

BUKU AJAR

Manajemen Kewirausahaan



KEWIRAUSAHAAN



Program Studi Manajemen Dakwah
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN)

BUKU AJAR
MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN

Dr. Hadi Candra, S.Ag., M.Pd



FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

DAFTAR ISI

BAB I	:PENDAHULUAN	
	a. Latar Belakang Penulisan	2
	b. Rumusan dan Batasan.....	2
	c. Tujuan dan Kegunaan.....	2
	d. Sistematika Penyusunan	3
BAB II	:MENGENAL MANAJEMEN	
	a. Pengertian manajemen.....	4
	b. Pengertian kewirahusahaan	4
	c. Jenis-jenis fungsi manajemen	4
	d. Manajemen kewirahusahaan.....	6
BAB III	:STRATEGI MEMBANGUN PELUANG USAHA	
	a. Peluang Usaha	12
	b. Kiat Memulai Usaha.....	12
	c. Mengetahui dan Analisa Peluang Usaha	13
BAB IV	:ETIKA MEMBANGUN USAHA	
	a. Etika dalam Membangun Usaha.....	17
	b. Penting Etika dalam Membangun Usaha.....	19
BAB V	:STRATEGI MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING	
	a. Strategi Mencapai Keunggulan	23
	b. Dasar untuk mencapai keunggulan bersaing	25
	c. Identifikasi Peluang-Peluang Berkaitan Dengan Kewirausahaan.	26
	d. Model Keunggulan Bersaing	27
BAB VI	:WIRAUSAHA DALAM PERSPEKTIF ISLAM	
	a. Anjuran Islam Tentang Usaha	29
	b. Usaha Dalam Islam.....	30
	c. Memaknai Dunia Usaha Bagi Muslim	33
	d. Keteladanan Dunia Usaha dalam Islam.....	36
BAB VII	: PENUTUP	
	a. Kesimpulan.....	38
	b. Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA		

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penulisan

Mata kuliah Manajemen Kewirausahaan ini menjelaskan dan membahas tentang *entrepeunership* yang mandiri, kreatif, beretika, dan bertanggung jawab dalam menjalankan sebuah usaha. Dengan tujuan pada akhir perkuliahan peserta didik mampu menjelaskan pendekatan dalam pembelajaran klinik, yang berkaitan dengan :

1. Pengertian manajemen kewirausahaan
2. Fungsi-fungsi fungsi manajemen kewirausahaan
3. Manajemen kewirausahaan
4. Strategi kewirausahaa

Oleh karenanya, perkuliahan kewirausahaan dipandang penting bagi para mahasiswa, agar setelah mereka menyelesaikan kewajiban tatap muka ataupun beban sks yang telah tersedia dalam pemenuhan kridit selama mengikuti jenjang pendidikan strata satu (S1) di fakultas ushuluddin adab dan dakwah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.

B. Rumusan dan Batasan

Dalam menyusun silabus manajemen kewirausahaan ini tidak jauh berbeda dengan perguruan tinggi yang lain. Tentu dari rumusan dan batasan yang telah disiapkan akan mempermudah mahasiswa untuk memahami dan mempelajari pokok-pokok bahasan yang satu dengan yang lain saling berkaitan.

C. Tujuan dan Kegunaan

Sebagaimana yang telah disinggung diatas, bahwa perlunya bahan ajar ini disusun agar dapat mempermudah para mahasiswa, agar mereka dapat:

1. Menjelaskan Pengertian manajemen kewirausahaan
2. Menjelaskan Fungsi-fungsi fungsi manajemen kewirausahaan
3. Menjelaskan Manajemen kewirausahaan

4. Menjelaskan Strategi kewirausahaan

D. Sistematika Penyusunan

Bahan ajar ini disusun sebagaimana kehendak dari silabus atau kurikulum yang tersedia, yang terdiri dari Bab 1, yang mengemukakan hal-hal yang berkaitan latar belakang, rumusan dan batasan, tujuan dan kegunaan serta sistematikanya. Bab 2, mengemukakan hal-hal yang berkaitan dengan teori-teori yang relevan dengan pembahasan manajemen kewirausahaan. Bab 3, menjelaskan tentang strategi membangun peluang usaha, menghuraikan kita-kita memulai usaha, serta mengetahui analisa peluang usaha. Bab 4, menjelaskan tentang etika dalam membangun usaha, dan pentingnya etika dalam membangun usaha. Bab 5, memaparkan tentang strategi mencapai keunggulan bersaing, dasar untuk mencapai keunggulan bersaing, identifikasi peluang berkaitan dengan kewirausahaan dan model keunggulan bersaing. Bab 6, penutup, yang menyajikan kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

MENGENAL MANAJEMEN

A. Pengertian manajemen

Pengertian manajemen sendiri adalah proses perencanaan pengorganisasian, kepemimpinan dan pengawasan terhadap upaya – upaya yang dilakukan anggota organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan organisasi. (James A.F. Stoner, 1992:8). Manajemen adalah suatu kegiatan yang memanfaatkan sumber daya serta fasilitas yang ada dalam upaya mencapai tujuan. Manajemen adalah segenap aktivitas manusia dalam organisasi dengan menggunakan bantuan sumber daya dan fasilitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Manajemen sebagai suatu fungsi yaitu membentuk gambaran atau petunjuk tentang jenis aktifitas yang harus dilakukan dalam suatu organisasi

B. Pengertian kewirahusahaan

Kewirahusahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang lain dengan menggunakan waktu dan kegiatan disertai modal dan resiko serta menerima balas jasa dan kepuasan serta kebebasan pribadi. Kewirahusahaan, yaitu kemampuan melihat dan menilai kesempatan – kesempatan (peluang) bisnis serta kemampuan mengoptimalkan sumberdaya dan mengambil tindakan serta bermotifasi tinggi dalam mengambil resiko dalam rangka mensukseskan bisnisnya.

Kewirahusahaan adalah proses kemanusiaan (human process) yang berkaitan dengan kreatifitas dan inovasi dalam memahami peluang, mengorganisasi sumber- sumber, mengelola sehingga peluang itu terwujud menjadi suatu usaha yang mampu menghasilkan laba atau nilai untuk jangka waktu yang lama. Definisi tersebut menitikberatkan kepada aspek kreativitas dan inovasi, karena dengan sifat kreatifitas dan inovatif seseorang dapat menemukan peluang.

C. Jenis–jenis fungsi manajemen

1. Fungsi Perencanaan (*Planning*)

Proses perencanaan adalah bagaimana menentukan arah

yang akan ditempuh dan kegiatan-kegiatan yang diperlukan dalam pencapaian tujuan perusahaan. Dalam menentukan arah perusahaan diantaranya adalah, apa yang akan dicapai bagaimana cara mencapainya, kapan dan berapa lama kebutuhan waktu untuk mengerjakan, serta siapa yang akan melakukan pekerjaannya. Sehingga diharapkan rencana kerja perusahaan yang telah tersusun ini nantinya dapat digunakan sebagai pedoman dalam bekerja dan sekaligus sebagai tolok ukur atau standar dalam melakukan pengawasannya.

Mengingat begitu banyaknya jenis-jenis kegiatan yang terdapat dalam suatu perusahaan, maka dalam pembahasannya akan dibatasi dan akan dibahas dalam bab tersendiri secara lebih rinci antara lain ; dibidang manajemen keuangan seperti menyusun strategi keuangan perusahaan, penyusunan anggaran perusahaan, rencana penggunaan dana atau modal termasuk sumbernya, perencanaan pemasaran perusahaan dan lain-lain terutama diperuntukkan bagi perusahaan yang baru berdiri atau perusahaan dengan skala usaha yang relatif masih kecil dan sederhana.

2. Fungsi Pengorganisasian (*Organizing*)

Setelah perencanaan perusahaan selesai dibuat selanjutnya disusun struktur organisasi perusahaan, yaitu mengelompokkan berbagai kegiatan yang ada dalam unit-unit kerja. Tujuannya adalah agar supaya tertata dengan jelas tugas dan fungsi dari masing-masing unit dan orang-orang yang terlibat dalam kegiatan perusahaan. Adapun struktur organisasi yang akan dibahas adalah struktur organisasi untuk perusahaan yang baru didirikan yang relatif skala usahanya masih kecil, dengan volume pekerjaan yang relatif belum banyak dan penggunaan tenaga kerja yang masih terbatas. Pengorganisasian perusahaan dan fungsi pengarahan akan dibahas dalam sub-bab tersendiri secara lebih rinci.

3. Fungsi Pengarahan (*Actuating*)

Mengerakkan dan mengarahkan orang-orang yang terlibat dalam organisasi perusahaan agar menjalankan tugas sesuai dengan tugas dan wewenangnya yang telah ditentukan atau sesuai dengan uraian tugasnya (*job description*). Agar mereka dapat melaksanakan pekerjaan sesuai dengan uraian tugas sudah tentu dengan cara memberikan perintah, petunjuk, dan motivasi dengan berpedoman pada rencana yang telah disusun di atas.

4. Fungsi Pengendalian atau pengawasan (*Controlling*)

Kegiatan untuk melakukan pengukuran terhadap kinerja perusahaan apakah pencapaian tujuan sudah sesuai dengan rencana atau standar yang telah ditetapkan. Disinilah atau perlunya peranan pengendalian yaitu meluruskan kegiatan-kegiatan yang mungkin terjadi penyimpangan dalam pencapaian tujuan. Salah satu cara melakukan pengawasan perusahaan akan dibahas dalam sub-bab tersendiri secara lebih rinci.

