



ABERKA MANAGEMENT SERIES

Strategi Merintis Bisnis Panjang Umur

BISNIS 7 GENERASI

PRIMA IRMANSYAH

Strategi Merintis Bisnis Panjang Umur

BISNIS 7 GENERASI

Buku Seri Manajemen Aberka tentang lima fondasi bagi sebuah bisnis jangka panjang.

Prima Irmansyah @ 2020



DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------|-----|
| DAFTAR ISI..... | 8 |
| KATA ANDA & MEREKA..... | 9 |
| TESTIMONI PEMBACA | 13 |
| KATA PENULIS | 16 |
| PENDAHULUAN | 24 |
| VISI | 37 |
| NILAI | 88 |
| KEUANGAN | 152 |
| INSAN | 212 |
| RUANG & WAKTU | 270 |
| BUKU PERJUANGAN..... | 332 |
| BISNIS PANJANG UMUR..... | 339 |
| PENUTUP | 352 |
| PENULIS..... | 356 |

KATA ANDA & MEREKA

"Buku ini mengupas strategi yang bener dalam berbisnis. sangat rekomended untuk yang lagi merintis bisnis agar bisnisnya bisa awet seperti produk Jepang, bukan produk China."

FILSA BUDI AMBIA

*Owner Kampoeng Timoer, Wonderful Packaging,
YouTuber*

"Membaca buku ini akan menjadi salah satu landasan ilmu untuk memulai bisnismu!"

Pembaca diajak untuk mencari visi jangka panjang dari bisnisnya, membangun sistem, menemukan dan memuaskan pelanggan, ini yang bikin bisnis jangka panjang! Gak ngawur.. gak asal jalan! Baca ya, dapatkan ilmu segarr yang bakal menambah ilmu dan wawasan.”

SAPTUARI SUGIHARTO

Penulis buku tetralogi hijrah “Kembali Ke Titik Nol”, Provokator Entrepreneur, Owner Kedai Digital, Jogist, Tengkleng Hohah, Founder Gerakan SedekahRombongan

“Merintis Bisnis Panjang Umur' menggabungkan ilmu, hikmah dan pengalaman, yang dikemas dalam bahasa yang mudah dipahami. Inspirasi dan referensi ideal bagi yang ingin menjadi entrepreneur handal sekaligus insan kamil.”

WIJAYANTO SAMIRIN

Penasihat Ekonomi Senior Gubernur DKI, Penulis & Pembelajar, Komisaris Independen PT Indosat Ooredoo Tbk, Staf Khusus Bidang Ekonomi Wapres 2014-2019

“Bismillahirrahmanirrahim. Setelah buku ini saya baca, awalnya kurang tertarik alhamdulillah setelah lewat beberapa halaman jadi penasaran dan ternyata luar biasa, sangat mencerahkan,

aktual dan faktual. Menurut saya buku ini memberikan khasanah ilmu manajemen yang sangat religi dan praktis di bidang bisnis, patut dimiliki oleh kaum muda muslim. Semoga buku ini dapat membangkitkan kaum muda Indonesia untuk berbisnis sehingga 2045 di mana Indonesia mendapat bonus demografi agar Indonesia menjadi kekuatan Dunia Baru. Wassalam.”

MUHAMMAD MASKUR SYAMSUDIN,SE

Direktur Utama BKPAKSI Kota Balikpapan

"Dalam buku ini kita banyak diingatkan tujuan kita dalam berbisnis. Bagaimana bisnis berdampingan dengan spiritual yang memang seharusnya begitu. Cukup banyak dari kita menjalankan usaha tapi tidak tahu apa dan bagaimana kita menjalankannya. Yang penting dapat pemasukan dari usaha itu. Dan dalam buku ini. Sepertinya teori kebanyakan orang dibalik. Bahwa bisnis bukan hanya tentang menjual tapi tentang memberi. Selama produk

itu mempunyai nilai dan manfaat insya Allah itu poin plus nya. Luar biasa.”

SITI MAHMUDAH, M.PD.I.

Co-founder Aberka, Guru

"Buku ini mencerminkan sang Penulis yang saya kenal : matinul khuluq (ahlaq yg kokoh), mutsaqqoful fikri (intelektual dalam berfikir) dan tajam dalam membaca fenomena kehidupan, humble dan helpful. Melalui buku ini kita diajak menjadi Pebisnis yang memiliki fondasi yang kokoh dalam menghadapi berbagai tantangan. Buku yang sarat makna namun diimbangi dengan contoh yang pas dan aktual serta tidak sulit untuk diterapkan karena cara penyampaian yang membaur. Dengan mempraktekan prinsip-prinsip dalam buku ini secara konsisten insyaa Allah kita menjadi Pebisnis sukses dunia dan akhirat."

ARI KARTIKA DEWA

Direktur Lembaga Psikologi Terapan UI

TESTIMONI PEMBACA

“Buku ini menekankan bahwa berbisnis bukan hanya tentang untung rugi, tetapi tentang seberapa besarnya manfaat yg bisa kita beri dari bisnis kita.”

sari_anur@yahoo.com

“Buku yang sangat inspiratif banyak ilmu yang di dapat.penulisan dan bahasanya mudah di pahami.semoga sukses dan menjadi best seller.”

susantoanang787@gmail.com

“Bisnis adalah kreativitas. sukses tidaknya tergantung ketekunan - amati, tiiru, modifikasi.”

rindangl@yahoo.com

“Alhamdulillah, buku ini mengajak pembacanya untuk kembali ke sumbernya yaitu Allah SWT yang maha kaya dan kuasa, sehingga terbangun struktur paradigma berpikir yang bijaksana dan luhur.”

ajmi26firmansyah@gmail.com

“Merupakan buku wajib bagi muslimpreneur sebelum memulai bisnis.”

hadywidjaya@yahoo.co.id

“Bagus untuk referensi dan sebagai ilmu serta sudut pandang tentang bisnis.”

mraavly@gmail.com

Itu kata mereka, bagaimana kata Anda ...?
Kirimkan ke sini, untuk dinikmati pembaca berikutnya.

email : mbpu.aberka@gmail.com

Whatsapp : +62 823 2044 0004

Facebook

<https://www.facebook.com/aberkaonline>

Instagram

<https://www.instagram.com/aberkaonline/>

PENDAHULUAN

Pandemic strikes again!

Per Senin 27 Juli 2020, pk. 21:00 WITA, tak kurang 16,3 juta jiwa di seluruh dunia terinfeksi Corona Virus Covid-19, dengan korban meninggal mencapai 649 ribu jiwa, dan masih terus bertambah. Dunia tak tahu kapan wabah ini akan berakhir. Apakah gelombang kedua pandemik akan muncul dan lebih hebat dari serangan pertama? Waktu yang akan menjawab. Di Indonesia, sudah tembus lebih dari 100 ribu kasus positif

Covid-19 dengan 4.838 meninggal dunia. Selain kematian, dampak pandemik pada bidang ekonomi tak kalah dahsyat. Dikabarkan tak kurang 47% UMKM di Indonesia sudah atau terancam bangkrut. Lebih dari 60 juta tenaga kerja mendadak kehilangan mata pencahariannya. Bisnis besar dan kecil terus berguguran. Digital atau tidak, berdampak sama besar. Maskapai besar dunia banyak yang sekarat menyusul penutupan tempat-tempat wisata, hotel, restoran, mal dan diberlakukannya pembatasan sosial di banyak kota dan negara. Jepang yang terkenal dengan banyaknya perusahaan yang bertahan hingga puluhan bahkan ratusan tahun, melaporkan sedikitnya ada 10.000 perusahaan yang gulung tikar. Negara adidaya, Amerika Serikat, dan negara-negara maju di Eropa pun babak belur dibuatnya.

