

8 DECENT WORK AND  
ECONOMIC GROWTH



17 PARTNERSHIPS  
FOR THE GOALS



# *Tanya Jawa* Manajemen Spiritual UMKM

PENULIS

Gancar C. Premananto, Masmira Kurniawati  
Sri Hartini, Ahmad Risky Sridadi, Puput Tri Komalasari  
Noorlaily Fitdiarini, Tri Siwi Agustina  
Yetty Dwi Lestari, Dien Mardiyah

EDITOR

Gancar C. Premananto, Masmira Kurniawati  
Tri Siwi Agustina, Yetty Dwi Lestari, Astandi Dinoryan

*Tanya Jawab*  
**Manajemen Spiritual**  
**UMKM**

Pasal 113 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta:

- (1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
- (2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (3) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

*Tanya Jawab*  
**Manajemen Spiritual  
UMKM**

PENULIS

Gancar C. Premananto, Masmira Kurniawati  
Sri Hartini, Ahmad Risky Sridadi, Puput Tri Komalasari  
Noorlaily Fitdiarini, Tri Siwi Agustina  
Yetty Dwi Lestari, Dien Mardiyah

EDITOR

Gancar C. Premananto, Masmira Kurniawati  
Tri Siwi Agustina, Yetty Dwi Lestari, Astandi Dinoryan



## **TANYA JAWAB MANAJEMEN SPIRITUAL UMKM**

Penulis: Gancar C. Premananto [et al.]

Editor: Gancar C. Premananto [et al.]

ISBN 978-623-6738-86-3 (PDF)

© 2023 Penerbit **Airlangga University Press**

Anggota IKAPI dan APPTI Jawa Timur

Kampus C Unair, Mulyorejo Surabaya 60115

Telp. (031) 5992246, 5992247

E-mail: adm@aup.unair.ac.id

Redaktur (Anas Abadi)

Layout (Bagus Firmansah)

Cover (Erie Febrianto)

AUP (1396/12.23)

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang.

Dilarang mengutip dan/atau memperbanyak tanpa izin tertulis dari Penerbit sebagian atau seluruhnya dalam bentuk apa pun.

# Prakata

Pertemuan awal dengan Majalah Keluarga AMAL dengan Departemen Manajemen FEB Unair terjadi di awal masa pandemik tahun 2020. Saya diminta menjadi pemateri pemasaran dalam sebuah acara dalam jaringan (daring). Hingga memunculkan usulan kerja sama mengadakan rubrik Konsultasi Manajemen Spiritual. Usulan kerja sama tersebut mengingat Departemen Manajemen memiliki banyak pakar di bidang manajemen baik bidang kewirausahaan, pemasaran, keuangan, SDM, hingga operasional. Para pakar tersebut bukan hanya memiliki pengalaman akademik, namun juga memiliki pengalaman riset dan praktis. Bahkan para dosen Manajemen FEB Unair telah memiliki sertifikasi kompetensi dalam berbagai hal khususnya bisnis yang mampu membantu untuk menyelesaikan berbagai permasalahan pada UMKM.

Permasalahan UMKM berawal pada masa pandemik yang saat itu banyak terjadi PHK hingga mengakibatkan sebagian besar karyawan perusahaan beralih untuk mencoba membangun usaha sendiri. Tidak hanya itu, banyak UMKM yang juga menghadapi kesulitan dalam mengatasi permasalahan di berbagai bidang. Situasi ini mendorong upaya peningkatan rubrik Konsultasi Manajemen Spritual, yang terus berlanjut

hingga tahun 2023. Mengingat sudah sedemikian banyak tanya jawab antara para pengusaha UMKM dengan Departemen Manajemen FEB Unair. Oleh karena itu, timbul kebutuhan untuk mendokumentasikan hasil dari aktivitas ini dalam bentuk sebuah buku, agar nantinya dapat dengan mudah diakses oleh siapapun yang membutuhkannya.

Dengan demikian kolaborasi dalam pelaksanaan *Sustainable Development Goals* untuk poin 8, yang melibatkan usaha menuju pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (*Decent Work and Economic Growth*) serta poin 17 yang mengedepankan kemitraan dalam pencapaian tujuan bersama (*Partnerships for the goals*) telah berhasil direalisasikan. Proyek penulisan buku ini menjadi bukti konkret atas komitmen ini. Selain itu, inisiatif ini juga merupakan wujud dari kegiatan *Creating Share Value* (CSV) dari Departemen Manajemen FEB Unair, dengan menghadirkan buku ini dalam format e-book yang gratis menjadikannya dapat diakses oleh semua kalangan.

Surabaya, Maret 2023  
Penyusun

# Kata Pengantar

Dengan rasa syukur, kami menyambut baik dan mengapresiasi atas terbitnya buku ini yang berjudul “Tanya Jawab Manajemen Spiritual UMKM” yang disusun oleh para pakar kewirausahaan, keuangan, SDM hingga tim riset di Departemen Manajemen FEB Unair yang digawangi oleh bapak Dr. Gancar C. Premananto, CDM., CMA., QCRO., AIBIZ., CBNLP dan kawan-kawan.

Dengan terbitnya buku ini semoga menjadi inspirasi bagi para pembaca, sebagai bahan untuk memperdalam dan memperluas pengetahuan tentang dunia kewirausahaan beserta permasalahannya dan cara mencari solusinya, mengingat buku ini disusun secara rapi dikelompokkan berdasarkan subbidangnya, sehingga mempermudah para pembaca mencari referensi jika menghadapi permasalahan serupa.

Kami haturkan terima kasih kepada para penulis buku ini, yaitu bapak Dr. Gancar C. Premananto, CDM., CMA., CBNLP, ibu Dr. Masmira Kurniawati, ibu Prof. Dr. Sri Hartini, bapak Dr. Ahmad Rizki Sridadi, ibu Dr. Puput Tri Komalarasi, SE., MSi., MM, ibu Noorlaily Fitdiarini, SE., MBA, dan ibu Dr. Tri Siwi Agustina, SE, MSi yang istiqomah

membersamai rubrik Spiritual Bisnis Majalah Amal dari tahun 2020 hingga saat ini.

Semoga buku ini menjadi amal shalih bagi para penulisnya dan menjadi wasilah sedekah jariah ilmu yang pahalanya terus mengalir hingga yaumul akhir. *Aamiin*.

Surabaya, 2 Maret 2023

Arip Imawan, SH, MH, CM, SHEL  
Pembina Yayasan Kemanusiaan Kotak Amal Indonesia

# Daftar Isi

Prakata	v	
Kata Pengantar	vii	
Daftar Isi	ix	
<b>Bab 1</b>	<b>PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
<b>Bab 2</b>	<b>MEMBERSAMAI UMKM, BERDAMAI DENGAN KRISIS &amp; VUCA</b>	<b>7</b>
<b>Bab 3</b>	<b>PERMASALAHAN MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN</b>	<b>11</b>
	Bagaimana Solusi Bisnis Fotografi dapat Bertahan di Masa Pandemi Covid-19? .....	11
	Solusi Bisnis Menjahit di Masa Pandemi .....	14
	Bagaimana Cara Mengatasi <i>Turnover</i> Karyawan yang Semakin Tinggi? .....	17
	Tips Bebas Lelah dan Stres saat Memulai Usaha.....	20
	Inilah Tips dan Peluang Bisnis Hadapi Resesi .....	23
	Peluang Bisnis Syariah bagi Pemula.....	26
	Bagaimana Bisnis Katering dapat Menyiasati Diri di Masa Pandemi Covid-19?.....	28
<b>Bab 4</b>	<b>PERMASALAHAN PEMASARAN UMKM</b>	<b>31</b>
	Begini Cara Meningkatkan Minat Pembeli dan Bersaing Sehat dengan Pesaing .....	31

Pentingnya Pemasaran dari Mulut ke Mulut atau <i>Word of Mouth</i> Wom dalam Berbisnis.....	34
Solusi Bisnis Efektif Berjualan Parfum di Masa Pandemi.....	37
Berpartner Dengan Mitra Asing, Ketahu Beberapa Hal Pertimbangannya .....	39
Begini Pertimbangan Bisnis untuk Jangkau Pasar Internasional.....	41
Menentukan Target Pasar Bagi Pemula.....	44
Begini Cara Atasi Penjualan yang Menurun .....	48
Tips Mempertahankan Pelanggan Loyal dan Mencari Konsumen Baru .....	52
Optimalkan <i>Website</i> dalam Meningkatkan Penjualan Online .....	55
<b>Bab 5 PERMASALAHAN SDM UMKM</b> .....	<b>59</b>
Begini Ide Usaha Bagi Ibu Rumah Tangga yang Memiliki Anak.....	59
Solusi Bisnis Angkringan di Masa Pandemi Covid-19 saat ini .....	62
Beragam Jenis Akad di dalam Ekonomi Syariah .....	65
<b>Bab 6 PERMASALAHAN KEUANGAN UMKM</b> .....	<b>69</b>
Apakah Berbagi Hanya bagi Usaha yang Sudah Besar? Bagaimana dengan Perusahaan Kecil? .....	69
Memahami Kaidah Pendanaan Agar tak Terjerumus Pinjaman <i>Online</i> Ilegal.....	72
Memulai Bisnis dengan Modal Sedikit, Bolehkah Berutang? .....	74
Ketahui Cara Memulai Bisnis dengan Modal Minim.....	77
Mengelola Keuangan Ketika Memiliki Dana Lebih untuk Kebutuhan Mendatang .....	79
Hukum Bisnis <i>Trading</i> dalam Islam .....	81
Ketahui Empat Kategori Berdasarkan Kecerdasan Finansial tiap Orang .....	83
<b>Bab 7 PERMASALAHAN OPERASIONAL &amp; RANTAI PASOK</b> .....	<b>87</b>
Tips Menghadapi Tengkulak.....	87
Penutup	91
Daftar Pustaka	95
Profil Penulis	97

# Bab 1

## Pendahuluan

Gancar C. Premananto & Masmira Kurniawati

### **Wirausaha adalah Sajadah Panjang**

*“Ada sajadah panjang terbentang  
Dari kaki buaian, hingga ke tepi kuburan hamba  
Kuburan hamba bila mati...”*

*Reff:*

*Mencari rezeki, mencari ilmu  
Mengukur jalanan seharian,  
Begitu terdengar suara adzan  
Kembali tersungkur hamba..”*

Potongan lirik di atas merupakan petikan dari lagu “Sajadah Panjang” yang dinyanyikan oleh Bimbo. Lagu ini diciptakan tahun 1984, dari puisi karya Taufik Ismail, dan telah beberapa kali dinyanyikan ulang oleh beberapa band ternama seperti Gigi, Noah, maupun Yovie & Nuno. Liriknya mengandung keindahan dan inti pesan yang menyampaikan bahwa hidup adalah perjalanan ibadah hingga akhir hayat. Dan berwirausaha merupakan salah satu bentuk ibadah untuk memenuhi kemaslahatan hidup.

## Semua Nabi Memiliki Pekerjaan

Di samping melaksanakan tugas-tugas sebagai penyampai pesan ketauhidan, kebenaran, dan kebaikan, para nabi juga menjalankan usaha untuk memenuhi kebutuhan dirinya. Bahkan mereka dilarang meminta imbalan atas upaya dakwah yang mereka lakukan, seperti yang tercantum dalam QS Shod: 86, QS Asy Syu'ara (26): 145, 164 dan 180, QS Hud (11): 29 dan 51, QS Asy Syuro: 23. QS Al An'am (6): 90, QS Yunus (10): 72, QS Yusuf (12): 104, QS Al Furqon (25): 57.

Dalam kisah-kisah di Al-Qur'an, para nabi memiliki kompetensi yang luar biasa dalam menjalani kehidupannya mencari rezeki, seperti antara lain;

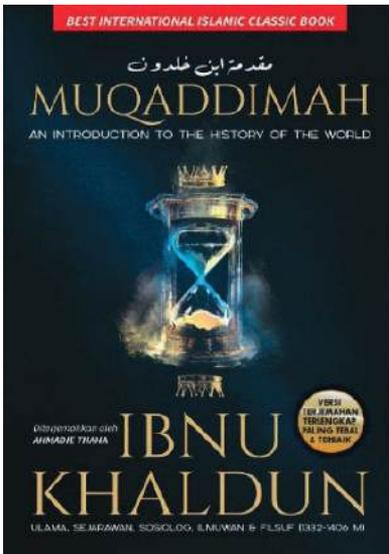
1. Nabi Muhammad saw. adalah pedagang yang juga melakukan perdagangan internasional (berbagai kota dan negara seperti Syam, Yordania, Bahrain, Busra, Irak, Yaman, dll telah dijadikan pasar).
2. Nabi Nuh as. sebagai tukang kayu hebat, yang bahkan mampu membuat kapal besar dan canggih tanpa adanya benchmark (QS Hud (11): 37).
3. Nabi Daud as. sebagai pandai besi yang mampu membuat baju besi dengan metode anyaman untuk peperangan (QS Al Anbiya (21): 80, QS Saba (34): 10-11).
4. Nabi Musa as. sebagai penggembala kambing yang kuat (QS Taha (20): 18).

Agama Islam masuk ke Indonesia pun dipercaya karena aktivitas perdagangan untuk mencari rempah-rempah. Pedagang-pedagang dari Arab, India, dan Cina datang ke Indonesia untuk menjual komoditas dari wilayah mereka sekaligus mencari rempah-rempah untuk dijual kembali. Perlu ditekankan bahwa kedatangan mereka bukanlah dengan niat untuk menguasai rempah-rempah dan sumber daya amal lain sebagaimana yang dilakukan oleh negara-negara Eropa yang melakukan aktivitas imperialisme ke negara-negara Asia, melalui penjajahan dan pendudukan.

Lebih lanjut, di dalam menjalankan aktivitas dakwah di Indonesia, kita mengenal adanya Wali Songo yang dalam menjalankan dakwahnya juga memiliki aktivitas lain (Ahmad, 2021, [gramedia.com/best-seller/kisah-wali-songo/](https://www.gramedia.com/best-seller/kisah-wali-songo/)).

1. Sunan Gunung Jati atau Syarif Hidayatullah, adalah pimpinan pondok pesantren. Yang juga Pendiri kesultanan Banten.
2. Sunan Ampel atau Raden Rahmat adalah pimpinan pondok Pesantren Ampel di Surabaya. Beberapa muridnya di antaranya Sunan Giri, Sunan Bonang, dan Sunan Drajat.
3. Sunan Gresik atau Maulana Malik Ibrahim. Beliau dikenal sebagai pedagang dan tabib. Raja Brawijaya juga pernah mengangkat beliau sebagai Syahbandar atau Kepala Pelabuhan.
4. Sunan Bonang atau Syekh Maulana Makhdum Ibrahim dikenal sebagai Pangeran Majapahit yang juga sebagai pencipta gending-gending yang syariah.
5. Sunan Giri atau Raden Paku, pendiri pesantren di daerah Giri yang juga dikenal sebagai ahli tata negara.
6. Sunan Drajat atau Raden Qasim, pengembang dan pengelola daerah baru yang mampu mengubah dari hutan belantara menjadi daerah yang berkembang dan makmur.
7. Sunan Muria atau Raden Umar Said adalah juga pimpinan pondok pesantren yang juga pencipta beberapa tembang seperti Kinanthi dan Sinom.
8. Sunan Kudus atau Jafar Sadiq adalah tokoh pemerintahan di Kudus juga seorang ahli perang.
9. Sunan Kalijaga atau Raden Sahid adalah tokoh budayawan dan seniman yang menciptakan beberapa kisah pewayangan dan pencipta tembang Dandanggula. Salah satu inovasi beliau di bidang seni adalah memperkenalkan wayang kulit dari kulit kambing.

## Nilai Keberkahan Membuat Usaha



(Sumber: PEBS FEB UI)

Ibnu Khaldum dalam bukunya Muqaddimah, menyampaikan beberapa hal penting mengenai manusia dan konsep usaha, di antaranya;

1. Manusia adalah makhluk sosial dan politik. Untuk itu membangun organisasi kemasyarakatan (*ijtima' insani*) adalah sebuah keharusan. Gotong royong (*ta'awun*) merupakan cara yang harus dilakukan makhluk sosial. Manusia harus membangun networking dalam melakukan kegiatan berekonomi. Dalam berorganisasi harus ada pemimpin yang memiliki kekuasaan (*mulk*) dan dapat menggunakan akalnyanya dalam berpolitik (*siyasa*).
2. Nilai penting seorang pengusaha dapat dilihat dari konsep Roti Gandum. Dimana untuk membuat Roti Gandum terdapat proses panjang yang membutuhkan pihak-pihak lain. Kita dapat belajar bahwa ketika kita menghidupi diri dan keluarga kita sebagai pengusaha roti gandum, maka kita telah mendapatkan pahala karena menghidupi diri dan keluarganya dengan cara halal. Beberapa hadis dapat menjadi rujukan dalam hal ini,

Dari Al-Miqdam radhiyallahu ‘anhu, bahwa Rasulullah shallallahu alaihi wasallam bersabda:

مَا أَكَلَ أَحَدٌ طَعَامًا قَطُّ خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ وَإِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ دَاوُدَ عَلَيْهِ السَّلَامُ كَانَ يَأْكُلُ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ

*“Tidaklah seseorang mengonsumsi makanan yang lebih baik dari makanan yang dihasilkan dari jerih payah tangannya sendiri. Dan sesungguhnya nabi Daud ‘alaihissalam dahulu senantiasa makan dari jerih payahnya sendiri.” (HR. Bukhari, Kitab al-Buyu’, Bab Kasbir Rojuli wa ‘Amalihi Biyadihi II/730 No.2072).*

Dan di dalam riwayat lain, Nabi shallallahu alaihi wasallam bersabda:

مَا كَسَبَ الرَّجُلُ كَسْبًا أَطْيَبَ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ، وَمَا أَنْفَقَ الرَّجُلُ عَلَى نَفْسِهِ وَأَهْلِهِ وَوَلَدِهِ وَخَادِمِهِ فَهُوَ صَدَقَةٌ

*“Tidaklah seseorang memperoleh suatu penghasilan yang lebih baik dari jerih payah tangannya sendiri. Dan tidaklah seseorang menafkahi dirinya, istrinya, anaknya, dan pembantunya melainkan ia dihitung sebagai shodaqoh.” (HR. Ibnu Majah di dalam As-Sunan, Kitab At-Tijaroot Bab Al-Hatstsu ‘Ala Al-Makasibi, no.2129. al-Kanani berkata, ‘Sanadnya Hasan’, Lihat Mishbah Az-Zujajah III/5).*

Bahkan bila usahanya berkembang, dan memiliki banyak karyawan, ia akan juga mendapat pahala karena dapat memberikan penghidupan bagi karyawan dan keluarganya secara halal. Bukan hanya itu, pembuatan roti gandum membutuhkan petani gandum, peternak telur, petani tebu, pabrik tepung, pabrik gula, pabrik oven, dll, maka ia juga secara tidak langsung menghidupi sektor hulu dari usahanya. Perkembangan usahanya akan menjadi perkembangan dari industri di sektor hulu. Maka pahala seorang wirusahawan sangatlah luar biasa dalam perekonomian dan dalam perhitungan pahalanya.

Memikirkan nilai pahala yang demikian besar, maka kita dapat melihat potensi besar menjadi pengusaha adalah sekaligus menjadi potensi luar biasa untuk sebuah ibadah yang tak ada putusnya. Usaha bagaikan sajadah panjang menjadi tempat kita mendapatkan rida-Nya.



