

KEWIRAUSAHAAN ISLAMI (*ISLAMIC ENTREPRENEURSHIP*) DALAM PENDIDIKAN DAN PEMBINAAN PENGELOLAAN PERKOPERASIAN MAHASISWA

Abdul Bashith¹

Abstract

Islam is a comprehensive religion, including business gets the attention on the Koran. Islam teaches the values of ethical, moral and spiritual life that serves as a guide life to its adherents, not least at the economic field. Lots of Islamic teachings so that Islamic people want to work hard for themselves, be honest in business, and looking for a business from their own hand to do good deeds. Entrepreneurial can be said as people who fight against the competition in the field of economics, and whoever doing entrepreneur accordance with the norms of law, religion, and economics then he was included as a reliable entrepreneurs in carrying out the strategies and policies that have been implemented in the fields of economics, included in the category of people who want to seriously in the running life. Islamic entrepreneurship are required to have the strength and values who is able to uphold its business. Thus the study of Islamic entrepreneurship in education and management of student cooperatives be interesting to learn and do in order to continue its operations by giving attention to the principles of Islam. The teachings of Islam itself has taught the duty of man to always trying and praying in carrying out the obligation to make a living on a religious path, earning a living or entrepreneurship in a religious way.

Keywords: *Islamic entrepreneurship, Student's Cooperative Education and Management*

A. Pendahuluan

Suatu usaha tidak akan mampu bertahan ketika tidak mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain. Fenomena yang terjadi, saat ini banyak perusahaan yang gulung tikar karena ketidakmampuan dalam bersaing dan menentukan strategi bersaing dalam waktu yang

¹ Ketua Jurusan Pendidikan IPS FITK dan Pembina Kopma "Padang Bulan" UIN Maliki Malang

akan datang. Sebagai sebuah contoh sederhana, penjual bahan makanan pokok harus memiliki strategi dalam penjualannya untuk menarik pembeli dan menambah peminat baru dalam waktu yang akan datang agar usahanya bisa bertahan.

Menurut G. Geoffrey Meredith (2000: 11), sebuah ciri wirausaha yang penting adalah bahwa menawarkan sesuatu yang berguna bagi orang lain, semakin besar kebutuhan orang akan produk dan jasa maka semakin besar imbalannya. Pada bagian lain, menurut Porter (1994: 2), intensitas persaingan dalam suatu industri/perusahaan bukan dari masalah kebetulan atau nasib buruk, sebaliknya, persaingan dalam industri/perusahaan berakar dalam struktur ekonomi yang mendasarinya dan berjalan diluar perilaku pesaing yang ada. Tuntutan-tuntutan tersebut diakibatkan karena kebutuhan yang terus-menerus meningkat dan juga banyaknya serta keaneka ragaman produk yang ditawarkan, tidak lagi berbanding dengan pendapatan konsumen.

Situasi pasar saat ini menunjukkan tingkat persaingan yang sangat tinggi, kondisi ini disebabkan oleh banyaknya wirausaha yang bermunculan dan perusahaan yang memproduksi barang yang sama. Oleh karena itu, keberhasilan wirausaha dalam menghadapi tantangan tersebut sangat ditentukan oleh kemampuan berwirausaha itu sendiri dan salah satunya yang memegang peranan penting adalah kemampuan di bidang pemasaran dan bagaimana strateginya dalam berwirausaha. Dengan semakin beratnya tantangan usaha dari masa yang akan datang, perlu kiranya diimbangi dengan usaha-usaha pembenahan dan manajemen secara berkeselimbangan. Faktor kualitas dan kuantitas produk harus senantiasa diperhatikan di samping strategi berwirausaha dan pemasarannya karena dimasa depan faktor harga sudah tidak lagi menjadi satu-satunya faktor penentu kemenangan bersaing. Melihat perkembangan dunia usaha ekonomi dituntut untuk bisa menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan usaha yang penuh dengan persaingan.

Dengan demikian tidak dapat dipungkiri bahwa saat ini perekonomian tumbuh dengan pesat dan dunia dalam bidang ekonomi berada pada tingkatan persaingan yang sangat ketat. Dunia perekonomian yang semakin berkembang dan bersaing ini berdampak pada semakin

banyaknya jumlah dan ragam produk yang ditawarkan oleh organisasi-organisasi bisnis, untuk itu jelaslah bahwa untuk mencapai tujuan suatu organisasi bisnis harus menerapkan konsep yang berorientasi pada pemasaran melalui penerapan konsep strategi berwirausaha. Wirausaha merupakan fenomena yang paling populer dan bahkan mungkin telah menjadi pola baru di kalangan masyarakat. Baik kalangan tertentu merupakan jalur baru yang memerlukan pendidikan khusus secara sistematis modern. Jiwa kewirausahaan sudah hidup dan berkembang pada situasi dan kondisi masyarakat sehingga berwirausaha dapat berjalan dengan baik. Dunia kewirausahaan adalah dunia bisnis yang penuh ketidak-pastian dan resiko dimana antara keberhasilan dan kegagalan bisa saja terjadi. Seorang wirausaha memang mengharap selalu untung dan tidak pernah menghadapi rugi, namun keuntungan yang diperoleh harus dituntut dengan menggunakan moral dan akhlak dan batas-batas kewajaran menurut agama yang diyakininya.

