

**MOTIVASI PENGUSAHA DALAM PENGEMBANGAN INOVASI PRODUK
(PENELITIAN DESKRIPTIF TERHADAP PENGUSAHA GARMEN MUSLIM DI GRESIK)¹⁾**

Ramadhany Imanda

Mahasiswa Program Studi S1 Ekonomi Islam-Fakultas Ekonomi dan Bisnis-Universitas Airlangga
Email : rhea.imanda@gmail.com

Siti Inayatul Faizah

Departemen Ekonomi Syariah-Fakultas Ekonomi dan Bisnis-Universitas Airlangga
Email : inay.hakim@gmail.com

ABSTRACT:

Motivation is an effort to push or move in order to reach goals based on its ability to satisfy the needs. Motivation of entrepreneurship in Islam is to work for a living as a duty to serve Allah SWT and someone's heart level that motivates him/her into act based on Islamic dogma. Entrepreneurs put those Islamic religion aspects as prove that him/her is loyal to Allah SWT which is arise because of the right intention, way and purpose to fulfill needs and performance's improvement.

This research's aim is to find out the motivation of Moslem garment entrepreneur at Gresik into developing product innovation. This research is using qualitative approach with descriptive study, data are collected by a direct observation, interview and documentation toward Moslem garment entrepreneur at Gresik market region. Besides literature research which related to Islamic motivation and product innovation also needed.

The result shows that Moslem garment entrepreneur at Gresik has motivated until appropriate teaching of entrepreneurship and Islamic jurisprudence to work independently in a living, working with an intention to worship Allah SWT. The motivation of the Moslem garment entrepreneur in Gresik try to do development of product innovation by doing modification and produce the Moslem's garment which likeable by their consumer, develop the market segment, also fix their product to escalate the product quality and give some added value.

Keywords: Motivation, Entrepreneur, Moslem Garment, Product Innovation

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberadaan kota Gresik sebagai kota dagang mulai berkembang sejak pertengahan abad ke 14. Geliat perdagangan di kota Gresik mulai terasa dengan adanya kegiatan ekonomi yang umumnya hasil kerajinan tangan dan distribusi barang jasa. Di Gresik ada hubungan yang sangat erat antara agama dan ekonomi, terutama dalam menjalankan aktivitas perdagangan dan home industry yang tumbuh saling mendukung. Masyarakat Gresik

menghargai pekerjaan sebagaimana ketaatan dalam menjalankan ibadah. Perilaku budaya itu yang menyebabkan tumbuhnya usaha yang berkaitan dengan keperluan ibadah dengan subur, antara lain songkok, sarung, terompah, mukena mulai muncul sebab kerajinan tangan Gresik terkenal kuat dan selalu mengikuti mode zamannya serta menjadi salah satu kekuatan utama ekonomi masyarakat Gresik.

Dalam memandang pekerjaan orang Gresik menganggap bahwa menikmati pekerjaan adalah bagian dari

¹⁾Jurnal ini merupakan bagian dari skripsi dari Ramadhany Imanda, NIM : 040914037, yang diuji pada 16 Februari 2015.

ungkapan kebebasan, karena pekerjaan tidak bisa dilakukan dengan keterpaksaan. Terdapat motto "lebih baik jadi pedagang daripada jadi pegawai", bagi orang Gresik lebih baik kerja sendiri dari pada ikut orang lain. Maksudnya jika sebagai pegawai akan diperintah, tetapi jika menjadi pedagang mereka bebas mengatur usahanya dan tidak selalu tergantung waktu.

Tabel 1.
Jumlah Penerbitan Surat Ijin Industri

Jenis Surat Ijin	Tahun				
	2008	2009	2010	2011	2012
SIUP					
Mikro	0	0	0	0	40
Kecil	708	693	628	738	753
Menengah	105	113	138	166	185
Besar	53	34	65	69	52
Total	866	840	831	973	1030

Sumber: Dinas Koperasi, Usaha kecil Menengah, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gresik (Gresik dalam Angka 2013)

Dari data di atas dapat dijelaskan bahwa jumlah penerbitan surat ijin usaha di Kabupaten Gresik mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dengan total 866 surat ijin usaha pada tahun 2008 dan mengalami peningkatan 1030 surat ijin usaha yang diterbitkan pada tahun 2012. Hal ini menunjukkan mulai tingginya minat masyarakat Gresik untuk memilih menjadi pengusaha.

