

Epistemé

Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman

**KRITIK REKONSTRUKSI RUKUN ISLAM
DAN RUKUN IMAN PERSPEKTIF M. SYAHRUR**

**PUBLIC REASONING DAN
KONFLIK PENERAPAN SYARI'AH
(Gagasan Abdullahi Ahmed Al-Naim)**

EPISTEMOLOGI ILMU FIQIH

**PEMIKIRAN ABDULLAH NASHIH ULWAN
TENTANG PENDIDIKAN NILAI
(Telaah Kitab Tarbiyatul Aulad Fil Islam)**

**UPAYA ISLAMISASI ILMU EKONOMI
SEBAGAI SOLUSI MENUJU MASYARAKAT
YANG BERKEADILAN**

**EFEKTIVITAS PENERAPAN STANDARISASI
KOMPETENSI LULUSAN MADRASAH
(Analisis Berdasarkan Paradigma
Pendidikan Konstruktivistik))**

**PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN:
MENCIPTAKAN LULUSAN PERGURUAN TINGGI
PENCIPTA KERJA MELALUI ENTREPRENEURSHIP**

**PROGRAM PASCASARJANA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) TULUNGAGUNG**

Epistemé

Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman

ISSN 1907-7491

Volume 6, Nomor 1, Juni 2011

Terbit dua kali setahun pada bulan Juni dan Desember. Berisi tulisan yang diangkat dari kajian analitis-kritis di bidang pengembangan ilmu keislaman, baik yang bercorak historis maupun gagasan-gagasan aktual. ISSN 1907-7491.

Ketua Penyunting

As'aril Muhajir

Sekretaris Penyunting

Asmawi

Penyunting Pelaksana

Binti Maunah

Nur Aini Latifah

Kutbuddin Aibak

Muhammad Arif

Penyunting Ahli

Mujamil

A. Khozin Affandi

Muhaimin

Nurul Murtadlo

Kasuwi Saiban

Fauzan Saleh

Achmad Patoni

Pelaksana Tata Usaha

M. Asngat Rudi Sunhaji

Muhammad Asrori

Alamat Tata Usaha: Pascasarjana STAIN Tulungagung Lantai II Jl. Mayor Sujadi Timur 46 Tulungagung 66221 Telpon 0355-321513 Fax. 0355-321656 e-mail: pps_stainta@yahoo.com

Epistemé diterbitkan sejak 2 Juni 2006 oleh Program Pascasarjana STAIN Tulungagung.

Penyunting menerima sumbangan tulisan yang belum pernah diterbitkan dalam media lain. Naskah diketik di atas kertas HVS kuarto spasi ganda sepanjang lebih kurang 20 halaman, dengan format seperti tercantum pada "Pedoman Bagi Penulis" di bagian belakang jurnal ini. Naskah yang masuk dievaluasi dan disunting untuk keseragaman format, istilah dan tata cara lainnya.

Dicetak di Percetakan Sumenang Kediri. Isi di luar tanggung jawab Percetakan

Epistemé

Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman

ISSN 1907-7491

Volume 6, Nomor 1, Juni 2011

DAFTAR ISI

- KRITIK REKONSTRUKSI RUKUN ISLAM
DAN RUKUN IMAN PERSPEKTIF M. SYAHRUR** 1 – 20
Nasrullah (UIN Maliki Malang)
- PUBLIC REASONING DAN KONFLIK PENERAPAN
SYARI'AH** 21 – 34
(Gagasan Abdullahi Ahmed Al-Naim)
Mutamakkin Billa (IAIN Surabaya)
- EPISTEMOLOGI ILMU FIQIH** 35 – 46
Asmawi (STAIN Tulungagung)
- PEMIKIRAN ABDULLAH NASHIH ULWAN
TENTANG PENDIDIKAN NILAI** 47 – 62
(Telaah Kitab Tarbiyatul Aulad Fil Islam)
Luluk Mudloifah (MTs Al-Ma'arif Sumobito-Jombang)
- UPAYA ISLAMISASI ILMU EKONOMI
SEBAGAI SOLUSI MENUJU MASYARAKAT
YANG BERKEADILAN** 63– 82
Ahmad Nurcholis (STIT Ibnu Sina Kepanjen Malang)
- EFEKTIVITAS PENERAPAN STANDARISASI
KOMPETENSI LULUSAN MADRASAH** 83 – 96
*(Analisis Berdasarkan Paradigma Pendidikan
Konstruktivistik)*
Agus Zaenul Fitri (STAIN Tulungagung)
- PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN: MENCIPTAKAN
LULUSAN PERGURUAN TINGGI PENCIPTA KERJA
MELALUI ENTREPRENEURSHIP** 97-114
Binti Maunah (STAIN Tulungagung)

PEDOMAN TRANSLITERASI

1. Konsonan

Huruf-huruf bahasa Arab ditransliterasi ke dalam huruf Latin sebagai berikut:

q	=	ق	z	=	ز	'	=	أ
k	=	ك	s	=	س	b	=	ب
l	=	ل	sy	=	ش	t	=	ت
m	=	م	sh	=	ص	ts	=	ث
n	=	ن	dh	=	ض	j	=	ج
w	=	و	th	=	ط	h	=	ح
h	=	ه	zh	=	ظ	kh	=	خ
y	=	ي	'	=	ع	d	=	د
			gh	=	غ	dz	=	ذ
			f	=	ف	r	=	ر

2. Vokal

Vokal atau bunyi (a), (i) dan (u) ditulis dengan ketentuan sebagai berikut:

	Pendek	Panjang
Fathah	a	â
Kasrah	i	î
Dhammah	u	û

PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN: MENCIPTAKAN LULUSAN PERGURUAN TINGGI PENCIPTA KERJA MELALUI *ENTREPRENEURSHIP*"

Binti Maunah*

*Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Tulungagung

Abstract: Among the obsolete problems in Indonesia, getting a job is one of them. The number of job seekers is greater from time to time, whereas, the number of job does not very much increase. This condition leads to an idea of how to make young generation, especially university graduates, change their mindset from seeking jobs to creating jobs. The awareness of creating their jobs can be promoted since they are in university through establishing entrepreneurship education as a part of curriculum.

Kata kunci: Lulusan, Pencipta Kerja, Pendidikan Entrepreneurship

Pendahuluan

Pendidikan kita sampai hari ini masih belum mapan menjamin pekerjaan bagi lulusanya. Malah perguruan Tinggi cenderung mencetak para pengangguran akibat lambanya adaptasi kurikulum terhadap realitas/kebutuhan pasar kerja. Oleh karena itu, menurut hemat saya, harus diterjemahkan ke dalam Perguruan Tinggi, agar Perguruan Tinggi dapat meningkatkan peranya dalam memecahkan masalah bangsa.

Peran Perguruan Tinggi dalam menanamkan *virus* kewirausahaan sangat startegis, mengingat banyaknya Perguruan Tinggi dan ratusan ribu lulusan yang segera terjun ke dalam masyarakat setiap tahun. Mestinya ratusan ribu Perguruan Tinggi tersebut tidak menambah masalah baru dalam masyarakat, sebaliknya memiliki kompetensi dalam memecahkan persoalan nyata dalam masyarakat. Sarjana sebagai *agent of change* benar-benar dapat diwujudkan.

Entreprenuership mengubah hidup kita dan bangsa adalah gagasan segar untuk menjawab sebuah pertanyaan yang berurat akar

dalam hidup setiap kita. Bagaimana seorang yang miskin atau sebuah bangsa yang miskin dan sedang berkembang menyelesaikan masalah pengangguran dan kemiskinan. Kemudian pada saat yang sama dapat membangun masyarakat yang sejahtera dan makmur secara sistematis dalam waktu singkat. Strategi lompatan katak bagi dunia berkembang untuk menyinggalakan status “miskin” nya dan masuk ke dalam dunia baru yang sejahtera.