Sebenarnya dalam ajaran masing-masing agama sudah menetapkan garis-garis besar dalam berperilaku yang terkait dengan kegiatan berwirausaha. Dengan demikian kajian tentang kewirausahaan islami dalam pendidikan dan pengelolaan perkoperasian mahasiswa menjadi menarik dipelajari dan dilakukan agar kegiatan usahanya senantiasa dijalankan dengan tetap memperhatikan prinsip-prinsip ajaran agama islam.

B. Pengertian Wirausaha

Wirausaha adalah kemampuan kreatif, dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru ada dan berbeda melalui kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang menuju sukses. Kreatifitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang. Sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreatifitas dalam rangkap, memecahkan masalah, dan menemukan peluang (Suryana, 2006: 2 – 3). Pada bagian lain, Kasmir (2006: 17 – 18) menyatakan bahwa wirausaha adalah menciptakan sesuatu yang diperlukan suatu kreatifitas

dan jiwa inovatif yang tinggi. Seseorang yang memiliki kreatifitas dan jiwa inovatif tentu berfikir untuk mencari atau menciptakan peluang yang baru dan lebih baik dari sebelumnya. Kemampuan menciptakan memerlukan adanya kreatifitas dan inovasi yang terus menerus untuk menentukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya, kemudian dengan kreatifitas dan inovasi tersebut pada akhirnya mampu memberi kontribusi bagi masyarakat banyak.

Wirausaha bila ditinjau dari etimologi berasal dari kata "wira" dan "usaha" yang berarti berkemauan keras. Jadi seorang wirausaha dapat diartikan sebagai berikut: seorang yang berkemauan keras dalam melakukan tindakan yang bermanfaat dan patut menjadi teladan hidup. Dengan demikian seorang wirausaha dapat di deskripsikan seorang yang mempunyai latar atribut:

- a) Wawasan komersial dan kesadaran akan pasar.
- b) Kemampuan untuk bekerja secara tekun dan mandiri.
- c) Pikiran yang inovatif dan kreatif.
- d) Kemampuan untuk manajemen dan mengarahkan perubahan.
- e) Kapasitas mengorganisasi dan keterampilan analitik.
- f) Stamina daya tahan.
- g) Kemampuan untuk bergaul yang baik dengan orang dari segala tingkatan.

Maka untuk menjadi seorang wirausaha harus melalui proses secara bertahap yaitu dari eksplorasi, konsolidasi, pembaharuan dan individualisasi, walaupun jalur dan lingkungan yang mungkin tidak sama. Tahap-tahap tersebut dapat digambarkan sebagai berikut (Tarsis, 1996: 4 – 5):

- a) Tahap eksplorasi (penjelajahan).
- b) Tahap konsolidasi.
- c) Tahap pembaharuan.
- d) Tahap individualisasi.

Peranan wirausaha adalah untuk meresapi aktifitas usaha dengan semangat kewirausahaan dan mengubah semangat itu menjadi energi untuk terjun ke dalam pembaharuan-pembaharuan. Pembaharuan akan menciptakan pengembangan dan perbaikan untuk keberlanjutan dimasa yang akan datang.

C. Wirausaha menurut Pandangan Islam

Pendapatan riil dalam suatu perusahaan tidak bisa ditentukan walaupun sebagian dalam berwirausaha mengalami peningkatan, percepatannya tidak seimbang atau kalah dengan tuntutan-tuntutan kebutuhan. Kalau kita memasuki teori strategi dalam berwirausaha perlu adanya kesungguhan bagi seorang pengusaha tersebut mulai dari straregi yang sangat simpel namun sulit untuk dilaksanakan yaitu kejujuran, tanggap, cerdas, tawakkal. Landasan ideal untuk penyemangat bagi wirausaha yang selalu berpedoman pada norma-norma agama. Seperti yang terdapat dalam al-Qur'an Surat ath-Thalaaq ayat 3 yang artinya adalah:

"Dan memberikan rizki dari arah yang tidak disangka-sangkanya. Dan barang siapa yang bertawakal pada Allah niscaya Allah akan mencukupkan (keperluannya). Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan yang dikehendakinya. Dan sesungguhnya Allah telah mengadakan ketentuan-ketentuan bagi tiap-tiap sesuatu." (Q.S ath-Thalaaq ayat 3)

Dari terjemahan ayat diatas dapat disimpulkan bahwasannya rizki datangnya tidak disangka-sangka dan barang siapa yang bersungguh-sungguh maka Allah SWT akan mencukupi apa yang hambanya butuhkan. Walaupun kita masuk dalam teori strategi, pada saat ini strategi dalam bidang ekonomi banyak memiliki konsep yang berbeda-beda. Dengan berkembangnya masyarakat kita yang semakin banyak, strategi menyadari bahwa tujuan utama pemasaran bukan lagi sebatas strategi yang berlandaskan norma-norma hukum dan agama tetapi sudah banyak strategi-strategi jitu yang lebih banyak menguntungkan diri sendiri tanpa memikirkan timbal baliknya. Islam adalah agama yang komprehensif, termasuk aspek bisnis mendapatkan perhatian dalam al-Qur'an. Agar kita termasuk orang yang "menang" umatnya

diperintahkan untuk giat bekerja. Allah SWT berfirman dalam al-Qur'an dalam surat ash-Shaffat :61 yang artinya :