Di samping bidang perdagangan, Gresik mempunyai daya tarik wisata religi. Adanya daya tarik wisata inilah yang

menyebabkan tumbuhnya pengusaha garmen muslim mendirikan usahanya di tempat strategis yang dilewati oleh para wisatawan. Seperti halnya di wilayah pasar Gresik hingga kawasan wisata religi Maulana Malik Ibrahim banyak ditemukan pengusaha garmen muslim yang sudah berdiri sepanjang jalan, hampir setiap jarak 20 meter berdiri toko garmen dan ada yang berdekatan. Cukup banyak yang mendirikan usaha garmen muslim. Walaupun jenis garmen yang dijual ada kesamaan produk, setiap pengusaha tidak menjadikannya sebuah persaingan, melainkan memotivasi mereka untuk menciptakan inovasi produk baru dan melakukan pengembangan produk yang sudah ada. Hal ini dilakukan agar produk yang dijual berbeda dengan pengusaha garmen muslim lainnya.

Motivasi merupakan motif seseorang yang ada dalam diri, yang membangkitkan, mengaktifkan, mengarahkan perilakunya menuju pencapaian terhadap tujuan (Amirullah, 2005). Baum (2007) mendefinisikan motivasi adalah penggerak/pendorong dalam diri yang mengarahkan tindakan seseorang terhadap tujuan tertentu, dan dengan memfokuskan perhatian seseorang dan mendukung tindakan yang diambil.

Kewirausahaan adalah berpikir dan bertindak sesuatu yang baru atau berpikir sesuatu yang lama dengan cara-cara baru. Menurut Drucker (2002), berwirausaha

merupakan kegiatan menghasilkan sesuatu yang baru, berbeda dengan berpikir secara kreatif dan bertindak inovatif dalam mencapai suatu peluang yang ada.

Berdasarkan pengertian motivasi dan berwirausaha tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa motivasi berwirausaha masyarakat Gresik merupakan daya penggerak yang ada dalam diri menimbulkan semangat terhadap penciptaan suatu kegiatan/pekerjaan dengan melihat peluang yang ada disekitar, bertindak berani dalam mengambil resiko, melakukan kegiatan yang inovatif, serta memiliki orientasi terhadap laba.

Orang yang memiliki motivasi berwirausaha yang tinggi akan cenderung melakukan inovasi pada kegiatannya. Adanya pengusaha garmen muslim di Gresik diharapkan dapat membantu permasalahan ekonomi di Gresik dengan menciptakan lapangan pekerjaan yang saat ini semakin sempit. Dalam menjalankan kegiatan kewirausahaan juga perlu dilandasi dengan nilai-nilai Islam yang bersumber pada Al-Quran dan Hadist agar bisnisnya dapat berjalan dengan lancar. Sebagai pengusaha harus memiliki kemampuan dalam menciptakan nilai tambah terhadap produk yang dijualnya. Secara sederhana, wirausaha merupakan kegiatan untuk mencapai tujuan ekonomi dengan cara menciptakan sesuatu yang baru melalui inovasi.

Di dalam Al-Quran telah menjelaskan perintah bagi umat muslim untuk berinovatif sesuai QS. Ali –Imran ayat 190-191 berikut ini:

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَأَخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ
لَآيَاتٍ لِّأُولِي الْأَلْبَابِ ﴿١٩٠﴾

الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَمًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ
السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَطْلًا تُسَبِّحُكَ فَقِينَا عَذَابَ
النَّارِ ﴿١٩١﴾

*inna fii khalqi alssamaawati waal-
ardhi waikhtilaafi allayli
waalnnahari laaayaatin li-ullii al-
albabii. alladziina
yadzkuuuna allaaha qiyaaman
waqu'uudan wa'ala junuubihim
wayatafakkaruuna fii
khalqi alssamaawati waal-ardhi
rabbana ma khalaqta
haadzaa baathilan subhaanaka
faqinna 'adzaaba alnnaari*

“Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, dan silih bergantinya malam dan siang terdapat tanda-tanda bagi orang-orang yang berakal, (yaitu orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri atau duduk atau dalam keadaan berbaring dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata): “Ya Tuhan kami, tiadalah Engkau menciptakan ini dengan sia-sia, Maha Suci Engkau, maka peliharalah kami dari siksa neraka”.

