

NEUROEKONOMI & *TRUST* PADA MENTALITAS *ENTREPRENEUR* MUSLIM DI KOTA PEKALONGAN

Susminingsih*

Abstract: This research explains that among the Muslim entrepreneur of Pekalongan City, the role of trust as an output of neuro-economic process has taken a part in forming their entrepreneur mentality. The dimension of their entrepreneur mentality includes their commitment to business (commitment to chance, sources, and appearing risk), creative behavior (thinking new thing and doing new thing or create the new and different thing), confidence, responsibility, and positive thinking. This research used qualitative approach based on post-positivistic paradigm, and symbolic interactionism theory to explain. Content analysis-philosophy was used to analyze the answers of interviewee, so that the result of this research is philosophical-analytical-holistic.

Kata kunci: neuroekonomi, *trust*, mentalitas, entrepreneur.

PENDAHULUAN

Pada diri seorang calon entrepreneur tersimpan kemampuan neuroekonomi yang sangat potensial untuk membangun mentalitas pebisnis. Mentalitas adalah searah atau tidak searahnya perbuatan seseorang dengan hati nuraniya atau dengan kata lain apakah seseorang itu bersikap sesuai dengan pengetahuan dan keyakinannya atau tidak (Etzioni dalam Steers, et. al, 1996: 153).

Pembahasan mengenai mentalitas ini sangat relevan dikaji di bidang ekonomi disebabkan suatu keputusan bisnis tidak hanya memerlukan pertimbangan rasional tetapi juga membutuhkan pedoman mengenai bagaimana seseorang merasa dan apa yang akan seseorang lakukan (Camerer et.al., 2005: 34)

Terkait dengan daerah Kota Pekalongan, sebagai kota yang dikenal sebagai Kota "Santri", fenomena agama dalam kegiatan-kegiatan industri seperti ungkapan *alhamdulillah, bismillah, insya Allah* dan sebagainya memberikan corak usaha tersendiri, serta bukan tidak mungkin kuatnya implementasi agama ini menjadi salah satu faktor yang ikut mendukung eksistensi UKM yang ada. Sifat totalitas dari agama yang sangat berperan memberikan semangat kepada manusia untuk bekerja dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup.

Kondisi tersebut memperlihatkan betapa sulitnya memisahkan apakah seorang melakukan suatu pekerjaan karena terdorong oleh agama/ideologi/keyakinan yang dianutnya (pertimbangan moral)? Ataukah semata-mata *hanya* karena dorongan ekonomis demi memenuhi kebutuhan hidup (pertimbangan rasional)? Ataukah demi memelihara hubungan sosial yang sudah terbentuk sebelumnya, sehingga seorang anggota masyarakat

* Dosen Jurusan Syari'ah STAIN Pekalongan, Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan

dari pola masyarakat tertentu mau tidak mau harus ikut berperan dalam jenis usaha tersebut, demi menjaga tatanan sosial masyarakat yang ada?

Berdasarkan survey yang dilakukan Kantor Dinas Perindustrian, Koperasi dan UKM Kota Pekalongan diperoleh informasi tentang jumlah UKM pada tahun 2010, sebagai berikut:

Tabel 1
Banyaknya Usaha Kecil-Menengah Tahun 2010

No.	Kecamatan	Kelompok usaha	Skala Kecil		Skala Menengah	
			Jlh Unit	Jlh Naker	Jlh Unit	Jlh Naker
1.	Pekalongan Barat	Aneka	529	7119	10	744
		IPHK	212	1127	1	2
		ILMK	95	320	1	215
2.	Pekalongan Selatan	Aneka	373	4057	4	70
		IPHK	454	1091	-	-
		ILMK	62	233	1	48
3.	Pekalongan Timur	Aneka	271	3847	13	1285
		IPHK	280	1482	6	883
		ILMK	120	442	3	69
4.	Pekalongan Utara	Aneka	159	2149	5	918
		IPHK	294	2264	8	2907
		ILMK	47	243	5	163

Sumber: Kantor Dinas Perindagkop & UMKM Pekalongan

Keterangan:

Aneka = Batik, konveksi, makanan, atbm dan kerajinan

IPHK = Industri Hasil Pertanian & Kehutanan

ILMK = Industri Logam, Mesin & Kimia

Pengelompokkan perusahaan berdasarkan nilai investasi:

