

Konsep Self Awareness Dan Perilaku *Entrepreneur* (Penggunaan Perspektif Perilaku Nabi Muhammad SAW Dan Perspektif Psikologi Serta *Entrepreneurship*)

Riyanda Utari^{1*}

*Program Studi Psikologi/Fakultas Sosial dan Humaniora/Universitas Muhammadiyah Bandung, Indonesia

email: riyandautari16@gmail.com

ABSTRACT

Kata Kunci:

Self awareness, entrepreneur, entrepreneurship, nabi Muhammad SAW

Self-awareness and entrepreneurial behavior are aspects that are interrelated with each other, Entrepreneurship that does not have a reference in will develop behaviors that are detrimental to themselves and others. As a result, the business carried out can be short-lived and suffer losses. Entrepreneurs must realize that there are points that must be established and developed so that self-awareness is not only a reason for doing entrepreneurship activities but also has certain patterns taken from concrete examples of humans who are role models for Muslims, namely the prophet Muhammad SAW. Therefore, it is necessary to discuss self-awareness and entrepreneurial behavior based on descriptive studies using library research data collection and qualitative data analysis taken from deductive discussions.

ABSTRAK

Kata Kunci:

Self awareness, entrepreneur, entrepreneurship, nabi Muhammad SAW

Self awareness dan perilaku entrepreneur adalah aspek yang saling berkaitan satu sama lain, Entrepreneurship yang tidak memiliki acuan dalam akan mengembangkan perilaku yang merugikan dirinya sendiri dan orang lain. Akibatnya usaha yang dilakukan bisa menjadi tidak berumur panjang dan mengalami kerugian. pelaku Entrepreneurship harus menyadari bahwa ada pokok yang harus ditetapkan dan dikembangkan agar self awareness tidak hanya semata sebagai alasan dilakukannya kegiatan entrepreneurship namun juga punya pola tertentu yang diambil dari contoh konkrit manusia yang menjadi tauladan umat Islam yakni nabi Muhammad SAW. Oleh karena itu, perlu pembahasan seputar self awareness dan perilaku entrepreneur diangkat berdasarkan pada kajian deskriptif dengan menggunakan pengumpulan data library research dan analisis data kualitatif yang diambil dari pembahasan secara deduktif

PENDAHULUAN

Pandemi covid-19 mengajarkan banyak hal bagi kita. Salah satunya adalah pentingnya berinvestasi dan memulai usaha mandiri. Hal ini terlihat dari banyaknya tumbuh *online shop* yang mengutamakan prinsip transaksi tanpa harus terlibat langsung dengan pedagang. Canggihnya informasi dan teknologi saat ini menjadi peluang yang menggiurkan manakala seseorang memiliki ide untuk mengubah perekonomiannya dari yang memiliki modal yang cukup besar, sedang hingga tanpa modal sama sekali. Ragam barang yang dijual pun sangat bervariasi. Tak jarang, dari satu benda dapat berkembang menjadi benda lainnya sesuai dengan kebutuhan dan permintaan dari konsumen. Bagi sebagian orang, terkadang hal ini justru membuat inspirasi bagi orang lain disekitarnya, sedangkan bagi sebagian lainnya merasa gagal dan menyerah manakala apa yang diharapkannya ternyata tidak sesuai. Semangat ini dinamakan *entrepreneurship*.

Berdasarkan survei kewirausahaan 2019 (*The Asia Pacific Entrepreneurship Insights Survey 2019*) "dalam Jakarta, Investor.id. Survei yang dilakukan mulai Mei hingga awal Agustus lalu, dilakukan di sembilan negara di Asia Pasifik yaitu Australia, Hong Kong, Indonesia, Jepang, Malaysia, Filipina, Singapura, Korea Selatan, dan Thailand. Survei ini mengungkapkan bahwa tujuh dari 10 orang atau 71% responden Asia Pasifik bercita-cita untuk memiliki bisnis sendiri. Keinginan untuk menjadi wirausaha di Indonesia menjadi terkuat dibanding negara lain di Asia Pasifik, mayoritas responden Indonesia (96%) mengaku memiliki mimpi untuk mulai membuka usaha sendiri, disusul Filipina (92%), Thailand (89%) dan Malaysia (86%).