Lebih buruk lagi, dampak pandemik seperti ini bukanlah yang pertama terjadi sepanjang sejarah. Jika diukur dari tingkat penyebaran dan jumlah kematian, dapat dikatakan dampak pandemik kali ini adalah yang paling ringan. Spanish Flu misalnya, pada tahun 1918 - 1920 menjangkiti sekitar 500 juta jiwa, dan menyebabkan kematian antara

20 - 50 juta jiwa. Sebelumnya, The Black Death, 1346 - 1353, menghilangkan hingga 200 juta jiwa populasi dunia. Pandemi bak cerita yang berulang, datang untuk menguji kesiapan dan kesabaran manusia, tak terkecuali kegiatan bisnisnya.

Pengusaha yang telah menjalankan bisnisnya cukup lama, tentu memahami bahwa tantangan hingga kesulitan tak pernah jemu menerpa sebuah bisnis. Hanya yang kuat yang dapat bertahan. Tidak ada bisnis yang tumbuh, berkembang dan kemudian menjadi besar tanpa melalui jatuh bangun. Hanya saja, kesulitan dan tantangan itu tidaklah membuat bisnis itu bangkrut dan kemudian hilang ditelan sejarah. Apa yang membuat sebuah bisnis dapat bertahan? Mengapa untuk bidang usaha yang sama, perusahaan A dapat bertahan sedang perusahaan B bubar di tengah jalan? Apakah itu karena kepiawaian pendirinya? Karena modal? Faktor zaman? Atau mungkin karena tangan Tuhan? Apa sebenarnya yang menjadi kekuatan sebuah bisnis yang dapat bertahan melawan gelombang perubahan? Bagi yang sedang bersiap membuka bisnis baru, jawaban atas pertanyaan-pertanyaan di atas tentu layak dipertimbangkan.

Menurut statistik, 75% dari bisnis baru akan bubar sebelum berusia 5 tahun. Berdasarkan survey Standard & Poors tahun 1958, perusahaan yang masuk dalam daftar bergengsi 500 perusahaan top dunia saat itu rata-rata berusia 61 tahun. Lalu pada survey yang sama tahun 2017, rata-rata usia perusahaan pada daftar tersebut turun drastis, hanya 18 tahun. Bahkan 75% dari 500 perusahaan itu diprediksi tak akan muncul lagi pada daftar tersebut kelak di tahun 2027. Ironis, justru dengan semakin berkembangnya teknologi, semakin mudah sebuah bisnis dimulai, usia sebuah bisnis sebaliknya semakin pendek.

Hebatnya, rekor dunia usia panjang umur sebuah bisnis saat ini justru ada pada usaha-usaha yang tak tampak mahsyur, seperti **Kongo Gumi**, perusahaan spesialis konstruksi kuil Budha, yang berusia lebih dari 1.400 tahun; lalu **Koman**, sebuah hotel tradisional Jepang dengan usia 1.300 tahun; **Stiftskeller St. Peter**, resto klasik di Salzburg, yang telah berdiri selama 1.200 tahun; dan **Banca Monte dei Paschi**, sebuah **bank nirlaba** yang tahun ini menginjak usia 548 tahun. Di Indonesia, tak sedikit juga

bisnis yang berdiri sebelum Indonesia merdeka namun tetap bertahan hingga saat ini, seperti Pabrik Gula Pangka, Tegal (1832), PT Semen Padang (1910), dan Jamu Jago, Semarang (1918).

Jika profit dipandang sebagai kriteria utama berumur panjangnya sebuah bisnis, tentunya institusi yang berorientasi non-profit akan sulit bertahan lama. Faktanya institusi yang berorientasi sosial atau spiritual, berusia bahkan lebih panjang. Selain bisnis-bisnis yang telah disebutkan tadi, ada pula **Shishi High School** di Chengdu, Tiongkok, sekolah menengah umum yang didirikan pada tahun **141 sebelum Masehi**, saat ini bertahan sebagai salah satu dari 100 sekolah menengah terbaik di Tiongkok, meskipun telah berusia lebih dari 2.150 tahun! Ada pula **Universitas Al Qarawiyyin**, Fez, Maroko, yang didirikan oleh Fatimah Al Fihri pada tahun 859M, merupakan universitas Islam tertua di dunia yang masih bertahan hingga saat ini. Cendekiawan muslim terpandang *Abu Zayd 'Abd al-Rahman ibn Muhammad ibn Khaldun al-Hadrami*, atau yang lebih dikenal dengan nama Ibnu Khaldun, adalah salah satu alumni universitas ini.

Di Indonesia sendiri, sejarah mencatat **Pondok Pesantren Sidogiri**, Kraton, Pasuruan, yang dirintis oleh Sayyid Sulaiman pada tahun 1745 sebagai Pondok Pesantren tertua. Pada usianya yang ke-275 tahun ini, Sidogiri menjadi salah satu garda depan pendidikan salafiyah di Indonesia yang menampung lebih dari 11.000 santri. Tak hanya itu, jaringan usaha yang dikelola oleh para alumni tersebar sedikitnya di 34 provinsi di Indonesia. BMT Sidogiri sendiri diperkirakan memiliki total aset lebih dari 5 triliun rupiah. Sebagai perbandingan, pada tahun 2020 ini, usia negara Republik Indonesia baru 75 tahun.

Gerangan apakah yang membuat sebuah perusahaan atau lembaga dapat bertahan panjang umur? Rahasiannya ada pada kekuatan fondasi. Fondasi seperti apa? Itulah yang akan dikupas di buku ini.

A T M

Amati, Tiru dan Modifikasi

filosofis, tipe pebisnis ini akan menghabiskan banyak waktu untuk mengamati, sebelum kemudian memutuskan untuk meniru dan melakukan modifikasi. Meski cenderung lambat memulai, pebisnis filosofis akan melangkah dengan pasti.

pragmatis, pebisnis ini hanya mengamati secukupnya dan kemudian meniru langkah-langkah yang sudah terbukti sukses dijalankan. Modifikasi akan dilakukan kemudian karena pebisnis pragmatis cenderung memilih belajar sambil jalan.

kreatif, pebisnis tipe ini akan lebih fokus pada modifikasi, membuatnya tampak berbeda sejak awal. Dengan kreativitas, pebisnis ini mampu membuat beragam modifikasi yang sulit ditandingi. Hanya saja, tak jarang pebisnis ini kurang mendalami esensi atas ide yang ditiru.

Itulah jurus terkenal dalam dunia bisnis. Dengan ATM bisa dihadirkan banyak bisnis baru, kesalahan yang sama dapat dihindari dan pengalaman berharga dapat diambil dari bisnis yang sudah ada. Tak perlu dari nol untuk memulai bisnis baru. Hemat waktu, dana dan tenaga, meskipun hasilnya tetap bergantung kepada pelakunya.

