah lembaga Internasional The Leadership Challenge telah melakukan penelitian terhadap top manajer di 6 Benua (Afrika, Amerika Utara, Amerika Selatan, Eropa, Asia dan Australia). Apa Kesimpulannya? Kesimpulannya adalah sebuah era spiritualitas telah dijadikan inti dari praktik bisnis modern untuk mengejar sebuah kesuksesan. Hasil studi di Amerika Serikat terhadap para top manajer tersebut, menghasilkan sebuah peringkat karakter ideal, dan yang menarik adalah bahwa kejujuran menduduki rangking pertama dari 10 (sepuluh) karakter utama ideal. Kita tahu bahwa "jujur" adalah salah satu indikator kunci dari etika bisnis.

Selengkapnya kesepuluh karakter tersebut berdasarkan rangking adalah sebagai berikut:

- a. Honest (jujur) = 88%
- b. Forward looking (berpikiran maju) = 71%
- c. Competent = 66%
- d. Inspiring (dapat memberi inspirasi) = 65%
- e. Intelligent (cerdas) = 47%
- f. Fair-minded (adil) = 42%
- g. Broad-minded (berpandangan luas) = 40%
- h. Supportive (mendukung) = 35%
- i. Straight forward (terus terang/jujur) = 34%
- j. Dependable (dapat diandalkan) = 33%

Selanjutnya terkait dengan ketentuan yang diatur dalam etika entrepreneur secara umum adalah sebagai berikut.

- a. Sikap dan perilaku seseorang entrepreneur harus mengikuti norma-norma yang berlaku dalam suatu negara atau masyarakat.
- b. Penampilan yang ditujukan seorang entrepreneur harus selalu apik, sopan, terutama dalam menghadapi situasi atau acara-acara tertentu.
- c. Cara berpakaian entrepreneur juga harus sopan dan sesuai dengan tempat dan waktu yang berlaku.

- d. Cara berbicara seorang entrepreneur juga mencerminkan usahanya, sopan, penuh tata karma, tidak menyinggung atau mencela orang lain.
- e. Gerak-gerak entrepreneur juga dapat menyenangkan orang lain, hindarkan gerak-gerak yang dapat mencurigakan.

Senada dengan hal di atas, Kasmir (2006) menjelaskan secara umum terdapat beberapa ketentuan yang diatur dalam etika entrepreneur sebagai berikut:

- a. Sikap dan prilaku seorang entrepreneur harus mengikuti norma yang berlaku dalam suatu negara atau masyarakat
- b. Penampilan yang ditunjukkan seorang entrepreneur harus selalu apik, sopan, terutama dalam menghadapi situasi atau acara-acara tertentu.
- c. Cara berpakaian entrepreneur juga mencerminkan usahanya, sopan, penuh tata krama, tidak menyinggung atau mencela orang lain.
- d. Gerak-gerak seorang entrepreneur juga dapat menyenangkan orang lain, hindarkan gerak-gerak yang dapat mencurigakan.

Suryana (2003) menjelaskan etika yang melekat pada seorang entrepreneur secara umum adalah:

- a. Sikap dan perilaku seorang entrepreneur harus mengikuti norma yang berlaku dalam suatu negara atau masyarakat.
- b. Berpenampilan sopan dalam suatu situasi atau acara tertentu.
- c. Cara berpakaian yang layak dan pantas.
- d. Cara berbicara yang santun dan tidak menyinggung orang lain.
- e. Perilaku yang menyenangkan orang lain.

Secara khusus etika yang melekat pada diri entrepreneur adalah:

- a. Kejujuran.

Entrepreneur harus selalu bersikap jujur baik dalam berbicara maupun bertindak. Jujur ini perlu agar berbagai pihak percaya terhadap apa yang akan dilakukan. Tanpa kejujuran, usaha tidak akan maju dan tidak dipercaya oleh mitra kerja

maupun pelanggan. Bukankah ada peribahasa yang menyatakan: “sekali lancung ke ujian seumur hidup orang tak percaya”, peribahasa ini bermakna apabila berbohong maka orang lain tak akan pernah percaya lagi.

Darmawan (2010) menyatakan dalam bisnis, pelaku usaha harus jujur dan adil. Jujur berarti berani mengakui dan menerima hak setiap pihak, sedangkan adil adalah kemauan dan kerelaan untuk memberi dan menerima hak masing-masing, sehingga tidak ada pihak yang mengklaim apalagi merebut hak pihak lain.

b. Bertanggung jawab.

Entrepreneur harus bertanggung jawab terhadap segala kegiatan yang dilakukan dalam bidang usahanya. Kewajiban terhadap berbagai pihak harus segera diselesaikan. Tanggung jawab tidak hanya terbatas pada kewajiban, tetapi juga kepada seluruh karyawannya, masyarakat sekitarnya dan pemerintah.

c. Menepati janji.

Entrepreneur dituntut untuk selalu menepati janji. Sekali entrepreneur ingkar janji, maka hilanglah kepercayaan pihak lain terhadapnya. Entrepreneur juga harus konsisten terhadap apa yang telah dibuat dan disepakati sebelumnya. Bukankah manusia yang dipegang lidah atau perkataannya. Sekali kita tidak menepati janji maka akan tergerus kepercayaan pihak lain kepada kita.

d. Disiplin.

Entrepreneur dituntut untuk selalu disiplin dalam berbagai kegiatan yang berkaitan dengan usahanya, misalnya dalam hal waktu pembayaran atau pelaporan kegiatan usahanya.

e. Taat hukum.

Entrepreneur harus selalu patuh dan menaati hukum yang berlaku, baik yang berkaitan dengan norma, adat istiadat di masyarakat ataupun hukum yang dibuat pemerintah. Pelanggaran terhadap hukum dan peraturan yang telah diperbuat akan berakibatkan fatal di kemudian hari. Bahkan hal

itu akan menjadi beban moral bagi seorang entrepreneur apabila tidak diselesaikan segera.

f. Suka membantu.

Entrepreneur secara moral harus sanggup membantu berbagai pihak yang memerlukan bantuan. Sikap ringan tangan ini dapat ditunjukkan kepada masyarakat dalam berbagai cara.

g. Komitmen dan menghormati.

Entrepreneur harus komitmen dengan apa yang dijalankan dan menghargai komitmen dengan pihak-pihak lain yang berhubungan dengannya. Entrepreneur yang menjunjung komitmen terhadap apa yang telah diucapkan atau disepakati akan dihargai oleh berbagai pihak.

h. Mengejar prestasi.

Entrepreneur yang sukses harus selalu berusaha mengejar prestasi setinggi mungkin. Tujuannya agar perusahaan dapat terus bertahan dari waktu ke waktu. Prestasi yang berhasil dicapai perlu terus ditingkatkan. Di samping itu, entrepreneur juga harus tahan mental dan tidak mudah putus asa terhadap berbagai kondisi dan situasi yang dihadapinya. Di mana kondisi dan situasi yang dihadapi bukan sebagai penghalang tetapi merupakan sebagaiantang untuk maju.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapatlah dimaknai bahwa etika entrepreneur terkait hal-hal sebagai berikut:

a. Memiliki usaha adalah tugas mulia dan kebiasaan baik

Artinya entrepreneur bertugas untuk mewujudkan suatu kenyataan hidup berdasarkan suatu kebiasaan-kebiasaan yang baik di dalam menjalankan usaha.

b. Menempa pikiran untuk maju.

Artinya entrepreneur melatih untuk membiasakan diri untuk berprakasa baik, bertanggungjawab, percaya diri untuk dapat mengerjakan kebaikan dan meningkatkan daya saing, serta daya juang untuk mempertahankan hidup dari prinsip-prinsip berwirausaha yang jujur.

- c. Kebiasaan membentuk watak
Artinya entrepreneur berdaya upaya untuk membiasakan diri berpikir, bersikap mental untuk berbuat maju, berpikir terbuka secara baik, bersih dan teliti.
- d. Membersihkan diri dari kebiasaan berpikir negatif.
Artinya entrepreneur harus berusaha dan berdaya upaya untuk menanggalkan dan membersihkan diri dari kebiasaan cara berpikir, sikap mental yang tidak baik, misalnya menyakiti orang lain, serta menjauhkan diri dari sikap selalu menggantungkan pada kemujuran nasib.
- e. Kebiasaan berprakarsa.
Artinya seorang entrepreneur harus membiasakan diri untuk mengembangkan dalam berprakarsa dalam kegiatan pengelolaan usaha, dapat memberikan saran-saran yang baik, serta dapat menolong kepada dirinya sendiri.
- f. Kepercayaan kepada diri sendiri.
Artinya seorang entrepreneur harus percaya kepada diri sendiri, harus mempunyai keyakinan dan beriman kepada Tuhan Yang Maha Esa, serta dapat meningkatkan nilai-nilai kehidupan di dalam berwirausaha.
- g. Membersihkan hambatan buatan sendiri.
Artinya seorang entrepreneur harus berusaha membebaskan dari hambatan-hambatan dari adanya produk buatan sendiri. Seorang entrepreneur jangan mempunyai pikiran ragu-ragu, merasa takut, merasa rendah diri terhadap hasil produk buatan sendiri, tetapi dengan kepercayaan diri, tunjukkan bahwa ini adalah produk saya.
- h. Mempunyai kemauan, daya upaya dan perencanaan.
Artinya seorang entrepreneur harus mempunyai kemauan, serta daya upaya untuk mengetahui kemampuan dalam hidupnya, cara merencanakan dalam mengejar cita-cita mengembangkan usahanya yang berhasil berdasarkan prinsip-prinsip kewirausahaan.

7. Tujuan dan Manfaat Etika Kewirausahaan

Etika merupakan pedoman untuk mendapatkan hidup yang bernilai atau bermartabat, di samping itu etika juga terkait dengan petunjuk-petunjuk tindakan-tindakan apa yang benar dan apa yang salah. Hal ini tentunya juga menjadi pedoman dan petunjuk bagi seorang entrepreneur. Etika yang mengikat pada diri entrepreneur, bertujuan dan bermanfaat sebagai berikut:

a. Untuk persahabatan dan pergaulan.

Etika dapat meningkatkan keakraban dengan karyawan, pelanggan atau pihak-pihak lain yang berkepentingan. Suasana akrab akan berubah menjadi persahabatan dan menambah luasnya pergaulan. Jika entrepreneur, karyawan, pelanggan dan masyarakat menjadi akrab dan terbina hubungan yang harmonis maka diiharapkan segala urusan akan menjadi lebih mudah dan lancar.

b. Menyenangkan orang lain.

Sikap menyenangkan orang lain merupakan sikap yang mulia. Jika ingin dihormati, maka harus menghormati orang lain. Menyenangkan orang lain berarti membuat orang menjadi suka dan puas terhadap pelayanan yang diterimanya. Jika pelanggan merasa senang dan puas atas pelayanan yang diberikan tentunya diharapkan mereka akan mengulanginya kembali suatu waktu.

c. Membujuk pelanggan.

Setiap calon pelanggan memiliki karakter tersendiri. Kadang-kadang seorang calon pelanggan perlu dibujuk agar mau menjadi pelanggan. Berbagai cara dapat dilakukan perusahaan untuk membujuk calon pelanggan. Salah satu caranya adalah melalui etika yang ditunjukkan seluruh karyawan perusahaan/ organisasi melalui perilaku, tutur kata yang sopan, mau mendengarkan keluhan pelanggan, berempati dan sebagainya.

d. Mempertahankan pelanggan.

Mempertahankan pelanggan jauh lebih sulit daripada mencari pelanggan. Melalui pelayanan etika maka diharapkan pelanggan dapat dipertahankan karena mereka sudah merasa puas atau layanan yang diberikan atau diterimanya.

e. Membina dan menjaga hubungan

Hubungan yang sudah berjalan baik harus tetap dan terus dibina. Hindari adanya perbedaan paham atau konflik. Ciptakan hubungan dalam suasana akrab. Dengan etika berhubungan yang lebih baik dan akrab pun dapat terwujud.

BAB 5

MENGEMBANGKAN JIWA KEWIRAUSAHAAN

alasan mengapa perlu mengembangkan entrepreneurship melalui lembaga pendidikan termasuk universitas. Pertama, entrepreneurship dianggap sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi, karena memberikan peluang bagi siapa saja untuk melakukan aktifitas yang akhirnya mendatangkan keuntungan ekonomis (Farayibi, 2015). Kedua, di Indonesia juga diakui bahwa kegiatan-kegiatan perekonomian berbasis entrepreneurship memiliki daya tahan dalam menghadapi gejolak perekonomian. Ketiga, tidak ada jaminan bagi lulusan pendidikan tinggi untuk memasuki pasar kerja dan dunia industry karena rendahnya kompetensi atau ketidaksesuaian kompetensi dengan kebutuhan pasar kerja (Merdeka.com, 2017). Keempat, secara spesifik bagi dunia pendidikan adalah masih belum

terserapnya lulusan pendidikan tinggi dalam dunia kerja secara maksimal. Menurut BPS, penyerapan tenaga kerja dari kelompok berpendidikan universitas pada Pebruari 2017 hanya 15,27 juta orang atau 12,26% dari total tenaga kerja (BPS, 2017). Kelima, banyak peluang aktifitas wirausaha yang menjanjikan secara ekonomis. Sayangnya minat berwirausaha para lulusan perguruan tinggi di Indonesia masih sangat rendah (Mopangga, 2014); hanya 17% lulusan perguruan tinggi di Indonesia yang tertarik menjadi wirausahawan

(Republika.co.id, 2012 alasan mengapa perlu mengembangkan entrepreneurship melalui lembaga pendidikan termasuk universitas. Pertama, entrepreneurship dianggap sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi, karena memberikan peluang bagi siapa saja untuk melakukan aktifitas yang akhirnya mendatangkan keuntungan ekonomis (Farayibi, 2015). Kedua, di Indonesia juga diakui bahwa kegiatan-kegiatan perekonomian berbasis entrepreneurship memiliki daya tahan dalam menghadapi gejolak perekonomian. Ketiga, tidak ada jaminan bagi lulusan pendidikan tinggi untuk memasuki pasar kerja dan dunia industry karena

rendahnya kompetensi atau ketidaksesuaian kompetensi dengan kebutuhan pasar kerja (Merdeka.com, 2017). Keempat, secara spesifik bagi dunia pendidikan adalah masih belum terserapnya lulusan pendidikan tinggi dalam dunia kerja secara maksimal. Menurut BPS,

penyerapan tenaga kerja dari kelompok berpendidikan universitas pada Pebruari 2017 hanya 15,27 juta orang atau 12,26% dari total tenaga kerja (BPS, 2017). Kelima, banyak peluang aktifitas wirausaha yang menjanjikan secara ekonomis. Sayangnya minat berwirausaha para lulusan perguruan tinggi di Indonesia masih sangat rendah (Mopangga, 2014); hanya 17% lulusan perguruan tinggi di Indonesia yang tertarik menjadi wirausahawan (Republika.co.id, 2012 alasan mengapa perlu mengembangkan entrepreneurship melalui lembaga pendidikan termasuk universitas. Pertama, entrepreneurship dianggap sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi, karena memberikan peluang bagi siapa saja untuk melakukan aktifitas yang akhirnya mendatangkan keuntungan ekonomis (Farayibi, 2015). Kedua, di Indonesia juga diakui bahwa kegiatan-kegiatan perekonomian berbasis entrepreneurship memiliki daya tahan dalam menghadapi gejolak perekonomian. Ketiga, tidak ada jaminan bagi lulusan pendidikan tinggi untuk memasuki pasar kerja dan dunia industry karena rendahnya kompetensi atau ketidaksesuaian kompetensi dengan kebutuhan pasar kerja (Merdeka.com, 2017). Keempat, secara spesifik bagi dunia pendidikan adalah masih belum

terserapnya lulusan pendidikan tinggi dalam dunia kerja secara maksimal. Menurut BPS, penyerapan tenaga kerja dari kelompok berpendidikan universitas pada Pebruari 2017 hanya 15,27 juta orang atau 12,26% dari total tenaga kerja (BPS, 2017). Kelima, banyak peluang aktifitas wirausaha yang menjanjikan secara ekonomis. Sayangnya minat berwirausaha para lulusan perguruan tinggi di Indonesia masih sangat rendah (Mopangga, 2014); hanya 17% lulusan perguruan tinggi di Indonesia yang tertarik menjadi wirausahawan

(Republika.co.id, 2012 alasan mengapa perlu mengembangkan entrepreneurship melalui lembaga pendidikan termasuk universitas. Pertama, entrepreneurship dianggap sebagai pendorong utama

pertumbuhan ekonomi, karena memberikan peluang bagi siapa saja untuk melakukan aktifitas yang akhirnya mendatangkan keuntungan ekonomis (Farayibi, 2015). Kedua, di Indonesia juga diakui bahwa kegiatan-kegiatan perekonomian berbasis entrepreneurship memiliki daya tahan dalam menghadapi gejolak perekonomian. Ketiga, tidak ada jaminan bagi lulusan pendidikan tinggi untuk memasuki pasar kerja dan dunia industry karena

rendahnya kompetensi atau ketidaksesuaian kompetensi dengan kebutuhan pasar kerja (Merdeka.com, 2017). Keempat, secara spesifik bagi dunia pendidikan adalah masih belum terserapnya lulusan pendidikan tinggi dalam dunia kerja secara maksimal. Menurut BPS,

penyerapan tenaga kerja dari kelompok berpendidikan universitas pada Pebruari 2017 hanya 15,27 juta orang atau 12,26% dari total tenaga kerja (BPS, 2017). Kelima, banyak peluang aktifitas wirausaha yang menjanjikan secara ekonomis. Sayangnya minat berwirausaha para lulusan perguruan tinggi di Indonesia masih sangat rendah (Mopangga, 2014); hanya 17% lulusan perguruan tinggi di Indonesia yang tertarik menjadi wirausahawan (Republika.co.id, 2012). Banyak alasan mengapa perlu mengembangkan entrepreneurship melalui lembaga pendidikan termasuk universitas. Pertama, entrepreneurship dianggap sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi, karena memberikan peluang bagi siapa saja untuk melakukan aktifitas yang akhirnya mendatangkan keuntungan ekonomis (Farayibi, 2015). Kedua, di Indonesia juga diakui bahwa kegiatan-kegiatan perekonomian berbasis entrepreneurship memiliki daya tahan dalam menghadapi gejolak perekonomian. Ketiga, tidak ada jaminan bagi lulusan pendidikan tinggi untuk memasuki pasar kerja dan dunia industry karena rendahnya kompetensi atau ketidaksesuaian kompetensi dengan kebutuhan pasar kerja (Merdeka.com, 2017). Keempat, secara spesifik bagi dunia pendidikan adalah masih belum

terserapnya lulusan pendidikan tinggi dalam dunia kerja secara maksimal. Menurut BPS, penyerapan tenaga kerja dari kelompok berpendidikan universitas pada Pebruari 2017 hanya 15,27 juta orang atau 12,26% dari total tenaga kerja (BPS, 2017). Kelima, banyak

peluang aktifitas wirausaha yang menjanjikan secara ekonomis. Sayangnya minat berwirausaha para lulusan perguruan tinggi di Indonesia masih sangat rendah (Mopangga, 2014); hanya 17% lulusan perguruan tinggi di Indonesia yang tertarik menjadi wirausahawan

(Republika.co.id, 2012) Keberadaan para pengusaha di suatu negara akan menentukan kemampuan negara tersebut dalam persaingan ekonomi dengan negara yang lain. Itulah sebabnya negara-negara yang maju secara ekonomi presentase pengusuhanya juga tinggi. Namun demikian untuk mencetak pengusaha-pengusaha yang handal bukanlah hal yang mudah karena berkaitan dengan pola pikir, karakteristik dan budaya masyarakat. Bahasan mengenai pentingnya keberadaan wirausahawan untuk kehidupan bangsa akan mengawali bab empat ini. Selanjutnya disusul dengan pembahasan tentang karakteristik wirausahawan, dilanjutkan dengan pembahasan pentingnya jiwa wirausaha dalam hidup sehari-hari, dan terakhir pembahasan mengenai keuntungan dan kerugian menjadi seorang wirausahawan.

1. Pentingnya Wirausahawan Untuk Kehidupan Bangsa

Banyak orangtua di masa lalu bermimpi agar anak-anak mereka kelak bisa menjadi pegawai negeri. Menjadi pegawai negeri dianggap sebagai simbol status sosial dan ekonomi yang lebih baik. Hidup menjadi lebih nyaman dan dihormati. Hingga saat ini, minat untuk menjadi pegawai negeri tetap tinggi. Terbukti dengan banyaknya orang yang berbondong-bondong mengikuti tes penerimaan pegawai negeri, bahkan ada yang menggunakan jasa joki atau meminta bantuan orang dalam. Dengan mayoritas masyarakat masih berorientasi pada menjadi pegawai negeri, apakah menjadi wirausahawan atau pengusaha bisa menjadi pilihan profesi yang populer di masyarakat kita? Seberapa pentingnya peran wirausahawan bagi Indonesia? Apakah memang diperlukan di Indonesia?

David Mc Clelland, seorang Sosiolog dalam bukunya "*The Achieving Society*" (Van Nostrand, 1961), menulis bahwa suatu negara bisa makmur apabila minimal 2% dari jumlah penduduknya menjadi pengusaha. Teori ini sangat populer dan sering dijadikan salah satu indikator dalam mengukur tingkat

kemakmuran/kemajuan suatu negara. Pada praktiknya, teori ini menemukan kebenarannya jika melihat profil negara-negara maju di dunia. Terbukti bahwa banyaknya jumlah pengusaha dalam suatu negara akan berbanding lurus dengan kemajuan negaranya. Semakin besar jumlahnya, semakin maju pula negara tersebut. Beberapa negara maju dan ratio wirausaha di negara masing-masing misalnya; Malaysia 5 %, Singapura 7 %, China 10 %, Jepang 11 % dan Amerika 12 %. Lalu bagaimana dengan Indonesia?.

Sampai akhir tahun 2019 jumlah pengusaha di Indonesia sudah mencapai 3,1% dari jumlah penduduk sekitar 260 juta jiwa. Sudah melewati angka minimal 2% sebagaimana yang disyaratkan David Mc Clelland untuk dapat menjadi Negara makmur. Pertanyaannya, sudahkah Indonesia menjadi Negara makmur? Melihat realitas hidup di tengah masyarakat rasanya Indonesia belum dapat dikatakan sebagai Negara makmur. Kita juga harus lebih tajam memahami maksud rasio ideal 2 % sebagaimana dimaksud Mc. Clelland. Artinya, hal terpenting bukan sekadar mengejar target angka tersebut. Kita juga harus mampu mengukur seberapa besar efek/dampak jumlah pengusaha yang kita miliki untuk menyerap jumlah tenaga kerja yang tersedia. Dengan kata lain, angka 3,1 % pengusaha kita saat ini masih harus diuji "kualitasnya". Hal ini tentu membutuhkan penelitian tersendiri.

Agar Indonesia mampu bersaing dengan Negara-negara maju, maka kiranya apa yang menjadi target pemerintahan Presiden Jokowi bahwa Indonesia harus memiliki 14% wirausahawan harus direalisasikan. Upaya menghasilkan wirausaha-wirausaha baru merupakan hal mutlak yang harus terus dikerjakan. Semakin banyak wirausaha di negara ini tentu akan semakin baik karena memberi dampak positif untuk menciptakan kemajuan dan kesejahteraan. Semua pihak harus bahu-membahu untuk mewujudkannya. Pemerintah harus mampu menciptakan suasana stabilitasi nasional kondusif guna mendukung tumbuh kembangnya iklim berwirausaha. Sementara pihak lain, misalnya swasta pun tak ketinggalan dan bisa memberikan kontribusi positif pula.

Global Talent Competitiveness Index (GTCI) telah merilis hasil riset terbaru mereka tentang pemeringkatan kemampuan daya saing global negara-negara yang ada di dunia. Tahun 2019, laporan GTCI berfokus pada daya saing global khususnya bidang entrepreneurship terutama bagaimana entrepreneurship ini didorong, dipelihara dan dikembangkan di seluruh dunia dan bagaimana hal ini memengaruhi daya saing relatif dari berbagai negara. Hasil pemeringkatan tersebut menempatkan Swiss sebagai peringkat pertama dengan skor 81,82, diikuti Singapura sebagai peringkat kedua dengan skor 77,27, dan Amerika Serikat ada di peringkat ketiga dengan skor 76,67. Dalam pemeringkatan tersebut, Indonesia memperoleh skor 38,61 dan berada di posisi ke-67 dunia. Posisi ini berada setingkat di bawah negara tetangga ASEAN, Thailand yang memiliki skor 38,62. Indonesia masih unggul dari beberapa negara Asia lain antara lain; Meksiko (posisi 70), Brazil (72), India (80), Mesir (96) dan Iran (97). Dalam peringkat negara Asia, Indonesia memperoleh ranking 9 setelah berturut-turut negara Singapura, Jepang, Malaysia, Korea Selatan, Brunei, China dan Filipina dan Thailand.

Indonesia tengah berupaya melepaskan diri dari “perangkap negara berpendapatan menengah” (*middle income trap*) untuk mencapai visi Indonesia 2045, yaitu menjadi negara dengan PDB kelima terbesar di dunia. Salah satu syarat agar mimpi itu terwujud adalah mencapai pertumbuhan ekonomi di atas lima persen. Sebab jika tidak, maka sulit bagi Indonesia mengejar negara-negara lain yang pertumbuhannya dinamis di atas lima persen. Itu artinya, mustahil mewujudkan mimpi bersanding dengan Cina sebagai negara dengan valuasi ekonomi tertinggi di dunia. Untuk mencapai visi tersebut, pemerintah harus berhadapan dengan tantangan “jebakan pertumbuhan 5%” dalam dua dekade terakhir.

Stagnasi pertumbuhan ekonomi Indonesia disebabkan oleh banyak faktor. Namun sering kali dalam berbagai kesempatan, para pengambil kebijakan mengemukakan kurangnya *entrepreneur* sebagai salah satu pemicunya. Kementerian Perindustrian bahkan menyebut Indonesia membutuhkan 8 juta wirausaha untuk mendorong

pertumbuhan ekonomi. Gagasan tersebut tidak sepenuhnya benar. Sebab jumlah pelaku usaha tidak serta merta bisa melepaskan Indonesia dari stagnasi pertumbuhan.

William J. Boumol dalam artikelnya berjudul *Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive* yang ditulis tahun 1990, mengemukakan hipotesisnya tentang *entrepreneur*. Ia kurang setuju dengan gagasan bahwa menambah jumlah pengusaha merupakan cara mendorong pertumbuhan ekonomi dan menganggap itu sebagai argumentasi mentah/tanpa dasar. Mendorong pertumbuhan tidak melulu masalah menambah jumlah pengusaha, tapi yang paling penting adalah motif. Berdasar argumentasi ini, Boumol jelas membedakan antara pelaku usaha berdasarkan orientasi para pelaku usaha, yaitu berburu keuntungan atau menghasilkan inovasi. Yang disebut terakhir sangat identik dengan inovasi. Ini kiranya menjawab pertanyaan di atas, Indonesia memiliki 3,1% wirausahawan tetapi hidup masyarakat masih belum makmur karena kualitas wirausawannya yang belum sesuai harapan.

Pentingnya inovasi bagi pertumbuhan ekonomi sudah dikemukakan banyak ekonom, salah satunya adalah Paul Rommer. Dalam artikelnya berjudul *The Origins of Endogenous Growth*, Romer menjelaskan pentingnya inovasi/teknologi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi jangka panjang. Berbeda dengan teori pertumbuhan klasik yang menganggap teknologi/inovasi sebagai faktor eksogen, Romer justru menyebut inovasi sebagai faktor endogen yang dipengaruhi oleh kualitas sumber daya manusia dan kegiatan kelitbangan (R&D). Tanpa keduanya, pertumbuhan ekonomi akan stagnan.