(Depag RI, 2005)

Dalil di atas menjadi landasan bahwa di dalam agama Islam menganjurkan umat muslim untuk

berinovasi dalam segala hal. Allah SWT telah menganjurkan bahwa sebagai umat yang berakal, sebagai manusia terus berfikir, merenung, melihat, menyaksikan, dan membuat perbandingan. Seorang pengusaha harus dapat berinovasi dalam menjalankan bisnisnya, agar dapat menghasilkan produk yang unik atau khas. Anderson and Cleveland, dalam Zahra dan Das (1993) menunjukkan bahwa tingkat inovasi adalah penting untuk strategi bisnis. Keberhasilan tingkat inovasi mempunyai peranan sangat penting untuk keberhasilan usaha dan meningkatkan kinerja lebih optimal.

Menurut Amabile (1973) menjelaskan bahwa inovasi produk sebagai implementasi sukses dari sebuah ide kreatif mengenai produk baru dalam sebuah perusahaan. Sedangkan menurut John (1999), inovasi produk terkait dengan pengembangan desain produk, tambahan fitur, segala atribut produk sehingga menghasilkan produk yang unik dan berbeda dengan produk pesaing lain yang telah ada. Inovasi produk dapat dilakukan pada atribut-atribut produk yang mencakup kualitas produk, fitur produk, gaya dan desain produk (Kotler dan Armstrong, 2004: 1).

Pengembangan produk sangat penting untuk mampu mempertahankan tingkat pertumbuhan dan keuntungan perusahaan serta untuk menggantikan produk-produk yang sudah kuno. Dalam

proses pengembangan produk, strategi yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Proses pengembangan produk akan bekerja dengan baik jika semua bidang yang terlibat dalam perusahaan terlibat bekerja sama.

Perkembangan garmen muslim di Gresik sangat tinggi, kebutuhan manusia untuk berpenampilan *up to date* dan *stylish* membuat manusia tidak berhenti dan merasa puas, sehingga banyak pengusaha garmen muslim di Gresik menunjukkan kebolehannya dalam menciptakan dan mengembangkan inovasi produknya agar sesuai dengan selera konsumen masyarakat Gresik dengan kualitas baik dan harga yang terjangkau.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah motivasi berwirausaha pada pengusaha garmen muslim di Gresik dalam proses pengembangan inovasi produk.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi pengusaha garmen muslim di Gresik dalam pengembangan inovasi produk.

II. LANDASAN TEORI

A. Motivasi

Motivasi sebagai suatu proses psikologis yang mencerminkan interaksi antara sikap, kebutuhan, persepsi dan

keputusan yang terjadi dalam diri sendiri (Wahyosumindjo, 1987:174). Dalam teori kebutuhan Maslow (1984) menjelaskan bahwa kebutuhan adalah suatu kesenjangan atau pertentangan yang dialami antara suatu kenyataan dan dorongan yang ada dalam diri. Maslow mengemukakan kebutuhan manusia adalah sebagai berikut, kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan untuk merasa memiliki, kebutuhan akan harga diri, dan kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri. Motivasi merupakan upaya untuk mendorong perilaku seseorang ke arah pencapaian tujuan berdasarkan kemampuannya untuk memuaskan seluruh kebutuhan individu tersebut. Dengan demikian, sebuah motivasi yang ada dalam setiap individu terdapat tiga unsur pokok, yaitu kebutuhan, dorongan, dan tujuan.

B. Motivasi Islam

Motivasi dalam perspektif Islam telah dijelaskan oleh Mursi (1997:107) dalam tiga kategori yaitu, motivasi fisiologis, motivasi psikologis atau sosial, serta motivasi bekerja dan berproduksi. Dalam kehidupan religius perlu adanya motif spiritual untuk pengusaha yang menjalankan ajaran Islam. Adapun motif spiritual menurut Wibisono (2003) didasarkan pada aqidah adalah Dorongan dari dalam yang muncul akibat kekuatan keyakinan hidup, pondasi dan dasar dari kehidupan yang terdiri dari rukun Iman, ibadah adalah Dorongan dari dalam

diri yang mengatur hubungan langsung antara hamba dengan Tuhannya, seperti: doa, shalat, puasa, zakat, dan haji, dan muamalah adalah Dorongan kekuatan dari dalam untuk memenuhi kebutuhan manusia yang dilandasi oleh kekuatan moral spiritual.

