



## **Pemberdayaan UMKM Bakso Kemasan “Ada Rasa” Melalui Analisis Religiusitas Strategi *Marketing* di Jekulo Kudus**

**Eni Kusrini**

**Institut Agama Islam Negeri Kudus**

enikusrini50@yahoo.com

### **Abstract**

*Empowerment of UMKM as a forum for implementing the micro-economy to encourage economic growth nationally. This empowerment must be able to increase economic activity to the fullest. The existence of UMKM that are dominant as national economic actors is also a vital subject in development, because it is possible to expand opportunities for entrepreneurship, empowering workers, and reducing unemployment in a country in general. To create empowerment of UMKM as a mandate, it is necessary to have religious accountability in the implementation of UMKM. Religiosity is the internalization diversity that exists in a person as a form of devotion to religion at the behest of Allah SWT. Therefore, marketing strategies are needed in the success of UMKM based on rules.*

**Keywords:** *UMKM, religiosity, marketing strategies.*

### **Abstrak**

Pemberdayaan UMKM sebagai wadah pelaksanaan perekonomian secara mikro untuk mendorong pertumbuhan perekonomian secara nasional. Pemberdayaan ini harus mampu meningkatkan kegiatan perekonomian secara maksimal. Keberadaan UMKM yang dominan sebagai pelaku ekonomi nasional juga merupakan subjek vital dalam pembangunan, karena hal ini dimungkinkan dapat memperluas kesempatan berwirausaha, memeberdayakan tenaga kerja, serta mengurangi tingkat pengangguran pada sebuah Negara pada umumnya. Untuk menciptakan pemberdayaan UMKM menjadi amanah, maka perlu adanya pertanggungjawaban secara religious dalam pelaksanaan UMKM. Religiusitas merupakan keberagaman internalisasi yang ada pada diri seseorang sebagai wujud pengabdian terhadap agama atas perintah Allah SWT. Oleh karena itu, diperlukan adanya strategi-strategi marketing dalam keberhasilan UMKM yang berlandaskan pada aturan.

**Kata Kunci:** *UMKM, religiusitas, strategi marketing.*

### **PENDAHULUAN**

UMKM merupakan kekuatan dalam pelaksanaan ekonomi kerakyatan, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 20/2008 tentang UMKM, didefinisikan bahwa pemberdayaan adalah upaya yang dilakukan pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha, dan masyarakat secara sinergis dalam bentuk penumbuhan iklim dan pengembangan usaha terhadap UMKM sehingga mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Jiwa wirausaha merupakan kreativitas yang wajib dimiliki oleh seorang pelaku UMKM dengan memiliki tujuan tertentu, serta berusaha untuk mencapai keberhasilan dalam hidupnya baik di dunia maupun di akhirat.



Sering kali kita jumpai daya cipta yang kurang terealisasi dan menumbuhkan daya tarik bagi masyarakat luas, bahkan tujuan yang ingin dicapainya lebih mengarah kepada sesuatu yang kurang maksimal. Keberanian dalam mendirikan UMKM dan menanggung resiko juga masih sedikit. Selama ini Usaha Mikro kecil Menengah (UMKM) kurang mendapatkan perhatian di Indonesia sebelum krisis pecah pada tahun 1997. Krisis ekonomi yang melanda Indonesia yang telah meruntuhkan banyak usaha besar, namun sebagian besar UMKM tetap bertahan, bahkan jumlahnya semakin meningkat. Di Kabupaten Kudus, tepatnya di kecamatan Jekulo terdapat UMKM yang bergerak di bidang produksi bakso yang bernama bakso "Ada Rasa". Salah satu alasan mengapa UMKM tersebut masih bertahan sampai sekarang tidak terlepas dari pengaruh aspek-aspek kewirausahaan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui lebih dalam mengenai aspek-aspek kewirausahaan apa saja yang terdapat pada UMKM bakso "Ada Rasa" tersebut. UMKM Bakso "Ada Rasa" merupakan suatu perusahaan makanan ringan yang awal mulanya di rintis oleh seorang pedagang keliling pada tahun 1988. Pada kala itu pedagang bakso keliling hanya berjualan bakso kuah saja, namun karna mulai banyak pesaing baru, akhirnya pedagang keliling yang memiliki nama panggilan Pak Tarwi ini memiliki inisiatif baru untuk menciptakan bakso goreng yang divariasasi produk menjadi bakso kuah.