Masalah pengangguran dan kemiskinan diperlihatkan dengan jelas oleh setiap bangsa dan seluruh dunia (Ciputra, 2009: xvii). Namun, jawaban atas pertanyaan bagaimana bangsa-bangsa bisa mengatasinya begitu sulit ditemukan. Banyak program sudah disusun menciptakan proyek-proyek yang bisa menghasilkan buah. Namun, ada satu hal yang pasti akan kita dapati yaitu: pengangguran dan kemiskinan masih bercokol di abad ke 21 ini. Bagi negara-negara yang dianugerahi kekayaan alam yang berlimpah-limpah, situasi yang ditemukan mungkin lebih buruk. Secara intuitif (alam) mereka memiliki segalanya bagi kesejahteraan. Akan tetapi kenyataannya, sebagian besar rakyat hidup di bawah garis kemiskinan. Apa yang sebenarnya terjadi?

Yang hilang adalah *entrepreneurship* (kewirausahaan). *Entrepreneurship* adalah faktor kuncinya. Thurrow (1999), di dalam bukunya, *Building Wealth* dengan jelas menyatakan, “Tidak ada institusi pengganti untuk para agen wirausaha perorangan. Para wewenang permainan wirausaha menjadi makmur dan berkuasa, tetapi tanpa wira usahawan perekonomian menjadi miskin dan lemah. Yang tua tidak akan ada lagi; yang baru tidak dapat masuk.”

Saya percaya bahwa kemampuan tingkat tinggi dalam bidang wirausaha oleh setiap komponen masyarakat dapat menghasilkan sebuah efek domino bagi transformasi ekonomi sosial. *Entrepreneurship* bagaikan sebuah kunci. Kunci vital untuk membuka setiap ekonomi manusia. memperkaya dan memperkuat mereka agar mampu melewati perjalanan panjang menuju kesejahteraan dan meraih kehidupan untuk usia mahasiswa maupun dosen yang mampu menciptakan perbedaan bagi komunitas mereka.

Pemikiran ini terkesan ambisius, akan tetapi sebenarnya ini tidaklah seambisius yang dipikirkan. Kalau direfleksikan, bisa disebutkan bahwa pendidikan dan jiwa wirausaha adalah faktor paling dominan yang akhirnya membawa kepada kesejahteraan studi Islam sebagai sebuah praktek sesungguhnya sudah berlangsung semenjak awal pertumbuhan Islam, yakni pada masa hidup Nabi Muhammad Saw. Apa yang dilakukan oleh Nabi bersama para sahabatnya dari waktu ke waktu merupakan bentuk studi Islam yang sesungguhnya. Mereka melakukan dan mempraktekkan studi Islam dalam makna yang sesungguhnya. Namun demikian, apa yang tengah berlangsung pada masa Nabi tersebut belum bisa disebut studi Islam sebagai sebuah disiplin keilmuan yang dilakukan secara sistematis dan terstruktur.

Sebab pada masa itu ilmu sebagaimana pengertian keilmuan sekarang ini belum ada. Titik tekan studi Islam masa itu memang lebih pada bagaimana mengenal, memahami, dan meneladani ajaran Islam dari perilaku Nabi Muhammad Saw.

Indonesia adalah sebuah negeri yang memerlukan banyak *entrepreneur* baru. Dan kebutuhan terhadap sosok yang disebut *entrepreneur* itu makin terasa mendesak dari waktu ke waktu. Setiap kali angka-angka pertumbuhan ekonomi dibenturkan dengan jumlah penduduk usia produktif yang memerlukan pekerjaan, kita langsung diingatkan betapa pentingnya sosok *entrepreneur itu*. Ia kita harapkan dapat menjadi bagian dari solusi atas sejumlah persoalan, terutama di bidang ekonomi dan ketenagakerjaan di negeri kita. Dengan menciptakan pekerjaan pertama-tama untuk dirinya sendiri, dan kemudian ikut mempekerjakan orang lain dalam bisnisnya, kehadiran *entrepreneur* akan mengurangi jumlah pengangguran. Bukan Cuma itu. Dengan kreativitas dan kemampuan inovasinya, seorang *entrepreneur* juga memberikan nilai tambah kepada masyarakat yang menikmati produk/jasa hasil karyanya. Dan bila karya-karya sang *intrepeneur* ini bisa diekspor kemancanegara, maka akan meningkatkan perolehan devisa negara. Singkatnya, kehadiran *entrepreneur* akan memberikan banyak manfaat bagi lingkungan di mana ia berkiprah. Kita semua tahu itu.

Masalahnya, kerinduan kita terhadap lahirnya sebuah geberasi *entrepreneur* acapkali diperhadapkan pada tantangan untuk menemukan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang penting seperti: bagaimana mendorong tumbuh-kembangnya semangat *entrepeneur* di negeri yang masih kental feodalisnya ini? Atau, startegi apa yang bisa membuat kaum muda lebih suka memilih menjadi *entrepeneur* ketimbang mendaftarkan diri untuk menjadi pegawai? (Maunah, 2010: 8).

Untuk merespon tantangan tersebut, dalam segala keterbatasannya makalah ini menulis untuk mendorong tumbuh kembangnya semangat *entrepreneur* di kalangan masyarakat luas. Sebab kami meyakini bahwa masa depan Indonsia sangatlah bergantung pada upaya mengikis feodalisme dan menggantikanya dengan semangat *entrepeneur*. Sebagaimana kita pahami, semangat *entrepreneur* yang memungkinkan terjadi di Singapura, Jepang, Taiwan, Korea Selatan, dan belakangan ini China, berkembang menjadi negara-neara yang lebih maju. Kita berasumsi bahwa *entrepreneurlah* yang menjadi motor penggerak roda perekonomian sebuah negara. Makin besar jumlah *entrepreneur* di sebuah negara, makin cepatlah negara itu berkembang ke arah yang lebih sejahtera

Bakat Entrepreneur

Ada perbedaan mendasar antara seorang *entrepreneur* dengan seorang pemilik dan pengelola usaha (bisnis) biasa. Ia menjelaskan bahwa "*entrepreneur* adalah seseorang yang inovatif dan mampu mewujudkan cita-cita kreatifnya ke dunia nyata. *Entrepreneur* akan mampu mengubah padang ilalang menjadi kota baru, atau mengubah tempat pembuangan sampah menjadi resor yang indah. *Entrepreneur* bisa mengubah kawasan kumuh menjadi wilayah gedung pencakar langit tempat ribuan yang bekerja dan beraktivitas. Bahkan di tangan seorang *entrepreneur*, kotoran dan barang rongsokan diubah menjadi emas" (Ciputra, 2010: 16).

Sedikitnya ada 3 (tiga) ciri utama seorang *entrepreneur*: (1) seorang *entrepreneur* mampu melihat peluang bisnis yang tidak dilihat atau tidak diperhitungkan oleh orang lain, ia melihat kemungkinan dan memiliki visi untuk menciptakan sesuatu yang baru yang memicu semangatnya untuk bertindak; (2) seorang *entrepreneur* adalah orang yang bertindak untuk melakukan inovasi, mengubah keadaan yang kurang/tidak menyenangkan menjadi keadaan seperti yang ia inginkan. Tindakanlah yang membuat *entrepreneur* menjadi inovator; (3) seorang *entrepreneur* adalah pengambil risiko, baik risiko yang bersifat finansial (baca: rugi), maupun risiko yang bersifat mental (baca: dianggap gagal) (Ciputra, 2010: 17).

Dengan tiga ciri pokok tersebut, seorang *entrepreneur* sejati seperti seorang "perintis kawasan baru". "penjelajah rimba raya", atau juga "pendaki gunung" yang selalu mencari puncak-puncak taklukan baru. Mereka bermimpi, maju bergerak menuju tantangan dan tidak gentar memikul risiko. Rinkasnya *entrepreneur* sejati berani rugi, berani malu dan juga berani terkenal.