- Besar = nilai investasi > 5 milyar rupiah

- Menengah = nilai investasi 200 juta - 5 milyar rupiah

- Kecil = nilai investasi < 200 juta rupiah

Pengelompokkan berdasarkan jumlah tenaga kerja:

- Besar = 100 orang atau lebih

- Menengah = Antara 20-99 orang

- Kecil = Antara 5- 19 orang

Berdasarkan tabel tersebut tampak bahwa jumlah industri kecil khususnya kelompok industri aneka yang mencakup perbatikan, konveksi, makanan, ATBM (Alat Tenun Bukan Mesin) dan kerajinan untuk Kota Pekalongan berjumlah 1332 unit, dan ini adalah jumlah yang sangat besar. Fakta ini mengindikasikan masyarakat Kota Pekalongan sangat potensial untuk mengembangkan usaha. Kondisi ini yang mendorong peneliti untuk mengeksplorasi individu wirausaha, terutama bagaimana individu tersebut memutuskan berwirausaha serta menganalisa eksistensi *trust* pada kesinambungan usaha tersebut.

Beberapa hasil penelitian yang pernah membahas tema penelitian serupa adalah *The Role of Trust in SME Business Network Relationships* yang dilakukan Sharyn Smith. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *trust* merupakan *outcome* yang bersifat non-finansial. Penelitian ini juga menemukan bahwa *trust* dipengaruhi usia, ukuran perusahaan, unsur formalitas dan suasana kekeluargaan. Penelitian Sarah Turner di daerah Makasar, *Small-Scale Enterprise Livelihoods & Social Capital in eastern Indonesia: Ethnic Embeddedness*

& *Exclusion*, juga mengeksplorasi tentang pentingnya modal sosial yang berbasis pada *trust* di lingkungan industri skala kecil. Peneliti menyimpulkan bahwa kewirausahaan kecil di Makasar sangat erat berkaitan dengan jaringan kerja informal dan relasi kepercayaan di keseharian hidup mereka.

Selain itu, penelitian Shay S. Tzafrir, *The Relationship Between Trust, Human Resource Management & Firm Performance* menunjukkan bahwa *trust* menjadi variabel penting dalam menentukan kualitas interaksi para pelaku usaha di dalamnya, kemudian menentukan kinerja antar-pelaku usaha tersebut, dan secara keseluruhan menentukan kinerja perusahaan. Ada juga penelitian yang dilakukan Fawaizul Umam dkk berjudul *Kohesivitas Berbasis Modal Sosial, Belajar dari Kaum Wetu Telu*. Mereka meneliti komunitas unik yaitu kaum wetu telu, menjadi 3 fokus penelitian. *Pertama*, dimensi modal sosial yang berupa norma, nilai konsep hidup. *Kedua*, menganalisa bagaimana komunitas ini mengelola modal sosial mereka tersebut agar bernilai produktif. *Ketiga*, pemaknaan modal sosial dalam konteks interaksi.

Penelitian ini bertujuan, *pertama*, antara lain untuk memberikan kontribusi pada ilmu ekonomi yang ditinjau dari sudut psikologi, *neuroscience*, serta ilmu keIslaman. *Kedua*, memberikan deskripsi tentang proses *mentalizing* bagi seseorang yang akan memulai atau sedang mengelola suatu wirausaha, secara inovatif, konstruktif dan progresif berbasis pada nilai-nilai Islam. *Ketiga*, memberikan kontribusi penyelesaian masalah sosial khususnya mengenai pemberdayaan dan pengembangan usaha baik skala kecil maupun menengah di Kota Pekalongan.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian *field research* atau penelitian lapangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptis-analitis-kualitatif. Pendekatan kualitatif yang berbasis pada paradigma post-positivistik ini didukung dengan teori interaksi simbolik. Teori interaksi simbolik ini akan membantu memahami bagaimana seseorang memahami simbol-simbol relasi dan motivasi usaha, yang selanjutnya simbol-simbol tersebut mempengaruhi bagaimana seseorang merumuskan atau mengambil keputusan tentang apa yang akan dia lakukan (Sutopo, 2000: 30-31). Dalam penelitian ini interaksi antara pekerja dan pengusaha menjadi fokus tertentu di samping penggalian proses pengambilan keputusan di tingkat pengusaha. Data penelitian ini dikumpulkan dengan cara melakukan wawancara dan observasi kepada para responden yaitu para entrepreneur muslim di Kota Pekalongan. Selain itu data juga diperoleh dengan cara membaca, memahami dan mendeskripsikan hasil telaah bacaan khususnya di tiap komponen tema, yaitu mengenai *trust* (kepercayaan/keyakinan), neuroekonomi, *entrepreneurship* (kewirausahaan) dan kajian Islam mengenai hakekat manusia dan perilaku usahanya.