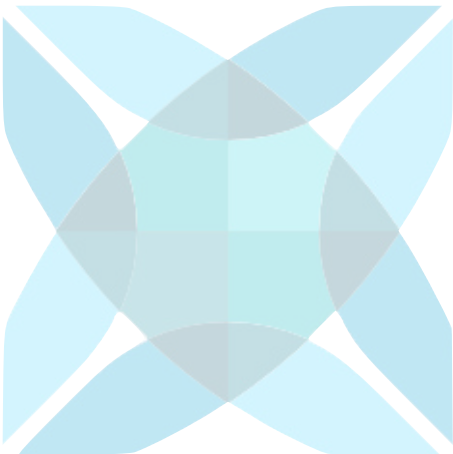


5 Fondasi

Bisnis Panjang Umur



V¹isi
Nil²i
K³uangan
Ins⁴n
Ruan⁵ Waktu





V1si

Visi Sebelum Aksi

Banyak yang bertanya, musim pandemik ini kala semua susah, bisnis apa yang bisa dilakukan. Penjualan segala hal yang terkait dengan pencegahan virus Covid-19 menjadi marak. *Hand sanitizer* dan masker contohnya. Ada peluang di depan mata. Benarkah? Apakah memang semudah itu memulai bisnis, ada peluang, cari dagangan, jual dan untung besar? Beberapa mungkin setuju dengan itu, bisnis itu mudah asalkan dijalankan dan dinikmati prosesnya. Kalau dibuat sulit, kapan mulainya.

Bayangkan saya ikut memanfaatkan peluang, menjual masker. Jika tak ada modal, saya mungkin berutang untuk memborong masker rupa-rupa dengan harga murah. Sayang kalau kesempatannya hilang. Terbayang selisih harga jual beli yang menggiurkan, semakin banyak terjual semakin besar pula keuntungan. Tanpa pikir panjang, langsung *browsing* harga dan barang di internet. Pecah tabungan atau utang keluarga, pesan dagangan, sepekan ke depan sudah bisa jualan.

Alhasil, dua pekan kemudian, pesanan baru datang, terkendala pengiriman yang kian sulit. Saat barang datang, rupanya saya tak sendiri, tetangga dan teman-teman punya pemikiran serupa, entah bagaimana mereka bisa mendahului. Masker kain rupa-rupa aneka warna dengan harga bersaing muncul di mana-mana. Yang diobral beli satu dapat tiga pun ada, harga yang bukan tandingan barang dagangan saya. Dana tabungan hilang, pinjaman jadi tanggungan, bayangan keuntungan lenyap, kegalauan bertambah, bersama tumpukan sekian koli dagangan, yang masih rapi terbungkus plastik transparan.

Berdagang itu sunah Nabi, halal dan menjadikan banyak sahabat kaya karenanya. Namun berbisnis bukanlah semata-mata punya barang lalu menjualnya, butuh lebih dari itu.

Lihatlah sebuah pohon yang tumbuh besar dengan akar yang kuat. Batang yang kekar bercabang, dengan daun yang luas memayungi tanah di sekitar pokok tanaman. Buah-buah yang ranum bergelantungan, siap untuk dipanen. Manis buahnya, lebat dan besar hasilnya. Sebelum memetik buahnya, yang harus kita lakukan pertama kali adalah menanam benih atau bibit pohonnya. Kemudian merawatnya hingga tumbuh besar dan berbuah lebat. Pohon buah itu ibarat sebuah bisnis. Sedang buah-buah yang siap dipanen itulah produk atau jasa yang dihasilkan sebuah bisnis. Sepakat kan sekarang, saat kita memulai bisnis, kita tidak berbicara soal buah, namun soal bibit atau benih pohon yang akan ditanam terlebih dahulu. Tanah yang subur akan berpengaruh pada pohon yang ditanam. Akar yang kuat akan menentukan seberapa besar pohon akan tumbuh dan berkembang. Plus kepawaian menanam pohon itu, mutlak harus ada. Dan

jangan lupa, iklim dan cuaca ikut memastikan hasilnya. Itu semua adalah fondasi bisnis kita.

Visi dulu baru aksi.

Jangan terburu-buru berbisnis sebelum memiliki fondasi, agar bisnis yang dirintis tak layu sebelum berkembang.

VISI, MISI & CITA-CITA

Fondasi pertama sebuah bisnis adalah **VISI**. Bisnis harus memiliki tujuan, maka **VISI** adalah tujuan Bergeraknya sebuah bisnis. Sesuatu yang ingin diwujudkan dengan bisnis yang kita jalankan itulah **VISI**. **Tanpa VISI, bisnis menjadi buta**, tak tahu ke mana arahnya. Namun, **mewujudkan VISI butuh AKSI**, butuh ikhtiar nyata agar keinginan tak hanya mimpi semata.

Apakah perbedaan antara **VISI** dengan **MISI**?

Visi adalah sesuatu yang ingin dicapai atau diwujudkan di masa depan. Perjalanan untuk mewujudkan **VISI** itulah **MISI**. Keduanya tak jarang saling bertautan dan diungkapkan dalam satu rangkaian kalimat. Tak mengapa, namun harus ada. Setiap orang tentu punya tujuan saat memutuskan untuk berbisnis. Jika tujuannya hanya untuk mendapatkan untung, apakah itu cukup sebagai sebuah visi? Sayangnya tidak, butuh lebih dari sekedar mencari untung.

Sebelum lebih jauh, kita coba mengingat-ingat kembali apa cita-cita kita. Sejalan dengan waktu, apakah sebagian dari cita-cita itu luntur? Barangkali ada yang masih setia, dan terus berusaha mewujudkannya. Namun banyak juga yang memilih untuk sekedar menjalani rutinitas yang ada. Mengapa cita-cita itu penting bagi sebuah bisnis? Apa hubungan antara cita-cita dengan visi bisnis? Apakah keduanya harus sama?

Cita-cita adalah sebuah visi, visi hidup seorang manusia. Keinginan saat merintis dan membangun sebuah bisnis juga sebuah visi, visi sebuah bisnis. Karena hidup hanya satu kali, maka memiliki dua visi yang sejalan dan dapat

bersinergi tentu lebih baik daripada menjalani dua visi yang berbeda, apalagi bertolak belakang. Berbisnis bukanlah kegiatan ekstra kurikuler yang dapat dijalankan pada paruh waktu kemudian sibuk dengan kegiatan lain di waktu yang berbeda. Merintis dan mengelola bisnis akan menuntut seluruh kemampuan yang ada, pikiran, tenaga dan dana. Untuk memiliki sebuah bisnis, seseorang tidak harus punya cita-cita menjadi pengusaha. Visi bisnis adalah bagian dari visi hidup manusia. Setiap orang dapat menjalankan profesi apa saja sesuai dengan cita-cita dan sekaligus mengelola bisnisnya.

Bisnis adalah tentang hati, emosi, tentang *passion* seseorang. Seseorang yang menjalankan usaha sesuai dengan minat dan kesukaannya, akan menikmati dan tak segan menghabiskan waktu untuk menekuni usahanya, tidak gampang merasa lelah serta tidak cepat bosan. Tidak sulit untuk kemudian mencintai bisnis yang ditekuni. Dan jika sudah cinta, rela berkorban waktu, pikiran, tenaga, uang, pendeknya segalanya. Ada *lho* mereka yang menggeluti usaha sekian lama kemudian melepasnya dengan alasan sudah lelah dan tak sesuai hati nurani.

Bisnis juga tentang rasio, akal dan kompetensi. Seseorang yang menjalankan usaha sesuai dengan bakat dan kemampuannya akan dapat memecahkan masalah dan mengatasi tantangan yang dihadapi dengan lebih baik. Kalau pun harus belajar, seseorang akan dapat belajar lebih cepat pada bidang yang sesuai dengan kemampuannya.

Perlu bukti? Cobalah pikirlah satu dua ide bisnis, lalu carilah informasi sebanyak-banyaknya di internet. Dengan mudah dapat kita buktikan, bahwa untuk ide yang sesuai dengan minat kita, rasanya tak habis-habis kita bersedia menggali informasi yang ada. Semakin banyak ilmu, semakin merasa tidak tahu. Dan sebaliknya, untuk ide yang tak sesuai dengan minat, barangkali cukup sebatas tahu garis besarnya saja, di mana, kapan, berapa, sudah cukup.