“Untuk kemenangan serupa ini hendaknya berusaha orang-orang yang bekerja” (Q.S ash-Shaffat, :61)

Yang sangat berhubungan dengan ayat selanjutnya (QS. ash-Shaffat: 62) yang mengilustrasikan kenikmatan jenis makanan surga. Hal ini menggambarkan bekerja tidak saja untuk orientasi jangka pendek, tetapi juga untuk orientasi masa depan. Oleh karenanya, bekerja keras saja tidak cukup tetapi harus juga bekerja secara cerdas dan strategis “menang” hal ini berkaitan dengan strategi menumbuhkan usahanya dari posisi dasar hingga posisi puncak. Posisi yang disebut terakhir ini merupakan posisi dalam bisnis yang mampu memberikan arus kas atau laba yang positif bagi perusahaan. Melalui al-Qur'an surat al-Qashas: 26 Ayat Allah berikut ini menandakan betapa pentingnya suatu pekerjaan, yang artinya adalah :

“Salah seorang dari kedua wanita itu berkata : ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya.”(Q.S al-Qashas: 26)

Sebagai wirausaha (pelaku bisnis) suatu perusahaan apapun, ia dituntut memiliki kekuatan dan nilai-nilai yang mampu menjunjung tinggi bisnisnya (*superior*) dapat dipercaya atau jujur, adalah sebagian dari nilai-nilai yang harus dijunjung tinggi oleh wirausaha muslim. Akuntabilitas suatu perusahaan, akan dapat terjaga apabila didukung oleh karyawan yang gigih, jujur dan amanah (Yunus, 2008: 231 – 233).

HR. Imam Ahmad “ sesungguhnya Allah SWT suka kepada hamba yang berkarya dan terampil dan barang siapa yang bersusah payah mencari nafkah untuk keluarganya maka ia serupa dengan seorang mujaid fii sabilillah”.

Pada hakikatnya Islam adalah agama yang mengajarkan nilai-nilai etik, moral dan spiritual yang berfungsi sebagai pedoman hidup bagi pemeluknya, tidak terkecuali bidang ekonomi. Banyak sekali ajaran Islam yang mengajarkan agar umatnya mau bekerja keras untuk diri sendiri,

berlaku jujur dalam berbisnis, dan mencari usaha dari tangan sendiri untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Secara normatif, ajaran Islam mendorong umatnya bekerja keras. Beberapa ayat al-Qur'an dan Hadits yang berubungan dengan etos kerja dapat dijadikan dasar bahwa Islam sangat memperhatikan berwirausaha. Dalam ensiklopedi al-Qur'an di kemukakan bahwa istilah yang sangat relevan dengan istilah wirausaha itu dalam al-Qur'an QS an-Nur: 37 yang artinya adalah:

"Allah memuji orang yang rajin berniaga tetapi tidak lupa mengingat Allah, sholat, zakat, dan yakin terhadap hari akhir" (Q.S an-Nur: 37)

dan Hadits nabi yang telah di riwayatkan oleh Imam Ahmad yang artinya adalah:

"Sesungguhnya Allah mencintai hamba-Nya yang bekerja. Barang siapa yang bekerja keras mencari nafkah yang halal untuk keluarganya, maka sama dengan orang mujahid di jalan Allah" (H.R Imam Ahmad)

Ada dua faktor utama dalam ekonomi umat yang mengalami perubahan secara mendasar yaitu :

1) Faktor kultural

Bahwa budaya kita yang masih tergolong *soft culture*. Sifat-sifat kelemahan dan mentalitas mayoritas orang Indonesia masih sulit untuk dihilangkan. Seperti tidak percaya pada diri sendiri, kurang disiplin dan suka mengabaikan tanggung jawab.

2) Faktor struktural

Bahwa perekonomian Indonesia hingga saat ini belum mencerminkan struktur ekonomi yang berkeadilan, sebagaimana yang telah di amanatkan dalam UUD 1945. Memahami karakter wirausaha dapat juga di lakukan dengan cara memahami makna-makna simbolik yang tersembunyi di balik berbagai tanda dan simbol dalam Al-Qur'an. Simbol-simbol itu di antara lain tercemin dalam juz, halaman, tanda 'ain dan simbol-simbol lainnya. Misalnya memahami karakter juz 27 dalam al-Qur'an yang berhubungan dengan karakter seorang wirausaha. Indikasi awal sifat orang yang membawa karakter juz 27 sangat erat kaitannya dengan kegiatan

wirausaha. Maknanya memiliki ciri-ciri karakter wirausaha : ulet, tekun dan tidak kenal putus asa dalam berusaha, dan pengaruh surat ini pula menyukai sesuatu yang berbau kontroversial. Ada semacam kepuasan tersendiri dalam dirinya jika ia bisa melakukan hal yang revolusioner dan menarik perhatian orang banyak. Berani melakukan sesuatu yang baru dan berbeda. Bahkan yang lebih ekstrim lagi, ia berpotensi untuk merubah secara frontal tatanan yang sudah disepakati bersama dan membuat tatanan baru.