Model inovasi Schumpeter atau *Schumpeterian Model* merupakan salah satu rujukan penting dalam ilmu ekonomi berakitan dengan inovasi. Ia pula yang pertama kali memperkenalkan istilah *entrepreneurship* dan membedakannya dengan pelaku bisnis biasa, misalnya pedagang. Schumpeter menyebut *entrepreneurship* sebagai inventor (penemu). Menurutnya, inovasi dapat dibagi ke dalam lima bentuk yaitu memperkenalkan produk baru, memperkenalkan

metoda/cara produksi baru, membuka pasar baru, berhasil menemukan sumber bahan baku baru, dan terakhir adalah melakukan restrukturisasi industri.

Stagnasi pertumbuhan ekonomi Indonesia bukan disebabkan oleh sedikitnya pelaku bisnis, tapi rendahnya *entrepreneurship* atau inventor. Cina bisa menjadi salah satu negara di Asia yang memiliki banyak inovasi berdasarkan data *Global Innovation Index* 2019. Indeks inovasi global merupakan angka indeks yang mengukur 80 indikator penunjang inovasi. Berdasarkan data tersebut, Cina berada pada peringkat 14 dari 129 negara, mengalami perbaikan peringkat dari tahun 2018 yang menempati ranking 17. Dua komponen paling signifikan memengaruhi perkembangan inovasi di Cina adalah pengetahuan dan output teknologi. Berkat perkembangan inovasinya, PDB Cina mencapai \$14 triliun, tertinggi kedua setelah Amerika Serikat.

Ada empat alasan mengapa para wirausaha penting di dalam masyarakat, yaitu:

- a. Untuk mendayagunakan faktor-faktor memproduksi seperti tanah, modal, teknologi, informasi dan berbagai sumber daya manusia (SDM) di dalam memproduksi tugas-tugas yang efektif (*producing effective tasks*).
- b. Mengidentifikasi berbagai peluang di dalam lingkungan dengan meningkatkan aktivitas yang akan memberikan manfaat kepada setiap orang (*beneficial to everyone*).
- c. Untuk memilih pendekatan yang terbaik dalam mendayagunakan semua faktor produksi agar supaya meminimalkan pemborosan di dalam berbagai kegiatan *entrepreneurship* (*minimize wastage in entrepreneurial activities*).
- d. Untuk kemanfaatan generasi mendatang (*benefit of the future generation*).

Pentingnya wirausaha di dalam masyarakat tersebut tidak sekedar menjadi 'alat' untuk melakukan perbaikan dan perubahan di dalam kualitas hidup diri dan masyarakat, namun wirausahawan juga dibuktikan dapat berperan signifikan di dalam mewujudkan kualitas diri masyarakat dan bangsa. Negara-negara

yang telah berhasil maju dan juga berhasil dalam meningkatkan kemakmuran rakyatnya seperti Jepang, Korea Selatan, Taiwan, Singapura, Amerika Serikat, Kanada, Negara-negara Eropa Barat, Australia, Inggris, dan lain sebagainya disebabkan oleh salah satu utamanya adalah karena Negara-negara tersebut memiliki banyak wirausahawannya. Bukti ini diperkuat lagi dengan hasil studi oleh Peter F. Drucker dalam bukunya berjudul *Innovation and Entrepreneurship*, Drucker menemukan bahwa entrepreneur (wirausaha) mempunyai peran yang besar di dalam menciptakan lapangan kerja di Amerika Serikat (AS) dalam kurun waktu 1965-1985. Sedangkan pada waktu tersebut kondisi ekonomi AS sangat tidak menguntungkan yang disebut oleh Drucker sebagai *the -nogrowth economy*. Drucker mengatakan, “ *In no other peace time period has the United States created as many new jobs, whether measured in percentage or in absolute number*”.

Untuk mencapai tingkat kemakmuran bukan hal yang mudah. Diperlukan, perubahan, usaha dan kerja keras yang terfokus serta sistematis oleh negara, pemerintah, dan keluarga, terutama individual rakyat untuk mentransformasikannya dari kondisi sekarang untuk menjadi wirausaha. Menjadi wirausaha bukan sebagai alternatif profesi, tetapi menjadi wirausaha adalah sebuah pilihan strategis yang harus dibuat dengan tekad yang bulat dan kuat. Pada kondisi sekarang ini dapat dikatakan bahwa kunci kemakmuran adalah wirausaha, dan wirausaha adalah sebuah profesi yang sangat menjanjikan bagi kebaikan dalam kualitas hidup dengan meningkatkan daya beli. Daya beli tercipta dengan tingginya pendapatan yang diperoleh sebagai akibat dari profesi yang ditekuni.

Pada saat ini, Singapura yang miskin sumber daya alam, tetapi memperoleh pendapatan per kapita sebesar US\$ 65,233.000 pada tahun 2019, dibanding dengan Indonesia yang hanya memiliki sekitar US\$ 4.174,9 pada tahun yang sama. Angka ini memberikan pesan dan kesan bahwa wirausaha sebuah profesi mulia yang perannya untuk membangun masyarakat dan Negara yang makmur sangat jelas dan besar, khususnya bila kita mengkaji kemajuan-kemajuan yang dicapai oleh Negara-negara maju

lainnya di dunia baik itu di Eropa, Amerika, Australia dan Asia. Karena Negara-negara tersebut, khususnya pemerintah dan rakyat telah memilih wirausaha sebagai profesi utama yang sangat penting dan ditumbuhkembangkan secara sengaja (*intentionally*). Pilihan untuk menjadi seorang wirausaha juga disebabkan karena adanya keyakinan yang kuat secara individual bahwa profesi sebagai wirausaha merupakan 'jalan yang baik' (*road map*) untuk melakukan perubahan dalam kualitas kehidupan baik secara individual maupun bermasyarakat. Kualitas diri yang diinginkan adalah secara ekonomis menjadi lebih sejahtera dan kemudian makmur.

Untuk alasan ini masyarakat kemudian melihat bahwa menjadi atau berprofesi sebagai seorang wirausaha mempunyai keuntungan mendasar (Z. Heflin Frinces, 2009) yaitu:

- a. Peluang untuk dapat mengontrol nasib diri sendiri.
- b. Peluang untuk mencapai potensi penuh diri sendiri.
- c. Peluang untuk memperoleh keuntungan secara keuangan.
- d. Peluang untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat dan diakui atas usahanya.
- e. Dapat mengatur waktu sendiri sesuai dengan kehendaknya dan sesuai dengan tantangan kerja saat itu.
- f. Dapat menjadi wahana yang tepat untuk membuktikan kemauan dan keyakinan pribadinya bahwa dia dapat melakukan sesuatu yang berguna dan bahkan lebih baik.
- g. Dapat mensetting persaingan antara dirinya dengan orang lain atau pihak lain bahwa dirinya juga akan mampu melakukan hal yang sama atau bahkan lebih baik.

Dalam dimensi yang lebih luas, wirausaha sangat diperlukan karena perannya di dalam mendinamisasikan kegiatan ekonomi bisnis keluarga, masyarakat, daerah dan Negara, yaitu dengan munculnya para pelaku ekonomi bisnis baru yang disebut wirausaha. Bila dinamisasi kegiatan ekonomi bisnis ini dapat dipertahankan dan bahkan ditingkatkan dalam waktu yang cukup lama, maka hal ini akan dapat membuat fondasi yang kuat bagi ketahanan (*resilience*) ekonomi negara terhadap fluktuasi dan krisis

ekonomi global (Z. Heflin Frinces, 2009) seperti yang pernah terjadi pada tahun 1998 dan 2008 hingga saat ini.

Bentuk kegiatan ekonomi bisnis baru yang dapat dilahirkan oleh entrepreneur antara lain:

- a. Memunculkan kegiatan baru bisnis:
 - 1) Impor dan ekspor produk dan jasa serta adanya pertukaran tenaga ahli atau tenaga teknis akibat kerjasama bisnis.
 - 2) Sebagai penghasil bahan baku, penghasil produk dan jasa dan juga berperan menciptakan unit usaha baru lainnya.
 - 3) Terciptanya pedagang atau pengusaha perantara dalam berbagai skala mikro, kecil dan menengah.
 - 4) Munculnya banyak pengusaha mikro dan kecil yang berperan sebagai agensi dari perusahaan yang berskala menengah / besar.
 - 5) Menciptakan dinamisme dan strategi pemasaran baru bagi usaha untuk memenangkan persaingan bisnis dengan menggunakan berbagai bentuk media untuk promosi dan pemasaran.
 - 6) Munculnya berbagai jenis dan skala usaha atau kegiatan bisnis seperti tersebut di atas membawa manfaat yang besar bagi masyarakat untuk dapat mencari lapangan kerja, dan juga memunculkan lapangan alternatif usaha baru.
- b. Memunculkan pembudayaan semangat persaingan bisnis yang tinggi:
 - 1) Membangun lingkungan kerja dan organisasi serta budaya korporat yang kondusif untuk pertumbuhan kreativitas sumber daya manusia (SDM) dan persaingan antar staf untuk berprestasi tidak saja dalam hal inovasi produk, jasa, dan system baru, tetapi juga lebih peka / sensitif terhadap pemuasan kepada konsumen dan antisipatif dalam pemecahan masalah yang dihadapi oleh organisasi.
 - 2) Untuk menang dalam persaingan bisnis para pelaku bisnis harus mempunyai daya saing yang tinggi. Untuk mempunyai ini seorang wirausaha harus mempunyai kreativitas yang tinggi agar dapat memunculkan berbagai inovasi baru baik dalam penciptaan produk dan jasa, dalam

desain, kemasan dan kualitas, strategi dan pemasaran, dan dalam penguasaan keahlian dan teknologi.

c. Pemenuhan kebutuhan pasar dengan cepat

Salah satu watak atau perilaku seorang wirausaha adalah kemampuannya untuk membaca kondisi pasar. Hasil bacaan tersebut kemudian dihitung dengan cepat dan pada akhirnya akan dapat disimpulkan besarnya keuntungan yang akan diperoleh sebagai hasil dari usaha aktif dalam pemenuhan kebutuhan pasar, dan juga akan diketahui dengan jelas berapa besar skala potensi pasar tersebut. Apa yang akan dilakukan oleh wirausaha tersebut akan memunculkan hal-hal sbb:

- 1) Menyediakan banyaknya pilihan atau pilihan alternatif produk dan jasa baru dalam pasar (*new products and services*).
- 2) Menciptakan alternatif tempat (lokasi) baru untuk transaksi bisnis (*new place of business transaction*).
- 3) Menciptakan konsumen baru dengan munculnya produk dan jasa baru (*new buyers*).
- 4) Cara baru dalam berbisnis (*new way of doing business*).
- 5) Mencoba menciptakan kepemimpinan baru dalam pasar (*new market leader*).

Dari berbagai butir argumentasi tersebut di atas, maka pilihan untuk berprofesi sebagai wirausaha pada intinya tertuju pada beberapa hal penting yaitu:

- 1) Kemampuan untuk melakukan perubahan atas kualitas diri pribadi dan masyarakat.
- 2) Kemampuan untuk mendayagunakan peluang dan potensi secara fektif dan menguntungkan.
- 3) Kemampun melakukan inovasi baru atas produk, jasa, system, dan strategi bisnis untuk meningkatkan daya saing agar menghasilkan usaha yang profitabel (menguntungkan).

2. Karakteristik Wirausaha

Seorang wirausaha dimanapun berada ia akan selalu dapat membuat dunia sekitarnya menjadi lebih hidup dan bergairah karena selalu ada hal-hak yang baru dan orisinal yang ia tawarkan. Berfikir mengenai hal tersebut maka seorang entrepreneur sekurang-kurangnya memiliki 12 (dua belas) karakteristik. Karakteristik tersebut yaitu: a. memiliki motif yang kuat, b. selalu perspektif, c. berdaya cipta tinggi, d. memiliki perilaku inovatif tinggi, e. memiliki komitmen dalam pekerjaan, f. memiliki etos kerja dan tanggung jawab, g. mandiri atau tidak tergantung pada orang lain, h. berani menghadapi resiko, i. selalu mencari peluang, j. memiliki jiwa kepemimpinan, k. memiliki kemampuan manajerial dan l. memiliki kemampuan personal.

a. Memiliki Motivasi

Motivasi berasal dari bahasa latin yang berarti "*movere*" yang berarti *to move* atau menggerakkan (Steers dan Porter, 1991). Motivasi merupakan dorongan, hasrat, atau kebutuhan seseorang untuk berperilaku tertentu guna mencapai tujuan tertentu. Motif akan menghasilkan mobilisasi energi (semangat) dan menguatkan perilaku seseorang, serta kendaraan untuk membawa dan mengarahkan perilaku seseorang (Beck, 1990). Seseorang memiliki minat berwirausaha karena adanya motif tertentu, yaitu motif berprestasi (*achievement motive*). Motif berprestasi merupakan nilai sosial yang menekankan pada hasrat untuk mencapai yang terbaik guna mencapai kepuasan secara pribadi. Faktor dasar yang melandasi motivasi adalah kebutuhan yang harus dipenuhi. Abraham Maslow (1934) menjelaskan teori motivasi dengan menjelaskan tingkatan kebutuhan sebagai landasan yang melatar belakangi lahirnya motivasi bagi seseorang, yaitu:

- 1) kebutuhan fisiologis (*physiological needs*),
- 2) kebutuhan akan rasa aman dan perlindungan (*security needs*),
- 3) Kebutuhan akan kasih sayang dan rasa memiliki (*Belonging needs*),

- 4) kebutuhan akan penghargaan (*esteem needs*) dan
- 5) kebutuhan akan aktualisasi diri (*self-actualization needs*).



Teori Kebutuhan Maslow
sumber: <http://lecture.bdyzone.com/>

Faktor yang mempengaruhi timbulnya motivasi terdiri atas faktor pendorong dan faktor pemelihara (Herzberg). Faktor pendorong timbulnya motivasi terdiri atas kebersihan, pengakuan, kreativitas dan tanggung jawab, sedangkan faktor pemelihara motivasi meliputi lingkungan kerja, insentif kerja, hubungan kerja dan keselamatan kerja. Kebutuhan berprestasi wirausaha terlihat dalam bentuk tindakan untuk melakukan sesuatu yang lebih baik dan lebih efisien dibandingkan sebelumnya.

1) Motivasi Berprestasi

Ciri-ciri seorang wirausaha yang memiliki motif berprestasi adalah:

- a) ingin mengatasi sendiri kesulitan dan persoalan-persoalan yang timbul pada dirinya,
- b) selalu memerlukan umpan balik yang segera untuk melihat keberhasilan atau kegagalannya

- c) memiliki tanggung jawab personal yang tinggi,
- d) berani menghadapi resiko dengan penuh perhitungan,
- e) menyukai tantangan dan melihat tantangan secara seimbang.

Berdasarkan teori atribusi Weiner (Gedler, 1991) ada 2 (dua) hal penyebab seseorang berhasil atau berprestasi dalam usaha, yaitu penyebab instrinsik dan ekstrinsik. Penyebab instrinsik terdiri atas:

- a) kemampuan,
- b) usaha,
- c) suasana hati atau mood, seperti kelelahan dan kesehatan.

Sedangkan lokus penyebab ekstrinsik meliputi:

- a) sukar tidaknya tugas,
- b) nasib baik atau keberuntungan dan
- c) pertolongan orang lain.

Selain itu Mc Clelland (1976) menjelaskan bahwa motivasi berprestasi mengandung dua aspek, yaitu:

- a) mencirikan ketahanan dan ketakutan akan kegagalan, serta
- b) meningkatkan kerja keras yang berguna mendorong keberhasilan.

Berdasarkan pendapat tersebut terdapat sekurang-kurangnya dua indikator dalam motivasi berprestasi, yaitu mengharapkan sukses dan takut akan kegagalan (Traver, 1982). Hakikat motivasi berprestasi adalah rangsangan-rangsangan atau daya dorong yang ada dalam diri seseorang untuk belajar dan berprestasi belajar tinggi sesuai yang diharapkan.

2) Motivasi afiliasi (*affiliation motivation*)

Motivasi afiliasi adalah dorongan untuk berhubungan dengan orang-orang atas dasar sosial. Orang-orang yang bermotivasi afiliasi bekerja lebih baik apabila mereka dipuji karena sikap dan kerja sama mereka yang menyenangkan.

3) Motivasi kompetensi (*competence motivation*)

Motivasi kompetensi adalah dorongan untuk mencapai keunggulan kerja, meningkatkan ketrampilan dalam memecahkan masalah, dan berusaha keras untuk inovatif. Umumnya, mereka cenderung melakukan pekerjaan dengan baik karena kepuasan batin yang mereka rasakan dari melakukan pekerjaan itu dan penghargaan yang diperoleh dari orang lain.

4) Motivasi kekuasaan (*power motivation*)

Motivasi kekuasaan adalah dorongan untuk mempengaruhi orang-orang dan mengubah situasi. Orang-orang yang bermotivasi kekuasaan ingin menimbulkan dampak dan mau memikul resiko untuk melakukan hal itu. Seseorang yang memiliki *power motivation* akan bermain dengan teliti dan penuh strategi (Dion Mahesa, 2012:17).

b. Perspektif yang luas

Memiliki perspektif yang luas mencerminkan bahwa seorang wirausaha harus berfikir, berusaha dan memanfaatkan peluang dengan penuh perhitungan untuk meraih masa depannya secara optimis. Untuk mencapai masa depan yang optimis, maka seorang wirausaha harus mempunyai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru serta berbeda dengan yang sudah ada (*ability to create the new and different*). Orang yang selalu memandang masa depan secara optimis, akan mempunyai dorongan untuk berkarya dan berkarya dalam menyongsong masa depannya. Itulah sebabnya Drucker (1959) menekankan pada *ability to create the new and different* sebagai kunci utamanya. Masa depan adalah suatu kejadian (*event*) yang mengandung ketidak pastian (*uncertainty*). Maka dalam menyongsong masa depan tersebut seorang

wirausaha harus mampu memperhitungkan resiko yang timbul dan dengan cerdas dan tabah menghadapi tantangan akibat pilihan yang diambilnya. Pada akhirnya, dapat dinyatakan bahwa seorang yang memiliki jiwa wirausaha selalu tidak akan puas dengan hasil yang dicapainya dan akan terus mencari peluang baru untuk memperbaiki dan mengembangkan kehidupan usahanya agar lebih baik dibandingkan yang sudah dicapainya.

c. Memiliki Kreativitas (Daya Cipta) Tinggi

Memiliki kreativitas tinggi berarti mempunyai kemampuan untuk berfikir yang baru dan berbeda (*thinking new thing and different*). Namun demikian untuk berfikir yang baru dapat bersumber dari sesuatu yang lama tetapi dilakukan dengan cara-cara yang baru dan tidak harus seluruhnya baru. Ide-ide kreativitas sering muncul ketika seorang wirausaha melihat sesuatu yang lama dan berfikir sesuatu yang baru dan berbeda. Kreativitas adalah berfikir untuk menciptakan sesuatu dari yang asalnya tidak ada (*generating something from nothing*). Sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan-persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan. Dengan demikian kreativitas (daya cipta) mengandung beberapa aspek penting, antara lain:

- 1) menciptakan sesuatu yang sebelumnya tidak ada (*generating something from nothing*),
- 2) muncul ketika melihat sesuatu yang lama dan berfikir sesuatu yang baru dan berbeda (*arise when look at something old and think something new and different*), dan
- 3) menggantikan sesuatu dengan sesuatu yang lebih sederhana dan lebih baik (*change something with something more simple and better*).

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

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

Zimmerer (1996) menyebutkan adanya 7 (tujuh) tahap dalam proses berfikir kreatif dalam entrepreneurship, yaitu :

- 1) Tahap 1 : Persiapan (*Preparation*)
- 2) Tahap 2 : Penyelidikan (*Investigation*)
- 3) Tahap 3 : Transformasi (*Transformation*)
- 4) Tahap 4 : Penetasan (*Incubation*)
- 5) Tahap 5 : Pencerahan (*Illumination*)
- 6) Tahap 6 : Pengujian (*Verification*)
- 7) Tahap 7 : Implementasi (*Implementation*)

d. Memiliki Perilaku Inovatif Tinggi

Memiliki perilaku inovatif tinggi merupakan salah satu kunci dari semangat kewirausahaan. Sebenarnya setiap orang dibekali talenta atau jiwa wirausaha walaupun dalam derajat kapabilitas yang berbeda-beda. Jika jiwa wirausaha atau talenta tersebut diberikan wadah yang baik, maka perkembangan dan kemajuannya akan memberikan hasil sebagaimana mana yang diharapkan. Jiwa wirausaha yang terdapat pada setiap orang itu tumbuh karena beberapa hal:

- 1) setiap orang pasti memiliki cita-cita, impian dan harapan untuk meningkatkan kualitas hidup,
- 2) setiap orang mempunyai intuisi untuk bekerja dan berusaha,
- 3) setiap orang mempunyai daya imajinasi yang dapat digunakan untuk berfikir kreatif,
- 4) setiap orang mempunyai kemampuan untuk belajar sesuatu yang sebelumnya tidak dikuasainya.

Itulah modal awal dan faktor dominan yang diberikan oleh Tuhan kepada manusia dan bukan makhluk lainnya, sehingga setiap manusia pada dasarnya memiliki akal budi dan kecerdasan yang merupakan landasan dasar dari jiwa wirausaha. Manusia juga dikarunia bekal kemampuan untuk belajar dari pengalaman masa lalunya. Sejumlah pengalaman hidup yang terkait aspek keberhasilan dan kegagalan, kebahagiaan, kesedihan, kesulitan,

tantangan, peluang, kelemahan dan kekuatan semuanya akan membentuk *mind-set* manusia yang dapat menghasilkan perilaku inovatif tinggi khususnya untuk mengambil keputusan yang terbaik bagi hidupnya yang akan datang. Setiap orang akan terkait dengan beberapa perspektif waktu, yaitu masa lalu yang merupakan pengalaman hidup yang sudah dilaluinya dan sebagai masa untuk melakukan pembelajaran. Saat ini adalah masa menjadi kenyataan hidup yang sedang dilalui dan menjadi persiapan untuk masa selanjutnya dengan mengkaji masa lalu, serta masa depan yang menjadi harapan dan cita-cita yang ingin diraihinya. Ketiga masa itulah yang akan membentuk manusia memiliki keberanian untuk menyongsong masa depan dengan berperilaku inovatif yang tinggi.

Ingatlah semboyan bahwa Tuhan tidak akan merubah nasib suatu bangsa jika bangsa itu tidak mau mengubah nasibnya sendiri. Setiap orang yang memiliki keberanian untuk mengambil keputusan dapat belajar menjadi wirausaha dan berperilaku seperti wirausaha. Hal ini memberikan pemahaman bahwa wirausaha lebih merupakan perilaku daripada gejala kepribadian yang dasarnya terletak pada konsep dan teori yang mengarahkan orang kepada kepemimpinan. Padahal perilaku, konsep dan teori merupakan hal yang dapat dipelajari oleh siapapun yang menganut konsep belajar berkesinambungan dan seumur hidup. Oleh karena itu, belajar kewirausahaan dapat dilakukan oleh siapa saja, meskipun tidak harus menjadi wirausaha besar namun sekurang-kurangnya dalam setiap kegiatannya manusia dapat menerapkan jiwa kewirausahaan di dalamnya. Suatu kenyataan bahwa beberapa wirausaha terkemuka dan terkaya dunia bukanlah orang yang mempunyai kemampuan akademik optimal, seperti Warren Buffet (pialang saham terkemuka) dan Bill Gate (pemilik Microsoft). Khusus di Indonesia, hasil Sakernas (2003) memperlihatkan bahwa dari lulusan perguruan tinggi, hanya 26,29% yang menjadi wirausaha sedangkan untuk lulusan SLTA dan di bawahnya mencapai 73,71%. Inilah data yang mengindikasikan bahwa di Indonesia, semakin tinggi pendidikannya semakin rendah jiwa wirausahanya. Kunci

keberhasilan kedua wirausaha itu (Warren Buffet dan Bill Gate) dalam sejarah tercatat karena beberapa hal yaitu:

- 1) mempunyai kemauan belajar yang terus menerus,
- 2) mempunyai ketabahan dalam menghadapi kegagalan atau tantangan,
- 3) berani membuat inovasi baru dan tampil beda dengan yang lain,
- 4) tidak puas dengan setiap hasil usaha yang dilakukan,
- 5) mempunyai kemampuan beradaptasi, baik dengan lingkungan internal maupun eksternal.

Inilah sebabnya maka Ansoff (1990) mengatakan bahwa “organisasi yang sukses bukanlah organisasi yang besar tetapi organisasi yang sukses adalah organisasi yang dapat beradaptasi dengan perubahan lingkungannya”. Untuk menjadi seorang wirausaha pada dasarnya tidak memerlukan orang-orang yang luar biasa dengan IQ tinggi, tetapi orang-orang dengan IQ sedang dan rendahpun dapat belajar melakukannya. Goleman menjelaskan bahwa kesuksesan seseorang 80% ditentukan oleh kecerdasan emosional (EQ) dan hanya 20% ditentukan oleh kecerdasan intelektual (IQ). Kecerdasan emosional adalah kecerdasan sosial, yang ketiadaannya akan mendorong seseorang berperilaku agresif, cemas, menghindari tantangan dan tidak dapat memanfaatkan peluang, serta tidak dapat menerapkan manajemen konflik secara produktif. Sebaliknya, penguasaan terhadap kecerdasan emosional akan menghasilkan individu yang lebih ramah, kemauan untuk bekerjasama dan meningkatnya kemampuan untuk menerapkan manajemen konflik yang produktif.

Kiat-kiat berwirausaha yang sukses dan dapat diterapkan pada berbagai tingkatan IQ adalah sebagai berikut :

- 1) Digerakkan oleh ide dan impian (visi).
- 2) Lebih mengandalkan kreativitas.
- 3) Menunjukkan keberanian.
- 4) Percaya pada hoki, tetapi lebih percaya pada dunia nyata.
- 5) Melihat masalah sebagai peluang.

- 6) Memilih usaha sesuai hobi dan minat.
- 7) Mulai dengan modal seadanya.
- 8) Senang mencoba hal baru.
- 9) Selalu bangkit dari kegagalan, dan
- 10) Tidak mengandalkan gelar akademis semata-mata.

e. Memiliki Komitmen Dalam Pekerjaan

Memiliki komitmen dalam pekerjaan memberikan makna bahwa setiap wirausaha hendaknya memiliki komitmen dalam mengelola usahanya yang dilakukan dengan cara bersungguh-sungguh dan memberikan curahan perhatian sepenuhnya. Oleh karena itu, seorang wirausaha yang memiliki komitmen atas pekerjaannya tidak akan membiarkan usahanya berjalan di tempat, tetapi selalu berfikir dan berusaha agar usahanya itu dapat berkembang dan mempunyai keunggulan kompetisi dengan yang lainnya. Untuk maksud tersebut, maka seorang wirausaha harus sepenuh hati dalam menjalankan usahanya dan berani mengambil resiko usaha yang sudah diperhitungkan sebelumnya. Wirausaha yang memiliki komitmen terhadap pekerjaannya harus berani bangkit dari kegagalannya dan menjadikan masalah yang dihadapi sebagai peluang. Tidak setengah-setengah dalam mengelola usaha dapat diartikan bahwa seorang wirausaha harus memiliki semangat kewirausahaan. Sejak jaman Orde Baru Indonesia pemerintah Indonesia sudah mempunyai kesadaran akan pentingnya kewirausahaan ini. Hal tersebut terbukti dengan adanya Instruksi Presiden Nomor 4 Tahun 1995 memberikan petunjuk tentang semangat kewirausahaan yang meliputi :

- 1) Mempunyai kemauan kuat untuk berusaha dengan semangat mandiri;
- 2) Mampu membuat keputusan yang tepat dan berani mengambil resiko;
- 3) Kreatif dan inovatif;
- 4) Tekun, teliti dan produktif;
- 5) Berkarya dengan semangat kebersamaan dan etika bisnis yang sehat.