Abu Marlo (2013), menjelaskan bahwa *entrepreneurship* adalah kemampuan seseorang untuk peka terhadap peluang dan memanfaatkan peluang tersebut untuk melakukan perubahan dari sistem yang ada. Dalam dunia *entrepreneurship*, peluang adalah kesempatan untuk mewujudkan atau melaksanakan suatu usaha dengan tetap memperhitungkan resiko yang dihadapi.

Perilaku *entrepreneurship* telah dicontohkan oleh sang teladan Rasulullah SAW ribuan tahun yang lalu. Kejujuran dan kerendahan hati serta mau menerima kritikan untuk menjadikan diri lebih baik menjadi modal bagi terciptanya rasa percaya konsumennya. sehingga tanpa disadari, modal terpenting agar seorang pedagang dapat terus bertahan didapatkan oleh beliau. Pemberian gelar Al Amin, membuat perilaku tersebut lebih diperkuat, terbentuknya citra positif dan terpatri oleh lingkungan sekitar, yang kita kenal saat ini dengan istilah "*branding*". Saat seseorang berhasil memahami dirinya, tahu kekurangan diri dan kelebihan yang harus terus diasah maka potensi dirinya untuk memiliki jiwa *entrepreneurship* akan maksimal. Hal ini adalah apa yang disebut dengan *self awareness*.

Kesadaran diri atau *self awareness* merupakan bagian tidak terpisahkan dari kehidupan. Setiap apa yang dilakukan oleh seseorang semenjak bangun tidur hingga kembali tidur adalah proses yang menuntut hadirnya *self awareness*. Demikian pula halnya dengan entrepreneurship yang merupakan bagian dari pekerjaan seseorang dewasa ini.

Goleman (1999), mengemukakan kesadaran diri adalah kemampuan dalam mengenali perasaan sewaktu perasaan itu terjadi. Kesadaran diri merupakan dasar dari kecerdasan emosional. Goleman, selanjutnya mengatakan bahwa *self awareness* artinya mengetahui apa yang kita rasakan pada suatu waktu dan menggunakannya untuk memandu pengambilan keputusan diri sendiri. Dengan kata lain, *awareness* merupakan penentu bagi individu untuk menentukan langkah-langkah dalam kehidupannya karena individu telah mengenali dirinya sendiri dengan tolok ukur yang logis dan realistis akan kemampuan diri, kelemahan dan kelebihan diri serta kepercayaan akan dirinya sendiri yang kuat. Hal ini termasuk pada refleksi diri, pikiran, mengamati dan emosi. Pada saat individu mampu mengenal dirinya sendiri maka akan mampu memahami apa yang diharapkan oleh orang lain dan menampilkan perilaku yang sesuai dalam masyarakat.

Faizal dalam Situs Kumparan.com, mengatakan bahwa *online shop* menjadi solusi bagi masyarakat yang kesusahan dalam hal ekonomi karena tidak memiliki pekerjaan, terutama bagi generasi muda. Dengan susah dan ketatnya persaingan mencari pekerjaan saat ini, Online Shop tentunya menjadi peluang mendirikan usaha sendiri dan juga menyediakan lapangan pekerjaan baru. Sebagian besar yang memiliki dan menguasai pasaran *online Shop* yaitu generasi muda yang dinilai lebih paham mengenai teknologi. Banyak bisnis yang dilakukan secara online, mulai dari fashion seperti baju, hijab, topi, dan lain-lain. *Online shop* sebagai salah satu pelopor dalam jiwa *entrepreneurship* seolah menjadi acuan dalam kondisi ekonomi saat ini.

Beragam profesi seolah beralih pada kegiatan ini. Namun, tak sedikit yang kemudian berhenti ditengah jalan karena tidak siap dengan resiko rugi atau merasa bahwa apa yang dilakukannya tidak sesuai dengan apa diinginkan atau hanya karena latah mencari kesibukan ditengah pandemi ini. Hal ini membuat peneliti ingin melihat bagaimana implementasi dari *self awareness* dengan perilaku *entrepreneurship* dipandang dari pendekatan perilaku Rasulullah SAW dalam berwirausaha, pendekatan psikologi dan *entrepreneurship*.