Berbagai eksperimen variasi produk telah dilakukan dengan semangat untuk menciptakan kreasinya yaitu membuat bakso goreng yang banyak diminati oleh masyarakat banyak. Lokasi pabrik "Ada Rasa" berada di Desa Bulung Cangkring, RT. 03/RW. 01, Kecamatan Jekulo, Kabupaten Kudus. Dengan berlandaskan iman dan taqwa, "Ada Rasa" menjadi salah satu perusahaan yang paling maju, produktif, dan berkompetitif di antara pesaingnya dengan mengedepankan tingkat harga rendah untuk bisa mencakup seluruh kalangan, khususnya kalangan menengah kebawah, sehingga mampu menarik pelanggan semaksimal mungkin.

## **KAJIAN LITERATUR**

Jiwa wirausaha harus menjadi dasar penguatan SDM dalam UMKM, mengingat Kewirausahaan merupakan semangat, perilaku, dan kemampuan untuk memberikan tanggapan yang positif terhadap peluang memperoleh keuntungan untuk diri sendiri dan/atau pelayanan yang lebih baik pada pelanggan/masyarakat; dengan selalu berusaha mencari dan melayani langganan lebih banyak dan lebih baik, serta menciptakan dan menyediakan produk yang lebih bermanfaat dan menerapkan cara kerja yang lebih efisien, melalui keberanian mengambil risiko, kreativitas, dan inovasi, serta kemampuan manajemen (Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, 2011: 29-30).

Kegiatan pelatihan pada jiwa kewirausahaan pada UMKM secara Islam merupakan langkah awal dengan penguasaan teknologi Islam terapan, sesuai dengan satuan perilaku yang diinginkan. Sebagai upaya klarifikasi, perlu ditegaskan bahwa sulit sekali bagi seseorang untuk memperoleh pelatihan dalam semua profesi. Akan lebih baik jika peserta latihan atau pelaku

kewirausahaan lebih menguasai paradigma dan teori empiris yang melatarbelakangi teknologi satuan perilaku yang bersangkutan. Dengan demikian mereka benar-benar menghayati potensi yang terkandung di dalam teknik-teknik yang dihadapinya. Dengan penguasaan ini maka peserta kewirausahaan berada pada tahap yang siap melakukannya dalam kenyataan praktis meskipun bersifat simulatif. Selanjutnya memasuki tahap profesi simulatif (Muslim, A.Kadir, Ilmu Islam Terapan: 62).

Frederick et al di dalam Wijatno (2009: 23) menjelaskan karakteristik *entrepreneur* sebagai berikut: komitmen total, determinasi dan keuletan hati, dorongan kuat untuk berprestasi, berorientasi pada kesempatan dan tujuan, inisiatif dan tanggung jawab, pengambilan keputusan yang konsisten, mencari umpan balik, *internal locus of control*, integritas dan reliabilitas, toleransi terhadap kegagalan, energi tingkat tinggi, kreatif dan inovatif, percaya diri, optimis, dan membangun diri (Arif Yusuf Hamali, 2016: 18-20).

Sedangkan Produksi adalah proses mencari, mengalokasikan, dan mengolah sumber daya menjadi output dalam rangka meningkatkan maslahat bagi manusia. Seluruh kegiatan produksi di UMKM Bakso “Ada Rasa” misalnya terkait dengan bahan baku yang digunakan serta proses produksi terhindar dari hal-hal yang diharamkan. Saat ada pembeli dari luar kota ingin membeli produk dari UMKM tersebut dan meminta untuk mengirimkannya pada hari tertentu sesuai dengan kesepakatan. Selain itu, UMKM ini tidak menggunakan pengawet buatan, melainkan produk yang sudah jadi dimasukkan dalam *freezer*.