C. Motivasi Berwirausaha dalam Islam

Motivasi menjadi wirausahawan dalam pandangan Islam bersifat vertikal dan horizontal. Secara horizontal terlihat pada dorongannya untuk mengembangkan potensi diri dan keinginannya untuk selalu mencari manfaat sebesar mungkin bagi orang lain. Sementara secara vertikal, dimaksudkan untuk mengabdikan diri kepada Allah SWT. Motivasi disini berfungsi sebagai pendorong, penentu arah, dan penetapan skala prioritas (Tim multitema communication, 2006:16).

Menurut Susilo (2012:11) seorang wirausahawan muslim memiliki keyakinan yang kokoh terhadap kebenaran agamanya sebagai jalan keselamatan, dan dengan agamanya tersebut akan menjadi wirausahawan muslim yang unggul. Keyakinan ini membuat seorang wirausahawan muslim melakukan usaha dan kerjanya sebagai zikir, bertawakkal, serta bersyukur pasca usahanya. Secara aqidah, menjadi wirausahawan muslim adalah sebagai bukti ketaatan dan pengabdian kepada Allah SWT, sebab kegiatan kewirausahaan merupakan bagian dari aktivitas ibadah, sehingga harus

dimulai dengan niat yang suci (*lillahi ta'ala*), cara dan tujuan yang benar, serta memanfaatkan hasil secara benar (Yusanto dan Kusuma dalam Susilo, 2012:11).

D. Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah berpikir dan bertindak sesuatu yang baru atau berpikir sesuatu yang lama dengan cara-cara baru. Proses inovasi hanya dapat dilakukan oleh seseorang yang memiliki jiwa dan sikap kewirausahaan, yaitu percaya diri, berinisiatif, orientasi pada hasil, berpikir kedepan, berjiwa pemimpin, dan berani mengambil resiko (Suryana 2011:18).

E. Kewirausahaan Islam

Kewirausahaan dalam perspektif Islam adalah segala aktivitas bisnis yang diusahakan secara perniagaan dalam rangka memproduksi suatu barang atau jasa dengan jalan tidak bertentangan dengan syariat. Sedangkan, wirausahawan muslim adalah seseorang yang mengkombinasikan faktor-faktor sumber daya alam, tenaga kerja, dan material yang dibangun atas dasar hukum Allah SWT dan kepercayaannya dalam bekerja sama (Arifin, 2009:30).

Islam memandang tinggi kegiatan kewirausahaan. Hal ini disebabkan karena setiap muslim yang melakukan kegiatan kewirausahaan berarti melakukan berbagai aktivitas dalam rangka mentaati perintah Allah SWT untuk meraih kesuksesan di dunia dan bekal di akhirat kelak. Bekerja dilandasi dengan nilai-nilai Islam yang bersumber

pada Al-Quran dan hadits, agar mampu mengembangkan potensi diri, memanfaatkan waktu sebaik-baiknya serta dapat menghasilkan materi.

F. Garmen

Garmen menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti pakaian jadi. Industri garmen adalah industri yang memproduksi pakaian jadi dan perlengkapan pakaian. Yang dimaksud dengan pakaian jadi adalah segala macam pakaian dari bahan tekstil untuk laki-laki, wanita, anak-anak dan bayi. Bahan bakunya adalah kain tenun atau kain rajutan dan produknya antara lain berupa kemeja (*shirts*), blus (*blouses*), rok (*skirts*), kaus (*t-shirts, polo shirt.*), dan lain-lain.

G. Inovasi

Suharyadi (2008:92) mendefinisikan inovasi sebagai kemampuan untuk menerapkan kreatifitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang (*doing new thing*). Selain itu, inovasi dapat diartikan pula sebagai kemampuan untuk melakukan suatu hal yang baru dan berbeda. Sesuatu yang baru dan berbeda tersebut dapat dalam bentuk hasil, seperti barang dan jasa, serta dapat pula dalam bentuk proses seperti ide, metode, dan cara menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda. Hal tersebut, diciptakan melalui proses berfikir kreatif dan bertindak inovatif yang merupakan nilai tambahan dan keunggulan yang berharga.

Inovasi sangat penting bagi strategi bisnis. Inovasi sebagai penerapan yang berhasil dari gagasan kreatif yang dapat meningkatkan kinerja optimal, menciptakan penilaian-penilaian baru dan ide-ide baru yang menawarkan produk yang inovatif. Oleh karena itu, peran inovasi sangat penting agar mendapatkan nilai tambah dan keunggulan yang berharga.