Orang yang mengelola sebuah bisnis, belum tentu seorang *entrepreneur*. Orang bisa memiliki suatu bisnis dengan meniru bisnis yang sudah berhasil, seperti banyak dilakukan dalam sistem *waralaba*. Dalam konteks ini seseorang menjadi pebisnis atau pengusaha, karena memiliki bisnis karena warisan orang tua, dari keluarga dan kerabatnya. Pebisnis model ini tidak memulai dengan visi, tidak melakukan tindakan-tindakan inovatif, dan juga tidak mengambil risiko yang besar. "Mereka itu bisa disebut sebagai pebisnis atau pengusaha, tapi saya kira bukan *entrepreneur* seperti yang saya maksudkan" (Ciputra, 2010: 18). Seorang *entrepreneur* pastilah pebisnis dan pengusaha yang handal. Namun seorang pebisnis atau pengusaha, belum tentu memenuhi kualifikasi untuk bisa disebut sebagai *intrepreneur*.

Kalau demikian, apakah untuk menjadi *intrepreneur* dibutuhkan bakat khusus? Kalau untuk menjadi seorang *intrepreneur* yang besar dan hebat memang dibutuhkan bakat khusus, yang tidak semua orang dapat menjalankannya dan memerlukan langkah-langkah yang

menunjukkan adanya cita-cita yang besar, ada visi, dan keberanian mengambil risiko yang tidak dilakukan oleh kebanyakan orang-orang biasa.

Pentingnya faktor lingkungan yang kondusif dan latihan untuk mengembangkan potensi dan mengasah bakat-bakat kaum muda di Indonesia khususnya mahasiswa di lingkungan Perguruan Tinggi. Kita harus menyadari bahwa ada kondisi yang harus diciptakan untuk mendorong dan memperbesar kemungkinan lahirnya para *intrepreneur* baru yang membangun dan mengharumkan nama Indonesia di masa depan.

Entrepreneur yang berkemungkinan sukses biasanya adalah seseorang yang tidak cepat puas, yang ingin mengetahui sesuatu lebih banyak lagi sampai ia dapat memahami dan mewujudkan sesuatu dari yang baru diketahui itu. Ciri-ciri semacam ini, sebagaimana dikatakan Roodney Overton, seorang penulis lebih dari 25 buku laris tentang panduan berbisnis, memang sangat menentukan bagi keberhasilan seorang *entrepreneur*. Seorang *entrepreneur* menurut Roodney, harus mempunyai *'a burning desine to realise, actualise and turn (your) ideas into reality.'* semangat belajar seorang *entrepreneur* adalah semangat yang tidak berhenti sekadar belajar, tetapi harus mempunyai visi yang jauh ke depan disertai tindakan yang konkret. Ia harus mempunyai antusiasme yang tidak terbatas akan ide-idenya, yang mungkin saja tidak dimengerti orang lain (Overton, 1995: 15).

Pendidikan Entrepreneur

Pendidikan *entrepreneurship* yang baik sedikitnya harus memiliki dua kriteria: *pertama*, berhubungan dengan tujuan dari edukasi itu sendiri. Pendidikan *entrepreneurship* di sini alah pendidikan yang menghasilkan *entrepreneur-entreprenur* baru (*to be entrepreneur*). Bukan sekadar menghasilkan lulusan yang tahu banyak tentang *entrepreneurship (to know)* atau paham kegiatan-kegiatan *entrepreneur*. Ditekankan betapa pentingnya pembentukan pola pikir (*mindset*) dan jiwa (*spirit*) dari *entrepreneurship* dalam proses pembelajaran yang terjadi.

Kedua, berkenaan dengan kualitas lulusan. Kita harus dapat menciptakan sebuah pendidikan *entrepreneurship* yang dapat membangun manusia-manusia masa depan yang mampu mengubah kotoran dan rongsokan jadi emas. Kalimat kotoran dan rongsokan menjadi emas hanyalah makna kiasan. Pesan filosofisnya lebih penting daripada arti yang sebenarnya. Kata kunci dari definisi itu ialah perubahan dan kreatifitas.

Entrepreneurship setidaknya memiliki tiga makna utama: 1) ialah terjadinya sebuah perubahan kreatif yang berarti. Dari kotoran dan rongsokan yang tidak berharga dan dibuang orang menjadi sesuatu yang

memiliki nilai lebih besar; 2) ialah hasil akhir dari perubahan memiliki nilai komersial, bukan hanya dianggap sebagai karya yang hebat namun memiliki nilai pasar tinggi seperti batang emas atau perhiasan emas; 3) ialah untuk mendapatkan emas seorang *entrepreneur* bisa memulainya dari kotoran dan rongsokan yang tidak bernilai, dengan kata lain ber-“*entrepreneur*” dengan modal nol adalah sebuah keniscayaan dan bukan kemustahilan (Ciputra, 2009; 72).

Kita seharusnya tidak pernah berhenti bekerja dan belajar demi menciptakan sesuatu yang lebih bernilai. Seharusnya kita tidak malu belajar dan merasa bangga serta berterima kasih jika ada banyak orang yang mengajarkan sesuatu yang baru kepadanya. Tidak hanya ketika masih merangkak dari bawah, tetapi juga sampai saat ini, dan ketika telah menjadi salah satu tokoh terkemuka di Indonesia.

Bagaimana jika orang merasa hanya memiliki sedikit bakat untuk menjadi *entrepreneur*? Untuk kasus semacam ini dianjurkan. *Pertama*, jadilah profesional (pegawai) dengan kemampuan *entrepreneurship*. Orang seperti Jack Welch, yang pernah memimpin perusahaan No. 9 terbesar di Dunia —General Electric yang legendaris itu— adalah contoh profesional dengan kemampuan *entrepreneurship* yang handal. Memilih menjadi nahkoda sebuah “kapal bisnis” skala dunia, juga merupakan suatu prestasi yang mengagumkan, bukan? Jadi potensi *entrepreneurship* tetap perlu dikembangkan, sekalipun berada dalam konteks organisasi bisnis yang bukan milik sendiri. Para profesional dengan kemampuan *entrepreneurship* ini umumnya disebut sebagai *intrapreneur*.

Kedua, mulailah dengan merintis bisnis dalam skala kecil. Atau bisa meneruskan bisnis keluarga yang lebih dulu ada, lalu mengembangkannya. Bisa juga “meniru” bisnis orang lain atau mengambil bisnis *waralaba*. Lalu secara bertahap cobalah untuk lebih maju dengan membangun visi dan mengambil risiko yang lebih besar. Dalam pandangan penulis menjadi pebisnis dan pengusaha dalam skala kecil menengah justru sangat diperlukan dalam konteks membangun Indonesia ke depan. Sebab yang terpenting adalah menciptakan lapangan kerja, pertama-tama bagi diri sendiri, dan kemudian belajar memperkerjakan orang.

Bagaimana jika orang merasa tak berbakat, tetapi ingin memiliki bisnis sendiri? Pertanyaan ini bersifat paradoks. Sebab, bakat seseorang umumnya menumbuhkan minatnya terhadap sesuatu. Sebagai seorang *entrepreneur* kita berminat, melihat, mendengar, bermimpi, dan memperbincangkan hal-hal yang bertalian dengan dunia usaha. Jadi, jika seseorang berminat untuk memiliki bisnis sendiri harus dimengerti sebagai bakat dan potensinya. Sehingga, tak usah pusing soal apakah kita berbakat atau tidak. Sepanjang ada hasrat besar untuk menjadi *entrepreneur*, anggap saja itu merupakan petunjuk bahwa kita berbakat. Lalu cobalah membangun visi, mencari cara menginovasi dan

menciptakan suatu produk, dan belajar mengambil resiko tahap demi tahap. Bulatkan tekad untuk menjadi pengusaha, menjadi pebisnis, menjadi *entrepreneur*.

Pendidikan Formal Bagi *Entrepreneur*

Sebagai manusia pembelajar, *entrepreneur* belajar dari semua hal, bahkan dari tempat-tempat yang banyak orang mungkin tidak membayangkannya sebagai tempat belajar. Kita belajar dari bawahan, bahkan sebaiknya kita belajar kepada semua orang yang pernah berhubungan dengan kita.

