

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Motivasi

Istilah motivasi atau motif populer didalam dunia kehidupan yang menuntut prestasi. Di lingkungan kerja dikenal istilah motivasi kerja dan pada konteks proses pendidikan dan pembelajaran dikenal dengan istilah motivasi belajar. Namun demikian adakalanya istilah motivasi dipasangkan dengan kata yang kurang padan, misalnya, seperti pada pertanyaan berikut, “Apa motivasi Anda memanjat bukit ini?” Istilah motivasi dalam kaitannya dengan pernyataan ini lebih bermakna tujuan atau harapan tersembunyi ketimbang motivasi dalam makna sesungguhnya.

Apakah motivasi itu? Pertanyaan ini biasanya tidak terjawab secara tuntas, karena tidak ada satu definisi pun yang benar-benar dapat memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai perilaku individu atau komunitas tertentu. Satu definisi biasanya hanya mewakili satu perspektif pemikiran atau sudut pandang. Motivasi diartikan sebagai kekuatan, dorongan, kebutuhan, semangat, tekanan, atau mekanisme psikologi yang mendorong seseorang atau sekelompok orang untuk mencapai prestasi tertentu sesuai dengan apa yang dikehendakinya. Dalam arti kognitif, motivasi diasumsikan sebagai aktivitas individu untuk menentukan kerangka dasar tujuan dan penentu perilaku untuk mencapai tujuan itu. Dalam arti afeksi, motivasi bermakna

sikap dan nilai dasar yang dianut oleh seseorang atau kelompok orang untuk bertindak atau tidak bertindak.¹

Istilah motivasi paling tidak memuat tiga unsur esensial. *Pertama*, faktor pendorong atau pembangkit motif, baik internal maupun eksternal. *Kedua*, tujuan yang ingin dicapai. *Ketiga*, strategi yang diperlukan oleh individu atau kelompok untuk mencapai tujuan tersebut². Misalnya, mengisi waktu luang dengan berbisnis, maka orang akan mencari informasi-informasi tentang bisnis yang akan dijalankannya. Kemudian mempelajari serta mempraktekan sedikit demi sedikit dengan seksama bertujuan agar bisnis yang dijalankan lebih berkembang untuk kedepannya.

Pada dasarnya setiap orang mempunyai motivasi untuk apa yang dilakukannya baik sekarang atau akan datang. Menurut Greenberg dan Baron, *motivation as a set of process that arouse, direct, and maintain human behavior toward attaining some goal*. Definisi ini memberikan pengertian bahwa motivasi adalah proses yang membangkitkan, mengarahkan, dan menjaga/memelihara perilaku manusia agar terarah pada tujuan.³ Dan motivasi mempunyai 3 komponen, yaitu:

1. *Arousal*, sesuatu yang membangkitkan. Hal ini berkaitan dengan dorongan (*drive*) atau energy (*energy*) di balik perilaku. Misalnya seseorang dapat memiliki keinginan untuk mendapatkan usaha yang berkembang pesat dan mendapatkan penghasilan yang cukup besar. Kondisi ini dapat

¹ Sudarwan Danim, *Motivasi Kepemimpinan dan Efektivitas Kelompok*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), 2.

² *Ibid.*, 2.

³ Fakultas Psikologi Universitas Airlangga, *Psikologi Industri dan Organisasi*, (Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Airlangga, 2005), 62.

menstimulasi orang tersebut melakukan berbagai hal untuk mencapai keinginannya.

2. *Direction*, arah tindakan yang diambil. Dalam contoh di atas, orang tersebut dapat memilih tindakan yang diambil berupa berkomunikasi yang baik dengan pelanggannya, menambah mitra kerja untuk membuat target pasar yang lebih luas, menyebarkan brosur-brosur/member info tentang keunggulan atau kelebihan produknya agar orang lain dapat mengenal/mengetahui tentang produk yang diperjual belikan agar usahanya berkembang pesat dan mendapatkan penghasilan yang cukup besar.
3. *Maintenance*, seberapa lama seseorang akan bertahan pada pilihan yang dibuatnya untuk mencapai tujuan tersebut⁴.

Sedangkan menurut Stanley Vance mengatakan bahwa pada hakikatnya motivasi adalah perasaan atau keinginan seseorang yang berada dan bekerja pada kondisi tertentu untuk melaksanakan tindakan-tindakan yang menguntungkan dilihat dari perspektif pribadi dan terutama organisasi.⁵

Motivasi dapat diartikan sebagai keadaan kejiwaan dan sikap mental manusia yang memberikan energi, mendorong kegiatan (*moves*), dan mengarah atau menyalurkan perilaku kearah mencapai kebutuhan yang memberi kepuasan atau mengurangi ketidakpuasan.