### **Metode Penelitian**

Pendekatan masalah yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah yuridis empiris (Soerjono Soekarto & Sri Mamudji, 2004: 1). Spesifikasi Penelitian Melihat permasalahan di atas, maka spesifikasi yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analitis (Soerjono Soekanto, 1984: 10). Jenis dan sumber data pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian merupakan suatu kegiatan yang ditujukan untuk mengetahui seluk beluk sesuatu. Kegiatan ini biasanya muncul dan dilakukan karena ada suatu masalah yang memerlukan jawaban atau ingin membuktikan sesuatu yang telah dialami selama hidup, atau mengetahui berbagai latar belakang sesuatu. Penelitian kualitatif merupakan proses eksplorasi dan memahami makna perilaku individu dan kelompok, menggambarkan masalah sosial atau masalah kemanusiaan. Proses penelitian mencakup membuat pertanyaan penelitian dan prosedur yang masih bersifat sementara, mengumpulkan data pada seting partisipan, analisis data secara induktif, membangun data yang parsial ke dalam tema, dan selanjutnya memberikan interpretasi terhadap makna suatu data. Kegiatan akhir adalah membuat laporan ke dalam struktur yang fleksibel. (Sugiyono, 2013: 348). Adapun datanya dibedakan menjadi :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dan bersumber langsung dari perusahaan Cusson Semarang yang termasuk sampel dalam penelitian ini dan merupakan hasil dari analisis yang dilakukan sendiri.

b. Data Sekunder

Adapun yang dimaksud dengan data sekunder ini adalah data yang yang diperoleh dari bahan-bahan pustaka. Metode Pengumpulan Data. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah Penelitian Kepustakaan dan Dokumentasi (*library and documentation research*) dan Penelitian Lapangan (*field research*).

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *Non Random Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*, yaitu penarikan sampel yang dilakukan dengan cara memilih atau mengambil subjek-subjek yang didasarkan pada beberapa tujuan dalam penelitian ini.

## PEMBAHASAN

### Analisis Religiusitas UMKM

Spiritualitas Islam yang dimiliki setiap manusia dapat dikembangkan agar lebih bermanfaat dan berdaya guna sebagai motivasi hingga tindakan dalam pencapaian tujuan kehidupan di dunia ini. Dukungan akan spiritualitas Islam yang didasari oleh asas- asas keimanan kepada Allah SWT yang membentuk sikap dan amalan tertentu yang orientasinya sebagai bentuk ibadah. Hal ini dapat dituangkan dalam berbagai aktivitas pekerjaan, contohnya kewirausahaan. Spiritualitas juga merujuk kepada aplikasi paradigma tauhid yang mewujudkan hubungan yang harmoni di antara dunia dan akhirat dalam konteks bisnis (Hanifiyah Yuliatul Hijriah, 2016: 192).

Pada pandangan Islam, tahapan proses pengelolaan suatu usaha diniatkan sebagai ibadah yang tujuannya untuk mencapai kemaslahatan hidup dan setiap tahapannya mampu memegang esensi spiritualitas Islam. Hal ini sangat jauh bertolak belakang jika kita melihat kewirausahaan secara konvensional yang mengedepankan pencapaian keuntungan setinggi-tingginya bahkan tanpa memandang nilai etis dari setiap tahapan proses berwirausaha. Dimensi sipritualitas Islam pelaku usaha dalam sebuah kewirausahaan menjadi poin penting, di mana pelaku usaha sebagai pemegang kendali bagi jalan dan tumbuh kembang bisnis tersebut, khususnya dalam menggapai bisnis yang berkelanjutan (Hanifiyah Yuliatul Hijriah, 2016: 192).

Prioritas permodalan ini menggunakan modal yang halal. Islam telah melegalkan beberapa cara yang efektif untuk penciptaan modal salah satunya dengan prinsip partisipasi, yaitu mendorong kerja sama dan solidaritas yang sama-sama saling menguntungkan. Keberadaan lembaga keuangan syariah memberikan kemudahan untuk mendapatkan modal dengan skema kerja sama yang telah disepakati. Modal yang ia gunakan berasal dari modal sendiri tanpa meminjam dari lembaga keuangan. Setelah beberapa tahun usahanya

beroperasi, laba yang ia peroleh dikumpulkan untuk memperbesar usahanya sampai sekarang ini. Aspek-aspek penting dalam UMKM ini meliputi Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) adalah sumber daya perusahaan yang sifatnya dinamis sehingga diperlukan perlakuan tertentu. Peran pemilik maupun karyawan sama-sama sangat penting bagi usaha/bisnis dan kebaikan itu harus di mulai dari pemilik, di mana jika pemilik baik, maka akan mampu memberikan arahan yang baik kepada bawahannya. Keteladanan merupakan aspek yang sangat penting yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin.