D. Manajemen kewirahusahaan

Manajemen kewirahusahaan menyangkut semua kekuatan perusahaan yang mejamin bahwa usahanya betul – betul eksis. Seseorang wirahusaha harus memiliki empat kompetensi, di antaranya:

1. Fokus pada pasar, bukan teknologi.
2. Buat ramalan pedanaan untuk menghindari tidak terbiayainnya perusahaan.
3. Beri peran tertentu, khusus bagi wirausaha penemu.

Manajemen kewirahusahaan menyangkut lingkungan internal perusahaan (keputusan-keputusan taktis), maka strategi kewirahusahaan menyangkut kesesuaian kemampuan internal dan aktifitas perusahaan dengan lingkungan eksternal, dimana perusahaan harus bersaing dengan menggunakan keputusan – keputusan strategis. Dalam melakukan salah satu strategi usahanya, wirausaha biasanya menggunakan dalam satu strategi dari empat strategis. Dalam melakukan salah satu strategis

usahanya, wirausaha biasanya menggunakan 4 strategi, sebagai berikut:

1. Berada pertama dipasar dengan produk dan jasa baru.
2. Posisi produk dan jasa baru tersebut pada relung pasar (niche market) yang tidak terlayani.
3. Fokus barang dan jasa pada relung yang kecil tetapi bisa bertahan.
4. Mengubah karakteristik produk, pasar atau industri

Strategi *pertama*, sering dipilih oleh wirausaha, meskipun paling beresiko. Setelah strategi pertama sukses, maka selanjutnya mempertahankan posisi kepemimpinan pasar (market leader). Strategi *kedua*, menyangkut pengembangan keterampilan untuk menanggapi peluang yang diciptakan oleh perusahaan yang berada dipasar pertama. Yang sering terjadi adalah banyak peniru (imiator) memperbaiki atau memodifikasi barang dan jasa untuk menciptakan nilai yang lebih tinggi bagi pembeli. Untuk itu wirausaha perlu memindahkan daya saingnya ke segmen pasar lain dengan mendominasi segmen pasar lain dengan menominasi segmen pasar kecil yang dipandang perusahaan besar tidak memiliki peluang. Strategi *ketiga*, yaitu perusahaan karakteristik produk, pasar, atau industri yang berbasis pada inovasi. Strategi ini dilakukan dengan mengubah produk dan jasa yang sudah ada, misalnya mengubah manfaat, nilai, dan karakteristik ekonomi lainnya. Strategi ini menciptakan inovasi dengan salah satu cara berikut:

1. Menciptakan manfaat.
2. Meningkatkan nilai inovasi.
3. Beradaptasi dengan lingkungan sosial ekonomi pelanggan.
4. Menyajikan apa yang dianggap bernilai pelanggan.
5. Strategi kewirausahaan

Ada beberapa keputusan strategis yang diperlukan dalam kondisi pertumbuhan, yaitu:

1. Perusahaan produk barang dan jasa. Hal ini menyangkut pertanyaan: Produk dan jasa baru apa yang diinginkan oleh pelanggan ? Apakah perubahan kebutuhan mereka dapat

ditentukan ?

2. Strategi yang menyangkut pentrasi pasar, ekspansi pasar, diversifikasi produk dan jasa, integrasi regional, atau ekspansi usaha. Ini menyangkut pertanyaan: Bagaimana pasar dapat dicapai? Bagaimana posisi strategis perusahaan harus diperbaiki? Peluang apa yang akan di ambil ?
3. Kemampuan untuk memperoleh modal investasi dalam rangka penelitian dan pengembangan, proses produksi dan penggantian peralatan, dan dalam rangka penambahan sumber daya manusia. Hal ini menyangkut pertanyaan: Bagaimana sumber daya manusia itu akan dikembangkan supaya perusahaan sukses dipasar ?
4. Analisis psaing baik yang ada maupun yang potensial untuk memantapkan strategi bersaing. Keputusannya harus berdasarkan perilaku, sumber daya, dan komitmen yang dimiliki pesaing dimasa lalu apakah pesaing akan menanggapi apa yang diperlukan untuk mengantisipasi pesaing ?
5. Kemampuan untuk menopang keunggulan strategi perusahaan dan untuk memodifikasi strategi dalam menghadapi perubahan permintaan pelanggan dan perilaku strategi persaingan baru. Apakah perusahaan akan selalu mempertahankan keunggulan strategi tersebut selama – lamanya ?
6. Penentuan harga barang – barng atau jasa untuk jangka pendek dan jangka panjang. Apakah keputusan penentuan harga sudah dibandingkan dengan strategi lain ? Apakah analisis elastisitas permintaan untuksetiap pasar sudah dipahami ?
7. Interaksi perusahaan dengan masyarakat luas. Apakah ada strategis untuk menjawab kebutuhan kebutuhan masyarakat?
8. Pengaruh pertumbuhan perusahaan menimbulkan masalah likuiditas ?

Selain itu kewirausahaan yang telah mencakup pada kegiatan bisnis dapat dirumuskan dengan manajemen berikut ini:

1. Perencanaan usaha

Suatu blue print yang berisikan tentang misi usaha, usulan usaha, operasional usaha, rincian usaha, peluang usaha pasar yang mungkin diperoleh, dan kemampuan serta keterampilan pengelolanya.

Fungsi perencanaan usaha adalah:

- Sebagai pedoman untuk mencapai tujuan keberhasilan manajemen usaha
- Sebagai alat untuk mengajukan kebutuhan modal dari pihak luar.

Unsur – unsur perencanaan usaha adalah:

- Ringkasan eksekutif (tujuan, usuln, sinancial, permintaan dana, penggunaan dana dan cara pengembalian dana)
- Pernyataan misi
- Lingkungan usaha
- Perencanaan pemasaran
- Tim manajemen
- Data financial
- Aspek – aspek legal
- Jaminan asuransi
- Orang – orang penting (keyperson)
- Pemasok
- Resiko
- Pengelolaan keuangan

Aspek pengelolaan keuangan yaitu:

- a. Aspek sumber dana/keuangan perusahaan
 - Dana dari dalam perusahaan/pembelanjaan intern yaitu Dana perusahaan, cadangan dan laba tahanan.
 - Dana dari luar perusahaan/pembelanjaan ekstern yaitu Dari pemilik/penyertaan, pinjaman, bantuan pemerintah, orang lain dan ventura/perusahaan besar.
- b. Aspek perencanaan dan penggunaan dana
 - Biaya awal(administrasi, bangunan/sewa, asuransi, tambahan dan takterduga)
 - Proyeksi keuangan ;neraca harian, pendapatan dan aliran kas

- Analisis pulang pokok (BEP)
- c. Aspek pengawasan/pengendalian keuangan.
- d. Teknik dan Strategi Pemasaran
- e. Perencanaan Pemasaran
 - Penentuan kebutuhan dan keinginan pelanggan
 - Memilih pasar sasaran khusus (pasar individual, segment pasar, pasar khusus)
 - Menempatkan strategi pemasaran dalam persaingan (market driven : orientasi konsumen, kualitas, kenyamanan dan kesenangan, inovasi, kecepatan, pelayanan, pelayanan dan kepuasan)
 - Pemilihan strategi pemasaran (marketing mix)
- f. Bauran pemasaran
 - Probe (penelitian dan pengembangan pasar)
 - Product ((produk)
 - Place (tempat)
 - Price (harga)
 - Promotion (promosi)
- g. Kiat pemasaran usaha baru
 - Mencari peluang besar
 - Tempat yang tepat/lokasi strategis
 - Banyaknya produk yang dibutuhkan
 - Menentukan target penjualan
- h. Strategi kewirahusahaan
 - Fokus pada pasar
 - Forcasting biyafinancial
 - Membangun tim manajemen
 - Memberikan peran kepada innovator
- i. Strategi kewirahusahaan
 - Strategi market leader
 - Strategi market challenger
 - Strategi market follower
 - Strategi market nicher

Dalam dunia manajemen, kata benar digunakan oleh Peter Drucker untuk merumuskan makna efisiensi dan efektivitas.

Efisiensi berarti melakukan sesuatu secara benar (do thing right), sedangkan efektifitas berarti melakukan sesuatu yang benar (do the right thing). Efisiensi ditekankan pada penghematan dalam penggunaan input untuk menghasilkan suatu output tertentu. Upaya ini diwujudkan melalui penerapan konsep dan teori manajemen yang tepat. Sedangkan efektivitas ditekankan pada tingkat pencapaian atas tujuan yang diwujudkan melalui penerapan leadership dan pemilihan strategis yang tepat.

Prinsip efisiensi dan efektivitas ini digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan suatu bisnis. Prinsip ini mendorong para akademisi dan praktisi untuk mencari berbagai cara, teknik dan metode yang dapat mewujudkan tingkat efisiensi dan efektivitas yang setinggi – tingginya. Semakin efisien dan efektif suatu perusahaan, maka semakin kompetitif perusahaan tersebut. Dengan kata lain, agar sukses dalam menjalankan bisnis maka sifat shiddiq dapat dijadikan sebagai modal dasar untuk menerapkan prinsip efisiensi dan efektivitas.