# Bab 2

## Membersamai UMKM, Berdamai dengan Krisis & Vuca

Tri Siwi Agustina

Pada suatu kesempatan bertemu dengan pelaku usaha mikro dan kecil di daerah Lamongan, setelah mengakhiri presentasi, saya mendapatkan pertanyaan menarik dari pak Bahtiar yang telah menjalankan bisnis otak-otak Bandeng khas Lamongan. Pertanyaan tersebut kurang lebih seperti ini: *“ Ibu, pada tahun 2018 saya bersama istri mencoba untuk mengolah bandeng hasil tambak saya sendiri. Alhamdulillah, dengan berbagai macam melakukan perbaikan rasa dan olahan, kami menerima banyak pesanan dan pemasaran kami sudah mulai meluas, meskipun baru di sekitar Kabupaten Lamongan saja. Namun, pada tahun 2020 yang lalu, penjualan mengalami penurunan yang luar biasa seiring dengan adanya pandemi Covid-19. Hampir 8 bulan tidak ada permintaan. Alhamdulillah masuk akhir tahun 2021 permintaan mulai ada, dan hingga saat ini (bulan Januari tahun 2023) permintaan sudah mendekati normal akan tetapi belum seperti sebelum pandemi. Sebagai orang awam, kami menyadari bahwa bisnis akan menghadapi hal-hal yang tak terduga seperti ini. Bagaimana kami menghadapi jika kondisi ini terulang kembali?”*

Pertanyaan tersebut sangat saya apresiasi, karena ibaratnya 1 pertanyaan dari peserta namun saya merasa mewakili pertanyaan semua pelaku usaha pada umumnya. Saya pun mengawali jawaban dengan

memperkenalkan VUCA (*Volatility, Uncertainty, Complexity, dan Ambiguity*) apabila peristiwa seperti pandemi Covid-19 terjadi. Sudah barang tentu, teriring harapan semoga saja pandemi Covid-19 dan berbagai penyakit tidak lagi datang menyapa seluruh negeri. (aamiin). Sayapun menyebutnya peristiwa pandemi Covid-19 sebagai sebuah “krisis”. Oleh karena itu membersamai dengan krisis, dapat dilakukan melalui berdamai dengan VUCA.

**1. Bertindak dan Berpikir Luwes untuk Mengatasi *Volatility* (Pergolakan).**

Perekonomian yang fluktuatif, disertai dengan kenaikan harga- harga berbagai bahan baku, menurunnya permintaan karena selektifnya masyarakat dalam melakukan pembelian merupakan situasi yang cukup mewakili saat Pandemi Covid-19 yang lalu. Situasi tersebutlah yang dialami oleh pak Bahtiar dan juga pelaku usaha lain dan memang sangat merisaukan. Oleh karena itu, bertindak dan berpikir luwes (fleksibilitas) merupakan upaya yang dapat dilakukan untuk beradaptasi dengan pergolakan. Sebagai pelaku usaha, sebaiknya tidak tinggal diam, tidak kaku mempertahankan cara-cara lama dan segera lakukan perubahan contohnya: mengubah bentuk otak-otak bandeng dari yang utuh 1 ekor namun dijual per potongan (*slice*) untuk menyesuaikan daya beli pembeli atau menjual dalam bentuk beku (*frozen*).

**2. Berteman dengan *Uncertainty* (Ketidakpastian)**

Untuk mencegah meluasnya penularan Covid-19, salah satu cara yang disarankan oleh banyak pihak saat pandemi kemarin adalah para pelaku usaha memindahkan cara-cara pemasarannya melalui *online* dan pembayaran pun juga sebaiknya *cashless*. Tidak semua pelaku usaha menyambut dengan baik saran tersebut karena adanya kekhawatiran beradaptasi dengan teknologi. Bayangan untuk kekhawatiran dibohongi pembeli, atau kompleksitas dalam menggunakan *platform-platform* pemasaran online menghantui pemikiran para pelaku usaha. Kekhawatiran tersebut dapat dikikis

dengan mengubah pola pikir dan tidak sendirian dalam bertindak. Pola pikir yang pertama adalah mengubah pendapat pribadi bahwa teknologi itu mahal, harus beli computer. Jawabannya tidak harus karena peralatan berteknologi yang paling umum, yaitu *smartphone* yang dimiliki dapat dimaksimalkan untuk pemasaran dan penjualan. Bahkan apabila memiliki grup percakapan dan akun *Facebook* dapat dimaksimalkan untuk mempromosikan produk.

Lalu muncul pertanyaan lanjutan, bagaimana membuat foto produk agar menarik? Bagaimana membuat kata-kata promosi penjualan yang tidak terkesan memaksa untuk membeli ? Jawabannya harus mau belajar. Syukur-syukur mau belajar secara otodidak melalui membaca, atau melihat *Youtube*, namun apabila tidak percaya diri, silakan untuk mencari komunitas (perkumpulan) dan belajar bersama. Hal tersebut dapat membantu mengurangi rasa kekhawatiran dan menghilangkan stres. Intinya jadikan teknologi sebagai sebuah sarana bukan penghambat. Teknologi justru membantu untuk membuka cakrawala berpikir tentang perkembangan jaman.

### 3. Kolaborasi untuk menghadapi *Complexity* (Kompleksitas)

Melanjutkan poin nomor 2, bahwa untuk menghadapi krisis, sebaiknya tidak sendiri, mulailah untuk membuka diri untuk berkolaborasi dengan berbagai pihak. Sekat-sekat “aku bisa mengerjakan sendiri” sebaiknya mulai dihilangkan. Mengatasi situasi krisis yang berat, tidak bisa sendiri, harus bersama-sama. Misal dengan tetangga yang memproduksi minuman herbal. Jadilah paket otak-otak bandeng dan minuman herbal. Sudah jelas gizinya dan sangat diperlukan untuk meningkatkan imunitas tubuh. Apabila ada tetangga yang sedang tertimpa pemutusan hubungan kerja namun memiliki kendaraan, tidak ada salahnya digandeng untuk berkolaborasi sebagai jasa antar produk. Lambat laun dalam lingkungan terdekat, terbentuk ekosistem ekonomi. Ada yang memproduksi, ada yang memasarkan, dan ada yang mengantar. Semua berawal dari kolaborasi.

4. ***“Sat Set Wat Wet” untuk menghalau Ambiguity (Keraguan).***

Kelincahan (*agile*) merupakan pelengkap dari 3 poin yang telah disebutkan. Istilah *“sat set wat wet”* adalah istilah yang pas untuk menggambarkan kelincahan (*agile*). Mengatasi krisis tidak akan berhasil apabila *“diam”* dan menunggu. Kelincahan dalam bentuk apa? Menghalau keraguan dengan mencari informasi dan menyaringnya. Setelah mendapatkan informasi segera menindaklanjuti. Mengapa demikian? karena dalam krisis, perubahan berlangsung sangat dinamis dan semua pihak dituntut untuk segera beradaptasi. Contohnya kelurahan mendapatkan informasi bahwa akan ada pelatihan tentang digitalisasi pemasaran besok pagi. Maka tanggapan yang mengarah pada penolakan seperti informasi yang mendadak, keraguan untuk dapat menerima materi pelatihan karena faktor usia dan lain sebagainya harus segera dihilangkan. Memanfaatkan kesempatan pengembangan diri yang diberikan oleh berbagai pihak merupakan cara untuk dapat menyiapkan diri beradaptasi dengan krisis.

Semoga jawaban dan contoh-contoh yang saya sampaikan ke Pak Bahtiar dapat diterima dan dipraktikkan, karena krisis tidak selalu dalam bentuk yang dahsyat seperti virus Covid-19. Intinya adalah semua pengusaha harus siap menghadapi perubahan. Peraturan-peraturan pemerintah juga dapat disebut sebagai pendorong terjadinya perubahan, contohnya himbauan untuk sertifikasi halal. Himbauan tersebut hendaknya ditanggapi dalam 4 poin tersebut di atas.

Semoga bermanfaat

# Bab 3

## Permasalahan Manajemen Kewirausahaan

Dr. Tri Siwi Agustina, SE, M.Si., Noorlaily Fitdiarini, SE., MBA.

### BAGAIMANA SOLUSI BISNIS FOTOGRAFI DAPAT BERTAHAN DI MASA PANDEMI COVID-19?

*“Saya Mujahid. Pak, saat ini saya melihat banyak orang terdampak dengan adanya pandemi Covid-19, tak terkecuali bisnis fotografi. Lantas bagaimana solusinya agar bisnis fotografi ini dapat bertahan di situasi yang seperti ini? Bagaimana cara agar bisnis bisa beradaptasi dengan perubahan” (Mujahid)*

Jawaban:

Bisnis fotografi sangat mengandalkan adanya *event* atau hajatan *offline*. Padahal di masa Covid-19 saat ini, *event offline* tidak diperkenankan untuk diadakan. Meski sudah memasuki Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB), tetap masih dikhawatirkan untuk ditiadakannya acara seremonial yang melibatkan fotografi. Dengan demikian, dunia fotografi menjadi salah satu bisnis yang terdampak. Ditambah lagi kamera *smartphone* sudah semakin canggih, menjadikan konsumen seringkali melakukan penghematan dengan menggunakan tenaga amatir dan kamera *smartphone*-nya sendiri untuk berfoto.

Dua hal tersebut, tentu juga disadari oleh para fotografer yang menjadikannya harus mencari area baru yang menggunakan jasa fotografi. Anda harus mampu mencari segmen pasar baru yang butuh fotografer profesional. Untuk itu harus dipahami momen-momen penting dalam kehidupan yang butuh dokumentasi apik, bukan hanya sekadar foto.



Bagaimana Tips menjalankan usaha fotografi agar tetap laris?

1. Tingkatkan kemampuan dan kompetensi profesionalitas Anda, dalam hal *editing* foto. Kemampuan mempercantik foto dan mengemas dengan menambahkan berbagai pernik-pernik, dapat menjadi penawaran khusus yang Anda berikan untuk klien.
2. Identifikasi berbagai momen kehidupan yang membutuhkan dokumentasi profesional. Temukan momen baru yang belum teridentifikasi sebelumnya atau belum banyak ditawarkan.
3. Bergabung dengan berbagai komunitas baru sebagai upaya melihat peluang dan segmen pasar baru.
4. Menyiapkan diri dan berbagai peralatan praktis untuk pemotretan di rumah. Dan siapkan protokoler kesehatan untuk memberikan rasa aman konsumen saat berkunjung ke studio kecil Anda di rumah.
5. Rajin menunjukkan profesionalitas dan kualitas fotografi di berbagai komunitas sebagai bentuk promosi yang tidak kentara (*soft promotion*).
6. Tidak pelit memberi masukan dan ilmu, sebagaimana anjuran dalam *Al-Qur'an* Surat Ali Imron ayat 134, artinya: "(yaitu) orang-orang yang menafkahkan (hartanya), baik di waktu lapang maupun sempit, dan orang-

*orang yang menahan amarahnya dan memaafkan (kesalahan) orang. Allah menyukai orang-orang yang berbuat kebajikan.”*

7. Jalin kolaborasi dengan berbagai pihak, karena kita tidak tahu rezeki datang dari mana. Contoh, jalin kolaborasi dengan RS Ibu dan Anak, untuk mengabadikan foto bayi di minggu pertamanya hadir ke dunia.

*“Masih begitu banyak hal yang bisa Anda lakukan untuk tetap berusaha. Dan hasil tidak akan mengingkari usaha dan doa yang dilakukan. Man jadda wa jada. Jangan lupa diniatkan untuk mencari rezeki yang halal bagi keluarga tercinta”*

## SOLUSI BISNIS MENJAHIT DI MASA PANDEMI

*“Saya Nining di Sidoarjo, saya buka bisnis menjahit dengan mesin jahit di rumah turun temurun dari keluarga. Sayangnya, akibat pandemi ini, saya merasa customer mulai berkurang. Apalagi saat ini, masyarakat cenderung memesan pakaian secara online, dan jarang menjahitkan baju. Jadi yang mau saya tanyakan adalah bagaimana bertahan dengan bisnis saya di bidang jahit menjahit ini Pak/Bu di situasi pandemi ini?” (Nining-Sidoarjo)*

Jawaban :

Di Era pandemi ini, memang banyak bisnis yang tidak dapat dijalankan dan bahkan harus tutup. Namun, kita tidak perlu patah semangat. Kita harus tetap berusaha agar bisnis kita tetap berjalan, apalagi kalau bisnis itu sudah berjalan lama dan memiliki banyak pelanggan tetap.

Jasa jahit adalah layanan yang masih dibutuhkan banyak orang. Saat ini pola konsumsi pasar cenderung mengarah pada personalisasi produk, dimana orang ingin tampil dengan gayanya sendiri. Selain itu juga ada orang-orang yang tidak menyukai produk pakaian jadi dan lebih suka menjahitkan pakaian dengan model yang diinginkannya. Oleh karena itu, bisnis jahit ini masih memiliki prospek yang menjanjikan.

*Tentukan spesialisasi jasa jahit pakaiannya!. Misalnya, jasa jahit pakaian kerja, pakaian pesta, atau kebaya. Karena Hal ini penting untuk membranding bisnis jahit yang anda miliki.*



Alternatif yang harus dilakukan agar jasa jahit tetap berjalan yakni pertama-tama bisa menghubungi pelanggan lama melalui *WhatsApp* atau media komunikasi lainnya, bahwa ibu masih menerima pesanan/jahitan. Untuk teknisnya, bisa ditawarkan pengambilan kain oleh kurir atau jasa

pengiriman, demikian juga dengan pengantaran baju yang sudah jadi. Kedua, untuk mendapatkan pelanggan baru, kita bisa memulai bisnis online dengan cara membuka “jasa jahit *online*” melalui media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *TikTok*. Ibu bisa mulai bisnis ini dengan menggunakan akun pribadi untuk menawarkan atau memperkenalkan jasa jahit. Hal ini bisa dimulai dengan menambah dan memperluas pertemanan di media sosial. Mulailah menyapa teman-teman di media sosial (medsos), supaya bisa meningkatkan kedekatan dan keterkaitan.

Setelah itu, tentukan spesialisasi pakaian atau produk jasa jahit. Misalnya, jasa jahit pakaian kerja, pakaian pesta, atau kebaya. Hal ini penting untuk melakukan *branding* bisnis jahit ibu. Lalu mulai mengunggah foto-foto pakaian pesanan pelanggan dan berbagai model pakaian yang mengikuti tren, sesuai dengan spesialisasi penjahit.

Ibu juga bisa menambahkan konten tentang cara pemilihan kain yang cocok untuk beberapa model. Misalnya ibu mengunggah gambar/foto gamis, lalu diberi keterangan bahan yang sebaiknya dipakai untuk model ini adalah batik katun dikombinasi dengan brokat atau bordir. Kemudian bisa ditambahkan kelebihan dari bahan tersebut untuk gamis tersebut.

Untuk jasa jahit *online*, bisa juga ditampilkan tabel ukuran standar S, M, L, XL, dan juga video tutorial tentang cara mengukur badan, apa saja bagian yang diukur. Untuk memperagakannya bisa menggunakan model atau manekin. Berbicara pesanan *online*, sebaiknya ibu memastikan dulu bahwa ukuran dan model telah disepakati oleh *customer* melalui *WhatsApp* (WA) atau media komunikasi lainnya. Kesepakatan mengenai biaya (ongkos jahit) sebaiknya dibicarakan di depan, juga kemungkinan adanya biaya tambahan yang belum bisa dihitung. Kemudian bisa minta transfer uang sebagai tanda jadi. Setelah pakaian tersebut jadi, sebaiknya difoto dulu di manekin atau digantung dengan latar belakang polos untuk diperlihatkan hasilnya kepada *customer*. Kemudian bisa minta ditransfer pelunasan biaya jahitnya *plus* ongkos kirim, lalu pakaian tersebut dikirimkan melalui kurir.

Walaupun tidak bertemu langsung dengan *customer*, pelayanan yang diberikan harus tetap memuaskan. Kalau ada yang masih belum cocok, bisa ditawarkan perbaikan. Biasanya *customer* yang puas akan menceritakan hasilnya di media sosial, demikian pula sebaliknya. Supaya bisnis jahit yang dijalankan ini lancar dan berkah, jangan lupa tetap berdoa & bersedekah. (Gth)

## BAGAIMANA CARA MENGATASI *TURNOVER* KARYAWAN YANG SEMAKIN TINGGI?

---

*“Saya mau bertanya pak/bu, bagaimana cara mengatasi turnover karyawan?”(Nani-Sidoarjo)*

Jawaban :

Senang menerima pertanyaan ini karena artinya Bu Nani sangat memperhatikan pengembangan karyawan. Turnover ini bisa menjadi masalah apabila yang keluar adalah karyawan yang penting. Pengaruh negatifnya adalah menurunnya produktivitas organisasi atau berkurangnya semangat kerja karyawan lainnya. Dan bisa menjadi salah satu indikator adanya permasalahan yang menyebabkan ketidakpuasan karyawan terhadap perusahaan.

Oleh karena itu, organisasi hendaknya mencari penyebab karyawan keluar dari organisasi.

*Menurut survei yang dilakukan oleh Mercer pada tahun 2021, kompensasi dan pengembangan karir menjadi faktor terbesar yang memotivasi karyawan untuk meninggalkan pekerjaan mereka, sementara faktor lainnya mencakup burnout dan perubahan dalam industri.*



Adapun sejumlah cara dapat diambil misalnya:

- Mengevaluasi kembali program kompensasi dan tunjangan karyawan. Misalnya kesesuaian penghasilan dengan standar upah minimum sektoral/regional atau dengan observasi penghasilan dari organisasi lain. Juga misalnya terkait penyediaan jaminan kesehatan dan ketenagakerjaan.
- Mengoptimalkan skema pengembangan karier organisasi dapat pula mengembangkan keterampilan dan kemampuan karyawan melalui pelatihan.

- Membuka peluang bekerja lebih fleksibel dalam masa pandemi ini. Misalnya metode kerja (bisa bekerja dari mana saja dan dengan cara lain yang disepakati) namun standar dan kualitas kerja tetap terjaga
- Memberi perhatian lebih atas kesehatan, dan keselamatan kerja karyawan dengan cara antara lain menyelesaikan solusi atas masalah stres, depresi, *burnout*, dan konflik antara kerja dan rumah tangga sehingga karyawan mampu lebih bertahan bekerja. Komunikasi yang baik dan teratur dengan karyawan akan membantu mengurangi permasalahan tersebut;
- Memperlakukan karyawan secara setara dan adil, karyawan yang menganggap tempat kerjanya tidak adil dan tidak setara perlakuannya akan memicu niat karyawan keluar dari organisasi.

Beberapa saran tersebut hendaknya disesuaikan dengan kondisi dan situasi tempat kerja. Dalam sebuah UMKM, dapat dimungkinkan untuk skema pengembangan karier sulit terjadi. Maka UMKM dapat memunculkan kemungkinan terjadinya pengembangan usaha yang artinya adanya kemungkinan seorang pekerja menjadi pimpinan di cabang yang baru dibuka.

Setelah semua hal dievaluasi dan ternyata tidak terjadi permasalahan dalam hal kompensasi dan pengembangan karier, dimungkinkan karyawan tersebut berhenti atau keluar karena memang ingin mengembangkan diri. Untuk itu tetap perlu dijaga hubungan baik dengan karyawan tersebut.

UMKM harus dapat membina suasana kekeluargaan yang baik, seperti halnya Nabi Muhammad saw. memperlakukan para pembantunya. Dalam beberapa hadis disampaikan bahwa Nabi Muhammad saw. mengajarkan para pimpinan untuk memberi pendidikan, makanan, pakaian yang baik, bahkan beliau tidak pernah memukul dan menegur dengan keras kepada para pembantunya.