H. Inovasi Produk

Menurut Nasution (2005:44) mendefinisikan inovasi produk sebagai produk atau jasa baru yang diperkenalkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan pasar. Lebih lanjut dapat didefinisikan sebagai proses memperkenalkan teknologi baru untuk digunakan. Hasil dari proses ini berupa pengenalan barang dan jasa baru yang dapat digunakan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan. Menurut Kotler (2007:37) terdapat enam golongan inovasi produk antara lain, perluasan lini, produk baru, produk benar-benar baru, perbaikan dan revisi produk, penentuan kembali, dan pengurangan biaya.

Inovasi produk merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaing. Apabila produk tersebut memiliki suatu kelebihan yang dipandang sebagai nilai tambah bagi konsumen. Pengembangan produk baru memerlukan upaya, waktu dan

kemampuan termasuk besarnya resiko dan biaya kegagalan.

I. Pengembangan Produk

Produk baru sangat penting untuk mempertahankan tingkat pertumbuhan dan keuntungan perusahaan serta dapat menggantikan produk-produk yang sudah kuno..Ada enam langkah dalam proses pengembangan produk baru, yaitu membuat strategi produk baru, menghasilkan gagasan, penyaringan gagasan, analisis bisnis, pengembangan, dan uji coba pemasaran.

J. Proposisi

Penelitian ini didasarkan pada proposisi sebagai berikut:

Apabila pengusaha garmen muslim di Gresik memiliki motivasi dalam berwirausaha, maka proses pengembangan inovasi produk dapat terlaksana dengan baik.

III. METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, Nazir (2003:54) mengungkapkan bahwa pendekatan kualitatif adalah pendekatan dengan menggunakan data yang berupa kalimat tertulis atau lisan, peristiwa-peristiwa, pengetahuan, atau proyek studi yang bersifat deskriptif. Dalam metode kualitatif peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil peneliti kualitatif lebih

menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2011:1).

B. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini terbatas pada pengusaha garmen muslim di Gresik dan mencari jawaban bagaimana motivasi pengusaha dalam pengembangan inovasi produk.

C. Teknik Penentuan Informan

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling* dalam mendapatkan informan. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sumber data pada informan kunci dengan pertimbangan tertentu. Selanjutnya, penelitian menggunakan teknik *snowball sampling* untuk mendapatkan data yang lebih, dalam menjawab rumusan masalah penelitian ini.

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dengan cara sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer yang dijadikan sumber data dalam penelitian ini adalah pemilik usaha garmen muslim di Gresik yang memahami seluk beluk tentang motivasi berwirausaha Islam dan pengembangan inovasi produk yang dilakukan pada usaha garmennya. Hasil wawancara akan didokumentasikan dalam bentuk rekaman audio dan foto.

2. Data Sekunder

Data tambahan dalam penelitian ini adalah literatur-literatur yang berkaitan dengan motivasi berwirausaha dan inovasi produk. Selain itu membaca, jurnal, skripsi, tesis, buku, dan sumber lain melalui pencarian di internet tentang data jumlah penerbitan surat ijin industri di Gresik yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini.

E. Teknik Uji Keabsahan Data

Dalam memeriksa keabsahan data peneliti menggunakan metode triangulasi untuk memeriksa kebenaran data yang diperoleh kepada pihak-pihak lainnya yang dapat dipercaya. Adapaun teknik triangulasi yang digunakan adalah:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dalam penelitian ini hasil wawancara yang telah dilakukan dengan objek penelitian yakni para pengusaha garmen muslim, dibandingkan dengan keterangan yang diberikan informan kunci tentang motivasi berwirausaha dalam Islam yang dilakukan.

2. Triangulasi Metode

Dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan informasi yang didapat dari informan 1 hingga informan 6 dengan observasi di lapangan, misalnya berkaitan dengan pengembangan inovasi produk yang dilakukan.