Kemampuan, pengalaman, kompetensi itu punya andil berbeda. Ilmu itu berkembang jauh lebih cepat dari kemampuan siapa pun untuk belajar. Konon, ilmu yang kita pelajari saat ini, 2 - 3 tahun lagi sudah kadaluarsa.

Hanya pokok-pokok ajaran agama dan moral saja yang akan langgeng selamanya. Nah, saat mencari info di atas, pastinya banyak istilah baru, ilmu baru, pengalaman baru dan segala hal yang serba baru. Kalau sedikit pun kita tak memiliki bekal ilmunya, berat pasti memahaminya. Salah-salah berbisnis akan membabi buta. Menjual tidak hanya salah harga, tetapi juga salah ukuran dan cara menggunakannya. Mau bertanya pada orang lain pun tidak banyak membantu, diterangkan berkali-kali pun susah *nempel* di kepala. Katanya kalau mau berusaha, belajar apa pun pasti bisa. Benar, tidak salah. Namun karena itu bukan bidang kita, saat masih belajar tingkat pemula, orang lain sudah berlari mendahului kita.

Jadi sepakat ya, ide bisnis bisa apa saja. Namun yang terbaik temukanlah yang sesuai dengan cita-cita, minat dan kemampuan kita. Jika sudah menemukan itu, berbahagialah, kita sudah memenangkan separuh dari pertempuran!

Visi Bisnis = Cita-Cita + Minat + Kemampuan

Sungguh karya-karya terbaik manusia lahir dari buah pikir dan tangan-tangan mereka yang **mencintai** pekerjaannya.

VISI SPIRITUAL

Apa pun bisnis yang kita jalankan, besar atau kecil, betapa pun hebatnya seseorang, tetaplah Allah yang menentukan hasilnya. Bukankah hanya kepada Allah kita berdoa agar bisnis kita berjalan lancar, berkembang dan apa yang diharapkan dapat terwujud? Apalagi di kala susah dan tantangan menghadang, kita tak punya tempat bergantung selain kepada-Nya. Bukan kepada bank pemberi pinjaman ataupun kepada pemerintah selaku penentu kebijakan. Jika Allah sudah menghadirkan pertolongan, sebesar apa pun masalah yang dihadapi, pasti ada jalan keluarnya. Setuju *kan*?

Dengan kesadaran bahwa Tuhanlah yang menjadi penentu akhir jatuh banggunya sebuah bisnis, maka sudah

sepantasnya bisnis yang kita jalankan sesuai dengan tuntunan agama. Tidak mungkin bukan kita berbisnis minuman keras lalu berdoa kepada Allah agar bisnisnya berkembang? Tak mungkin juga kita mengelola perjudian atau menipu banyak orang dengan iming-iming untung besar sembari setiap malam berdoa agar banyak pelanggan. Tetapi, bukankah bisnis itu urusan dunia, sifatnya komersial, jadi seharusnya dipisahkan dari agama? Mengapa harus dicampuradukkan?

Bisnis dipahami secara umum bertujuan untuk mendapatkan untung. Sementara agama, punya banyak sekali aturan yang membatasi, ini itu haram dan dilarang, jadi bagaimana mungkin bertemu. Benarkah? Sekarang coba kita tengok simbol yang menandai perkara yang berorientasi pada materi. Benar! Uang. Yang paling dikenal adalah mata uang dolar. Tengoklah pada cetakan lembaran dolar tersebut, di sana tertulis “*In God We Trust*”¹. *Keliru dong* kalau begitu memandang bisnis dan urusan agama itu terpisah. Justru sebaliknya.

¹ *In God We Trust* adalah motto Nasional Amerika Serikat, dan mulai dicetak pada uang kertas dolar sejak 1957, menandai berakhirnya era kebijakan penetapan nilai mata uang berdasarkan pada cadangan emas negara (*gold*).



Mengintegrasikan ajaran dan nilai-nilai agama ke dalam bisnis berarti mengundang campur tangan Allah atas berjalannya sebuah bisnis. Menjalankan bisnis dengan tidak melanggar tuntunan dan nilai-nilai agama berarti menjadikan bisnis sebagai ibadah. Inilah bisnis terbaik, bisnis yang dirintis dan dijalankan sebagai bentuk ibadah kepada Allah. Inilah bisnis yang memiliki visi spiritual. Bisnis seperti inilah yang lebih punya peluang untuk bertahan, berkembang dan berumur panjang, karena Tuhanlah yang menentukan jatuh bangun dan hidup mati bisnis Anda.

Jangan ragu untuk memiliki visi spiritual dalam berbisnis, **agar bisnis bernilai ibadah!**

VISI SOSIAL

Konon, inti dari bisnis apa pun adalah *marketing*. Bisnis menawarkan produk atau jasa, dan pembeli punya uang sebagai penukarnya. Pada saat seseorang memutuskan untuk membeli, pada hakikatnya ia membeli nilai dari produk atau jasa tersebut. Termasuk di sini gengsi dan sugesti. Uang yang diterima menjadi pendapatan, dan setelah dikurangi biaya akan menjadi keuntungan. Keuntungan yang kemudian digunakan untuk memutar roda bisnis. Bayangkan jika produk atau jasa suatu perniagaan (dipandang) tidak bermanfaat, selain bisa dianggap penipuan, tak akan ada yang mau membelinya bukan? Tanpa penjualan, tak akan ada pendapatan; bukan keuntungan namun kerugian yang didapatkan. Ujung-ujungnya, bisnis akan berhenti di tengah jalan.

Bisnis yang berorientasi sosial didirikan dengan tujuan untuk memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat, atau menawarkan solusi atas permasalahan yang ada di masyarakat. Maka pelanggan dari bisnis ini adalah masyarakat luas. Keuntungan bukan lagi prioritas, namun semata-mata dibutuhkan agar manfaat bagi masyarakat dapat terus diberikan. Inilah sebuah bisnis yang memiliki visi sosial.

Ini mungkin hanya berlaku untuk bisnis besar. Seorang yang visioner, idealis, para inovator yang punya pendidikan tinggi dan modal besar. Sementara pedagang asongan, penjual mie ayam keliling, warung di pinggir jalan, *boro-boro* berpikir manfaat untuk orang lain, membantu dan menghidupi diri sendiri saja belum tentu mampu. *Duh*, salah besar ya!

Di dekat rumah sakit umum di sebuah kota, alkisah ada seorang kakek tua yang setia berjualan bubur ayam di sana. *Rombongnya* sederhana, harganya pun biasa saja. Tidak mahal juga bukan yang paling murah. Tapi hebatnya, yang membeli antri setiap hari. Bagusnya, Kakek ini tetap nekat jualan meski hujan. Apa rahasianya?

Sederhana. Setiap malam beliau dibantu sang istri, memasak nasi hingga menjadi bubur sembari mendoakan. Berdoa agar yang sakit dapat cepat sembuh dengan bubur itu. Dulu si Kakek juga begitu, waktu sakit, susah makan, susah menelan, buburlah yang jadi obat penahan lapar. Hebatnya, tidak hanya punya visi sosial membantu kesembuhan orang lain dengan bubur, bisnis bubur ini juga punya visi spiritual. Ya, doa sang Kakek ini yang nantinya akan membuat jutaan butir beras olahan bubur berbaris panjang di belakang beliau di akhirat. Butiran beras tadi menjadi saksi di depan Allah, berkat sembuhnya ulama karena bubur, sembuhnya pejabat negara karena bubur, atau bertobatnya penjahat setelah sembuh dari sakit karena bubur. Merinding karena bubur.² Sederhana, tapi yang sederhana itu luar biasa. Kakek tadi tak akan mencampur buburnya dengan yang haram, tak juga ceroboh menambahkan bahan yang tak sehat. Dagangan Kakek barangkali hanya bubur, tapi visi bisnis beliau adalah menyediakan asupan sehat untuk kesembuhan mereka yang dirawat di rumah sakit.