Hal tersebut yang menjadikan Zaid ra dan Anas bin Malik ra, bersaksi atas kebaikan beliau dan bahkan lebih memilih tinggal bersama beliau

saw dibanding bersama keluarganya. Sehingga suatu ketika memang harus berpisah sekalipun karyawan kita nantinya akan selalu ingat akan kebaikan-kebaikan kita. Dan dapat terus bisa bekerja sama.

Bu Nani, dengan adanya semangat kekeluargaan tersebut, maka Bu Nani dapat melihat keluarnya karyawan dengan kaca mata yang berbeda. Bukan sebagai sesuatu yang merugikan perusahaan, namun bisa jadi malah menjadikan mitra-mitra kita bertambah di tempat lain, di mana karyawan kita bekerja atau membuat usaha. Jadi di masa mendatang 'keluarga' kita tersebut memberikan efek positif bagi perusahaan Ibu. Jadi kita mungkin malah perlu mendoakan kesuksesan mereka yang telah keluar dengan niat dan cara yang baik.

## TIPS BEBAS LELAH DAN STRES SAAT MEMULAI USAHA

---

*“Saya Lucia dari Sidoarjo. Pak, setiap kali memulai usaha pasti rasanya itu lelah banget pak, harus urusin ini dan itu, bahkan bisa sampai stres. Nah, menurut Bapak adakah beberapa tips agar terbebas dari lelah dan stres saat memulai usaha?(Lucia-Sidoarjo)*

Jawaban:

Lelah atau stres memang kerap muncul saat mulai menjalankan usaha. Maka dari itu, hal pertama yang harus dipahami adalah mengapa stres dapat terjadi? Ada dua faktor penyebab stres, yakni faktor personal dan faktor eksternal.

Faktor personal di antaranya adalah karena kepribadian seseorang yang mudah panik ketika menghadapi masalah, bisa juga karena kondisi hormon atau sakit yang diderita menyebabkan seseorang gampang mengalami stres. Sedangkan faktor eksternal adalah adanya masalah yang dihadapi, seperti faktor tekanan dari berbagai pihak yang memberikan batas waktu dan target yang harus dipenuhi. Dengan begitu, Anda akan memikirkan berbagai hal secara sendirian, baik untuk pendanaan, pembelian bahan baku, penyiapan alat-alat, tempat usaha, alat promosi, dan lain sebagainya. Belum lagi, memikirkan legalitas usaha, masalah perizinan, pajak, pendaftaran merek, sertifikasi yang diperlukan, dan lain-lain.

Selain itu, masalah keluarga juga dapat memengaruhi munculnya stres. Permasalahan di rumah dapat menyebabkan terjadi konflik yang mana yang harus didahulukan. Menjadikan adanya *family-work conflict*, yakni konflik kepentingan antara urusan rumah dan urusan kerja. Bahkan jika segala urusan kerjaan dilakukan sendiri, maka dapat menyebabkan rasa lelah. Rasa lelah dan stres dapat menyebabkan imunitas badan menjadi berkurang. Sehingga dapat menyebabkan penyakit hati maupun badan. Untuk itu, rasa lelah dan stres harus dapat diminimalisasi.

Berikut ini beberapa langkah yang dapat dilakukan untuk menghindari stres dan lelah, antara lain:

1. Basmalah. Mulailah dengan niat usaha karena Allah, dan mohon bantuan-Nya agar dimudahkan dan dilancarkan segala urusan.
2. Jadikan bisnis dari hobi atau sesuatu yang dicintai, sehingga Anda memiliki semangat. Karena melakukan sesuatu yang disukai akan menjadikan stres dan lelah tidak terasa.
3. Identifikasi pekerjaan yang harus dilakukan. Catat dan buat urutan mana dulu yang akan dikerjakan.
4. Bila memungkinkan, bagilah pekerjaan dengan orang lain, baik keluarga maupun orang dekat.
5. Rencanakan kegiatan harian, dan cari informasi secara lengkap di internet.
6. Di sela-sela aktivitas, sempatkan mengisi waktu dengan hal yang kita sukai. Bermain *game*, merajut, atau bahkan dzikir dan membaca Al-Qur'an.
7. Jangan tinggalkan sholat. Sholat akan menjadi pengalih perhatian Anda pada urusan dunia yang dikerjakan. Sehingga pikiran tidak terus-menerus ke arah usaha.
8. Syukuri rasa lelah akibat perjalanan yang dilakukan, karena rasa lelah akan diganjar runtuhnya sebagian dosa. Jadikan rasa lelah menjadi pahala tambahan dengan saling pijat antar anggota keluarga.

*“Tidaklah seorang mukmin tertimpa rasa sakit, rasa capek, kekhawatiran, sedih, atau sesuatu yang menyakiti sampai pada duri yang menusuknya. Itu semua akan menghapuskan dosa-dosanya.” (HR. Bukhari Nomor 5641 dan Muslim Nomor 2573).*

*Rasa lelah bisa jadi merupakan hal baik untuk menghapus dosa kita. sedangkan stres sering kali disebabkan oleh kurangnya kemampuan kita dalam mengelola manajemen.*



Maka dengan langkah-langkah yang Saya sampaikan, insyaallah stres akan berkurang dan mungkin menghilang. Semoga Anda dimudahkan dan dilancarkan untuk menggapai kesuksesan bisnisnya. Aamiin. (Gth)

## INILAH TIPS DAN PELUANG BISNIS HADAPI RESESI

*UMKM yang semoga dirahmati ALLAH, tentang resesi tahun 2023, kira-kira bisnis atau peluang apa yangg bisa dilakukan untuk menghadapi resesi (Diman-sidoarjo)*

Jawaban:

Secara umum, masa depan adalah sesuatu yang gaib dan penuh ketidakpastian. Tidak ada yang benar-benar mengetahui masa depan, bahkan nabi panutan kita semua, Nabi Muhammad saw tidak mengetahui apa yang akan terjadi di masa depan kecuali informasi yang diberitakan oleh Allah Swt.

Allah Swt. berfirman dalam Alquran QS Al-A'raf ayat 188, "Katakanlah (hai Muhammad), "Aku tidak berkuasa menarik kemanfaatan bagi diriku dan tidak (pula) menolak kemudaratannya kecuali yang dikehendaki Allah. Dan sekiranya aku mengetahui yang gaib, tentulah aku membuat kebajikan sebanyak-banyaknya dan aku tidak akan ditimpa kemudaratannya. Aku tidak lain hanyalah pemberi peringatan dan pembawa berita gembira bagi orang-orang yang beriman".

Apakah masa depan lebih sulit dari masa lalu yang telah kita hadapi? Tidak ada yang mengetahui secara pasti, namun bagi umat Kanjeng Nabi Muhammad saw. tidak ada kata pesimis. Optimisme harus selalu bersama para pencari kebahagiaan hidup dunia dan akhirat.

Salah satu senjata umat Islam dalam menghadapi masa depan adalah Doa. Dalam doa kita memiliki harapan dan optimisme terhadap masa depan yang lebih baik.



Oleh karena itulah setan tidak akan berhenti memberikan rasa takut, khawatir, dan pesimisme.

QS Al-Baqarah ayat 268, "Syaitan menjanjikan (menakut-nakuti) kamu dengan kemiskinan dan menyuruh kamu berbuat kejahatan (kikir); sedang Allah menjadikan untukmu ampunan daripada-Nya dan karunia. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui". Dengan kata lain, ketakutan selalu akan membayangi umat manusia di era kapanpun. Namun marilah kita lihat bahwa kita mampu menghadapi berbagai tantangan yang kita lalui di masa lalu, dan Alhamdulillah kita masih tetap bisa bertahan hidup hingga saat ini.

Namun, tidaklah cukup kita mengandalkan optimisme semata. Kanjeng Nabi Muhammad saw. mengajarkan kepada kita untuk selalu ikhtiar menghadapi masa depan kita. Seperti hadis riwayat Tirmidzi berikut: "Suatu hari Nabi Muhammad melihat seorang Badui meninggalkan untanya tanpa mengikatnya. Nabi lantas bertanya kepada orang Badui itu: 'Mengapa kamu tidak mengikat unta kamu?' Orang Badui itu menjawab: 'Saya menaruh kepercayaan pada Allah'. Nabi kemudian berkata: Ikatkan unta Anda terlebih dahulu, kemudian taruh kepercayaan Anda kepada Allah".

Menjawab bisnis apa yang bisa senantiasa bertahan di masa depan? Secara umum jawabannya adalah bisnis dalam bidang kebutuhan dasar manusia, yakni kebutuhan makanan minuman. Oleh karena di masa kapanpun dalam kondisi apapun di level apapun kita akan membutuhkan makanan dan minuman. Namun bila ditanyakan secara lebih khusus, makanan atau minuman seperti apa yang akan menjamin kesuksesan. Maka selain diperlukan pembahasan khusus untuk hal itu, juga dapat dijawab tidak ada yang bisa menjamin segala sesuatu akan menjadi sukses karena banyak faktor yang dapat menjadi kunci kesuksesan sebuah bisnis.

Selain berusaha dengan melakukan aktivitas manajemen modern dan aktivitas manajemen spiritual juga penting dipahami bahwa terkadang ada faktor rezeki yang merupakan hak prerogratif dari Allah Swt.

Maka tips kita hari ini dalam menghadapi masa depan adalah sebagai berikut:

1. Optimis.
2. Menjalankan Manajemen Modern. Baik dalam Sumber daya manusia, operasional, pemasaran, maupun keuangan.
3. Memasukkan aspek manajemen spiritual seperti niat baik dan aktivitas berbagi.

*Bismillah... semoga selalu dalam kebaikan, kesehatan, kebahagiaan.*

## PELUANG BISNIS SYARIAH BAGI PEMULA

*“Saya baru lulus kuliah dan masih belum dapat panggilan kerja. Saya mau buka usaha tapi tentang bisnis syariah. Mungkin ibu bisa membantu saya menemukan ide atau peluang bisnis syariah bagi pemula” (Intan-Sidoarjo)*

Jawaban:

Alternatif memulai usaha pada saat baru lulus kuliah dan sedang menunggu pekerjaan tergantung pada ketersediaan modal yang dimiliki, ketersediaan waktu, dan komitmen Anda. Apabila modal yang dimiliki “pas-pas” an namun Anda memiliki waktu maka Anda dapat memulai untuk menjadi memulai usaha dari hobi atau keterampilan yang Anda miliki saat ini, misal Anda memiliki keterampilan membuat kue atau masakan, anda dapat menggunakan sistem pre-order dengan pembayaran penuh di awal.

Apabila Anda memiliki modal dan waktu pun tidak terlalu cukup (misalnya waktu Anda gunakan untuk kursus untuk menambah skill dan kompetensi Anda), maka Anda dapat menjalankan bisnis sebagai perantara, seperti *reseller*, agen, maupun buka jasa titip barang karena Anda tidak perlu membeli bahan mentah, mengolahnya, hingga memasarkannya. Berikut ini beberapa jenis akad di dalam ekonomi syariah.



1. Murabahah. Akad jual beli ini menekankan mengenai harga jual dan keuntungan yang disepakati oleh para pihak, baik itu penjual atau pembeli. Selain itu, jumlah dan jenis produknya diperjelas secara

detail. Nantinya, produk akan diserahkan begitu akad jual beli diselesaikan. Untuk pihak pembeli, bisa menunaikan kewajibannya secara cicilan atau membayar tunai (Darmawati, 2018).

2. Salam yaitu akad jual beli berdasarkan cara pemesanan. Prosesnya, pembeli akan memberi uang terlebih dahulu untuk membeli barang yang spesifikasinya sudah dijelaskan secara rinci, lalu baru produk akan dikirimkan (Darmawati, 2018).
3. Istishna' yaitu mengatur transaksi produk dalam bentuk pemesanan di mana pembuatan barang akan didasari dari kriteria yang disepakati penjual dan pembeli. Dalam akad ini, proses pembayarannya juga sesuai kesepakatan dari pihak yang berakad, baik itu dibayar ketika produk dikirim atau dibayar di awal seperti akad salam (Darmawati, 2018).
4. Mudharabah. Akad ini lebih mengatur antara shahibul mal atau pemilik modal dengan mudharib-nya, atau pengelola modal. Nantinya, pengelola mudharib dan pemilik modal akan membagi hasil keuntungan dari usaha yang dilakukan. Jika ada kerugian, hanya pemilik modal yang menanggung kerugiannya (Darmawati, 2018).
5. Musyarakah. Sedikit berbeda dengan Mudharabah, akad ini dilakukan oleh dua pemilik modal atau lebih yang menghimpun modalnya untuk proyek atau usaha tertentu. Nantinya, pihak mudharib atau pengelolanya akan ditunjuk dari salah satu pemilik modal tersebut. Biasanya, akad ini dilakukan untuk proyek atau usaha dimana modalnya dibiayai sebagian oleh lembaga keuangan, dan sebagian lainnya dimodali oleh nasabah (Darmawati, 2018).

## BAGAIMANA BISNIS KATERING DAPAT MENYIASATI DIRI DI MASA PANDEMI COVID-19?

---

*“Saya Hildayati, saya mau bercerita Pak. Sudah dua tahun buka usaha katering untuk rumah tangga dan karyawan kantor, sekaligus nasi kotak untuk acara atau rapat. Kemudian saya scale up mau ke wedding juga. Sudah investasi, tapi ternyata ada pandemi. Akhirnya sejauh ini saya menyasati pendapatan dengan menjual snack secara online. Apakah ada saran ya, Pak?”(Hidayati)*

Jawaban:

Masa pandemi Covid-19, memang menjadikan banyak usaha harus aktif memutar kreativitasnya untuk tetap dapat bertahan. Industri makanan memang tetap dapat dibutuhkan di semua kondisi, namun beberapa memang harus menyesuaikan diri. Termasuk katering penyuplai aktivitas konsumsi di berbagai instansi, harus mengurangi aktivitasnya. Apalagi jika instansi yang dipasoknya harus melakukan *Work From Home* (WFH).

Berikut ini saya paparkan bagaimana bisnis katering dapat menyasati diri di masa pandemi ini.

1. Membuat *snack* lalu di jual *online* bisa jadi merupakan solusi. Selain masih bisa memanfaatkan alat-alat dan tenaga yang sudah ada, juga bisa menjadi lahan bisnis baru jika lebih diseriusi.
2. Sampaikanlah kepada pelanggan bahwa masakan Ibu dimasak dengan menerapkan protokoler kesehatan, sehingga tak hanya enak rasanya, namun juga aman. Begitu pula dalam pengemasan dan pengirimannya. Bisa juga terapkan doa bersama agar penikmat makanan diberikan kesehatan lahir batin, jauh dari penyakit. Demikian juga mengajak pelanggan mendoakan para karyawan agar tetap sehat ketika memasak.
3. Masa isolasi tidak berarti tidak melakukan apapun. Kemudian tawarkan kepada para pelanggan untuk mencobanya. Atau buatlah promosi dengan menu baru dengan harga yang lebih terjangkau.

*Gunakan waktu anda sebaik mungkin  
dengan mencoba membuat resep-resep  
baru yang halal dan sehat.*



4. Mulai bangun bank data pelanggan, dan rajin mengontak para pelanggan untuk menginformasikan masakan-masakan baru dari catering Ibu. Interaksi dengan pelanggan itu juga sangat penting.
5. Tingkatkan spiritualitas bisnis, misalnya mengajak karyawan berdoa bersama dan tak lupa tetap berbagi. Di masa sulit dan lapang, aktivitas berbagi tidak boleh dilupakan. Sebab, bisa jadi dengan berbagi menjadi penyebab turunnya rezeki yang tidak terduga.

Upaya ibu untuk *scale up* adalah semangat yang luar biasa. Ibu berani keluar dari zona nyaman dan memasuki tantangan bisnis yang lain. Walaupun untuk masa pandemi ini catering pernikahan juga harus tiarap, namun investasi Ibu *insyaallah*, tidak akan sia-sia dan akan siap ketika masanya tiba. Tetap semangat, Allah *subhanahu wa ta'ala* senantiasa memberikan semangat, dan yakinlah bahwa setelah kesulitan akan selalu ada kemudahan. (Gth)



# Bab 4

## Permasalahan Pemasaran UMKM

Prof. Dr. Sri Hartini, CMA., Dr. Gancar C. Premananto, CDM., CMA., CBNLP.,  
Dr. Masmira Kurniawati., Dr. Dien Mardiyah.

### BEGINI CARA MENINGKATKAN MINAT PEMBELI DAN BERSAING SEHAT DENGAN PESAING

*“Saya Imam di Pasuruan, kebetulan saya dan tetangga saya sama-sama berjualan bahan baku seperti beras, minyak, gula, dll. Nah bagaimana cara meningkatkan minat pembeli agar senantiasa lebih nyaman membeli di toko saya Pak? Agar saya dan tetangga saya pun dapat bersaing secara sehat” (Imam-Pasuruan)*

Jawaban:

Untuk meningkatkan minat pembeli dan bersaing dengan sehat pak Imam bisa

*Mari kenali teknik pemasaran  
8 P yaitu Product, Price, Place,  
Promotion, Place, Physical  
evidence dan Pray.*



- **Ditawarkan lengkap dan bervariasi mereknya.** Sesuai yang dibutuhkan masyarakat sekitar. Misal minyak goreng ada berbagai kemasan dan berbagai merk.
- **Price atau harga.** Tetapkan harga yang wajar sesuai dengan harga pasar. Jika konsumen membeli dalam jumlah yang banyak, atau konsumen yang sering melakukan pembelian berilah potongan harga, seperti diskon dengan pembulatan harga, misal total pembelian Rp101.000, mereka cukup membayar Rp100.000.
- **Place atau lokasi.** Kemudahan mengakses adalah penting, mempermudah pembeli untuk mengakses produk yang ditawarkan. Hal ini bisa dilakukan dengan membuat list produk dan harga (diperbarui secara periodik). Daftar tersebut dikirim ke calon pembeli dengan keterangan fasilitas produk diantar ke rumah untuk jumlah penjualan tertentu.
- **Promotion atau promosi.** Promosi ini dimaksudkan untuk menginformasikan produk yang dijual dan menarik minat pembeli. Kegiatan ini bisa dilakukan dengan membuat list produk seperti penjelasan di atas, memberikan hadiah tertentu pada pembeli yang loyal, misal pada hari raya Idulfitri dengan memberikan bingkisan/ produk tertentu sebagai hadiah
- **People atau orang.** Orang yang melayani pembeli harus ramah, jujur, dan amanah. Kejujuran adalah kunci untuk mendapatkan kepercayaan. Beri informasi yang jujur tentang produk yang anda jual, termasuk produk yang sudah mendekati *expired* harus dipisahkan dan diinformasikan ke pembeli.
- **Process atau Proses.** Proses transaksi dibuat semudah mungkin, misalnya sistem pembayaran dibuat simple, konsumen bisa membayar dengan uang cash, tapi juga bisa dengan menggunakan *mobile banking* menggunakan mesin EDC.
- **Physical evidence atau, bukti fisik.** Fasilitas fisik toko yang membuat pembeli nyaman dalam proses pembelian, seperti penataan *layout* harus menarik dan memudahkan pembeli untuk memilih barang

yang dibutuhkan.

- **Pray atau Doa.** Doa merupakan poin penting dalam kesuksesan usaha. Doa dari banyak orang bisa diawali dengan banyak berbuat kebajikan. Hal ini bisa dilakukan dengan banyak melakukan tindakan yang peduli pada masyarakat sosial. Seperti memberi sebagian produk yang kita jual untuk masyarakat setiap habis salat Jumat atau pada masyarakat sekitar yang membutuhkan.