Berdasarkan kedua aspek itu, motivasi pasif yang telah dikemukakan di atas, motivasi kerja tampak sebagai kebutuhan pokok manusia, dan yang

⁴ Ibid., 62.

⁵ Sudarwan Danim, *Motivasi Kepemimpinan dan Efektivitas Kelompok*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), 15.

kedua motivasi kerja sebagai insentif yang diharapkan memenuhi pokok yang diinginkan. Selanjutnya berdasarkan pandangan tersebut, motivasi dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Setiap perasaan atau kehendak dan keinginan yang sangat mempengaruhi kemauan individu sehingga individu tersebut didorong untuk berperilaku dan bertindak.
2. Pengaruh kekuatan yang menimbulkan perilaku individu.
3. Setiap tindakan atau kejadian yang menyebabkan berubahnya perilaku seseorang.
4. Proses yang menentukan gerakan atau perilaku individu kepada tujuan (*goal*).

Rumusan di atas bersifat netral, artinya bahwa rumusan tersebut tidak menentukan apakah perilaku tersebut diinginkan atau tidak diinginkan dari sudut pandang manapun. Oleh karena itu, dari pengertian di atas masalahnya sama dapat diterapkan terhadap kerjasama maupun perjuangan yang gigih. Di pihak lain, rumusan tersebut bersifat objektif karena kriterianya adalah tindakan yang terjadi atau tidak terjadi.

Secara umum teori-teori motivasi dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua) yaitu *Content theory* dan *Process theory*.

1. *Content theory* mengasumsikan bahwa faktor-faktor yang membangkitkan, mengarahkan, dan mempertahankan perilaku berada di dalam diri individu. Pendekatan ini memfokuskan pada upaya mengidentifikasi elemen internal yang penting dan menjelaskan bagaimana elemen ini diprioritaskan dalam

diri individu. *Content theory* dalam motivasi lebih menekankan pada pertanyaan “apa” yang menyebabkan seseorang termotivasi.⁶ *Content theory* antara lain:

- a. Teori Hirarki Kebutuhan Maslow
- b. Teori *Existence-Relatedness-Growth* (ERG) Alderfer
- c. Model Motivator – Hygiene Herzberg
- d. Teori Motivasi Mc Clelland⁷

2. *Process theory* menjelaskan bahwa berusaha untuk menggambarkan bagaimana perilaku dibangkitkan, diarahkan dan dipertahankan. Teori ini memfokuskan pada proses psikologi tertentu yang mendasari perilaku. *Process theory* lebih berusaha mencari jawaban atas pertanyaan “mengapa” seseorang termotivasi.⁸ *Process theory* antara lain:

- a. Teori Harapan (*expectancy theory*) dari Vroom
- b. Model Motivasi dalam Kerja dari Porter dan Lawler
- c. *Equity theory* dari Stacy Adams⁹

Dari beberapa teori motivasi tersebut, maka teori yang dipakai dalam skripsi ini adalah teori motivasi yang dikembangkan oleh Abraham Maslow yang dikenal dengan “*Teori Hierarki Kebutuhan*”. Alasan penulis menggunakan teori ini, karena teori ini merupakan teori dasar yang mewakili kebutuhan-kebutuhan manusia. Sebelum individu melangkah menuju puncak maka individu tersebut harus melangkah dari dasar, ketika sudah terpenuhi

⁶ Fakultas Psikologi Universitas Airlangga, *Psikologi Industri dan Organisasi*, (Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Airlangga, 2005), 63.

⁷ *Ibid.*, 67.

⁸ *Ibid.*, 63.

⁹ *Ibid.*, 75.

langkah tersebut maka maju menuju langkah yang selanjutnya dan selanjutnya hingga puncak tertinggi.

Menurut Maslow sebagaimana yang dikutip oleh Syamsu Yusuf dan Dr. A. Juntika Nurihsan yang berpendapat bahwa, motivasi manusia diorganisasikan ke dalam sebuah hirarki kebutuhan yaitu suatu susunan kebutuhan yang sistematis, suatu kebutuhan dasar harus dipenuhi sebelum kebutuhan dasar lainnya muncul.¹⁰ Kebutuhan ini bersifat instinktif yang mengaktifkan atau mengarahkan perilaku manusia. Meskipun kebutuhan itu bersifat instinktif, namun perilaku yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan tersebut sifatnya dipelajari, sehingga terjadi variasi perilaku dari setiap orang dalam cara memuaskannya. Kebutuhan itu mempunyai beberapa karakteristik sebagai berikut.