Semua aturan dan tatanan dalam kegiatan UMKM harus memiliki etika secara religious untuk menjadi dasar atau landasan dalam berperilaku baik secara pertanggungjawaban pribadi dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam bisnis. Penerapan etika secara umum dalam perilaku bisnis inilah yang kita kenal sebagai etika bisnis. Rusdito dan famiola mengemukakan etika bisnis merupakan suatu normatif disiplin dimana standar-standar tertentu sudah ditentukan dalam lingkungan bisnis yang harus diterapkan dalam menjalankan aktivitas bisnis. Standar dalam etika bisnis inilah yang dipakai dalam penilaian apakah aktivitas aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan dinilai sebagai bisnis yang baik atau buruk (Sofia Yustianai dan Lina Anatan, Jurnal manajemen, vol. 10, No. 1, Desember 2010: 1).

Secara konseptual, tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas local, dan komunitas luas. Secara umum, tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat melalui peningkatan kemampuan manusia sebagai individu untuk beradaptasi dengan keadaan sosial yang ada, menikmati, memanfaatkan, dan memelihara lingkungan hidup yang ada.

Dalam UMKM, keberhasilan usaha dianalisis dari profil industri yang dihubungkan dengan variabel struktur lingkungan baik secara internal maupun eksternal. Lingkungan internal meliputi manajemen, pemasaran, serta keuangan. Pada UMKM ini, manajemen sangat diterapkan. Contohnya yaitu dalam mengatur kinerja karyawan dimana terdapat pembagian kerja sesuai dengan keahlian karyawan. Untuk pemasaran, bagaimana caranya UMKM ini mengatur waktu supaya dapat memproduksi sesuai dengan target yang akan dipasarkan dan sesuai dengan permintaan pasar manajemen bagaimana supaya pesanan dari pelanggan dapat datang tepat waktu dan hasil produknya memuaskan. Sedangkan, lingkungan eksternal meliputi faktor sosial, budaya, ekonomi, dan politik (Edy Dwi Kurniati, 2015:94).

Faktor sosial yang ada pada bakso “Ada Rasa” beradaptasi dengan lingkungan sekitar tempat produksinya. Supaya tidak mengganggu lingkungan sekitar, misalnya kebisingan alat produksi, UMKM ini mendesain sedemikian rupa dinding sekitar tempat produksi. Selain itu, membantu sesama manusia dan menyumbang untuk kepentingan lingkungan sekitar sangat diterapkan terutama dari Bapak Tarwi, pemilik UMKM ini. Selain analisis internal dan



eksternal, juga terdapat analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (Arif Yusuf Hamali, 2016:107).

Tentang kekuatan yang dimiliki oleh produk "Ada Rasa" terdiri dari luasnya pemasaran, produk yang berkualitas. Mengenai kelemahan yang ada pada produksi bakso "Ada Rasa" salah satunya yaitu belum ada pencatatan keuangannya. Sedangkan tentang peluang yang dimiliki adalah karena produk ini sudah dikenal cukup luas, maka akan memberi kesempatan untuk berinovasi produk baru yang lebih berkualitas. Mengenai ancaman, sudah banyak pesaing yang memproduksi produk yang sama, namun bakso "Ada Rasa" tidak mengkhawatirkan akan hal itu, semua itu biasa dijadikan motivasi untuk lebih meningkatkan kualitas produk mereka.

Konsep produk menyatakan konsumen menyukai produk yang berkualitas dan prestasi paling baik. Konsep produk memusatkan perhatian pada usaha untuk menghasilkan produk yang unggul dan terus-menerus menyempurnakannya. Seperti halnya dengan produk bakso "Ada Rasa". Selain terus-menerus menyempurnakan rasa dari bakso, mereka juga membuat produk lain seperti sosis, mie, dan masih banyak lagi. Hal yang terpenting rasa adalah yang paling diutamakan. Konsep marketing (pemasaran) menyatakan bahwa kunci meraih tujuan perusahaan adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (M. Suyanto, 2007:14).