*“Dari 8P yang telah dikemukakan di atas, agar tidak terjadi persaingan yang saling merugikan bila dagangannya sama, maka perlu dilakukan diferensiasi dari pesaing”*

Pak Imam dapat memilih dari 8P apa yang bisa dilakukan perbedaannya, apakah ada produk sembako yang tidak dijual di toko lain, misal menjual beras merah yang tidak dijual di toko sebelah, atau memberikan paket harga paket produk, dll.

Diferensiasi merupakan ajaran Nabi Muhammad saw., beliau bersabda, “Janganlah kamu menyaingi penjualan saudaramu.” (HR. Bukhari). Kreativitas untuk berbeda dari penjual lain adalah aktivitas yang terus menerus tiada henti. Selamat berkreasi dengan membedakan diri untuk berbagai elemen 8P, Pak Imam. Dan hal itu pun dapat menjadi bentuk dari “*fastabikhul khairat*” (berlomba-lomba dalam kebaikan).

## PENTINGNYA PEMASARAN DARI MULUT KE MULUT ATAU WORD OF MOUTH WOM DALAM BERBISNIS

---

*“Saya Saiful dari Sidoarjo, saya baru memulai bisnis content creator social media, tapi masih ada 3 klien, itu pun promosi kepada sesama teman yang memiliki bisnis. Selama ini saya lebih mengutamakan dari mulut ke mulut dulu Pak, nah untuk skala bisnis, pemasaran dari mulut ke mulut ini seberapa penting pak?” (Saiful-Sidoarjo)*

Jawaban:

Pak Saiful yang kreatif, terima kasih atas pertanyaannya, yang sangat menarik tentang *digital marketing* ini. Promosi dari mulut ke mulut (*Words of Mouth*) merupakan salah satu hal yang penting dalam kegiatan promosi, karena seringkali yang lebih dipercaya konsumen adalah informasi dari selain pemasar, namun dari konsumen lain. Ada anggapan semua pemasar akan selalu memuji produk mereka. “Semua kecap adalah nomer 1.” Begitu ungkapannya.

Hal itu menjadikan konsumen seringkali mencari masukan dari konsumen lain. Dan hal itu di masa digital ini terjadi dengan cara melihat hasil *rating*, *review*, dan testimoni dari orang lain terhadap produk atau jasa yang akan dibeli. Tidak peduli skala usaha dan bentuk produk kita. Kita butuh kepastian kualitas produk dari kaca mata konsumen lain.

Di masa lalu komunikasi *gethok tular* merupakan aktivitas yang sulit dikendalikan oleh pemasar. Kita sebagai pemasar atau produsen tidak dapat mengendalikan konsumen untuk membicarakan kebaikan produk kita atau tidak, bahkan lebih dimungkinkan yang dibicarakan adalah keburukan produk kita.

Namun di masa kini, kita harus mampu mengupayakan sesuatu hal baik produk dapat dibicarakan dan viral di masyarakat. Sesuatu menjadi viral dapat terjadi secara alami (*Organic WOM*) maupun dapat dikondisikan (*Amplified WOM*). WOM yang terjadi secara alami adalah apabila konsumen yang puas dan loyal, menularkan pengalamannya

secara murni tanpa campur tangan perusahaan. Namun yang lebih sering terjadi adalah konsumen menularkan ketidakpuasannya dibanding rasa puasnya.

*WOM yang terjadi secara alami adalah ketika konsumen yang puas dan loyal, menginformasikan pengalamannya secara murni ke calon konsumen lain tanpa campur tangan perusahaan.*



Beberapa tips untuk mengelola promosi *gethok tular* yang dikendalikan oleh perusahaan.

1. Cari hal menarik berkaitan dengan produk, asal-usul produk, proses pembuatan, dll.
2. Buat tim (2 atau lebih orang) yang memiliki beberapa akun sosial media. Posisikan masing-masing akun memiliki karakter yang berbeda-beda selain akun resmi (*official account*) yang dapat saling berinteraksi di sosial media masing-masing di akun resmi.
3. Kemas informasi/hal-hal menarik tentang produk, dengan judul dan foto *thumbnail* yang membuat orang penasaran membaca/melihat.
4. Sebarkan informasi di akun resmi.
5. Masing-masing akun milik tim mengomentari, membuat *review*/testimoni tentang produk.
6. Evaluasi respons dari calon konsumen lain.
7. Menstimulasi konsumen lain komentar dengan memberikan hadiah bagi komentar atau testimoni terbaik.

Menyampaikan kebaikan dan memberi saran produk kepada konsumen lain adalah termasuk bagian dari ajaran agama. *"Sebagaimana kita diajarkan untuk saling memberikan nasihat, mengingat agama adalah nasehat untuk kebaikan bersama"*.

Perusahaan juga harus membuka kesempatan bagi konsumen untuk memberi masukan bagi perusahaan secara langsung dan memberi kesempatan bahkan mendorong konsumen untuk memberikan nasihat dalam memberikan solusi bagi permasalahan konsumen lain.

## SOLUSI BISNIS EFEKTIF BERJUALAN PARFUM DI MASA PANDEMI

*“Saya Wahyuno dari Sidoarjo, saya seorang penjual parfum keliling. Sebelum pandemi saya masih bisa keliling menjual parfum. Namun setelah pandemi ini intensitas saya jualan jadi berkurang, pendapatan pun tak sebaik dulu. Saya kepikiran untuk jualan online atau buka toko offline Pak, tapi saya masih ragu. Kira-kira bagaimana solusi dari Bapak?”  
(Wahyuno-Sidoarjo)*

Jawaban:

Di masa pandemi Covid-19, untuk penjualan parfum yang menurun memang bisa dipahami. Mengingat aktivitas masyarakat lebih banyak di rumah, sedangkan penggunaan parfum biasanya digunakan saat seseorang akan berkunjung atau jalan-jalan. Dengan kondisi yang seperti ini, akan lebih baik jika Bapak Wahyuno beralih ke penjualan *online*. Saya kira langkah-langkah yang harus dilakukan pun mudah, Anda bisa mencari informasi melalui media sosial. Jelasnya, Anda harus mendaftarkan diri dulu di toko *online* dengan memasukkan data diri Anda.

Namun, jika Anda memutuskan menjual *online*, pembeli tidak dapat mencoba wangi dari parfum tersebut. Padahal produk parfum seringkali dibeli dengan mencoba wanginya terlebih dahulu. Maka pembelian lewat *online* biasanya dilakukan konsumen yang sudah tahu wanginya dan akan membeli parfum sesuai keinginannya. Sementara itu, di masa pandemi ini, saran saya agar bapak memahami kebutuhan penggunaan parfum.

*“Mencoba melakukan transaksi melalui online tentunya tidak merugikan. -hitung Anda belajar hal baru. Tetapi Anda juga perlu mencermati beberapa hal. seperti kemungkinan modus penipuan pembelian online.”*



Bagaimana cara memahami kebutuhan penggunaan parfum pada *customer*? Misalnya, beberapa kelompok masyarakat ada yang mempercayai jika aroma minyak kayu putih bermanfaat untuk menghindari efek virus ke saluran pernapasan, maka hal ini perlu dicoba diperjuangkan kepada masyarakat. Tak lupa untuk mencari pasar baru. Pengguna parfum selain untuk aktivitas berkunjung dan jalan-jalan adalah untuk dipakai saat beribadah. Anda bisa mencoba peruntungan untuk menjual parfum di sekitar tempat ibadah, yang masih sering dikunjungi orang. Bahkan Anda juga bisa menambahkan produk baru, seperti masker dengan bagian yang bisa diberi tetesan aroma kayu putih.

Anda juga bisa menambahkan produk parfum selain untuk tubuh, contohnya pelembut pakaian dengan parfum tertentu. Sehingga Anda dapat menjual produk parfum yang lengkap. Baik parfum untuk badan, maupun parfum yang dapat digunakan sebagai campuran pelembut pakaian sekaligus aroma terapi.

Dengan begitu, Anda bisa tetap berkeliling antarkampung dan kompleks perumahan sebagai wirausaha parfum untuk semua kebutuhan pewangi. Pengusaha parfum holistik, dengan tetap menerapkan protokol kesehatan yang tepat.

*Baarokallah... Semoga Allah meridhoi sebagai ikhtiar yang berkah...*

*Aamiin. (Gth)*

## BERPARTNER DENGAN MITRA ASING, KETAHUI BEBERAPA HAL PERTIMBANGANNYA

*“Baru saja saya membuka bisnis sepatu kulit produksi sendiri. Kebetulan saya sudah mulai kirim ke pelanggan di negara lain. Tapi sayangnya, hal itu kurang maksimal. Bagaimana kira-kira tips agar saya dapat berpartner dengan mitra asing?” (Rudi-Surabaya)*

Jawaban:

Dalam memulai suatu bisnis, selain menyiapkan modal, meneguhkan niat, mengatur sistem, menyiapkan produk, dan menyusun rencana usaha yang matang, memilih mitra usaha yang tepat juga merupakan kunci penting yang menentukan kesuksesan suatu bisnis. Selain dapat bersama-sama membagi modal sehingga modal yang dikeluarkan lebih ringan, mitra bisnis juga bermanfaat untuk dapat saling bertukar pikiran serta bersama-sama memaksimalkan kelebihan yang dimiliki oleh masing-masing pihak untuk memajukan bisnis tersebut.

Apabila perusahaan memutuskan untuk berpartner dengan mitra asing dalam hak distribusi, maka perusahaan perlu melakukan upaya investigasi terlebih dahulu terhadap calon mitranya.



1. Reputasi mitra. Reputasi dapat diartikan sebagai karakter umum dari sebuah objek tertentu. Penelitian dan informasi mengenai reputasi calon mitra sangat diperlukan terutama apabila perusahaan tidak familiar dengan calon mitra tersebut. Reputasi mitra diperlukan untuk menimbulkan rasa percaya pada kinerja mitra.

2. Pengalaman partner. Kondisi pasar di luar negeri sedikit banyak memiliki perbedaan dengan negara asal. Oleh karena itu, memiliki mitra dengan pengetahuan yang baik mengenai kondisi lokal akan sangat bermanfaat dalam memperlancar bisnis, sekaligus akan sangat membantu dalam menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang mungkin timbul.
3. Memanfaatkan *network*. Dengan demikian, tentu akan sangat membantu apabila (calon) mitra merupakan pihak yang telah dikenal dengan sangat baik oleh perusahaan, dan dapat membawa perusahaan ke pergaulan pemasaran internasional yang lebih luas.

*“Mendapatkan mitra yang sesuai memang tidak mudah, namun sebaiknya pilih dengan cermat agar dapat menjalankan bisnis dengan baik. Hal lain yang perlu diingat adalah Anda juga harus menjadi orang yang baik dan bertanggung jawab pula, sehingga akan makin mudah menarik orang yang berkualitas dan kredibel untuk menjadi mitra Anda”.*

## BEGINI PERTIMBANGAN BISNIS UNTUK JANGKAU PASAR INTERNASIONAL

---

*“Saya baru memulai bisnis di bidang kerajinan tangan berupa tasbih dan gelang-gelang unik. Rencananya saya ingin menjual produk saya ini pada pelanggan di negara lain. Bagaimana tips supaya saya dapat menjangkau pasar internasional, Pak?” (Intan-Sidoarjo)*

Jawaban:

Perdagangan internasional merupakan salah satu ajaran Nabi Muhammad *shallallahu ‘alaihi wa sallam*. Beliau terlahir di kalangan para pedagang global dan juga menjadi salah satu pelakunya. Hal ini digambarkan dalam Al-Qur’an Surat Al Quraisy, yang menyebut bahwa bangsa Quraisy adalah pelaku perdagangan global (Syahdanur, 2015). Rasulullah telah terlibat dalam perdagangan internasional sejak usia 17 tahun. Beliau telah memimpin sebuah ekspedisi perdagangan ke luar negeri. Dalam buku yang ditulis oleh Afzalur Rahman, disebutkan bahwa reputasi Rasulullah dalam dunia bisnis demikian bagus, sehingga dikenal luas di Yaman, Syria, Yordania, Irak, Basrah, dan kota-kota perdagangan lainnya di jazirah Arab (Syahdanur, 2015).

Dengan demikian, sebagai umatnya, seorang pengusaha muslim juga harus berani untuk masuk ke pasar internasional. Untuk itu, para pebisnis perlu mengetahui beberapa tips yang perlu diperhatikan, sebab memasarkan produk secara internasional selain menjanjikan profit yang lebih besar, juga mengandung risiko yang cukup besar yang di antaranya adalah sebagai berikut.

### **Pemilihan Negara Tujuan**

Perusahaan yang belum memiliki banyak pengalaman dalam memasarkan produknya ke luar negeri sebaiknya memilih negara tujuan yang serupa dengan negara asal, misalnya dalam hal budaya atau karakteristik

konsumennya. Konsumen negara tujuan yang memiliki karakteristik yang serupa dengan negara asal, besar kemungkinan akan merespons dengan cara yang sama terhadap produk yang ditawarkan. Disarankan juga untuk fokus ke sedikit negara asing terlebih dahulu sebelum memutuskan menjual produk ke lebih banyak negara asing.

### **Pemilihan Jenis Konsumen yang Dituju**

Perusahaan seringkali sudah memiliki jenis konsumen tertentu yang dilayani di negara asal, namun tidak menutup kemungkinan saat produk ditawarkan ke luar negeri, perusahaan memutuskan untuk melayani jenis konsumen yang berbeda. Untuk perusahaan yang belum memiliki banyak pengalaman internasional disarankan memilih jenis konsumen yang serupa dengan yang dilayani di dalam negeri agar perusahaan tidak mengeluarkan terlalu banyak sumber daya karena harus melayani dua jenis konsumen yang berbeda.

### **Penyesuaian Strategi Pemasaran**

Untuk strategi produk, karena produk yang ditawarkan merupakan kerajinan tangan yang bersifat unik, maka tidak perlu dilakukan penyesuaian besar-besaran untuk dijual ke negara asing. Namun tetap saja perubahan preferensi dan tren kekinian yang sedang terjadi perlu dipertimbangkan lebih lanjut.



Pemilihan jenis konsumen yang sebelumnya dibahas pada akhirnya akan memengaruhi strategi distribusi dan komunikasi pemasaran. Jika jenis konsumen yang dilayani dari kalangan menengah ke atas, tentu saja toko tempat menjual produknya dipilih yang sesuai dengan gaya hidup mereka. Demikian pula sebaliknya. Begitu juga dengan strategi komunikasi pemasaran, ada banyak pilihan media yang bisa digunakan dalam periklanan dan juga ada banyak pilihan promosi yang tersedia yang semuanya perlu mempertimbangkan karakteristik konsumen seperti umur, jenis kelamin, pendapatan, dan lain sebagainya.

### ***Online atau Offline?***

Dengan perkembangan teknologi seperti sekarang ini, perusahaan bisa saja menjadi pemain internasional tanpa harus memiliki bisnis fisik di luar negeri. Pemanfaatan *website* dan sosial media secara optimal akan sangat membantu dalam mengembangkan bisnis, misalnya dengan menyediakan informasi dalam dua bahasa seperti misalnya Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris, mencantumkan informasi produk secara lengkap, jelas, menarik, dan *up to date*, serta menyediakan fitur *chat* yang interaktif. (Gth)

## MENENTUKAN TARGET PASAR BAGI PEMULA

---

*“Saya Ranti di Sidoarjo, saya sedang buka usaha parcel atau hamper untuk lebaran atau kado hadiah, tapi saya bingung menentukan pasarnya pak. Mungkin bisa bantu jelaskan bagaimana baiknya pemula dalam bidang bisnis menentukan target pasarnya” (Ranti-Sidoarjo)*

Jawaban:

Berbagi hadiah adalah salah satu sunah Nabi Muhammad *Shallallahu ‘alaihi wa sallam*, sepanjang tidak dengan tujuan untuk menyuap atau memengaruhi proses pengambilan keputusan. *“Salinglah memberikan hadiah, niscaya kalian akan saling mencintai.”* (HR. Bukhari dalam kitab *“Adabul Mufrad”*). Berbagi hadiah dapat dilakukan untuk memperkuat tali silaturahmi dan berbagi kebahagiaan. Pada budaya dengan kolektivisme yang tinggi, pemberian sesuatu pada momen-momen khusus menjadi hal yang biasa. Pemberian parcel atau istilah gaulnya hamper juga diberikan untuk menyambut hari besar keagamaan seperti Lebaran, Natal, Imlek, Nyepi, Waisak, dan sebagainya. Bisnis hampers juga makin marak.

Sebagai seorang pebisnis, bisnis yang dijalankan sukses dan berkembang pesat merupakan impian. Untuk mencapai kesuksesan dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat. Bagaimana menjalankan bisnis parcel atau hamper yang sukses? Untuk dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat perlu ditentukan strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran yang tepat adalah strategi pemasaran yang sesuai dengan target pasar. Karakteristik konsumen sangatlah beragam dan membutuhkan pemahaman yang mendalam mengenai konsumen karena akan memengaruhi strategi pemasaran yang ditetapkan. Hal ini karena karakter konsumen yang berbeda akan menuntut perlakuan yang berbeda pula.

Target pasar merupakan istilah yang sangat familiar terutama di dunia bisnis. Target pasar adalah tujuan pemasaran produk. Perusahaan

harus memilih berapa banyak dan siapa yang akan dituju untuk ditawarkan produk atau layanan perusahaan. Perlu gambaran yang jelas mengenai siapa yang akan menjadi konsumen yang dituju. Mengapa perusahaan harus memilih target pasarnya?

Sumber daya perusahaan sifatnya terbatas, baik dalam hal keuangan, SDM, maupun informasi. Karena keterbatasan inilah, maka perusahaan perlu memilih konsumen mana yang akan dilayani. Hal ini akan memiliki konsekuensi dengan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang akan ditetapkan.

Sebagai langkah awal, Mbak Ranti bisa melakukan analisis SWOT (*strength-weakness-opportunity-threat*) sederhana. Dalam bahasa agama dapat kita katakan kita melakukan *Iqra'* (membaca) terhadap kondisi internal yang kita miliki dan kondisi eksternal di sekitar kita.

Untuk segi produk yang akan ditawarkan perlu dilihat dulu apa yang akan ditawarkan. Dari kondisi internal, perlu dilihat apa kekuatan yang dimiliki Mbak Ranti? Apakah punya resep istimewa untuk produk makanan/minuman? Ataukah dapat membuat kerajinan tangan yang unik? Ataukah punya koneksi produsen yang dapat memberikan harga murah?

Kalau produk kita sama dengan pesaing, apakah kita dapat membuatnya dengan kondisi yang lebih baik, menarik, namun dengan harga terjangkau? Kalau kualitas sama, tapi harga lebih mahal dari pesaing, bisa jadi sebaiknya kita mundur dulu.



Dari kondisi eksternal kita lihat bagaimana persaingan di bidang hamper ini. Ada banyak pihak yang menawarkan parcel makanan kering, biasanya ini ditawarkan oleh individu pembuat kue kering atau toko roti. Beberapa ritel modern sudah memajang sembako, produk makanan dan minuman, serta barang pecah belah.

Temannya yang jualan produk herbal juga tidak kalah menawarkan paket hamper jamu herbal. Demikian juga pembuat kerajinan tangan, dapat menawarkan hasil kerajinannya dengan disesuaikan dengan kebutuhan target pasarnya. Dengan demikian dapat dikatakan hampir semua perusahaan dan UMKM berupaya memanfaatkan momen lebaran dengan menawarkan produknya secara *bundling*/paket.