BAB III

STRATEGI MEMBANGUN PELUANG USAHA

A. Peluang Usaha

Cara berbisnis memulai usaha sendiri perlu dimulai dari bertanya pada diri sendiri. Apa tantangan paling berat dalam memulai usaha sendiri? Bukan tidak ada modal, bukan tidak ada ide baru. Yang paling sulit adalah mempertahankan *endurance* berbisnis, tetap bertahan dalam usaha meskipun menghadapi banyak tantangan. Bagaimana cara memulai bisnis atau usaha sendiri supaya tidak mudah menyerah? Membuka usaha sendiri, bisnis sendiri, membutuhkan waktu, tidak bisa instan. Mengapa orang memilih memulai usaha mereka sendiri? Ada proses yang harus dilalui dalam memulai dan membangun usaha. Mulai dari memikirkan ide awal, membuka, memperkenalkan dan mempromosikan usaha tersebut. Dalam proses ini, banyak sekali tantangan dan rintangan. Baik dari internal pebisnis sendiri maupun yang datang dari eksternal.

B. Kiat Memulai Usaha

Apa kiat memulai usaha? Pastikan 3 hal: Produk, Proses dan Promosi. Memulai suatu usaha atau bisnis membutuhkan ketiganya, yaitu: **Produk** untuk dijual, **Proses** untuk membuat dan **Promosi** untuk memasarkan produk. Kita akan meneliksinya satu persatu. Di artikel ini, soal produk akan dibahas, sementara dua topik lainnya dibahas dalam artikel terpisah. Saya menggunakan pengalaman bersama teman-teman memulai usaha tas kulit sebagai *case study*. Harapan saya dengan case study, contohnya bisa membumi dan lebih mudah dipahami.

Tahap pertama adalah memutuskan produk yang akan dijual. Produk tersebut harus menawarkan solusi yang memberikan *value* kepada customer. Ada dua kata kunci: solusi dan *value*. Pertama, produk harus memberikan solusi. Produk itu menawarkan jalan keluar bagi suatu masalah yang dihadapi oleh calon pembeli. Semua produk yang baik pasti menawarkan solusi. Namun, solusi yang tepat bersumber dari diagnosa yang akurat. Jadi, sebelum menawarkan solusi, anda harus paham benar

masalahnya apa. Anda harus bertanya, apakah masalah yang dihadapi oleh konsumen dan kenapa produk ini bisa memberikan solusi buat masalah tersebut. Hanya saja, seringkali kita langsung loncat pada solusi tanpa paham benar masalahnya apa. Akibatnya, solusi yang dihasilkan kurang tepat sasaran. Sehingga produknya pun menjadi kurang bisa diterima oleh pasar.

Tahap Kedua, produk itu harus menawarkan *value*. Apa itu *value*? Perbandingan antar harga dan manfaat yang diperoleh dari membeli produk tersebut. Ingat, bukan harga saja atau benefit saja yang dipertimbangkan pembeli saat menilai produk kita. Konsumen mempertimbangkan *value* dari produk tersebut. Harganya boleh mahal tetapi selama manfaat yang diberikan sepadan, harga tidak lagi jadi masalah. Tetapi, harga yang murah belum tentu dibeli, jika kualitas produk kelewat rendah, sehingga konsumen melihat tidak ada manfaatnya membeli produk ini. Itu sebabnya ada produk yang harganya selangit tetapi tetap diincar dan kadangkala bahkan diburu oleh masyarakat karena produknya menawarkan *superior value*. Jadi, fokus anda adalah *value* dari produk tersebut. Bukan harga saja. Bukan manfaat saat. Duaduanya harus hadir dalam formula produk.

Bagaimana tahu bahwa produk sudah diterima oleh pasar? Tidak ada cara lain kecuali melemparnya ke pasar dan melihat responnya. Ada kemungkinan gagal. Ada kemungkinan rugi. Itu pasti. Tetapi, jangan menilai dari sisi kerugian. Ini ongkos belajar yang tidak bisa dinilai. Tes produk merupakan salah satu tahap krusial dalam usaha. Jadi, sejak awal, anda harus menyisihkan dana untuk melakukan tes produk dengan risiko kerugian.

C. Mengetahui dan Analisa Peluang Usaha

Sebelum memulai sebuah usaha, ternyata memerlukan sebuah analisis peluang usaha. Tujuan dari analisis peluang usaha ini adalah untuk mendukung kesuksesan sebuah bisnis di masa mendatang. Pasalnya, di awal usaha tidak sedikit wirausaha yang mengalami keraguan, ketika harus mendefinisikan produk atau jasa yang hendak dijual. Dengan demikian, jika melakukan analisa peluang usaha, bisnis pun dapat dijalankan tanpa mengalami banyak kendala.

Analisis peluang usaha ini terkait erat dengan strategi

perusahaan dan ide bisnis yang baru. Ini disebabkan analisis peluang usaha sangat berguna untuk menyusun strategi perusahaan, penjualan, hingga membuat ide bisnis baru. Pasalnya sebuah bisnis selalu mempunyai tujuan tertentu yang akan dicapai. Oleh karenanya, terdapat kriteria-kriteria yang perlu dipenuhi saat Anda hendak memulai bisnis baru.

Tujuan untuk mengetahui dan melakukan analisa usaha adalah, agar melalui analisis peluang usaha ini, akan banyak hal penting yang bisa Anda ketahui, diantaranya sebagai berikut:

- Mencegah kerugian atau kebangkrutan usaha Anda.
- Mengetahui produk atau jasanya jika dibutuhkan oleh pasar setempat.
- Mengetahui minat konsumen akan produk atau jasa yang akan ditawarkan.
- Mengetahui rugi laba ketika berbisnis.
- Menetapkan teknik pemasaran yang tepat.
- Mengetahui berapa lama usaha dapat berjalan.
- Mengetahui jika usahanya memang layak dijalankan.
- Mengetahui persaingan yang terjadi di pasar.

Proses **analisis peluang usaha** tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity dan Threat). Dengan demikian, Anda tidak akan gegabah mengambil keputusan tanpa pertimbangan matang. Anda akan mengetahui, jika usaha tersebut bisa dijalankan atautkah harus mengganti dengan usaha lain.

Mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki bisnis Anda dapat menjadi salah satu cara untuk menganalisis peluang usaha. Dari analisis SWOT tersebut dapat dibedakan 2 jenis analisis yaitu faktor internal (kekuatan dan kelemahan bisnis) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman).

1. Strength (Kekuatan)

Yang dimaksud dengan kekuatan adalah keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan atau bisnis yang akan Anda jalankan. Kekuatan utama bisnis ini bisa memengaruhi secara positif baik untuk saat ini maupun di masa mendatang. Kekuatan

bisnis bisa diketahui dengan mengajukan pertanyaan sebagai berikut:

- Apa saja keunggulan dari perusahaan?
- Apa kelebihan yang dimiliki perusahaan yang tidak dimiliki oleh perusahaan pesaing?
- Apa saja keunikan perusahaan Anda?
- Apa hal utama yang membuat perusahaan sukses dalam penjualan selama ini?
- Apa saja keunggulan perusahaan di mata konsumen?

2. Weakness (Kelemahan)

Weakness merupakan kelemahan perusahaan, yang dapat berpengaruh secara negatif pada perusahaan di saat ini ataupun di masa mendatang. Anda bisa menganalisisnya dengan beberapa pertanyaan sebagai berikut:

- Apa yang bisa diperbaiki oleh perusahaan ?
- Apa yang sebaiknya yang harus dihindari oleh perusahaan ?
- Faktor apa saja yang membuat penjualan perusahaan menurun?
- Apa kelemahan perusahaan dari kacamata konsumen?
- Apa saja sebak terjang kompetitor sehingga pesaing lebih baik dari perusahaan Anda?

3. Opportunities (Peluang)

Opportunities merupakan peluang yang dimiliki oleh perusahaan sehingga mempunyai kesempatan untuk dapat berkembang di masa mendatang. Pertanyaan yang bisa diajukan adalah:

- Kesempatan apa yang dimiliki oleh perusahaan saat ini?
- Hal apa yang sedang tren dan sejalan dengan perusahaan Anda?

4. Threats (Ancaman)

Threats merupakan ancaman yang mungkin bisa menjadi kendala bagi perusahaan untuk dapat berkembang. Pertanyaan yang sesuai adalah:

- Apa saja kendala yang dihadapi oleh perusahaan saat ini?
- Hal apa yang sedang atau telah dijalankan oleh kompetitor perusahaan?
- Kemajuan teknologi apa yang menjadi ancaman untuk perusahaan?
- Apa saja peraturan pemerintah baru yang sekiranya akan mengancam kemajuan perusahaan Anda?

Pertanyaan tersebut di atas sangat bermanfaat bagi Anda selaku pemilik bisnis maupun stakeholder untuk menentukan problem yang dihadapi serta solusinya. Analisis SWOT ini setidaknya bisa membantu perusahaan untuk menetapkan strategi bisnis perusahaan. Metode ini bisa membantu menelaah keunggulan dan masalah yang terjadi di perusahaan Anda.