METODE

Tipe penelitian

Penulis menggunakan penelitian deskriptif, yakni penelitian yang menggambarkan keadaan fakta empiris disertai argument yang relevan, dan uraian tersebut dilanjutkan dengan analisis konten yang menghasilkan kesimpulan analitik. Metode ini menggambarkan hubungan antara Self

Awareness dengan perilaku Enterpreneurship dengan menggunakan perspektif perilaku nabi Muhammad SAW, pendekatan psikologi barat dan enterpreneurship.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data menggunakan library research atau studi pustaka. Data diperoleh dari internet, literatur buku, jurnal dan dokumen resmi dan informasi aktual yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data hasil penelitian yang penulis pilih, yakni teknik dengan analisis data kualitatif. Data kualitatif merupakan data yang penulis dapat dengan menjelaskan dan menganalisis data yang berhasil penulis temukan dan menyajikan hasil penelitian tersebut sebagai hasil penelitian.

Metode Penulisan

Metode yang digunakan adalah metode deduktif dimana penulis menggambarkan masalah secara umum dan menarik kesimpulan secara khusus dalam memaparkan analisis tulisan ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan enterpreneurship sebagai orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menyusun cara baru **dalam** berproduksi, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, mengatur permodalan operasinya, serta memasarkannya. Berdasarkan pengertian tersebut terlihat bahwa seorang yang memiliki jiwa enterpreneurship adalah orang yang kreatif, disiplin, berjiwa sosial dan kepekaan yang juga besar sehingga mampu melihat apa yang sedang dibutuhkan oleh konsumen saat ini.

Entrepreneurship berasal dari Bahasa Perancis, yakni *entreprenre* yang berarti melakukan (to under take), dalam arti melakukan kegiatan mengorganisir. Pada masa kini, di Indonesia khususnya telah menjadi minat tersendiri obsesi untuk menjalankan usaha sendiri dari nol ditengah maraknya penerimaan Pegawai Negeri Sipil (PNS).

Menurut Danang (2013), seorang entrepreneur memiliki beberapa karakteristik, yakni:

- a. Disiplin, yaitu usaha untuk mengatur atau mengontrol kelakuan seseorang guna mencapai suatu tujuan dengan adanya bentuk kelakuan yang harus dicapai, dilarang, atau diharuskan.
- b. Mandiri, yaitu sikap untuk tidak menggantungkan keputusan akan apa yang harus dilakukan kepada orang lain dan mengerjakan sesuatu dengan

kemampuan sendiri sekaligus berani mengambil resiko atas tindakanya tersebut.

c. Realistis, yaitu cara berpikir yang sesuai dengan kenyataan.

d. Komitmen tinggi, yaitu mengarahkan fokus pikiran pada tugas dan usahanya dengan selalu berupaya untuk memperoleh hasil yang maksimal.

e. Jujur, yaitu mau dan mampu mengatakan sesuatu sebagaimana adanya.

f. Kreatif dan inovatif, yaitu proses pemikiran yang membantu dalam mencetuskan gagasan-gagasan baru serta menerapkannya dalam usaha bisnis yang nyata.

Kelima hal diatas sangat berhubungan erat dengan *self awareness* yang ditunjukkan pada bagaimana seseorang memiliki tujuan yang jelas atas apa yang dilakukannya, yang akan dibahas satu persatu oleh penulis.

Kedisiplinan telah dilakukan oleh Rasulullah SAW semenjak dini. Diasuh oleh orang-orang terbaik yang dipilih Allah SWT tentu saja membentuk karakter terbaik dan tangguh. Belum lagi keinginannya yang kuat akan mempelajari sesuatu yang baru, membuat Rasulullah SAW tumbuh menjadi diri yang terorganisir dan penuh pertimbangan. Dengan demikian *self awareness* telah terbentuk sejak dini. Rasulullah SAW mulai dapat membedakan benar dan salah serta mengikuti hati nuraninya saat akan melakukan sesuatu. Dengan bimbingan langsung Allah SWT lingkungannya justru merasa takjub dengan kedisiplinan yang dilakukan anak sekecil ini.