² tausiyah dari Ustadz Budi Prayitno, Daarut Tauhiid.

Bisnis warung sederhana di pinggir jalan juga serupa. Jika diniatkan membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari warga sekitarnya, itu juga visi sosial. Cari untung tetap perlu, namun bukan satu-satunya tujuan. Jika diniatkan membantu, kemudian banyak yang tak mampu lalu berutang bagaimana, bisa bangkrut bukan? Barangkali itu adalah soal persepsi dan keyakinan. Untung rugi, bangkrut dan berkembang itu bukan karena orang lain, tetapi ikhtiar dan ketentuan Allah. Jika kita yakin bahwa Allahlah yang menggerakkan pembeli untuk datang, seharusnya yakin pula Allahlah yang mendatangkan rezeki. Tentang bagaimana menyiasati utang itu teknis bisnis semata.

Ada pula Bu Mugi, penjual gudeg kala saya SMA dulu. Berjualan hampir setiap malam. Belum akan pulang, meski sudah lewat jam dua malam dan terkantuk-kantuk kelelahan di terpa dinginnya malam, jika masih ada “anaknya” yang belum makan. “Anak-anak” beliau adalah kami, yang merantau dan kos di sekitar lapak gudeg Bu Mugi. Pada bulan Ramadhan, Bu Mugi selalu meminta putranya membangunkan “anak-anak” beliau yang terlambat bangun agar tidak ketinggalan sahur. Harga

seorsi gudeg waktu itu standar 500 rupiah. Tetapi beliau tidak pernah menolak pembeli yang hanya bisa membayar 250 rupiah, menu komplet! Kala ditanya berapa keuntungan harian, beliau selalu merendah dengan menjawab, yang penting saya dan keluarga bisa ikut makan, kami sudah senang. Jualan beliau memang hanya nasi gudeg, tapi visi bisnis beliau adalah menyejahterakan kami, anak-anak beliau dengan makanan yang murah dan bergizi.

Lalu apa perbedaan bisnis kecil yang memiliki visi sosial dan tidak. Persamaan keduanya adalah **mendapatkan keuntungan**. Namun **bagaimana mendapatkannya** dan **untuk apa keuntungan itu digunakan** akan terlihat berbeda. Bisnis yang memiliki visi sosial tak akan mencelakakan pembelinya dengan barang haram, bahan makanan berbahaya (dicampur bedak, formalin, boraks, dll.), tak abai dengan kesehatan dan kelayakan barang (tidak kadaluarsa, bukan bangkai, kemasan dan penyimpanan yang baik), tak akan mengurangi takaran dan timbangan, tak pula mengoplos barang berkualitas bagus dengan barang yang berkualitas rendah. Jika baik

secara agama, tentu baik pula dalam sudut pandang sosial. Dan semakin banyak keuntungan yang didapat pemiliknya akan semakin dermawan, dan bukan sebaliknya semakin pelit dan sibuk memperkaya diri sendiri. Sungguh kebanyakan pendahulu-pendahulu kita meletakkan niat untuk membantu sesama kala membangun usaha.

Business is about helping others.

Jika Anda sebagai pembeli, lalu ada tetangga, rekan, teman, keluarga Anda yang menjalankan usaha. Mana yang lebih Anda dukung keberadaan bisnisnya? Mereka yang berbisnis hanya untuk dirinya saja, atau mereka yang memiliki kepedulian kepada sesama? Demikian pula bagaimana orang lain akan memandang kita saat merintis dan menjalankan sebuah usaha.

Visi membutuhkan aksi. Dukungan pelanggan adalah energi yang menggerakkan aksi.

Bisnis dengan visi sosial, akan memiliki energi yang lebih besar untuk menggerakkan aksi.

Jika dibandingkan, visi individual umumnya berbicara tentang manifestasi atau prestasi yang ingin dicapai, sedang visi sosial berbicara tentang solusi ataupun manfaat yang ingin diberikan. Visi manakah berikut ini yang lebih berorientasi pada solusi atau manfaat, sehingga keberadaannya lebih dibutuhkan masyarakat?

| Visi A | Visi B |
|--|--|
| Menjadi restoran terbaik, memiliki banyak cabang di banyak provinsi di Indonesia. | Memberikan pelayanan terbaik dalam bidang kuliner di Indonesia. |
| Menjadi Perusahaan Energi Nasional Kelas Dunia. | Mewujudkan Kedaulatan Energi Nasional. |
| To be the best information technology solution provider for the business and the people. | To help people and businesses throughout the world realize their full potential. |

| Visi A | Visi B |
|--|--|
| A Total Food Solutions Company. | A Total Food Solutions Provider. |
| Menjadi pusat ilmu pengetahuan, teknologi, dan kebudayaan yang unggul dan berdaya saing, melalui upaya mencerdaskan kehidupan bangsa untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, sehingga berkontribusi bagi pembangunan masyarakat Indonesia dan dunia | Mencerdaskan kehidupan bangsa untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan membangun peradaban dunia, melalui keunggulan ilmu pengetahuan, teknologi dan kebudayaan |
| Menjadi digital telco pilihan utama untuk memajukan masyarakat | Memajukan masyarakat melalui pelayanan digital telco terbaik |

Visi adalah cerminan tujuan sebuah bisnis. Rumuskan dengan kalimat yang jelas dan mudah dipahami. Agar setiap orang yang kita kenalkan dengan visi itu tertarik untuk membantu kita mewujudkannya.

Mari renungkan sejenak. Jika bisnis kita diniatkan untuk mengejar keuntungan dan materi. Siapa yang akan mendoakan suksesnya bisnis yang kita jalani? Diri sendiri, keluarga, orang tua (selalu), dan barangkali karyawan

kita. Jika bisnis kita diniatkan lebih dari itu, memberikan manfaat kepada orang lain, siapa lagi yang akan mendoakan? Mereka yang mendapatkan manfaat, juga mendoakan kesuksesan bisnis kita. Nah, yang terbaik, di atas itu semua, jika bisnis kita niatkan sebagai ibadah, alam semesta akan ikut mendoakan, bahkan Allah sendiri akan memberikan pertolongan bagi keberlangsungan bisnis kita. Dan jika Allah sudah berkehendak, siapa yang bisa melawan?

VISUALISASI VISI

Tugas pertama seorang pendiri setelah merumuskan visi adalah membaginya dengan orang lain. Agar semakin banyak dukungan dan semakin mudah bergerak menuju visi. Cara yang terbaik menyampaikan dan memahami visi kepada orang lain, apakah itu karyawan atau mitra bisnis adalah dengan memvisualisasikan visi tersebut. Otak manusia mencerna gambar jauh lebih cepat daripada kata, maka visualisasi akan membuat pemahaman lebih mudah.

Pernahkah melihat atau membuat sebuah buku mimpi (*dream book*)? Sebuah buku gambar polos, yang setiap halamannya ditempel berbagai gambar yang mewakili mimpi dan harapan yang ingin diraih, seperti Menara Eiffel Paris, Baitullah, rumah idaman di perumahan elit, mobil mewah, dan lain sebagainya. Semangat akan bergelora saat melihat halaman demi halaman buku mimpi ini. Bayangan kesuksesan akan langsung hadir di depan mata, dan inilah modal terbaik untuk menaikkan semangat dan motivasi. Pun jika mengalami kegagalan, jangan khawatir, lihat lagi buku mimpi ini dan bangkit kembali. Itulah kekuatan visualisasi visi.