Pihak yang berkepentingan dengan perusahaan dapat menetapkan strategi saat ini maupun di masa mendatang. Dengan adanya 4 faktor yang saling terkait ini akan memudahkan perusahaan untuk mencapai visi dan misinya. Manfaat yang diperoleh dari analisis SWOT yaitu perusahaan menjadi lebih paham arah dan tujuan di masa mendatang.

Demikianlah hal-hal yang dapat diperjelaskan tentang cara dan tujuan **analisis peluang usaha** bagi Anda yang ingin memulai usaha baru. Semoga bermanfaat. Ajukan Pinjaman Sekarang dan Dapatkan Kemudahan Pinjaman Modal Usaha di Akseleran!

Dapatkan pinjaman dengan bunga kompetitif dan kemudahan proses pengajuan. Ajukan pinjaman untuk mengembangkan usahamu sekarang. Akseleran juga sudah terdaftar resmi di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sehingga proses transaksi yang kamu lakukan jadi lebih aman dan terjamin.

BAB IV

ETIKA MEMBANGUN USAHA

A. Etika dalam Membangun Usaha

Membangun sebuah bisnis itu susah-susah gampang, diperlukan perencanaan yang matang, kreativitas, kerja keras dan ketekunan dalam prosesnya, serta memiliki sikap kompetitif, memiliki ambisi dan inovatif akan menjadi salah satu penentu kesuksesan bisnis tersebut, namun alangkah baiknya apabila bisnis tersebut dibalut dengan etika dan profesionalisme.

Etika bisnis menurut wikipedia merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan juga masyarakat. Etika Bisnis dalam suatu perusahaan dapat membentuk nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan/mitra kerja, pemegang saham, dan masyarakat. Etika bisnis dapat menjadi standar dan pedoman bagi seluruh karyawan termasuk pihak manajemen dalam melakukan kegiatan perusahaan dengan berlandaskan moral yang luhur, jujur, transparan dan sikap profesional.

Etika bisnis memiliki prinsip-prinsip yang bertujuan memberikan acuan yang harus ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya. Menurut Sonny Keraf (1998) dalam Agoes & Ardana (2009 :127-128), terdapat lima prinsip yang dijadikan pedoman perilaku dalam menjalankan praktik bisnis, yaitu:

- 1. Prinsip otonomi** menunjukkan sikap kemandirian, kebebasan, dan tanggung jawab. Orang yang mandiri berarti orang yang dapat mengambil suatu keputusan dan melaksanakan tindakan berdasarkan kemampuan sendiri sesuai dengan apa yang diyakininya, bebas dari tekanan, hasutan, dan ketergantungan kepada pihak lain.
- 2. Prinsip kejujuran** menanamkan sikap bahwa apa yang dipikirkan adalah apa yang dikatakan, dan apa yang dikatakan adalah yang dikerjakan. Prinsip ini juga menyiratkan kepatuhan dalam melaksanakan berbagai komitmen, kontrak, dan perjanjian yang telah disepakati.
- 3. Prinsip keadilan** menanamkan sikap untuk memperlakukan

semua pihak secara adil, yaitu suatu sikap yang tidak membeda-bedakan dari berbagai aspek baik dari aspek ekonomi, hukum, maupun aspek lainnya.

4. **Prinsip saling menguntungkan** menanamkan kesadaran bahwa dalam berbisnis perlu ditanamkan prinsip *win-win solution*, artinya dalam setiap keputusan dan tindakan bisnis harus diusahakan agar semua pihak merasa diuntungkan.
5. **Prinsip integritas moral** adalah prinsip untuk tidak merugikan orang lain dalam segala keputusan dan tindakan bisnis yang diambil. Prinsip ini dilandasi oleh kesadaran bahwa setiap orang harus dihormati harkat dan martabatnya.

Adapun manfaat yang didapat dari penerapan etika dalam berbisnis adalah perusahaan memiliki citra yang baik di mata pelanggan, perusahaan menjadi terpercaya, dapat memaksimalkan keuntungan perusahaan, memerhatikan kepentingan bersama dan menjunjung nilai moral. Salah satu contoh perusahaan yang berbisnis dengan etika adalah PT Garuda Indonesia (Persero).

Pada tahun 2011, PT Garuda Indonesia menetapkan etika bisnis dan etika kerja perusahaan melalui Surat Keputusan Direktur Utama PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk No. JKTDZ/SKEP/50023/11 tanggal 11 Maret 2011. Etika bisnis dan etika kerja tersebut merupakan hasil penyempurnaan dari pedoman perilaku (*code of conduct*) yang diterbitkan melalui Surat Keputusan Direktur Utama PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk No. JKTDZ/SKEP/50002/08 tanggal 14 Januari 2008 tentang Nilai-nilai Perusahaan dan Pedoman Perilaku (*code of conduct*) Insan Garuda Indonesia. Penyempurnaan dilakukan berdasarkan umpan balik dari hasil proses implementasi internalisasi serta rekomendasi hasil GCG *assessment* tahun 2009. Etika Bisnis dan Etika Kerja Perusahaan merupakan himpunan perilaku yang harus ditampilkan dan perilaku yang harus dihindari oleh setiap Insan Garuda Indonesia.

Etika dan perilaku tersebut dalam hubungannya dengan:

1. Hubungan Sesama Insan Garuda.

2. Hubungan dengan Pelanggan, Pemegang Saham dan Mitra Usaha serta Pesaing.
3. Kepatuhan Dalam Bekerja, mencakup Transparansi Komunikasi dan Laporan Keuangan; Penanganan Benturan Kepentingan; Pengendalian Gratifikasi; Perlindungan Terhadap Aset Perusahaan dan Perlindungan Terhadap Rahasia Perusahaan.
4. Tanggung jawab Kepada Masyarakat, Pemerintah dan Lingkungan.
5. Penegakan Etika Bisnis dan Etika Kerja mencakup: Pelaporan Pelanggaran, Sanksi Atas Pelanggaran, Sosialisasi dan Pakta Integritas.

B. Penting Etika dalam Membangun Usaha

Ada banyak hal yang bisa dipelajari dari dunia bisnis, salah satunya adalah kenyataan bahwa etika ternyata menentukan kesuksesan usaha. Dalam ketatnya persaingan industri modern, karisma tanpa nurani dan kepintaran tanpa karakter adalah resep kehancuran bisnis paling ampuh. Kompetisi, ambisi, dan inovasi memang memiliki posisi vital dalam menentukan kesuksesan, namun ketiga hal ini tetap harus dibalut dengan etika dan profesionalisme.

Prinsip etika dalam hal ini diartikan sebagai standar universal dari apa yang dianggap salah dan benar dalam menjalankan sebuah usaha. Prinsip-prinsip inilah yang nantinya mempengaruhi langkah pembuatan keputusan dan menentukan arah masa depan perusahaan. Dalam berbisnis, *ethical principal* ini juga memegang peranan cukup penting dalam membangun kredibilitas di mata konsumen. Jika klien menganggap reputasi perusahaan cukup baik, maka Anda dapat dengan mudah mendapatkan kepercayaan mereka.

Dalam perkembangannya, terdapat beberapa prinsip etika dalam berbisnis agar usaha Anda tetap lancar dan stabil menghadapi persaingan, antara lain:

1. Kejujuran – Jujur Ketika Berkomunikasi atau Bersikap.

Kejujuran merupakan salah satu poin penting untuk menyukseskan usaha sekaligus membangun kepercayaan

klien. Anda wajib bersikap jujur dalam segala hal, mulai dari sekadar memberikan informasi hingga ketika menganalisa kekurangan perusahaan yang dipimpin.

2. Integritas

Seorang pimpinan perusahaan mendapatkan kepercayaan orang lain karena ia memiliki integritas. Integritas sendiri diartikan sebagai konsistensi dan sinkronisasi antara pemikiran, perkataan, dan perbuatan. Meski demikian, membangun integritas tidaklah semudah bayangan karena seringkali Anda harus berhadapan dengan berbagai kepentingan lain yang mungkin berseberangan dengan kepercayaan. Dalam hal ini, seseorang dikatakan sebagai pemimpin yang baik jika ia mampu bertahan dan tidak mengorbankan prinsip yang dipercaya hanya karena mendapat tekanan dari pihak lain.

3. Memenuhi Janji Serta Komitmen yang Dibuat

Seorang pebisnis dapat dipercaya karena ia mau dan mampu berusaha memenuhi segala janji dan komitmen yang pernah dibuat. Anda tidak boleh sembarangan membuat janji, namun ketika diucapkan langsung berkomitmen untuk memenuhinya dengan baik.

4. Loyalitas

Loyalitas adalah hal yang sangat diperlukan agar bisnis dapat berjalan dengan baik tanpa menimbulkan konflik. Kelayakan dapat ditunjukkan dengan bekerja sesuai dengan visi dan misi perusahaan serta tidak mencampurkan urusan kantor dengan masalah pribadi. Anda juga dapat menunjukkan loyalitas dengan memberikan seluruh kemampuan demi perkembangan perusahaan ke arah yang lebih baik.

5. Keadilan

Keadilan menjadi salah satu hal fundamental yang harus dimiliki setiap pebisnis sukses. Mereka tidak menggunakan kedudukan atau kekuatan yang dimiliki untuk bersikap otoriter

maupun seandainya sendiri. Mereka mampu bersikap adil pada setiap karyawan, menoleransi perbedaan, berpikiran terbuka, mengakui jika melakukan kesalahan, bahkan tak segan mengubah prinsip atau keputusan jika diperlukan.