Kedisiplinan seorang entrepreneur harus disertai dengan kemandirian. Melalui pamannya, Abu Thalib Rasulullah SAW mengasah kemampuannya dalam entrepreneurship di usia 12 tahun. Saat inilah kemandirian beliau lebih tampak. Pada usia 17 tahun, beliau diberikan kepercayaan penuh untuk mengurus bisnis pamannya tersebut. Dengan demikian, Rasulullah SAW yang masih muda, harus bisa berdiri diatas kedua kakinya sendiri, memutuskan hal-hal penting berdasarkan pemikiran matang dan memiliki tujuan yang jelas akan apa yang dia inginkan. Persaingan dengan para pedagang yang lebih dahulu terjun di dunia bisnis tentu saja harus dihadapi dengan bijaksana dan dengan cepat Rasulullah SAW membuktikannya. Diusia antara 20-25 tahun Rasulullah SAW mencapai titik kejayaannya. Pengetahuan tentang dirinya sendiri membuat kepercayaan diri tumbuh. Melalui pengalaman yang telah dilakukan sepanjang bersama pamannya membuat beliau tahu mana yang dapat dilakukan dengan baik dan mana yang sebaiknya dihindari sesuai kapasitas yang dimilikinya. Artinya, bisa jadi paman Rasulullah SAW memiliki solusi yang bisa dilakukannya dan sesuai dengan kemampuannya namun belum tentu hal tersebut cocok dengan apa yang menjadi kemampuan diri sendiri. Sehingga, pengalaman orang lain menjadi pembelajaran berharga menjadikan *self awareness* Rasulullah SAW muncul dan terus terasah dengan baik.

Perilaku *entrepreneurship* yang berlandaskan pada *self awareness* selanjutnya harus terbentuk dari pola pikir realistis. Yakni, telah mempertimbangkan segala macam untung rugi dari apa yang akan dilakukan, termasuk pada resiko dari keputusan yang diambil. Rasulullah SAW telah dididik semenjak 12 tahun oleh pamannya. Dengan bermodalkan 5 tahun pengalaman, beliau memperoleh modelling pola pikir dalam mengambil keputusan, perilaku

berdagang dan melihat apakah keputusan yang dilakukan oleh pamannya memberikan kebaikan bagi usahanya atau justru sebaliknya. Pergaulan pamannya yang luas serta banyaknya relasi membuat pengalaman berniaga lebih sarat akan hikmah mendalam bagi Muhammad muda. Prof. Aflazul Rahman dalam bukunya Muhammad as a Trader mencatat bahwa Rasulullah SAW sering terlibat dalam perjalanan bisnis ke berbagai negeri seperti Yaman, Oman dan Bahrain. Keistimewaan beliau yang memang ditempa untuk menjadi tauladan manusia tentu saja membuat kematangan baik secara fisik maupun psikis termasuk pola pikir berkembang lebih cepat dari remaja seusianya. Dengan banyaknya bergaul dan ilmu yang luas beliau pun memiliki kesadaran diri bahwa dirinya mampu menjalankan amanah yang diberikan oleh pamannya dengan baik.