Hal yang demikian tampaknya memang sudah umum kita dengar dari banyak *entrepreneur* sukses. Sayangnya, hal ini acapkali menghadirkan penafsiran ekstrem tentang pendidikan. Karena demikian besarnya penekanan pentingnya belajar dari segala hal, muncullah anggapan bahwa ternyata belajar menjadi *entrepreneur* tidak perlu berbekal pendidikan formal. Sekolah formal sebagai tempat belajar yang sangat mendasar dianggap tidak penting lagi. Apalagi aneka buku yang sering mempertanyakan arti pentingnya sekolah. Seolah-olah karena secara spesifik sekolah formal tidak mengajarkan bagaimana cara berbisnis, maka untuk menjadi *entrepreneur* pun dianggap tidak perlu dibekali dengan pendidikan.

Tetapi menurut hemat penulis, orang-orang sukses tidak pernah menisbikan peranan pendidikan formal, bahkan orang-orang yang berhasil menaruh perhatian dan aktif dalam aneka yayasan pendidikan yang ada. Memang ada manusia yang menjadi sukses sebagai *entrepreneur* tanpa bekal pendidikan formal yang memadai, barangkali karena mereka diberi bakat yang luar biasa. Pada akhirnya kita harus memahami bahwa tidak cukup hanya mengandalkan bakat saja, tetapi harus ditopang oleh ilmu dan pengalaman. Apalagi bila seseorang ingin menjadi *entrepreneur* yang sukses hingga mencapai prestasi puncak. "Kalau hanya mengandalkan bakat, anda juga bisa sukses, tetapi dugaan saya hanya sampai tingkat menengah saja dan tidak akan berhasil secara optimal".

Penulis kurang setuju pada pandangan yang mengatakan *entrepreneur* tidak perlu pendidikan formal. Modal optimisme dan keberanian mencoba dianggap sudah cukup. Salah satu sumber pengalaman adalah pendidikan. Bagaimana Anda menjadi *entrepreneur* jika tidak ada pengalaman, dan bagaimana anda mendapat pengalaman tanpa ilmu? Bagaimakah anda mendapat pengalaman tanpa mencarinya? Itu seperti anda menembak orang tanpa peluru. Tidak akan berhasil. Pengalaman harus diciptakan dan pengalaman bisa menolong kita meraih keunggulan".

Orang yang bodoh ada 2 macam: (1) Mereka yang merasa dirinya pintar dan karenanya tidak mau mendengarkan pendapat orang lain

lagi. (2) Mereka yang tidak mau meniru perbuatan baik yang telah dilakukan orang lain karena enggan mengakui keunggulan orang lain

Kisah Scott Smigler yang belum lama berselang dimuat di majalah *Entrepreneur* barangkali adalah satu contoh lagi tentang pentingnya pendidikan bagi seorang *entrepreneur*. Smigler adalah seorang mahasiswa asal Amerika Serikat yang berusia 22 tahun dengan indeks prestasi 3,7. Tanpa meninggalkan bangku kuliah ia berhasil membangun bisnis beromzet setara dengan Rp. 2,4 miliar per tahun tanpa meninggalkan bangku kuliah (Harefa, 2005, 26).

Mahasiswa jurusan keuangan di Bentley Colleger di Walcham, Amerika Serikat ini ketika lulus dari sekolah lanjutan atas, mendirikan *Exclusive Concepts Inc*, sebuah perusahaan yang menyediakan jasa profesional desain *web* dan solusi *marketing online* bagi perusahaan-perusahaan yang sedang bertumbuh. Mulanya ia menjalankannya sendirian dari kamar belajarnya di rumah orang tuanya. Dengan membangun reputasi sebagai penyedia jasa yang kompeten dan profesional, ia memperoleh kepercayaan pelangganya lewat promosi mulut ke mulut.

Kini ia telah merambah lebih jauh dengan membuka kantor di *Burlington, Massachuserts*. Dengan dibantu lima orang staf, ia mencatat omzet U\$\$ 300 ribu atau lebih dari 2,4 miliar pada 2003. sambil terus mengelola bisnisnya, ia tetap menekuni studinya di Bentley. College dengan indeks prestasi 3,7 dan mendirikan *Entrepreneurship Society* di sekolah itu. Dan setiap minggu ia menyisihkan waktu puluhan jam untuk memberi nasihat kepada para *entrepreneur* di segala usia.

Hal yang menarik, tak satupun nasehat Smigler yang mengecilkan arti pendidikan, dan bahkan ia tetap melanjutkan pendidikannya kendati telah berhasil sebagai *entrepreneur*. Kata Smight lingkungan bisnis berubah cepat. Pendidikan adalah salah satu faktor penting menuju sukses. "Tidak benar bahwa menambah pengetahuan lewat pendidikan hanya membuang waktu. Justru sangatlah mungkin untuk membesarkan perusahaan sambil Anda mengisi 'aki' dengan mengikuti pendidikan. Dalam jangka panjang Anda akan mengetahui manfaatnya".

Maka bila ada nasihat tentang pendidikan untuk orang-orang muda yang menyiapkan diri menjadi *entrepreneur*, itu adalah sebuah pesan untuk tidak pernah menyia-nyiakan pendidikan formal yang sudah ditempuh. Jangan tinggalkan, tetapi justru gunakanlah pendidikan untuk mempelajari lebih banyak hal demi mewujudkan impian sebagai *entrepreneur*. Seperti kita mengejar ilmu dengan membaca majalah-majalah terbaik, buku-buku terbaik, dan mengikuti seminar-seminar di seluruh dunia. Hadir di berbagai kongres *real estat* dunia, baik sebagai peserta maupun pembicara. Mencoba menggali pelajaran dari tokoh-tokoh terbaik dunia, seperti ketika mengunjungi

Jack Welch, tokoh yang luar biasa dari kelompok bisnis General Electric, di New York, Amerika Serikat. Jangan tinggalkan, tetapi justru gunakanlah pendidikan formal untuk mempelajari lebih banyak hal demi mewujudkan impian sebagai *intreprenuer* (Ciputra, 2010: 145).

***Entrepreneur*: antara Kepintaran dan Kebijaksanaan**

Pengalaman dan perjalanan hidup menunjukkan bahwa pendidikan dan ilmu menjadikan orang pintar. *Entrepreneur* yang berbekal pendidikan dan pengalaman juga semakin lama akan semakin pintar. Tetapi diatas kepintaran kita percaya ada kebijaksanaan. Dengan kebijaksanaanlah seorang entrepreneur dapat menghindarkan diri dari kesalahan yang tidak perlu.

Dalam merintis dan mengelola bisnis, seorang *entrepreneur* seringkali dihadapkan pada tantangan untuk hanya mendengarkan dirinya sendiri dan tidak mau mendengar nasihat lingkungannya. Yang demikian ini kita golongkan orang yang pintar tetapi tidak bijaksana. Orang yang pintar yang bijaksana adalah orang yang tidak menganggap dirinya di atas orang lain meskipun kepintarannya pada kenyataannya memang demikian. Seorang *entrepreneur* yang bijaksana adalah pemimpin yang menyadari bahwa dirinya tidak mengetahui segala hal.

Gaya kepemimpinan Jack Welch, mantan legendaris *General Electric*, menginspirasi bahwa *entrepreneur* dalam menjalankan perannya sebagai *entrepreneur*. Welch pernah mengatakan, walaupun ia seorang CEO, ia tidak tahu semua hal mengenai GE. Oleh karena itu Jack mengatakan ia hanya mengontrol sumber daya manusia (SDM) dan keuangan. Sehingga manakala Welch mengunjungi perusahaan-perusahaan di lingkungan GE ia selalu membawa orang keuangan di sebelah kananya dan disebelah kirinya orang SDM.

Di titik ini, kita juga dapat mengatakan bahwa kepemimpinan adalah salah satu unsur penting dari seorang *entrepreneur*. Pada dasarnya setiap orang yang memilih menjadi *entrepreneur*, ia juga akan menjalankan peran kepemimpinan atau sebagai seorang *Chief Executive Officer (CEO)* di bisnis yang ia bangun. Dengan demikian seorang *intreprenuer* jika ingin sukses harus juga memupuk kebijaksanaan dalam peran dirinya sebagai pemimpin. Dalam mengambil keputusan seorang *entrepreneur* tidak hanya menyadarkan diri pada perhitungan rasionya, tetapi juga mendengar dan menjajaki berbagai sudut pandang.