6. Kepedulian

Seorang pebisnis harus menjadi pribadi yang menunjukkan kepedulian, simpatik, dan baik hati. Anda harus memahami konsep bahwa keputusan dalam berbisnis tidak hanya berpengaruh bagi perusahaan, namun juga seluruh karyawan dan staf yang terlibat didalamnya. Seorang pemimpin harus mampu memberikan keputusan yang memiliki sedikit dampak negated dan memiliki paling banyak dampak positif.

7. Penghargaan

Anda harus menjadi pribadi yang menghargai orang lain jika ingin menjadi pebisnis sukses. Anda juga harus bersikap profesional dengan tidak membedakan perlakuan kepada orang lain berdasarkan jenis kelamin, ras, agama, maupun kewarganegaraan. Hal ini penting dilakukan bukan hanya untuk kebaikan perusahaan, namun juga agar lingkungan kantor tetap kondusif.

8. Mematuhi Aturan

Dunia bisnis tentu memiliki berbagai aturan yang telah ditetapkan secara tertulis maupun tidak tertulis. Patuhilah seluruh aturan tersebut agar dapat menjadi pebisnis yang disegani banyak pihak.

9. Jiwa Kepemimpinan

Seorang pebisnis harus memiliki jiwa kepemimpinan yang baik dengan menyadari tanggung jawab yang dipikul. Anda juga harus bisa memotivasi seluruh bawahan agar dapat bekerja dan menampilkan performa terbaik.

10. Menjaga Reputasi

Seorang pebisnis harus memiliki kemampuan membangun dan melindungi nama baik perusahaan beserta seluruh hal

yang berada di dalamnya. Hal inilah yang menjadi kunci datangnya konsumen karena percaya bahwa perusahaan Anda dapat memenuhi segala kebutuhannya. Itulah beberapa poin etika berbisnis yang harus dimiliki jika ingin agar usaha lancar dan stabil. Anda yang menjalankan poin-poin tersebut akan mendapat pencitraan positif dari masyarakat sehingga konsumen tak segan menggunakan servis dari perusahaan.

BAB V

STRATEGI MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING

A. Strategi Mencapai Keunggulan

Strategi adalah suatu rencana aksi yang menyelaraskan sumber-sumber dan komitmen organisasi untuk mencapai kinerja unggul. Keunggulan bersaing/kompetitif adalah suatu manfaat yang ketika suatu perusahaan mempunyai dan menghasilkan suatu produk dan atau jasa yang dilihat dari pasar targetnya lebih baik dibandingkan dengan para kompetitif terdekat.

Beberapa strategi menangkap peluang antara lain:

1. Pilihan dan strategi berbasis besar
2. Mencari keunggulan dalam biaya atau unggul dalam persaingan
3. Pilihan dan strategi berbasis biaya mengahruskan perusahaan untuk menjadi produsen dengan biaya paling murah dibandingkan dengan produk dan atau jasa pesaing produk dan atau jasa terdekat.
4. Pilihan dan strategi berbasis diferensiasi.
5. Pemusatan keunikan produk dan atau jasa perusahaan
6. Pilihan dan strategi focus target golongan pasar yang khusus (relung/ceruk pasar) atau berfokus pada pasar yang belum digarap

Penerapan strategi fokus dengan upaya berikut ini:

1. Pembatasan berpusat pada bidang tunggal pembeli/pedagang.
2. Penekanan pada jasa atau produk tunggal
3. Pembatasan pasar pada wilayah geografis tunggal.
4. Pemusatan pada produk dan jasa unggulan/supervisor.

Syarat syarat strategi:

Keputusan strategis. Suatu keputusan mengenai arah perusahaan yang akan diambil dan berhubungan dengan strategi pemasaran yang berorientasi pada para pelanggan dan para pesaingnya. Keunggulan bersaing yang dapat berlanjut. Penciptaan suatu nilai posisi industri yang kemungkinan dalam

waktu yang abadi (jangka panjang).

Syarat-syarat strategis untuk mencapai keunggulan bersaing mencakup kemampuan merumuskan strategi bauran pemasaran (4P) yang meliputi:

1. Strategi Produk.

Berkaitan dengan produk secara utuh atau keseluruhan mulai dari nama, kualitas, manfaat, spesifikasi, bentuk dan atribut produk lainnya. Intinya, produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dengan tepat untuk jangka panjang, baik produk berupa fisik maupun jasa.

2. Strategi *Price* (harga).

Setelah strategi tercapai, selanjutnya adalah menetapkan strategi harga. Harga adalah sejumlah nilai (dapat diukur dengan uang) yang harus dibayar oleh konsumen untuk membeli atau menikmati produk dan atau jasa tersebut. Laku tidaknya produk sangat ditentukan oleh harga. Konsumen yang sensitif terhadap harga

3. Strategi *Place* (tempat dan distribusi)

Adalah cara perusahaan menyalurkan produk dari tempatnya sampai ketangan konsumen akhir secara efisien dan efektif, sehingga tidak mengganggu strategi harga. Strategi ini penting dan harus mempertimbangkan bagaimana perusahaan dapat melayani konsumen tepat waktu, tepat jumlah, dan tepat sasaran. Ketidaktepatan dan waktu dapat mengakibatkan pelanggan beralih keperusahaan pesaing. Untuk itu, perusahaan harus mampu menetapkan strategi distribusi yang tepat agar tidak diserobot oleh para pesaing.

4. Strategi Promosi

Kegiatan marketing mix yang terakhir adalah promosi. Strategi promosi mencakup usaha mempromosikan seluruh produk/jasa yang dimilikinya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Perusahaan harus dapat memilih sarana yang tepat, sehingga efisiensi dan efektifitas dapat tercapai. Sarana promosi yang biasa dipakai antara lain periklanan, promosi

penjualan, publikasi, dan penjualan secara personal.

B. Dasar untuk mencapai keunggulan bersaing

Untuk mencapai keunggulan bersaing, seorang wirausahaan harus mampu mengenali berbagai unsure dasar untuk mencapai keunggulan bersaing, yakni sebagai berikut:

1. Harga atau nilai

Strategi dalam menetapkan harga (tidak terlalu tinggi dibandingkan dengan produk/ jasa pesaing). Jika mampu dapat ditambahkan bahwa produk atau jasa memiliki nilai (bernilai) lebih dibandingkan dengan nilai produk atau jasa pesaing.

Dengan demikian, produk/jasa kita memiliki keunggulan dari segi harga dan nilai. Pelanggan yang sensitive terhadap harga, biasanya selisih harga Rp.1000 saja dengan produk atau jasa pesaing akan menjadi pertimbangan dalam membeli produk yang lebih rendah harganya.

2. Menyenangkan konsumen

Keunggulan kedua yang harus diupayakan agar produk/jasa dapat bersaing dengan para kompetitor adalah diupayakan agar produk atau jasa dapat menyenangkan konsumen. Menyenangkan dari berbagai aspek, seperti kualitas produk/jasa yang bermutu dan memberi kepuasan. Misalnya : pelayanan memuaskan, komunikasi yang memuaskan, dan tanpa complain atau setidaknya tidak bila dikomplain segera ditanggapi atau tidak ditunda-tunda.

3. Pengalaman konsumen

Pengalaman baik atau buruk yang kita sampaikan dan yang dialami oleh seorang konsumen, umumnya akan menjadi catatan penting (seringkali melekat seumur hidup). Untuk itu berilah pengalaman yang paling menyenangkan atau memuaskan bagi para pemangku kepentingan. Lebih-lebih bagi para konsumen pelanggan. Pengalaman yang lebih dikenang sepanjang masa, bahkan sering dikeluarkan kepada handai tolan konsumen. Demikian juga sebaliknya, pengalaman buruk akan cepat menyebar dari mulut ke mulut baik kepada sahabat maupun tetangga terdekat. Agar produk

atau jasa kita unggul, maka disamping dari sudut harga, nilai, menyenangkan konsumen, berikanlah pengalaman sebaik mungkin kepada konsumen. (*do your Best*)

4. Atribut produk yang dapat dicatat

Keunggulan berikut yang harus dicapai oleh seorang pengusaha adalah seluruh atribut produk/jasa yang melekat didalamnya harus dicatat. Manfaat dari catatan atribut produk/jasa adalah agar produk/jasa dapat ditingkatkan dari atribut yang sudah ada sebelumnya, minimal seluruh atribut produk/jasa dapat dikenalkan tidak hanya kepada konsumen namun juga kepada pegawai atau pelayan kita. Dengan demikian, baik konsumen maupun pegawai atau pelayan kita mampu mengenali seluruh atribut produk/jasa kita sehingga tidak ada yang dirahasiakan (jangan ada duta atau kebohongan diantar kita agar konsumen tidak merasa ditipu baik secara sengaja atau tidak.