Muhammad Syafi'i Antonio pakar ekonomi syariah Indonesia mengatakan: Rasulullah memberikan pelajaran bahwa bisnis harus dijalankan dengan *value driven* yang bermanfaat untuk semua *stake holders* dan harus gesit dalam melakukan positioning di pasar global. Beliau bukan jago kandang seraya meminta proteksi cukai dan *tax holiday*. Hal ini menggambarkan bahwa dalam berperilaku sebagai seorang entrepreneur, Rasulullah SAW memahami posisinya dan apa tanggungjawab yang ada dipundaknya. Memahami diri dan menyadari kekurangan dan kelebihan untuk menentukan langkah-langkah kongkrit apa yang akan diambil serta menentukan sikap, memiliki jati diri yang konsisten. Pada beberapa riwayat digambarkan bahwa beliau menganggap entrepreneurship bukan hanya sebatas perputaran uang dan barang dalam berbisnis melainkan adanya usaha untuk menjaga kehormatan diri. Artinya mental entrepreneur memang tidak bisa muncul sekejap namun harus dipupuk semenjak dini. Adanya *self awareness* mengenai apa yang harus dikembangkan dan diperbaiki dari diri yang membuat apa yang dilakukan menjadi relevan dan bermanfaat bagi diri dan orang lain. Prinsip inilah justru yang membuat Rasulullah SAW menjadi fenomenal. Hal ini sesuai dengan Q.S Al Jumu'ah :60 yang mengatakan: "Tidak ada dosa atas kamu mendapatkan harta kekayaan dari Tuhanmu". "Bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah rahmat Allah."

Entrepreneurship memiliki gambaran luas mengenai perilaku yang jauh lebih terpuji daripada hanya sekedar materi. Rasulullah SAW memegang teguh prinsip yang lebih agung untuk menunjukkan kehormatannya pada perniagaan dan mengembangkan jiwa entrepreneurship, setidaknya sampai usia 37 tahun sebelum akhirnya beliau mengurangi kegiatannya dalam hal ini dan lebih memfokuskan pada masalah-masalah sosial pada usia 40 tahun.

Kejujuran, adalah pondasi penting dalam membangun relasi bisnis. Keberlangsungan suatu usaha akan tampak dari bagaimana penjual dapat mengatakan kondisi sebenarnya baik tentang kondisi barang dan sebagainya. Manakala kejujuran menjadi kebutuhan bagi seorang entrepreneur, maka konsumen akan dengan mudah memebrikan kepercayaan pada penjual. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan dalam QS. At-Taubah (9): 119 tentang kejujuran:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا كُوْنُوْا صٰدِقِيْنَ ۗ وَوَعَدِىْ مَرْقٍ صَادِقٍ ۙ ۱۱۱ الـ

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah, dan bersamalah kamu dengan orang-orang yang benar (jujur)"

Ayat ini menggambarkan bahwa Allah SWT menjadikan semua orang untuk jujur dalam ucapan mereka (tidak berbohong dengan alasan apapun), dalam perbuatan dan segala keadaan (tidak berbohong dalam kondisi apapun) istilah benar dan jujur merupakan terjemahan dari kata *shidq*. Lawannya adalah *kidzd*, dusta atau bohong. Sifat benar dan jujur seharusnya menjadi sifat orang beriman dan bertakwa. Sifat ini membawa pemiliknya kepada kebaikan. Perilaku jujur Rasulullah SAW tentu saja merupakan modeling yang kongkrit bagi seorang entrepreneur. Gelar Al Amin dan Al Shaadiq yang artinya seorang yang jujur dan dapat dipercaya, merupakan gambaran bagaimana orang lain memandang beliau dan bagaimana beliau memahami hal ini dan menjadikan suatu sikap yang konsisten sebagai jati dirinya dalam bergaul. Rasulullah SAW kerap kali menjaga janjinya dan menyerahkan barang yang dipesan tepat waktu.

Seorang entrepreneur akan menyadari secara lebih jelas apakah yang dilakukannya benar atau tidak manakala ia memahami posisinya sebagai hamba Allah SWT, disini *self awareness* kembali berperan. Makna hidup yang didapatkan berdasarkan pengalaman yang telah dilalui seorang Rasulullah SAW membuatnya memiliki *body alarm* manakala ada hal yang tidak sesuai dengan hatinya. Dengan kata lain, perilaku yang tidak sesuai akan dengan cepat dikoreksi dan diantisipasi agar tidak keluar dari aturan yang berlaku.