Islam sendiri sudah mengajarkan menjadi kewajibannya manusia untuk selalu berusaha dan berdoa dalam menjalankan kewajiban mencari nafkah (wirausaha) pada jalan agama, mencari nafkah atau berwirausaha dalam jalan agama disini karena berwirausaha itu termasuk dalam kategori orang-orang yang mau bersungguh-sungguh dalam menjalankan hidup. Wirausaha dapat di katakan sebagai orang yang perang melawan persaingan dalam bidang ekonomi dan barang siapa yang yang perang berwirausaha sesuai dengan norma-norma hukum, agama, dan ekonomi maka dia termasuk sebagai wirausaha yang handal dalam menjalankan strategi-strategi dan kebijakan yang telah dilaksanakan dalam bidang ekonomi.

D. Prinsip, Fungsi, Strategi, dan Karakter Wirausaha

Persaingan yang sangat ketat menyebabkan manusia secara pribadi berusaha untuk mencukupi kebutuhannya dengan usaha sendiri tanpa bantuan orang lain. Untuk dapat berwirausaha secara berhasil perlu sekali untuk diperhatikan prinsip-prinsip dibawah ini; a) Mengenal potensi diri, b) Berani menghadapi tantangan, c) Mental yang tangguh dan berkemauan keras, d) Disiplin diri, e) Hemat dan cermat, f) Keterbukaan, g) Wibawa dan jujur, h) Percaya diri, i) Berpegang pada program, j) Modal kecil hasil besar. K) Memperhatikan kebutuhan konsumen, l) Tepat waktu, m) Memperhatikan keadaan pasar, n) Teliti, o) Mandiri, p) Berpedoman pada pengalaman, q) Manajemen yang baik, r) Kreatif, s) Bijaksana.

Fungsi pokok yang lazim dipakai wirausaha adalah mencari dan menciptakan cara yang baru, terobosan baru dalam mendapatkan masukan atau input, serta mengolahnya menjadi barang dan jasa yang menarik dan memasarkan barang dan jasa tersebut untuk memuaskan pelanggan dan sekaligus memperoleh keuntungan mengenali lingkungan dalam rangka mencari dan menciptakan peluang usaha serta untuk mengendalikan lingkungan kearah yang menguntungkan bagi perusahaan. Ditinjau dari sudut kepentingan masyarakat, bangsa dan negara, lazimnya wirausaha yang baik dianggap dan diakui sebagai pionir-pionir yang mengembangkan usaha, menciptakan lapangan kerja, penghasil barang dan jasa yang lebih baik dan lebih bermanfaat serta menaklukan pengembangan dan akumulasi sumber daya manusia, sumber daya modal, dan sarana teknologi, jadi dapat disimpulkan bahwa wirausaha yang baik adalah orang yang berjuang dan beribadah untuk meningkatkan sekaligus memperkuat bangsa dan negara (Tohar, 1999: 170).

Fungsi dan peran wirausaha dapat dilihat melalui dua pendekatan, yaitu secara mikro dan makro. Secara mikro, wirausaha memiliki dua peran yaitu sebagai penemu (*innovator*) dan perencana (*planner*). Sebagai penemu, wirausaha menemukan dan menciptakan sesuatu yang baru, seperti produk, teknologi, cara, ide organisasi, dan sebagainya. Sebagai perencana, wirausaha berperan merancang tindakan dan usaha baru, merencanakan strategi usaha yang baru, merencanakan ide-ide dan peluang dalam meraih sukses, menciptakan organisasi perusahaan yang baru, dan lain-lain. Secara makro, peran wirausaha adalah menciptakan kemakmuran, pemerataan kekayaan, dan kesempatan kerja yang berfungsi sebagai mesin pertumbuhan perekonomian suatu negara (Kasmir, 2006: 25).

Jika manajemen wirausaha menyangkut lingkungan internal perusahaan maka strategi wirausaha menyangkut kesesuaian kemampuan internal dan aktifitas perusahaan dengan lingkungan eksternal, dimana perusahaan harus bersaing dengan menggunakan keputusan-keputusan strategis. Dalam melakukan strategi wirausaha biasanya salah satu strategi dari empat strategi sebagai berikut:

- 1) Berada dipasar dengan produk dan jasa baru, strategi ini sering dipilih oleh wirausaha, meskipun paling beresiko. Karena dengan melihat strategi ini apabila sukses maka selanjutnya mempertahankan posisi kepemimpinan pasar (*market leader*).
- 2) Posisikan produk dan jasa baru pada relung pasar (*niche market*) yang tidak terlayani, strategi ini menyangkut pengembangan keterampilan untuk menggapai peluang yang diciptakan oleh perusahaan yang berada di pasar pertama. Yang sering terjadi adalah banyak peniru (*imitator*) memperbaiki atau memodifikasi barang dan jasa untuk menciptakan nilai yang lebih tinggi bagi pembeli, dan perlu adanya pemindahan daya saingnya ke segmen pasar lain dengan mendominasi segmen pasar kecil yang dipandang perusahaan besar tidak memiliki peluang.
- 3) Fokuskan barang dan jasa pada relung yang kecil tetapi bisa bertahan.
- 4) Mengubah karakteristik produk, pasar atau industri, perubahan karakteristik produk, pasar atau industri yang berbasis pada inovasi. Strategi ini dilakukan dengan mengubah produk dan jasa yang sudah ada, misalnya mengubah manfaat, nilai, dan karakteristik ekonomi lainnya. Strategi ini menciptakan inovasi dengan salah satu cara berikut:
 - a) Menciptakan manfaat.
 - b) Meningkatkan nilai inovasi.
 - c) Beradaptasi dengan lingkungan sosial ekonommi pelanggan.
 - d) Menyajikan apa yang dianggap bernilai oleh pelanggan (Kasmir, 2006: 158 – 159).