Sayang bahwa inpres tersebut tidak ditindaklanjuti dengan usaha yang realistik pada masa-masa sesudahnya.

f. Memiliki Etos Kerja dan Tanggung Jawab

Etos kerja akan membentuk suatu produktivitas sedangkan tanggung jawab akan menumbuhkan entrepreneurship yang adil dan bertanggung jawab terhadap semua pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang berhubungan dengan usaha dan hasil usahanya. Dalam pengertian bisnis modern, tanggung jawab tersebut ditunjukkan dengan adanya tanggung jawab sosial (*social responsibility*) antara lain dengan melindungi stakeholder dan lingkungannya dari adanya kerugian moril maupun material atas keberadaan perusahaan dan hasil produksinya. Mengenai etos kerja Max Weber menyatakan bahwa etos kerja orang Jerman adalah rasional, disiplin tinggi, kerja keras, berorientasi pada kesuksesan material, hemat dan bersahaja, tidak mengumbar kesenangan dan investasi.

Sementara itu orang Jepang menghayati “bushido” yang merupakan etos para samurai sebagai perpaduan dari Shintoisme dan Zen Budhism sebagai “karakter dasar budaya kerja bangsa Jepang” (Sinamo H.J, 1999). Ada 7 (tujuh) prinsip bushido yang menjadi budaya kerja bangsa Jepang dan diterapkan secara konsisten, instan dan berkualitas sehingga bangsa Jepang mengalami kemajuan, yaitu:

- 1) *Gi*, bahwa keputusan yang benar, diambil dengan sikap benar berdasarkan kebenaran, jika harus mati demi keputusan itu, matilah dengan gagah dan terhormat
- 2) *Yu*, berani dan ksatria,
- 3) *Jin*, murah hati, mencintai dan bersikap baik terhadap sesama,
- 4) *Re*, bersikap santun dan bertindak benar,
- 5) *Melyo*, tulus setulustulusnya, sungguh-sungguh-sungguhnya dan tanpa pamrih, dan
- 6) *Chugo*, mengabdikan dan loyal.

Bangsa Indonesia sebagai bangsa yang besar sebenarnya juga sudah mempunyai falsafah yang nilai-nilainya disarikan dalam "Pancasila". Namun sayangnya lima sila yang terkandung dalam Pancasila belum diterapkan secara konsisten dan berkualitas sehingga belum mampu mencerminkan budaya kerja atau etos kerja bangsa Indonesia. Mubyarto dan Boediono (1994) sebagai editor sebuah buku yang berjudul "Ekonomi Pancasila", yaitu sebuah buku yang mencoba mengelaborasi nilai-nilai Pancasila dalam tatanan ekonomi kerakyatan, menjadi pelopor yang memprakarsai sistem ekonomi Pancasila. Namun sayangnya buku tersebut belum mampu menghasilkan konsep ekonomi kerakyatan yang mampu menjadi ciri khas etos kerja bangsa Indonesia.

Sinamo H.J (1999) mengembangkan 8 (delapan) etos kerja unggulan yang meliputi unsur-unsur :

- 1) Kerja itu suci, kerja adalah panggilanmu dan aku sanggup bekerja benar.
- 2) Kerja itu sehat, kerja adalah aktualisasimu dan aku sanggup bekerja keras.
- 3) Kerja itu rahmat, kerja adalah terimakasihmu dan aku sanggup bekerja tulus.
- 4) Kerja itu amanah dan kerja adalah tanggung jawabmu dan aku sanggup bekerja tuntas.
- 5) Kerja itu seni, kerja adalah kesukaanmu dan aku sanggup bekerja kreatif.
- 6) Kerja itu ibadah, kerja adalah pengabdianmu dan aku sanggup bekerja bersungguh-sungguh.
- 7) Kerja itu mulia, kerja adalah pelayananku dan aku sanggup bekerja sempurna.
- 8) Kerja itu kehormatan, kerja adalah kewajibanku dan aku sanggup bekerja unggul

Dapat juga ditambahkan bagi mereka yang religious bahwa kerja juga merupakan ibadah, kerja menjadi doa, dan bekerja adalah panggilan dari yang ilahi.

g. Mandiri atau Tidak Tergantung Orang Lain

Mandiri atau tidak tergantung kepada orang lain akan menumbuhkan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*create new and different*). Melalui kemandirian dalam berfikir kreatif dan bertindak inovatif, seorang wirausaha dapat menciptakan peluang dalam menghadapi tantangan hidup. Oleh sebab itu, seorang wirausaha harus mempunyai kemampuan kreatif dalam mengembangkan ide dan pikirannya terutama dalam menciptakan peluang usaha bagi dirinya dan bagi orang lain. Dengan demikian seorang wirausaha dituntut untuk selalu menciptakan hal yang baru dengan jalan mengkombinasikan sumber daya yang ada disekitarnya melalui pengembangan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan barang dan jasa yang berbeda dari kompetitornya secara lebih efisien, memperbaiki produk yang sudah ada dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan kepada para konsumennya.

h. Berani Menghadapi Resiko

Berani mengambil resiko tidak sama dengan spekulasi. Artinya resiko yang ditanggung oleh seorang entrepreneur adalah resiko yang sudah diperhitungkan secara matang. Richard Cantillon adalah orang yang pertama menggunakan istilah entrepreneur dan mengatakan bahwa entrepreneur adalah seseorang yang berani menanggung resiko. Keberanian menanggung resiko yang disertai perhitungan yang mapan merupakan karakteristik entrepreneur yang unggul. Keberanian untuk menanggung resiko juga merupakan peubah pertama yang mendorong timbulnya inisiatif dan mendorong sifat untuk menyukai usaha-usaha yang lebih menantang. Namun, resiko yang menjadi nilai dalam kewirausahaan adalah resiko yang sudah diperhitungkan dan penuh realistik. Pilihan terhadap alternatif resiko yang diambil tergantung pada beberapa faktor, yaitu :

- 1) Daya tarik setiap alternatif.
- 2) Kesiediaan untuk menanggung kerugian.
- 3) Perhitungan terhadap peluang sukses atau gagal.

Selain itu, kemampuan untuk melakukan pilihan terhadap alternatif resiko yang diambil tergantung dari beberapa faktor, yaitu :

- 2) Keyakinan pada diri sendiri.
- 3) Kesiediaan untuk menggunakan kemampuan dalam mencari peluang dan kemungkinan mendapatkan keuntungan.
- 4) Kemampuan untuk menilai situasi resiko secara realistis.

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

i. Selalu Mencari Peluang

Selalu mencari peluang dimaknakan bahwa seorang wirausaha yang mempunyai jiwa kewirausahaan harus memberikan tanggapan positif terhadap peluang yang ada dalam kaitannya dengan mendapatkan keuntungan untuk usahanya (organisasi bisnis) atau memberikan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat (organisasi nirlaba). Pakerti (1997), mengartikan kewirausahaan sebagai tanggapan terhadap peluang usaha yang terungkap dalam seperangkat tindakan serta membuahkan hasil berupa organisasi usaha yang melembaga, produktif dan inovatif. Stevenson memahami kewirausahaan sebagai suatu pola tingkah laku manajerial yang terpadu dalam upaya pemanfaatan peluang-peluang yang tersedia tanpa mengabaikan keterbatasan sumber daya yang dimiliki. Sementara Drucker menekankan bahwa seorang wirausaha harus mampu mengalihkan alokasi sumber dayanya dari bidang-bidang yang memberikan hasil rendah ke bidang lain yang memberikan hasil tinggi. Pada akhirnya Mossi menyatakan bahwa wirausaha adalah seseorang yang merasakan adanya peluang, mengejar peluang-

peluang yang sesuai dengan situasi dirinya dan percaya bahwa kesuksesan merupakan suatu hal yang dapat dicapai.

j. Memiliki Jiwa Kepemimpinan

Jiwa kepemimpinan, keteladanan dan kepeloporan selalu dimiliki oleh seorang wirausaha yang sukses. Seorang yang memiliki jiwa kepemimpinan pada umumnya ingin tampil berbeda, lebih dahulu (lebih cepat) dan lebih menonjol. Hal inilah yang melandasi mengapa seorang wirausaha yang memiliki jiwa kepemimpinan akan menggunakan kemampuan kreativitas dan inovasinya untuk menghasilkan barang dan jasa dengan lebih cepat dipasarkan dan berbeda dari pesaingnya. Wirausaha seperti inilah yang menganggap perbedaan sebagai suatu peluang untuk menambah nilai barang dan jasa yang dihasilkan, sehingga ia akan menjadi leader, baik dalam bidang produksi maupun pemasaran. Seorang wirausaha yang memiliki jiwa kepemimpinan selalu ingin mencari peluang, terbuka menerima kritik dan menjadikan saran sebagai pertimbangan dalam melakukan perbaikan. Seorang wirausaha yang memiliki *leadership ability* akan mampu menggunakan pengaruh tanpa kekuatan (*power*) dan mengutamakan strategi mediator dan negosiator dibandingkan cara-cara diktator. Berdasarkan semangat, prilaku dan kemampuannya dalam kepemimpinan (*leadership ability*) maka Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 1995 mengelompokkan kemampuan wirausaha dalam 3 (tiga) tingkatan, yaitu wirausaha andal, wirausaha tangguh dan wirausaha unggul.

Namun, Suryana (2003) membedakan wirausaha dalam 2 (dua) kelompok, yaitu *administrative entrepreneur* dan *innovative entrepreneur*. Dalam hal ini *administrative entrepreneur* adalah wirausaha yang perilaku dan kemampuannya lebih menonjol dalam memobilisasi sumber daya dan dana, serta mentransformasikannya menjadi *output* dan memasarkannya secara efisien, sedangkan *innovative entrepreneur* adalah wirausaha yang perilaku dan kemampuannya lebih menonjol dalam bidang kreativitas, inovasi serta menonjol dalam mengantisipasi dan menghadapi resiko.

k. Memiliki Kemampuan Manajerial

Memiliki kemampuan manajerial merupakan salah satu aspek yang harus ada pada setiap wirausaha. Kemampuan manajerial merupakan kemampuan untuk mengambil keputusan usaha dan melaksanakan seluruh fungsi manajemen, yaitu membuat rencana usaha, mengorganisasikan usaha, mengelola usaha (termasuk mengelola sumber daya manusia), melakukan publikasi/promosi hasil usaha dan mengontrol pelaksanaan usaha. Seluruh kemampuan manajerial harus dilakukan secara konsisten dan terintegrasi sehingga seluruh aspek manajerial tersebut tidak saling kontra produktif terhadap pencapaian tujuan organisasi. Kemampuan manajerial seorang wirausahawan harus mampu membuat organisasi menjadi “fit” dengan lingkungannya. Suatu organisasi (khususnya organisasi bisnis) harus dinamis dan fleksibel, dikelola oleh manajer yang bervisi ke depan dan mempunyai lingkungan kerja yang kondusif. Selain itu, pengembangan organisasi atau perusahaan harus didasarkan atas visi, misi dan tujuan yang jelas sehingga dapat berkembang (sukses) dan hidup untuk selama-lamanya (*going concern*).

Agar perusahaan dapat sukses dan *going concern*, terdapat 8 (delapan) roh organisasi, yaitu:

- 1) roh kesucian dan kesehatan,
- 2) roh kebaikan dan kemurahan,
- 3) roh cinta dan suka cita,
- 4) roh keunggulan dan kesempurnaan, dan
- 5) dikelola oleh manajer bervisi ke depan.

Manajer yang bervisi ke depan adalah manajer yang selalu optimis dan menganggap setiap masalah organisasi sebagai suatu peluang. Dengan demikian manajer yang bervisi ke depan dapat mengarahkan organisasi untuk menyongsong masa depannya secara optimis dan realistis. Terdapat 8 (delapan) kompetensi yang harus dimiliki oleh manajer yang bervisi ke depan, yaitu:

- 1) memiliki kemampuan strategi,
- 2) memiliki kemampuan sintesis,
- 3) memiliki kemampuan berorganisasi,

- 4) memiliki kemampuan komunikasi,
- 5) memiliki kemampuan negosiasi,
- 6) memiliki kemampuan presentasi (publikasi ide kreativitas),
- 7) memiliki kemampuan yang dinamis dan tangguh (mengembangkan diri), dan
- 8) memiliki lingkungan kerja yang kondusif.

Lingkungan kerja yang kondusif merupakan salah satu syarat utama agar suatu organisasi dapat memberikan kenyamanan dan ketenangan kepada pemilik, pengelola (manajer) dan pekerjanya. Persyaratan agar suatu lingkungan kerja dapat disebut kondusif ada 8 (delapan), yaitu adanya :

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

1. Memiliki Keterampilan Personal

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

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

- 3) Mau dan mampu bekerja keras dan tekun dalam menghasilkan barang dan jasa, serta mencoba cara kerja yang lebih tepat dan efisien.
- 4) Mau dan mampu berkomunikasi, tawar menawar dan musyawarah dengan berbagai pihak yang besar pengaruhnya pada kemajuan usaha terutama para pembeli/pelanggan (memiliki kemampuan salesmanship).
- 5) Menghadapi hidup dan menangani usaha dengan terencana, jujur, hemat dan disiplin.
- 6) Mencintai kegiatan usahanya dan perusahaannya serta lugas dan tangguh tetapi cukup luwes dalam melindunginya.
- 7) Mau dan mampu meningkatkan kapasitas diri sendiri dan kapasitas perusahaan dengan memanfaatkan dan memotivasi orang lain (*Leadership/Managerialship*) serta melakukan perluasan dan pengembangan usaha dengan resiko yang moderat.
- 8) Berusaha mengenal dan mengendalikan lingkungan serta menggalang kerjasama yang saling menguntungkan dengan berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan.

Ada delapan syarat yang harus dipenuhi agar seorang wirausaha dapat mengembangkan profesinya, yaitu :

- 1) Mampu bekerja keras (*capacity for hard work*).
- 2) Mampu bekerjasama dengan orang lain (*getting things done with and through people*).
- 3) Berpenampilan yang baik (*good appearance*).
- 4) Mempunyai keyakinan (*self confident*).
- 5) Pandai membuat keputusan (*making sound decision*).
- 6) Bersedia menambah ilmu pengetahuan (*college education*).
- 7) Mempunyai ambisi/kemauan untuk maju (*ambition drive*).
- 8) Pandai berkomunikasi (*ability to communicate*)

Sedangkan Zimmerer (1996) menyebutkan 13 (tiga belas) hal yang dapat mencerminkan karakteristik wirausaha yang sukses, yaitu :

- 1) Komitmen tinggi terhadap tugas.
- 2) Mau bertanggung jawab.
- 3) Mempertahankan minat entrepreneurship dalam diri sendiri.
- 4) Peluang untuk mencapai obsesi.
- 5) Toleransi terhadap resiko dan ketidak pastian.
- 6) Yakin pada diri sendiri.
- 7) Kreatif dan fleksibel.
- 8) Ingin memperoleh umpan balik dengan cepat.
- 9) Mempunyai energik tinggi.
- 10) Mempunyai motivasi yang lebih unggul.
- 11) Berorientasi ke masa depan.
- 12) Mau belajar dari kegagalan.
- 13) Mempunyai kemampuan memimpin.

Sementara itu, Munawir (1999) yang melakukan penelitian tentang Standarisasi Tes Potensi Entrepreneurship Pemuda Versi Indonesia menemukan adanya 11 (sebelas) ciri atau indikator entrepreneurship, yaitu :

- 1) Motivasi berprestasi.
- 2) Kemandirian.
- 3) Pengambilan Resiko (moderat).
- 4) Keuletan.
- 5) Orientasi masa depan.
- 6) Komunikatif dan reflektif.
- 7) Kepemimpinan.
- 8) Locus of control.
- 9) Perilaku instrumental.
- 10) Penghargaan terhadap uang.

Sejumlah ciri kewirausahaan tersebut menunjukkan bahwa wirausaha yang sukses adalah wirausaha yang dapat menjalin hubungan secara baik dengan lingkungannya, baik lingkungan internal (dalam perusahaan) maupun lingkungan eksternal (pemerintah, masyarakat, pemasok, pesaing, dll). Teknik menjalin hubungan baik antara wirausaha dengan lingkungannya dilakukan dalam suatu etika wirausaha, yang dicirikan dengan

tingkah laku yang baik, sopan santun, tolong menolong, tenggang rasa, hormat menghormati dan tatakrama lainnya dalam etika wirausaha lainnya.

Etika wirausaha meliputi 8 (delapan) hal, yaitu :

- 1) Wirausaha adalah tugas mulia dan kebiasaan baik (bertugas mewujudkan suatu kenyataan hidup berdasarkan kebiasaan baik di dalam berwirausaha).
- 2) Menempa pikiran untuk maju (melatih dan membiasakan diri berprakarsa baik, bertanggung jawab, percaya diri dan meningkatkan daya saing dan daya juang untuk maju).
- 3) Kebiasaan membentuk watak yang mulia (bersikap mental dan berfikir terbuka, bersih dan teliti untuk mencapai kemajuan).
- 4) Membersihkan diri dari kebiasaan berfikir negatif (tidak menyakiti orang lain dan menggantungkan pada nasib).
- 5) Kebiasaan berprakarsa (membiasakan diri untuk berprakarsa dalam kegiatan pengelolaan usaha dan memberikan saran baik, serta dapat menolong dirinya sendiri).
- 6) Kepercayaan pada diri sendiri (yakin dan beriman serta dapat meningkatkan nilai-nilai kehidupan di dalam berwirausaha).
- 7) Membersihkan diri dari hambatan yang dibuatnya sendiri (yakin dan tidak ragu-ragu terhadap hasil produksinya sendiri).
- 8) Mempunyai kemauan, daya upaya dan perencanaan (rencana mengejar cita-cita berdasarkan prinsip-prinsip kewirausahaan).

3. Pentingnya Jiwa Kewirausahaan Dalam Hidup Sehari-Hari

Bertolak dari definisi di atas bahwa kewirausahaan adalah keyakinan kuat yang ada dalam diri seseorang untuk mengubah dunia melalui ide dan inovasinya, maka kewirausahaan mempunyai jangkauan yang lebih luas dari dunia bisnis sebagaimana diuraikan di atas. Kewirausahaan dapat meliputi seluruh bidang kehidupan. Seorang guru Sekolah Dasar (SD) yang mengajar di daerah pedalaman Papua karena keyakinannya bahwa pendidikan dapat mengubah Papua menjadi lebih baik, maka dengan berbagai inovasi dalam situasi keterbatasan ia mengajar penuh dedikasi. Guru tersebut dapat disebut sebagai seorang wirausaha. Demikian juga seorang ibu

rumah tangga, dengan keterbatasan anggaran, setiap hari ia harus memasak makanan untuk anak-anak dan suaminya, maka ia melakukan berbagai inovasi agar makanannya dapat dinikmati oleh suami serta anaknya dan bermanfaat untuk kehidupan mereka. Ibu rumah tangga yang demikian itu juga termasuk seorang wirausaha. Para wirausaha dapat hadir dan dibutuhkan dimanapun.

Jiwa kewirausahaan sangat dibutuhkan oleh setiap individu, bukan hanya demi mampu bersaing dalam dunia kerja saja, tetapi lebih-lebih agar dunia sekitar menjadi hidup dan bergairah. Tak hanya itu, kewirausahaan juga membantu individu dalam mengembangkan ide-ide cemerlang dalam memperkembangkan hidup di tengah dunia ini, termasuk di dalamnya adalah berwirausaha. Kewirausahaan merupakan suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan dan mencari peluang dari masalah yang dihadapi oleh setiap orang dalam kehidupan sehari-hari (Apidana, 2014). Oleh karena itu, keberadaan wirausaha-wirausaha memang sangat dibutuhkan oleh hidup bersama.

Membangun jiwa kewirausahaan haruslah dimulai dengan kemauan kreatif dan inovatif seseorang untuk mencapai suatu tujuan dalam hidupnya. Banyak orang yang berhasil dan sukses karena memiliki kemampuan berfikir kreatif dan inovatif. Hal tersebut penting untuk dipahami mengingat selama ini dalam kehidupan sehari-hari, masih banyak orang yang menafsirkan dan memandang bahwa kewirausahaan identik dengan apa yang dimiliki dan dilakukan oleh “wirausaha” atau “wiraswasta”. Untuk mendorong berkembangnya jiwa kewirausahaan, maka seseorang haruslah memiliki kompetensi. Kompetensi tersebut merupakan syarat utama bagi seseorang yang ingin melakukan proses perjalanan kreativitas berfikir dan inovasi tentang keinginan yang diharapkannya. Seorang wirausaha tidak hanya memerlukan pengetahuan tapi juga keterampilan, diantaranya keterampilan:

- a. manajerial;
- b. konseptual;
- c. memahami, mengerti, berkomunikasi, dan berelasi;

- d. merumuskan masalah dan mengambil keputusan; serta
- e. mengatur dan menggunakan waktu.

Teknik Membangun Kepribadian Wirausaha

Secara garis besar, teknik membangun kepribadian yang sehat dalam diri adalah dengan meningkatkan kedewasaannya dalam mengaktualisasikan sikap dan perilaku yang dapat diterima oleh orang lain dilihat dari sisi rohani, sosial, emosional, dan intelektual yang bersumber dari kepercayaan diri. Adapun teknik membangun kepribadian wirausahawan, maka seseorang harus :

a. Menyadari

Beberapa hal penting yang harus disadari oleh seorang wirausaha antara lain: arti sukses, nilai potensi diri, nilai potensi orang lain, dan nilai waktu. Kepribadian yang sukses adalah akibat dari sebab-sebab yang kita lakukan. Tidak ada sukses tanpa tindakantindakan tertentu yang mengawalinya.

b. Menginginkan

Keinginan yang terumuskan secara jelas dalam bentuk target-target yang cukup berharga untuk diperjuangkan, maka akan mampu menggerakkan kita menuju hasil akhir sukses.

c. Memperjuangkan

Lima unsur kepribadian yang harus diperjuangkan, yaitu antusiasme (semangat dan motivasi), komitmen, tindakan nyata, ulet, tidak mudah putus asa, dan doa.

Dengan demikian, seseorang dapat memfokuskan atau mengarahkan pikirannya dalam suatu situasi sebagai peluang ataupun sebagai hambatan seperti halnya hari yang mendung dapat terasa indah, dapat pula terasa buruk. Oleh karena itu, yang dapat menentukan suatu persepsi sebagai suatu proses memandang atau menafsirkan lingkungan seseorang adalah diri sendiri.

Memiliki jiwa wirausaha akan membuat orang lebih mandiri dan tidak bergantung pada orang lain, mampu berpikir kreatif dan inovatif, serta lebih menghargai uang dan barang. Jiwa wirausaha yang perlu dikembangkan sekurang-kurangnya meliputi:

a. Inovatif dan kreatif

Sifat yang paling utama dari entrepreneurship adalah inovatif dan kreatif. Inovasi dan kekreativitasan dapat diibaratkan sebagai pondasi yang akan menopang sebuah usaha. Mengapa demikian? Dengan berani berinovasi serta menuangkan ide-ide dalam bisnis yang dirintis, maka pengalaman dan wawasan yang dalam terkait dengan bisnis tersebut akan dirasakan oleh sang pelaku bisnis. Selain itu, inovasi dan kreativitas juga akan berperan dalam perkembangan bisnis. Tanpa kedua hal tersebut, sebuah bisnis akan kesulitan untuk terus maju dan memiliki daya saing.

b. Tidak mudah menyerah.

Kegagalan dalam berbisnis merupakan sebuah hal yang tidak bisa dihindari. Seseorang yang mudah menyerah akan kesulitan membangun bisnisnya dan berkompetisi di pasar karena tidak siap menghadapi tekanan yang datang. Penting bagi setiap pelaku bisnis untuk memiliki mental baja dan selalu bangkit saat gagal.

c. Pengambil keputusan

Seorang wirausaha setiap saat dituntut untuk membuat keputusan untuk usaha yang ditekuninya. Oleh karena itu, dibutuhkan keterampilan untuk dapat mengambil keputusan dengan benar dan tepat. Ada beberapa teori dalam pengambilan keputusan. Salah satu teori terkenal dalam bidang ini adalah Teori Pengambilan Keputusan Rasional, yang mengasumsikan bahwa orang membuat keputusan yang optimal berdasarkan informasi yang tersedia dan tujuan yang jelas. Teori lain, seperti Teori Pengambilan Keputusan Sosial, mengungkapkan bagaimana faktor-faktor sosial dan emosional memengaruhi proses pengambilan keputusan.

d. Mandiri

Sifat mandiri (*independensi*) dalam kewirausahaan merujuk pada kemampuan dan keinginan untuk mengambil inisiatif, bertindak secara mandiri, dan mengelola berbagai aspek bisnis tanpa terlalu banyak ketergantungan pada orang lain. Sifat mandiri ini merupakan salah satu kunci keberhasilan

dalam kewirausahaan, karena seorang wirausahawan perlu memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan, mengatasi tantangan, dan mengelola risiko secara mandiri. Sifat mandiri dalam kewirausahaan penting karena membantu wirausahawan untuk bertindak secara proaktif, mengatasi hambatan, dan mengembangkan bisnis mereka dengan cara yang inovatif dan efektif.

e. Jiwa Pemimpin

Jiwa pemimpin dalam kewirausahaan merujuk pada kemampuan dan sifat-sifat kepemimpinan yang dimiliki oleh seorang wirausahawan dalam mengelola dan mengembangkan bisnisnya. Seorang wirausahawan yang memiliki jiwa pemimpin cenderung memiliki beberapa karakteristik berikut: (1) Visi yang jelas: Mereka memiliki visi yang kuat tentang tujuan dan arah bisnis mereka, serta mampu menginspirasi orang lain untuk mengikuti visi tersebut; (2) Kemampuan mengambil keputusan: Mereka memiliki kemampuan untuk membuat keputusan yang cepat dan tepat dalam situasi yang kompleks dan penuh dengan ketidakpastian; (3) Kemampuan untuk memotivasi: Mereka mampu memotivasi dan menginspirasi tim kerja mereka untuk mencapai tujuan bisnis Bersama; (4) Keterampilan komunikasi yang baik: Mereka memiliki keterampilan komunikasi yang efektif untuk berinteraksi dengan berbagai pihak terkait, termasuk karyawan, pelanggan, dan mitra bisnis; (5) Kemampuan memimpin dengan contoh: Mereka menjadi teladan bagi orang lain dalam hal integritas, dedikasi, dan komitmen terhadap kesuksesan bisnis. (6) Kemampuan mengatasi tantangan: Mereka mampu menghadapi dan mengatasi tantangan yang dihadapi dalam menjalankan bisnis, serta belajar dari kegagalan untuk tumbuh dan berkembang.

Jiwa pemimpin dalam kewirausahaan sangat penting karena seorang wirausahawan tidak hanya bertanggung jawab atas keberhasilan bisnisnya sendiri, tetapi juga memimpin dan menginspirasi orang lain untuk mencapai kesuksesan bersama. Dengan memiliki jiwa pemimpin, seorang wirausahawan dapat

menciptakan lingkungan kerja yang produktif, inovatif, dan berorientasi pada hasil.

Untuk dapat menjadi seorang wirausaha yang handal perlu dibangun kebiasaan-kebiasaan yang menjadi fondasi hidup seorang wirausaha. Berikut ada 10 kebiasaan rutin harian yang harus dilatihkan supaya menjadi wirausaha yang baik:

a. Melakukan Rutinitas

Setiap pagi dan malam melakukan hal yang sama, seperti: Bangun, cuci muka / sikat gigi, meditasi (terbaik saat Anda masih sedikit melamun), olahraga berat badan, sarapan, berangkat kerja. Setiap malam memiliki rutinitas terpisah yang melibatkan kebersihan, penjurnalan, dan persiapan untuk hari esok. Ini membantu orang tetap tegar dan konsisten.