3. Triangulasi Teori

Triangulasi teori dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan fakta-fakta yang terjadi di lapangan dengan teori-teori yang diungkapkan oleh para ahli sehingga menjadikan hasil penelitian yang didapat lebih akurat.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Motivasi Berwirausaha Menurut Pengusaha Garmen Muslim di Gresik

Dari penelitian yang telah dilakukan pada enam informan Bapak Ghomruddin memiliki motivasi berwirausaha untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Beliau memilih bisnis garmen muslim karena pada saat itu belum ada toko busana muslim. Menurut beliau dengan menjual garmen muslim beliau mendapatkan nilai lebih, karena pakaian muslim menutup aurat dan termasuk keperluan ibadah. Dalam menjalankan bisnis beliau menerapkan ajaran agama Islam sesuai tuntunan Rasul, karena bekerja dianggap sebagai ibadah kepada Allah SWT. Kalau hanya untuk mencari dunia saja yang didapat hanya dunia saja, tetapi apabila bekerja mencari akhirat juga yang didapat dunia dan akhirat.

Menurut Bapak Rusdi dengan melakukan kegiatan wirausaha memotivasi beliau untuk menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi pengangguran. Dulu sebelum menjadi pengusaha Beliau bekerja sebagai pegawai di perusahaan garmen terkenal kurang lebih selama 12 tahun. Berwirausaha sendiri membuat Beliau

merasa tertantang walaupun risikonya lebih besar. Berbisnis sesuai ajaran Islam juga diterapkan beliau dalam berbisnis seperti mengajarkan kepada karyawan dengan menghormati sesama rekan kerja, tidak memiliki utang piutang, tanggung jawab terhadap pekerjaan, memakai kerudung bagi pekerja perempuan yang mau menggunakan.

Sebelum menjadi pengusaha Ibu Ni'ma mempunyai keinginan bekerja di dinas perikanan tapi karena tidak lolos seleksi dan suami tidak merestui akhirnya memilih berwirausaha. Motivasi berwirausaha Ibu Ni'ma berbisnis garmen muslim karena sebagai wanita ingin memenuhi kebutuhan pakaian wanita muslim agar dapat menutup auratnya. Beliau berwirausaha juga untuk mengisi kesibukan, dapat ingin mandiri dalam keluarga. Berjualan baju yang tidak ketat dihindari oleh Ibu Ni'ma agar bisnisnya tetap sesuai dengan kaidah Islam. Dalam proses jual belinya terdapat akad antara penjual dan pembeli.

Ibu Aziah pernah bekerja sebagai guru selama 7 tahun. Setelah memiliki anak beliau ingin dapat mengawasi anaknya sekaligus bisa mandiri mencari uang, sehingga memutuskan untuk berwirausaha. Suami Ibu Aziah sudah memiliki usaha songkok terlebih dahulu, agar bisa sejalan dengan bisnis suaminya beliau memilih bisnis garmen muslim berupa mukena. Ibu Aziah termotivasi berwirausaha karena ingin

membantu ekonomi keluarga dan membantu tetangga yang pengangguran. Bekerja dalam Islam diniati Ibu Aziah sebagai ibadah kepada Allah SWT agar dapat dunia dan akhirat.

Ibu Asnawiyah berwirausaha karena bisnis garmen muslim ini sudah turun temurun dari keluarga. Pekerjaan ini dianggap sebagai hobi, sehingga beliau dapat mandiri dalam mencari nafkah dan bekerja dilakukan sebagai ibadah kepada Allah SWT. Bapak Abud juga memilih berwirausaha karena usaha yang dijalankan merupakan turun temurun dari kakeknya. Sebagai kepala keluarga beliau bertanggung jawab mencari nafkah dan dengan berwirausaha beliau dapat menghabiskan banyak waktu dengan keluarga. Disiplin dalam bekerja diterapkan kepada karyawan, sholat merupakan kunci keberhasilan usaha.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pengusaha garmen muslim di Gresik cukup termotivasi untuk berwirausaha sesuai dengan ajaran agama Islam, dari kegiatan wirausaha tersebut pengusaha dituntut untuk dapat mandiri dalam mencari nafkah sebagai kewajiban ibadah kepada Allah SWT.

B. Motivasi dalam Pengembangan Inovasi Produk Pengusaha Garmen Muslim

Dari penelitian yang dilakukan pada enam informan pengusaha garmen muslim di Gresik cukup termotivasi melakukan kegiatan wirausaha. Pengusaha yang

memiliki motivasi diri kuat, segala perubahan dan ide yang diciptakan dapat diaplikasikan dengan mudah. Selain itu pengusaha tidak akan mudah menyerah terhadap kegagalan dalam menjalankan ide baru. Sebuah bisnis tidak dapat bertahan lama ditengah persaingan, jika pelaku usahanya tidak memiliki inovasi dalam menjalankan bisnisnya.