Dalam pengelolaan perusahaan seorang wirausaha tidak lepas dari berbagai tindakan yang berdasarkan pada pemikiran-pemikiran yang brilian. Dengan satu tindakan yang tepat berarti dapat dikatakan telah menjawab satu tantangan atau lebih yang berisi pemikiran yang cemerlang. Wirausaha adalah pengusaha yang mampu melihat peluang mencari dana dan sumber daya lain yang diperlukan untuk mengarap peluang tersebut. Setelah dianalisis lebih lanjut. Peter Ducker

memformulasikan ciri-ciri khusus seorang wirausaha adalah sebagai berikut :

- a) Bekerja keras.
- b) Potimistis.
- c) Berupaya menghasilkan satu cara yang terbaik.
- d) Dorongan untuk dapat berprestasi.
- e) Mampu mengorganisasikan.
- f) Bertanggung jawab.
- g) Orientasi pada uang.
- h) Orientasi pada imbalan.
- i) Memperhatikan pada kualitas (Tarsis: 1996: 19 – 21).

Sedangkan menurut lembaga penelitian pengusaha kecil dan mencegah Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada, karakteristik yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha antara lain :

- a) Berwawasan jangka panjang dan berperencanaan.
- b) Mengutamakan kepentingan umum.
- c) Mempraktikkan profesionalisme.
- d) Memenuhi janji dengan tepat.
- e) Memenuhi takaran, ketepatan, kebenaran, dan kualitas.
- f) Hemat, tidak kikir, dan tidak boros.
- g) Disiplin.
- h) Dinamis (pribadi) tumbuh untuk berkembang (kelompok dan golongan).
- i) Memulihkan prestasi atau produktifitas.
- j) Ulet, sabar, dan tekun (Tohar, 1999): 168).

E. Sistem Pembagian SHU Koperasi Mahasiswa yang Islami

Sisa Hasil Usaha (SHU) adalah merupakan pendapatan/laba bersih usaha yang diperoleh dalam satu tahun buku berjalan dari tanggal

1 Januari sampai 31 Desember. Pembagian SHU berdasarkan AD/ART juga bisa dikelola berdasarkan prinsip ajaran agama Islam dan dialokasikan pada pos-pos sebagai berikut:

- a. 40% : Anggota
- b. 25% : Pengembangan Usaha
- c. 20% : Organisasi
- d. 10% : Cadangan
- e. 5% : Sosial

Bagian SHU yang akan diberikan kepada anggota disesuaikan dengan ketentuan AD/ART yakni sebesar 40% (dari total keseluruhan SHU). Sistem pembagian SHU kepada anggota menganut prinsip keadilan dan proporsional. Dengan ketentuan sebagai berikut:

Variabel perhitungan

- a. Simpanan yaitu simpanan pokok dan simpanan wajib.
- b. Aktivitas yaitu keaktifan dalam kegiatan kepanitiaan yang diselenggarakan oleh koperasi mahasiswa
- c. Transaksi yaitu pembelian anggota pada unit-unit usaha koperasi mahasiswa.

Point

Point Simpanan

Pembayaran simpanan wajib Rp. 5.000,- mendapatkan point 1 dan kelipatannya

Point Kegiatan

- *Point Kepanitiaan*

Ketua	:10
Sekretaris	: 8
Bendahara	: 8
Koordinator	: 6
Seksi	: 4

Point Divisi

Kahadiran dalam pelatihan yang diadakan setiap divisi

Point Kedatangan Acara

Kedatangan dalam acara yang diadakan oleh Kopma, dihitung dari absen kehadiran

Point Asisten Pengurus

Dihitung dari program kerja yang di berikan pengurus kepada asistennya

Point Belanja

Setiap belanja sebesar Rp 2.000,- mendapatkan point 1 dan kelipatannya

Metode pembagian SHU

Metode yang digunakan dalam pembagian SHU anggota adalah sebagai berikut:

SHU berdasarkan Simpanan

$$\frac{SP + SW}{TSP + TSW} \times X \% \times SHU = SHU \text{ Per Anggota}$$

SHU berdasarkan Aktivitas

$$\frac{\text{Total Point Individu}}{\text{Total Point Anggota}} \times Y \% \times SHU = SHU \text{ Per Anggota}$$

SHU berdasarkan Transaksi

$$\frac{\text{Total Point Individu}}{\text{Total Point Anggota}} \times Z \% \times SHU = SHU \text{ Per Anggota}$$

Keterangan :

SP : Simpanan Pokok

SW : Simpanan Wajib

TSP : Total Simpanan Pokok

TSW : Total Simpanan Wajib

Jumlah simpanan pokok dan simpanan wajib yang digunakan sebagai dasar perhitungan adalah jumlah simpanan pada akhir tutup buku.

$$X + Y = 100 \quad \text{Ket: } X = 50 \% \quad Y = 25 \% \quad Z = 25\%$$

Metode Pembagian

Metode pembagian jasa atas simpanan sukarela anggota adalah melalui sistem bagi hasil. Besarnya bagi hasil dari simpanan sukarela ditentukan dalam peraturan khusus/perjanjian.