Inilah yang oleh Jeffery J. Fox, penulis buku laris di Amerika Serikat, *How to Become EO*, sebagai prinsip *Stop, Looks and Listen*. Seorang pemimpin, menurut Fox, menyempatkan diri merenung. Dia tidak "membunuh". "Ia berpikir, mempertimbangkan, mengamati dengan seksama, mencari bukti, dan mendengarkan. Ia berhenti sejenak untuk mengamati. Ia berhenti mengatakan sesuatu sebelum salah

bertindak. Ia berhenti sebelum mengambil keputusan tersembunyi. Ia melihat dan terus mendengarkan (Fox, 2000: 45).

Mendengarkan memang suatu hal yang sulit bagi orang-orang agresif, energik, dan pintar. Tetapi seorang pemimpin, termasuk para *entrepreneur*, harus melatih diri sendiri untuk selalu dapat menerima keadaan. "Anda harus mendengarkan apa yang bahkan tidak diungkapkan dengan kata-kata. Anda harus mendengarkan pelanggan, pemasok, kolega, pesaing, dan semua orang," tulis Fox. Dan untuk menjadi pendengar yang baik, seorang harus belajar, karena memang hal itu dapat dipelajari dan bisa dilatih. "Ketika seseorang bicara, berhentilah dari aktivitas yang sedang anda kerjakan, lihat kepada orang yang bicara dan dengarkan. Seorang pendengar yang baik biasanya juga adalah teman bicara yang baik," tulis Fox.

Mari hal demikian kita praktekan, jangan pernah jemu untuk berhenti sejenak, melihat dan mendengarkan, entah itu dari bawahan, kolega, dan terutama pelanggan-pelanggan perusahaannya. Tidak perlu dipertanyakan bila salah satu nasehat yang ingin disampaikan kepada para anak-anak muda yang mempersiapkan diri atau dalam perjalanan menjadi *entrepreneur*, adalah selalulah bersikap bijaksana. Pintar itu penting, tetapi sediakan waktu untuk berhenti sejenak, melihat dan mendengar apa yang dikatakan oleh orang lain. Tidak ada kata terlalu cepat atau terlalu lambat untuk menjadi *entrepreneur*. Yang penting, pelajailah segala hal untuk mewujudkan mimpi dan setiap pelajaran itu harus berorientasi pada tindakan dan eksekusi.

Melirik Praktik-Praktik Terbaik

Jika ingin sedikit berteori, ide-ide bisnis yang menggelayut di benak seorang calon *entrepreneur* pada prinsipnya harus melewati tujuh langkah untuk benar-benar menjadi sebuah produk atau jasa yang diluncurkan ke pasar secara komersial.

Menurut Overton, menggali ide bisnis atau mulai dari mimpi adalah: (1) tahap paling awal dari langkah seorang calon *entrepreneur*; (2) langkah kedua adalah menyaring ide-ide bisnis itu berdasarkan kapabilitas pribadi dirinya di satu sisi dan potensi pasarnya di sisi lain; (3) langkah ketiga adalah mengembanagakan konsep bisnis dan menguji konsep tersebut; (4) menyusun strategi pemasaran; (4) melakukan analisis bisnis; (5) merancang pengembangan produk; (6) melakukan uji pasaran; (7) tahap komersialisasi (Rodney, 2002).

Bagi seorang calon *entrepreneur* yang tidak biasa dengan alat-alat analisis kademis, langkah-langkah itu bisa jadi terkesan sangat rumit dan memakan waktu. Untungnya, selalu ada jalan bilamana ada kemauan. Kita jalankan semua proses diatas dalam seluruh sepak terjang kita sebagai *entrepreneur*. Hal yang demikian itu sebagai meniru yang terbaik.

“Pelajarilah hal-hal terbaik, dan tirulah itu”, dalam strategi perusahaan, cara ini kerap disebut sebagai metode *benchmarking*, yakni suatu langkah untuk mencapai hasil terbaik dengan menetapkan suatu batu penjurur yang akan dipacu. Ditiru bahkan bila memungkinkan, dilampaui. Sang batu penjurur itu pada umumnya adalah praktik-praktik terbaik yang sudah teruji membuat suatu perusahaan mencapai hasil terbaik pula di bidangnya.

Dalam mengawali langkah menjadi *entrepreneur*, seseorang harus mengarahkan pikirannya kepada praktik-praktik terbaik yang pernah ada di bidang yang ingin digeluti sang calon *entrepreneur*. Sebagai contoh, bila seseorang ingin terjun di dunia bisnis properti dan ingin menjalankan sebuah proyek tertentu, tak bisa lain, sang calon *entrepreneur* itu harus banyak belajar tentang praktik-praktik terbaik yang pernah ada dalam mengelola proyek serupa. Bila perlu, sang calon *entrepreneur* harus mencari perusahaan terbaik yang pernah menjalankan proyek serupa dan mempelajari secara tuntas praktik-praktik yang mereka jalankan.

Dalam dunia properti, misalnya, kita selalu menganjurkan agar proyek yang secara fisik terlihat baik, *cash flow*-nya baik, terjual dengan baik, dan lokasi proyek adalah daerah yang punya potensi maju.

Prinsip-prinsip *entrepreneur* sebagai berikut: *pertama*, mulailah dari apa yang ada pada diri kita, mulailah dari apa yang bisa kita lakukan. Coba sadari pengetahuan apa yang kita miliki, atau keahlian apa yang sesungguhnya bisa dijadikan pijakan awal, dan adakah kawan-kawan yang bisa diajak ikut berbisnis? Mulailah dari langkah-langkah kecil, sambil merajut visi dan mimpi besar berikutnya.

Ketika memutuskan untuk meninggalkan perusahaan konsultan dan memasuki dunia baru sebagai penebang, hal ini kita sadari betul bahwa yang ada pada adalah keahlian dan mimpi-mimpi yang siap direalisasikan. Namun disisi lain kita juga menyadari bahwa dunia properti yang di masuki harus didukung oleh dua faktor kunci: keahlian (*skill*) dan fasilitas (tanah). *Management skill* dan *skill* harus kita miliki baru kemudian tanah, maka uang akan datang dengan sendirinya.

Seorang *entrepreneur* ada kalanya tidak dapat menahankan dorongan keinginan untuk mewujudkan visinya dan mau berbuat apa saja yang menurutnya baik untuk itu. Di mata pengamat properti. Kita menyadari bahwa dalam berbisnis tidak akan berdiri sendiri melainkan bermitra untuk menghasilkan bisnis yang sama-sama menguntungkan kedua belah pihak. Dan prinsip ini yang harus kita pegang setiap kali memulai sebuah bisnis baru.

Kedua, carilah mitra bisnis yang melengkapi keunggulan anda. Pola kemitraan akan memperkecil risiko masing-masing pihak dan memperbesar kemungkinan berhasilnya, karena dapat mempermudah dan mempercepat proses bisnis itu sendiri.

“Mencari mitra bisnis tak ubahnya seperti mencari istri” mitra bisnis yang tepat akan menentukan kelanggengan sebuah hubungan kemitraan. Dan, mitra bisnis pada mulanya tidak pernah datang sendiri. Baru setelah menjadi terkenal kemudian ada juga yang datang sendiri ingin bermitra dengan kita. Pada pokoknya, mitra bisnis adalah sesuatu yang harus dicari dan ditemukan, sama seperti seseorang yang ingin mencari jodoh. Kita diharuskan memelihara reputasi dalam menjalin kemitraan, menempatkan integritas sebagai kriteria tertinggi dalam memilih rekan berbisnis.

Seorang *entrepreneur* tidak boleh melupakan orang yang pernah membantu dirinya ataupun orang yang pernah menjadi sahabatnya. Sekali anda melupakan orang yang pernah menolong anda, atau dia yang menjadi yang menganggap anda melupakannya. Maka seorang musuh telah tercipta, padahal bagi seorang *entrepreneur*, satu musuh terlalu banyak. 1000 teman masih kurang.