Wirausaha terbaik membangun rutinitas harian, mingguan dan bulanan seperti tambang didasarkan pada menjaga diri mereka tetap waras, produktif dan bahagia. Kewirausahaan membuat stres dan anda akan menemukan rutinitas yang stabil menjadi landasan Anda di mana Anda menyusun hidup Anda.

b. Mulailah dengan hari-hari tugas yang paling sulit

Ada peribahasa yang dikenal sebagai "Makan Katak", ini artinya ketika anda yang paling segar di awal hari memulai dengan tugas yang paling membuat frustrasi, melelahkan, atau menunda-nunda. Ini memiliki berbagai manfaat.

Hal itu membuat setiap tugas lain tampak lebih mudah dengan perbandingan. Ini segera memberi anda aliran dopamin untuk mencapai sesuatu yang berharga. Ini mencegah anda menunda-nunda tugas-tugas penting terlalu lama.

c. Latihan dan Renungan

Rutinitas akan mudah dilaksanakan begitu saja ketika hidup itu mudah. Akan tetapi, ketika hidup berjalan tidak seperti yang dipikirkan dan direncanakan maka rutinitas menjadi tidak mudah untuk dijalani. Namun demikian hal tersebut tidak dapat menjadi pembenaran alasan bagi seorang wirausaha. Jangan mencari alasan. Kebugaran dan ketenangan

mental sangat penting untuk gaya hidup yang bahagia. Mereka adalah blok bangunan produktivitas tidak hanya selama sehari-hari, berminggu-minggu, atau berbulan-bulan. Tetapi bertahun-tahun dan puluhan tahun. Seorang wirausaha ingin menjadi anggota yang bersemangat dari komunitasnya hingga usia tua, dan melakukan sedikit usaha setiap hari untuk kesehatan. Anda adalah bagaimana anda sampai di sana. Temukan beberapa kegiatan, olahraga, atau latihan yang cocok untuk anda dan biasakan dengan membuat diri anda bertanggung jawab.

d. Rencanakan besok, hari ini

Beberapa orang menjalani bagian dari rutinitas malam harinya dengan membuat daftar tugas untuk esok hari, merencanakan bagaimana berbagai pertemuan, janji temu dan seterusnya. Semua akan dirantai bersama. Hal itu, memungkinkan mereka membuat persiapan untuk hari esok dengan baik. Jadi ketika mereka bangun mereka tidak perlu khawatir tentang berbagai hal mengenai bagaimana hari ini akan mereka jalani.

Cobalah ini malam ini, Anda akan merasa bahwa ini membutuhkan waktu yang jauh lebih sedikit daripada yang Anda pikirkan. Itu memberi Anda pemahaman tentang hari esok yang belum Anda miliki sebelumnya (termasuk apa yang “dimakan katak” Anda), dan itu membantu Anda menangkap hal-hal yang mungkin Anda lewatkan (pertemuan yang Anda lupakan dll.)

e. Sejajarkan Diri dengan Prioritas Anda

Cara umum melakukan ini adalah penetapan tujuan. Ada orang yang menyimpan lembar bentang Excel dengan sasaran jangka pendek, menengah, dan panjang dan sering merujuknya untuk menjaga gambaran pekerjaannya yang lebih besar dalam fokus. Beberapa orang merasa memiliki jangka waktu seperti 1, 3 dan 5 tahun dan hal dapat membantu, tetapi sebagian merasa lebih mudah untuk menunda-nunda yang kemudian. Trik dengan sistem ini adalah untuk terus menarik tujuan ke depan saat situasi dalam hidup Anda berubah.

f. Melacak Kemajuan Anda

Ada baiknya bahwa anda menemukan cara terbaik adalah membuat jurnal harian. Ada orang yang lebih suka menulis jurnal hariannya dengan tangan karena itu membuatnya dapat menuliskannya secara mendalam, tetapi beberapa orang yang lain lebih suka mengetiknya di komputer atau handhone karena lebih rapi dan mudah dibawa kemana-mana.

Temukan beberapa sistem untuk diri Anda yang berfungsi. Melacak hari, minggu, bulan, pikiran, ide, impian, dan persepsi Anda sangat penting untuk tetap berpijak pada kehidupan Anda sendiri. Lewat pelacakan di jurnal ada orang yang menemukan bahwa dirinya ternyata jauh lebih tidak berbelas kasih, keluar dan empati ketika dia tidak meluangkan waktu untuk memahami pengalamannya sendiri. Oleh karena itu, Jika Anda belum pernah membuat jurnal sebelumnya, silakan coba. Anda akan dengan cepat menemukan itu cara yang sangat menyenangkan untuk mengakhiri hari Anda, dan manfaatnya beriak sepanjang hidup Anda, baik secara profesional maupun pribadi.

g. Luangkan Waktu Untuk Komunitas Anda

Setiap orang masing-masing memiliki komunitas yang berbeda. Beberapa orang merasa bahwa komunitas itu yang pertama-tama adalah keluarga, kemudian beberapa teman sekolah menengah, beberapa teman Universitas, dan beberapa orang yang ditemui di berbagai acara, bahkan komunitas karena terhubung lewat FaceBook Messenger. Bagi orang lain komunitas itu mungkin klub olahraga, kawan se-hobby, rekan kerja, atau siapa pun yang anda temukan menikmati menikmati menghabiskan waktu dengan sosial dan yang memperkaya hidup anda. Pada umumnya setiap orang memiliki komunitas, apa pun wujud komunitas itu. Hal itu adalah tanggung jawab mereka dan juga diri kita sendiri untuk memastikan kita tetap terhubung dengan mereka secara berkelanjutan.

Banyak orang menemukan dalam hidup mereka, ketika mereka sibuk dan berhenti melihat teman-teman nya, dan berhenti hadir secara emosional dan intelektual dengan keluarga nya, mereka jauh lebih rentan untuk menjadi terlepas, terbakar, atau mudah marah. Orang-orang yang kita hargai ini sangat penting untuk kebahagiaan kita, sangat memalukan betapa mudahnya untuk berhenti memberi mereka waktu yang pantas bagi mereka.

Pastikan anda mengenali siapa komunitas anda, dan menjadikannya prioritas untuk dilibatkan, empatik, dan hadir dengan mereka masing-masing setidaknya sekali seminggu (bervariasi jelas tergantung pada apakah itu anak-anak Anda, pasangan, atau rekan kerja Anda).

h. Dorong Tim Anda

Tidak peduli apa pun kewirausahaan yang anda bangun, anda memiliki semacam tim yang mendukung kesuksesan anda. Tim tersebut dapat saja keluarga, rekan kerja, anak buah, bisa jadi suplayer anda, bahkan bisa menjadi bos Anda. Itu tidak masalah. Tim Anda adalah siapa pun yang terhubung langsung dengan Anda dalam kehidupan profesional yang Anda andalkan. Luangkan waktu untuk mendorong orang-orang ini, melakukan check-in dan memastikan mereka selaras dengan tujuan mereka. Pastikan mereka berkembang baik secara pribadi maupun profesional. Jika kehidupan keluarga atau rumah mereka tidak sinkron, itu akan mempengaruhi kinerja mereka. Ajukan pertanyaan dan selami secara mendalam apa yang mereka impikan di dalam hati mereka.

i. Prioritaskan Pekerjaan Mendalam

Pengusaha paling berpengaruh menemukan waktu setiap hari untuk bekerja dalam pada tujuan paling penting mereka. Pekerjaan yang dalam adalah produk dari waktu yang Anda habiskan untuk mengerjakan rintangan paling penting untuk mencapai tujuan Anda, dikalikan dengan kedalaman fokus yang dapat Anda bawa untuk mengerjakannya.

Karya Berkualitas Tinggi Diproduksi = (Menghabiskan Waktu) x (Intensitas Fokus)

Mengetahui apa tugas itu, berasal dari poin 2 dan memakan kodok. Tetapi mampu membawa tingkat fokus terdalam Anda ke tugas adalah keterampilan yang sama sekali berbeda. Membutuhkan ruang kerja yang hati-hati untuk menghilangkan warna, objek, dan stimulus sensorik yang mengganggu. Membutuhkan mengabaikan email, media sosial, dan pekerjaan dangkal seperti memesan hal yang pasti Anda butuhkan sekarang di Amazon. Tugas-tugas kecil itu harus berada di pinggiran hari kerja Anda, dilakukan setelah kemauan Anda habis dan Anda lelah dan telah menyelesaikan apa yang Anda butuhkan.

Ada orang yang menjadwalkan dua blok untuk pekerjaan berat setiap hari, dengan hasil yang direncanakan dengan hati-hati dan orang tersebut melakukan pekerjaan sampingannya seperti email di malam hari begitu mentalnya terkuras dan siap untuk bersantai. Coba dan lacak berapa banyak waktu yang Anda habiskan untuk benar-benar bekerja dalam dan jika Anda terkejut dengan jumlahnya, ambil tindakan untuk mengubahnya menjadi lebih baik. Anda akan menemukan tingkat produktivitas yang tidak Anda sadari.

j. Jadwalkan Beberapa Pembelajaran Setiap Hari

Pengusaha perlu terus belajar. Dunia terus berubah, dan wirausaha perlu terus-menerus terlibat dengan koridor pengetahuan di pinggiran keahlian mereka. Ada orang yang latar belakangnya dalam desain dan strategi, tetapi saya menemukan sebagai wirausaha. Dia secara konsisten diharuskan untuk mengetahui beberapa teknik dan ilmu komputer untuk berkontribusi lebih bermakna bagi usahanya. Dia tidak terlalu mahir dalam hal ini. Namun demikian setiap hari dia meluangkan waktu untuk mempelajarinya melalui membaca buku, melakukan latihan, dan mendengarkan podcast. Melalui investasi kecil waktu setiap hari, keterampilan

dan pemahamannya telah maju beberapa mil dalam beberapa bulan terakhir.

Tidak peduli apa yang anda anggap paling penting, setiap orang memiliki beberapa subjek yang bisa mereka pelajari lebih lanjut, dan lebih banyak pemahaman tentang dunia akan selalu menjadi keunggulan kompetitif bagi Anda. Anggap saja sebagai investasi kecil hari ini yang membayar dividen selama sisa hidup Anda.

“Belajarliah seolah-olah Anda akan hidup selamanya” (Mahatma Gandhi).

Wirausaha paling sukses bukanlah pemodal paling licin atau pembicara publik paling karismatik. Mereka adalah orang-orang yang dapat berkomitmen untuk mewujudkan perubahan di dunia, dan mengatasi maraton yang diperlukan untuk melihat perubahan itu terjadi. Tidak pernah mudah, sering membuat frustrasi dan menyenangkan luar biasa.

4. Keuntungan dan kerugian menjadi seorang wirausaha

Wirausaha sering diartikan sebagai seorang innovator. Keterampilan yang dibutuhkan untuk menjadi seorang wirausaha sukses adalah inovasi dan kemampuan untuk membuat ide baru yang kreatif. Seorang wirausaha juga harus memiliki motivasi yang kuat dan dapat memotivasi orang lain pula agar dapat menggerakkan team. Ia juga seorang yang memiliki etos kerja dan tanggungjawab, serta berani menghadapi resiko yang terjadi. Seorang wirausaha juga harus memiliki kualitas untuk menjadi seorang pemimpin dan mengerti bagaimana cara untuk memimpin teamnya agar bersatu dan mendapatkan keuntungan maksimum.

Di bawah ini adalah beberapa keuntungan dan kerugian menjadi seorang wirausaha.

KEUNTUNGAN	TANTANGAN/KERUGIAN
<p>KONTROL Kita dapat memilih apa yang mau kita kerjakan, tidak diatur oleh orang lain.</p>	<p>ADMINISTRASI Meskipun enak karena sebagai pemegang kontrol, tapi juga bisa menyebabkan beban. Banyak paperwork yang harus dikerjakan dan diawasi.</p>
<p>TIDAK BORING Excitement menjadi salah satu keuntungannya. Banyak wirausaha menganggap bahwa pekerjaannya sangat menyenangkan karena tiap hari tantangan dan pendapatannya pasti berbeda.</p>	<p>KOMPETISI Harus selalu berpikir kreatif agar bisnis dapat terus berjalan karena kompetitor baru dengan ide - ide mereka akan terus muncul dan mendesak kita.</p>
<p>MINAT Dapat bekerja sesuai dengan minat dan bakat pribadi tanpa banyak gangguan dari pihak lain</p>	<p>KONSISTENSI Minat dapat berubah setiap saat, sementara kewirausahaan membutuhkan konsistensi.</p>
<p>POTENSI DIRI Dapat memaksimalkan potensi diri. Lahan pekerjaan yang ditekuni adalah sarana mereka untuk berkreasi, mengekspresikan dan mengaktualisasikan diri.</p>	<p>JALAN BUNTU Berwirausaha sendiri maka tantangan juga harus dihadapi sendiri, kadang-kadang ada tantangan yang tak terduga dan tidak menemukan jalan keluarnya.</p>
<p>PERUBAHAN Dapat menciptakan perubahan sesuai dengan harapan dan keinginan kita sendiri</p>	<p>REGULASI YANG TIDAK MENGUNTUNGKAN Terkadang harus berhadapan dengan regulasi dan pemegang kebijakan yang aturannya berubah-ubah.</p>
<p>KONTRIBUSI Dapat memberi kontribusi bagi masyarakat</p>	<p>TANTANGAN PASAR BARU Memulai usaha baru sendiri berarti juga harus siap memasuki pasar yang baru</p>
<p>KEBEBASAN</p>	<p>KESENDIRIAN Dapat menjadi hal yang menyheramkan dan menyedihkan jika</p>

Bebas untuk bekerja kapanpun, dimanapun, bagaimanapun caranya.	tanggung jawab dan resiko dihadapkan pada diri sendiri.
FLEKSIBILITAS Wirausaha dapat menjadwalkan kapan mereka mau masuk bekerja. Tidak ada jam pastinya.	PENDAPATANNYA TIDAK PASTI Jika bisnisnya sedang lancar maka pendapatan banyak, tapi jika sedang lesu pasti sedikit.
PENDAPATAN SESUAI USAHA Jika kita giat menjalani usaha, maka kemungkinan besar apa yang didapatkan juga sebanding dengan keringat yang telah dikeluarkan.	JAM KERJA TIDAK PASTI Meskipun fleksible, tapi kadang juga unpredictable karena bisa saja tiba - tiba kita harus lembur lebih banyak dibanding hanya menjadi pegawai regular.

Kewirausahaan dalam perspektif dunia modern telah banyak dipelajari dan diteliti. Banyak perguruan tinggi yang sekarang mengajarkan studi di bidang ini. Bahkan di beberapa Sekolah Menengah Tingkat Atas (SMA/K) kewirausahaan sudah diperkenalkan. Ini berarti bahwa banyak anak muda yang sudah mengenal dan nada kemungkinan tertarik untuk membentuk karirnya menjadi seorang entrepreneur. Apalagi sekarang ini adalah zamannya social media dan tentu banyak keuntungan yang bisa dimanfaatkan jika kita menjadi wirausaha. Kita dapat mengembangkan bisnis dan menjangkau konsumen dengan bantuan "social media". Ini juga kesempatan untuk menjangkau pasar global dengan lebih mudah.

Ada 7 (tujuh) langkah yang harus ditempuh ketika seseorang memutuskan untuk menjadi wirausaha. Langkah-langkah tersebut adalah:

- a. Pastikan bahwa menjadi wirausaha adalah hal yang benar - benar kita inginkan.
- b. Tentukan bisnis dalam bidang apa yang mau kita jalankan.
- c. Kumpulkan dan buat ide semenarik mungkin.
- d. Buat *business plan* (apa tujuan, siapa konsumennya, apa masalah yang bisa diselesaikan dengan produk kita, siapa competitor, apa kelebihan dan kekurangan, berapa harganya dan

bagaimana memposisikan produk kita di pasar, apa rencana selama 3 – 5 tahun kedepan?)

- e. Tentukan struktur bisnisnya. Misalnya apakah kepemilikan sendiri ataukah partnership, dll.
- f. Buat team yang solid. Berapa jumlah pegawai yang dibutuhkan, apakah membutuhkan akuntan, manager, consultant, dll.
- g. Tangani paperwork. (izin dan perpajakan, buat paten dan *trademark brand* kita, perlindungan properti, asuransi, dll).

Selain memahami tujuh langkah di atas, sebagai calon wirausaha juga harus memahami etika seorang wirausaha itu bagaimana. Sekurang-kurangnya ada 8 (delapan) hal yang harus diperhatikan berkaitan dengan etika seorang wirausaha. Delapan hal tersebut adalah:

- a. Wirausaha adalah tugas mulia dan kebiasaan baik (bertugas mewujudkan suatu kenyataan hidup berdasarkan kebiasaan baik di dalam berwirausaha).
- b. Menempa pikiran untuk maju (melatih dan membiasakan diri berprakarsa baik, bertanggung jawab, percaya diri dan meningkatkan daya saing dan daya juang untuk maju).
- c. Kebiasaan membentuk watak yang mulia (bersikap mental dan berfikir terbuka, bersih dan teliti untuk mencapai kemajuan).
- d. Membersihkan diri dari kebiasaan berfikir negatif (tidak menyakiti orang lain dan menggantungkan pada nasib).
- e. Kebiasaan berprakarsa (membiasakan diri untuk berprakarsa dalam kegiatan pengelolaan usaha dan memberikan saran baik, serta dapat menolong dirinya sendiri).
- f. Kepercayaan pada diri sendiri (yakin dan beriman serta dapat meningkatkan nilai-nilai kehidupan di dalam berwirausaha).
- g. Membersihkan diri dari hambatan yang dibuatnya sendiri (yakin dan tidak ragu-ragu terhadap hasil produksinya sendiri).
- h. Mempunyai kemauan, daya upaya dan perencanaan (rencana mengejar cita-cita berdasarkan prinsip-prinsip kewirausahaan).

BAB 6

BERWIRUSAHA DENGAN IMAN

Tesis Karl Marx dalam karyanya *A Contribution to the Critique of Hegel's Philosophy of Right* (1844) yang menyatakan bahwa agama akan kehilangan relevansinya seiring dengan kemajuan sosial dan ekonomi manusia ternyata tidak terbukti kebenarannya. Dengan kata lain pendapat Karl Marx yang mengatakan bahwa kemajuan dunia membuat orang akan semakin meninggalkan agama (Tuhan) tidak terbukti. Sebaliknya, penelitian Weber (1905) berhasil membuktikan sebaliknya, bahwa agama dapat menjadi pendorong perubahan. Weber menegaskan bahwa perkembangan kapitalisme di Eropa Barat dan Amerika Utara terutama disebabkan oleh Etika Protestan yang diperkenalkan oleh Calvin. Hal ini meniadakan anggapan Marx bahwa agama hanyalah opium bagi masyarakat. Diskusi ini akan menjadi topik utama dalam bab ini. Selanjutnya, kita akan membahas bagaimana iman dapat menjadi pendorong kewirausahaan. Tanda-tanda bahwa seseorang adalah wirausaha yang beriman akan menjadi pembahasan terakhir dalam bab ini.

1. Iman Sebagai Penggerak Perubahan

Dalam beberapa kasus, iman dapat menjadi penggerak perubahan yang positif dalam masyarakat yang mengalami kemandegan. Iman yang kuat dapat mendorong seseorang untuk bertindak sesuai dengan prinsip-prinsip kebaikan yang diajarkan dalam Islam, seperti keadilan, kasih sayang, dan perdamaian. Hal ini dapat menginspirasi individu untuk berperilaku baik dan membawa perubahan positif dalam masyarakat. Iman yang kuat juga dapat memotivasi seseorang untuk melakukan perbuatan baik dan membantu mereka untuk menjadi agen perubahan dalam masyarakat. Misalnya, iman yang kuat dapat mendorong seseorang untuk memberikan sumbangan kepada yang membutuhkan, membela hak orang yang tertindas, atau berpartisipasi dalam kegiatan sosial yang bermanfaat bagi masyarakat.

Sementara itu, berkaitan dengan kepemimpinan; Iman yang kuat dapat membantu seseorang untuk menjadi pemimpin yang adil dan berintegritas. Pemimpin yang memiliki iman yang kuat akan berusaha untuk menjalankan tugas mereka dengan sebaik mungkin dan mengutamakan kepentingan masyarakat di atas kepentingan pribadi atau golongan. Selain itu, Iman yang kuat dapat membuat seseorang menjadi contoh yang baik bagi orang lain. Dengan menunjukkan perilaku yang baik sesuai dengan ajaran agamanya, seseorang dapat mempengaruhi orang lain untuk melakukan perubahan positif dalam hidup mereka.

Iman sering kali dianggap sebagai inti atau inti dari agama. Iman mengacu pada keyakinan yang kuat pada ajaran atau kebenaran tertentu, yang dalam konteks agama, biasanya berkaitan dengan kepercayaan pada Tuhan atau entitas ilahi lainnya, serta pada ajaran-ajaran agama tertentu. Agama adalah lebih dari sekadar iman. Agama melibatkan praktik-praktik, ritual, moral, etika, dan komunitas yang terorganisir berdasarkan pada iman yang sama. Agama menyediakan kerangka kerja yang lebih luas bagi individu untuk mengekspresikan dan mempraktikkan iman mereka dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam konteks agama, iman dan praktik keagamaan saling memperkuat satu sama lain. Iman memberikan dasar untuk praktik keagamaan, sementara praktik keagamaan memperkuat iman dan membantu individu untuk menghidupkan nilai-nilai iman mereka dalam tindakan nyata. Penting untuk dicatat bahwa hubungan antara iman dan agama dapat bervariasi di antara individu dan kelompok. Beberapa orang mungkin memiliki iman yang kuat tanpa terlibat dalam praktik keagamaan yang terorganisir, sementara yang lain mungkin mengekspresikan iman mereka melalui keterlibatan aktif dalam agama dan komunitas keagamaan. Dengan demikian, iman dan agama saling terkait dalam konteks kehidupan keagamaan, di mana iman memberikan landasan keyakinan, sementara agama memberikan kerangka kerja dan praktik untuk mengekspresikan iman tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Setiap masyarakat pasti akan mengalami perubahan sosial namun pengertian dari perubahan sosial itu sendiri terdapat beberapa perbedaan. Menurut Samuel Hoening (1957), perubahan sosial adalah modifikasi-modifikasi yang terjadi dalam pola-pola kehidupan manusia, baik itu terjadi karena sebab intern ataupun ekstern. Robert Mac Iver (1937) dalam bukunya “ *A Textbook of society*” mengatakan bahwa perubahan sosial adalah perubahan-perubahan dalam hubungan-hubungan sosial (*social relationship*) atau perubahan terhadap keseimbangan hubungan sosial. Dengan begitu dapat dipahami bahwa perubahan sosial itu segala perubahan yang terjadi di masyarakat yang berhubungan dengan *social relationship* yang mempengaruhi sistem sosial dalam masyarakat tersebut.

Sementara itu, agama memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia dan masyarakat, karena agama memberikan sebuah sistem nilai yang memiliki derivasi pada norma-norma masyarakat untuk memberikan pengabsahan dan pembenaran dalam mengatur pola perilaku manusia, baik di level individu dan masyarakat. Bagi sebagian kalangan di masyarakat nilai-nilai agama seolah-olah menjadi cetak biru bagi perilaku individu dan sosial di tengah masyarakat. Ajaran agama mempunyai pengaruh yang sangat besar karena legitimasi ajaran agama bersumber dari yang transenden (Berger, 1991).

Agama dan perubahan memang merupakan dua hal yang berbeda, tapi saling mempengaruhi. Agama seringkali dianggap sebagai pandangan hidup yang dinomor duakan karena ajarannya banyak membahas kehidupan setelah mati. Namun, tak dapat dipungkiri, kesadaran keagamaan tidak hanya berkenaan dengan ritual ketuhanan dan menggapai keselamatan akhirat. Namun, agama juga menjadi rujukan dalam menyelesaikan problem hidup di dunia. Sejarah telah mencatat bahwa agama juga menempatkan dirinya sebagai penggerak perubahan masyarakat seperti yang telah ditulis oleh Weber mengenai agama Protestan dan Robert Bellah tentang agama Tokugawa.

Fenomena perubahan sosial dewasa ini menggambarkan dan menjelaskan kepada kita bahwa agama menjadi salah satu

faktor perubahan sosial itu sendiri. Agama sebagai hasil kebudayaan, yang ada, hidup dan berkembang dalam masyarakat memiliki peranan penting dalam perubahan sosial tersebut. Dalam hal ini, menggagas pemikiran tentang hubungan antara agama dan perubahan sosial bertitik-tolak dari pengandaian bahwa perubahan sosial merupakan suatu fakta yang sedang berlangsung, yang diakibatkan oleh kekuatan-kekuatan yang sebagian besar berada di luar kontrol kita, bahwa tidak ada kemungkinan sedikitpun untuk menghentikannya.

Di sini, disposisi agama, pada satu sisi dapat menjadi penentang, sebagaimana tercermin dalam ucapan Marx bahwa – agama adalah candu bagi rakyat. Menurut Karl Marx ajaran agama telah meninabobokkan rakyat untuk menerima saja nasib buruk mereka dan tidak tergerak untuk berbuat sesuatu untuk memperbaiki keadaan. Dalam pandangan Marx para pengikut agama terbius oleh ajaran bahwa nasib mereka berada pada tangan Tuhan (McKinnon, 2005). Namun demikian, di sisi lain agama dapat menjadi pendorong adanya perubahan sosial. Agama, sampai batas tertentu, dapat dikatakan “hidup” sehingga masyarakat secara aktual mengenali acuan-acuan transenden dari sistem signifikansi atau lambang keagamaan sebagai sesuatu yang benar dengan sendirinya.

Pertanyaannya, berhubungan dengan masalah ekonomi sebesar apakah peran agama dalam perubahan ekonomi masyarakat? Bagaimanakah nilai-nilai spritual menggerakkan roda ekonomi? Selama berabad-abad, pergumulan manusia untuk bertahan hidup, melawan kemiskinan, dan meningkatkan kesejahteraan, senantiasa bertemu dan berdialog dengan keyakinan, agama dan pemahaman yang dibentuk atasnya. Filsuf ekonomi terkemuka Amerika, Kenneth Ewart Boulding (1910 - 1993), dalam karyanya *Economics as a Science* (1970) menyatakan bahwa agama memberikan pengaruh yang tak dapat diabaikan dalam perekonomian. Agama menentukan keputusan jenis komoditas yang diproduksi, kelembagaan ekonomi, dan perilaku ekonomi. Meskipun ilmu pengetahuan dan teknologi, investasi, serta sumber daya alam, merupakan faktor-faktor yang sangat

berpengaruh dalam perkembangan ekonomi, agama juga dipertimbangkan sebagai elemen penting karena berperan membentuk etos kerja masyarakat.

Pernyataan Boulding memang terkesan optimistic, karena dalam perjalanan sejarah agama tidak selalu menunjukkan peran seperti itu. Agama lebih berkuat pada urusan-urusan ritual dan pada moral individual. Orientasi keagamaan lebih ditekankan pada hidup di akhirat atau bagaimana mendapatkan surga saat nanti meninggal. Agama menjadi tidak peduli pada kehidupan sosial-ekonomi, pada kemiskinan, keadilan social, dan persoalan-persoalan kehidupan manusia lainnya. Itulah sebabnya Karl Marx (1844) menulis *Die Religion ist der Seufzer der bedrängten Kreatur, das Gemüth einer herzlosen Welt, wie sie der Geist geistloser Zustände ist Sie ist das Opium des Volks* yang artinya "Agama adalah desah napas keluhan dari makhluk yang tertekan, hati dari dunia yang tak punya hati, dan jiwa dari kondisi yang tak berjiwa. Ia adalah opium bagi masyarakat."