5. Keistimewaan layanan yang unik.

Jika keempat unsure tersebut telah mencapai posisi unggul, hal yang tidak kalah penting adalah bagaimana keistimewaan layanan yang unik dapat ditampilkan. Contoh yang baik, anda dapat simak bagaimana keistimewaan layanan yang diberikan oleh Singapore airlines. Kemudian layanan yang dapat kita catat antara lain adalah meskipun pesawat tidak atau belum penuh *sit* atau penumpangnya, tetapi kalau jadwal penerbangan sudah menunjukkan angka sama seperti angka yang tertera pada tiket semua jadwal *take-off*, maka Singapore airlines tidak pernah menunda jadwal penerbangan.

C. Identifikasi Peluang-Peluang Berkaitan Dengan Kewirausahaan.

Jenis-jenis identifikasi dan evaluasi yang harus dilakukan oleh seorang wirausahawan adalah sebagai berikut:

1. Analisis Eksternal Perusahaan

Pemahaman sifat dasar lingkungan eksternal perusahaan dengan cara memepelajari tren-tren umum dan dinamika

kompetensi. Apakah diluar perusahaan terdapat potensi-potensi peluang bisnis yang dapat diidentifikasi dengan baik. Dalam analisis SWOT umumnya dikenali O dan T untuk *Opportunities* (berbagai peluang) dan *Threats* (berbagai kendala) yang ada. Peluang dan kendala perusahaan kita dan para kompetitor juga harus dikenali.

2. Analisis Internal

Pengenalan kemampuan bersaing perusahaan, baik kelemahan-kelemahan maupun kekuatan-kekuatan perusahaan. Disamping itu, juga perlu diketahui kelemahan-kelemahan maupun kekuatan-kekuatan perusahaan pesaing terdekat, apakah perusahaan mampu menyusun strategi atas kelemahan-kelemahan maupun kekuatan-kekuatan perusahaan tersebut. Dengan mengenali lebih baik seluruh kekuatan dan kelemahan perusahaan diharapkan perusahaan mampu menangkap peluang secara strategis.

D. Model Keunggulan Bersaing

Untuk mencapai keunggulan bersaing, tahapan yang perlu dilakukan adalah:

1. Penilaian lingkungan (Internal dan Eksternal) dilakukan dengan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*). Analisis SWOT terhadap usaha kita maupun perusahaan kompetitor kita.
2. Penilaian organisasi, apakah secara organisatoris perusahaan mampu keunggulan bersaing.
3. Strategi berbasis biaya, mengupayakan agar setiap produk dan atau jasa dapat diproduksi dengan biaya seefisien mungkin, sehingga dalam penetapan harga produk/jasa dapat bersaing dengan produk para pesaing terdekat.
4. Strategi berbasis diferensiasi, mengupayakan agar perusahaan mampu menghasilkan berbagai diferensiasi. Misalnya, berbagai produk maupun jasa bisa dihasilkan, bisa diferensiasi harga, diferensiasi pelayanan dan lain-lain.
5. Hasil-hasil atas itu semua yang diharapkan adalah (a)laba perusahaan dapat tercapai sesuai yang direncanakan,(b)pangsa

pasar meningkat. (c) kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan, dan (d) kelangsungan hidup perusahaan dapat berlanjut.

BAB VI WIRUSAHA DALAM PERSPEKTIF ISLAM

A. Anjuran Islam Tentang Usaha

Dalam Islam, melakukan usaha atau berbisnis adalah hal yang tentu dihalalkan. Kita dapat melihat diantara sahabat-sahabat Nabi banyak sekali yang aktifitasnya dalam dunia usaha. Untuk diketahui bahwa di zaman dulu merupakan para pengusaha sukses dan memiliki sumber modal yang sangat besar. Manusia diciptakan oleh Allah sejatinya adalah untuk menjadi seorang khalifah fil Ard di muka bumi. Dalam menjalankan hal tersebut tentu saja membutuhkan usaha yang keras dari manusia. Usaha tersebut tentu dalam hal mengelola apa yang telah Allah titipkan. Usaha di zaman saat ini biasa disebut dengan berbisnis atau berwirausaha.

لَهُ مَعْقِبَتٍ مِّنَ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ
"Baginya (manusia) 'ada mālāikat-mālāikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia." (Al-Ra'd:11).

Dalam surat yang lain Allah Swt menjelaskan firmanNya:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَبِهُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ
"Apabila shalat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung." (Al-Jumuah:10)

Dalam ayat di atas juga ditunjukkan bahwa setelah manusia melaksanakan shalat hendaknya mencari karunia Allah. Tentu

saja mencari karunia tersebut berarti manusia harus berusaha. Karunia dan rezeki dari Allah tidaklah datang dan turun begitu saja. Allah telah memberikan nikmat berupa panca indera, fisik, akal, dan lain sebagainya untuk dapat dioptimalkan oleh manusia sebaik-baiknya. Dengan melakukan usaha dengan sebaik-baiknya maka Allah pun akan memberikan rezeki dan karunia tersebut. Hal ini tidak akan datang kepada manusia yang berdiam diri saja tanpa melakukan apapun.

Dengan memperhatikan berbagai aspek yang dituntut oleh Islam. Karenanya Islam menegaskan nilai-nilai keluhuran ilahiah sebagai landasan dalam praktek bisnis bagi pelaku bisnis muslim. Namun demikian, tidak sedikit pelaku bisnis yang cenderung mempraktikkan bisnis yang merugikan bagi orang lain bahkan terhadap lingkungan. Penelitian ini mengangkat dua permasalahan. *Pertama*, bagaimana prinsip dasar praktik bisnis dalam Islam? *Kedua*, apakah kerangka dasar prinsip tersebut dalam Islam? Penelitian ini mengulas prinsip dalam praktik bisnis ditinjau dari perspektif Islam secara deskriptif kualitatif dengan pendekatan normatif dan merujuk pada sumber data sekunder. Penelitian ini menyimpulkan, pertama, nilai-nilai moral seperti keadilan, kejujuran, amanah, profesionalisme, transparan, dapat dipercaya, jauh dari hal yang haram dan kezaliman merupakan prinsip dasar dalam praktik bisnis bagi pelaku usaha muslim. *Kedua*, prinsip-prinsip tersebut bersumber pada al- Qurâan dan Sunnah yang dibingkai dalam kerangka Akidah, Ibadah dan Akhlak.

B. Usaha Dalam Islam

Memulai usaha tentu saja menjadi perkara yang sulit jika manusia memikirkan kesulitan tersebut tanpa solusi. Namun, tentu saja hal ini menjadi mudah jika memang sudah bertekad dan memiliki tujuan yang kongkrit. Untuk itu, memulai usaha berada di titik-nol, maka manusia harus bergerak dan maju untuk bisa menuai hasilnya.

Pernyataan dan perkataan seorang muslim mestilah diralisasikan dalam pelbagai bentuk, apakah pekerjaan dan aktifitasnya yang lain, yang sesuai dengan jalur dan aturan Allah

SwT dan termasuklah didalamnya dalam hal usaha. Jangan sampai tidak bersesuaian antara ucapan, perkataan dengan perbuatannya.

Allah Swt menjelaskan dalam firmanNya:

سَابِقًا الذِّبْنَ: اٰمَنَّا لَمْ تَقُولُوْا مَا لَا تَفْعَلُوْنَ. كَذٰبًا مَّقْتَدٰتِ الْاَلٰهٖ اِنْ تَقُوْلُوْا مَا لَا تَفْعَلُوْنَ. الصَّف

“Hai orang-orang yang beriman, mengapa kamu mengatakan apa yang tidak kamu perbuat ? Amat besar kebencian di sisi Allah bahwa kamu mengatakan apa-apa yang tiada kamu kerjakan.” (Ash-Shaff : 2 – 3)

Berikut adalah hal-hal yang perlu diperhatikan ketika umat islam akan memulai usaha:

1. Meluruskan Niat

Niat adalah awal dari segala hal. Niat yang baik akan membuatkan hasil yang baik. Niat yang buruk maka hasilnya pun pasti akan buruk. Untuk itu, dalam islam niat adalah awal dari segala aktivitas. Termasuk dalam ibadah pun niat adalah yang mengawalinya.

Untuk itu, ketika akan memulai usaha maka luruskanlah dulu niat yang kita miliki juga sesuai dengan Prinsip-prinsip Ekonomi Islam dan Tujuan Ekonomi Islam.. Niat usaha sebaiknya karena memang ingin mendapatkan rezeki yang halal dan jauh dari dana yang haram atau proses yang haram. Niat karena Allah, mencari rezeki yang halal, dan memberikan manfaat yang banyak adalah hal yang harus dimiliki oleh umat muslim ketika akan memulai sebuah usaha.

2. Membulatkan Tekad

Kebulatan tekad adalah benar-benar menguatkan diri atas niat yang dimiliki. Niat saja tidak cukup, maka butuh tekad untuk bisa memulai dan bergerak. Dengan adanya tekad yang kuat maka segala tantangan dan hambatan apapun akan diterjang. Tekad dalam sebuah usaha tentu berusaha untuk dapat menghasilkan keuntungan yang halal namun tidak meninggalkan prinsip-prinsip islam di dalamnya. Untuk itulah, kebulatan tekad sangat dibutuhkan dalam memulai usaha.

Selain itu, tekad juga harus sesuai dengan Transaksi Ekonomi dalam Islam, Ekonomi Dalam Islam, dan Hukum Ekonomi Syariah Menurut Islam.