Seperti halnya pada UMKM bakso "Ada Rasa" ini, mereka memproduksi dengan sangat memperhatikan kualitas rasanya dan secara amanah kepada konsumen. Karena produk ini dikenal masyarakat karena rasanya yang khas. Media sosial pun turut serta dalam pemasaran produk UMKM ini. Adapun konsep yang ada yaitu konsep *integrated* (menciptakan kebutuhan pasar) menyatakan dimana perusahaan mencari dan memelihara langganannya agar tetap memperoleh kepuasan terhadap produk perusahaan. Mempertahankan pelanggan adalah hal yang penting dalam pemasaran. Karena jika pelanggan sudah menyukai produk kita, maka mereka akan membeli produk tersebut terus menerus. Oleh karena itu, bakso "Ada Rasa" juga sangat memperhatikan hal tersebut. Mereka berusaha memberikan kualitas yang terbaik bagi konsumen dan pelanggan mereka.

### **Strategi Marketing**

Seperti halnya dengan bakso "Ada Rasa" ini, komunikasi yang terjalin antara *owner* dan karyawan sangat baik. Misalnya saja ketika karyawan melakukan kesalahan, maka *owner* tidak langsung memarahinya dengan kata-kata yang kasar. Namun semua itu dihadapi dengan kesabaran dan komunikasi yang baik. Selain itu, dengan keramahan dan cara komunikasi yang baik dari *owner*, membuat pelanggan bahkan masyarakat sekitar sangat senang. Strategi-strategi yang diterapkan meliputi:

#### *a. Good team player*

Dalam suatu bisnis, kerja sama tim sangat diperlukan, karena dengan adanya kerja kelompok dan saling melengkapi antara berbagai keterampilan, akan tercapainya target yang sudah disepakati dan akan

mencapai tujuan bersama secara efektif dan efisien. Salah satu fungsinya yaitu meningkatkan produktivitas dan meningkatkan kualitas kerja. Dalam produksi bakso “Ada Rasa” contohnya disitu, kerja sama antara bos, dan sesama karyawan sangat diterapkan. Selain itu, pembagian kerja sangat terencana.

b. Komunikasi dan Negosiasi

Dalam lingkup dunia bisnis yang semakin mendunia tuntutan untuk sukses semakin kompleks dengan adanya bermacam-macam kultur yang harus bekerjasama. Hal yang sama berlaku dalam berkomunikasi dan bernegosiasi. Masa depan perusahaan, yang sudah dibangun bertahun-tahun bias hancur dan berantakan, hanya gagal dalam melakukan komunikasi dan negosiasi dengan pihak lain. Komunikasi diartikan sebagai kegiatan penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan tertentu. Sedangkan, negosiasi diartikan sebagai proses yang melibatkan upaya seseorang untuk merubah atau tidak merubah sikap dan perilaku orang lain. Sedangkan pengertian yang lebih terinci menunjukkan bahwa negosiasi merupakan proses untuk mencapai kesepakatan yang menyangkut kepentingan timbal balik dari pihak-pihak dengan sikap, sudut pandang, dan kepentingan-kepentingan yang berbeda satu sama lain. Berkomunikasi lebih efektif dan mengena sasaran dalam negosiasi bisnis harus dilaksanakan dengan melalui beberapa tahap yakni: *Fact-finding*, *planning*/rencana, penyampaian, umpan balik, dan evaluasi (<http://www.esaunggul.ac.id>, Kamis, 27 September 2018 pukul 15:40 WIB).

- a. Kerjasama dalam menyediakan kredit atau pinjaman secara syariah
- b. Memperluas jaringan pemasaran
- c. Memperbaiki kualitas SDM
- d. Menerapkan teknologi yang tepat guna
- e. Menciptakan iklim usaha yang kondusif
- f. Menyediakan sarana dan prasarana usaha yang memadai

Selanjutnya kebijakan pemerintah perlu diterapkan terkait pemberdayaan UMKM. Adapun hal-hal pokok yang perlu dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Pemerintah sebagai regulator dalam kegiatan ekonomi, harus menciptakan lingkungan yang mampu mendorong perkembangan UMKM secara mandiri, sistematis, dan berkelanjutan.
- b. Menciptakan *gurantee system* secara finansial terhadap operasionalisasi aktivitas usaha ekonomiproduktif yang dilakukan UMKM.
- c. Menyediakan pendampingan dan bantuan teknis secara manajerial untuk meningkatkan status usaha UMKM agar dapat lebih *feasible* dan *bankable*.