Ketiga, mencari mitra bisnis seperti mencari istri. Tak perlu tergesa-gesa, namun gunakan semua jalur yang mungkin untuk memperoleh informasi seluas-luasnya. Jika masih ragu, bersabarlah ; jika anda yang perlu, rendah hatilah, tetaplah memperjelas kriteria dari mitra bisnis yang kita cari.

Dalam upaya meyakinkan mitra tidak pernah berhenti memikirkan dan menggali manfaat yang bakal didapatkan mitranya itu dari proyek yang akan mereka garap bersama-sama. Nasehat yang lazim dalam negoisai, sebagaimana dituliskan dalam berbagai buku adalah: “pelajarilah posisi pihak lawan dan cari tahu apa yang mereka inginkan.” Donald Trump, misalnya, mengatakan, “Jika kita mempelajari kepentingan pihak lawan, kita dapat menyusun sebuah transaksi yang dapat memenuhi kepentingan mereka. Jika anda mendapatkan apa sesungguhnya yang mereka inginkan dan mereka anggap penting, anda akan dapat memenuhi keinginan mereka.” memikirkan manfaat yang bakal diperoleh mitra bisnisnya dalam sebuah proyek kerja sama, bukan hanya demi memenangkan perundingan melainkan untuk manfaat yang jauh lebih penting bagi kedua belah pihak, yakni kelanggengan proyek tersebut. Sebab mitra bisnis yang puas adalah rekomendasi yang terbaik untuk mendapatkan mitra bisnis berikutnya. Bagaimana para mitra kita menyatakan kepuasan bekerja sama dengan kita.

Kemitraan mempunyai arti yang sangat mendalam. Kemitraan bukan sekedar persoalan memenangkan sebuah pertandingan, melainkan pertarungan reputasi. Sebagai seorang *entrepreneur* harus meyakinkan mitranya tentang manfaat yang bakal didapatnya dari sebuah proyek kerjasama. Para calon *entrepreneur* barangkali dapat memetik pelajaran ini. Apapun bisnis yang akan anda geluti, langsung atau tidak, secara formal maupun tidak resmi, sesungguhnya anda harus menjalin kemitraan. Entah itu dengan rekan bisnis, dengan pemasok, dengan

kreditor, bahkan dengan pelanggan. Kemitraan adalah bagian dari bisnis dan pelajaran menunjukkan kemitraan itu harus dijalin dengan mengutamakan manfaat kepada kedua belah pihak dan dilaksanakan dengan komitmen penuh.

Keempat, yakinkan mitra bisnis anda dengan memberikan manfaat nyata, bukan janji-janji. Dan selalulah menjaga komitmen untuk memberikan manfaat bagi kedua belah pihak agar reputasi terjaga dan hubungan bisa langgeng. Kita bisa mengubah sesuatu yang berada di dalam kontrol kita (Waringin, 2005: 165). Misalnya: Keyakiann kuat, Sikap kita, Kebiasaan kita, Semangat kita, Fokus kita, Tujuan kita, Strategi kita cara berpikir kita, cara berbicara dan topik pembicaraan kita, cara bertindak kita, Apa yang kita baca, Siapa teman kita, Pendidikan kita, siapa guru kita, rencana kita dan lain sebagainya.

Bila kita terus berfokus untuk mengembanagakan hal-hal yang bisa kontrol, area dalam pengaruh kita akan meluas. Misanya, kita bisa mempengaruhi pemikiran orang lain, atasan kita, anak buah kita, situasi ekonomi, pemilihan presiden, dan lain-lain.

Kelima, cermatilah membaca pasar. Jadilah yang terdepan dalam mengantisipasi siklus. Masukilah pasar yang belum matang. Memulai bisnis baru bukan berarti hanya persoalan kapan mengatakan "Ya". Memulai bisnis baru juga dapat berarti kapan sebaiknya mengatakan "Tidak", dan mencari alternatif lain. Bukan hanya untuk meminimalkan risiko, tetapi juga untuk meraih potensi keuntungan yang lebih besar di masa depan.

Keenam, ketepatan mengatakan "No" sama pentingnya dengan ketepatan mengatakan "Yes". Jangan takut menunda menggarap sebuah bisnis baru, jika anda yakin keputusan itu mendatangkan hasil lebih baik di masa depan.

Piawai menggunakan institusi. Instuisi sesungguhnya sesuatu yang kerap kali sulit dijelaskan. Berbagai kamus menerangkan singkat saja mengenai intuisi. Intuisi biasanya dijelaskan sebagai bisikan kalbu atau suara hati. Sesuatu yang berada di luar jangkauan pikiran dan logika. Penjelasan yang lebih panjang mengatakan intuisi adalah sebuah kemampuan yang dengan cepat memahami dan mengetahui sesuatu tanpa memerlukan atau didasarkan pada penjelasan maupun studi yang masuk akal (Hornby, 1974: 23).

Sebuah definisi lain menerangkkn intuisi merupakan suatu proses melihat ke dalam (*inner looking*), mengetahui sesuatu tanpa memerlukan bukti-bukti pendahuluan. Intuisi merupakan sesuatu pengethaun untuk memutuskan baik atau buruk namun bukan dalam pengertian moral, melainkan apa yang terbaik dan menguntungkan.

Definisi lain yang menarik mengatakan intuisi berbeda dengan akal sehat (*comment sense*). Jika akal sehat mengambil keputusan

berdasarkan filosofi pribadi dan perspektif seseorang, intuisi bekerja berdasarkan perasaan yang kuat, kata hati yang sulit untuk dijelaskan.

Disebutkan pula ada berbagai cara orang untuk mendapatkan “pencerahan” melalui intuisi. Proses semacam berkontemplasi sejenak, tidur dan menunggu mimpi, menyendiri ke satu tempat adalah berbagai contoh yang dianggap cara-cara berbagai individu untuk mendapatkan suatu hati atau intuisi.

Ketujuh, ada kalanya seorang *entrepreneur* harus menggunakan intuisinya dalam mengambil keputusan. Intuisi dapat dilatih dan dipelajari berdasarkan pengalaman. Semakin sering seorang *entrepreneur* dihadapkan pada keharusan mengambil keputusan pada saat sulit, semakin tajam intuisinya.

Entrepreneur juga harus menjadi pemasar tangguh. Ketika memulai bisnis baru, sangat wajar jika seorang *entrepreneur* menjadi *superstar*, memegang semua peran. Karena keterbatasan sumber daya dan juga masih kecilnya skala bisnis, sang *entrepreneur* menjadi segala-galanya. Ia memimpin, ia direktur keuangan, ia direktur sumber daya manusia, dan ia juga direktur pemasaran. Akan tetapi bukan hanya karena alasan keterbatasan semacam ini seorang *entrepreneur* menjadi pemasar bagi ide maupun bisnis yang dirintisnya. Seorang *entrepreneur* harus menjadi pemasar yang tangguh karena tidak ada orang lain yang dapat melakukannya dengan baik.

Jangan salah paham. Pemasar dimaksud di sini bukan sekadar bagaimana mengkomunikasikan suatu produk baru atau menciptakan *deal bisnis*. *Entrepreneur* sebagai pemasar lebih luas daripada itu. Tugasnya sebagai pemasar terutama adalah meyakinkan sebanyak mungkin orang untuk menerima kehadiran bisnis baru yang dirintisnya sekaligus membuka bahkan menciptakan bagi pasar tersebut. Pemasar dalam pengertian ini bukan hanya diukur dari hasil jangka pendek yang diperolehnya melainkan pasar jangka panjang dalam wujud kinerja yang berkisinambungan.

Sebagai *entrepreneur* kita tidak boleh berhenti memasarkan ide-ide bisnis yang ada dalam pikiran kita dan selanjutnya tak bosan-bosanya pula memasarkan bisnis-bisnis baru yang kita rintis. Setiap kali ada kesempatan berbicara dengan orang, mari kita manfaatkan untuk meyakinkan siapa saja yang ditemuinya tentang betapa bernilainya bisnis yang kita rintis dan tak kenal menyerah.

Pentingnya menjadi pemasar yang tangguh bukan hanya kepada orang-orang yang dianggap sebagai orang luar, melainkan juga kepada orang-orang kita sendiri.