Analisa data yang digunakan adalah *content analysis*, yaitu dengan mengkaji jawaban-jawaban hasil wawancara dan observasi terhadap *entrepreneur* di Kota Pekalongan. Analisis dilakukan pada isi/muatan konsep dari setiap dimensi yang ada pada judul penelitian yang terekam pada 2 teknik pengumpulan data tersebut yang meliputi: *trust*, neuroekonomi dan kewirausahaan. Kajian ini selanjutnya ditelaah kembali secara interaktif dari sudut pandang Islam, melalui konsep Islam tentang manusia, penggunaan akal dan mengenai kecenderungan/kemauan berusaha. Konsep Islam di ketiga hal itu juga dikaji secara *content analysis-philosophies* hingga diperoleh hasil kajian yang bersifat filosofis-analitis-holisitik.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Implikasi *Neuroscience* di Bidang Ekonomi

Dalam proses menjalankan usaha, seorang *entrepreneur* akan berhadapan dengan dua hal, yaitu, kesuksesan & kegagalan. Kegagalan adalah satu contoh risiko yang diwaspadai dan diantisipasi. Risiko sering dipahami sebagai: timbulnya kerugian; problem timbulnya kerugian; ketidakpastian; penyimpangan (deviasi) aktual dari yang diharapkan; probabilitas suatu hasil akan berbeda dari yang diharapkan. Bagaimanapun juga, seberapa banyak risiko yang bisa diambil seorang wirausahawan adalah seberapa banyak risiko yang bisa ditanggung (Tversky dalam Jason Z, 2009: 199).

Hal yang seringkali muncul dari situasi ketidakpastian (*uncertainty*) adalah risiko, dan seorang *entrepreneur* seringkali tidak memiliki keseimbangan toleransi yaitu toleransi ketika memperoleh keuntungan dan toleransi ketika menerima risiko. Sensitivitas atau toleransi atas kerugian akan lebih bermanfaat daripada apresiasi terhadap keuntungan (Tversky dalam Jason Z, 2009: 207).

Di sinilah kembali perlu dipahami peran Amigdala sebagai bagian dari otak yang berperan penting dalam emosi, terutama rasa takut, termasuk takut terhadap timbulnya risiko dalam bisnis. Amigdala bertugas mengevaluasi informasi sensorik yang diterima seseorang dan kemudian dengan cepat menentukan kepentingan emosionalnya dan membuat keputusan untuk mendekati atau menjauhi suatu objek atau situasi. Amigdala bekerja dengan cepat dalam mengevaluasi bahaya atau ancaman dan ini adalah hal yang baik (Wade, dkk., 2007: 113-114). Sensitivitas atas kerugian lebih bermanfaat daripada apresiasi terhadap keuntungan (Tversky dalam Jason Z., 2009: 207).

Jika sebaliknya, seorang pebisnis tidak peka/sensitif terhadap risiko nyata, maka tidak akan mampu bertahan, dan hal ini sangat fatal. Semakin jelas dan mudah dibayangkan sebuah risiko, semakin menakutkan rasanya. Hal ini disebabkan emosi yang digerakkan dalam sistem refleksif seseorang menyisihkan kemampuan analitis (reflektif)-nya, sehingga keberadaan satu risiko dapat menyebabkan hal-hal lainnya terlihat semakin berisiko pula.

Relevansi *Trust* pada Suatu Mentalitas Ssaha

Outcome dari proses *neuroeconomy* adalah munculnya sikap percaya (*trust*) pada diri *entrepreneur*. Karena itu, eksistensi *trust* bagi seorang calon pebisnis menjadi sangat penting. *Trust* merupakan konstruk yang bersifat multidimensional yang berhubungan secara relasional (Flanagan, 2003: 165-171).

Trust itu sendiri dikonseptualisasikan sebagai ekspektasi, *belief*, kemauan serta *confidence*. Akan tetapi *trust* juga mempunyai perspektif lain seperti konsep *attitude*, *reliance* atau penerimaan risiko dari aksi yang diperlihatkan oleh *trustee* atau pihak yang dipercayai (Castaldo, 2009).