Fondasi pertama bisnis adalah VISI.
VISI harus ada, namun tidak mengada-ada.
Apabila VISI tergambar jelas, ia akan tertanam kuat, maka keyakinan semakin bertambah dan peluang untuk mencapainya pun semakin besar.

Visi adalah fondasi pertama sebuah bisnis. Agar optimal, Visi bisnis harus sejalan dengan cita-cita hidup, sesuai dengan minat dan kemampuan. Allah adalah penentu akhir hidup mati sebuah bisnis, maka sebuah bisnis harus diniatkan dan dijalankan sebagai bentuk ibadah. Visi membutuhkan Aksi. Dukungan pembeli terhadap sebuah bisnis adalah energi yang menggerakkan aksi. Bisnis yang berorientasi sosial dan bermanfaat secara luas akan mendapatkan lebih banyak energi.

Kecil, Kuat & Bertahan

TERTUA DI DUNIA

Kongo Gumi³ yang dinobatkan sebagai perusahaan tertua di dunia, memang layak diteladani. Didirikan pada tahun 578M, perusahaan spesialis konstruksi, pemeliharaan dan perbaikan kuil Budha yang saat ini berpusat di Osaka, Jepang, selama 1.400 tahun tetap setia mempertahankan

³ <https://www.amusingplanet.com/2019/11/kongo-gumi-1400-year-old-company.html>

teknik dan peralatan traditional yang diwariskan turun temurun sejak dari pendirinya, Shigemitsu Kongo.

Jepang, barangkali negara dengan jumlah perusahaan panjang umur terbanyak di dunia. Di negara ini, tercatat ada 8 perusahaan yang berusia di atas 1.000 tahun, lebih dari 3.000 perusahaan di atas 200 tahun, dan tak kurang dari 21.000 perusahaan berusia lebih dari 100 tahun.

Rahasia panjang umur Kongo Gumi menjadi perhatian banyak ahli. Beruntung, Yoshisada Kongō, Pemimpin ke-32 perusahaan ini telah menuliskannya dalam buku “*Shokuke kokoroe no koto*”, atau “pengetahuan keluarga tentang perniagaan”. Para analis Barat heran mendapati buku ini ternyata tidak berisikan kiat-kiat bisnis yang diharapkan seperti kontrol kualitas, kepuasan pelanggan, dan lain-lain semacam itu.

Bab pertama buku panduan Kongo Gumi, berisikan ajaran tentang nilai-nilai dasar Kong Hu Cu, Budha dan Shinto. Bab berikutnya adalah tentang penguasaan keterampilan pertukangan. Bagi karyawan Kongo Gumi, standar



Foto : John Kasawa, kuil Budha karya Kongo Gumi

kesuksesan mereka diukur berdasarkan keahlian mereka dalam menggunakan peralatan tersebut. Setidaknya butuh 10 tahun magang ditambah 10 tahun lagi pelatihan, untuk menguasai keahlian tersebut. Dalam mengerjakan sebuah kuil, mereka dapat membutuhkan waktu hingga 15 tahun demi memberikan kualitas yang terbaik. Motivasi untuk **senantiasa menyempurnakan hasil kerja** terbukti membawa Kongo Gumi panjang umur.

Selain itu, isi buku tersebut justru merangkum cukup banyak tentang hal-hal kecil yang mengatur tata krama bagi karyawan Kongo Gumi⁴.

Shokuke Kokoroe No Koto

Lebih banyak mendengarkan orang lain.

Perlakukan siapa pun dengan penuh hormat.

Menjaga nama baik keluarga.

Minum tidak berlebihan.

Berikan penawaran harga terendah
berdasarkan estimasi paling jujur.

Tidak menonjolkan diri,
ataupun menyombongkan diri.

Jangan pernah berkelahi dengan sesama.

Dilarang mempermalukan orang lain.

Berbicara dengan santun.

Berpakaian tidak melebihi kepatutan.

⁴ <https://worksthatwork.com/3/kongo-gumi>

Kongo Gumi bukanlah perusahaan besar. Dengan hanya 100 karyawan, perusahaan ini mencatatkan pendapatan tak kurang dari 70 juta dolar setiap tahun.

Banyak perusahaan besar gagal mempertahankan keberadaannya karena menempatkan profit di atas segalanya ataupun terlalu ambisius untuk melakukan ekspansi bisnis. Sebaliknya, banyak perusahaan Jepang bertahan sangat lama justru karena mereka kecil, sebagian besar perusahaan keluarga, dan sangat fokus untuk mempertahankan nilai-nilai keluarga, budaya dan agama dalam menjalankan bisnis mereka.

ASURANSI SAMPAH

Dibalik inovasi mahsyur soal sampah, inilah sosok muda, **dr. Gamal Albinsaid**⁵. Lahir di Malang, 8 September 1989, dr. Gamal adalah seorang dokter dan wirausahawan sosial, CEO Indonesia Medika. Ya, seorang dokter sekaligus pebisnis, dan bukan pebisnis

⁵ https://id.wikipedia.org/wiki/Gamal_Albinsaid; <https://www.viva.co.id/siapa/read/966-gamal-albinsaid>

biasa, namun pebisnis yang sukses memadukan visi bisnis dan cita-cita. Didirikan pada tahun 2013, Indonesia Medika dengan visi “*justice and welfare of health*” di Indonesia, mengembangkan solusi inovatif Klinik Asuransi Sampah (*Garbage Clinical Insurance, GCI*), *marketplace* kesehatan InMed, dan platform *crowdfunding* Siapapeduli.id.

Berkuliah di Universitas Brawijaya, Malang, dr. Gamal menyelesaikan S-1 Pendidikan Dokter dengan predikat Cum Laude, dan kemudian melanjutkan S-2 Ilmu Biomedik di universitas yang sama. Tahun 2014, beliau mendapatkan kehormatan dengan meraih penghargaan *HRH The Prince of Wales Young Sustainability Entrepreneur Prize 2014* yang diselenggarakan oleh University of Cambridge, Inggris, dan Unilever. Jejak inovatif dr. Gamal juga diapresiasi oleh Presiden Vladimir Putin saat ia diundang ke Rusia untuk berbicara di hadapan 25.000 peserta dari 150 negara di dunia dalam acara *World Festival of Youth and Students ke-19* yang diselenggarakan pada 15 Oktober 2017.

Kepedulian dr. Gamal pada kesehatan masyarakat, terutama masyarakat yang kurang mampu, berawal dari kisah tragis seorang anak pemulung bernama Khaerunnisa yang meninggal karena diare di gerobak sampah ayahnya. Khaerunnisa tidak bisa berobat lantaran tidak ada biaya. Dari tragedi ini, muncul ide untuk mendirikan Klinik Asuransi Sampah, agar masyarakat yang kurang mampu mendapatkan pelayanan kesehatan dengan premi sampah yang mereka kumpulkan. Melalui program ini, masyarakat cukup menyerahkan sampah senilai Rp 10.000,00 setiap bulan dan mereka akan mendapatkan jaminan kesehatan mulai layanan kesehatan primer, sekunder, dan tersier, termasuk operasi dan rawat inap. Melalui Klinik ini, dr. Gamal tidak hanya memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat yang kurang mampu, namun juga mengubah persepsi masyarakat luas bahwa jaminan kesehatan tidak harus mahal, dan sampah yang dibuang jika dikelola dapat menyelamatkan nyawa.