Tahap selanjutnya, setelah mengetahui produk yang akan ditawarkan sebagai parcel, maka bagi Mbak Ranti penting juga dalam memilih target pasar. Pilih yang paling dapat diakses atau ditawarkan produk yang kita buat. Coba lihat di sekitar Mbak Ranti, baik di dunia nyata maupun di dunia maya. Di dunia nyata, kita perhatikan lingkungan saudara, tetangga, kawan sekolah, dan rekan kerja. Di dunia maya kita observasi juga siapa teman kita di *Facebook*, *Instagram* dll. Dari kelompok seperti apakah mereka? Apakah mereka sesuai dengan produk kita? Siapa yang dapat kita kontak untuk produk yang kita punyai? Apakah orang yang kita tawari memang dari kelompok yang menjadi target pasar kita?

Setelah kita menentukan target pasar, maka kita lihat siapa pesaing yang melayani target pasar yang sama. Observasi apa saja yang dilakukan para pendahulu/pesaing kita tersebut. Kita perlu melakukan diferensiasi. Dalam hal ini perusahaan perlu memiliki diferensiasi yang nyata.

Parcel atau hamper seperti apa yang ditawarkan yang “BERBEDA” dengan parcel atau hamper yang ada yang membuat (calon) konsumen memilih produk perusahaan. Dalam konteks agama, Nabi Muhammad saw. mengajarkan kepada kita untuk tidak hanya sekedar ikut-ikutan atau membebek (*Imma'ah*). Namun harus memiliki diferensiasi yang jelas dibanding yang lain.

Sensitivitas Mbak Ranti diperlukan dalam hal ini. Baik dalam analisis SWOT maupun penentuan target pasarnya dan kemudian mencari sisi perbedaan dibanding produk pesaing. Setelah semuanya jelas, maka segera lakukan komunikasi pemasaran/promosi di berbagai media sosial yang dimiliki. Untuk melakukan japri, lakukan sehalus mungkin dan tidak ada kesan memaksa. Tunjukkan keunggulan dan diferensiasi produk kita dibanding hamper lainnya.

Perlu diperhatikan momen lebaran ini hanya sekali dalam setahun, perlu dipertimbangkan kesinambungan aktivitas di luar waktu lebaran. Bahwa produk hampers dari Mbak Ranti sesuai untuk aktivitas pemberian hadiah dalam kondisi apapun, seperti untuk ulang tahun, lamaran, syukuran, dan lain-lain.

*Bismillah. Tetap memohon petunjuk dari Nya agar mendapat kemampuan dan inspirasi bertransaksi yang halal.*

## BEGINI CARA ATASI PENJUALAN YANG MENURUN

---

*“Saya Irta di Sidoarjo, kan saya baru buka usaha frozen food di rumah. Awalnya ramai dan banyak pesanan tapi lama-lama menurun bahkan sehari dua hari sempat tidak laku sama sekali. Kenapa ya Bu? Mohon solusinya Bu.”(Irta-Sidoarjo)*

Jawaban:

*Bismillah*, berwirausaha sebagai produsen *frozen food* rumahan merupakan salah satu pilihan usaha yang sangat menjanjikan, mengingat perilaku konsumen Indonesia yang suka serba instan, akan tetapi sekalipun berpeluang tinggi, produsen *frozen food* juga tergolong bisnis yang banyak pesaingnya. Oleh karena itu, diperlukan kreativitas dan inovasi dari pemilik usaha agar bisnis *frozen food* tetap bertahan bahkan unggul di tengah gempuran persaingan.

### Evaluasi Konsumen

Langkah pertama adalah mengevaluasi konsumen potensial produk *frozen food* ibu, jika laris manis di awal namun berakhir pada sepihnya permintaan, jangan-jangan ibu kurang tepat membidik pasar sasaran. Kesalahan umum pelaku usaha adalah menganggap “semua kalangan” memiliki kebutuhan yang sama, padahal berbagai kalangan tentunya akan memiliki berbagai kebutuhan yang sudah pasti pemenuhannya akan berbeda-beda. Oleh karena itu, evaluasi kembali dengan menjawab pertanyaan berikut: “Siapakah orang yang memutuskan pembelian produk *frozen food* ibu?”.

Jawabannya kemungkinan besar pasti bukan anak-anak karena mereka tidak memutuskan pembelian. Orang tua atau tepatnya ibu adalah orang yang memutuskan pembelian, sekalipun kemungkinannya ada 2 yaitu ibu tersebut membelikan untuk anaknya atau ibu tersebut membeli untuk stok makanan yang disimpan di kulkas dan dapat disimpulkan

bahwa yang memutuskan pembelian bisa jadi merupakan *reseller*.

Oleh karena itu, pendekatan pemasaran baik itu promosi penjualan, pemberian harga, hingga strategi untuk membuat para ibu maupun para *reseller* untuk tidak berpaling pada produk sejenis milik pesaing hingga merekomendasikan pada orang lain pasti akan berbeda-beda.

## Lakukan Inovasi

Langkah kedua adalah lakukan inovasi. *Ibu dapat menerapkan teknik inovasi SCAMPER yaitu: Subtitution atau mengganti - Combine atau Kombinasi - Adaptation atau meniru - Modification atau modifikasi - Put in another use atau Multiguna - Elimination atau menghilangkan dan Reverse atau dibalik*, berikut uraiannya:

**Subtitution atau mengganti:** selain ayam, ikan, daging sapi, dan *seafood* bahan-bahan lain dapat digunakan sebagai alternatif produk *frozen food* contohnya tahu dan tempe, jamur tiram, donat yang terbuat dari tepung kentang atau tepung ubi.

**Combine atau kombinasi:** Apabila produk *frozen food* ibu menawarkan bermacam-macam varian, maka ibu dapat menawarkan paket keluarga isi 3 *pack* contoh: bakso ikan dory, nugget ayam original – nugget ayam wortel. Kombinasi lain ibu dapat mengombinasikan dengan produk lain misal dengan bumbu bakso instan, sambal, atau saus.

**Adaptation atau meniru.** Saat ini sedang musim orang berkirim hamper berisi kue kering atau makanan untuk turut merayakan hari-hari istimewa saudara atau kerabat. Hal tersebut dapat ditiru dengan menyediakan hamper berisi produk *frozen food*. Percantik hamper dengan kemasan rotan atau anyaman besek beri pita atau bunga kering dan kartu ucapan, jangan lupa tambahkan saus atau bumbu pelengkap.

**Modification atau modifikasi.** Modifikasi dapat dilakukan dengan memperbesar atau memperkecil ukuran nugget, sosis, bakso atau otak-otak. Tidak hanya itu saja modifikasi dapat pula dilakukan pada layanan, misal ibu berani untuk memperluas pasar sasaran hingga ke luar pulau,

konsekuensinya ibu harus menjamin pesanan tersebut aman hingga tujuan. Oleh karena itu, pilih ekspedisi terbaik yang dapat mendukung produk *frozen food* tersebut diterima oleh konsumen.

**Put in another use atau multiguna.** Anda sebagai produsen juga dapat menyampaikan pada para konsumen bahwa produk *frozen food* yang anda produksi dapat disajikan tidak hanya digoreng, namun juga dapat disajikan dalam bentuk lain misal dikukus, dibuat shabu-shabu, sate, campuran sup, campuran spaghetti, dll. Lebih baik lagi apabila diberikan pula resepnya. Untuk ini maksimalkan penggunaan *reels* atau tiktok agar lebih murah dibandingkan harus mencetak.

**Elimination atau menghilangkan.** Menghilangkan penggunaan MSG, bahan pengawet, bahan kimia tambahan, dan menyampaikan hal tersebut pada kemasan dan media promosi merupakan salah satu strategi untuk mencuri perhatian para ibu yang pastinya ingin memberikan asupan gizi terbaik bagi putra-putrinya, sekaligus hal ini dapat dijadikan sebagai pembeda diri dari produk sejenis milik pesaing maupun produksi pabrikan.

**Reverse atau dibalik,** teknik menjemput bola konsumen pun dapat pula dilakukan dengan mengikuti bazar/pameran, tempat konsumen potensial berkumpul. Hal itu dilakukan agar tidak menggantungkan sepenuhnya pada penjualan *online*.

*Produsen secara periodik harus dapat merancang strategi yang melibatkan konsumen dalam upaya berinovasi pada resep olahan.*



Selain meningkatkan kedekatan dengan konsumen, dengan hal tersebut tentu akan membuat produsen memiliki stok tambahan inovasi olahan resep yang dapat diunggah pada media sosialnya.

Tentang pandangan orang bahwa ada orang yang tidak suka pada upaya ibu untuk berusaha hingga berbuat macam-macam, hendaknya tidak diperpanjang karena itu adalah bagian dari prasangka. Sementara Allah Swt. melarang hamba-Nya yang beriman untuk berprasangka. "Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan dari prasangka, sesungguhnya sebagian prasangka itu adalah dosa..." (QS al-Hujurat:12).

Syekh Salim bin Ied al-Hilali dalam Syarah Riyadhus Shalihin, mengungkapkan, seorang hamba Allah yang beriman hendaknya menjauhkan diri dari menuduh, mengkhianati keluarga, kerabat dan orang-orang bukan pada tempatnya.

*Semangat berusaha Bu... semoga jawaban saya bermanfaat.*

## TIPS MEMPERTAHANKAN PELANGGAN LOYAL DAN Mencari KONSUMEN BARU

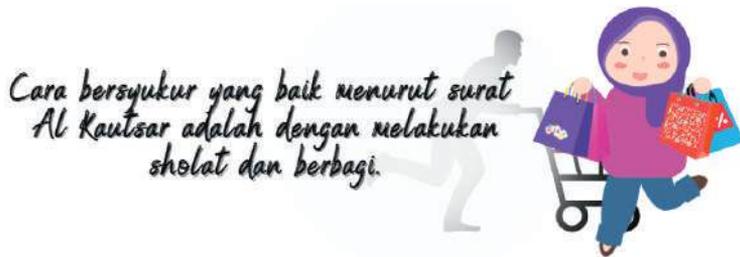
---

*“Darsono dari Sidoarjo. Sedikit cerita, selama pandemi ini saya dirumahkan sehingga tidak ada penghasilan. Kemudian saya dan istri buka usaha frozen food. Alhamdulillah berkat bantuan promosi dari teman-teman serta anak-anak lewat WhatsApp, Instagram, dan Facebook, banyak yang berminat membeli. Akan tetapi, lama-lama peminat berkurang dan hampir satu bulan tidak ada pemasukan. Menurut Bapak, apa ada yang salah dengan promosi yang saya lakukan? Mohon bantuan jawabannya Pak” (Darsono-Sidoarjo)*

Jawaban:

Pertama saya ingin menyampaikan rasa salut kepada Bapak dan Ibu yang tidak pernah berputus asa dalam menjalankan usaha. Rasa salut saya juga saya sampaikan karena Bapak telah mengikuti salah satu jejak suri tauladan Nabi Muhammad *shallallahu ‘alaihi wa sallam* menjadi seorang pengusaha.

Saya juga memberikan selamat kepada Bapak yang telah memasuki dua tahapan dari aktivitas penjualan. Tahap pertama adalah telah berhasil mendapatkan pelanggan dalam empat bulan pertama. Sebuah capaian yang harus disyukuri, sebesar atau sekecil apapun itu.



Sedangkan tahap kedua adalah aktivitas untuk mempertahankan pelanggan loyal dan mencari konsumen baru. Untuk ini ada beberapa hal yang dapat dilakukan, antara lain:

- a. Membuat bank data pelanggan yang menyimpan data diri pelanggan dan perilaku pembeliannya, baik jumlah, waktu, dan jenis produk yang dibeli. Bank data secara sederhana dapat dibuat dengan excel. Data ini akan digunakan untuk membangun hubungan dengan pelanggan. Misal memberikan harga khusus atau diskon untuk pelanggan tertentu.
- b. Membuat inovasi produk untuk diinformasikan kepada pelanggan lama. Penawaran produk yang sama terus menerus kepada pelanggan hanya menjadikan pelanggan menjadi bosan. Maka perusahaan dapat mencari inovasi produk *frozen food* baru.

Adapun untuk masuk ke pasar baru, Bapak dapat melakukan beberapa hal, yaitu:

- Meminta pelanggan lama melakukan testimoni untuk dimasukkan ke media sosial produk Anda dan pelanggan dengan memberikan barter produk. Testimoni tersebut diharapkan dapat sekaligus menjaring konsumen baru.
- Mencoba memasuki daerah baru yang belum dijajah, dengan menggunakan kerabat atau sahabat.
- Mencoba menawarkan kerja sama bisnis sebagai *reseller* yang masuk ke berbagai RT/RW. Sehingga pelanggan dapat juga mendapat manfaat keuntungan sebagai *reseller* di daerah yang berbeda.
- Masuk ke penjualan *online* mungkin bisa dicoba. Namun harus diingat upaya menjaga kualitas produk kalau produk harus dikirim ke tempat yang jauh. Untuk itu, kemasan dalam pengiriman harus benar-benar diperhatikan. Termasuk masuk ke *GrabFood* ataupun *GoFood* dapat dicoba, tapi akan lebih cocok masuk ke *GrabMart* atau *GoMart*, karena umumnya seseorang masuk ke *GrabFood* dan *GoFood* adalah untuk membeli makanan siap makan, bukan *frozen food*.
- Bisa juga melakukan bisnis lanjutan, yakni membuka *booth* makanan siap saji dari produk *frozen food* Anda. Sehingga Anda masuk ke industri lain, yaitu jajanan siap santap. Hal ini tentu dapat menambah tenaga kerja baru.

Demikian beberapa inspirasi dari Saya. Semoga Bapak senantiasa bergerak, berinovasi, dengan tetap melakukan sholat dan berbagi. *Baarakallah.* (Gth)

## OPTIMALKAN *WEBSITE* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN ONLINE

*“Saya ingin bertanya kepada Bapak, saya mempunyai bisnis online yang sampai saat ini masih saya jalankan sebatas di sosial media aja. Sebetulnya ingin sekali merambah ke website tetapi saya masih ragu seberapa penting sebetulnya website untuk jualan online saya. Selain itu saya juga ingin menanyakan apa saja manfaat yang bisa saya peroleh ketika saya memiliki website sendiri?”*

Jawaban:

Jika sampai hari ini Anda masih bertanya apa manfaat dan keuntungan memiliki *website* bagi bisnis, maka Anda termasuk orang yang ketinggalan jauh. Para pengusaha lain sudah *go online*, Anda masih berkuat pada pertanyaan apa keuntungan punya *website* dan pemasaran *online*.

Sekarang ini kita berada di era digital, berbagai keperluan manusia bisa dilakukan secara *online*. Bukan hanya pengusaha besar yang sudah *go online*, tapi juga para pengusaha UKM. Bagi para pebisnis, memiliki *website* atau *blog* bukanlah sesuatu yang luar biasa. Namun, untuk menjawab pertanyaan Anda terkait seberapa penting manfaat *website* untuk bisnis Anda. Berikut beberapa keuntungan yang bisa Anda dapatkan ketika memiliki *website* sendiri untuk menjalankan usaha bisnis *online*.

### 1. Biaya Pemasaran Lebih Rendah

Pengguna internet selalu bertambah setiap tahunnya dan ini merupakan target pasar yang sangat menjanjikan. Dengan pemasaran internet, kita bisa menjangkau target konsumen dimanapun dia berada dengan biaya yang lebih murah. Dengan adanya *website* bisnis yang menjadi representasi perusahaan, maka kita bisa melakukan pemasaran bisnis ke seluruh dunia. Anda juga bisa beriklan untuk menjangkau target audiens yang lebih tertarget sesuai bisnis Anda.

### 2. Meningkatkan Visibilitas dan *Brand Awareness*

*Website* bisnis Anda secara langsung akan meningkatkan visibilitas bisnis Anda serta meningkatkan *brand awareness* di tengah

masyarakat. Tidak butuh waktu lama untuk mendapatkannya, hanya dibutuhkan tenaga profesional melakukannya.

Masyarakat yang membaca informasi tentang sebuah produk baru (barang atau jasa) dan *brand* baru, tentunya mereka butuh waktu untuk mempelajari sampai akhirnya bisa percaya dengan *brand* tersebut. Dengan *website* yang profesional dan promosi yang tepat, tidak butuh waktu lama untuk mendapatkan kepercayaan calon konsumen.

3. Dapat Diakses Kapanpun & Dimanapun

Sebuah *website* dapat dibuka kapanpun dan dari manapun, asalkan perangkat komputer terhubung dengan internet. Dengan demikian, maka konsumen atau calon konsumen dapat melihat *brand* Anda selama 24 jam setiap hari. Di dalam *website* tersebut Anda bisa memuat berbagai informasi mengenai produk dan layanan yang Anda tawarkan, termasuk promo dan *event* yang diselenggarakan. Dengan kata lain, *website* bisa menjadi sarana informasi bagi konsumen yang dapat diakses kapan saja.

4. Meningkatkan Jumlah Penjualan

Oleh karena *website* dapat diakses kapanpun, maka peluang untuk menghasilkan penjualan pun akan semakin besar. Mereka yang tidak sempat berbelanja ke luar rumah bisa melakukan transaksi secara *online* melalui *website*. Jam kerja toko *offline* yang terbatas tidak dapat menjangkau mereka yang ingin berbelanja di jam tutup toko. Nah, melalui *website*, Anda bisa menjangkau mereka dengan menerima transaksi secara *online* dan tentu saja ini akan meningkatkan jumlah penjualan. Selain itu, Anda juga perlu mengetahui beberapa fakta mengenai *website* agar dapat mengelola situs dengan tepat.

5. Memikat perhatian pengunjung melalui desain

*Desain sebuah situs web tidak perlu bersifat kompleks. Sebuah desain yang sederhana namun dapat mempermudah penggunaan jauh lebih efektif dalam menarik perhatian pengguna.*



Para pembaca lebih menyukai *web* dengan tata letak yang sederhana, jelas, dan *scannable*. Pastikan *website* Anda memiliki halaman yang *simple*, lain daripada yang lain, tetapi tetap fokus terhadap informasi yang diberikan. Warna dari desain *web* akan membantu mencerminkan identitas dari perusahaan dan membantu memperkuat *brand*. Selain itu, gunakan *heat maps* untuk memudahkan analisis tombol atau tautan yang sering diklik oleh pengunjung.

6. Desain Web Responsif atau Desain Web Mobile

*Web responsive* dan *web mobile* adalah hal yang berbeda. Saat membuat *web mobile*, para *developer* biasanya juga membuat *web* desktop dengan yang memiliki kode berbeda agar dapat ditampilkan *multiplatform*. Untuk *web responsive*, *web* ini memiliki kode desain sama dengan *web mobile* tetapi lebih fleksibel untuk berbagai *platform*.

*Web responsive* memiliki desain yang mampu menggunakan *resource* sama tetapi dengan teknik tertentu dapat membuat tipografi, gambar, dan pilihan navigasi tampil secara maksimal. Untuk membuat *website professional* dengan kriteria yang baik, Anda dapat menggunakan jasa pembuatan *website* terbaik dan profesional. Arfadia merupakan salah satu *digital marketing* yang dapat membantu membuat *website* yang Anda butuhkan.