### **Selling Skill, Customer Service, Service Excellence**

*Selling skill* (keterampilan menjual) adalah keterampilan wajib bagi seorang *sale person* atau *marketing* untuk dapat menjual produk atau jasanya (Lonis Sastrawijaya, 2014: 55). *Customer Service* (pelayanan pelanggan) dapat diartikan sebagai kemudahan yang di berikan sehubungan dengan soal jual



beli barang atau jasa. *Customer Service* (pelayanan pelanggan) dapat pula diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah (Freddy Rangkuti, 2017: 64).

Seperti yang dilakukan industri kecil bapak Tarwi selaku owner, ia memperlakukan konsumen dengan jujur, sopan, dan penuh hormat. Sangatlah penting menjalin kerja sama dengan sesama wirausahawan untuk mendapatkan informasi tentang harga pokok produksi dan juga harga jual (Hasil wawancara dengan Bapak Sutarwi, UKM Bakso Kemasan "Ada Rasa", pada tanggal 25 September 2018, Jam 11.05 WIB).

*Service Excellence* (pelayanan prima) yaitu mengembangkan pelayanan prima dengan menyelaraskan faktor-faktor sikap (*attitude*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*), kemampuan (*ability*), penampilan (*appearance*), dan tanggung jawab (*accountability*). *Service Excellence* (pelayanan prima) adalah kepedulian perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik untuk memfasilitasi pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasan pelanggannya, agar mereka selalu loyal terhadap perusahaan tersebut. Untuk merekrut karyawan baru, tidak menggunakan ijazah kelulusan, tetapi UMKM ini mencari karyawan dari keahliannya, kejujurannya, dan kedisiplinannya dalam kesungguhan untuk bekerja. Jadi sebelumnya tidak memikirkan bagaimana hasil dari industri itu tetapi memikirkan kesungguhan dan tanggung jawab terlebih dahulu.

### **Komponen Perencanaan Usaha, Sistematisa Perencanaan, *Need Analisis*, Implementasi Dan Evaluasi Usaha**

Selain ide untuk memulai usaha, muncul langkah pertama yang harus dilakukan adalah membuat perencanaan usaha. Lambang perencanaan usaha adalah suatu cetakan yang tertulis dan berisikan tentang misi usaha, usulan usaha, operasional usaha, perincian finansial, strategi usaha, peluang pasar yang mungkin diperoleh, dan kemampuan serta keterampilan pengelolaannya. Perencana usaha sebagai persiapan awal memiliki dua fungsi penting yaitu pertama sebagai pedoman untuk mencapai keberhasilan manajemen usaha, dan kedua sebagai alat untuk memajukan kebutuhan permodalan yang bersumber dari luar. Bapak Tarwi menuturkan bahwa rencana yang bagus berfungsi sebagai pedoman strategis wirausahawan yang membimbing bisnis tetap dalam jalur yang benar. Rencana bisnis harus benar-benar disusun untuk menentukan target penjualannya. Bagian-bagian dalam sistematisa perencanaan usaha adalah pendahuluan, aspek kelembagaan, aspek pemasaran, aspek produksi, dan aspek keuangan (Agung Sudjatmoko, 2009:143-146).

UMKM ini mempunyai tujuan untuk membantu sesama muslim. Rencana pemasaran, target pasar produk ini adalah anak-anak kecil. Dari segi harga jika mengecer, produk ini dijual dengan Rp 400,-. Dalam pendistribusian, Bapak Tarwi memproduksi secara langsung. Untuk promosi yang dilakukan hanya melalui media sosial seperti facebook, sehingga tidak memerlukan biaya

promosi. *Need analysis* merupakan permulaan pengkajian dari suatu sistem. Analisis ini akan dinyatakan dalam kebutuhan-kebutuhan yang ada, baru kemudian dilakukan terhadap pengembangan terhadap kebutuhan-kebutuhan yang dideskripsikan. Analisis kebutuhan selalu mengambil keputusan terhadap jalannya sistem. Pada tahap analisis kebutuhan, dapat ditentukan komponen-komponen yang berpengaruh dan berperan dalam sistem. Komponen-komponen tersebut mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda sesuai dengan tujuan masing-masing dan saling berinteraksi satu sama lain serta berpengaruh terhadap keseluruhan sistem yang ada (Marimin, 2004: 4-6). Dalam memproduksi, harus selalu mengutamakan kepentingan karyawan dalam bekerja, karena tujuan UMKM ini adalah memiliki nilai positif dalam kualitas produk. Tujuan dari rencana bisnis adalah agar kegiatan bisnis yang akan dilaksanakan maupun yang sedang berjalan tetap berada di jalur yang benar sesuai dengan perencanaan awal. Rencana bisnis juga merupakan pedoman untuk mempertajam rencana-rencana yang diharapkan, karena didalam rencana bisnis seorang wirausahawan dapat mengetahui posisi perusahaannya saat, arah tujuan perusahaan, dan cara mencapai sasaran yang ingin dicapainya (Arif Yusuf Hamali, 2016: 149-150).