F. Pelaksanaan Prinsip dan Strategi Pengembangan Kewirausahaan Islami (*Islamic Entrepreneurship*) dalam Pengelolaan Unit Usaha Koperasi Mahasiswa

Pelaksanaan roda sebuah organisasi merupakan sebuah tanggung jawab pengurus yang telah diamanahkan dari anggota. Pengurus berkewajiban memobilisasi perangkat-perangkat organisasi sehingga organisasi tersebut mencapai tujuannya. Tujuan yang dilaksanakan ini mulai dari internal keorganisasian sampai eksternal yang bersinggungan langsung dengan instansi-instansi yang berhubungan dengan organisasi, maka dalam RAT dipilihlah Ketua umum sebagai *leader* dari kepengurusan yang dipilih dari dan oleh anggota. Ketua umum merupakan ujung tombak dari sebuah organisasi. Untuk mempermudah kerjanya disusunlah suatu struktur kepengurusan bersama dengan tim formatur.

Pada bagian lain, jenjang karir anggota merupakan acuan yang dibuat untuk mempermudah anggota dalam meniti karir di koperasi mahasiswa. Dengan adanya jenjang karir ini, output yang didapat setelah anggota melewati beberapa tahap di dalamnya menjadi jelas (Anoraga dan Sudantoko, 2002: 35). Namun pada kenyataannya, proses yang harus dilalui dalam mencapai jenjang karir tersebut tidak semudah yang direncanakan terutama dalam pengadaan pendidikan perkoperasian lanjutan seperti Dikjut atau Diksus. Dalam hal tersebut, beberapa hal yang bisa disarankan dengan mengacu pada tulisan Ropke (Ropke, 2000: 56) adalah sebagai berikut:

- Lebih dipromosikan lagi ke anggota terkait dengan jenjang karir anggota.
- Lebih dipertahankan dan ditingkatkan lagi terkait dengan kegiatan pengembangan anggota dari segi *soft-skill* ataupun mentalnya.

- Eksistensi nasional kopma harus dipertahankan dengan cara menghadiri undangan, mengirim delegasi ataupun silaturahmi.
- Lebih diperhatikan dan dipertahankan terkait dengan kegiatan yang melibatkan anggota.
- Pembuatan laporan lebih diperhatikan lagi.

Bashith (2008: 273) dalam bukunya yang berjudul Islam dan Manajemen Koperasi: Prinsip dan strategi Pengembangan Koperasi di Indonesia menyatakan bahwa agama islam adalah agama yang komprehensif, termasuk aspek bisnis pun mendapat perhatian dalam al-Quran. Agar kita tergolong orang yang "menang", umatnya diperintahkan untuk giat bekerja. Allah SWT berfirman dalam al-Quran:

لِمَثَلٍ هَذَا فَلَيعْمَلِ الْعَامِلُونَ (٦١)

Artinya: "Untuk kemenangan serupa ini hendaklah berusaha orang-orang yang bekerja» (Q.S. Asshaffat, 37: 61).

Ayat tersebut berhubungan dengan ayat berikutnya (Q.S. 37: 62) yang mengilustrasikan kenikmatan jenis makanan surga. Manusia diberi kebebasan apakah lebih suka memilih makanan surga atau makanan neraka yang disebut "zaqqum".

ثُمَّ إِنَّ لَهُمْ عَلَيْهَا لَشَوْبًا مِنْ حَمِيمٍ (٦٢)

Artinya: "(Makanan surga) itulah hidangan yang lebih baik ataukah pohon zaqqum" (Zaqqum adalah jenis pohon yang tumbuh di neraka) (Q.S. ash-Shaffat: 62).

Hal ini menggambarkan bahwa bekerja tidak saja untuk orientasi jangka pendek, tetapi juga untuk orientasi masa depan (jangka panjang). Oleh karena itu, bekerja keras saja tidaklah cukup, tetapi juga harus bekerja secara cerdas dan strategis agar "menang" di masa depan. Ayat berikut ini juga menandakan betapa pentingnya kekuatan (giat bekerja) dan kepercayaan (*amanah*) dalam suatu pekerjaan. Allah SWT berfirman:

﴿قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ﴾ (٢٦)

Artinya: "Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: «Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya» (Q.S. Al-Qashahs: 26).

Sebagai pelaku bisnis atau wirausahawan yang berkecimpung dalam perusahaan apa pun, ia dituntut memiliki kekuatan dan nilai-nilai yang mampu menjunjung tinggi bisnisnya (*superior*). Dapat dipercaya atau jujur, adalah sebagian dari nilai-nilai yang harus dijunjung tinggi oleh pengusaha muslim. Akuntabilitas suatu perusahaan, akan dapat terjaga apabila didukung oleh para karyawan yang gigih, jujur dan amanah (*qawiiyyul amiiin*). Ayat lain, misalnya surat *al-Insyiqaaq*, menegaskan bahwa "orang yang bekerja sungguh-sungguh menuju Tuhannya, pasti orang itu akan menemui-Nya" (Q.S. 84: 6).