# Bab 5

## Permasalahan SDM UMKM

Dr. Ahmad Rizki Sridadi

### BEGINI IDE USAHA BAGI IBU RUMAH TANGGA YANG MEMILIKI ANAK

*Dulu saya kerja di perusahaan olah makanan, nah saya keluar karena harus bedrest selama hamil. Kemudian saya berencana membuka usaha Pak di rumah, yang bisa sekalian jaga anak. Apakah bapak ada saran atau tips peluang usaha di masa pandemi ini pak? (Dewi-Sidoarjo)*

Jawaban:

Bu Dewi dari Buduran, semoga sehat selalu dan diberkahi Allah *subhanahu wa ta'ala*. Banyak orang yang telah melakukan usaha dari rumah, hal ini sudah bukan hal aneh lagi, bahkan dengan menjalankan usaha dari rumah dapat menghemat biaya sewa tempat usaha. Tentu harus dapat mengelola dengan baik. Jika tidak, maka kelemahannya adalah rumah menjadi berantakan dan meminimalisasi ruang pribadi atau keluarga.

Batasan rumah sebagai tempat istirahat dan sebagai tempat usaha pun menjadi tipis. Apalagi jika diselingi dengan membaca anak kecil yang memerlukan tempat bermain dan bereksplorasi. Sehingga, ibu pun harus pintar betul membedakan waktu bekerja di rumah dan menjaga

anak. Sebelum mendiskusikan jenis usaha perlu diketahui beberapa hal, berkaitan dengan kondisi rumah, yakni;

1. Apakah rumah Anda besar atau kecil?
2. Apakah mungkin ada ruang kerja sendiri ataukah tidak?
3. Apakah lingkungan Anda tinggal mudah diakses dengan alamat yang jelas ataukah tidak? Peralnya, rumah yang sulit diakses dengan alamat yang tidak jelas akan menyulitkan proses kirim mengirim barang, baik antar, maupun jemput.

Jika ketiga hal tersebut disanggupi, maka Anda dapat memilih ide usaha yang sudah ditentukan. Namun jika belum, maka Anda dapat menemukan ide usaha dari manapun, di antaranya dari:

## Hobi/Kegemaran

*Kerjakan yang Anda cintai. atau  
cintai yang Anda kerjakan.*



Nah, hobi adalah kegemaran, maka menjadikan hobi sebagai sarana Anda mendapat pemasukan tentu suatu hal yang menarik. Bila hobi Bu Dewi memasak, jadikanlah memasak sebagai ide usaha. Demikian juga menjahit, merajut, menggambar, dan lain sebagainya.

## Relasi

Relasi yang memiliki akses produk murah tentu merupakan keberuntungan yang diberikan Allah karena tidak semua orang memiliki akses tersebut. Jadi, misalkan Bu Dewi punya kontak di perusahaan

yang lama untuk mendapatkan produk dengan harga makanan olahan murah, maka bisa jadi Bu Dewi menawarkan diri sebagai *reseller*/agen atau mungkin malah distributor tunggal daerah tertentu.

### **Produk Milik Keluarga**

Anggota keluarga punya sesuatu untuk dipasarkan. Misal ada resep keluarga, maka Anda bisa membuat warung atau resto.

### **Observasi**

Lakukan pengamatan di area sekitar rumah Anda, kira-kira apa yang belum ada. Misalkan di area rumah Anda belum ada yang berjualan nasi uduk, maka Anda bisa membuat usaha tersebut. Salah satu hal yang penting untuk dilakukan di saat pandemi ini adalah masyarakat belum terlalu tertarik pada produk-produk yang membangun gengsi atau status. Jadi lebih cenderung mengutamakan hal premier yang murah, namun bukan dengan kualitas murahan.

Tidak lupa untuk selalu melibatkan Allah *subhanahu wa ta'ala* sejak awal. Berdoa untuk diberikan ide rezeki yang tepat bagi kondisi Ibu sekeluarga. Aamiin. (Gth)

## SOLUSI BISNIS ANGKRINGAN DI MASA PANDEMI COVID-19 SAAT INI

*Saya punya usaha angkringan Pak. Sebelum pandemi alhamdulillah omsetnya lumayan. Tapi saat pandemi, omset menurun. Apalagi di masa PPKM ini, saya jadi tidak bisa buka usaha angkringan karena memang malam bukannya. Kira-kira untuk mengatasi permasalahan saya ini lebih baik saya harus bagaimana Pak? (Arif-Sidoarjo)*

Jawaban:

Masa pandemi memang menjadikan banyak usaha mengalami kemunduran bisnisnya. Termasuk usaha tempat makan, mengingat beberapa peraturan pemerintah untuk mengurangi kerumunan adalah dengan memberikan batasan jumlah pengunjung dan waktu beroperasi.

Kita ketahui bahwa dunia usaha mengalami beberapa kondisi perubahan pembatasan akibat naik turunnya penderita Covid-19. Apalagi dengan adanya pemberlakuan kebijakan dari pemerintah tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) ataupun Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Adanya perubahan faktor eksternal bisnis ini tentunya menjadi tantangan bagi para wirausaha.

*Wirausaha yang baik adalah yang siap menghadapi perubahan. Tidak hanya mampu membaca peta perubahan yang terjadi, tetapi juga mampu menangkap kemungkinan di masa depan.*



Apapun yang akan terjadi, bisnis termasuk UMKM seharusnya memikirkan Perencanaan Keberlanjutan Usahanya (*Business Continuity Plan*). Harus dipikirkan risiko apa saja yang mungkin terjadi, dan bagaimana mengatasinya. Untuk usaha angkringan Pak Arif dan yang sejenis seperti warung makan dan warung kopi, beberapa hal ini dapat dipertimbangkan.

**1. Mindset Pro-kes (protokol kesehatan)**

Pengusaha kuliner harus memahami filosofi tujuan pro-kes adalah bukan untuk menghambat usaha, namun sebaliknya, bahwa usaha harus terus berjalan dengan memperhatikan kesehatan bagi pemilik usaha, karyawan, dan konsumen. Pasalnya, biaya pengobatan dan pemulihan bila terserang Covid-19, sangat jauh lebih mahal dibanding biaya menyesuaikan diri dengan pro-kes. Apabila pemilik atau karyawan tertular, tentunya butuh biaya dan waktu perawatan. Maka menjaga prokes adalah untuk kepentingan bersama, agar kita semua terhindar dari ujian.

**2. Mengubah desain/layout bisnis**

Menambah aktivitas pemesanan melalui *online*, dapat dilakukan. Namun permasalahannya, pesan kopi dan jajanan di angkringan melalui *online* menjadi tidak menarik lagi karena ada ongkir yang harganya bisa setara dengan produk yang dijual. Beberapa restoran dan hotel mengubah *layout* aktivitas bisnisnya, bahkan mengubah sistem yang ada. Jika sebelumnya tidak melakukan *drive thru*, sekarang beberapa resto menyediakannya.

Pak Arif dapat memikirkan bagaimana desain usaha angkringannya dapat mengakomodasi pembeli untuk pesan langsung dari motor atau mobilnya. Juga dapat dimungkinkan, bila lahan yang digunakan cukup luas untuk makan dan minum dari kendaraan masing-masing.

**3. Mengubah jam operasional**

Bagaimanapun konsumen paham adanya pembatasan waktu dan jarak, karena sudah disosialisasikan oleh pemerintah. Sehingga lebih mudah bagi pelaku usaha untuk mendidik konsumennya mengikuti jam operasional yang baru, yang disesuaikan dengan peraturan pemerintah.

**4. Membina hubungan dengan pelanggan**

Bangun *bank data* pelanggan dengan membuat *WhatsApp Group* (WAG) para pelanggan sebagai dasar untuk membina hubungan sekaligus menginformasikan berbagai perubahan yang dilakukan Pak

Arif, untuk konsumen yang dekat, bahkan dapat pesan melalui WAG tersebut, sehingga tidak ada biaya pemesanan dan pengantaran. Termasuk pemesanan untuk diambil pada jam tertentu. Pak Arif juga dapat menginfokan menu-menu baru angkringan atau paket promo yang dilakukan. Misal gratis kopi *drive thru* setelah Jumatan. Intinya, tetap semangat, Allah *subhanahu wa ta'ala* tidak menciptakan perubahan untuk mempersulit hamba-Nya, namun untuk menjadi tantangan, berpikir melakukan perubahan yang lebih baik dan inovatif. Tetap semangat, *positive thinking*, dan yakin pada Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, serta jangan lupa terus berdoa dan mohon restu orang tua. (Gth)

## BERAGAM JENIS AKAD DI DALAM EKONOMI SYARIAH

---

*“Saya Intan di Sidoarjo, saya baru lulus kuliah dan masih belum dapat panggilan kerja. Saya mau buka usaha tapi tentang bisnis syariah. Mungkin ibu bisa membantu saya menemukan ide atau peluang bisnis syariah bagi pemula.(Intan-Sidoarjo)*

Jawaban:

Melanjutkan pertanyaan Mbak Intan di edisi sebelumnya, saya akan menuliskan beragam jenis akad di dalam ekonomi syariah. Sebelumnya sudah saya bahas tentang *Murabahah*, *Salam*, *Istishna'*, *Mudharabah*, dan *Musyarakah*, maka kali ini saya akan membahas akad-akad lain yang perlu diketahui.

- *Musyarakah Mutanaqisah*. Akad jual beli barang ini mengatur dua pihak atau lebih yang berkongsi untuk suatu barang. Nantinya, salah satu pihak akan membeli bagian dari kepemilikan barang pihak lainnya dengan cara mencicil atau bertahap. Akad ini biasa dilakukan jika ada proyek yang dibiayai oleh nasabah dan lembaga keuangan yang kemudian dibeli oleh pihak lainnya secara bertahap atau cicilan (Darmawati H., 2018).
- *Wadi'ah*. *Wadi'ah* adalah akad di mana salah satu pihak akan menitipkan suatu produk untuk pihak kedua. Akad ini cukup sering dilakukan dalam perbankan syariah dalam produk rekening giro (Darmawati H., 2018).
- *Wakalah*. Akad ini lebih mengatur untuk mengikat antara perwakilan satu pihak dengan pihak yang lain. Akad ini biasa diterapkan dalam pembuatan faktur atau *invoice*, penerusan permintaan, atau pembelian barang dari luar negeri (Darmawati H., 2018).
- *Ijarah*. Akad *Ijarah* mengatur mengenai persewaan barang yang mengikat pihak yang berakad. Biasanya, akad ini dilakukan jika barang yang disewa memberikan manfaat. Biasanya, penerapan akad dalam bank syariah ini adalah cicilan sewa yang terhitung

sebagai cicilan pokok untuk sebuah harga barang. Nantinya, di akhir perjanjian, penyewa atau nasabah bisa membeli barang yang dicicilnya tersebut dengan sisa harga yang ditetapkan oleh bank syariah (Darmawati H., 2018).

- *Ju'alah*, akad ini memiliki kesamaan dengan akad *ijarah* (jual jasa) yaitu adanya upah karena mendapatkan manfaat atau jasa. Perbedaannya, akad *ju'alah* transaksi mulai mengikat ketika pekerjaan dimulai. Pada saat itu, tidak boleh ada pihak yang membatalkan transaksi secara sepihak. Dalam akad *ju'alah* hanya disyaratkan adanya kejelasan jasa atau manfaat yang menjadi objek transaksi (Darmawati H., 2018).
- *Kafalah*. Akad *kafalah* lebih menekankan mengenai jaminan yang diserahkan oleh satu pihak ke pihak lainnya (Rahmawati, 2008). Biasanya, hal ini diterapkan untuk pembayaran lebih dulu (*advance payment bond*), garansi sebuah proyek (*performance bond*), ataupun partisipasi tender (*tender bond*).
- *Hawalah*. Akad *Hawalah* mengatur mengenai pemindahan utang maupun piutang dari pihak satu ke pihak lainnya (Rahmawati, 2008). Biasanya akad ini dilakukan oleh bank syariah kepada nasabah yang ingin menjual produknya kepada pembeli dalam bentuk giro mundur atau biasa disebut *Post Dated Check*. Tentunya, akad ini harus dilakukan sesuai dengan prosedur syariah.
- *Rahn* merupakan akad gadai yang dilaksanakan oleh penggadai barang kepada pihak lainnya (Rahmawati, 2008). Biasanya penggadai barang ini akan mendapatkan uang sebagai ganti dari barang yang digadaikan. Pada bank syariah, akad ini biasa diterapkan jika ada pembiayaan yang riskan dan perlu akan adanya jaminan tambahan.

Dalam skema penggunaan Akad Rahn, Bank Syariah tidak mendapat keuntungan apapun. Terkecuali hal tersebut digunakan untuk biaya keamanan atau pemeliharaan barang tersebut.



- *Qardh*. Akad *Qardh* mengatur mengenai pemberian dana talangan kepada nasabah dalam kurun waktu yang cenderung pendek (Rahmawati, 2008). Tentunya, dana ini harus diganti secepatnya. Besaran nominal harus sesuai dengan dana talangan yang diberikan, atau bisa diartikan nasabah hanya harus melakukan pengembalian pinjaman pokoknya saja.



# Bab 6

## Permasalahan Keuangan UMKM

Puput Tri Komalasari, SE., M.Si., MM.

### APAKAH BERBAGI HANYA BAGI USAHA YANG SUDAH BESAR? BAGAIMANA DENGAN PERUSAHAAN KECIL?

*“Saya pengelola usaha UMKM. Apakah perusahaan kecil juga harus berbagi, karena bayangan saya bahwa konsep CSR, Corporate Social Responsibility adalah hanya untuk perusahaan besar?” (Anto)*

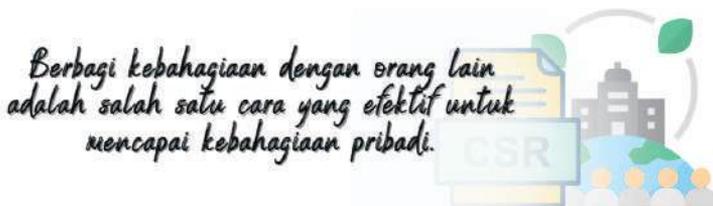
Jawaban :

Pak Anto, bapak benar bahwa CSR adalah aktivitas berbagi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan (Porter & Kramer, 2006). Dan bahkan bagi BUMN, CSR atau Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) menjadi sebuah kewajiban yang harus dipenuhi, sesuai dengan regulasi yang mengatur CSR bagi BUMN seperti yang tercantum dalam UU Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN dan peraturan Menteri BUMN seperti Nomor Per-07/MBU/05/2015. Namun tidak berarti bahwa perusahaan lain termasuk UMKM tidak boleh melakukan aktivitas berbagi.

Dalam berbagai riset, didapatkan dukungan empiris bahwa aktivitas CSR akan berdampak positif baik untuk kinerja keuangan, pemasaran maupun sumber daya manusia (Porter & Kramer, 2006). Dari perspektif

manajemen keuangan, berbagai riset sudah mendapatkan hasil bahwa semakin tinggi nilai CSR yang dilaporkan di laporan keuangan, maka semakin baik kinerja keuangan perusahaan dan nilai sahamnya.

Dari perspektif Manajemen Pemasaran, aktivitas CSR akan berdampak bagi *image*, sikap, dan niat beli konsumen terhadap produk dan merek. Dari sudut pandang manajemen SDM, juga didapatkan dampak positif CSR terhadap niat bergabung para pelamar pekerjaan dan dampak negatif CSR terhadap niat karyawan untuk keluar atau berhenti. Hal inilah yang tentunya harus kita ingat, mengapa ajaran agama mengajarkan kita untuk berbagi.



Konsep agama tersebut, sejalan dengan konsep akademis yang menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu membahagiakan *stakeholder*-nya, maka perusahaan juga akan ikut Bahagia. Mengingat dampak CSR yang ada, maka seharusnya pemilik dan pengelola bisnis harusnya menyadari nilai penting CSR yang seharusnya menjadikan adanya pemahaman bahwa CSR bukan sebuah beban, bahkan dapat menjadi senjata untuk memenangkan hati para *stakeholder* perusahaan. Hal tersebut tentunya perlu disadari oleh pelaku UMKM. Aktivitas berbagi merupakan hal yang diperlukan untuk dapat menghindari risiko kebangkrutan usaha, akibat nama buruk perusahaan di mata *stakeholder*. Namun perlu diingat bahwa aktivitas berbagi bukanlah melulu masalah uang. Hal yang lebih dibutuhkan adalah sensitivitas kita untuk melihat pihak mana yang perlu dibantu dan kemampuan kita untuk membantu sesuai dengan apa yang dimiliki.

Contoh nyata adalah seperti UMKM tempe Bang Jarwo. Beberapa aktivitas berbagi telah dilakukan sebagai sebuah usaha kecil, seperti

berbagi ilmu kepada para tamu dan mahasiswa mengenai bagaimana cara membuat tempe; menggerakkan lingkungannya untuk berbisnis yang halal, berbagai pupuk hasil limbah kedelai.

Contoh pada Bang Jarwo pengusaha tempe di Dolly di antaranya adalah menunjukkan bahwa berbagi dapat dilakukan dengan berbagai cara, dan bukan masalah dana yang dimiliki. Tergantung bagaimana kita sensitif untuk melihat berbagai hal di proses bisnis yang dimiliki mampu dimanfaatkan sebagai sarana berbagi, mengakomodasi berbagai tujuan dan kepentingan. Jadi Pak Anto jangan takut berbagi ber-CSR. Bahkan bisa dimungkinkan aktivitas berbagi yang dilakukan perusahaan dapat menjadikan perusahaan bertambah sukses. Sekaligus sebagai bentuk menjalankan aktivitas dakwah bahwa berbagi itu membahagiakan.

Dengan demikian sekali lagi dapat dimunculkan bahwa para pemilik usaha UMKM seharusnya juga dapat sensitif melihat siapa yang dapat menjadi target berbagi dan bagaimana perencanaan teknis pelaksanaan.

## MEMAHAMI KAJIDAH PENDANAAN AGAR TAK TERJERUMUS PINJAMAN ONLINE ILEGAL

---

*“Saya mau cerita jika suami saya sudah jadi pengangguran kurang lebih 5 bulan. Saya bingung harus bagaimana sedangkan kebutuhan semakin banyak. Ada teman saya yang menyarankan untuk pinjam uang online. Menurut Ibu bagaimana hukum dari pinjam online? Lalu apakah akan berdampak buruk bagi saya dan keluarga?” (Astri-Sidoarjo)*

Jawaban:

Pengeluaran rumah tangga seringkali menjadi suatu kebutuhan yang tidak dapat dielakkan dan harus dipenuhi. Sumber pendanaan untuk memenuhi pengeluaran rumah tangga dapat berasal dari:

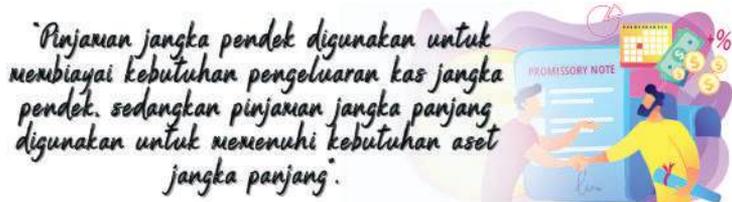
1. Tabungan yang dimiliki oleh keluarga
2. Penghasilan keluarga
3. Penjualan/gadai aset rumah tangga
4. Utang dari kerabat atau teman, dan utang dari lembaga keuangan bank atau nonbank

Pemenuhan pengeluaran rumah tangga harus disesuaikan dengan jenis pengeluarannya. Kaidah sederhana dan utama untuk memenuhi pengeluaran rumah tangga adalah:

*“Pengeluaran konsumsi/jangka pendek dipenuhi dari sumber pendanaan jangka pendek, dan pengeluaran untuk aset jangka panjang dapat dipenuhi dari sumber pendanaan jangka panjang.”*

Kaidah tersebut bila kita terapkan dalam kehidupan sehari-hari mengimplikasikan bahwa kebutuhan konsumsi rumah tangga seyogyanya dipenuhi dari tabungan dan penghasilan keluarga. Ketika keduanya belum cukup untuk menutup kebutuhan yang *urgent* sehari-hari, maka pilihan yang lebih konservatif adalah menjual atau menggadaikan aset rumah tangga yang tidak produktif, misalnya perhiasan emas yang tidak dipakai, menjual kendaraan yang kurang produktif, dan sejenisnya. Pilihan terakhir untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga adalah

mencari pinjaman atau berhutang. Dalam melakukan pinjaman juga ada kaidah dalam perencanaan keuangan yang perlu diketahui.