Marx lebih melihat bahwa akhirat (surga) yang ditawarkan oleh agama-agama lebih merupakan pelarian atas kegagalan dan derita kehidupan. Agama pada waktu itu seakan-akan tidak peduli atau tidak berdaya menghadapi menghadapi problematika kehidupan manusia. Agama tidak menghasilkan solusi yang nyata dan dalam kenyataannya, justru cenderung merintangai berbagai solusi nyata dengan membuat penderitaan dan penindasan menjadi dapat ditanggung. Agama malah menyarankan untuk tidak menjadi lekat dengan barang-barang duniawi dan mengajak orang untuk hanya berpikir mengenai hal-hal surgawi sehingga membuat orang melupakan penderitaan material yang sedang dialami. Oleh karena itu, Marx yakin bahwa agama itu tidak punya masa depan. Agama bukanlah kecenderungan naluriah manusia yang melekat tetapi merupakan produk dari lingkungan sosial tertentu.

Kondisi yang serba dilematis itulah yang sebenarnya sangat penting untuk melacak kembali dasar lahirnya agama di dunia. Hadirnya agama di dunia tentu memiliki dasar kuat dalam memberikan pencerahan dalam pengaturan tata perilaku dan

norma dalam masyarakat. Secara historis, lahirnya agama di dunia memang didasari atas kondisi masyarakat yang serba *chaos*. Agama sebenarnya menjadi dasar kuat untuk melakukan reorganisasi ulang terhadap kehidupan masyarakat dengan menjadikan nilai dan norma agama sebagai dasar pembangunan masyarakat. Konteks itulah yang mendorong adanya pergeseran dimensi sakral menjadi dimensi *profane*, sehingga agama kemudian ditempatkan juga menjadi agama sosial. Pemaknaan agama sebagai entitas profetik memiliki esensi pembebasan dalam membebaskan masyarakat dari pembodohan maupun kemungkaran.

Agama sebagai penggerak faktor ekonomi sebenarnya sudah menjadi perhatian banyak ilmuwan. Salah satunya adalah Max Weber (21 April 1864 - 14 Juni 1920), sosiolog dan ekonom ternama Jerman, dalam bukunya yang termashur, *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism* (1974), menyimpulkan agama merupakan faktor penyebab kemunculan kapitalisme di Eropa Barat dan Amerika Serikat. Weber mengungkapkan kemajuan ekonomi beberapa negara di Eropa dan Amerika Serikat di bawah kapitalisme disebabkan terutama oleh Etika Protestan yang dikembangkan Calvin. Calvinisme mengajarkan seseorang sudah ditakdirkan untuk masuk surga atau neraka. Namun demikian, yang bersangkutan tidak mengetahui takdir mana yang akan menimpanya. Satu cara mengetahuinya adalah melalui kerjanya di dunia. Kalau seseorang berhasil dalam kerja dunia, dia berpeluang besar masuk surga. Sebaliknya, kegagalan di dunia besar kemungkinan mengantarkannya ke neraka. Kepercayaan ini mendorong penganut Calvinisme bekerja keras. Mereka bekerja giat meraih kesuksesan bukan demi kekayaan material semata, melainkan lebih untuk menghalau kecemasannya.

Ada pendapat yang menyatakan bahwa buku ini tidak boleh dilihat sebagai studi yang terinci tentang Protestanisme melainkan lebih sebagai pengantar ke dalam karya-karya Weber yang belakangan, khususnya studinya tentang interaksi antara berbagai gagasan keagamaan dan ekonomi. Dalam *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism* (1974), Weber mengajukan tesis bahwa etika dan gagasan-gagasan Puritan telah memengaruhi

perkembangan kapitalisme. Namun, devosi keagamaan biasanya disertai dengan penolakan terhadap urusan-urusan duniawi, termasuk pengejaran akan harta kekayaan. Mengapa hal ini tidak terjadi dengan Protestanisme? Weber membahas apa yang kelihatan sebagai paradoks ini dalam bukunya.

Ia mendefinisikan semangat kapitalisme sebagai gagasan dan kebiasaan yang menunjang pengejaran keuntungan ekonomi secara rasional. Weber menunjukkan bahwa semangat seperti itu tidaklah terbatas pada budaya Barat bila hal itu dipandang sebagai sikap individual. Kalau sikap seperti itu hanya menjadi sikap beberapa individu tertentu, tentu tidak dapat dengan sendirinya membentuk suatu tatanan ekonomi yang baru (kapitalisme). Karena semangat untuk keuntungan ekonomi secara rasional menjadi sikap sekelompok orang maka pastilah ada sesuatu yang menggerakkan kelompok tersebut. Kecenderungan yang paling umum dari banyak orang adalah keserakahan akan keuntungan dengan upaya yang minimal dan gagasan bahwa kerja adalah suatu kutukan dan beban yang harus dihindari. Seperti yang ditulisnya dalam esainya:

For a lifestyle that is adapted to the special characteristics of capitalism ... to dominate another lifestyle, it must emerge from a certain place, and not only in separate individuals, but as a general lifestyle of the whole group of people.

(Agar suatu gaya hidup yang teradaptasi dengan sifat-sifat khusus dari kapitalisme... dapat mendominasi gaya hidup yang lainnya, ia harus muncul dari suatu tempat tertentu, dan bukan dalam pribadi-pribadi yang terpisah saja, melainkan sebagai suatu gaya hidup yang umum dari keseluruhan kelompok manusianya).

Setelah mendefinisikan 'semangat kapitalisme', Weber berpendapat bahwa ada banyak alasan untuk menemukan asal-usulnya di dalam gagasan-gagasan keagamaan dari Reformasi Protestan. Banyak pengamat seperti William Petty, Montesquieu, Henry Thomas Buckle, John Keats, dan lain-

lainnya telah mengomentari kedekatan antara Protestanisme dengan perkembangan komersialisme. Weber memperlihatkan bahwa tipe-tipe Protestanisme tertentu mendukung pengejaran keuntungan ekonomi yang rasional dan bahwa kegiatan-kegiatan duniawi telah memperoleh makna spiritual dan moral yang positif. Ini bukanlah tujuan dari gagasan-gagasan keagamaan tersebut, melainkan lebih sebagai produk sampingan – logika yang inheren dari doktrin-doktrin tersebut dan advis yang didasarkan pada mereka baik yang baik secara langsung maupun tak langsung mendorong perencanaan dan penyangkalan diri demi pengejaran keuntungan ekonomi.

Weber menelusuri asal usul etika Protestan pada munculnya Reformasi Protestan pada waktu itu. Dalam pandangannya, di bawah Gereja Katolik Roma seorang individu dapat dijamin keselamatannya melalui kepercayaan akan sakramen-sakramen Gereja dan otoritas hierarkhinya. Namun, Reformasi Protestan secara efektif telah menyingkirkan jaminan-jaminan tersebut bagi orang biasa. Meskipun Weber mengakui bahwa seorang "genius keagamaan" seperti Martin Luther mungkin dapat memiliki jaminan-jaminan tersebut karena Luther sendiri adalah seorang imam dari Gereja Katolik Roma. Dalam keadaan tanpa jaminan seperti itu dari otoritas keagamaan, Weber berpendapat bahwa kaum Protestan mulai mencari "tanda-tanda" lain yang menunjukkan bahwa mereka selamat. Sukses dunia menjadi sebuah ukuran keselamatan.

Mendahului Adam Smith (tapi dengan menggunakan argumen yang sangat berbeda), Luther memberikan dukungan awal terhadap pembagian kerja yang mulai berkembang di Eropa. Karenanya, menurut penafsiran Weber atas Luther, suatu "panggilan" dari Tuhan tidak lagi terbatas kepada kaum rohaniwan atau Gereja, melainkan berlaku bagi pekerjaan atau usaha apapun. Namun, Weber melihat pemenuhan etika Protestan bukan dalam Lutheranisme, yang ditolakinya lebih sebagai sebuah agama hamba, melainkan dalam bentuk Kekristenan di bawah ajaran Calvin (Calvinis).

Dalam pengertian yang sederhana "paradoks" yang ditemukan Weber adalah:

"According to the new Protestant religions, an individual is religiously encouraged to follow a secular vocation with as much enthusiasm as possible. Someone who lives according to this world view is more likely to accumulate money"

(Menurut agama-agama Protestan yang baru, seorang individu secara keagamaan didorong untuk mengikuti suatu panggilan sekuler dengan semangat sebesar mungkin. Seseorang yang hidup menurut pandangan dunia ini lebih besar kemungkinannya untuk mengakumulasi uang).

Namun, menurut agama-agama baru ini (Protestan, khususnya Calvinisme), menggunakan uang ini untuk kemewahan pribadi atau untuk membeli ikon-ikon keagamaan dianggap dosa. Selain itu, amal umumnya dipandang negatif karena orang yang tidak berhasil dalam ukuran dunia dipandang sebagai gabungan dari kemalasan atau tanda bahwa Tuhan tidak memberkatinya. Cara memecahkan paradoks ini, demikian menurut Weber, adalah dengan menginvestasikan uang tersebut yang dampaknya memberikan dukungan besar bagi lahirnya kapitalisme.

Pada saat menulis gagasan tersebut, Weber percaya bahwa dukungan dari etika Protestan pada umumnya telah lenyap dari masyarakat. Khususnya, ia mengutip tulisan Benjamin Franklin, yang menekankan kesederhanaan, kerja keras dan penghematan, namun pada umumnya tidak mengandung isi rohani. Weber juga mengatakan bahwa sukses dari produksi massal sebagian disebabkan oleh etika Protestan. Hanya setelah barang-barang mewah yang mahal ditolak, maka individu-individu dapat menerima produk-produk yang seragam, seperti pakaian dan mebel, yang ditawarkan oleh industrialisasi.

Perlu dicatat bahwa Weber menegaskan bahwa sementara gagasan-gagasan agama Puritan mempunyai pengaruh yang besar terhadap perkembangan tatanan ekonomi di Eropa dan Amerika

Serikat, mereka bukanlah faktor satu-satunya. Faktor yang lain termasuk rasionalisme dalam upaya-upaya ilmiah, penggabungan antara observasi dengan matematika, aturan-aturan ilmiah dan yurisprudensi, sistematisasi rasional terhadap administrasi pemerintahan, dan usaha ekonomi. Pada akhirnya, studi tentang etika Protestan, menurut Weber, semata-mata hanyalah menyelidiki suatu tahap dari emansipasi dari magi, pembebasan dari ilusi dunia, yang dianggapnya sebagai ciri khas yang membedakan dari budaya Barat.

Weber menyatakan dalam catatan kaki terakhirnya bahwa ia meninggalkan penelitian terhadap Protestanisme karena rekannya Ernst Troeltsch, seorang teolog profesional, telah mulai menulis buku Ajaran Sosial Gereja-Gereja Kristen dan Sekte. Alasan lain untuk keputusan Weber ini ialah bahwa esainya telah memberikan perspektif untuk perbandingan yang luas antara agama dan masyarakat, yang dilanjutkannya dalam karya-karyanya berikutnya (studi tentang agama di Tiongkok, India, dan agama Yudaisme).

Buku tersebut juga merupakan upaya pertama Weber dalam menggunakan konsep rasionalisasi dari kekayaan yang diakibatkan semangat keagamaan. Jadi intinya, "Semangat Kapitalisme" Weber pada dasarnya adalah Semangat Rasionalisme, dalam pengertian yang lebih luas. Tulisan Weber ini juga dapat ditafsirkan sebagai salah satu kritik Weber terhadap Karl Marx dan teori-teorinya. Marx mereduksi problematika masyarakat, termasuk agama, pada persoalan ekonomi. Ajaran agama dianggap melemahkan ekonomi masyarakat. Weber justru menemukan yang sebaliknya. Dalam "Protestan Ethic" Weber menunjukkan bahwa ada ajaran keagamaan tertentu yang ternyata memperkuat semangat kapitalisme.

Robert N Bellah, yang terpujau dengan kemajuan ekonomi Jepang, melakukan kajian mengenai pengaruh agama Tokugawa terhadap kehidupan ekonomi masyarakat negeri matahari terbit ini. Senada dengan Weber, dalam bukunya *Tokugawa Religion: The Values of Pre-Industrial Japan* (1985), Bellah menyatakan nilai kerja keras meraih kesuksesan di dunia juga terdapat dalam agama

Tokugawa. Menurut Bellah, nilai tersebutlah yang menjadi pondasi bangunan kapitalisme Jepang dengan perkembangan ekonominya yang menakjubkan. Awal gerak gelombang industrialisasi Jepang berawal dari kelas samurai. Kelas samurai inilah yang memiliki wiraswastawan unggul dan sanggup membangun kembali masa kejayaan kekaisaran Jepang, dan meletakkan dasar-dasar modernisasi Jepang.

Bellah membuat dua kalisifikasi dalam pengamatan ini. Pertama, banyaknya agama di Jepang tidak menghalangi Bellah menganalisis dan mengaktegorikan agama-agama di Jepang sebagai suatu entitas. Karena pengikut agama-agama tersebut bercampur baur sehingga sulit dibedakan satu sama lain secara rinci. Kedua, agama-agama di Jepang sanggup membentuk nilai-nilai dasar masyarakat Jepang. Dilihat dari sejarahnya, agama-agama di Jepang berawal dari etika pejuang-pejuang samurai yang kemudian baru dikenal masyarakat secara luas setelah melalui pengaruh agama Konfusianisme dan Budhisme dan kemudian menjadi pantuan ketika penduduk Jepang secara keseluruhan. Dari dua klasifikasi tersebut, Bellah melihat tiga kemungkinan keterkaitan agama dan ekonomi Jepang. Tiga kemungkinan tersebut adalah: (1) Agama mempengaruhi secara langsung etika ekonomi, (2) Pengaruh agama terhadap ekonomi terjadi melalui pranata politik, dan (3) Pengaruh agama terjadi melalui pranata keluarga. Lebih jauh Bellah juga menganggap entrepreneur Cina, yang kini masih kita rasakan hantamannya di seluruh dunia, tumbuh dan berkembang dalam pelukan Confusianisme.

Dengan adanya perubahan sosial, agama diharapkan tidak melakukan tindakan ekstrim dengan memasang tembok tebal penolakan datangnya perubahan sosial dengan selalu mengacu pada keadaan-keadaan tradisional tempo dulu. Agama diharapkan mampu mengontekstualisasikan dirinya, mempersiapkan umatnya untuk mempengaruhi arah perubahan sosial dengan memperkuat struktur-struktur yang ada, agar bisa menyaring pengaruh negatif dari perubahan-perubahan sosial itu. Agama harus melakukan fungsinya menenangkan umatnya menghadapi situasi ini dengan jalan mempertajam kesadaran umatnya, bukan

justro sebaliknya menarik garis ekstrim atau melegalisir dan mendorong umatnya melakukan tindakan-tindakan anarkis sebagai wujud kefrustasian atas keadaan.

Agama memiliki nilai-nilai bagi kehidupan manusia sebagai per orang maupun dalam hubungannya dengan kehidupan bermasyarakat. Selain itu, agama juga memberi dampak bagi kehidupan sehari-hari. Karena agama mempunyai suatu sistem nilai yang memuat norma-norma tertentu, maka dari itu para pengikut agama dalam menentukan sikapnya dalam hal menerima atau menolak perubahan dengan berpatokan kepada nilai-nilai dan norma-norma yang ada dalam agama tersebut. Penjelasan di atas merupakan salah satu fungsi agama sebagai nilai etik, karena dalam melakukan suatu tindakan, seseorang akan terikat pada ketentuan antara mana yang boleh dilakukan dan mana yang dilarang sesuai dengan ajaran agamanya.

Agama sebagai kausal variabel secara sederhana mengandung pengertian agama sebagai sebab musabab terjadinya suatu perubahan dalam masyarakat. Sebab, apabila kehadiran agama di tengah-tengah hingar bingar akselerasi kehidupan manusia tidak dapat menawarkan semangat perubahan, maka eksistensi agama akan menjadi pudar. Dengan kata lain, kalau sudah demikian, tidak mustahil agama akan ditinggalkan oleh umatnya dan boleh jadi belakangan menjadi gulung tika karena dianggap sudah tidak *up to date*. Oleh karena itu, para pemuka agama atau bahkan pengikut agama secara individual melakukan pemikiran ulang terhadap dalil-dalil agama yang dianutnya. Dari situ, agama akan menentukan, menerima atau menolak perubahan. Hal itu juga dilakukan agar agama tetap eksis di tengah perubahan dan memunculkan sifat-sifatnya yang adaptif. Tanpa itu semua, dapat dipastikan semakin lama tidak sesuai dengan tuntutan zaman lagi. Nilai-nilai agama hanya akan menjadi horizon nilai yang mengawang-awang tetapi tidak menjadi acuan bagi tindakan penganutnya dalam hidup sehari-hari.

Meskipun demikian acap kali tidak mudah untuk mensosialisasikan agama sebagai bagian dari spirit proses perubahan sosial. Memang tidak selamanya perubahan yang

diakibatkan sepak terjang agama dapat berdampak kemajuan peradaban bagi manusia. Tidak sedikit perubahan yang mengarah pada kemunduran (regress) sebuah peradaban bangsa tertentu seperti terjadi konflik-konflik yang mengatasnamakan agama. Sedangkan perubahan yang mengarah pada kemajuan (progress) peradaban manusia, posisi agama pun memberikan kontribusi yang sangat besar. Dengan agama, manusia dapat menebarkan perdamaian dan cinta kasih di antara sesama manusia, membuat optimis dalam menatap masa depan, menciptakan alat-alat teknologi untuk peningkatan kesejahteraan, menegakkan keadilan, sekaligus pemihakan terhadap golongan lemah yang menyebabkan stabilitas sosial. Namun di sisi lain, harus diakui bahwa agama tidak selalu hanya menjamin stabilitas social. Kadang-kadang ajaran agama ditafsirkan oleh sebagian kalangan untuk mendukung konservatisme yang ekstrim yang membawa kemunduran kehidupan masyarakat.

Talcott Parsons (1975) menganalogikan perubahan sosial pada masyarakat seperti halnya pertumbuhan pada makhluk hidup. Komponen utama pemikiran Parsons adalah adanya proses diferensiasi. Parsons berpendapat bahwa setiap masyarakat tersusun dari sekumpulan subsistem yang berbeda berdasarkan strukturnya maupun berdasarkan makna fungsionalnya bagi masyarakat yang lebih luas. Ketika masyarakat berubah, umumnya masyarakat tersebut akan tumbuh dengan kemampuan yang lebih baik untuk menanggulangi permasalahan hidupnya. Dapat dikatakan Parsons termasuk dalam golongan yang memandang optimis sebuah proses perubahan.

Menghadapi pertanyaan bagaimana suatu tatanan masyarakat bertahan dan lestari, Parsons menjawabnya dengan empat fungsi yang harus ada jika ingin masyarakat bertahan dan lestari. Empat fungsi menurut Parsons tersebut adalah: (1) fungsi adaptasi yang berada dalam kemampuan ekonomi; (2) fungsi pencapaian tujuan bersama yang berada dalam politik; (3) fungsi integrasi melalui hukum; (4) fungsi perawatan melalui kebudayaan dan pendidikan. Sementara Talcott Parsons melihat agama sebagai sesuatu yang melekat pada sistem dan struktur sosial dan

penafsiran masing-masing individu, atau yang dikenal dengan Religiusitas. Religiusitas berakar pada kesadaran individu dan kesadaran kolektif.

2. Wirausaha Adalah Sufi Modern

Perubahan sosial di tengah masyarakat dapat terjadi dengan kuat apabila faktor keyakinan (agama) yang menjadi pendorongnya, karena agama mampu memberikan legitimasi yang ampuh. Kemampuan agama tersebut, menurut Peter L. Berger (1991) karena legitimasi agama itu berasal dari sesuatu yang transenden dan melampaui keberadaan manusia di dunia ini. Di dalam proses legitimasi ini ajaran agama menjadi semacam “pengetahuan” yang secara sosial yang berfungsi untuk menjelaskan dan membenarkan suatu tatanan sosial. Dalam proses legitimasi, semua pertanyaan yang menyangsikan suatu tatanan sosial mendapatkan jawabannya. Jawaban tersebut bukan hanya merupakan suatu yang bersifat kognitif, namun lebih dari itu “pengetahuan” atau jawaban dalam proses legitimasi itu juga bersifat normatif.

Berkaitan dengan kewirausahaan maka pertanyaannya adalah sejauh mana iman dan agama ini mampu menggerakkan kewirausahaan di tengah masyarakat. Kewirausahaan adalah sebuah proses yang dinamis di mana orang menciptakan kekayaan incremental. Kekayaan tersebut diciptakan oleh wirausaha dengan mengimplementasikan perubahan-perubahan di pasar melalui kombinasi-kombinasi baru. Kombinasi yang dimaksud adalah menemukan bahan baku baru, membuka pasar baru, atau mengelola sebuah industri dengan organisasi baru. Unsur yang tidak kasat mata, ruh dari industrialisasi, adalah mental wirausaha. Konsep kewirausahaan lahir sebagai garda depan dalam industri karena menyangkut inovasi dan produktifitas seorang wirausaha

Wirausaha modern sering kali dianggap sebagai agen perubahan sosial dan ekonomi yang memimpin revolusi dalam cara kita berpikir dan berinteraksi dengan dunia. Wirausaha adalah seorang innovator yang mengimplementasikan perubahan-perubahan di dalam pasar melalui kombinasi-kombinasi baru.

Kombinasi baru tersebut dapat dalam bentuk produk baru, metode produksi baru, pasar baru (*new market*), komponen baru, atau organisasi baru. Dengan demikian, kewirausahaan sebenarnya lahir dari rahim kapitalisme yang dikombinasikan dengan peluang potensial dan kreatifitas. Karena itu, memang rasanya menjadi tidak terbayangkan adanya penggabungan kata “iman” dengan kata “kewirausahaan”. Dua kata ini sangat berseberangan dan klise, karena iman selalu bersentuhan dengan makna transendensi. Mungkinkah menggabungkan yang profane dengan yang sakral. Industri identik dengan rasionalitas yang memiliki parameter yang terukur, sementara iman kerap kali dinilai sebagai hal yang irasional dan kebenarannya sangat relatif.

Namun entah bagaimana, dunia wirausaha akhirnya sampai pada titik iman dan spiritualitas manakala berhadapan dengan problema industri itu sendiri. Kemajuan industri ternyata membawa efek samping yang luar biasa, mulai rusaknya alam, mekanisasi, penumpukan beban kerja, ketimpangan, kecurangan, stress, dan lain-lain. Kemunculan berbagai industri ternyata tidak menghilangkan kemiskinan tetapi di beberapa tempat justru menambah penderitaan masyarakat sekitar. Kondisi ini akhirnya menggiring mereka pada belenggu baru, dimana manusia mengalami proses dehumanisasi. Saat itulah muncul upaya menggabungkan dunia usaha dengan iman.

Nilai iman, agama dan spiritualitas semakin terangkat ketika tahun 2006 Muhammad Yunus menerima hadiah nobel perdamaian yang membuat sontak dunia. Muhammad Yunus seorang guru besar ekonomi dari Bangladesh. Ia pada tahun 1976 mendirikan Grameen Bank (bank desa). Ketika logika bisnis berpegang teguh pada kehati-hatian dan kalkulasi bisnis, justru Muhammad Yunus berperilaku sebaliknya. Gramen Bank memiliki 2.226 cabang di 71.371 desa, mayoritas nasabahnya adalah kaum hawa, dan 94% modalnya dipegang oleh kaum miskin. Dengan spiritualitasnya, Muhammad Yunus akhirnya memperoleh hadiah nobel.

Dalam era pasar global, orang-orang suci, mistikus, atau para sufi dapat ditemukan di perusahaan-perusahaan besar atau organisasi modern, bukan di masjid, wihara, kuil atau Gereja.

Pada masa lampau orang-orang suci hanya dapat ditemukan di tempat suci (ibadah). Muhamad Yunus telah menjadi contoh bahwa dalam era pasar global, orang-orang suci, mistikus, atau para sufi dapat ditemukan di perusahaan-perusahaan besar atau organisasi modern, bukan di masjid, wihara, kuil atau Gereja. Demikian kata Dr. Gay Hendricks dan Dr. Kate Ludeman (2002), dalam bukunya *The Corporate Mystic: A Guidebook for Visionaries with Their Feet on The Ground*. Buku yang ditulis dari hasil seribu jam wawancara dengan ratusan CEO di perusahaan-perusahaan sukses di AS itu menyebutkan bahwa para pebisnis kinclong itu biasanya memiliki sifat-sifat yang lazim dimiliki oleh para mistikus dan orang-orang suci. Mereka menjalani hidup dari suatu basis spiritual, dan terus memelihara hubungan mereka dengan sifat spiritual diri mereka, orang lain dan dunia di sekeliling mereka. Mereka terlibat dalam suatu bisnis dengan hati dan jiwa mereka sebagaimana dengan dompet mereka. Sejalan dengan itu, mereka berada dalam bisnis juga untuk mendukung hati dan jiwa orang yang bekerja bersama mereka.

Para wirausahawan modern tidak hanya berfokus pada pencapaian materi semata, tetapi juga pada pertumbuhan pribadi dan pencarian makna dalam perjalanan bisnis mereka. Seperti sufi yang melepaskan diri dari keduniawian, wirausahawan juga harus mampu melepaskan diri dari keterikatan terhadap hasil akhir dan memperhatikan proses pembelajaran dan pertumbuhan yang berkelanjutan. Karakteristik wirausahawan yang seperti itu mirip dengan mistikus atau sufi. Kemiripan tersebut termasuk dalam keberanian untuk mencari jalan baru, keinginan untuk mengubah paradigma yang ada, dan kemampuan untuk bertahan dalam menghadapi cobaan dan rintangan. Mereka tidak hanya mencari kesuksesan materi, tetapi juga keselarasan batin yang membawa kebahagiaan dan kedamaian.