Kedelapan, seorang *entrepreneur* juga adalah pemasar yang tangguh. Ia tak kenal lelah menceritakan dan meyakinkan sebanyak mungkin orang pada saat kapanpun tentang betapa bernilainya bisnis baru yang ia garap.

Apakah *entrepreneur* memerlukan organisasi. Sekuat apapun visi seorang *entrepreneur*; sekuat apapun kemampuannya bernegosiasi untuk menghasilkan sebuah *deal* bisnis, pada akhirnya sang *entrepreneur* harus bekerja melalui organisasinya pula. Seorang *entrepreneur* yang visioner harus membangun perusahaan yang visioner pula. Dan, itu memang telah terbukti dari caranya membangun bisnis. Seorang *entrepreneur* belum dapat dikatakan berhasil jika ia tidak mampu membangun organisasi dan bekerja melalui organisasinya.

Jangan pernah lupa membangun organisasi sejak dari awal menjadi *entrepreneur*. Memang betul adakalanya seseorang itu bertipe *deal-maker*, dengan keahlian yang luar biasa dalam bernegosiasi dan mencari peluang bisnis. Namun hendaknya itu tidak membuat seorang *entrepreneur* terlena untuk tidak membangun organisasi. Kelanggengan bisnis sangat ditentukan seberapa kuat organisasi yang mendukungnya. Dan seorang *entrepreneur* mutlak memerlukannya. Ia membedakan antara *entrepreneur* dan peneliti. *Entrepreneur* memerlukan organisasi, sementara peneliti hanya memerlukan laboratorium.

Kesembilan, seorang *entrepreneur* yang sukses, membangun dan bekerja lewat organisasinya. Dalam tahap apapun bisnis anda, usahakan membangun organisai.

Sekali seorang *entrepreneur* memutuskan membuka bisnis baru, ia tidak boleh berpikir gagal. Sekali sebuah langkah diambil, tidak ada alasan untuk berpikir mundur lagi. Pikiran seorang *entrepreneur*, membuat kita tertuju pada keberhasilan. Yang ada dalam pikiran kita adalah bagaimana menjadikan tantangan dapat ditaklukkan dengan berbagai ikhtiar untuk satu hasil yang membanggakan. Kata-kata dan pikiran memiliki kekuatan/kuasa, sebab itu ucapkan kata-kata yang optimis kepada mitra kerja dan mitra bisnis kita.

Apa yang mendominasi pikiran seorang *entrepreneur*, itu pula yang akan menjadi kenyataan. Jika seorang *entrepreneur* meluangkan banyak waktu untuk berpikir tentang kemungkinan gagal, maka itu pula yang bakal terjadi. Sebaliknya, jika seorang *entrepreneur* memikirkan dan yakin akan berhasil, keberhasilanlah yang akan ia dapatkan. Berpikir optimis, adalah bekal yang sangat bernilai untuk berhasil. Jangan anda katakan mudah-mudahan. Anda harus mengatakan saya bisa. Harus demikian. Apa yang anda pikirkan itulah yang akan terjadi. Kalau anda mengatakan anda bisa, itu akan bisa. Kita harus yakin.

Kesepuluh, jangan memikirkan kemungkinan gagal. Pusatkan perhatian pada upaya mencapai hasil terbaik. Dan bila belum juga berhasil, upayakan lagi sampai berhasil.

Pendidikan *entrepreneurship*: mendidik untuk menjadi *Entrepreneur*, pemahaman tentang *entrepreneurship* ialah sebuah pengertian yang luas, bukan sekedar untuk dunia bisnis. Kita sudah mengenal istilah *Sosial Entrepreneur* seperti Mohammad Yunus pendiri

Grameen Bank sekaligus peraih nobel perdamaian. Kami menekankan kepada pembentukan pola pikir (*mindset*), karakter dan kecakapan hidup tertentu yang akhirnya menghasilkan kecakapan menciptakan peluang, berinovasi, dan pengambil risiko yang terukur (*calculated risk taker*). Orang yang memiliki tiga ciri tadi bisa berkarya di dalam bisnis, pelayanan sosial, pemerintah maupun dunia pendidikan.

Mendidik *Entrepreneurship* (Kewirausahaan)

Mendidik seseorang untuk menjadi seorang *entrepreneur* sejati bukan sekadar mendidik untuk tahu tentang teori kewirausahaan (*to know*) atau memiliki kecakapan-kecakapan seperti yang dilakukan para *entrepreneur* (*to do*) namun harus bisa mendorong seseorang berjiwa *entrepreneur* sehingga dengan penuh keyakinan memilih profesi *entrepreneur*. Tidak ada salahnya mempelajari teori *entrepreneurship* sebagai pengetahuan. Namun, apa yang sedang kita butuhkan sekarang adalah para *entrepreneur* yang akan membuka lapangan kerja bagi diri sendiri dan orang lain.

Sebuah contoh pendidikan yang mirip dengan pendidikan *entrepreneurship* yang mengarah pada menjadi (*to be*) adalah fakultas kedokteran. Tujuan utama semua (atau hampir semua) peserta didik adalah menjadi seorang dokter. Proses pembelajaran dirancang sedemikian rupa untuk menghasilkan seseorang bisa menjadi dokter. Pendidikan seperti ini melibatkan banyak dokter berpengalaman menjadi pengajar, pelatih, dan mentor. Selain itu peserta didik harus mengalami pengalaman kerja praktik di rumah sakit (*experiential learning*) dalam jumlah waktu tertentu. Tanpa persentuhan dengan dokter-dokter yang berpengalaman dan juga pembelajaran praktik tampaknya akan sukar mendidik seseorang menjadi dokter (*to be*). Oleh karena itu pendidikan kewirausahaan yang menghasilkan *entrepreneur* perlu melibatkan para *entrepreneur* yang berpengalaman dan memberikan cukup waktu *experiential learning* untuk pembelajaran melalui pengalaman langsung.

Magnus Klofsten & Mary Spaeth melakukan studi 10 tahun perjalanan pelatihan *entrepreneurship* di Swedia dan mereka menyimpulkan terdapat 12 langkah program untuk pelatihan *entrepreneurship* yang sukses: (1) program pelatihan harus holistik (bukan sekadar pengetahuan *entrepreneurship*); (2) persiapkan pelatih-pelatih terbaik untuk tiap kompetensi yang dibutuhkan; (3) pahami kebutuhan setiap peserta pelatihan dengan jelas; (4) kaitkan program pelatihan kewirausahaan dengan jaringan perusahaan (komunitas bisnis); (5) perkuat kepercayaan diri dari para peserta; (6) tuntut sebuah kemajuan yang terukur dan dokumentasikan setiap proses; (7) gunakan strategi dan kiat praktis pelatihan yang terbukti keberhasilannya; (8) rencanakan program monitoring dengan hati-hati; (9) pastikan bahwa program pelatihan kewirausahaan adalah program yang sangat praktis

tetapi tetap memiliki dasar teori; (10) pusatkan program pelatihan pada kebutuhan dari kelompok yang telah menjadi target; (11) ciptakan kredibilitas pelatihan dan jaga etos kerja dan etika selama program dilakukan; (12) seimbangkan pembelajaran yang formal dan informal (Klofsten & Spaeth, 2000: 87)

Kalau dikaitkan hal tersebut di atas maka sesuai dengan sajak yang dilantunkan oleh Ciputra di bawah ini:

Sang *Entrepreneur*...

Ada yang melihat namun tidak berpikir

Ada yang berpikir namun tidak mengerti

Ada yang mengerti namun tidak terkesan

Ada yang terkesan namun tidak beraksi

Ada yang beraksi namun tidak ber-entrepreneur

Ada yang berentrepreneur namun tidak berhasil

Entrepreneur sejati gagal 10 kali namun bangkit 11 kali (Ciputra, 2009: 169).

Penutup

Dari pembahasan tersebut dapat dikatakan bahwa orang yang sukses adalah orang yang bertanggung jawab, belajar dan bertindak. Bila kita rajin belajar tetapi tidak pernah bertindak, pembelajaran kita akan sia-sia, karena tindakanlah yang akan membawa hasil. Sebaliknya, bila kita bertindak tanpa belajar, kita akan menabrak-nabrak dan alam akan memaksa kita untuk belajar dengan cara yang lebih menyakitkan.