Penerapan dari kaidah tersebut dalam kehidupan sehari-hari adalah kita tidak boleh meminjam dalam jangka waktu lebih dari 1 tahun untuk memenuhi kebutuhan konsumsi sehari-hari misalnya makan-minum, biaya pendidikan, kebutuhan untuk modal kerja, dan sejenisnya. Kebutuhan konsumsi seyogianya dipenuhi dari pinjaman jangka pendek (yaitu kurang dari 1 tahun), sedangkan utang jangka panjang (lebih dari 1 tahun) hendaknya digunakan untuk mendapatkan aset jangka panjang (aset tetap).

## MEMULAI BISNIS DENGAN MODAL SEDIKIT, BOLEHKAH BERUTANG?

*“Saya Devana dari Sidoarjo. Saya ingin membuka usaha agar dapat memiliki pemasukan atau income. Tapi permasalahannya, uang modal yang saya punya sedikit, jadi saya bingung apakah saya perlu berutang atau lebih baik memulai dengan yang kecil sesuai dengan uang modal saya? Lalu sebenarnya, kalau saya berutang apakah diperbolehkan dalam Islam ?” (Devana-Sidoarjo)*

Jawaban:

Dalam memulai sebuah usaha baru, seringkali masalah utama yang mengemuka adalah aspek permodalan. Sebuah usaha memang memerlukan modal, namun tidak semata-mata modal dalam bentuk uang atau finansial. Tekad kuat, semangat tinggi, dan memiliki visi yang jelas merupakan modal utama untuk memulai sebuah usaha. Jika Anda mempunyai ide usaha yang bagus, prospektif, memiliki banyak keunggulan yang beda dengan lainnya, itu adalah sebuah potensi penting yang bisa diandalkan.

Ada beberapa bisnis yang dimulai tanpa memerlukan modal finansial. Seperti yang diterapkan oleh sahabat Nabi yaitu Abdurrahman bin Auf. Beliau memulai usaha dengan mengamati pasar untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh pasar. Dan selanjutnya beliau menemui penyedia barang (*supplier*) untuk menawarkan kerja sama dengan cara menjualkan barang-barang milik *supplier*.

Barang tersebut dibawa ke pasar, dijual, dan esok harinya Abdurrahman bin Auf menyerahkan hasil penjualannya kepada *supplier*. Demikian awal mula Abdurrahman bin Auf memulai usahanya hingga kemudian bisnisnya berkembang dan beliau menjadi sahabat Nabi yang kaya raya dan dermawan.

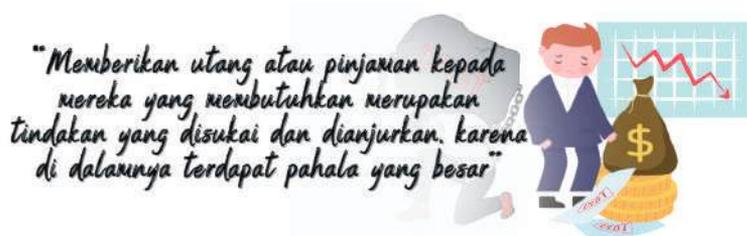
Apa yang dilakukan oleh sahabat Abdurrahman bin Auf pada dasarnya adalah jasa perantara (broker) atau bahasa sederhananya adalah pedagang/makelar, yaitu profesi menjual barang yang tidak diproduksi

sendiri dan menjualnya dengan memperoleh keuntungan atas hasil penjualan ataupun mendapatkan komisi/upah. Namun banyak juga usaha baru yang memang membutuhkan modal awal yang cukup besar untuk modal kerja dan pembelian aset usaha. Maka, kebutuhan modal kerja tersebut bisa dipenuhi dengan cara, *pertama*, modal sendiri yang bersumber dari dana tabungan untuk dialihkan menjadi aset yang lebih produktif dalam bentuk aset untuk usaha.

Selain tidak membuang banyak waktu, *personal investment* ini mutlak diperlukan entah itu besar atau kecil, karena *personal investment* juga merepresentasikan kesungguhan kita, karena sebuah usaha memerlukan integritas.

*Kedua*, modal kerja bersumber dari utang atau pinjaman. Dalam hal ini, pinjaman bisa bersumber dari keluarga atau teman. Sebelum mencari pendanaan keluar, upayakan terlebih dahulu untuk mendapatkan pendanaan dari keluarga atau teman karena mereka telah mengenal pribadi dan personal kita, sehingga lebih mudah untuk menilai kapabilitas dan memberikan kepercayaan kepada kita. Tentunya dengan tetap ada kesepakatan di awal (akad pinjaman) yang jelas agar tidak terjadi kesalahpahaman di kemudian hari.

Jika kebutuhan permodalan cukup besar dan tidak bisa dihindari, maka pembiayaan dari utang juga diperbolehkan dalam syariat Islam. Jadi, pada dasarnya hukum utang piutang dalam Islam adalah boleh sebagaimana dituangkan dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 282.



Namun demikian, hendaknya transaksi utang ini (terutama utang dengan lembaga pembiayaan) dilakukan sesuai dengan syariat Islam dan hanya dilakukan jika tidak ada alternatif yang lain.

Untuk menjawab apakah sebaiknya berutang atau menggunakan modal seadanya, sebagai panduan umum, prioritaskan pendanaan usaha dari modal sendiri. Jika sudah maksimal dan masih belum mencukupi untuk operasional usaha, maka diperkenankan untuk melakukan pinjaman.

Pada masa pandemi ini, beberapa program untuk mendukung kinerja UMKM banyak diberikan oleh pemerintah ataupun lembaga pendidikan, seperti program pembiayaan khusus *start-up* dan UMKM yang dipelopori oleh Kementerian Keuangan, Kementerian Koperasi dan UMKM, atau Kementerian Perindustrian. Banyak program yang bisa dimanfaatkan oleh UMKM ataupun *start-up* untuk mendapatkan pendanaan ataupun jejaring (*networking*) dalam rangka meningkatkan keberlangsungan usaha. (Gth)

## KETAHUI CARA MEMULAI BISNIS DENGAN MODAL MINIM

---

*“Saya ingin memulai usaha tapi saya tidak memiliki modal yang besar. Apakah ada saran bagi saya untuk memulai bisnis dengan modal sedikit? Mohon bantuan jawabannya bu” (Susi-Madura).*

Jawaban:

Setelah mengetahui 4 kategori kebebasan financial di edisi sebelumnya, selanjutnya bagaimana memulai bisnis dengan modal minim? Jika, Anda tergolong kategori E, dan akan beralih ke kategori S maka Anda dapat memulainya dengan aktivitas wirausaha dengan berfokus pada satu jenis aktivitas, contohnya sebagai produsen saja, atau sebagai pemasar/penjual saja.

Hal ini dilakukan untuk efisiensi biaya dan meminimalkan risiko. Sebagai produsen, misal pembuat kue atau masakan, Anda fokus pada pembuatan kue/masakan tersebut agar berkualitas sesuai dengan permintaan pasar. Untuk menjualnya Anda dapat menggunakan perantara seperti menitipkan pada rumah makan, kantin, koperasi, *food court* atau apabila Anda harus menjualnya sendiri, maka *open order* adalah pilihan yang tepat, karena pembeli harus menyetorkan uang muka terlebih dahulu.

Apabila pilihan Anda adalah sebagai pemasar atau penjual, maka pastikan bahwa Anda menjual produk yang berkualitas, ada *support* dari produsen, misalnya kecepatan pengiriman barang, bantuan *tools* pemasaran, pastikan pula bahwa produk yang Anda jual memiliki reputasi yang baik di mata konsumen.

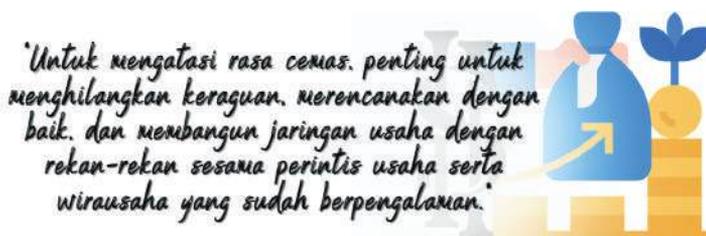
Contoh bisnis yang saat ini mengalami peningkatan yang cukup tajam adalah *reseller online shopping* pelaku bisnisnya pun bermacam-macam mulai dari ibu rumah tangga bahkan pelajar atau mahasiswa. Jika Anda menggunakan *marketplace* sebagai media untuk menjual produk, Anda tidak harus membeli produk ke *supplier*, namun yang langsung membayar adalah pembelinya.

Keterampilan yang perlu Anda kembangkan adalah tahu cara membangun jaringan, cara menemukan orang yang tepat untuk pekerjaan yang tepat. Selain itu, Anda harus menerapkan keterampilan yang ada dan mengambil beberapa keterampilan baru, seperti keterampilan kepemimpinan, menjalin jaringan, dan kolaborasi.

Sebelum saya mengakhiri pertanyaan tentang alternatif jenis usaha dan cara memulainya, saya akan menyambung beredar kabar bahwa mental terlebih dahulu. Mengapa demikian? karena sejak pandemi Covid-19 membuat banyak orang terpuruk karena pemutusan hubungan kerja atau yang status kerjanya sebagai karyawan kontrak, terpaksa harus menerima penghentian kontrak. Sebagai solusi untuk tetap mendapatkan penghasilan, maka berwirausaha menjadi salah satu pilihan.

Secara mental yang harus disiapkan adalahantisipasi munculnya rasa cemas seperti kecemasan produk yang dijual laku atau tidak pandai berjualan karena belum memiliki pengalaman sebelumnya. Untuk itu, sebaiknya kita mengenali tanda-tanda munculnya rasa minder dan cemas ada pada diri kita? Bagaimana caranya? Salah satu ciri munculnya rasa minder dan cemas adalah munculnya agresivitas, misal sering tersinggung maupun marah tanpa sebab. Sementara ciri minder adalah seringnya menunda-nunda waktu penyelesaian pekerjaan.

Lalu bagaimana mengatasi rasa minder? Caranya adalah fokus pada diri sendiri, fokus pada apa yang dikerjakan, fokus pada diri sendiri dan kebutuhan keluarga.



Demikian jawaban saya, selamat mempersiapkan karier sebagai wirausaha. Barokallah.

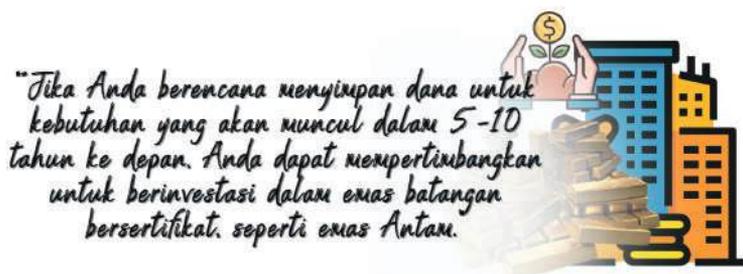
## MENGELOLA KEUANGAN KETIKA MEMILIKI DANA LEBIH UNTUK KEBUTUHAN MENDATANG

*“Saya Rani dari Sidoarjo. Kebetulan saya memiliki dana lebih yang sudah saya sisihkan sejak dulu dan tidak digunakan untuk membayar biaya hidup. Keinginan saya uang tersebut dapat menjadi dana yang dapat saya gunakan untuk kebutuhan mendatang, selain disimpan juga bisa diputar lagi atau diolah menjadi lebih (jika bisa). Apalagi di masa pandemi saat ini, lantas bagaimana solusinya menurut Ibu?” (Rani-Sidoarjo)*

Jawaban:

Bila Bu Rani memiliki dana yang tidak digunakan untuk membayar biaya hidup, ada dua alternatif yang bisa dipilih, yaitu: investasi dan ekspansi bisnis. Pengertian investasi secara sederhana adalah menempatkan sejumlah uang pada suatu aset yang diharapkan nilainya meningkat di masa yang akan datang. Terdapat beberapa alternatif investasi yang bisa kita pilih, yaitu investasi di aset riil misalnya emas batangan, atau aset finansial misalnya deposito, sukuk, ataupun reksadana.

Di masa sekarang ini, banyak sekali *platform* yang menyediakan produk-produk investasi tersebut secara *online*. Dengan begitu, Bu Rani dapat memilih investasi sesuai dengan target finansial yang diinginkan.



Namun, jika dana tersebut akan digunakan dalam jangka pendek-menengah, maka deposito, sukuk, atau reksadana menjadi alternatif yang lebih menarik. Alternatif kedua, dana yang dimiliki Bu Rani dapat

digunakan untuk ekspansi bisnis atau memulai bisnis baru. Tentunya sebelum menentukan bisnis apa yang akan digeluti, kita juga perlu menggali *passion* kita. Kita akan antusias untuk terus bekerja dan mempelajari bisnis tersebut bila kita melakukan sesuatu yang memang benar-benar kita sukai. Hal itu menjadi modal utama untuk terus bangkit dan bertahan.

Memulai bisnis di era pandemi ini memang cukup menantang dan membutuhkan kreativitas yang lebih tinggi dibandingkan sebelum pandemi. Beberapa prospek bisnis yang bisa dilakukan di saat pandemi ini antara lain, bisnis makanan baik berupa sembako atau makanan *frozen*, bisnis jual beli bahan kebutuhan rumah tangga, bisnis kurir, ataupun jual-beli pakaian.

Kondisi pandemi yang menuntut penurunan aktivitas yang menyebabkan kerumunan, mendorong pebisnis untuk menjalankan bisnisnya secara *online* dengan menggunakan fasilitas grup WhatsApp ataupun *e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan lain-lain.

Fokus, menjadi kata kunci setelah kita memutuskan untuk terjun dalam satu bisnis. Membangun suatu bisnis membutuhkan tenaga dan pikiran yang cukup besar, sehingga seyogianya kita tidak menjadikan bisnis tersebut sebagai “sambilan” atau usaha sampingan manakala itu merupakan bisnis utama dan pertama. Demikian yang bisa saya sampaikan untuk memberikan tambahan wawasan Bu Rani. Semoga segala usaha Anda diberkahi Allah *subhanahu wa ta’ala*, tetap semangat untuk terus bergerak dan menginspirasi ibu-ibu hebat lainnya. (Gth)

## HUKUM BISNIS TRADING DALAM ISLAM

---

*“Kebetulan saya termasuk orang-orang yang dirumahkan oleh pabrik tempat saya kerja, kemudian ada saudara yang menawarkan untuk ikut bisnis trading. Menurut Ibu, bagaimana baiknya? Lalu bagaimana hukum dari bisnis trading tersebut dalam Islam?” (Nur Sinta-Sidoarjo)*

Jawaban:

Di tengah masa pandemi seperti ini, memang hampir semua sektor perekonomian terdampak dan mengalami penurunan. Namun, kita semua tidak perlu kehilangan semangat untuk terus bergerak sebagaimana semangat yang dimiliki oleh Ibu Nur untuk terus berusaha menjemput rizki dari Allah *subhanahu wa ta'ala*.

Pertama, kita perlu sepakati terlebih dahulu tentang pengertian “trading”. Secara bahasa, *trading* artinya adalah perdagangan, atau secara sederhana bisa diterjemahkan sebagai jual beli (Ulil Amri dan Hurriah Ali Hasan, 2021). Bentuk jual beli bisa berupa menukarkan barang dengan uang, atau menukarkan barang dengan barang yang nilainya setara (barter). Jual-beli ini, dalam Islam dikatakan sah jika ada dua pihak yang saling bertransaksi, ada akad jual-beli, dan ada barang yang akan diperjualbelikan.

Kedua, hukum asal jual beli dalam Islam adalah mubah (boleh) sebagaimana telah dituangkan secara eksplisit dalam Al-Qur’an surat Al Baqarah ayat 198 dan 275. Kebolehan untuk melakukan jual-beli ini berubah menjadi haram manakala melanggar prinsip syariah seperti praktik riba, perjudian (*maysir*), *gharar*, menimbun (*ihthakar*), dan lain-lain.

Dewasa ini, istilah “trading” lebih banyak digunakan untuk transaksi jual beli instrumen investasi jangka pendek seperti jual beli saham ataupun *foreign exchange* (forex). Kembali pada pertanyaannya Bu Nur, saya berasumsi bahwa yang dimaksud Bu Nur dengan bisnis *trading* ini adalah *trading* saham atau forex (jual beli mata uang).

Untuk *trading* saham, Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI telah menerbitkan fatwa no. 80 Tahun 2011 tentang dibolehkannya melakukan *trading* saham yang memenuhi prinsip syariah. Bursa Efek Indonesia secara reguler menerbitkan jenis saham (perusahaan) yang memenuhi prinsip syariah sebagaimana ditetapkan oleh DSN MUI sehingga investor bisa membeli saham-saham syariah yang diperjualbelikan di bursa.

Sedangkan untuk *trading* forex, DSN MUI telah menerbitkan fatwa No. 28 tahun 2002 yang menyatakan bahwa hukum asal untuk jual beli mata uang adalah boleh asalkan (1) tidak untuk spekulasi (untung-untungan), (2) Ada kebutuhan transaksi atau untuk berjaga-jaga (simpanan), (3) Apabila transaksi dilakukan terhadap mata uang sejenis, maka nilainya harus sama dan secara tunai (*at-taqabudh*), dan (4) Apabila berlainan jenis, maka harus dilakukan dengan nilai tukar (kurs) yang berlaku pada saat transaksi dilakukan dan secara tunai.



Terlepas dari hukum asal dari *trading*, hal yang lebih penting menurut saya adalah kita memahami karakteristik bisnis yang akan kita jalankan. Jika kita belum memahami bisnis *trading* tersebut, namun kita ingin masuk ke dalam bisnis *trading*, maka sebaiknya dipahami dahulu sebelum benar-benar terjun di dalamnya.

Investasi atas ilmu menjadi hal penting dalam bisnis *trading* mengingat risiko dari bisnis *trading* tersebut juga relatif tinggi. (Gth)

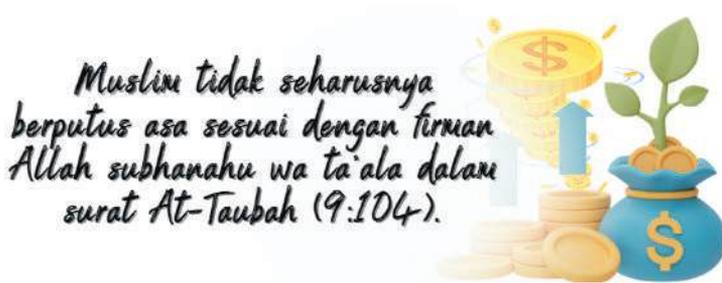
## KETAHUI EMPAT KATEGORI BERDASARKAN KECERDASAN FINANSIAL TIAP ORANG

---

*Saya sudah 10 tahun kerja jadi karyawan pabrik. Karena itu saya memutuskan ingin membuka usaha, sebelum membuka usaha sebenarnya apa yang harus saya ketahui? (Laras-Jember)*

Jawaban:

Ibu Laras, belum ada kata terlambat untuk memulai bisnis, yang penting niat untuk berwirausaha sudah mulai muncul.