Berikut, ciri-ciri para Mistikus atau sufi wirarusawan modern, menurut Hendrick dan Ludeman itu :

a. Kejujuran Total

Rahasia pertama sukses bisnis, menurut para Mistikus Korporat, adalah mengatakan hanya yang benar dan mengatakannya dengan konsistensi total. Bagi mereka, integritas bukanlah semata-mata gagasan yang mulia, ia adalah alat bagi kesuksesan personal dan korporat. Mereka juga amat jujur kepada diri mereka sendiri, betapapun kebenaran itu kadang-kadang menyakitkan.

b. *Fairness*

Para mistikus korporat melakukan apa yang mereka katakan dan tidak mengatakan apa yang tidak mereka lakukan. Di antara keunggulan para Mistikus Korporat adalah kemampuan mereka untuk bertanya; “Apakah hal ini fair bagi semua pihak” ? Meskipun dalam situasi pressure yang amat besar.

c. Pengetahuan tentang Diri Sendiri

Para Mistikus Korporat amat concern terhadap pentingnya belajar tentang diri mereka sendiri. Mereka mengenali bahwa pikiran, tubuh dan ruh adalah alat-alat yang dengannya kita melakukan tindakan. Oleh karenanya, mereka memberikan perhatian besar pada upaya menguji motif-motif dan sejarah tindakan mereka serta perasaan-perasaan mereka.

d. Fokus Pada Kontribusi

Para pengusaha sukses sering digambarkan sebagai orang yang serakah. Sejatinya tidaklah seluruhnya demikian, para mistikus korporat justru amat concern pada kesejahteraan dan *empowerment* (pemberdayaan) orang lain. Kontribusi (mereka pada orang lain) selalu berada di latar depan niat-niat mereka.

e. Spiritualitas (nondogmatik)

Kesemua karakteristik para Mistikus Korporat pada dasarnya adalah dasar-dasar spiritualitas universal dan perenial. Lebih dari itu, sebagai spiritualis, mereka memiliki kelebihan untuk melihat bahwa di balik hal-hal yang partikular

terdapat kesalingterhubungan universal yang mengikat segala sesuatu.

f. Mencapai Lebih Banyak Hasil dengan Lebih Sedikit Upaya

Ini adalah salah satu credo dan gaya bekerja para Mistikus Korporat. Mereka belajar untuk memusatkan perhatian pada masa sekarang. Hanya jika kita berada pada masa sekarang – bukannya terjebak dalam penyesalan terhadap masa lampau dan kekhawatiran tentang masa depan – waktu bisa ditaklukan. Ini karena memang hanya masa sekaranglah yang bisa dikelola.

g. Membangkitkan yang Terbaik dalam Diri Mereka dan Orang Lain

Segegap tradisi mistik berbicara tentang ruang yang jernih dipusat diri kita, apakah itu disebut jiwa, ruh atau esensi. Inilah yang oleh sebagian orang disebut sebagai diri-lebih-tinggi, yang mencerminkan inti diri kita. Para Mistikus Korporat mengetahui cara untuk selalu memelihara fokus pada esensi diri mereka ini, dan juga pada diri orang lain, juga cara membangkitkannya.

h. Keterbukaan terhadap Perubahan

Para Mistikus Korporat memiliki penghormatan, bahkan kesenangan terhadap perubahan hingga ke tulang sumsum mereka. Mereka tahu bahwa segala sesuatu terus berubah – memang begitulah kehidupan berjalan. Dengan demikian, mereka mampu melepaskan kecenderungan untuk merasa benar karena sikap seperti ini sering menghalangi kita untuk bisa terus-menerus beradaptasi terhadap perubahan. Sebaliknya, para Mistikus Korporat terus belajar mengenai cara mengalir bersama perubahan bahkan berkembang di atas perubahan itu. Para non-Mistikus biasanya mengalami mabuk laut di tengah perubahan karena mereka menipu diri mereka dengan menganggap masih berada di daratan yang kering.

i. Cita Rasa Humor yang Tinggi

Para Mistikus Korporat banyak tertawa. Mereka mudah melihat kekonyolan hidup manusia. Merekapun cepat memasukkan diri mereka ke dalam humor-humor yang mereka

buat karena mereka menyadari kesakralan dan, terkadang, absurditas hidup ini.

j. Visi Jauh ke Depan dan Fokus yang Cermat

Para Mistikus Korporat memiliki bakat untuk mengajak orang memiliki mimpi-mimpi besar. Mereka bisa berdiri pada masa depan dan menggambarkan peta terperinci tentang cara mencapainya.

k. Disiplin Diri yang Ketat

Para Mistikus Korporat amat berdisiplin. Akan tetapi, disiplin mereka bersumber dari gairah. Pada umumnya, mereka tak bertumpu pada disiplin otoriter yang didorong oleh rasa takut. Mereka memotivasi diri mereka melalui *sense of purpose* yang jelas. Model disiplin seperti ini menjadikan mereka fleksibel dan mudah menyesuaikan diri.

Keseimbangan

Para Mistikus ini selalu mencari keseimbangan hidup mereka dalam sedikitnya empat bidang kehidupan: (a) keintiman: manusia adalah makhluk social yang selalu membutuhkan orang lain. Kedekatan dengan orang lain dapat dibangun melalui perkawinan, keluarga dan persahabatan, dan sebagainya; (b) pekerjaan: ada berbagai macam nilai dari pekerjaan, salah satunya sebagai aktualisasi diri; (c) spiritualitas: menyadari diri siapa diri kita, dari mana asal, dan kemana tujuan hidup menjadi kunci orang untuk selalu dekat dengan yang ilahi; dan (d) masyarakat: para mistikus korporat menyadari perutusannya, yaitu menjadi "garam" dan "terang" bagi dunia. Karena itu, masuk ke tengah masyarakat dan aktif di dalamnya, termasuk kehidupan sosial dan politik, itu disadari sebagai wujud nyata perutusan mereka ke dalam dunia.

Demikianlah, Para mistikus korporat atau sufi perusahaan itu rupanya tidak menjadikan dunia (kini-disini) semata sebagai tujuan akhir dari kerja kerasnya. Kaki mereka memang menjejak bumi, mereka juga tetap manusia biasa, tetapi ada motif-motif suci tersembunyi (nantinya, di sana) yang membuat mereka berbeda dengan manusia kebanyakan. Manusia-manusia yang lebih sibuk

dengan sesuatu yang kini dan di sini. Para mistikus korporat melihat perusahaan sebagai perwujudan kolektif ruh (spirit), jumlah total ruh individu-individu yang bekerja di dalamnya. Mereka mengandalkan intuisinya dan tahu bagaimana cara menggunakannya pada saat diperlukan.

Para mistikus korporat menjalani hidup dari suatu basis iman, dan terus memelihara hubungan mereka dengan sifat spiritual diri mereka, orang lain, dan dunia di sekeliling mereka. Mereka terlibat dalam suatu bisnis dengan hati dan jiwa mereka sebagaimana dengan dompet mereka. Sejalan dengan itu, mereka berada dalam bisnis juga untuk mendukung hati dan jiwa orang-orang yang bekerja bersama mereka. Para mistikus korporat bergerak dengan mudah dari iman atau dunia spiritual ke dunia bisnis. Mereka adalah para visioner dengan kaki yang tegak di atas tanah. Mereka mementingkan kesatuan segala sesuatu tapi, pada saat yang sama, mereka mampu memusatkan perhatian pada detail.

Penggabungan iman dan kewirausahaan atau dengan kata lain spiritualitas entrepreneurship, dengan demikian, merupakan proses transendensi untuk membentuk lembaga kewirausahaan melampaui pengertian kewirausahaan sendiri seperti yang selama ini dipahami. Spiritualitas entrepreneurship tidak hanya berbicara tentang tentang profit, transaksi, manajemen, akunting, dan strategi, namun juga mempersoalkan pelayanan, pengembangan, tanggungjawab social, lingkungan hidup, dan keadilan. Agama tidak lagi terkungkung oleh aturan-aturan formal yang malah memberi peluang untuk berbuat curang, namun bermain dengan dengan aturan-aturan moral, etika, dan kemanusiaan yang bermuara pada keadilan dan kejujuran. Dengan naungan iman, kewirausahaan dipahami sebagai ekosistem, bukan medan perang; perusahaan adalah komunitas; bukan mesin; manajemen adalah pelayanan, bukan control; manajer adalah coach, bukan mandor; karyawan adalah sejawat, bukan pembantu; motivasi datang dari visi, bukan rasa takut; dan; perubahan adalah pertumbuhan, bukan penderitaan.

Agama selama ini dikarakteristikan dengan sebuah kepercayaan, praktik dan institusi. Sementara iman hanyalah berhubungan perasaan seseorang dengan Tuhan, atau apa pun yang dianggap yang transenden. Agama yang secara sosial juga menjadi faktor perubahan, kemudian dipahami tidak hanya sekedar pada dimensi *das sein*, melainkan lebih pada dimensi *das solen*, dimensi empiric yang dapat dilihat dan dirasakan. Sebagai contoh dalam Islam, Nabi Muhammad Saw dan para sahabat tidak memisahkan antara bisnis dan nilai-nilai spiritual, mereka tidak memisahkan antara masjid dan pasar. Oleh karena itu, perintah bekerja berada satu atap dengan shalat dan dzikir. Dalam ajaran Kristen kaitan kedua hal tersebut nampak dalam tujuan Gereja yang terutama adalah memuliakan Allah dan menghadirkan kerajaan Allah di bumi ini dengan menjadi “garam” dan “terang” dunia (Matius 5:13,14).

3. Peran Iman Dalam Kewirausahaan

Dari uraian di atas dapat dilihat bahwa ada tiga peran penting iman dalam kewirausahaan:

a. Daya kreasi.

Manusia adalah makhluk spiritual yang berdimensi fisik. Aspek spiritual membuat manusia mampu memahami pesan ilahi, dan fisik mewujudkan dalam tataran materi. Iman yang menjadi sumber spiritualisme yang menyimpan gelora idealisme, maka ia akan memberikan kekuatan untuk mengadakan dan menciptakan semua sarana dan materi untuk mewujudkan idealismenya. Inilah kemudian yang mendorong orang untuk menjadi wirausaha yang kreatif dan produktif.

b. Fungsi kontrol.

Kesadaran iman akan menghindarkan manusia dari jebakan kesalahan yang dapat menghalangi dari rezeki. Di saat materi berlimpah, wirausaha yang dijiwai oleh iman akan mencegah pelakunya dari arogansi diri, karena keberhasilan kewirausahaan yang ia raih bukanlah karena keunggulan dirinya, melainkan karena rahmat Allah. Ia tidak akan lupa bahwa rezeki yang di tangan adalah titipan Allah semata, yang

kelak akan dimintai pertanggungjawaban maka ia akan berhati-hati dengan cara memperoleh dan membelanjakannya. Kekuatan iman membuat bisnis berjalan penuh moral karena iman mengutamakan keberkahan daripada keuntungan, mengutamakan kemuliaan daripada kemenangan. Bahkan rendahnya nilai moral dalam dunia bisnis, lantaran hilangnya kepercayaan.

c. Stabilisator

Iman yang menjiwai wirausaha menyadarkan pelakunya untuk melihat kehadiran Allah mulai dari permulaan bisnis, proses dan hasilnya. Dengan kata lain menanamkan bahwa motif bisnis adalah karena Allah, dan dalam prosesnya harus sesuai dengan nilai-nilai ilahiah, dan segala hasilnya mesti disyukuri, dievaluasi untuk perbaikan di masa mendatang, maka tak ada kata rugi dalam kacamata wirausaha yang dijiwai oleh iman, karena semuanya menjadi bermakna ibadah. Keterpisahan bisnis dengan iman justru akan menyeret manusia pada kegersangan hidup yang membuat dirinya bersikap arogan. Ia akan kehilangan jati dirinya, dan ujungnya akan menciptakan disharmoni irama kehidupan.

Bagi orang yang menggunakan iman sebagai pedoman hidup, akan bersikap bahwa harta, profesi dan jabatan hanyalah amanah Allah yang kelak harus dipertanggungjawabkan. Dengan spiritual yang tinggi seseorang akan melihat persoalan dengan lebih jernih dan substantive. Banyak orang menggambarkan wirausaha yang dijiwai oleh iman sebagai upaya apa pun yang memutuskan untuk menempatkan orang di atas keuntungan. Misalnya Richard Branson seorang industrialis asal Amerika Serikat menyatakan, "*Being an entrepreneur simply means being someone who wants to make a difference to other people's lives.*" (Menjadi wirausaha berarti menjadi seseorang yang ingin membuat perbedaan bagi kehidupan orang lain).

Menempatkan orang di atas keuntungan tentu saja merupakan salah satu aspek penting dari wirausaha yang beriman, namun wirausaha yang beriman jauh lebih dari

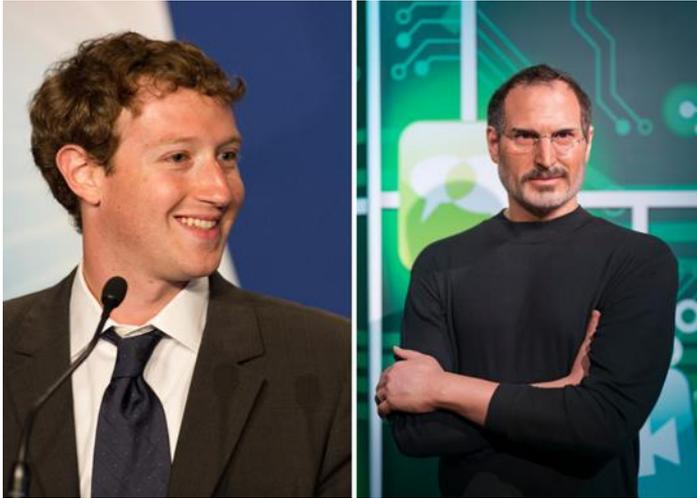
sekadar mengutamakan orang. Menjadi wirausaha yang beriman berarti membuka jalan supaya Tuhan bekerja melalui Anda di dunia ini. Motivasi seorang wirausaha yang beriman berasal dari tindakan cinta dan kasih sayang yang disadari berasal dari Tuhan sendiri. Seorang wirausahawan yang beriman akan melakukan upaya-upaya yang menjadikan dirinya sebagai alat bagi Tuhan untuk melakukan karya-Nya bagi dunia sekitar kita. Tidak ada pemikiran apa untungnya bagi saya secara pribadi.

Dengan demikian ada beberapa indikator yang menunjukkan bahwa seseorang sudah termasuk pengusaha spiritual atau belum. Indikator kunci wirausaha yang beriman adalah:

- 1) Wirausaha yang beriman sangat menyadari bahwa mereka adalah bagian integral dari ciptaan Tuhan.
- 2) Wirausaha yang beriman telah belajar untuk membuang di sana Ego (atau mengurangnya jauh)
- 3) Wirausaha yang beriman hanya menciptakan produk atau layanan yang bermanfaat dan menginspirasi umat manusia.
- 4) Wirausaha yang beriman adalah contoh dari cinta Tuhan dan energi kreatif.
- 5) Wirausaha yang beriman menginspirasi orang lain dan memimpin dengan memberi contoh.
- 6) Wirausaha yang beriman tidak menjadi pengusaha untuk menjadi kaya.
- 7) Wirausaha yang beriman menjadi pengusaha karena mereka harus.

Pentingnya iman dalam keberhasilan wirausahawan sebenarnya telah menjadi perhatian sejak kematian Steve Jobs. Di era Steve Jobs, tidak ada fakta tersembunyi bahwa ia melakukan perjalanan ke India untuk menyempurnakan praktik spiritual meditasi Zen Buddha yang diyakini telah secara signifikan meningkatkan fungsi pikirannya. Dia juga menyarankan Mark Zuckerberg untuk tinggal di India untuk mengambil bagian dalam praktik ini, meskipun menurut

beberapa berita yang katanya adalah fakta, Steve adalah orang yang cukup jimat, tetapi kecenderungan rohaninya mendapatkan banyak rasa hormat dan prestasi yang mengemparkan.



Meskipun keberhasilan bisnis seseorang sebagai wirausaha tergantung pada tingkat kecerdasannya, namun diyakini keberhasilan itu juga sangat tergantung – juga – pada tingkat kekuatan imannya. Dengan demikian, setiap orang harus cenderung beriman dan sadar akan bisnisnya untuk unggul di atas harapan orang-orang dan dirinya sendiri. Iman membantu seorang pengusaha dalam banyak hal walaupun banyak dari mereka cenderung menghindarinya karena keyakinan mereka bahwa iman dan kewirausahaan adalah dua pasangan yang saling eksklusif.

Berikut adalah daftar manfaat iman yang terwujudkan oleh wirausahawan:

1) Kepemimpinan yang baik

Menjadi spiritual, sebagai wirausahawan membantu meningkatkan kepemimpinan yang hebat; setiap pengusaha adalah pemimpin dan bagaimana seseorang memimpin menentukan tingkat kemajuan bisnisnya. Salah satu pilar iman

adalah kesadaran diri dan menjadi pemimpin yang baik menuntut orang untuk sepenuhnya menyadari diri sendiri. Dalam hal ini, menciptakan hubungan serius dengan diri iman orang akan membantu meningkatkan tingkat kesadaran dirinya dan pada gilirannya membangun semangat kepemimpinan yang sangat baik. Iman juga banyak berhubungan dengan kerendahan hati; dengan demikian ketika kita menjernihkan pikiran kita dari semua batasan dan menyadari sepenuhnya fakta bahwa kita hanya memiliki pengetahuan yang sama seperti yang kita pikirkan. Dengan ini, kami terbuka untuk kesempatan belajar tanpa akhir.

2) Memungkinkan Orang Untuk Mengendalikan Hidupnya

Iman membantu orang mengendalikan hidupnya dengan memberi orang tersebut kesempatan untuk mengendalikan hidup, emosi, dan pikirannya. Orang-orang hebat percaya bahwa: "untuk menjadi sukses dalam usaha bisnis Anda harus belajar mengendalikan emosi Anda." Sebagai wirausahawan, kita harus selalu sadar akan hal-hal yang terjadi di sekitar kita, dan kita harus mengamatinya dari tingkat netral tanpa mengungkapkan segala bentuk bias; ini hanya dapat dilakukan jika kita sepenuhnya mengendalikan emosi kita. Tidak ada cara yang lebih baik untuk mengambil kendali penuh atas pikiran dan emosi Anda daripada tinggal di dunia yang sama dengan mereka.

3) Membangun Cinta

Pilar iman yang ketiga adalah cinta, dan inilah yang menjadikan kita manusia. Menjadi beriman akan membuat kita menyadari bahwa ini bukan tentang menjadi sukses tetapi menambah nilai bagi kehidupan orang-orang di sekitar kita; ini adalah dasar dari setiap bisnis yang berkembang saat ini. Bisnis hebat berusaha menambah nilai untuk hidup, dan itu adalah aturan umum bahwa semakin tinggi nilai yang Anda buat, semakin baik bisnis Anda. Untuk benar memahami nilai-nilai spesies manusia ada kebutuhan untuk terhubung dengan bagian manusia yang tidak jelas bagi mata - beriman. Kebutuhan kita untuk mengekspresikan cinta kita kepada

kemanusiaan mendorong kita untuk menciptakan hal-hal yang akan membuat dunia kita menjadi tempat yang lebih baik bagi semua orang yang hidup di dalamnya. Memberi contoh, cinta akan anjing pasti akan mendorong seorang wirausaha untuk menemukan cara untuk membuat kehidupan anjing dan hewan peliharaan lainnya lebih baik dalam mewujudkan kelahiran bisnis baru. Kita semua membutuhkan cinta sebagai wirausaha untuk melakukan apa yang terbaik untuk kita.

4) Keesaan

Pilar keempat iman adalah persatuan; relevansi pilar ini jelas tidak bisa terlalu ditekankan. Terhubung dengan diri batin Anda membantu Anda menyatukan bagian-bagian berbeda dari Anda untuk bekerja bersama sebagai satu entitas besar untuk mencapai hasil yang luar biasa. Pengusaha, sebagai pemimpin, harus memiliki setiap kebutuhan untuk memahami dan mengakui pentingnya kesatuan dalam bisnisnya. Dibutuhkan pemahaman yang tepat tentang kesatuan bagi seorang pemimpin untuk membawa timnya dalam keadaan utuh dan kegagalan untuk memahami hal ini akan melahirkan tim dengan masing-masing anggota bekerja sebagai entitas yang terpisah; ini adalah penyebab buruknya kinerja dan kemungkinan banyak startup yang tutup hari ini.

5) Perbaiki diri

Belajar adalah proses yang berkelanjutan, dan kerohanian membuka kita pada proses peningkatan diri tanpa akhir ini dengan membantu kita menjaga pikiran yang jernih untuk mencapai hal-hal tanpa dilabeli oleh pencapaian kita atau terikat pada pencapaian kita. Itu meningkatkan tingkat ketidakegoisan kita sedemikian rupa sehingga kita melakukan hal-hal dengan sukarela tanpa mengharapkan imbalan dari orang-orang, tetapi yang mulia, ada hadiah untuk setiap perbuatan - baik atau buruk. Tentu saja, setiap komoditas memiliki label harga; sebagai wirausawan, penghargaan terbesar kami datang dari bertindak tanpa pamrih dengan motif yang baik dan upaya terus menerus untuk membuat hidup lebih baik bagi orang-orang di sekitar kita.

6) Memanfaatkan Lebih Banyak Kekuatan Otak

Menjadi seorang wirausaha yang beriman mengharuskan Anda untuk memanfaatkan banyak kekuatan otak Anda; pada kenyataannya, lebih dari yang Anda bisa. Diketahui bahwa Steve Jobs adalah ikon di dunia teknologi yang dikenal karena pola pikir inovatifnya yang hebat; hari ini banyak wirausahawan memuja prestasinya, dan baginya untuk melakukan semua ini, diperlukan banyak tenaga otaknya - jauh lebih banyak daripada yang bisa dimanfaatkan oleh entrepreneur biasa. Steve adalah pelopor teknologi pikiran esoteris yang membutuhkan penggunaan meditasi Buddhis Zen seperti yang dinyatakan sebelumnya untuk meningkatkan kinerja otaknya dengan mengurangi stres, mendapatkan lebih banyak kejelasan, dan meningkatkan kreativitasnya. Ini adalah langkah yang harus diambil setiap pengusaha untuk membuat mereka inovatif dan memperhatikan bisnis mereka.

Dengan uraian di atas kiranya pertanyaan apakah iman dan kewirausahaan dapat disatukan, terjawab sudah. Mengatakan bahwa iman dan kewirausahaan tidak pernah bertemu adalah seperti mengatakan mulut, dan lubang hidung tidak memiliki hubungan. Penggabungan iman dan kewirausahaan bukanlah sesuatu yang utopis, tetapi bahkan menjadi keharusan. Iman adalah jalan atau cara hidup, dan pengusaha disarankan untuk merangkul praktik iman untuk membuat hidup dan bisnis mereka lebih baik.

Dalam terang kerohanian, tujuan bisnis bukan hanya memproduksi barang dan jasa semata-mata untuk keuntungan atau meningkatkan pangsa pasar, tetapi harus melayani realisasi diri dari orang-orang yang terlibat termasuk para manajer, karyawan, dan pelanggan. Iman dapat memiliki dampak nyata pada manajemen melalui peningkatan kualitas pribadi manajer. Iman juga memperdalam nilai-nilai moral manajer dan mengarahkan mereka untuk membuat keputusan bisnis yang menguntungkan semua orang. Dalam kesadaran terdalam manajer yang dihidupi oleh iman, ia harus melayani

semua orang yang ia jumpai di perusahaannya dengan baik karena Tuhan hadir dalam diri orang-orang tersebut.

Terlepas dari keragaman pengalaman iman yang kaya, iman melibatkan peningkatan cinta, kasih sayang, penghormatan mendalam terhadap kehidupan dan empati. Melalui iman, kita mengembangkan sistem nilai-nilai baru yang tidak didasarkan pada norma konvensional, ajaran, perintah, dan rasa takut akan hukuman, tetapi berdasarkan pada pengetahuan dan pemahaman tentang tatanan universal. Disadari bahwa manusia adalah bagian integral dari ciptaan dan bahwa dengan menyakiti orang lain, artinya akan menyakiti diri sendiri, dengan membahagiakan orang lain juga membuat dirinya bahagia.

4. Tanda Seorang Wirausaha Yang Beriman

Tidak semua wirausaha yang beriman menyadari bahwa ia adalah wirausaha yang beriman, karena ia memang tidak pernah menginginkan label apapun untuk dirinya, tetapi orang lainlah yang menyematkan label itu padanya. Sharupa Shah, seorang motivator spiritual dari Amerika menjelaskan bahwa ada 11 tanda yang menunjukkan seseorang sebagai wirausaha yang beriman. Tanda-tanda tersebut adalah:

a. Menjadi Wirausaha adalah Panggilan

Yakinilah bahwa dunia kewirausahaan adalah panggilan anda. Panggilan dimaknai sebagai kehendak Tuhan yang menggerakkan orang untuk melakukan suatu tindakan. Meskipun Anda mungkin tidak memberi tahu semua orang bahwa anda memiliki kerinduan sejak usia muda untuk mengubah dunia dan melakukan sesuatu yang penting yang meninggalkan semacam warisan cinta. Teruslah mengakuinya dalam kewirausahaan lebih merupakan panggilan daripada sesuatu yang anda lakukan untuk mengisi waktu Anda atau mencari keuntungan untuk pribadi anda!

b. Pengembangan pribadi

Barangkali ada orang yang merasa sudah saatnya berhenti untuk berkembang, tetapi yakinilah bahwa sebagai wirausaha anda masih harus terus berkembang semakin baik agar anda dapat memberikan diri secara lebih baik kepada dunia dan orang-orang di sekitar anda. Dunia sekitar anda tidak mengenal berhenti untuk berkembang. Anda pun harus terus berkembang tanpa henti.

c. Tujuan hidup dan / atau jiwa itu penting

Barangkali tidak banyak orang yang berusaha melihat secara sungguh-sungguh apa tujuan hidupnya. Seorang wirausaha yang beriman adalah orang yang menemukan tujuan hidupnya, bahwa dia telah menerima kelimpahan rahmat dari Allah dan sudah saatnya untuk membagikan kelimpahan tersebut supaya Allah dipermuliaan dalam tindakannya. Anda merasa seperti sedang mencari kebenaran tentang siapa diri anda dan apa yang harus anda lakukan di dunia ini. Mempunyai tujuan hidup dan menyadari sedang berjalan dalam rel yang benar ke arah tujuan hidup tersebut adalah hal yang membahagiakan. Lebih-lebih ketika orang menetapkan bahwa tujuan hidupnya tidak berhenti sebatas dunia ini, melainkan ke seberang dunia yang fana ini, maka kesulitan di dunia tidak akan menghalangi perjalanan menuju tujuan hidupnya.

d. Anda tidak peduli apa yang dipikirkan orang lain.

Ini adalah fenomena menarik bahwa segera setelah Anda berhenti memperhatikan apa yang dipikirkan dan dikatakan oleh orang lain dan melakukan apa yang anda yakini benar untuk anda, anda akan menerima perhatian. Ada "lelucon ilahi" mengatakan bahwa ketika anda mengabaikan apa komentar orang lain, orang-orang mulai memberi anda lebih banyak perhatian dan lebih tertarik pada apa yang anda lakukan! Wirausahawan yang beriman tidak bekerja untuk menyenangkan orang lain tetapi dia akan berusaha menyenangkan dirinya sendiri lewat karya yang ditekuninya. Akhirnya, hasil karyanya memberi dampak pada dunia

sekitarnya dan menyenangkan orang lain. Di sini juga dimaksudkan untuk mengingatkan bahwa anda tidak perlu mengorbankan 'diri anda' dalam mengejar kehidupan atau bisnis. Diri anda sendiri lebih penting daripada bisnis.

e. Intuisi adalah kunci.

Anda percaya pada intuisi meskipun anda mungkin tidak 100% yakin apakah yang anda perhatikan selalu intuisi. Seringkali itu adalah rasa takut, emosi dan hanya pikiran tetapi iman anda dalam mengikuti intuisi kuat. Peluang intuisi untuk menjadi kekuatan penuntun dalam kehidupan dan bisnis anda terjadi ketika anda memilih untuk memperluas karunia ini. Ketika anda peduli pada intuisi anda, berarti anda sedang membuka kemungkinan bagi Tuhan untuk menyapa anda, betapa pun halusnyanya sapaan itu. Anda tidak pernah tahu secara pasti bagaimana Tuhan menuntun hidup anda.

f. Masalah uang.

Anda melihat uang seperti semua hal sebagai energi dan hubungan anda dengannya adalah tentang bagaimana anda melakukan perjalanan di dunia batin anda. Anda tidak perlu takut untuk mengambil tindakan dan melakukan pekerjaan untuk menyembuhkan pola uang anda. Anda melihat uang sebagai bagian dari kisah spiritual bukan sesuatu di luarnya. Janganlah mengejar uang, tetapi biarkanlah uang mengejar anda. Ini tentu saja dibungkus dengan masalah kelimpahan yang lebih luas karena seorang wirausaha yang beriman tahu bahwa ini semua tentang kelimpahan sehingga anda bisa melanjutkannya.

g. Anda tidak menghakimi.