Trust tidak saja berada dalam ranah batiniah akan tetapi juga terefleksi pada sikap, yang berlanjut pada penentuan keputusan untuk bersikap, lalu menunjukkan kemauan dan akhirnya membentuk perilaku. *Trust* pada manajemen bisnis adalah suatu sikap yang mutlak dibutuhkan. *Trust* secara umum merupakan nilai-nilai lokal yang lekat pada kepribadian mereka sehingga *trust* menjadi suatu aspek yang bersifat sangat subyektif. Seseorang dengan tingkat *trust* yang tinggi akan memiliki ekspektasi yang tinggi pula dari keputusan bisnis yang diambil, begitu juga sebaliknya.

Pada term Islam, *trust* juga identik *husnudzan* atau dugaan yang baik, sementara secara psikologi, *trust* identik dengan *positive thinking* atau berpikir positif. Hubungan *trust*

dan manusia menjadi sangat dekat disebabkan hakekat manusia yang berbeda dengan makhluk lainnya. Dalam perspektif Islam, ada tiga istilah yang digunakan untuk menyebut manusia, yaitu *al-insān*, *al-nās* dan *basyr*. Dari asal kata *anasa* yang berarti melihat, mengetahui terlihat bahwa istilah *insān* terkait dengan aspek utama kemanusiaan yang menyangkut kemampuan penalaran yang dengan daya ini pula, manusia mampu melihat, mengamati, memperhatikan dan menganalisa berbagai realitas yang dihadapi dengan membuat hubungan antar-fakta dan informasi menuju pengambilan keputusan (Muhmidayeli, 2007: 4).

Pengkajian mentalitas *entrepreneur* dalam Islam sesungguhnya bukanlah suatu hal yang teoritis atau normatif semata, sebab secara historis mentalitas ini sudah dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Dengan kata lain, karakteristik mentalitas *entrepreneur* muslim tidak bisa dilepaskan dari nilai-nilai ajaran Islam baik yang bersumber dari al-Qur'an maupun yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW. Kredibilitas dan kapabilitas beliau dapat diteladani melalui sifat-sifat beliau yaitu FAST: *fathānah* (cerdas), *amānah* (terpercaya, kredibel), *shiddiq* (benar & jujur), *tabligh* (komunikatif) (Kelana, 2008: 64).

Cerdas merupakan inti dari profesionalitas. Setiap manusia berpotensi memiliki kecerdasan sehingga saat ini terdapat beberapa jenis kecerdasan, yaitu: (1) kecerdasan intelektual, (2) kecerdasan emosional, (3) kecerdasan spiritual. Allah SWT sering memberi peringatan keras bagi orang-orang yang enggan berpikir dalam al-Qur'an surat Yunus ayat 100: "Dan tidak ada seorangpun akan beriman kecuali dengan izin Allah; dan Allah menimpakan kemurkaan kepada orang-orang yang tidak mempergunakan akalunya".

Selanjutnya adalah sifat *amānah* yang bisa dipahami sebagai komitmen karena mengedepankan ketepatan janji, bertanggung jawab dan tidak berkhianat. Seorang *entrepreneur* yang kredibel tidak hanya diharapkan berlaku adil terhadap hak-hak konsumennya, tetapi juga mitra kerjanya, baik yang setara (sesama pengusaha) ataupun mitra berjenjang (karyawan). Selain itu seorang *entrepreneur* juga dipersyaratkan agar mampu bersikap *shiddiq* atau benar & jujur. Jika hukum ketertarikan (*the law of attraction*) berlaku, maka seorang pimpinan usaha akan menuai keberhasilan jika ia bersikap benar, tidak menyimpang atau *dzalim*, dan senantiasa jujur, dan sebaliknya ia sedang menuai kehancuran jika berbuat sewenang-wenang kepada karyawan maupun rekan bisnisnya.

Sifat penting lainnya adalah *tabligh* atau komunikatif. Seorang *entrepreneur* mutlak adalah orang yang komunikatif karena ia harus mampu berhubungan dengan semua pihak dengan baik. Dalam presentasi bisnis, tentu seorang *entrepreneur* perlu mengomunikasikan visi dan misi bisnisnya dengan baik. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Ahzab ayat 70-71: "Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. Dan barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar".

Keseluruhan sifat Rasulullah SAW yang terangkum dalam FAST tersebut mencerminkan responsibilitas seorang individu yang sesungguhnya bermakna bahwa manusia bertanggung jawab kepada dirinya sendiri dan mempertanyakan seluruh kekurangan dalam mengikuti nilai-nilai moral yang dibawa oleh Islam (Mahmud, 1995: 78).