Inovasi yang dibutuhkan adalah kemampuan wirausahawan dalam menambahkan nilai guna atau nilai manfaat terhadap suatu produk dan menjaga mutu produk dengan memperhatikan "*market oriented*" atau apa yang sedang laku di pasaran. Pada dasarnya kesempatan atau peluang suatu usaha di dalam memutuskan untuk menciptakan produk baru didasarkan pada adanya kesenjangan antara kepuasan pelanggan dengan harapan pelanggan terhadap suatu produk. Kodama (1995) mengemukakan bahwa yang terpenting dalam pengembangan produk adalah kemampuan untuk mengubah jarak permintaan dengan harapan yang samar-samar menjadi produk yang nyata.

Keberhasilan pengembangan produk ditentukan oleh enam faktor, yaitu strategi produk baru, menghasilkan gagasan atau ide, penyaringan gagasan, analisis bisnis, pengembangan, dan uji coba pemasaran. Keberhasilan pengembangan produk baru akan berdampak pada dihasilkannya produk yang lebih unggul.

Pentingnya pengembangan produk baru agar mampu mempertahankan tingkat pertumbuhan dan keuntungan perusahaan serta dapat menggantikan produk-produk yang sudah kuno.

Informan pertama dengan Bapak Ghomruddin termotivasi melakukan pengembangan inovasi produk karena melihat permintaan dari konsumen yang menginginkan produk terbaru. Awalnya beliau melakukan modifikasi jilbab polos yang diberi bordiran dan busana muslim wanita diberi tambahan aksesoris manik-manik agar terlihat lebih menarik. Ternyata modifikasi ini mendapatkan respon yang baik dari konsumen, sehingga Bapak Ghomruddin terus mengembangkan modifikasi pada produknya dengan membuat desain yang mengikuti tren pasar.

Bapak Rusdi dalam usahanya selalu melakukan survey pasar untuk mengetahui keinginan konsumen agar bisnis garmen muslimnya terus berkembang. Pengembangan inovasi produk yang dilakukan beliau dengan mengeluarkan 80 desain baru setiap tahunnya. Hal ini dilakukan, karena Bapak Rusdi ingin produknya memiliki keunggulan, keunikan desain, dan agar berbeda dengan produk pesaing. Walaupun dalam menjalankan bisnisnya beliau melakukan pengurangan biaya bahan baku, tetap tidak mengurangi kualitas produk yang dihasilkan dan dijual dengan harga yang sesuai pasar.

Usaha garmen muslim yang dilakukan Ibu Ni'ma sudah dikatakan sukses dengan memajukan bisnis ini melalui pengembangan inovasi produk. Beliau mempunyai target segmen pasar dikalangan ibu-ibu muslimah. Ibu Ni'ma mencoba untuk mengikuti tren dengan melakukan modifikasi sesuai keinginan konsumen. Produk yang dijual beliau terdapat banyak beragam pilihan, sehingga memudahkan konsumen untuk memilih produk yang diinginkan.

Melihat kondisi pasar yang berubah-ubah Ibu Aziah dituntut untuk dapat menciptakan ide baru dengan pengembangan inovasi produk terhadap produk mukena yang dijualnya. Produk mukena ini penjualannya tidak seperti jilbab yang mudah diminati oleh konsumen. Agar tetap disukai konsumen beliau mengeluarkan desain produk mukena yang disesuaikan dengan pasar dan mengikuti tren. Selain mukena, Ibu Aziah memiliki gagasan baru dengan memanfaatkan sisa kain mukena dijadikan sarung tangan untuk keperluan umroh dan haji. Produk ini sudah sangat diterima dengan baik oleh pasar.

Sebagai pengusaha Ibu Asnawiyah telah melakukan pengembangan inovasi produk. Sebagian busana muslim yang dijual merupakan hasil produksi sendiri dengan desain yang berbeda di pasaran, sehingga memiliki keunikan dan keunggulan pada produknya. Pemberian ide produk baru kadang datang dari konsumen

langsung dan selalu mengikuti tren yang mengambil referensi dari majalah, internet, dan survei pasar. Modifikasi produk pernah dilakukan Ibu Asnawiyah, misal baju kebaya dijadikan busana muslim dengan penambahan kaos.