3. Mencari Produk atau Usaha yang Jelas Kehalalannya

Untuk memulai sebuah usaha menurut islam juga dibutuhkan pengetahuan tentang halal haramnya suatu usaha dan produk atau layanan yang akan dijual. Usaha yang halal tentu berasal dari jasa atau produk yang hendak di jual apakah sesuai dengan islam atau tidak. Produk yang halal tentu saja jauh dari makanan yang diharamkan islam seperti babi, atau hewan haram lainnya, minuman yang berakohol, narkoba dan juga jasa yang mendekati judi atau usaha yang sangat spekulasi, dan riba. Macam-macam Riba, Hak dan Kewajiban dalam Islam, Fiqih Muamalah Jual Beli, dan Jual Beli Kredit Dalam Islam juga perlu diketahui oleh umat islam agar sesuai dengan prinsip kehalalan dan syariah islam.

4. Mencari Partner yang Satu Visi

Dalam memulai usaha hendaknya juga memiliki partner yang dapat sesuai dengan visi atau tujuan yang kita capai. Usaha terkadang bisa gagal karena partner yang kurang sesuai dengan kebutuhan usaha. Untuk itu, partner yang memiliki tujuan yang sama adalah hal yang harus dipersiapkan dan dicari sejak akan memulai sebuah usaha. Diskusi dan membangun kesepakatan adalah hal penting yang harus dilakukan.

Visi ini tentu saja tidak boleh bertentangan dengan Tujuan Penciptaan Manusia, Proses Penciptaan Manusia , Hakikat Penciptaan Manusia , Konsep Manusia dalam Islam, dan Hakikat Manusia Menurut Islam sesuai dengan fungsi agama.

5. Menentukan Strategi yang Tepat

Ketika memulai usaha, tentukan pula strategi yang tepat. Dalam islam tentu saja strategi ini harus dibuat dengan cara yang fair dan tidak merusak kepentingan orang lain. Kompetisi yang sehat juga harus dilakukan oleh seorang muslim, bukan

justru menjatuhkan dan mencari jalan jalan yang licik dalam kompetisi suatu usaha.

C. Memaknai Dunia Usaha Bagi Muslim

Wirausaha berarti seseorang yang mempunyai kemauan yang besar dalam melakukan tindakan dan perbuatan yang bermanfaat sehingga dapat dijadikan teladan. Kewirausahaan pada hakikatnya adalah ciri, sifat dan watak seseorang yang memiliki kemauan. Seorang wirausahawan bukan hanya dapat berencana saja, berkata kata tetapi juga harus berbuat, dan merealisasikan rencana rencana yang ada dalam pikirannya dengan suatu tindakan yang mempunyai tujuan untuk meraih kesuksesan. Karena itu, dibutuhkan kreatifitas serta inovasi dalam melakukan sesuatu atau usaha tersebut. Wirausahawan mempunyai kemampuan untuk berdiri sendiri, berdaulat dan mempunyai jiwa yang selalu aktif untuk mengejar peluang peluang yang ada. Seorang wirausahawan harus memiliki kualitas pribadi yang menonjol yang dapat dilihat dari sikap dan perilaku orang tersebut yang mendasarinya. Wirausahawan yang sukses harus orang yang mampu melihat pandangan ke depan, berfikir dengan pertimbangan yang matang dan dapat mencapai pilihan alternatif solusi yang baik untuk masalah yang dihadapi. Wirausahawan juga harus memiliki pribadi yang baik yaitu seperti menginginkan perubahan, yang berfikir kritis dan tidak cepat puas dengan apa yang ia dapatkan, karena dia harus terus bekerja.

Dalam kaitan ini disebutkan dalam firman Allah Swt:

ان الله امنوا و عملوا الصلحت انا لا نضع اجر من احسن عملا
“*Sungguh, mereka yang beriman dan mengerjakan kebajikan, Kami benar-benar tidak akan menyia-nyikan pahala orang yang mengerjakan perbuatan yang baik itu.*” (Al-Kahfi: 30).

Kewirausahaan sendiri mempunyai tujuan dasar yaitu memenuhi kebutuhan hidup kita dan keluarga. Sedangkan bagi seorang muslim, berwirausaha merupakan bentuk mengerahkan atau menampakkan dirinya sebagai hamba Allah serta menempatkan dirinya sebagai bagian dari masyarakat. Pada dasarnya dengan bekerja kita memanusiasiakan diri karena bekerja

mempunyai tujuan tertentu untuk memenuhi kebutuhan rohani maupun jasmani. Dan dengan mencapai tujuan tersebut dia berupaya untuk bersungguh sungguh sebagai bukti pengabdian dirinya kepada Allah.

Allah memerintahkan seluruh umat islam untuk bekerja dan pekerjaan tersebut senantiasa diperhatikan oleh Allah, Rasul dan umat islam. Pekerjaan yang baik akan mendapatkan dampak yang baik pula dan diapresiasi oleh penghargaan di dunia maupun juga di akhirat. Dan juga sebaliknya, pekerjaan yang buruk akan mendapatkan dampak yang buruk pula dan mendapat ancaman di dunia maupun di akhirat. Allah juga memerintahkan agar kita sebagai manusia harus bekerja dan berbuat sesuatu, tidak bermalas malasan. Tidak ada apapun yang sia sia dari semua yang dilakukan karena semua yang hasilnya baik di dunia akan baik pula hasilnya di akhirat kelak. Karena itu, selama bekerja kita tidak diperbolehkan berbuat dzalim atau melakukan kecurangan kepada orang lain. Dan jika tetap melakukan kecurangan maka ia tidak akan mendapatkan keberuntungan.

Ada suatu pendapat yang menyatakan ada dasar pertimbangan yang menyatakan bahwa kegiatan ekonomi harus dilaksanakan atau dikerjakan sesuai pandangan ibadah, antara lain:

1. Akidah harus lurus, yakni kita harus berkeyakinan bahwa amalan dalam sistem sistem ekonomi dalam islam merupakan satu satunya yang mendapat ridha dari Allah.
2. Niat kita juga harus lurus, maksudnya niat yang tulus mempunyai hubungan dengan kesucian hati bahwasannya semua kegiatan termasuk kegiatan ekonomi harus diniatkan untuk dan karena Allah dan bukan bertujuan selain nya seperti bertujuan untuk pamer.
3. Melaksanakan kegiatan kerja yang sesuai dengan ajaran islam, sebagaimana ajaran islam meliputi bersikap sbar, tekun, bertanggung jawab, akhlak yang baik, bersyukur, dan jujur dengan tidak melakukan penipuan dan penindasan.
4. Hasilnya benar dan membawa manfaat untuk banyak masyarakat, maksudnya ialah hasil dari kegiatan ekonomi haruslah digunakan atau dimanfaatkan ke jalan yang benar ,

tidak melenceng dari aturan agama. Dan juga bukan hanya untuk diri sendiri hasil ini juga harus digunakan untuk orang banyak ataupun masyarakat sekitar. Seperti halnya berzakat, berinfak, wakaf, dan banyak lagi.

5. Dengan tidak meinggalkan ibadah yang wajib, dengan melakukan kegiatan ekonomi atau berwirausaha kita tidak boleh meninggalkan kewajiban kita yakni seperti shalat dan berpuasa. Kegiatan berwirausaha tidak boleh menjadi penyebab tidak dilaksanakan atau mengabaikan kewajiban kewajiban kepada Allah.

Bekerja dan berwirausah sangat dianjurkan dalam agama islam bertujuan agar melatih mandiri diri kita untuk memenuhi kebutuhan hidup masing masing. Orang yang bekerja atau berusaha akan terhindar dari sifat meminta minta karena sesungguhnya orang yang seperti itu merupakan orang yang merendahkan dirinya sendiri. Dan juga orang yang bekerja dapat mencari nafkah untuk orang orang yang menjadi tanggungannya.

Rasulullah bersabda : *"Dari Abu Hurayrah r.a., katanya: aku mendengar Rasulullah SAW bersabda, "hendaklah seseorang diantara kalian pergi pagi pagi mencari kayu dan dipikul diatas punggungnya kemudian (menjualnya) lalu bersedekah dengannya serta tidak butuh pada pemberian orang lain lebih baik baginya dari pada meminta kepada orang lain dibeai atau tidak, karena sesungguhnya tangan diatas lebuah baik dari pada tangan dibawah dan mulailah dari orang yang menjadi tanggunganmu."*(HR. Muslim).

Sesuai hadis diatas ada banyak aspek yang diperoleh dari bekerja, yaitu:

1. Secara ekonomi, orang yang bekerja dapat mempunyai kekayaan dan tidak menjadi miskin tapi orang kaya secara mandiri dapat memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa meminta pada orang lain.
2. Secara sosial, orang yang mampu atau kaya dan berwirausaha kemudian peduli terhadap yang lain dengan membagi rejekinya akan medapat posisi yang tehormat di mata masyarakat sekitar sebagai orang yang baik atau dermawan.

Dan berdasarkan hadits itu, pemberi lebih baik daripada penerima.

3. Secara pribadi, orang yang bekerja atau berwirausaha akan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri atau pun keluarga dan menjadi tulang punggung sehingga keluarga tersebut dapat hidup bahagia berkat kerja keras dan usahanya.

Rasulullah menganjurkan untuk setiap orang agar bekerja atau berwirausaha sehingga dapat hidup mandiri tanpa bergantung oleh pemberian orang lain. Dengan bekerja, seseorang dapat menghasilkan peghasilan sendiri dan tidak minta kepada yang lain.