Pengetahuan adalah kekuatan. Pengetahuan yang diterapkan adalah kekuatan”, karena itu, saran saya adalah lakukan yang sudah anda pelajari apabila menurut anda masuk akal. Ubah keyakinan anda menjadi bulat, bahwa kaya serta banyak uang adalah baik adanya, tulis tujuan anda secara positif, spesifik dan mantap, temukan dan tulis kenapa anda yakin bahwa anda mampu mencapai tujuan anda, temukan dan tulis alasan yang sangat kuat kenapa anda harus mencapai tujuan anda, ikuti prinsip-prinsip bagaimana kaya cepat dan aman, tentukan jalur yang paling cocok atau alamiah bagi anda, buat rencana yang masuk akal, dan belajar dari yang terbaik, ambil tindakan yang *masif* dan *persisten*. Bila sedang ragu-ragu, enggan atau takut melakukan tindakan yang sesuai dengan rencana yang masuk akal, lakukan apa yang sudah direncanakan, lakukan monitor dan arah kepekaan anda terhadap tujuan, tindakan dan hasil, bertanggung jawab dan fokus untuk belajar dan bertindak, dan guna memperbaiki hal-hal yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ciputra, *Entrepreneurship mengubah masa depan Bangsa dan masa depan Anda*, Jakarta: PT Kompas Gramedia, 2009.
- Fox, Jeffery J., *How to Become CEO*, London: Vermillion, 2000.
- Harefa, Andrias & Siadari, Eben Ezer, *The Ciputra Way. Praktik Terbaik Menjadi Entrepreneur Sejati*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Gramedia, 2010.
- Harefa, Andrias, *Menjadi Manusia Pembelajar*, Jakarta: Kompas, 2005.
- Hornby, A.S., *Capitalism, Socialism and Democracy*, New York: Harper & Row, 1942.
- Magnus, Klofsten & Mary, Spaeth, *Making Life Rich without Any Money*, (edisi terjemah) Interaksara, 2000.
- Maunah, Binti, *Semanagat Kewirausahaan Sebagai Modal Peningkatatn Kemampuan Dosen PTAI*, Surabaya: Universitas Ciputra, 2010.
- Roodney, Overton, *Managing on the Edge*, Simon and Schuster, 1995.
- Rodney, Overton, *Are You Entrepreneur?*, t.k.: Wharton Books, 2002.
- Siswoyo, *Kewirausahaan dalam kajian dunia Akademik*, Malang: FE UM, 2009.
- Thurrow, Lrster C., *Building Wealth*, t.k: Mc Graw Hill, 1999.
- Tung, Desem Waringin, *Revolution*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005.

PEDOMAN BAGI PENULIS

1. Artikel yang ditulis untuk Jurnal Epistemé merupakan hasil pemikiran di bidang pengembangan ilmu keislaman, baik yang bercorak historis maupun gagasan-gagasan aktual. Naskah diketik dengan huruf *Century Schoolbook*, ukuran huruf 11 poin, dengan spasi tunggal, dicetak pada kertas HVS Kuarto (Letter) sepanjang lebih kurang 20 halaman, dan diserahkan dalam bentuk *print-out* sebanyak 2 eksemplar beserta disketnya. Apabila terdapat ayat atau hadits (tulisan yang berbahasa Arab), maka diketik dengan huruf *Traditional Arabic*, ukuran huruf 14 poin, dan tanpa tanda baca (harakat). Berkas (*file*) dibuat dengan *Microsoft Word*. Pengiriman *file* juga dapat dilakukan sebagai *attachment e-mail* ke alamat: pps_stainta@telkomnet.com
2. Nama penulis artikel dicantumkan **tanpa gelar** akademik dan ditempatkan di bawah judul artikel.
3. Artikel ditulis dalam bahasa Indonesia atau Inggris dengan format *esai*, disertai judul pada masing-masing bagian artikel serta menggunakan transliterasi yang dipakai Epistemé. Judul artikel dicetak dengan huruf besar di tengah-tengah, dengan huruf sebesar 14 poin. Peringkat judul bagian dinyatakan dengan jenis huruf yang berbeda (semua bagian judul dan sub-bagian dicetak **tebal** atau **tebal dan miring**), dan *tidak menggunakan angka/nomor pada judul bagian*:
Peringkat 1 (Huruf Besar Kecil, Tebal, Rata Tepi Kiri)
Peringkat 2 (Huruf Besar Kecil, Tebal-Miring, Rata Tepi Kiri)
Peringkat 3 (Huruf Besar Kecil, Rata Tepi Kiri)
4. Sistematisasi penulisan artikel hasil pemikiran adalah: judul artikel, nama penulis (tanpa gelar akademik) dilengkapi dengan alamat, abstrak (berbahasa Inggris), kata kunci, pendahuluan, pembahasan (uraian/isi artikel), penutup, dan daftar pustaka.
5. Sumber rujukan sedapat mungkin merupakan pustaka-pustaka terbitan 10 tahun terakhir. Rujukan yang diutamakan adalah sumber-sumber primer berupa laporan penelitian atau artikel-artikel (karya ilmiah) dalam jurnal dan/atau majalah ilmiah.
6. Perujukan dan pengutipan menggunakan teknik rujukan catatan dalam (*in note*).
7. Daftar pustaka disusun dengan tata cara seperti berikut ini:

Buku/Kitab:

al-Zuhaili, Wahbah, *Al-Fiqh al-Islamy*, juz VII, Beirut: Dar al-Fikr, 1986.

Buku kumpulan artikel:

Saukah, Ali dan M. Guntur Waseso (eds.), *Menulis Artikel untuk Jurnal Ilmiah*, Malang: UM Press, 2002.

Artikel dalam buku kumpulan artikel:

Drogers, Andree, "Meaning, Power and The Sharing of Religious Experience", dalam Jerald D. Gort, at.al. (ed.), Michihan: Eerdmans Publishing Company, 1992.

Artikel dalam jurnal dan majalah:

Malik, Imam, "Abu Hasan al-Asy'ari dan Pemikiran Kalamnya", *Kontemplasi*, vol. 2 no. 1, Juni 2005.

Artikel dalam koran:

Naim, Ngainun, "Pesantren dan Pembaharuan", *Duta Masyarakat*, 25 Januari 2004.

Tulisan/berita dalam koran (tanpa nama pengarang):

Islam Rahmatan li al-'Alamin, Jawa Pos, 21 Desember 2005.

Buku terjemahan:

Lev. Daniel S., *Peradilan Agama Islam di Indonesia*, terj. Zaini Ahmad Noeh, Jakarta: Intermedia, 1980.

Skripsi, Tesis, Disertasi dan Laporan Penelitian:

Badruzzaman, Abad, "Pemikiran Teologi Hassan Hanafi", *Tesis* tidak diterbitkan, Jakarta: UIN Jakarta, 2002.

Makalah seminar, lokakarya, penataran:

Qomar, Mujamil, "Tantangan Pesantren Masa Depan", *Makalah*, disajikan dalam seminar nasional yang diselenggarakan oleh Jurusan Ushuluddin STAIN Tulungagung, pada tanggal 11 Juli 2003.

Internet:

Hitchcock, Carr dan Hall, "A Survey of STM Onlinr Journals, 1990-1995: The Calm before the Storm", (Online), <http://Journals.ecs.soton.ac.uk/survey/html>, diakses 12 Mei 1999.

8. Semua naskah ditelaah secara anonim oleh penyunting ahli (mitra bestari) yang ditunjuk oleh penyunting menurut bidang kepakarannya. Penulis artikel diberi kesempatan untuk melakukan perbaikan naskah atas dasar rekomendasi dari mitra bestari atau penyunting.
9. Penulis menerima bukti pemuatan sebanyak 3 (tiga) eksemplar dan cetak lepas sebanyak 2 (dua) eksemplar. Naskah yang tidak dimuat tidak akan dikembalikan, kecuali atas permintaan penulis.