يَا أَيُّهَا الْإِنْسَانُ إِنَّكَ كَادِحٌ إِلَىٰ رَبِّكَ كَدْحًا فَمُلَاقِيهِ (٦)

Artinya: "Hai manusia, Sesungguhnya kamu telah bekerja dengan sungguh-sungguh menuju Tuhanmu, Maka pasti kamu akan menemui-Nya" (maksudnya: manusia di dunia ini baik disadarinya atau tidak adalah dalam perjalanan kepada Tuhannya; dan tidak dapat tidak dia akan menemui Tuhannya untuk menerima pembalasan-Nya dari perbuatannya yang buruk maupun yang baik) (Q.S. al-Insyiqaaq: 6).

Pesan yang terkandung dalam ayat di atas adalah bahwa manusia di dunia ini baik disadarinya atau tidak adalah dalam perjalanan menuju Tuhan-Nya untuk menerima pembalasan-Nya, baik pembalasan atas perbuatannya yang baik maupun perbuatannya yang buruk. Pesan ayat ini berkaitan dengan strategi meraih masa depan yang lebih baik. Bila diterapkan dalam bisnis, hal ini berkaitan dengan etika bisnis yang harus dijunjung tinggi dalam usahanya meraih keuntungan. Oleh karena itu, pebisnis dilarang melakukan perbuatan-perbuatan yang

dapat merugikan konsumennya, seperti curang, suka mengurangi timbangan, dan lain-lain. Nilai-nilai atau etika bisnis tersebut kemudian dimasukkan ke dalam strategi bisnisnya dalam meraih kesuksesan di masa depan.

Salah satu strategi bisnis yang tergolong baru dewasa ini adalah strategi bisnis yang memfokuskan diri pada kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hal ini mengisyaratkan dengan jelas bahwa perusahaan yang berorientasi pasar adalah perusahaan yang mengutamakan kepuasan pelanggannya. Isi pesan yang terkandung dalam Al-Quran surat *al-Insyiqaaq* di atas juga menguatkan ayat sebelumnya (Q.S. *as-Shaffat*: 61), bahwa orientasi pasar berarti pula ia harus bekerja keras (*hard work*) dan bekerja cerdas (*smart work*) agar termasuk golongan orang yang "menang" atau "unggul" dalam persaingan pasar. Salah satu strategi yang dipilih adalah strategi bagaimana memuaskan pelanggannya. Dalam koperasi, pelanggan itu adalah anggotanya sendiri. Anggota adalah pemilik sekaligus sebagai pelanggan koperasi (prinsip *dual identity*). Jadi, konsep atau strategi kepuasan pelanggan dalam manajemen pemasaran belakangan ini (Kotler, 1997: 67), pada dasarnya telah ada jauh sebelumnya, yakni ketika koperasi menegaskan prinsip-prinsip koperasi yang menjadi jati dirinya. Dalam koperasi, karena anggota posisinya sebagai pemilik sekaligus sebagai pelanggannya, maka dalam struktur organisasi seolah-olah ada "pasar internal" (*internal market*). Oleh karena itu, segala transaksi dilakukan dari, oleh dan untuk anggotanya juga. Pada akhirnya, tujuan organisasi koperasi diarahkan untuk menyejahterakan anggota. Mengacu pada tujuan tersebut, terlihat dengan jelas bahwa di dalamnya terdapat konsep pelayanan pelanggan yang sejalan dengan konsep strategi bisnis yang berorientasi pasar, yakni strategi yang fokus pada kepuasan dan loyalitas pelanggan (anggota). Sekarang, tinggal bagaimana manajemen koperasi mengoperasionalkan prinsip-prinsip, nilai-nilai dan identitas koperasi ke dalam kegiatan bisnis agar tidak tertinggal dari para pesaingnya.

Secara lebih lanjut pada bagian lain dijelaskan Kotler (1999, 45) bahwa organisasi (termasuk di dalamnya) yang strukturnya didesain secara khas dan syarat akan nilai-nilai tersebut, maka dipandang relevan apabila pengelolaan koperasi menggunakan salah satu konsep dalam

manajemen yang disebut dengan “Manajemen Profesional Berdasarkan Nilai-nilai/MPBN atau *Value Based Professional Management (VBPM)*. MPBN dalam koperasi berkaitan dengan proses, fungsi-fungsi dan sistem-sistem koperasi dan memastikan kesinambungan koperasi yang berbasiskan anggota dan berorientasi pada komunitas dalam pasar yang kompetitif. Untuk mencapai kepastian berkesinambungannya koperasi dalam pasar yang kompetitif tersebut, maka berbagai proses, fungsi-fungsi dan sistem-sistem harus digunakan sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip koperasi. Dalam hubungan ini peran aktif dan sadar dari anggota-anggota, anggota-anggota pengurus, wakil-wakil yang dipilih dan para karyawan sangat menentukan.

Oleh karena itu, melalui strategi ini, perlu dilakukan pengintegrasian MPBN dalam tingkat-tingkat koperasi sebagai berikut:

1. Anggota-anggota
 - a. Harus loyal dan aktif berpartisipasi.
 - b. Harus berbagi kemanfaatan secara adil.
 - c. Tidak mengadakan diskriminasi mengenai jender, usia dan sebagainya.
 - d. Harus melakukan semua tanggungjawab.
2. Anggota-anggota Pengurus
 - a. Harus menunjukkan kepedulian yang cukup terhadap kebutuhan-kebutuhan anggota dan kebutuhan komunitas.
 - b. Harus bertindak secara transparan yang utuh dan bertanggungjawab terhadap keanggotaan.
 - c. Harus menggalakkan hubungan yang ramah dan profesional dengan manajemen eksekutif.
3. Manajemen Profesional
 - a. Harus berorientasi pada tujuan.
 - b. Harus bekerja sebagai tim.
 - c. Harus cukup kompetitif untuk mendukung perusahaan dalam lingkungan yang kompetitif.