D. Keteladanan Dunia Usaha dalam Islam

Walaupun dahulu aktivitas berdagang sempat dipandang sebelah mata, namun kenyataannya sekarang banyak orang mulai tertarik menjadi entrepreneur dan membuka usaha dagang. Dalam islam sendiri, berdagang atau berwirausaha dianggap sebagai salah satu pekerjaan yang mulia, bahkan mempermudah datangnya rezeki Allah Swt. Sebagaimana dijelaskan dalam suatu hadits terkemuka yang berbunyi, Rasul kita, Nabi Muhammad SAW juga seorang pedagang sejati. Disebutkan dalam sejarah bahwa beliau memulai bisnisnya sejak berusia 12 tahun. Beliau dikenal sebagai pedagang yang jujur, ramah bahkan sukses. Kesuksesan nabi Muhammad SAW dalam berwirausaha tidak hanya sekedar dalam hal materi saja. Tapi juga keberkahan rezeki yang diperoleh serta memupuk tali persaudaraan antar muslim (dalam artian memperbanyak partner kerja atau kenalan-kenalan baru).

Dasar utama Rasulullah SAW berdagang yakni atas niat karena Allah, lillahi Ta'ala. Bukan untuk memupuk harta, mencari keuntungan sebanyak-banyaknya ataupun untuk memikat wanita. Tidak sama sekali! Awal Beliau memulai berdagang, saat itu usianya masih 12 tahun. Rasul berdagang dengan mengikuti pamannya, Abdul Munthalib hingga ke negeri Syam (Suriah). Ketika usianya menginjak 15-17 tahun, Rasul telah berdagang secara mandiri. Beliau berhasil memperluas bisnisnya hingga ke 17 negara. Sampai-sampai Beliau disebut sebagai khalifah

(pemimpin) dagang dan hingga pada akhirnya kecakapannya dalam berdagang mengundang perhatian janda Kaya raya berna Siti Khadijah. Beliau pun menikahi Khadijah dan usaha dagangannya menjadi semakin sukses. Ya, itulah buah dari sebuah niat yang tulus. Segala sesuatu yang diniatkan untuk mencari ridho Allah, pasti akan memudahkannya.

Allah Swt berfirman :

يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ، هُمْ بِالْحَسَنَاتِ وَالسَّالِحِينَ
وَأُولَئِكَ مِنَ الصَّالِحِينَ

“Mereka beriman kepada Allah dan hari akhir, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar dan bersegera (mengerjakan) berbagai kebajikan. Mereka termasuk orang-orang saleh.” (Ali Imran: 114)

Kemudian diantara sahabat-sahabat Nabi yang juga populer dalam berbisnis beliau adalah Ustman bin Affan. Ustman bin Affan adalah salah satu sahabat Nabi yang berwirausaha. Ustman bin Affan adalah saudagar kaya yang memiliki banyak harta namun memberikan banyak manfaat kepada ummat islam dari hartanya tersebut. Loyalitas Ustman tentu tidak membuat turun walaupun ia memiliki harta yang banyak. Usaha yang dilakukan Ustman menghasilkan modal dan banyak rezeki membuat semakin terpacunya ia untuk mengeluarkan hartanya lebih besar dan diinfak-kan di jalan Allah. Tentu saja ada sangat banyak kontribusi Ustman Bin Affan seorang pengusaha ini. Salah satunya adalah Sumur Raumah yang diwakafkannya kepada umat. Tidak hitung-hitungan Ustman menggratiskan pemakaian sumur tersebut kepada umat islam. Padahal 100% uang yang digunakan adalah uang ia sendiri dan dari hasil usahanya sendiri. Tentu saja hal ini sangat sesuai dengan usaha menurut islam. Usaha menurut islam yang ideal adalah sebagaimana yang dilakukan oleh para Sahabat-Sahabat terdahulu. Usaha mereka tidak membaut mereka jauh dari islam, sosial, dan misi keakhiratan.

BAB VII PENUTUP

A. Kesimpulan

Pengertian manajemen sendiri adalah proses perencanaan pengorganisasian, kepemimpinan dan pengawasan terhadap upaya – upaya yang dilakukan anggota organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan organisasi. Kewirahusahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang lain dengan menggunakan waktu dan kegiatan disertai modal dan resiko serta menerima balas jasa dan kepuasan serta kebebasan pribadi. Kewirahusahaan, yaitu kemampuan melihat dan menilai kesempatan – kesempatan (peluang) bisnis serta kemampuan mengoptimalkan sumberdaya dan mengambil tindakan serta bermotifasi tinggi dalam mengambil resiko dalam rangka mensukseskan bisnisnya.

Jenis – jenis Fungsi manajemen:

1. Fungsi Perencanaan (*Planning*)
2. Fungsi Pengarahan (*Actuating*)
3. Pengendalian atau pengawasan (*Controlling*)

Manajemen kewirahusahaan menyangkut semua kekuatan perusahaan yang mejamin bahwa usahanya betul – betul eksis. Seseorang wirahusaha harus memiliki empat kompetensi, diantaranya:

1. Fokus pada pasar, bukan teknologi
2. Buat ramalan pedanaan untuk menghindari tidak terbiayainnya perusahaan
3. Beri peran tertentu, khusus bagi wirausaha penemu.

Seorang perempuan ingin membuka baby spa, dalam setiap usaha ada beberapa yang harus difikirkan ntk membuat baby spa, seperti bagaimana cara mencapainya, butuh berapa lama kebutuhan waktu untuk mengerjakannya, siapa saja yang bisa menjadi kariyawan.

Jenis fungsi manajemen apa pada kasus tersebut ?
Organizing, Actuating, Planning, Controlling.

Seorang perempuan mempunyai usaha klinik ibu dan anak, dalam setiap bulannya dia lakukan perhitungan pendapatan yang didapat.

Manajemen kewirausahaan apa pada kasus diatas?:
Pemasaran, Keuangan, Organisasi dan Perencanaan

Seorang perempuan mempunyai usaha baru yaitu salon maternal, untuk memperbanyak pelanggan maka dilakukan penyebaran brosur, poster, koran, radio agar dikenal oleh masyarakat luas.

Manajemen kewirausahaan apa pada kasus diatas ?

1. Pemasaran
2. Controlling
3. Pengelolaan keuangan
4. Pengarahan

B. Saran

Dari sepanjang uraian dan penjelasan yang telah disampaikan diatas, tentu banyak sekali hal-hal yang harus diperbaiki dan dilengkapi. Untuk itu kepada semuanya diharapkan agar dapat memberikan saran-saran yang sifatnya konstruktif demi untuk perbaikan-perbaikan yang diperlukan.

Dari koreksi yang dilakukan, demi untuk kesempurnaan tulisannya, tentu kami mengucapkan banyak terimakasih, semoga buku bahan ajar ini dapat memberi manfaat bagi mahasiswa yang memerlukannya.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran al-Karim

Aep Kusnawan dan Aep Sy. Firdaus, (2009), *Manajemen Pelatihan Dakwah*, Jakarta, Rineka Cipta, cet. 1

Buchari Alma. (2006). *Kewirausahaan*. Edisi kesepuluh. Bandung: Alfabeta Diana, Ilfi nur. 2012. *Hadist Hadist Ekonomi*. Malang: UIN Maliki Press.

Geoffrey G. Meredith dkk. (1996) *Kewirausahaan, Teori dan Praktek*. Edisi kelima. Jakarta: PT Pustaka Binaman

Justin G. Longenecker dkk. (2001). *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: PT. Salemba Emban

Rusman Hakim. (1998). *Kiat Sukses Berwiraswasta*. Edisi Kedua. Jakarta: PT Elex Media Media

Yoyon Bachtiar Irianto, (2012), *Kepemimpinan dan Kewirausahaan*, Direktorat Jenderal Pendidikan Islam, Kementerian Agama RI,

Akases Internet:

[https://www.akseleran.co.id/blog/analisis-peluang-usaha/diakses-tanggal 24 juli 2020](https://www.akseleran.co.id/blog/analisis-peluang-usaha/diakses-tanggal-24-juli-2020)

[https://duwitmu.com/usaha/cara-memulai-usaha-sendiri/amp/diakses tanggal 24 juli 2020](https://duwitmu.com/usaha/cara-memulai-usaha-sendiri/amp/diakses-tanggal-24-juli-2020)

[https://duwitmu.com/usaha/kiat-memulai-usaha-produk/diakses tanggal 24 juli 2020](https://duwitmu.com/usaha/kiat-memulai-usaha-produk/diakses-tanggal-24-juli-2020)

<https://www.kompasiana.com/galuhnanda1171/5b383925cf01b4612945b832/membangun-bisnis-yang-beretika> diakses tanggal 24 juli 2020

<https://www.maxmanroe.com/10-etika-dalam-berbisnis-sudahkah-anda-memilikinya.html>, diakses tanggal 24 juli 2020

<http://kamiluszaman.blogspot.com/2014/11/strategi-mencapai-keunggulan-bersaing.html>, diakses tanggal 24 juli 2020

<https://dalamislam.com/info-islami/cara-berdagang-rasulullah>, diakses tanggal 24 juli 2020