Berdasarkan contoh landasan normatif dan historis tersebut, sesungguhnya *trust* sangat relevan bahkan harus ada bagi seseorang untuk menentukan suatu perilaku, dan sikap *husnudzan* ini berpengaruh signifikan bagi proses wirausaha yang jelas menghadapi

risiko *uncertainty* yang seringkali *unpredictable*. Dengan *trust*, seseorang bisa mengadaptasi dan meminimalisir risiko menjadi sesuatu yang *predictable*.

Peran *trust* dalam Pembentukan Mentalitas Kewirausahaan Berperspektif Islam di Kota Pekalongan

Alasan Pemilihan Usaha

Sebanyak 50% responden menyatakan bahwa mereka menjalankan bisnis yang diwariskan dari keluarga mereka. Di samping itu karena tidak ada anggota keluarga lain yang mau dan mampu mengelolanya. Berdasarkan alasan ini bisa dipahami bahwa keputusan mereka menekuni usaha bukan karena ketiadaan peluang lain melainkan untuk menyelamatkan usaha (*job rescue*) yang telah dirintis keluarga. Sebanyak 37,5% responden lainnya memutuskan jenis usaha dikarenakan sesuai dengan keahlian dan 12,5% menyatakan alasan memutuskan jenis usaha karena kedua-keduanya yaitu sesuai dengan keahlian dan usaha keluarga. Dari separuh responden ini tampak bahwa alasan kompetensi diri dengan pilihan jenis usaha menjadi pertimbangan utama. Alasan kompetensi dan penyelamatan usaha keluarga cukup rasional dan mampu membuat para pengusaha ini *survive* atau bertahan dan menjalankan bisnisnya hingga saat ini. Situasi ini memperlihatkan bahwa sistem reflektif (analitis) pada diri responden lebih dominan dibanding sistem refleksif (emosi)-nya.

Pengalaman Kerja

Faktor pengalaman kerja bagi 50% responden menjadi faktor yang mempengaruhi kinerja mereka, seperti yang mereka ungkapkan yaitu pengalaman mengelola modal dan karyawan, sementara 50% lainnya tidak memiliki pengalaman sebelum menjalankan bisnisnya. Fakta ini menunjukkan bahwa pengalaman memang memiliki peran penting namun tidak menjadi faktor yang dominan untuk menjalankan bisnis. Hal ini dibuktikan oleh 50% responden bahwa tanpa pengalaman mereka tetap bisa mengelola bisnis. Tampak bahwa pengalaman tidak selalu menjadi faktor penentu keberhasilan/kesuksesan bagi seorang pengusaha.

Pengetahuan tentang Bisnis

Dalam menjalankan bisnis, 75% responden menyatakan memiliki dasar pengetahuan bisnis dari bangku sekolah sejak SLTA hingga perguruan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan formal ikut mempengaruhi pertimbangan pelaku industri untuk menjalankan suatu bisnis. Sebanyak 12,5% responden menyatakan tidak berbekal pendidikan formal dalam menjalankan bisnis, tetapi hanya mengandalkan keahlian dan prinsip coba-coba serta keyakinan (*trust*) yang kuat bahwa usahanya akan berhasil, sebab produknya memiliki keunikan yang khas. Terdapat 12,5% responden lainnya mengatakan tidak memiliki pengetahuan bisnis tertentu melainkan hanya menjalankan hobi untuk keluarga yang akhirnya berkembang untuk dikomersilkan.

Perijinan

Sebanyak 50% responden menyatakan telah memiliki ijin usaha dengan pertimbangan yang cukup beragam, misalnya untuk usaha catering ijin Dinas Kesehatan sangat ia butuhkan untuk meyakinkan konsumen bahwa produk olahannya aman dikonsumsi, tetapi industri ini belum memiliki ijin usaha, bahkan mereka tidak mengetahui

bahwa dengan ijin tersebut bisa mendapatkan fasilitas kredit perbankan. Pertimbangan yang dialami cukup dilematis sebab, bagi mereka, dengan mengurus perijinan berarti harus siap menjadi wajib pajak, sebagai satu posisi yang sulit bagi mereka mengingat dari segi penghasilan, mereka bisa dikatakan kurang stabil karena hanya menggantungkan pada banyaknya pesanan saja.