Seorang wirausaha yang beriman harus bisa melihat dengan jernih orang-orang yang ada di sekitarnya agar selalu dapat bekerjasama dengan mereka, tetapi hentikan usaha untuk menilai dan menghakimi mereka. Di balik sikap dan tindakan orang-orang di sekitar anda tentu ada latar belakangnya yang mungkin tidak anda pahami. Anda perlu belajar untuk memahami kenyataan itu, bahwa orang-orang di sekitar anda punya latarbelakang dan masalahnya sendiri. Anda tidak harus

mengetahui masalahnya apa. Cukuplah jika anda memahami kenyataan tersebut.

h. Kasih sayang

Ini tidak berarti anda merasa kasihan pada semua orang dan segalanya, karena itu adalah simpati getaran rendah. *Welas asih* adalah energi hati untuk tidak ingin menyakiti orang lain dengan cara melakukan campur tangan atau misalnya tidak sengaja melakukan sesuatu yang dapat menyakiti orang lain. Anda harus berbuat kasih kepada orang lain, bukan supaya orang lain balas mengasihi anda, tetapi mengasihi orang lain dengan kesadaran bahwa anda sudah menerima kasih yang begitu besar dari Tuhan sendiri. Anda harus yakin bahwa anda tidak kekurangan kasih sayang untuk kemudian melakukan sesuatu agar disayangi orang lain.

i. Mengatakan yang sebenarnya

Mungkin tampak kontradiktif, tetapi ini tentang mengatakan kebenaran kepada diri sendiri. Apa yang sebenarnya terjadi? Apa yang benar-benar ingin Anda lakukan? Apa yang ingin Anda hindari dan membuat anda bersembunyi? Ini adalah soal melatih diri untuk jujur dengan diri anda sendiri dan kepada Yang Ilahi, karena di hadapanNya tidak ada yang tersembunyi. Mengatakan yang sebenarnya membuat hidup anda lebih simple dan mudah dijalani. Hal ini perlu disampaikan pada kolega anda untuk biasa mengatakan apa adanya. Tentu saja anda sendiri harus melakukan hal tersebut.

j. Percaya pada komunitas.

Hidup manusia terpusat pada tiga ruang, yaitu: (a) anda sendirian (bersama Allah), (b) anda bersama komunitas, dan (c) anda bersama karya anda. Pada point 9) itu adalah ruang saat anda sendirian (bersama Allah) dan tidak dicampuri oleh yang lain. Itu adalah sumber kekuatan spiritual yang sebenarnya. Akan tetapi, anda juga butuh kekuatan dari orang lain yang dinamakan komunitas, entah komunitas itu berupa keluarga atau teman-teman. Seorang wirausaha yang beriman mengetahui komunitas tempat mereka berada memiliki sumber daya yang mereka butuhkan dan akan mendapat manfaat yang

sama dengan mengetahui bahwa masyarakat membutuhkan apa yang mereka bawa melalui hadiah mereka. Ini adalah model komunitas yang dibangun berdasarkan kelimpahan. Seorang wirausaha yang beriman pasti mempunyai komunitas yang dapat memberdayakan.

k. Memahami cara membuat secara sadar

Menarik ketika menemukan orang yang kehadirannya selalu membawa pencerahan bagi orang lain. Orang tidak perlu ditunjukkan akan kesalahannya, tetapi pencerahan yang wirausaha yang beriman bawa telah membuatnya sadar dan bergerak untuk perubahan. Orang tersebut adalah wirausaha yang beriman yang kehadirannya selalu membawa inspirasi bagi orang lain. Seorang wirausaha yang beriman bergerak melampaui teori populer tentang hukum tarik-menarik dan manifestasinya. Wirausaha yang beriman ahli dalam mewujudkan impiannya dan dalam membuat sesuatu terjadi sehingga orang lain mungkin menganggapnya ajaib!

BAB 7

IMAN SEBAGAI MODAL

Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif saat ini, para pengusaha harus terus berinovasi dan berimprovisasi. Pengusaha yang mempertimbangkan nilai-nilai iman akan terdorong untuk menemukan peluang di tempat-tempat yang tidak terlihat oleh orang lain. Dengan memperkuat nilai-nilai iman, para pengusaha dapat meningkatkan kinerja mereka dalam bisnis, bahkan melampaui batasan yang ada dan mencapai hasil yang melebihi harapan mereka. Dengan demikian, iman diharapkan menghasilkan kebaikan bersama dan menghindarkan dari perilaku yang egois. Sementara kebanyakan pengusaha berorientasi pada keuntungan pribadi, pengusaha yang mengutamakan nilai-nilai iman akan lebih memperhatikan keuntungan bagi orang lain. Bab ini membahas dua konsep utama, yaitu penggunaan iman sebagai modal dan kombinasi tiga modal untuk mencapai kesuksesan dalam kewirausahaan.

1. Iman sebagai modal berwirausaha

Modal (*equity*) adalah salah satu aspek penting yang harus dimiliki oleh individu atau perusahaan yang ingin terlibat dalam dunia kewirausahaan. Dengan modal, perusahaan dapat menjalankan kegiatan produksi dan berbagai aktivitas kewirausahaan lainnya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), modal dapat diartikan sebagai uang atau harta yang digunakan sebagai pokok untuk berdagang, mengeluarkan uang, dan sebagainya, serta barang yang menjadi dasar atau bekal untuk bekerja atau berjuang. Secara umum, modal (*capital*) adalah sejumlah uang atau barang yang digunakan sebagai dasar untuk menjalankan suatu pekerjaan. Modal juga mencakup kepemilikan perusahaan atas sejumlah uang atau barang material. Definisi ini sering kali terkait dengan konsep kapitalisme yang menekankan pada uang dan kekayaan material. Semangat kapitalisme ini dapat mendorong sikap tamak, rakus, egois, materialistis, serta kecenderungan untuk mementingkan kepentingan diri sendiri dan menjadi oportunis ketika berada dalam lingkungan bisnis.

Modal menurut Bourdieu (1996) adalah “sekumpulan sumber kekuatan dan kekuasaan yang benar-benar dapat digunakan.” Maksud dari ungkapan tersebut adalah istilah ‘modal’ dipakai Bourdieu untuk memetakan hubungan-hubungan kekuatan dan kekuasaan dalam masyarakat. Dalam buku dalam J.G Richardson (ed) yang berjudul *Handbook of theory and research for the Sociology of Education* (1986) Bourdieu mengelompokkan modal ke dalam empat macam yaitu:

- a. *Economic capital* (Modal ekonomi) adalah modal yang secara langsung dapat ditukar atau dipatenkan sebagai hak milik individu, yang mencakup alat-alat produksi (mesin, tanah, buruh), materi (pendapatan dan benda-benda), dan uang. Modal ekonomi secara mudah bisa digunakan atau ditransformasikan ke dalam arena-arena lain serta fleksibel untuk diberikan atau diwariskan pada orang lain, maka modal ekonomi merupakan jenis modal yang relatif paling independen dan fleksibel;
- b. *Social capital* (Modal social) adalah jaringan sosial yang dimiliki pelaku (individu atau kelompok) dalam hubungannya dengan pihak lain yang memiliki kuasa;
- c. *Cultural capital* (Modal budaya) adalah keseluruhan kualifikasi intelektual yang bisa diproduksi melalui pendidikan formal maupun warisan keluarga. Modal budaya mengimplisitkan suatu proses pembelajaran sehingga tidak bisa begitu saja diberikan kepada orang lain;
- d. *Symbolic capital* (Modal Simbolik) adalah segala bentuk prestise, status, otoritas dan legitimasi yang terakumulasi sebagai bentuk modal simbolik.

Beberapa peneliti meyakini bahwa iman harus dianggap sebagai modal oleh wirausahawan. Modal iman dipahami sebagai kekuatan, pengaruh, dan disposisi yang diciptakan oleh keyakinan, pengetahuan, dan praktik iman seseorang atau organisasi (Liu, 2015). Dalam pengertian ini, modal iman dirumuskan sebagai kapasitas individu dan kolektif yang dihasilkan melalui penegasan dan pemeliharaan nilai-nilai iman intrinsik setiap manusia. Zohar

(2010) menyebutkan bahwa dengan mencari makna dalam kehidupan kita dan bertindak sesuai dengan nilai-nilai terdalam kita, kita dapat berkomitmen pada kehidupan pelayanan berdasarkan kapasitas yang paling sesuai dengan apa pun yang kita pilih untuk dilakukan secara pribadi atau profesional.

Memang Danah Zohar tidak berbicara soal iman, tetapi ia membahas tentang spiritualitas. Dalam hal ini penulis tidak membedakan keduanya, karena keduanya merupakan nilai-nilai terdalam dalam hidup manusia, meskipun sumbernya bisa berbeda. Berbicara tentang spiritualitas, Danah Zohar (2010), yang dikenal sebagai perintis istilah "spiritual capital," menemukan konsep ini secara tak sengaja ketika dihadapkan pada pertanyaan sulit dari anaknya. Pertanyaan tersebut menggugahnya untuk merenungkan makna hidup dan tujuan yang lebih dalam. Zohar kemudian mendefinisikan modal spiritual sebagai kekayaan, kekuatan, dan pengaruh yang diperoleh dengan bertindak dari rasa makna yang mendalam, nilai-nilai terdalam, dan tujuan yang lebih tinggi, yang semuanya terungkap melalui kehidupan yang didedikasikan untuk pelayanan.

Dalam definisinya, Zohar mengacu pada tiga elemen kunci dari spiritual capital: kekayaan, kekuatan, dan pengaruh. Kekayaan dalam konteks ini bukan hanya tentang kepemilikan materi, tetapi juga tentang potensi manusia untuk berkontribusi pada dunia sekitarnya dengan cara yang bermanfaat dan berkelanjutan. Kekuatan merujuk pada kemampuan manusia untuk berpikir dan bertindak untuk kebaikan diri sendiri dan orang lain, dengan memanfaatkan semua sumber daya yang ada. Pengaruh, sementara itu, adalah hasil dari kekuatan dan tindakan manusia yang mampu memengaruhi orang lain secara positif, menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan dan kesejahteraan bersama.

Dengan demikian, modal spiritual bukanlah sesuatu yang statis, tetapi lebih merupakan proses dinamis di mana individu menggunakan kekayaan, kekuatan, dan pengaruh mereka untuk menciptakan dampak yang positif dalam kehidupan mereka sendiri dan orang lain. Dalam konteks kewirausahaan dan

manajemen, penerapan modal spiritual dapat mengarah pada praktik bisnis yang lebih berkelanjutan, beretika, dan berorientasi pada pelayanan, yang pada akhirnya dapat membawa manfaat bagi semua pihak yang terlibat.

Middlebrooks dan Noghiu (2010) menegaskan bahwa, praktik modal spiritual dimanifestasikan melalui layanan, karena itu adalah ekspresi praktis dari kapasitas yang mendasarinya yang terkait dengan modal spiritual. Disposisi layanan individu yang sangat berkembang menjadi elemen penting dalam pengembangan modal spiritual di tingkat organisasi. Ini adalah sesuatu yang harus dimiliki setiap pengusaha. Ini adalah permintaan yang dibutuhkan oleh ekonomi pasca kapitalis. Itu adalah transisi dari ekonomi kapitalis yang menekankan pada maksimalisasi laba ke ekonomi pasca kapitalis yang lebih banyak tentang nilai. Ini sangat mempengaruhi pilihan pengusaha modern.

Saat ini, orang berbicara tentang ekonomi yang didorong oleh nilai. Ekonomi pasca kapitalis didorong oleh keseimbangan kompleks antara nilai-nilai spiritual dan material serta penghormatan terhadap kondisi manusia generasi mendatang. Ini mendukung konsumsi produk etis yang sehat dan bertanggung jawab. Dalam ekonomi yang digerakkan oleh nilai, laba dan pertumbuhan bukan lagi tujuan akhir, tetapi elemen dalam rangkaian nilai yang lebih luas. Salah satu dari nilai-nilai itu adalah iman yang mencakup kepercayaan, rasa hormat, nilai-nilai moral, dan kebijaksanaan. Iman menyangkut kebaikan bersama, bukan hanya kebaikan pribadi karena terbuka untuk semua orang. Ini gratis, tidak diatur oleh pasar dan mungkin tidak ditegakkan oleh hukum. Ini berbeda dari modal manusia yang berfokus pada pengetahuan, pengalaman dan keterampilan, pendidikan dan pelatihan tetapi dengan penekanan yang sangat rendah pada kualitas ubungan dan lingkungan. Ini juga berbeda dari modal sosial dengan penekanan pada jaringan, norma dan kepercayaan sosial yang memfasilitasi koordinasi dan kerjasama untuk saling menguntungkan. Perbedaan kompetitif antara perusahaan tidak lagi semata-mata merupakan perbedaan dalam keahlian dan teknologi, tetapi sekarang lebih pada nilai.

Iman memberikan kontribusi yang signifikan bagi institusi bisnis dan karyawan juga. Melalui iman, bisnis berkembang dan meningkat, sementara pergantian karyawan menurun karena mereka menikmati dan menemukan makna khusus dalam melakukan pekerjaan mereka. Pekerja harus mencari arti pekerjaan, karena mereka menghabiskan lebih banyak waktu di tempat kerja mereka daripada di rumah mereka. Bekerja bukan hanya untuk menghasilkan uang, tetapi yang lebih penting adalah membangun kehidupan. Dalam hal ini, penekanan iman lebih pada diri daripada kolektif. Otoritas individu atas tradisi keagamaan tentang iman semakin meningkat. Ini berarti bahwa orang-orang dari semua lapisan masyarakat, baik religius atau ateis, kelompok atau individu, dapat hidup dengan cara spiritual. Karena alasan ini, makna transendensi berubah. Itu tidak hanya berarti sesuatu di luar diri, atau alam ilahi, di luar keprihatinan duniawi tetapi lebih tentang pengalaman pertumbuhan dan perkembangan pribadi yang memungkinkan seseorang untuk melampaui keterbatasan diri dan keadaan pribadi. Transendensi sebagai kebajikan berkaitan dengan individu yang mencapai potensi tertinggi mereka, yang dicapai melalui pengujian keterbatasan. Orang mungkin berpikir bahwa iman tidak ada hubungannya dengan manajemen. Justru sebaliknya, karena manajemen memiliki dimensi eksistensial-spiritual yang tidak dapat disangkal. Setiap keputusan manajerial akan membawa dampak besar bagi manusia dan lingkungan.

Seorang sosialog Amerika bernama Bradford Verter (2003) menyatakan dengan tegas bahwa *spiritual capital* adalah kekuatan (power) yang menguasai dan mendorong manusia untuk bertindak dalam situasi apa pun saja. Verter membagi *spiritual capital* dalam tiga ranah (state), yaitu: (1) *embodied state* (pembiasaan atau habitus) yaitu kebiasaan hidup, bergaul dan berperilaku sesuai pendidikan dalam agama tertentu; (2) *objectified state* (perwujudan), yaitu: perwujudan ajaran dan tradisi dalam ilmu teologi, beribadat, simbol-simbol keagamaan dan upacara-upacara liturgis. Dalam keadaan ini, agama dapat dilihat dan dialami secara konkrit; dan (3) *institutional state* (pelembagaan), yaitu merupakan bentuk nyata

dalam lembaga-lembaga agama yang berwenang menjaga dan melanjutkan ajaran dan tradisi dari agama itu. Verter lebih melihat *spiritual capital* dalam lingkup agama.

Mitroff dan Denton (1999) menekankan bahwa iman memiliki peran besar dalam manajemen karena pemulihan atau pemulihan sangat penting dalam bisnis dan manajemen. Mahakul (2014) menambahkan bahwa, studi Manajemen dan Pengembangan Bisnis seharusnya tidak lagi mengesampingkan masalah kerohanian dalam topik diskusi, tetapi sebaliknya mulai menanggapi masalah dengan serius karena dapat berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang isu-isu manajerial dan kepemimpinan organisasi atau bisnis dan akhirnya akan mempengaruhi kehidupan manusia dan lingkungan.

Diskusi tentang peran iman di sektor bisnis sedang tumbuh. Sejumlah artikel dan studi penelitian, dalam manajemen bisnis khususnya dalam kewirausahaan, sedang dilakukan tentang iman dalam organisasi nirlaba dan laba. Beberapa akademisi menyadari bahwa banyak praktik bisnis sangat merusak dan tidak ramah lingkungan. Dalam hal ini, iman dapat membantu para pemimpin bisnis untuk mencapai solusi yang melayani komunitas, planet dan kehidupan itu sendiri karena mempromosikan kebaikan bersama, martabat manusia dan menjauh dari egosentrisme. Itulah sebabnya iman menjadi nilai inti bisnis. Praktik bisnis dan kegiatan manajerial harus menerapkan kerohanian untuk keberlangsungannya dan untuk dunia serta menjadi sehat secara lingkungan dan sehat secara etis.

Iman juga penting untuk menjaga loyalitas pelanggan. Loyalitas hanya dimungkinkan jika organisasi atau industri bisnis menawarkan layanan dengan kualitas yang lebih baik dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Artinya, peran manajemen dalam industri bisnis adalah bagaimana melayani orang lain dengan lebih baik. Melayani orang lebih baik adalah perhatian utama iman. Segala jenis pengambilan keputusan manajemen sangat mempengaruhi kehidupan dan nasib komunitas manusia, ekosistem alami dan generasi mendatang. Manajemen spiritual akan mempertimbangkan dan menghindari kerusakan yang

disebabkan oleh kebijakan manajemen apa pun. Ini juga berfungsi sebagai sumber keunggulan kompetitif untuk praktik bisnis terbaik saat ini.

Iman mendorong pengusaha untuk menciptakan peluang di mana orang lain tidak bisa melihat. Melalui iman, mereka dapat tampil lebih baik dalam bisnis dan terkadang melampaui batasan mereka dan hasilnya melebihi harapan mereka. Akhir akhir dari iman adalah kebaikan bersama dan menjauh dari perilaku egosentris. Sementara wirausahawan biasa dan biasa berjuang untuk menghasilkan untung, wirausahawan spiritual mencari keuntungan orang lain. Praktik bisnis umum sebagian besar berakhir dengan kehancuran umat manusia dan lingkungan, sedangkan praktik bisnis spiritual selalu menciptakan kondisi kerja yang baik dan melestarikan lingkungan. Iman dalam bisnis bukanlah ilusi, tetapi sebuah fenomena baru (Rose, 2001; Seaward, 2001). Ini harus diterapkan dalam kewirausahaan dan bisnis secara keseluruhan. Ini menjadi inti dari tindakan bisnis dan kewirausahaan karena dengan berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, mereka akan menjamin keberlanjutan bisnis mereka. Iman sekarang menjadi modal yang sangat penting bagi pengusaha. Pengusaha yang baik dan sukses adalah orang yang memiliki dan menerapkan iman secara strategis dalam memberikan layanan berkualitas bagi orang lain.

Dengan menerapkan nilai-nilai iman tatanan kerja yang terbangun kemudian bisa jadi 'lebih sakral' dibanding sekadar mendapatkan keuntungan finansial semata. Iman mampu menghasilkan lima hal, yaitu: (a) integritas atau kejujuran; (b) energi atau semangat; (c) inspirasi atau ide dan inisiatif; (d) wisdom atau bijaksana; serta (e) keberanian dalam mengambil keputusan. Singkat kata, iman terbukti mampu membawa seseorang menuju tangga kesuksesan

2. Modal Untuk Kesuksesan Berwirausaha

Tidak dapat kita pungkiri bahwa budaya kapitalis yang berkembang saat ini dan praktik bisnis yang beroperasi di dalam sistem kapitalisme itu sedang dalam krisis. Budaya kapitalisme

seperti yang kita kenal sekarang adalah budaya amoral dari kepentingan diri jangka pendek, pemaksimalan laba, penekanan pada nilai pemegang saham, pemikiran isolasionis, dan pengabaian besar-besaran atas konsekuensi jangka panjang adalah sistem yang tidak berkelanjutan, sebuah monster yang ingin mengkonsumsi dirinya sendiri. Banyak pihak meyakini bahwa budaya semacam itu kalau terus dilanjutkan akan membawa penghancuran karena dalam budaya kapitalisme yang sedang berjalan saat ini tidak ada penghargaan untuk kemanusiaan. Salah satu ciri manusia adalah bahwa manusia itu adalah makhluk beriman.

Danah Zohar menulis (Suraji dan Istianingsih, 2021) bahwa ia mengalami pergulatan yang mendalam mengenai modal iman (spiritual) ini karena dia merasakan bahwa lingkungan dan budaya Barat pada saat itu telah membuatnya merasa sangat tertekan. Menurut Zohar, dia merasa telah mengalami banyak pengkhianatan pribadi, kebodohan, kelalaian, atau kekerasan yang terus-menerus dia alami sepanjang hari. Misalnya, ketika dia berbicara dengan orang-orang tentang kecerdasan manusia, mereka lebih tertarik untuk mengetahui bagaimana kecerdasan tersebut bisa digunakan untuk menghasilkan uang. Bagi Zohar, pandangan seperti ini, yang semua hal diukur dengan uang, merupakan pemahaman yang keliru. Zohar menganggapnya sebagai salah satu aspek kapitalisme ala Barat, sebuah monster yang seakan memakan dirinya sendiri

Pendapat Zohar ini didukung banyak pihak, terbukti banyak penelitian yang menunjukkan bahwa kinerja perusahaan sangat tergantung pada sejauhmana perusahaan berpegang pada prinsip etika bisnis di dalam kegiatan bisnis yang dilakukannya. Untuk berperilaku sesuai dengan kaidah etik perusahaan memiliki berbagai perangkat pendukung etik, yang salah satunya adalah manusia yang memiliki moral yang mengharamkan perilaku yang melanggar etik. Sebagai contoh kasus krisis keuangan di Indonesia tahun 1997-1998 yang membuat perbankan Indonesia bangkrut karena kasus BLBI (Bantuan Likuiditas Bank Indonesia) adalah disebabkan oleh perilaku para pemain bisnis yang tidak berpegang

pada etika bisnis. Demikian juga kasus pelaporan keuangan PT Garuda Indonesia yang tidak sesuai dengan standar pelaporan keuangan yang berlaku (Suraji dan Istianingsih, 2021).

Perusahaan yang memelihara citra baik dalam pandangan publik adalah perusahaan yang mengedepankan prinsip-prinsip etika dalam setiap aspek operasionalnya. Citra ini tidak hanya berdampak pada preferensi konsumen terhadap produk dan layanan perusahaan, tetapi juga berpotensi untuk meningkatkan nilai saham perusahaan di pasar modal. Selain itu, perusahaan yang dikenal dengan praktik bisnis yang etis cenderung menarik minat banyak calon karyawan berkualitas untuk bergabung dengan mereka. Sebaliknya, perusahaan yang terlibat dalam perilaku yang melanggar prinsip etika bisnis cenderung mengalami kerugian. Contohnya adalah kasus Nike, di mana perusahaan tersebut kehilangan sebagian besar konsumen setelah publikasi yang melaporkan adanya eksploitasi buruh anak di pabrik-pabrik sepatu Nike di negara-negara berkembang (Suraji dan Istianingsih, 2021). Dalam konteks ini, penting bagi perusahaan untuk memperhatikan dan menerapkan prinsip-prinsip etika dalam semua interaksi dan kegiatan bisnis mereka. Hal ini tidak hanya membantu membangun citra positif perusahaan, tetapi juga berkontribusi pada keberlanjutan jangka panjang perusahaan dan menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan beretika.

Menurut Zohar beberapa perusahaan besar seperti Coca-Cola, British Petroleum, Van City, Merck (perusahaan farmasi terbesar di Amerika) dan dan Amul (koperasi susu terbesar di Gujarat) telah mengoptimalkan modal spiritual ini. Secara sederhana, modal iman menunjuk pada modal dasar yang dimiliki perusahaan-perusahaan itu untuk bekerja dan berusaha tidak semata-mata demi keuntungan finansial dan materi. Ada dimensi jangka panjang yang lebih diharapkan melalui optimalisasi modal iman ini. Keberhasilan mereka tidak lepas dari upaya untuk mengubah budaya bisnis agar tidak berorientasi pada laba semata (Suraji dan Istianingsih, 2021)..

Berdasarkan pengalaman tersebut di atas, para pemimpin perusahaan semestinya memadukan tiga modal yang dimiliki, yakni: modal material, modal social, dan modal spiritual demi kesuksesan bisnisnya untuk jangka panjang.

- a. Modal material adalah modal yang dibentuk oleh kecerdasan rasional (IQ), dan berfungsi menjawab pertanyaan-pertanyaan rasional seperti, "apa yang saya pikir".
- b. Modal sosial adalah modal yang diukur dengan tingkat kepercayaan di masyarakat, saling merasakan, empati, serta komitmen terhadap kesehatan masyarakat. Modal ini dibentuk oleh kecerdasan emosional (EQ), berfungsi menjawab pertanyaan-pertanyaan yang menyangkut perasaan, seperti, "apa yang saya rasakan".
- c. Modal spiritual, yang di dalamnya termasuk modal moral. Modal ini dibentuk oleh kecerdasan spiritual (SQ), dibangun dengan mengeksplorasi secara spiritual pertanyaan-pertanyaan seperti "untuk apa saya ada, apa tujuan hidup saya, apa yang sebenarnya ingin saya capai".

Kombinasi ketiga modal tersebut menjadi kunci untuk mencapai kesuksesan yang seimbang dalam bisnis. Modal material memang penting, namun modal spiritual memiliki nilai yang lebih tinggi daripada modal intelektual yang hanya berbasis pada paradigma newtonian dan materialisme yang melihat kehidupan secara linear. Dengan modal spiritual, seseorang dapat mengendalikan dan mengarahkan kehidupan mereka, yang pada akhirnya dapat menghasilkan keuntungan dalam bisnis. Modal spiritual juga melebihi modal sosial, yang hanya didasarkan pada kekayaan material dan keuntungan sosial yang diperoleh melalui kepercayaan antar individu.

Zohar (2010) mengemukakan bahwa modal spiritual, yang mencakup modal moral, adalah fondasi utama yang mempengaruhi kedua modal lainnya. Modal ini tidak hanya berhubungan dengan kekuatan individu atau organisasi dalam menggali makna, nilai, dan tujuan terdalam, tetapi juga berkaitan dengan kecerdasan spiritual (SQ). Kecerdasan ini tercermin dalam

kemampuan individu atau organisasi dalam menjawab pertanyaan esensial tentang tujuan hidup dan aspirasi pribadi yang lebih mendalam. Modal spiritual memainkan peran penting dalam transformasi paradigma filosofis dan praktik kepemimpinan dalam bisnis. Hal ini menjadi elemen kunci dalam menjaga kelangsungan usaha dengan membangun kolaborasi yang sehat dan harmonis antara semua pihak yang terlibat. Pentingnya modal spiritual tidak terbatas pada aspek agama atau praktik spiritual tertentu. Bagi Zohar, modal spiritual lebih tentang bagaimana pemimpin mampu membangun budaya organisasi yang mempromosikan nilai-nilai kebajikan, tanggung jawab sosial, dan perhatian terhadap kesejahteraan individu.

Sementara Verter memandang spiritual capital dalam konteks agama, Zohar melihat modal spiritual sebagai sesuatu yang bisa dikembangkan dalam masyarakat yang pluralistik. Dalam konteks global yang semakin kompleks, modal spiritual yang lebih inklusif dapat membantu organisasi dan komunitas untuk memahami dan menghargai nilai-nilai, tujuan, dan motivasi yang dianggap suci oleh setiap individu. Kecerdasan spiritual adalah kemampuan untuk mengakses dan memahami makna, nilai, dan tujuan hidup yang lebih dalam. Hal ini memengaruhi cara individu membuat keputusan, memandang dunia, dan berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Bagi Zohar, keputusan tentang bagaimana seseorang mengalokasikan kekayaannya juga tercermin dari kecerdasan spiritual yang dimilikinya.