Pada kegiatan kewirausahaan evaluasi usaha dilakukan dengan tindakan koreksi terhadap apa yang sudah dilakukan oleh usaha sebelumnya. Dalam menjalankan usaha tanpa adanya evaluasi sama halnya dengan berpergian ketempat asing tanpa peta atau petunjuk jalan. Dengan menggunakan evaluasi, usaha ini akan tahu seberapa jauh perkembangan usahanya atau arah tujuan yang akan dicapainya. Ada beberapa hal yang dimana evaluasi itu sangat penting, yaitu untuk mengetahui adanya kemajuan atau kemunduran pada industry kecil itu, selain itu untuk mengambil langkah-langkah perbaikan atau pengembangan (Pietra Sarosa, 2003: 211).

Bapak Tarwi memberi tahu kepada karyawannya untuk lebih berhati-hati dalam memproduksinya Bakso Ada Rasa dan meningkatkan kualitas rasa pada produk tersebut.

## **SIMPULAN**

Dimensi sipiritualitas Islam pelaku usaha sebagai pemegang kendali bagi jalan dan tumbuh kembang bisnis tersebut, khususnya dalam menggapai bisnis yang berkelanjutan. Aspek yang diperhatikan untuk perkembangan aktivitas usaha pada UMKM Bakso “Ada Rasa” dalam kerangka Islam demi tercapainya keberlangsungan usaha, yaitu dalam hal produksi (seluruh proses produksi terhindar dari hal-hal yang diharamkan), permodalan (penggunaan modal yang halal sangat diutamakan, dalam hal ini pemilik UMKM, menggunakan modal yang berasal dari diri sendiri) dan manajemen sumber daya manusia (peran pemilik maupun karyawan sama-sama sangat penting bagi usaha/bisnis).

Untuk menumbuhkan jiwa wirausaha atau mendorong seseorang untuk berwirausaha tidaklah mudah karena kebanyakan dari mereka tidak ingin mengambil resiko yang besar dan hanya ingin menjadi karyawan yang sudah



terjamin gajinya. Menurut penuturan beliau, setiap ada peluang untuk berwirausaha maka jangan di sia-siakan walaupun tidak mempunyai modal sama sekali, yang terpenting ada niat dan jiwa berwirausaha. Jiwa yang ada pada UMKM bakso “Ada Rasa” dan seorang wirausaha diantaranya yaitu, komitmen total, determinasi dan keuletan hati, dorongan kuat untuk berprestasi, inisiatif dan tanggung jawab, mencari umpan balik, toleransi terhadap kegagalan, kreatif dan inovatif, percaya diri dan optimis. Kewirausahaan merupakan suatu disiplin ilmu yang perlu dipelajari.

Kemampuan seseorang dalam berusaha dapat dimatangkan melalui proses pendidikan. Seseorang yang menjadi wirausahawan adalah mereka yang mengenal potensi dirinya dan belajar mengembangkan potensinya dan menangkap peluang dalam mewujudkan cita-citanya. Di sekolah, para siswa sekarang juga telah mendapatkan pendidikan kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan tersebut diharapkan dapat menumbuhkan jiwa wirausaha dan tertanamnya karakter wirausaha dalam diri siswa. Hal tersebut dilakukan oleh pemerintah untuk menciptakan wirausaha-wirausaha yang memiliki nilai dan bekal ketika mendirikan bisnis nantinya. Motivasi berprestasi (memotivasi dirinya sendiri dan karyawannya supaya menghasilkan produk yang lebih berkualitas dan tetap dikenal masyarakat), Landasan motivasi berprestasi (bakso “Ada Rasa” yang SDM nya selalu berjuang dan tekun dalam mewujudkan suatu prestasi yang optimal dalam bekerja), Good team player (kerja sama antara bos, dan sesama karyawan sangat diterapkan). Selain itu, pembagian kerja sangat terencana, Komunikasi dan Negosiasi.