Agak berbeda bagi pengusaha lain yang telah berijin dan memahami konsekuensinya, pelaku usaha ini tetap beranggapan bahwa manfaat dari perijinan tetap sangat membantu terutama untuk mendapatkan kucuran pinjaman perbankan. Meski demikian ada pula yang tidak lagi menggunakan ijin usahanya dengan alasan karena tidak berniat lagi mengajukan kredit. Hal ini menandakan bahwa tindakan/upaya memperoleh ijin bagi mereka hanya untuk kepentingan pragmatis sesaat (jangka pendek saja).

Sebanyak 50% responden lainnya menyatakan belum memiliki ijin usaha. Mereka menyatakan untuk mengatasi permodalan cukup dengan bantuan/pinjaman anggota keluarga lain dengan alasan hal itu lebih ringan dari segi waktu pengembalian dan tidak prosedural. Menimbang alasan ini, tampak bahwa keputusan tersebut berusaha untuk menekan risiko seminimal mungkin baik dari segi waktu dan tenaga (tidak repot mengurus pengajuan ijin dan kredit bank).

Data tentang keputusan mengurus perijinan oleh pengusaha yang pada akhirnya memiliki ijin maupun yang tidak memiliki menunjukkan bahwa pertama dari sisi manfaat sebagaimana yang diinginkan para pengusaha yang telah mempunyai ijin adalah agar mereka memperoleh fasilitas pinjaman untuk menambah modal. Mereka berharap dengan modal yang semakin besar membuat usaha mereka lebih berkembang. *Kedua*, alasan dari mereka yang memutuskan untuk tidak mengurus ijin usaha disebabkan menurut mereka tingkat usaha yang tidak stabil membuat mereka khawatir tidak bisa memenuhi kewajiban membayar.

Apabila ditelaah, kedua alasan bercorak pertimbangan ekonomis, baik bagi yang memiliki ijin maupun yang tidak. Bedanya, pengusaha yang akhirnya mendapatkan kredit perbankan bisa mengelola dana kredit tersebut dengan baik tanpa ada ketakutan tidak bisa membayar. Sementara bagi pengusaha yang tidak memiliki ijin dan tidak memperoleh pinjaman disebabkan pertimbangan ekonomi sebaliknya yaitu ketidakpastian ekonomi bagi usaha mereka membuat mereka tidak berani memutuskan untuk mengurus ijin, dan memperoleh pinjaman atas ijin tersebut. Akan tetapi seperti yang ditekankan pada konsep *neuroeconomy* bahwa sebenarnya yang masalah pada kelompok kedua bukan ketidakpastian ekonomi/pendapatan tetapi ketakutan akan adanya ketidakpastian tersebut. Sayangnya ketakutan ini lebih dominan sehingga mereka akhirnya bersikap demikian.

Permodalan

Hampir semua responden mengawali usaha dengan permodalan dari keluarga. Pada tahap perkembangannya, seperti yang telah dijelaskan pada aspek perijinan, ada responden yang telah mendapatkan fasilitas kredit perbankan tapi ada pula yang tetap mengandalkan bantuan/pinjaman keluarga. *Point* ini menunjukkan hasil yang sama dengan *point* 4, yaitu tentang alasan yang menjadi dasar pertimbangan untuk menambah permodal.

Perencanaan

Sebanyak 37,5% responden mengaku memiliki sejumlah rencana dalam mengembangkan usahanya seperti untuk menambah bahan baku, penjualan, membuka toko

baru, menambah karyawan dan pengembangan tempat, sementara untuk lainnya mengaku tidak memiliki perencanaan khusus. Kedua jenis fakta ini memperlihatkan bahwa meski jumlah pelaku usaha yang memiliki perencanaan lebih sedikit, namun mereka telah menjalankan salah satu fungsi manajemen yaitu *planning*. Sementara bagi yang belum memiliki perencanaan sebenarnya lebih berisiko ketika mengalami perubahan iklim industri yang datang tiba-tiba, misal terjadi krisis moneter.

Pemahaman tentang Makna Kerja

Sebanyak 62,5% responden memahami pekerjaan sebagai bentuk ibadah dan sebagai sumber penghasilan, sementara sebanyak 25% responden memahami pekerjaan sebagai sumber penghasilan saja, dan sebanyak 12,5% responden memaknainya sebagai ibadah. Bagi mereka yang memaknai kerja sebagai ibadah dan mata pencaharian memiliki pendapat bahwa berapa pun hasil bekerja adalah rezeki dari Allah SWT yang harus selalu disyukuri, karena mereka yakin bahwa rezeki yang disyukuri akan membawa berkah, sementara bagi yang memaknai sebagai sumber penghasilan beranggapan bahwa manusia tidak bisa hidup tanpa adanya penghasilan.