Kreatif dan inovatif merupakan indikator yang penting dimiliki dalam entrepreneurship. Kepedulian terhadap lingkungan dan konsumen adalah kunci dari bagaimana kreatifitas berkembang. Hal ini tidak akan terwujud manakala seorang entrepreneur tidak memahami potensi yang ada pada dirinya. Keunggulan apa yang dimiliki dan kelemahan apa yang seharusnya menjadi peluang untuk dapat dikembangkan lagi merupakan cara bagaimana inovasi muncul. Rasulullah SAW begitu menjaga kepuasan pelanggannya. Dengan kata lain, beliau akan senantiasa melihat apa kebutuhan pelanggan, bagaimana memperlakukan satu pelanggan dengan yang lainnya, hal ini tentu saja perlu sosial skill yang tidak secara instan dibentuk. Pelayanan yang prima dan unggul diperlukan. Persaingan yang sehat dan kompetitif justru dapat membuat seorang entrepreneur lebih handal dalam menghadapi konsumennya. Bila dilihat, pengalaman Rasulullah SAW berbisnis selama 25 tahun yang lebih lama dari usia kenabiannya yakni 23 tahun, hal ini menunjukkan bagaimana kemampuan entrepreneurship telah banyak diperoleh oleh beliau.

Hepi (2012), mengupas secara mendalam "citra" lain seorang Muhammad SAW. Disebutkan bahwa beliau adalah sosok entrepreneur sukses yang sangat dipercaya dan disegani rekan-rekan bisnisnya dengan mengatakan bahwa "Beliau adalah seorang yang berhasil dalam bisnisnya tanpa menggunakan cara-cara yang tidak baik. Beliau meyakini bahwa kesuksesan bisnis berkelanjutan hanya dapat dicapai dengan cara-cara sehat," Selanjutnya Hepi mengatakan bahwa keberhasilan Nabi Muhammad SAW dalam berbisnis dilandasi oleh prinsip-prinsip yang kuat. Jika tidak, usahanya akan rapuh dan

takkan bertahan lama. Rasulullah SAW tak hanya mengajarkan bagaimana melaksanakan ibadah yang baik, tapi juga bagaimana berbisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Artinya, *self awareness* yang dimiliki oleh Rasulullah SAW memiliki dimensi spiritual yang kental sehingga perilaku yang ditampilkan olehnya tidak lepas dari konsep entrepreneurship yang juga berdasarkan nilai-nilai keberagaman.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan penulis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa *self awareness* merupakan modal yang harus dimiliki dalam perilaku entrepreneurship. *Self awareness* perwujudan dari perilaku apa yang diperlihatkan oleh entrepreneur sehingga keberhasilan dari usaha yang dilakukan seseorang dapat diprediksi berhasil secara maksimal, sesuai dengan harapan diri dan lingkungan atau sebaliknya. Implementasi *self awareness* dalam perilaku entrepreneurship yang dapat dicontoh adalah Rasulullah SAW dengan mengambil beberapa aspek penting yakni disiplin, mandiri, realistis, komitmen yang tinggi pada pekerjaan, jujur dan kreatif serta inovatif. Penulis membuat analisis konten dari beberapa pandangan yakni Al Qu'ran dan Hadist, teori psikologi dan teori entrepreneur. Kedepannya diharapkan ada kajian lebih lanjut bagaimana *self awareness* dapat dengan kongkrit menggambarkan perilaku lainnya sehingga ranah pembahasan mengenai menjadi lebih luas dan kaya akan informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Marl. (2013). Entrepreneurship Hukum Langit. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Danang Sunyoto. (2015). Perilaku Konsumen dan Pemasaran. CAPS. Ghozali, I. Yogyakarta
- Daniel Goleman. (1999). Kecerdasan Emosi Untuk Mencapai Puncak Prestasi. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Daniel Goleman. (1998). Emotional Intelligence: Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Departemen Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, 206.
- Hepi Andi Bastoni. (202). Beginiilah Rasulullah Berbisnis. Pustaka al-Bustan. Bogor
<https://dwiewulan.wordpress.com/2013/10/30/rasulullah-saw-entrepreneur-sejati/>
- https://kumparan.com/faizal-ahmad-renaldi/menjamurnya-online-shop-di-era-digital-1uryKdy3DeE/full_Faizal_Ahmad_Renaldi_28_Desember_2020_20:44
- <https://investor.id/lifestyle/survei-orang-indonesia-berkeinginan-kuat-untuk-berwirausaha>