Tak cukup dengan itu, bersama Indonesia Medika, dr. Gamal juga memiliki target untuk mencetak 10 ribu wirausahawan sosial baru melalui **Jaringan Wirausaha**



Sosial Nusantara (Jawara). “Peduli”, kata dr. Gamal, “adalah bagian dari kesuksesan!”

“I don’t collect awards, I collect inspiration.
Once my collection is large enough, I’m going to
inspire youth people to follow their dream.”

dr. Gamal Albinsaid

SEEING IS BELIEVING

Al Fatih lahir pada 30 Maret 1432 di Edirne, Ibukota Dinasti Utsmaniyyah saat itu. Setiap hari ayahnya Sultan Murad II mengajak Al Fatih kecil duduk di puncak menara masjid yang tertinggi, lalu Sultan menunjuk tangannya jauh di sebuah cakrawala.

“Mehmed, lihatlah! Di depan, jauh di depan sana, di sanalah Konstantinopel. Kota itu adalah salah satu pusat dari kekufuran. Ibu kota Romawi Timur yang sangat kuat. Kota itu akan jatuh ke dalam kekuasaan Islam. Dan engkaulah, insya Allah, yang akan menaklukkannya kelak.”

Bayangan kota Konstantinopel dari kejauhan yang dilihat oleh Al Fatih muda setiap hari menguatkan visinya untuk menaklukan kota itu.

Mimpi **Bill Gates** saat mengawali Microsoft adalah satu PC di setiap rumah. Ambisi **John F. Kennedy** di awal pemerintahannya adalah mendaratkan manusia pertama di bulan dan kembali ke bumi dengan selamat sebelum akhir tahun 60-an.

Pendiri sebuah bisnis dituntut untuk dapat menyampaikan gambaran yang jelas tentang visi mereka, dan membuat seolah-olah visi tersebut dapat dilihat dan dirasakan. Visualisasi ini berguna agar semua pihak yang terlibat memiliki gambaran yang sama.

Syahadat sebagai Tujuan

Setiap muslim tentu kenal lima Rukun Islam yang menjadi fondasi agamanya : syahadat, shalat, zakat, puasa dan haji. Tak sempurna keislaman seseorang jika melewatkan satu dari lima fondasi itu. Dari kelimanya, **syahadat adalah yang utama**, tujuan tertinggi. Tanpanya, adalah dosa tak terampuni, hancur fondasinya dan keluar dari Islam. Rukun Islam adalah pijakan hidup seorang muslim. Dari buaian hingga liang lahat, setiap detiknya selama 24 jam setiap hari.

Demikian pula dalam mengelola sebuah bisnis. Visi adalah tujuan dari seluruh kegiatan bisnis tersebut, bagi seluruh manusia yang terlibat di dalamnya, dari Pimpinan hingga karyawan terendah. Maka sudah sewajarnya, bisnis yang menjadikan visinya sebagai bentuk ibadah, aturan yang terkait tentang halal haram misalnya harus dipatuhi oleh seluruh pelakunya, bukan hanya pendirinya saja. Agar jungkir balik dalam mengelola bisnis, dengan segala resiko untung ruginya, tidak hanya bernilai di dunia tetapi juga menuai pahala di akhirat.

Sebuah bisnis yang diniatkan ibadah tentu sejalan dengan dua kalimat syahadat. Tidak syirik, sesuai syariah dan mengedepankan akhlak sebagaimana tuntunan Rasulullah saw. Bagaimana mengintegrasikan nilai-nilai spiritual di dalam sebuah bisnis, berikut beberapa kutipan dari rekan-rekan pebisnis yang telah sukses menjalankannya :

- Tidak melakukan syirik atau bersinggungan dengan hal-hal yang dekat kepada kesyirikan. Tidak ada dalam kamus bisnis seperti ini menggunakan aji-aji penglaris,

ke dukun, atau menyelenggarakan ritual menanam kepala kerbau, melabuh sesaji dan yang serupa itu.

- Konsisten dengan nilai-nilai ibadah. Bisnis yang dijalankan sesuai tuntunan syariah pastinya tidak mudah. Maklum godaannya pasti besar. Terutama godaan akan keuntungan. Jangan ragu untuk membersihkan dan menjauhkan bisnis dari hal-hal yang diharamkan.
- Tidak hanya sesuai syariah, bisnis yang diniatkan sebagai ibadah juga harus mengedepankan akhlak/moral yang baik dalam berbisnis. Menunaikan hak pembeli, tidak mengurangi timbangan, tidak melakukan manipulasi, bersikap jujur, memegang janji, adalah sedikit dari sekian banyak tuntunan akhlak dalam berbisnis. Membangun kepercayaan itu butuh bertahun-tahun, namun dapat hancur seketika karena satu perbuatan khianat. Oleh karena itu, dengan siapa pun berbisnis wajib hukumnya untuk bersikap jujur, amanah dan memenuhi janji. Praktik mulia ini juga muncul dalam etika bisnis atau etika profesi.

- Memperdalam ilmu agama bersama-sama, semakin banyak belajar semakin terjaga kegiatan bisnis dari hal-hal yang menyalahi tuntunan. Bisnis adalah muamalah, berbeda dengan ibadah *mahdhah*. Untuk ibadah *mahdhah*, yang boleh dilakukan hanyalah hal-hal yang diperintahkan atau dicontohkan, selebihnya dilarang. Sedangkan untuk muamalah, semua boleh dilakukan kecuali yang dilarang. Artinya lebih banyak hal yang diperbolehkan daripada yang dilarang. Yang penting memahami ilmunya.
- Senantiasa berdoa agar Allah berkenan menetapkan, memudahkan, memberikan keberkahan serta meridhai perjalanan bisnis yang dilakukan. Ajak keluarga dan karyawan berdoa untuk mewujudkan visi bersama. Bila berkesempatan menunaikan ibadah Haji atau Umrah, sampaikanlah ‘visi bisnis’ ini kepada-Nya di depan Baitullah.

Inilah hikmah dari Rukun Islam yang pertama, bahwa sebuah bisnis harus punya visi. Dan bukan sembarang visi, namun visi untuk sebaik-baik ibadah dan sebesar-besar manfaat. Insya Allah.



Rasulullah saw, dalam banyak riwayat disebutkan sebagai seorang yang sangat ulung dalam memainkan emosi dan ekspresi ketika menyampaikan kisah-kisah kepada para sahabat. Jika Rasulullah saw berkisah tentang surga, para sahabat yang mendengarkan seolah-olah dapat melihat surga di depan matanya, hingga bertambah-tambah keimanannya. Sebaliknya, jika Rasulullah saw menceritakan tentang neraka, para sahabat pun seolah-olah dapat merasakan kengerian siksa dan panasnya api neraka, sehingga semakin bertambah-tambah pula ketaatan mereka.

Bagaimana meneladani Rasulullah saw dalam berkisah tentang surga dan neraka bisa jadi awal yang baik untuk mevisualisasikan visi.

Punya Visi Besar, Siapa Takut?

Telah dibahas bahwa fondasi bisnis yang pertama dan utama adalah **VISI**. Wajib ada! Yang terbaik adalah visi yang sesuai dengan cita-cita, minat dan kemampuan, memberikan manfaat bagi orang banyak dan diniatkan sebagai ibadah. Komplet!