Dalam penelitian kewirausahaan bidang industri, keberhasilan usaha dianalisis dari profil industri yang dihubungkan dengan variabel struktur lingkungan baik secara internal maupun eksternal. Lingkungan internal meliputi manajemen, pemasaran, serta keuangan. Pada UMKM ini, manajemen sangat diterapkan.

Konsep produk menyatakan konsumen menyukai produk yang berkualitas dan prestasi paling baik. Konsep marketing (pemasaran) menyatakan bahwa kunci meraih tujuan perusahaan adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsep integrated (menciptakan kebutuhan pasar) menyatakan dimana perusahaan mencari dan memelihara langganannya agar tetap memperoleh kepuasan terhadap produk perusahaan. Mempertahankan pelanggan adalah hal yang penting dalam pemasaran. Pekerjaan yang ditekuni dan keterampilan yang sudah dimiliki merupakan sumber kaya untuk menghasilkan ide-ide bisnis yang tepat, pengalaman diri sendiri atau orang lain bisa menjadi guru yang baik dan sumber ide bisnis dan mengamati sesuatu yang ada disekitar kita bisa menjadi peluang bisnis.

Secara umum, tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat melalui peningkatan kemampuan manusia sebagai individu untuk beradaptasi dengan keadaan sosial yang ada, menikmati, memanfaatkan, dan memelihara lingkungan hidup yang ada.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Adikah, Nur dan Adi Atmoko, *Landasan Sosial Budaya*, 2014, Malang: Gunung Samudera.
- Anwar, Muhammad, *Pengantar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*, 2014, Jakarta: Kencana.
- Dwi Kurniati, Edy, *Kewirausahaan Industri*.2015, Yogyakarta:CV Budi Utama.
- Eddy Prabowo, Rokh dan Kis Indriyaningrum, *Membangun Jiwa Wirausaha Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang*, 2015.
- Marimin, *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*, 2004, Jakarta: Grasindo.
- Muslim, A. Kadir, *Ilmu Islam Terapan*, 2003, Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Rangkuti, Freddy, *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan melalui Pelayanan Prima, 2017*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama anggota IKAPI.
- Sarosa, Pietra, *Kiat Praktis Membuat Usaha Langkah Awal Menjadi Entrepreneur Sukses*, 2003, Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Sastrawijaya, Lonis, *Change Your Beliefs Change Your Life*, 2014, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sudjatmoko, Agung. *Cara Cerdas Menjadi Pengusaha Hebat*, 2009. Jakarta: Transmedia Pustaka.
- Sukwiaty dkk, *Ekonomi 3*, 2005. Jakarta: Yudhistira.
- Soerjono, Soekanto , *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 1984.
- Soerjono, Soekarto, & Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2004.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, Alfabeta, yogyakarta, 2013.
- Suryana, Yuyus dan Kartib Bayu. *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukse*,2011, Jakarta: Prenada Media Group.
- Suyanto, M, *Marketing Strategi Top Brand Indonesia*, 2007, Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Yuliatul Hijriah, Hanifiyah, *Spiritualitas Islam dalam Kewirausahaan*, Mei 2016. Jurnal TSAQAFAH, Vol. 12, No. 1.

Yustianai, Sofia, dan Lina Anatan., *Etika Bisnis dan tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia: Teori dan Realitas*. Desember 2010, Jurnal manajemen, vol, 10, No. 1.

Yusuf Hamali, Arif, 2016, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, Jakarta:PRENADA MEDIA GROUP.

Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, 2011, *Kewirausahaan Pendidikan Karakteristik Wirausahawan Sukses Edisi Kedua*, Jakarta: Kencana.

<http://staff.uny.ac.id> diakses pada Kamis, 27 September 2018 pukul 15:20 WIB.

<http://www.esaunggul.ac.id> Diakses pada Kamis, 27 September 2018 pukul 15:40 WIB.

Hasil wawancara dengan Bapak Sutarwi, UKM Bakso Kemasan “Ada Rasa”, pada tanggal 25 September 2018, Jam 11.05 WIB.