Berdasarkan data ini dapat dipahami bahwa sebagian besar responden telah mengalami internalisasi nilai-nilai religi pada dimensi ekonomi, sehingga menggabungkan makna kerja sebagai ibadah dan sumber penghasilan. Penggabungan kedua makna ini tentu saja memiliki implikasi yang berbeda jika dibandingkan dengan mereka yang memaknai kerja hanya sebagai ibadah atau hanya sebagai sumber penghasilan. Di saat seseorang memahami ibadah sebagai penghambaan maka kembali pada karakter ibadah yang dipahami sebagai pernyataan syukur atas kehidupan di dunia ini. Kerja dilakukan bagi kemuliaan nama Tuhan dan bukan kepada manusia. Oleh karena itu orang bekerja penuh *enthusiasm*.

Implikasi riilnya akan terbentuk perilaku pekerja yang semata-mata mencari keridhoan Allah SWT dan tidak terpengaruh penilaian sesama manusia mengenai apa yang dikerjakan, dan berapa pun hasil yang diperoleh dari pekerjaan tersebut. Maka tidaklah mengherankan jika ada orang yang bekerja dengan tingkat penghasilan yang bagi orang lain sangat tidak rasional. Sementara jika kerja hanya dimaknai sebagai sumber penghasilan maka ia dipahami sebagai sumber nafkah. Implikasi riilnya akan terbentuk perilaku yang semata-mata berorientasi ekonomi dan memiliki ketergantungan yang sangat tinggi terhadap nafkah, karena tanpa nafkah maka kelangsungan hidup akan terganggu, selain itu indikator keberhasilan kerja hanya akan diukur pada banyaknya nafkah yang diperoleh. Hal yang berbeda akan ditemui apabila kedua pemaknaan kerja dikombinasikan sebagai ibadah dan sebagai sumber penghasilan/nafkah, maka implikasi riilnya akan terbentuk perilaku kerja yang senantiasa termotivasi untuk mendapatkan ridho Allah SWT dan motivasi memperoleh nafkah/materi.

Kepuasan terhadap Hasil Kerja

Data tentang kepuasan kerja menunjukkan bahwa seluruh responden belum merasa puas baik yang disebabkan masalah modal dan teknis lainnya ataupun bagi mereka yang tidak memberi alasan. Data ini menunjukkan bahwa ekspektasi kepuasan kerja belum tercapai secara maksimal. Pada umumnya responden mengatakan bahwa mereka selalu berusaha lebih baik untuk meraih kepuasan yang diinginkan, tapi mengingat kepuasan

adalah suatu hal yang subyektif dan bersifat dinamis, maka suatu dikatakan memuaskan atau belum bagi seseorang menjadi sangat relatif.

Pemasaran

Pemasaran menjadi problem berikutnya bagi para pengusaha selain permodalan, umumnya mereka berupaya membuat/mencari model baru, mencari relasi baru, mengembangkan jenis usaha lain yang tidak beda jauh dari industri semula, misal pengusaha batik membuat jenis usaha baru seperti ATBM (Alat Tenun Bukan Mesin) demi menjaga hubungan relasi di saat pemasaran batik sedang menurun. Dilihat dari tindakan yang diambil para pengusaha ini tampak mampu mengadaptasi risiko pemasaran yang dihadapi, selain dengan membuat inovasi produk juga melakukan diversifikasi usaha.

Hubungan dengan Pekerja

Para pengusaha telah memiliki hubungan baik dengan para pegawainya, terbuka dan akrab. Hubungan relasi ini memudahkan interaksi di antara mereka termasuk di saat terjadi kesalahan yang dilakukan pekerja. Umumnya mereka menegur dengan cara yang baik serta memberi contoh yang benar. Akan tetapi jika kesalahan tersebut diulang dan susah untuk diperbaiki maka sanksi pun diberlakukan, mulai dari potong gaji hingga diberhentikan. Sebaliknya jika ada pekerja yang berprestasi maka para pengusaha memberikan insentif atau bonus selain gaji yang telah diterima berupa bantuan sosial, kesehatan atau THR.