MERUMUSKAN VISI

Bagaimana merumuskan visi bisnis tersebut? Mulailah dengan menggali ide bisnis Anda. Cobalah menuliskan ide bisnis yang dapat Anda pikirkan sekarang. Ide bisnis bukan tentang berapa keuntungan yang ingin didapatkan, jadi lupakan dulu hitung-hitungan untung rugi. Ide bisnis adalah tentang manfaat apa yang akan kita berikan. Abaikan segala kendala yang ada, seperti tidak ada modal, tempat, tenaga dll. Asumsikan bahwa kita memiliki itu semua. Jika ide tersebut terkait dengan produk atau jasa, tak mengapa namun galilah ide yang lebih luas terkait manfaat di balik produk atau jasa tersebut.

Contohnya, saya berpikir untuk menjual masker, mumpung sekarang lagi musim. Ide di balik menjual masker adalah melindungi dari penyakit (virus Covid-19) dan tetap sehat. Maka ide bisnis yang bisa kita ambil dari sini adalah, menyediakan sarana untuk melindungi orang-orang dari penyakit dan menjaga kesehatan. Ide ini lebih luas, karena dengan visi ini, bisnis yang kita miliki tidak terbatas hanya menjual masker, namun juga vitamin, jahe, obat-obatan herbal, face shield, APD, dll. yang bermuara

pada segala hal terkait perlindungan diri dari penyakit dan menjaga kesehatan. Ide yang lebih luas akan membuka ruang gerak. Justru pada saat *kepepet* dan dunia terasa sempit, meluaskan pikiran itu membantu! Ibarat seseorang yang tersesat, berada di lembah akan membuat pandangan terbatas. Cobalah untuk mendaki, semakin tinggi akan semakin luas mata memandang.

Pada contoh Kakek penjual bubur atau Bu Mugi penjual gudeg sebelumnya pun berlaku. Jika bisnis Kakek hanya dibatasi untuk menjual bubur, anak beliau mungkin tidak akan tertarik mewarisi usahanya. Namun dengan visi yang lebih luas, menyediakan asupan sehat untuk kesembuhan pasien yang dirawat di rumah sakit, ide bisnisnya akan berkembang tidak sebatas hanya bubur. Boleh jadi aneka bubur, makanan panas dan kemas, jus buah segar, ramuan herbal, atau jamu tradisional. Bahkan yang bukan berupa makanan, bisa menjadi produk sampingan, seperti minyak oles, alat pemijat, bantal khusus, selimut *thermal*, dan lain-lain.

Berikut beberapa contoh pengembangan ide menjadi visi bisnis. Cobalah mengembangkan ide untuk memberikan manfaat.

| Ide Awal | Visi Bisnis |
|-------------------------|--|
| menanam cabai | menjadi petani yang menyediakan produk pertanian berkualitas dengan harga terjangkau |
| jual beli motor bekas | membantu masyarakat untuk memiliki sarana transportasi yang sesuai dengan kebutuhannya melalui unit-unit usaha jual beli kendaraan (bekas/baru) atau penyewaan kendaraan |
| mengajar | mendirikan lembaga pendidikan unggulan untuk mencerdaskan anak-anak Indonesia! |
| warung sembako | membangun jaringan waserba yang menyediakan kebutuhan sembako dan barang-barang kebutuhan sehari-hari |
| berjualan donat kentang | menyediakan solusi makanan ringan yang halal, baik, sehat dan enak dengan usaha rumahan yang mandiri |
| bisnis nasi pecel | melestarikan makanan tradisional sekaligus menyejahterakan para pedagang kecil makanan tradisional |

Boleh tidak berkeinginan untuk menjadi yang terdepan, paling besar, paling baik dan yang semacamnya. Justru harus jika untuk kebaikan. Misalnya dari contoh pertama di atas, visi yang kita rumuskan menjadi *“menjadi petani paling sukses yang menyediakan produk pertanian berkualitas terbaik dengan harga paling terjangkau”*.

Apabila memiliki banyak ide bisnis, itu bagus, pilihlah beberapa, jangan terlalu banyak, dan yang paling sesuai dengan panggilan hidup. Maksudnya sesuai dengan a) cita-cita, b) minat dan kesukaan, c) kemampuan, pengalaman dan kompetensi yang dimiliki, serta tentunya d) bermanfaat secara luas.

Rumuskan visi dengan kalimat yang padat dan jelas, semakin singkat dan mudah diingat akan lebih baik. Visi bukanlah slogan kosong. Tak ada gunanya memiliki visi panjang namun tak mudah diingat. Jika mengingat saja sulit, apatah lagi mewujudkannya.

Selanjutnya, ajak suami, istri, orang tua, keluarga, sahabat dan orang-orang terdekat atau orang-orang yang dipercaya untuk berbagi pendapat tentang visi tersebut.

Pengorbanan dan dukungan mereka akan sangat berharga. Saya kagum dengan kisah sukses rekan-rekan pebisnis yang merintis usahanya dari nol, lengkap dengan perjuangan dan pengorbanannya. Dan kisah mereka memiliki kesamaan, dukungan yang tak ternilai dari pasangan dan keluarga. Mereka melibatkan keluarga sejak awal, agar memahami tujuan yang ingin dicapai. Pasangan juga tak boleh meremehkan apalagi melecehkan ide bisnis yang disampaikan, meskipun aneh, lucu dan tampak mustahil. Justru kemustahilan itu harus dilawan. Bagi seorang laki-laki, cukuplah satu perempuan saja yang percaya, maka tak mengapa jika seluruh dunia tak percaya. *Eaaaa* 😊

Bisnis tentu ada masa jatuh bangunnya. Jika sedang di atas tak ada masalah, semua senang. Namun jika sedang terpuruk, dukungan keluarga akan sangat menentukan. Bayangkan saja pada saat bangkrut, makan saja sulit, uang sekolah menunggak, tagihan air listrik tak terbayar, cicilan rumah belum lunas plus masih ada utang-utang lain yang mendesak diselesaikan. Ibarat jatuh tertimpa tangga.

PENULIS



Pria kelahiran Surabaya, 1972 ini menikah dan dikaruniai sepasang putri dan putra, saat ini berdomisili di Balikpapan. Setelah pensiun dari perusahaan migas swasta sejak 2016, Prima Irmansyah memilih untuk menyibuk-

kan diri di bidang pendidikan.

Praktis tidak memiliki pengalaman dalam berbisnis karena lebih banyak berkarir secara profesional di bidang Manajemen Sistem Informasi. Suka membaca, *traveling*, menonton film dokumenter, dan sangat tertarik dengan aplikasi sains dan teknologi.

Selama bekerja di perusahaan multinasional, ada banyak hal-hal baik yang berkesan dan menjadi pelajaran berharga, utamanya dalam mengelola sebuah bisnis besar. Meskipun urusan ibadah bukanlah salah satu agenda di perusahaan, sebagaimana umumnya bisnis-bisnis yang ada, namun tidak pernah ada kendala dalam menjalankan kewajiban agama bagi masing-masing karyawan. Pun tidak juga ada paksaan untuk melakukan sesuatu yang tidak sesuai dengan keyakinan setiap karyawan.

Dalam hal etika atau moral, perusahaan asing ini justru menempatkan aspek kejujuran, tanggung jawab, disiplin, integritas serta peduli pada keselamatan sangat tinggi, dijaga dengan ketat dan benar-benar dibudayakan. Aspek tata kelola usaha yang baik dan profesional (*good*

*Dan sungguh telah Kami tulis di
dalam Zabur sesudah (kami tulis
dalam) Lauh Mahfuzh, bahwasanya
bumi ini diwarisi hamba-hamba-Ku
yang saleh.*

(QS Al Anbiya : 105)



Aberka Online