- d. Harus *cost effective* dan berorientasi pada mutu.
 - e. Harus memiliki kepekaan sosial.
4. Struktur Organisasi
- a. Semua tingkat harus demokratis.
 - b. Tidak boleh ada pengaruh politik dalam agama.
 - c. Hubungan-hubungan pengurus-manajemen harus positif.

Dalam manajemen organisasi koperasi, pengintegrasian MPBM dapat dilakukan dalam bentuk:

1. Anggaran dasar koperasi harus mencantumkan ketentuan yang memfasilitasi pelaksanaan MPBM.
2. Pengurus harus melapor kepada anggota-anggota mengenai langkah-langkah yang diambil untuk memperkuat MPBM beserta hasilnya.
3. Laporan audit eksternal maupun internal seharusnya mencakup segi-segi MPBM.
4. Anggota-anggota, pemimpin-pemimpin dan karyawan-karyawan harus dilatih untuk memahami dan implementasi MPBM.

Untuk mengukur manajemen profesional berdasarkan nilai-nilai dalam koperasi, maka perlu memperhatikan unsur-unsur yang menjadi karakteristik (sifat-sifat khusus) dalam MPBM, seperti:

1. Keanggotaan yang aktif.
2. Pemilihan yang teratur.
3. Pengembangan yang berkelanjutan dari anggota-anggota, anggota-anggota pengurus dan wakil-wakil.
4. Pembagian surplus sesuai dengan transaksi dengan koperasi.
5. Pengeluaran untuk kepentingan bersama anggota dan kemanfaatan bagi komunitas.
6. Wewenang terakhir ada pada dan dilaksanakan oleh rapat anggota.
7. Penggunaan nilai-nilai etik terhadap anggota-anggota, para pelanggan, karyawan-karyawan, pemerintah dan komunitas.

8. Kerangka kerja hukum positif yang memungkinkan dibangunnya dan berfungsinya koperasi sebagai organisasi otonom, mandiri dan demokratis.
9. Pengurusan koperasi harus sesuai dengan kerangka kerja hukum dan memenuhi maksud dan tujuan koperasi serta memenuhi keperluan *survival* (ketahanan hidup) jangka panjang koperasi. Pengurusan ini harus memberikan pertanggungjawaban yang jelas bagi kepemimpinan yang dipilih dan eksekutif.
10. Kepemimpinan yang dipilih harus cukup mampu untuk terus-menerus mencapai efisiensi dan produktivitas yang tinggi, sehingga koperasi dapat tumbuh dalam lingkungan yang sangat kompetitif.
11. Organisasi harus merupakan perusahaan yang lincah dan siap berubah sehingga tidak tertinggal oleh kebutuhan-kebutuhan anggota-anggota yang terus tumbuh dan lingkungan pasar yang terus bergerak maju.
12. Kaitan ke belakang dan ke depan harus dibangun secara efektif melalui integrasi vertikal dan horisontal.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji, dan Sudantoko, Djoko. 2002. *Koperasi, Kewirausahaan dan Usaha Kecil*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bashith, Abdul. 2008. *Islam dan Manajemen Koperasi: Prinsip dan strategi Pengembangan Koperasi di Indonesia*. Malang: UIN Malang Press.
- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip 1990. *Marketing Manajemen, Analisis, Planning, And Control, Fifth Edition*, terjemah oleh Jaka Wasana, Edisi kelima, jilid 1 Jakarta : Erlangga.
- Kotler , Philip 1997. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Control*. jilid 1 Jakarta : PT. Drenhallindo.

- Kotler, Philip 1999. *Marketing*. terjemah oleh Purwoko M.A Herujati, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Meredith, Gerffrey. 2002. *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. Jakarta : Kerja Sama Lembaga Manajemen PPM.
- Porter, Michael. 1994. *Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Erlangga.
- Muh. Yunus. 2008. *Islam dan Kewirausahaan Inovatif*. Malang: UIN Press
- Ropke, Jochen, 2000. *Ekonomi Koperasi: Teori dan Manajemen*. Sri Djatnika (Penerjemah). Jakarta: Salemba Empat.
- Suryana. 2006. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Edisi 3 Bandung: Salemba Empat.
- Tarsis, Tarmudji. 1996. *Prinsip-Prinsip Wirausaha* Semarang: Liberty Yogyakarta
- Tohar. 1999. *"Membuka Usaha Kecil"* Yogyakarta: Kanisius
- Tim Penterjemah al-Qur'an Depag. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Madinah al-Munawwarah: Mujamma' Malik Fahd, 1411 H.
- Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 1967 tentang Pokok-Pokok Perkoperasian. Tahun 1992. Dewan Koperasi Indonesia.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian. Tahun 1992. Dewan Koperasi Indonesia.
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian dan Proses Pengesahannya. Kantor Wilayah Departemen Koperasi Propinsi Jawa Timur.