KESIMPULAN & SARAN

Neuroscience berperan bagi seseorang ketika ia memutuskan sesuatu, terutama di saat seseorang tersebut mempertimbangkan emosi dan rasionalitasnya terhadap suatu peluang/kesempatan. Misalnya ketika sistem reflektif (analitis rasional) seseorang mampu mengendalikan sistem refleksif (emosi) atas risiko yang ditakuti menjadi sebuah tantangan yang hendak ditaklukkan, atau mengubah energi negatif yang berupa ketakutan menjadi energi positif berupa semangat untuk berusaha. Kondisi ini sangat penting bagi seseorang dalam mengambil keputusan di bidang bisnis.

Pada term Islam, *trust* identik *husnudzan* atau dugaan yang baik, *trust* juga identik dengan *positive thinking* atau berpikir positif. *Trust* secara umum merupakan nilai-nilai lokal yang lekat pada kepribadian mereka sehingga *trust* menjadi suatu aspek yang bersifat sangat subyektif. Seseorang dengan tingkat *trust* yang tinggi akan memiliki ekspektasi yang tinggi pula dari keputusan bisnis yang diambil, begitu juga sebaliknya.

Terkait dengan risiko, Islam telah memberikan landasan normatif agar manusia mempergunakan akal untuk mengendalikan ketakutan/kekhawatiran terhadap risiko yang biasa dihadapi seorang pengusaha, sebagaimana dalam al-Qur'an surat Yunus ayat 100 yaitu: "Dan tidak ada seorangpun akan beriman kecuali dengan izin Allah; dan Allah menimpakan kemurkaan kepada orang-orang yang tidak mempergunakan akalunya".

Secara historis mentalitas seorang wirausaha sudah dicontohkan oleh Rasulullah SAW melalui sifat-sifat beliau yaitu FAST: *fathānah* (cerdas), *amānah* (terpercaya, kredibel), *shiddiq* (benar & jujur), *tablîgh* (komunikatif). Dari contoh landasan normatif dan historis tersebut, sesungguhnya *trust* sangat relevan bahkan harus ada bagi seseorang untuk menentukan suatu perilaku, dan sikap *husnudzan* ini berpengaruh signifikan bagi proses wirausaha yang jelas menghadapi risiko *uncertainty* yang seringkali *unpredictable*.

Dengan keyakinan/*trust*, seseorang bisa mengadaptasi dan meminimalisir risiko menjadi sesuatu yang *predictable*.

Adapun mentalitas kewirausahaan berperspektif Islam di Kota Pekalongan berupa beberapa dimensi, yaitu: *komitmen pada dunia bisnis* (komitmen terhadap peluang, komitmen terhadap sumber-sumber daya dan komitmen terhadap munculnya risiko); perilaku kreatif (*thinking new thing and doing new thing or create the new and different*); percaya diri; bertanggung jawab; dan berpikiran positif (*husnudzan*).

Untuk perbaikan penelitian selanjutnya, peneliti mengajukan beberapa saran yaitu: Jenis usaha lebih dikhususkan pada usaha tertentu saja agar lebih fokus dalam menganalisis informasi sebab dengan jenis usaha yang lebih homogen, maka peneliti akan lebih banyak menggali informasi secara lebih spesifik.

DAFTAR PUSTAKA

- Steers, Richard M, et. al. 1996. *Motivation & Leadership at Work*. Singapore: Mc Graw-Hill.
- Z, Jason. 2009. *Cara Kerja Menakjubkan Neuroekonomi*. terj. Miftahul Jannah Yogyakarta: Gerailmu.
- Camerer, Colin, et.al. 2005. "Neuroeconomics: How Neuroscience can Inform Economics". *Journal of Economic Literature*. Vol. XLIII
- Sutopo, HB. 2000. *Metodologi Pendekatan Kualitatif, Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Carole, Wade & Carol Tavris. 2007. *Psychology*, terj. Padang Nursalim. Surabaya: Erlangga.
- Flanagan, C. 2003. Trust, Identity dan Civic Hope. *Applied Developmental Science*, 7 (3), 165-171
- Castaldo S. 2009. *Trust Variety, Conceptual Nature, Dimensions & Typologies*, (<http://www.impgroup.org>, 28-10-2009).
- Muhmidayeli. 2007. *Teori-Teori Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Pekanbaru: LSFK2P.
- Kelana, Muslim. 2008. *Muhammad saw is A Great Entrepreneur*. Bandung: Dinaar Publishing.
- Mahmud, Ali Abdul Halim. 1995. *Fikih Responsibilitas Tanggung Jawab Muslim dalam Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.