Sementara itu, Robert T Kiyosaki dalam bukunya berjudul “*Rich Dad, Poor Dad*” mengenalkan kemandirian finansial dengan mengenalkan konsep *cashflow quadrant*, yang membagi semua orang menjadi satu dari empat kategori berdasarkan kecerdasan finansial mereka, yaitu kategori karyawan, wiraswasta, pemilik bisnis, dan investor. Hal ini pun penting diketahui tiap orang sebelum memulai usaha.

### **Kategori Karyawan (Kategori E= Employee)**

Kategori ini menggambarkan ibu Laras saat ini, yaitu sebagai karyawan yang memiliki pekerjaan dan memperoleh penghasilan. Pekerjaan itu sendiri dimiliki oleh pemilik bisnis, bisa satu orang atau perusahaan besar. Karyawan tersebut memberikan waktu, energi, dan keterampilannya kepada pemberi kerja dengan imbalan gaji, tunjangan, hingga bonus.

Karyawan dapat menghasilkan sedikit atau banyak uang. Tetapi ketika perusahaan gulung tikar atau seorang karyawan berhenti bekerja, pendapatan mereka juga berhenti. Masalah utama pada kategori E ini adalah minimnya kendali jangka panjang atas pendapatan yang mereka terima karena jaminan finansial, keamanan, dan otonomi mereka tergantung pada si pemberi kerja.

### **Kategori Wiraswasta (Kategori S= *Self employee*)**

Kurangnya kendali yang dialami oleh para karyawan terutama dari sisi penghasilan dan otonomi yang diterima mendorong seseorang untuk memiliki pekerjaan sampingan selain sebagai karyawan. Pekerjaan sampingan ini bisa muncul karena latar belakang pendidikan, hobi, bakat yang dimiliki sejak sebelum bekerja (contohnya: sebagai guru les privat, penyanyi, pemain musik, penulis, dll).

Adapula yang memang menjalani usaha karena jeli memanfaatkan peluang sekaligus memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Contohnya seorang buruh pabrik yang pabriknya terimbas pandemi hingga terpaksa harus merumahkan sebagian karyawannya sementara di pundaknya terletak tanggung jawab istri dan anaknya yang masih balita, yang dilakukannya adalah memutuskan untuk menjadi kurir *freelance* yang melayani pengiriman barang dari Surabaya ke Sidoarjo (demikian sebaliknya) dengan sarana motor yang dimilikinya.

Menjalani dua pekerjaan sekaligus tentunya tidak mudah, dibutuhkan fokus dan tenaga yang lebih. Oleh karena itu, yang harus diwaspadai adalah munculnya kelelahan baik secara fisik dan mental.

### **Kategori Pemilik Bisnis (Kategori B= *Business Owner*)**

Mereka yang berada di kategori B memiliki sistem dan memimpin orang. Sistem dan orang yang bekerja untuk bisnis dapat berjalan dengan sukses tanpa keterlibatan terus-menerus dari pemilik bisnis. Jenis bisnis

yang sama dapat dijalankan oleh orang berkategori S dan kategori B. Contohnya: Ibu Nurhayati Subakat, pendiri dan pemilik dari Paragon Techonology Innovation produsen dari kosmetika halal: Wardah dan Emina. Selain sebagai pemilik bisnis dapat membuat bisnis kosmetik dan mempekerjakan berbagai sarjana dari berbagai disiplin ilmu juga dapat bekerja di bisnis kosmetikanya sendiri.

### **Kategori Investor**

Investor memiliki aset yang menghasilkan pendapatan, kategori ini untuk meraih pendapatan pasif yang sesungguhnya, karena pada kategori ini biasanya mengumpulkan uang yang diperoleh di satu atau lebih dari tiga kategori lainnya, dan mereka membiarkan uang itu bekerja dan menghasilkan lebih banyak uang untuk diri mereka sendiri.



# Bab 7

## Permasalahan Operasional & Rantai Pasok

Dr. Yetty Dwi Lestari, SE., MT.

### TIPS MENGHADAPI TENGGULAK

*“Saya pemilik kebun buah. Mau bertanya, bagaimana cara menghindarkan diri dari para tengkulak? Jalur apa yang bisa saya tempuh?”*

Jawaban:

Ada beberapa alternatif strategi yang bisa dilakukan pemilik kebun buah untuk menghindari tengkulak:

1. **Membentuk kelompok pemilik kebun buah (kelompok tani)**, dengan bergabung dalam kelompok tani, pemilik kebun buah dapat membeli bibit maupun menjual buah secara bersama-sama dengan harga yang lebih wajar. Dengan demikian, petani dapat menghindari tengkulak yang membeli buah dari petani dengan harga yang rendah dan menjualnya dengan harga yang lebih tinggi.
2. **Membentuk koperasi**, para pemilik kebun buah dapat membeli bibit maupun kebutuhan pertanian secara bersama-sama dengan harga yang lebih murah dan menjual hasil kebunnya dengan harga yang wajar tanpa harus memberikan keuntungan pada tengkulak.

Dari Abu Hurairah RA, berkata bahwa Rasulullah saw. bersabda: “ tidaklah dua orang muslim bersepakat pada suatu kebaikan melainkan Allah memberikan bantuan pada keduanya. ” (HR Tirmidzi)

Dari Abu Musa Al-Asy'ari ra, berkata bahwa Rasulullah saw. bersabda : “ Seorang mukmin terhadap mukmin yang lain seperti bangunan, sebagian dari bangunan itu menguatkan sebagian yang lain.” (HR Bukhari Muslim).

Dalam konteks kelompok tani maupun koperasi, hadis ini menekankan pentingnya kerja sama antaranggota dalam hal kebaikan untuk mencapai tujuan yaitu meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat sekitar.

3. **Menghindari riba** dalam segala bentuknya baik dalam menjual atau membeli barang. Pembayaran sebaiknya dilakukan secara tunai dengan harga yang wajar, dan kalau memang dibutuhkan pembiayaan karena dana yang tidak mencukupi sebaiknya mencari investor yang mau membiayai kebutuhan biaya dengan kesepakatan yang wajar.
4. **Menjual langsung ke konsumen:** dengan menjual langsung ke konsumen akan didapat keuntungan yang lebih besar karena penghasilan tidak terkena potongan untuk keuntungan tengkulak yang cukup besar. Namun perlu diperhatikan beberapa hal berikut:
  - a. Menjaga kualitas/mutu buah sehingga konsumen mau memberikan nilai yang sesuai yaitu membeli buah yang berkualitas dengan harga yang wajar.
  - b. Menjaga kejujuran, sebagai muslim kita harus selalu jujur dalam menjalankan usaha dan menjual barang, dengan memastikan bahwa buah yang dijual berkualitas dan sesuai dengan harga yang seharusnya.

*Dari Abu Hurairah RA. Rasulullah SAW  
bersanda : 'Jual belilah (barang dagangan)  
dengan cara yang jujur dan benar. dan  
saksikanlah (akad jual beli) dengan adil dan  
sepakat (dalam transaksi tsb).' (HR Bukhari  
Muslim)*

Dalam hadist ini Rasulullah SAW menekankan pentingnya jujur dalam berdagang tanpa menipu atau merugikan pembeli.

- c. Menjaga hubungan baik dengan konsumen, saat ini pemasaran akan lebih baik jika tidak dilakukan secara transaksional, perlu dilakukan strategi yang membuat konsumen tetap ingat pada jasa maupun buah yang kita jual.
- 5. **Memperluas jaringan pemasaran** melalui pemanfaatan media sosial maupun bergabung dengan pasar *online* seperti Tokopedia, Blibli, Shopee, dst.

Sebagai muslim yang terpenting adalah kita selalu berdoa agar diberikan kemudahan dalam menyelesaikan usaha, segala urusan, dan dijauhkan dari segala bentuk kejahatan termasuk dari para tengkulak serta bertawakal kepada Allah Swt., bahwa semua yang terjadi adalah kehendak Allah Swt.



# Bab 8

## Penutup

Gancar C. Premananto & Astandi Dinoryan

Setiap negara memiliki tujuan yang sama, yakni ingin menyejahterakan masyarakatnya. Dalam aktivitas perekonomian negara, tentu tidak dapat sepenuhnya mengandalkan dari sektor perekonomian formal, sebagaimana sektor perekonomian nonformal juga memiliki dampak penting dalam membantu pertumbuhan ekonomi nasional. Salah satu sektor nonformal yakni adalah sektor UMKM atau wirausahawan. Dalam mendukung perekonomian nasional setidaknya diperlukan sebesar 2% masyarakat yang fokus ke sektor UMKM atau wirausaha mikro. Dengan begitu, perekonomian masyarakat dapat berjalan dengan lancar tanpa harus mengandalkan sektor formal, yakni seperti buruh pabrik, PNS, karyawan swasta, dan lain sebagainya.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, 2022( BPS, 2022), rasio jumlah wirausaha di Indonesia masih sebesar 3,47% atau hanya sekitar 9 juta orang dari total jumlah penduduk. Kendati naik dari 2016 yakni 3,1%, tetapi jumlah wirausaha masih kalah banyak dari negara tetangga seperti Singapura. Untuk itu, Pusat Investasi Pemerintah (PIP), yang berada di bawah naungan Kementerian Keuangan( Kemenkeu), menyalurkan bantuan pinjaman bagi usaha ultramikro maksimal

Rp20 juta bagi setiap debitur atau calon wirausaha. Meskipun telah diberikan banyak kemudahan, pada kenyataannya masih terdapat banyak masyarakat khususnya anak muda yang belum minat untuk terjun ke sektor wirausaha.

Banyaknya masyarakat khususnya anak muda yang belum optimal dalam mencoba ke sektor wirausaha tentu harus menjadi perhatian utama *stakeholder*, khususnya pemerintah, akademisi, dan pihak swasta dalam memberikan *support* sektor wirausaha di Indonesia. Hal tersebut tentu harus didorong dengan saksama agar masyarakat memiliki keahlian dan skill dalam memulai usaha. Beberapa usaha telah dilakukan pemerintah, salah satunya yaitu pendigitalan UMKM. Untuk mendukung kemampuan digitalisasi UMKM tersebut, pemerintah melalui kolaborasi antara Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Kementerian Koperasi dan UKM, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Kementerian Agama, serta Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM melaksanakan Program Pusat Layanan Usaha Terpadu *Educational Centre* (PLUTEC) dengan tema Pelatihan Digitalisasi Pemasaran dan Manajemen Produk Halal bagi KUMKM dan Wirausaha dengan harapan masyarakat mendapat bekal pengetahuan untuk ekspansi usaha mereka ke pasar yang lebih luas.

Selain itu, Ditjen IKMA Kemenprin telah menyelenggarakan program penumbuhan dan pengembangan wirausaha baru berupa pelatihan atau bimbingan teknis berupa bimbingan teknis manajemen kewirausahaan, fasilitasi perizinan berusaha (legalitas usaha), serta fasilitasi mesin atau peralatan. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan produktivitas WUB IKM, mulai dari program Santripreneur, penumbuhan wirausaha di daerah tertinggal, perbatasan, terluar, dan pascabencana, hingga penumbuhan wirausaha yang bersinergi dengan kementerian dan lembaga lainnya termasuk melalui dana dekonsentrasi.

Meskipun beberapa usaha sudah dilaksanakan pemerintah, akan tetapi respons masyarakat belum sepenuhnya maksimal dalam realita pelaksanaannya. Oleh karena itu, perlunya sinergitas pemerintah agar

selalu menanamkan *awareness* ke wirausaha agar selalu tertanam jiwa kewirausahaanya tanpa menunggu bantuan pihak lain. Hal tersebut perlu kita tekankan agar nantinya sektor wirausaha dapat selalu berkembang dan bertahan dalam setiap kondisi perekonomian guna membantu dalam pertumbuhan nasional.

Bagi para pejuang usaha, bila ada hal yang ingin dikonsultasikan kepada para ahli manajemen bisnis, silakan simpan kontak 081553002299. Konsultasi bersifat gratis.



## Daftar Pustaka

- Ahmad. Penyebaran Islam di Pulau Jawa. Gramedia Blog 2021. <https://www.gramedia.com/best-seller/kisah-wali-songo/>. Diakses 5 Juni 2022.
- Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya dengan transliterasi, Departemen Agama RI, Semarang: PT. Karya Toha Putra,t.t.
- Badan Pusat Statistik. 2021. *Statistik Karakteristik Usaha 2021*. <https://www.bps.go.id/publication/2021/12/17/4e90dd21d3bf177e497a92c7/statistik-karakteristik-usaha-2021.html>. Diakses pada 25 Juli 2023.
- Darmawati H. 2018. *AKAD DALAM TRANSAKSI EKONOMI SYARI'AH*. Jurnal Sulesana Volume 12 Nomor 2 T
- Hadist Riwayat. Bukhari Muslim, Kitab al-Buyu', Bab Kasbir Rojuli wa 'Amalihi Biyadihi II/730 no.2072
- Hadist Riwayat. Ibnu Majah di dalam As-Sunan, Kitab At-Tijaroot Bab Al-Hatstsu 'Ala Al-Makasibi, no.2129. al-Kanani berkata, 'Sanadnya Hasan', Lihat Mishbah Az-Zujajah III/5
- Kementrian Perindustrian. 2022. *Sepanjang 2022, Kemenperin Sudah Cetak Ribuan Wirausaha Baru*. <https://www.kemenperin.go.id/artikel/23815/Sepanjang-2022,-Kemenperin-Sudah-Cetak-Ribuan-Wirausaha-Baru>. Diakses pada 18 September 2023.

- Syahdanur. 2015. Selling Skill; Rasulullah Shallallahu Alaihi Wa Sallam dalam Menjual. Jurnal Ekonomi KIAT Vol. 26, No. 2, Des 2015. p-ISSN 1410-3834 e-ISSN 2597-7393
- Syaikh Shafiyyurrahman al-Mubarakfuri. 2022. *Sirah Nabawiyah : Perjalanan Hidup Rasul yang Agung Muhammad SAW dari Kelahiran Hingga Detik-detik Terakhir*. Jakarta : Darul Haq., 2022
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy & society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.
- Rahmawati. 2008. *DINAMIKA AKAD DALAM TRANSAKSI EKONOMI SYARIAH* Home / Vol 3, No 1 Rahmawati. DOI: 10.15408/aiq.v3i1.2494
- Ulil Amri, Hurriah Ali Hasan. 2021. FOREX TRADING MENURUT HUKUM ISLAM. : Jurnal Kajian Islam Kontemporer. Volume 12 , No. 1, Tahun 2021. p-ISSN: 1978-5119; e-ISSN: 2776-3005

# Pakar



Nama : Dr. Gancar C. Premananto, CDM., CMA., CBNLP  
Ekspertise : Manajemen Spiritual  
E-mail : gancar-c-p@feb.unair.ac.id  
Prestasi :

Best Paper in International Seminar MACFEA-AACIM 2021, Best Paper in IMMARA 2021, Terbaik Haki terbanyak 2021, Terbaik 2 konsultan bisnis terpuji (versi LPMB) 2021, Dosen teladan 2021, CSV Award 2021, Best Paper in ISCRBM 2020, Dosen dengan Exposure positif 2019, Juara 1 karaoke keroncong Cup 2019, Dosen dengan MOOC terbanyak 2019.

**Pendidikan :**

S1 : Universitas Airlangga  
S2: Universitas Airlangga  
S3: Universitas Gadjah Mada

**Sertifikat Kompetensi:**

Pendamping Pemasaran UMKM



Nama : Dr. Tri Siwi Agustina, SE, MSi  
Ekspertise : Entrepreneurship and SME  
E-mail : siwi@feb.unair.ac.id  
Prestasi :

1. Dosen pendamping Kewirausahaan Terbaik versi Belmawa Dikti Tahun 2020
2. Dosen Berprestasi Bidang Sosial dan Humaniora Universitas Airlangga Tahun 2022

**Pendidikan :**

S1 : Universitas Airlangga  
S2: Universitas Airlangga  
S3 : Universitas Padjajaran

**Sertifikat Kompetensi:**

Pendamping Kewirausahaan

## Pakar

---



Nama : Dr. Puput Tri Komalarasi, SE., MSi., MM  
Ekspertise : Keuangan  
E-mail : puput.tri@feb.unair.ac.id

**Pendidikan :**

S1: STIE Malangkeucuwara  
S2: Universitas Gadjah Mada dan Universitas Brawijaya  
S3: Universitas Gadjah Mada

**Sertifikat Kompetensi:**

Wakil manajer investasi, CFP



Nama : Dr. Ahmad Rizki Sridadi  
Ekspertise : Employee Relations  
E-mail : ahmad-r-s@feb.unair.ac.id

**Pendidikan:**

S1: Universitas Airlangga  
S2: Universitas Airlangga  
S3: Universitas Padjadjaran

**Sertifikat Kompetensi:**

Serdos dan CHCM



Nama : Dr. Masmira Kurniawati  
Ekspertise : Entrepreneurship and SME  
E-mail : masmira-k@feb.unair.ac.id  
Prestasi :  
Best Paper Seminar Internasional MACFEA-AACIM 2021

**Pendidikan:**

S1: Universitas Gadjah Mada  
S2: Universitas Airlangga  
S3: Univeristas Indonesia

**Sertifikat Kompetensi:**

Pendamping UMKM



Nama : Prof. Dr. Sri Hartini, CMA.  
Ekspertise : Marketing straregy  
E-mail : sri-hartini@feb.unair.ac.id

**Pendidikan:**

S1: Universitas Diponegoro  
S2: Universitas Airlangga  
S3: Universitas Airlangga

**Sertifikat Kompetensi:**

CMA

## Pakar

---



Nama : Noorlaily Fitdiarini, SE., MBA  
Ekspertise : entrepreneurship  
E-mail : noorlailyf@yahoo.com

**Pendidikan:**

S1: Universitas Airlangga  
S2: University of Central Arkansas

**Sertifikat Kompetensi:**

Pendamping UMKM



Nama : Dr. Yetty Dwi Iestari, SE., MT  
Ekspertise : Manajemen strategik dan operasional  
E-mail : yettydl76@feb.unair.ac.id

**Pendidikan:**

S1: Universitas Airlangga  
S2: Institut Teknologi Sepuluh Nopember  
S3: Universitas Airlangga

**Sertifikat Kompetensi:**

Certificate Risk Professional



Nama : Astandi Dinoryan  
E-mail : astandi059c@gmail.com  
Prestasi :

Juara 2 Lomba Esai Nasional (Universitas Andalas 2021), Juara 1 Lomba Esai Nasional (IAIN Salatiga 2021), Juara 3 Lomba Esai Nasional (UNJ 2021), Juara 1 Lomba Esai Nasional (Universitas Indonesia 2021), Best Delagtes Paper (IESS 2021), Juara Harapan 1 Lomba Esai Nasional (UNEJ 2021), Juara 1 Lomba Esai Nasional (Asosiasi Fintech Syariah 2022), Juara 1 Paper (UNIDA Gontor 2022), Juara 2 Lomba Esai Nasional (UHAMKA 2022), Juara 1 Business Plan (Fossei Jatim 2022), Juara 1 Paper IESS (UNAIR 2022), Juara 1 International Essay Competition (IDTC 2022), The God of Paper Competition (FEB UNAIR AWARDS 2022)

**Pendidikan:**

S1: Universitas Airlangga

**Sertifikasi Kompetensi:**

Digital Marketing & Manajemen Risiko

*Tanya Jawab*  
**Manajemen Spiritual**  
**UMKM**



**A**irlangga  
**U**niversity  
**P**ress

ISBN 978-623-6738-86-3



9 786236 738863