Bapak Abud melakukan pengembangan inovasi produk dengan menghasilkan produk sarung sendiri. Sarung yang dihasilkan memiliki ide desain dengan motif dan pewarnaan dari Bapak Abud sendiri. Survei pasar juga dilakukan untuk mengetahui kualitas sarung yang dijual sudah bagus atau belum. Apabila terdapat cacat pada sarung, Bapak Abud meneliti terlebih dahulu kemudian dibuat produk baru lagi sesuai keinginan konsumen.

Berdasarkan penjelasan di atas mayoritas pengusaha garmen muslim di Gresik telah termotivasi melakukan pengembangan inovasi produk. Hal ini dilakukan dengan survei pasar dan karena adanya keinginan akan produk baru dari konsumen, sehingga pengusaha dituntut untuk dapat menciptakan ide baru terhadap produk yang dijualnya. Pengusaha melakukan yang menghasilkan produk sendiri selalu mengeluarkan desain-desain terbaru dengan menyediakan beragam pilihan motif dan warna. Sedangkan pengusaha yang memodifikasi produk dengan memperbaharui produk yang sudah ada seperti jilbab polos yang berikan bordir, busana muslim yang diberi

tambahan manik-manik agar terlihat lebih menarik konsumen untuk membeli.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan di sekitar pasar Gresik yang beralamat di jalan H. Samanhudi, K.H. Abdul Karim, Pahlawan, dan K.H. Agus Salim saja tidak mencakup keseluruhan kota Gresik. Dalam mencari informan penulis mengalami kesulitan menemukan informan yang bersedia diwawancarai. Keterbatasan peneliti saat mencari objek penelitian yaitu tempatnya tidak saling berdekatan dan tidak bisa mewawancarai informan secara mendalam karena terbatasnya waktu informan bekerja, sehingga data yang diperoleh kurang mencukupi.

V. SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa motivasi berwirausaha pengusaha garmen muslim di Gresik adalah berwirausaha sesuai ajaran agama Islam dan bekerja secara mandiri dalam mencari nafkah sebagai kewajiban ibadah kepada Allah SWT. Dari motivasi tersebut semua pengusaha garmen muslim berani mencoba untuk melakukan pengembangan inovasi produk, sehingga mampu memanfaatkan peluang dengan menciptakan produk baru, memodifikasi produk lama menjadi baru, menghasilkan produk garmen muslim yang disukai konsumen, mengembangkan segmen

pasar yang dituju, perbaikan produk untuk meningkatkan kualitas dan memberikan nilai tambah agar usahanya semakin maju dan sukses.

B. SARAN

1. Bagi pengusaha garmen muslim, dari hasil penelitian ini pengusaha yang hanya memodifikasi produk diharapkan mampu menghasilkan produk sendiri dengan mengembangkan pasar ke luar kota hingga luar negeri.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan atau bahan referensi tanpa mengubah tema dari penelitian ini dengan menambah aspek lain yang diteliti.
3. Bagi pemerintah tidak memasukkan barang-barang impor dengan menjual harga produksi di bawah harga lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Johan. 2009. *Etika Bisnis Islam*. Semarang: Walisongo Press.
- Badan Pusat Statistik Gresik (BPS Gresik). 2013. (<http://www.gresikkab.bps.go.id>, diakses 12 Mei 2014).
- Departemen Agama RI (Depag RI). 2005. *Al-quran dan Terjemahannya (revisi terbaru Departemen Agama RI dengan Transliterasi Arab-Latin (rummy)*. Semarang: CV. Asy Syifa'.
- Drucker, Peter. F. 1985. *Innovation and Entrepreneurship Practice and Principles*. New York: Harper & Row, Publisher, Inc.
- Maslow, Abraham H. 1984. *Motivasi dan Kepribadian: Teori Motivasi dengan Ancangan Hirarki Kebutuhan Manusia*. Diterjemahkan oleh Nurul Iman. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo
- Mursi, Abdul Hamid. 1997. *SDM yang Produktif: Pendekatan Al-Quran dan Sains*. Jakarta: Gema Insani Press
- Nasution, H.N. 2005. *Inovasi Organisasi : Konsep dan Pengukuran*. Usahawan No. 09 th XXXIV September 2005.
- Suharyadi dkk. 2008. *Kewirausahaan Membangun Usaha Sukses Usia Muda*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryana. 2011. *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat
- Wahyosumindjo. 1987. *Kepemimpinan dan Motivasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.