Menurut Zohar (2010), modal spiritual, yang juga mencakup modal moral, adalah elemen kunci yang membentuk dasar bagi modal lainnya. Modal ini tidak hanya terkait dengan kekuatan individu atau organisasi dalam meresapi makna, nilai, dan tujuan terdalam, tetapi juga melibatkan kecerdasan spiritual (SQ) yang tercermin dalam kemampuan mereka untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan esensial tentang arti hidup dan tujuan yang lebih dalam. Modal spiritual memegang peranan penting dalam mengubah paradigma filosofis dan praktik kepemimpinan dalam dunia bisnis. Hal ini menjadi elemen kunci dalam memastikan kelangsungan usaha dengan membentuk kolaborasi yang sehat

dan harmonis di antara semua pihak yang terlibat. Pentingnya modal spiritual tidak terbatas pada aspek agama atau praktik spiritual tertentu. Bagi Zohar, modal spiritual lebih mengacu pada kemampuan pemimpin untuk membangun budaya organisasi yang mendorong nilai-nilai kebajikan, tanggung jawab sosial, dan kepedulian terhadap kesejahteraan individu.

Berbeda dengan pandangan Verter yang mengaitkan spiritual capital dengan aspek agama, Zohar melihat modal spiritual sebagai sesuatu yang dapat dikembangkan dalam masyarakat yang semakin pluralistik. Dalam lingkungan global yang semakin kompleks, modal spiritual yang inklusif dapat membantu organisasi dan komunitas untuk memahami dan menghargai nilai-nilai, tujuan, dan motivasi yang dianggap suci oleh setiap individu. Kecerdasan spiritual adalah kemampuan individu untuk mengakses dan memahami makna, nilai, dan tujuan hidup yang lebih dalam. Hal ini memengaruhi cara individu membuat keputusan, memandang dunia, dan berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Bagi Zohar, keputusan tentang bagaimana seseorang mengalokasikan kekayaannya juga tercermin dari kecerdasan spiritual yang dimilikinya.

Ada banyak pandangan yang menyatakan bahwa ekonomi yang lebih berkelanjutan dan berkelanjutan tidak hanya didorong oleh keuntungan semata, tetapi juga oleh nilai-nilai yang lebih tinggi. Para pemikir seperti Peter Drucker dan Paul Mason (1997) telah mengemukakan konsep ekonomi pasca-kapitalis yang mendasarkan pada keseimbangan kompleks antara nilai-nilai spiritual dan material, serta menghormati kondisi generasi mendatang. Dalam paradigma ekonomi ini, konsumsi produk yang etis, sehat, dan bertanggung jawab didukung oleh prinsip-prinsip yang lebih mendalam. Dalam ekonomi yang diperkuat oleh nilai-nilai iman, laba dan pertumbuhan bukanlah tujuan utama, tetapi lebih merupakan bagian dari serangkaian nilai yang lebih luas. Salah satu nilai yang penting adalah spiritualitas, yang mencakup kepercayaan, rasa hormat, nilai-nilai moral, dan kebijaksanaan. Iman menekankan pentingnya kebaikan bersama dan bukan hanya kepentingan pribadi, serta bersifat inklusif bagi semua orang. Hal

ini tidak diatur oleh pasar atau hukum, tetapi lebih merupakan aspirasi bersama untuk mencapai kebaikan bersama.

Perbedaan antara modal spiritual dengan modal manusia dan sosial juga perlu diperjelas. Modal manusia fokus pada pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan individu, sementara modal sosial menekankan pada jaringan, norma, dan kepercayaan sosial yang memfasilitasi kerjasama. Di sisi lain, modal spiritual menyoroti nilai-nilai yang lebih mendalam dan universal, serta menciptakan dasar bagi kolaborasi yang bermanfaat bagi semua pihak. Dengan demikian, dalam konteks ekonomi yang dipandu oleh nilai-nilai, perbedaan kompetitif antara perusahaan tidak hanya berkaitan dengan keahlian dan teknologi, tetapi juga dengan nilai-nilai yang mereka anut. Ini menunjukkan bahwa pentingnya memperhatikan nilai-nilai iman dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Nilai iman di dalam perusahaan tidak hanya memberikan manfaat bagi perusahaan, tetapi juga bagi karyawan. Dengan menerapkan iman, bisnis dapat berkembang dan meningkat, sementara pergantian karyawan dapat berkurang karena karyawan menemukan makna khusus dalam pekerjaan mereka. Ini berkontribusi pada kebahagiaan dan kinerja yang lebih baik. Pentingnya iman dalam lingkungan kerja dapat dilihat dari fakta bahwa pekerja menghabiskan sebagian besar waktunya di tempat kerja. Oleh karena itu, penting bagi mereka untuk menikmati pekerjaan mereka dan menemukan makna dalam melakukan pekerjaan tersebut. Pekerja harus menyadari bahwa bekerja bukan hanya tentang menghasilkan uang, tetapi juga tentang membangun kehidupan yang bermakna.

Penekanan pada iman dalam konteks individu meningkat, yang berarti bahwa orang-orang dari berbagai latar belakang, baik itu agamis atau tidak, dapat mengalami kehidupan iman. Makna transendensi juga berubah, tidak hanya mengacu pada sesuatu di luar diri atau alam ilahi, tetapi juga pada pengalaman pertumbuhan dan perkembangan pribadi yang memungkinkan seseorang melampaui keterbatasan diri dan keadaan pribadi. Iman juga memiliki dampak signifikan pada manajemen. Setiap

keputusan manajerial memiliki konsekuensi yang besar bagi manusia dan lingkungan. Oleh karena itu, penting bagi manajer untuk mempertimbangkan dimensi eksistensial-spiritual dalam pengambilan keputusan mereka. Bukti menunjukkan bahwa penerapan iman di tempat kerja dapat menciptakan budaya organisasi yang membuat karyawan merasa lebih bahagia dan berkinerja lebih baik. Hal ini mengurangi keinginan karyawan untuk pindah dan membuat mereka merasa memiliki perusahaan dan komunitasnya. Karyawan juga akan lebih kreatif dan memiliki moral yang lebih tinggi, yang keduanya berhubungan dengan kinerja organisasi yang tinggi.

Diskusi tentang pengaruh dan peran iman dalam kewirausahaan semakin berkembang. Banyak akademisi yang menyadari bahwa praktik bisnis saat ini sering kali merugikan lingkungan dan tidak berkelanjutan. Dalam konteks ini, iman dapat membantu para pemimpin bisnis menemukan solusi yang menguntungkan tidak hanya bagi perusahaan, tetapi juga bagi masyarakat dan lingkungan alam. Iman mendorong kesadaran akan kebaikan bersama, martabat manusia, dan menjauhkan dari perilaku egosentris, sehingga menjadi nilai inti dalam kewirausahaan. Perwujudan iman dalam praktik kewirausahaan dan manajerial sangat penting untuk menjaga keberlanjutan perusahaan dan memastikan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat. Iman juga berperan dalam menjaga loyalitas pelanggan, karena layanan yang berkualitas dan memenuhi kebutuhan pelanggan hanya dapat terwujud jika didorong oleh nilai-nilai iman yang baik.

Peran manajemen dalam kewirausahaan adalah bagaimana melayani orang lain dengan lebih baik, yang merupakan fokus utama dari iman. Keputusan manajerial memiliki dampak yang besar bagi kehidupan dan masa depan manusia, ekosistem alami, dan generasi mendatang. Manajemen yang menghidupi imannya mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari setiap keputusan yang diambil, sehingga menjadi sumber keunggulan kompetitif dalam praktik kewirausahaan yang bertanggung jawab. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif saat ini, para pengusaha

harus terus berinovasi. Iman akan mendorong para wirausahah untuk melihat peluang di mana orang lain tidak bisa melihat, sehingga dapat melampaui batasan dan harapan mereka. Melalui iman, wirausaha dapat mencapai kebaikan bersama dan menghindari perilaku egosentris. Hal ini berbeda dengan pengusaha biasa yang hanya fokus pada keuntungan pribadi. Praktik kewirausahaan yang didorong oleh iman selalu berusaha menciptakan kondisi kerja yang lebih baik dan berkelanjutan bagi manusia dan lingkungan, berbeda dengan praktik bisnis konvensional yang seringkali merugikan umat manusia dan lingkungan.

Meskipun banyak yang skeptis, penyatuan antara iman dan kewirausahaan bukanlah hal yang mustahil. Iman dalam kewirausahaan bukanlah sesuatu yang utopis atau ilusi, tetapi merupakan fenomena yang nyata dan relevan dalam praktik bisnis saat ini. Iman menjadi inti dari tindakan kewirausahaan karena dengan melayani kebutuhan pelanggan, para wirausaha dapat memastikan keberlanjutan bisnis mereka. Dalam konteks ini, iman menjadi modal yang sangat berharga bagi kesuksesan seorang wirausahawan.

Mewujudkan iman melalui kewirausahaan bukanlah hal yang utopis. Dengan menerapkan nilai-nilai iman dalam kewirausahaan, maka tatanan kerja yang terbangun dalam perusahaan kemudian dapat menjadi 'lebih sakral' dibanding sekadar mendapatkan keuntungan finansial semata. Hidup menjadi lebih utuh dan sejahtera. Imans ekurang-kurangnya mampu menghasilkan lima hal, yaitu:

- a. integritas atau kejujuran;
- b. energi atau semangat;
- c. inspirasi atau ide dan inisiatif;
- d. wisdom atau bijaksana; serta
- e. keberanian dalam mengambil keputusan.

Singkat kata, iman terbukti mampu membawa seseorang menuju tangga kesuksesan.

Penerapan iman dalam dunia kerja tidak hanya memberikan manfaat praktis dalam hal kinerja atau hubungan kerja, tetapi juga memiliki dampak yang lebih dalam terhadap keutuhan hidup manusia. Manusia, menurut kepercayaan banyak agama, adalah makhluk yang memiliki kodrat beriman. Dengan menerapkan iman dalam aktivitas sehari-hari, termasuk dalam lingkungan kerja, manusia menjadi lebih utuh secara spiritual karena iman adalah bagian integral dari identitas dan eksistensi mereka.

Iman juga memainkan peran penting dalam menjaga koneksi manusia dengan Sang Pencipta atau kekuatan spiritual yang lebih tinggi. Bagi banyak individu, iman adalah jembatan yang menghubungkan mereka dengan prinsip-prinsip kehidupan yang lebih besar dan bermakna. Dalam konteks ini, menerapkan iman dalam dunia kerja membantu individu untuk tetap terhubung dengan nilai-nilai spiritual mereka, memberikan makna dan tujuan yang lebih dalam dalam setiap tindakan yang dilakukan.

Selain itu, iman tidak bisa dipisahkan dari pengalaman keberagamaan seseorang. Pengalaman keberagamaan dan spiritualitas yang vang dan terinternalisasi dalam kehidupan sehari-hari menjadi sumber kekuatan dan inspirasi bagi individu untuk menjalani kehidupan dengan integritas dan tanggung jawab. Dengan demikian, menerapkan iman dalam dunia kerja tidak hanya tentang mengejar kesuksesan materi, tetapi juga tentang menjalani kehidupan yang bermakna dan sejalan dengan nilai-nilai yang diyakini oleh individu.

BAB 8

PENUTUP

Dari uraian tentang bagaimana Mewujudkan Iman Dengan Berwirausaha menunjukkan bahwa proses ini merupakan perjalanan spiritual yang berkesinambungan bagi banyak individu. Meningkatkan iman melibatkan refleksi, kontemplasi, dan pengalaman pribadi yang mendalam. Dengan memperdalam iman, seseorang dapat menemukan kedamaian, makna, dan tujuan hidup yang lebih besar, serta menjadi agen perubahan positif dalam masyarakat. Dalam Islam, iman adalah konsep kunci yang mencakup keyakinan, kepercayaan, dan pengabdian kepada Allah. Iman merupakan salah satu dari enam rukun iman yang harus diyakini oleh setiap Muslim. Di sisi lain, dalam agama Katolik, iman merupakan dasar dari hubungan antara manusia dengan Allah. Iman dalam agama Katolik tidak hanya berarti keyakinan, tetapi juga mencakup hubungan pribadi dan komunal dengan Allah serta implikasi moral dari keyakinan tersebut.

Terkait hubungan antara iman dan spiritualitas, meskipun keduanya memiliki fokus dan dimensi yang berbeda, penting untuk diingat bahwa iman dan spiritualitas seringkali saling terkait dan saling melengkapi dalam pengalaman keagamaan dan pribadi seseorang. Meskipun ada perbedaan yang signifikan antara iman dan spiritualitas, ada juga kesamaan dalam konsep-konsep ini, terutama dalam konteks agama dan kehidupan spiritual.

Selanjutnya pendefinisian mengenai kewirausahaan atau entrepreneurship didiuraikan dalam buku ini tidaklah tunggal (monolitik), tetapi sangat beragam tergantung sudut pandang dan kepentingan masing-masing. Secara umum orang belum dapat membedakan secara tegas antara kewirausahaan dengan bisnis. Beberapa kalangan masih menganggap kewirausahaan sama dengan bisnis, hanya berbeda skalanya saja. Kewirausahaan dianggap sebagai bisnis berskala kecil, seperti Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Kesalahpahaman mendasar mengenai kewirausahaan adalah pada tujuan kewirausahaan. Berbeda dengan bisnis, tujuan

utama kewirausahaan bukan untuk mengejar keuntungan pribadi, tetapi untuk membuat perubahan melalui ide-ide dan kreatifitas baru. Ide yang inovatif selanjutnya ditindaklanjuti dengan berbagai upaya untuk mewujudkan ide tersebut menjadi kenyataan. Bahwa di dalam kewirausahaan ada keuntungan sebagaimana di dalam bisnis, itu sudah pasti, tetapi tujuan utamanya adalah terjadi perubahan yang lebih baik. Perubahan tersebut terjadi akibat ide dan kreatifitas baru diharapkan membawa keuntungan bagi banyak pihak dan dampak yang lebih baik bagi dunia yang akan datang.

Seiring pemaknaan yang lebih dalam dari kewirausahaan yang bukan hanya kegiatan ekonomi semata, maka kewirausahaan dapat didekati dari berbagai disiplin ilmu. Disadari bahwa keberadaan seorang wirausaha yang baik, tidak dapat dilepaskan dari masyarakatnya, mengingat manusia adalah produk dari masyarakat. Masyarakat dapat mencetak wirausaha yang bagus, kalau dalam masyarakat tersebut kegiatan kewirausahaan berkembang dengan baik. Presiden Indonesia, Joko Widodo pernah mencanangkan di masa depan Indonesia memiliki 14% wirausaha dari seluruh jumlah penduduk, agar Indonesia dapat bersaing dengan negara-negara maju. Apa yang dicanangkan Bapak Presiden ini tidak salah, kalau Indonesia mau mengejar ketertinggalan dari maju seperti Singapura yang memiliki entrepreneur 7%, China yang memiliki 10% entrepreneur, Jepang 11% dan Amerika yang wirausahanya mencapai 12%.

Pertanyaannya adalah bagaimana caranya agar dapat menumbuhkan wirausaha tersebut. Harap diingat mayoritas anak muda Indonesia sekarang masih menginginkan menjadi Pegawai Negeri, sehingga tidak mengherankan jika ada penerimaan pegawai negeri maka peserta akan membludak. Budaya menjadi pegawai masih melekat kuat, daripada budaya menjadi wirausaha. Mentalitas priyayi masih mengakar kuat di tengah masyarakat sehingga jiwa wirausaha belum merasuk dalam kehidupan sehari-hari. Jiwa dan karakter wirausaha masih harus disemai di tengah masyarakat melalui pendekatan budaya, pendidikan dan kebijakan pemerintah. Pembiasaan cara berpikir kreatif, inovatif, out of the box harus terus dilatihkan bukan saja oleh sekolah-sekolah tetapi juga harus menjadi

pola pikir di tengah masyarakat. Pola pikir kreatif itu tentu sangat sulit diharapkan muncul apa bila pola pendidikan masih ditekankan kepada menghafal.

Kewirausahaan tidak hanya melibatkan aspek ekonomi, tetapi juga erat kaitannya dengan nilai-nilai etika. Etika berwirausaha menjadi dasar penting dalam menjalankan bisnis, karena dapat membentuk citra perusahaan, membangun hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan, serta memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Setiap wirausaha perlu memahami dan menerapkan prinsip-prinsip etika dalam setiap langkah bisnisnya. Etika berwirausaha mencakup kejujuran, integritas, tanggung jawab sosial, dan keseimbangan antara mencapai tujuan bisnis dan keberlanjutan lingkungan. Etika berwirausaha bukan hanya aturan yang harus dipatuhi, melainkan juga pandangan hidup dan filosofi dalam menjalankan bisnis. Melalui pemahaman mendalam terhadap nilai-nilai etika berwirausaha, diharapkan akan muncul generasi wirausaha yang sukses tidak hanya dalam bisnis, tetapi juga sebagai agen perubahan positif dalam masyarakat.

Penggabungan iman dan kewirausahaan, atau spiritualitas entrepreneurship, merupakan proses transcendent untuk membentuk lembaga kewirausahaan melebihi pemahaman konvensional tentang kewirausahaan. Spiritualitas entrepreneurship tidak hanya membahas profit, transaksi, manajemen, akuntansi, dan strategi, tetapi juga menyoroti pelayanan, pengembangan, tanggung jawab sosial, lingkungan, dan keadilan. Agama tidak lagi terikat oleh aturan-aturan formal yang dapat memberikan kesempatan untuk perilaku yang tidak jujur, tetapi lebih berfokus pada aturan moral, etika, dan kemanusiaan yang mendorong keadilan dan kejujuran. Dengan iman sebagai landasan, kewirausahaan dianggap sebagai ekosistem, bukan medan perang; perusahaan dipandang sebagai komunitas, bukan mesin; manajemen dipandang sebagai pelayanan, bukan pengendalian; manajer dianggap sebagai pelatih, bukan bos; karyawan dilihat sebagai mitra, bukan asisten; motivasi berasal dari visi, bukan ketakutan; dan perubahan dipandang sebagai pertumbuhan, bukan penderitaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham Maslow, 1968, *Toward a Psychology Of Being*, Princeton: Von Nostrand.
- Agneta Schreurs, *Spirituality Relationships as an Analytical Instrument in Psychotherapy With Religious Patients*", dalam journal of Philosophy, Psychiatry, & Psychology – Vol. 13, no. 3, September 2006.
- Aldrich, H. and Zimmer, C. (1986), *Entrepreneurship through social networks*. In D. Sexton & R. Smilor (Eds.), *The art and science of entrepreneurship* (pp. 3–23). Cambridge, MA: Ballinger Publishing Company
- Aldrich Howard, "Entrepreneurship" dalam *The Handbook Of Economic Sociology*, new Jersey: Pricetown University Press, 2005, hlm. 452.
- Berger, Peter L. dan Thomas Luckmann. 1990. *Tafsir Sosial atas Kenyataan: Sebuah Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan*. Jakarta: LP3ES.
- Berger, Peter L. 1991. *Langit Suci: Agama Sebagai Realitas Sosial*. Jakarta: LP3ES.
- Britt, D. (2019, 06 29). *Pros and Cons of Being An Entrepreneur*. Retrieved 07 18, 2017, from [source.southuniversity.edu: http://source.southuniversity.edu/pros-and-cons-of-being-an-entrepreneur-96101.aspx](http://source.southuniversity.edu/pros-and-cons-of-being-an-entrepreneur-96101.aspx).
- Danah Zohar dan Ian Marshall, 2002, *SQ: memanfaatkan kecerdasan Spiritual dalam Berpikir Integralistik dan Holistik untuk Memaknai Kehidupan*, Jakarta: Mizan.
- Dawson, C., dan Henley, A., 2012. "Push" versus "pull" entrepreneurship: an ambiguous distinction? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 18 (6), pp. 697-719.
- David N. Elkins, "Toward a Humanistic-Phenomenological Spirituality Defenition, Discription, and Measurement" dalam *Journal Of Humanistic Phycology*, vol. 28 no. 4, 1988, hlm. 18.
- Friedman, Howard.S. dan Miriam, W.Schustack, 2006, *Kepribadian Teori Klasik dan Riset Modern*. Jakarta: Erlangga.
- Friel, D. (2017, 06 20). *What is entrepreneurship?* Retrieved 07 18, 2017, from [entrepreneurhandbook.co.uk: http://entrepreneurhandbook.co.uk/entrepreneurship/](http://entrepreneurhandbook.co.uk/entrepreneurship/)

- Gay Hendricks, Dr dan Kate Ludeman, Dr., 2002, dalam bukunya *The Corporate Mystic: A Guidebook for Visionaries with Their Feet on The Ground*.
- Hannah Orwa Bula, 2012, "Evolution and Theories of Entrepreneurship: A Critical Review on the Kenyan Perspective", *International Journal of Business and Commerce*, Vol. 1, No.11, Lahore.
- Jalaludin Rahmat, 2002, "SQ: Psikologi Agama" Pengantar buku Danah Zohar dan Ian Marshal, SQ: Mamanfaatkan kecerdasan Spiritual dalam Berpikir Integralistik dan Holilistik untuk memaknai kehidupan, Jakarta: Mizan.
- J. Winardi, 2003, *entrepreneur dan Entrepreneurship*, Jakarta: Prenada Media.
- Kirkwood, J., 2009. *Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship. Gender in Management: An International Journal*, 24(5), pp. 346-364.
- Kenneth Ewart Boulding, 1970, *Economics as a Science*, McGraw-Hill.
- Kuratko, D., 2012. *Entrepreneurship: theory, process, and practice, 9th edn.* USA: South-Western.
- Kumar, S.A., Poornima, S.C, Abraham, M.K., & Jayashree, K., 2003. *Entrepreneurship development.* New Delhi: New Age International (P) Ltd.
- Magnaye, Remedios P. (2014). Entrepreneurship among BSU Graduate Business Student: Self-Perception of Skills of the Graduate Business Program. *International Journal of Academic Research*.5 (3), 362-369.
- Mimi Doe, 2000, *10 Principles For Spirituality Parenting*, New York: Orbis Books.
- Nimalathanan. (2005). *Characteristics of Entrepreneurs: A Comparative Study of Small Scale Entrepreneurs of Srilankan and Bangladesh.* Department of Management studies. 7 (20), 350-358.
- Ogunleye, Adedeji J. (2014). *Self-Efficacy, Tolerance for Ambiguity and Need for Achievement as Predictor of Entrepreneurial Orientation among Entrepreneurs in Ekiti State, Nigeria.* *European Journal of Business and Management*. 6 (17), 240-250.

- Okhomina et al. (2013). *Entrepreneurial Orientation and Psychological Traits: The Moderating Influence of Supportive Environment*. *Journal of Behavioral Studies in Business*.
- Patricia Aburdene, 2006, *Megatrends 2010: The Rise of Conscious Capitalism*, Jakarta: transmedia.
- Peter A. Angeles, 1981, *Dictionary of Philosophy*, New York : Barnes & Noble Books.
- Peter Drucker, 1985, *Innovation dan Entrepreneurship: Practice and Principles*, London, William Heinemann Ltd.,
- Robert A. Emmons, "The Psychology of Ultimate Concerns: Motivation and Spirituality in Personality," dalam *Jurnal of Happiness Studies*, vol. 2, 2001, hlm. 329-3
- Scarborough, N.M., dan Cornwall, J.R., 2015. *Entrepreneurship and effective small business management*, 11th ed. England: Pearson Education Limited.
- Segal, G., Borgia, D. dan Schoenfeld, J., 2005. *The motivation to become an entrepreneur*. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(1), pp. 42-57.
- Suraji dan Istianingsih, 2021. *Entrepreneurship: Sistem Ekonomi Pasca Kapitalis*. Yogyakarta, YKPN.
- Weber, Marx, 1974, *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, London, Allen & Unwin.
- Zimmerer, T.W., dan Scarborough, N.M., 2008. *Essentials of entrepreneurship and small business management*, 5th edn. New Jersey: Pearson Education.

TENTANG PENULIS



Suraji dan Isti banyak menulis berkaitan dengan tema-tema spiritualitas. Buku yang telah terbit antara lain antara lain: Kekuatan spiritualitas dalam entrepreneurship, Entrepreneurship: Ekonomi Post-Capitalist, Spiritualitas kepemimpinan perguruan tinggi, Spiritualitas Sebagai Jangkar Budaya Organisasi Perguruan Tinggi. Paper antara lain: Spiritualitas bisnis - berbisnis dengan iman, Kekuatan spiritualitas dalam transformasi UMKM, Kekuatan spiritualitas akuntan dalam ekonomi post-capitalism. Bersama Aloysius Harry Mukti, Istianingsih Sastrodihardjo juga menulis buku Audit Pengolahan Data Elektronik.

Dr. Robertus Suraji, SS., MA

Pemilik warung makan Sambal Bakar Mbah Sastro ini sekarang menjadi dosen tetap di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya (Ubhara Jaya), mengajar S1 untuk mata kuliah Entrepreneurship, Technopreneurship, Etika Profesi, Character Building, dan mengajar S3 mata kuliah Filsafat Ilmu. Pernah mengajar juga di President University untuk mata kuliah Entrepreneurship dan Religiosity. Menempuh pendidikan S1 di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Menyelesaikan pendidikan S2 pada Center for Religious and Cross Cultural Program Sekolah Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. S3 pada program studi Agama dan Budaya Universitas Gadjah Mada Yogyakarta dan menjadi Visiting Student di Melbourne University Australia.

Prof. Dr. Istianingsih Sastrodihardjo, M.S. Ak.

Direktur utama PT. Sinar Lintang Sejahtera Jakarta dan PT. Metadeta Sinergi ini adalah dosen tetap di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya (Ubhara Jaya). Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya ini sekarang mengajar akuntansi pada program studi akuntansi di Ubhara Jaya, S2 STIE Rawamangun, S2 Institute Bisnis Nusantara, dan S3 Universitas Trisakti. Menyelesaikan S1 pada program studi Manajemen di Universitas Terbuka dan program studi akuntansi di Universitas Mercu Buana Jakarta. A4 Universitas Negeri Jakarta dan PPA Universitas Trisakti. Menempuh pendidikan S2 pada PPIA Fakultas Ekonomi di Universitas Indonesia. Menyelesaikan pendidikan S3 di PPIA Universitas Indonesia dengan predikat Cumlaude pertama pada prodi akuntansi. Menjalani postdoctoral di Murdoch University, Perth Australia.

SINOPSIS

Kewirausahaan bukan hanya persoalan ekonomi, tetapi juga erat kaitannya dengan nilai-nilai etika, moral serta iman. Etika berwirausaha mencakup kejujuran, integritas, tanggung jawab sosial, dan keseimbangan antara mencapai tujuan bisnis dan keberlanjutan lingkungan. Melalui pemahaman mendalam terhadap nilai-nilai etika berwirausaha, diharapkan akan muncul generasi wirausaha yang sukses tidak hanya dalam bisnis, tetapi juga sebagai agen perubahan positif dalam masyarakat. Berwirausaha dengan dijiwai nilai-nilai iman akan membuat lingkungan tempat usaha menjadi ekosistem yang memperkembangkan semua orang. Perusahaan dipandang

sebagai komunitas, bukan mesin; manajemen dipandang sebagai pelayanan, bukan pengendalian; manajer dianggap sebagai pelatih, bukan bos; karyawan dilihat sebagai mitra, bukan asisten; motivasi berasal dari visi, bukan ketakutan; dan perubahan dipandang sebagai pertumbuhan, bukan penderitaan.

PIAGAM PENGHARGAAN

Nomor : 2/B-1/PPKU/XII/2024

Diberikan Kepada

Dr. Robertus Suraji, M.A.,

Prof. Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.Ak.

Judul Buku

**MEWUJUDKAN IMAN DENGAN
BERWIRAUSAHA**

Sebagai

Buku Terbaik II

pada acara Penganugerahan Buku Terbaik
dalam rangka Milad ke-5 PT. Pena Persada Kerta Utama

Purwokerto, 20 Desember 2024

PT. PENA PERSADA KERTA UTAMA



pena persada

Andi Wahyono
Direktur