- 1) Kebutuhan yang lebih rendah dalam hirarki merupakan kebutuhan yang kuat, potensial, dan prioritas; sementara yang lebih tinggi dalam hirarki merupakan kebutuhan yang paling lemah.
- 2) Kebutuhan yang lebih tinggi muncul terakhir dalam rentang kehidupan manusia. Kebutuhan fisiologi (biologis) dan rasa aman muncul pada usia anak, kebutuhan akan pengakuan dan penghargaan muncul pada usia remaja, sementara kebutuhan aktualisasi diri muncul pada usia dewasa.
- 3) Kebutuhan yang lebih tinggi kurang diperlukan dalam rangka mempertahankan hidup, sehingga pemuasnya dapat diabaikan. Kegagalan dalam pemuasannya dapat diabaikan. Kegagalan dalam pemuasannya tidak

¹⁰ Syamsu Yusuf dan Juntika Nurihsan, *Teori Kepribadian*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), 156.

akan menimbulkan krisis, tidak seperti apabila gagal dalam memenuhi kepuasan kebutuhan yang lebih rendah. Dengan alasan ini, Maslow menyebut kebutuhan yang lebih rendah ini dengan kebutuhan *deficit* atau defisiensi. Kegagalan dalam memuaskan kebutuhan ini akan mengakibatkan defisiensi (ketidaknyamanan) dalam diri individu.

- 4) Walaupun kebutuhan yang lebih tinggi itu kurang begitu perlu dalam rangka *survival*, namun kebutuhan itu memberikan kontribusi terhadap *survival* itu sendiri dan juga perkembangan. Kepuasan yang diperoleh dari kebutuhan yang lebih tinggi itu dapat meningkatkan kesehatan, panjang usia, dan efisiensi biologis. Dengan alasan ini, Maslow menamakan kebutuhan ini dengan kebutuhan perkembangan atau berada (*growth or being needs*).
- 5) Pemuasan kebutuhan yang lebih tinggi memerlukan situasi eksternal yang lebih baik (sosial, ekonomi, dan politik) daripada pemuasan kebutuhan yang lebih rendah. Contoh: untuk mengejar aktualisasi diri diperlukan suasana kehidupan yang memberi kebebasan untuk berekspresi dan berpeluang.¹¹

Hirarki kebutuhan menurut Maslow adalah sebagai berikut:

a. Fisiologis

Yang paling dasar, paling kuat, dan paling jelas di antara segala kebutuhan manusia adalah kebutuhan untuk mempertahankan hidupnya secara fisik, yaitu kebutuhan makan, minum, tempat berteduh, seks, tidur,

¹¹ Ibid.,156-157.

dan oksigen. Seseorang yang mengalami kekurangan makan, harga diri, dan cinta, pertama-tama akan memburu makan terlebih dahulu. Ia akan menahan kebutuhan fisiologis lainnya sampai kebutuhan itu terpenuhi. Memang, diantara sekian banyak kebutuhan fisik, makanan adalah yang paling utama, baru menyusul pakaian, perumahan, dan sebagainya.

b. Keamanan dan rasa aman

Kebutuhan pada tahap kedua ini berkaitan dengan keamanan dan rasa aman seseorang secara fisik maupun emosi. Kebutuhan ini memotivasi untuk mencari kerja, menjadi peserta asuransi, atau menabung uang. Orang dewasa yang sehat mentalnya, ditandai dengan perasaan aman, bebas dari rasa takut dan cemas. Sementara yang tidak sehat ditandai dengan perasaan seolah-olah selalu dalam keadaan terancam bencana besar.¹²

c. Belongingsness

Apabila kebutuhan fisiologis dan rasa aman sudah terpenuhi, maka individu mengembangkan kebutuhan untuk diakui dan disayangi atau dicintai. Kebutuhan ini dapat diekspresikan dalam berbagai cara, seperti: persahabatan, percintaan, atau pergaulan yang lebih luas. Melalui kebutuhan ini seseorang mencari pengakuan, dan curhatan kasih sayang dari orang lain, baik dari orang tua, saudara, guru, pimpinan, teman, atau orang dewasa lainnya.

Kebutuhan untuk diakui lebih sulit untuk dipenuhi pada suasana masyarakat yang mobilitasnya sangat cepat, terutama di kota besar, yang

¹² Syamsu Yusuf dan Juntika Nurihsan, *Teori Kepribadian*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), 158.

gaya hidupnya sudah bersifat individualistik. Hidup bertetangga, aktif di organisasi, atau persahabatan dapat memberikan kepuasan akan kebutuhan ini.

Kebutuhan akan kasih sayang, atau mencintai dan dicintai dapat dipenuhi melalui hubungan yang akrab dengan orang lain. Maslow membedakan antara cinta dengan seks, meskipun diakuinya bahwa seks merupakan salah satu cara pernyataan kebutuhan cinta. Dia sependapat dengan rumusan cinta dari Rogers yaitu: keadaan dimengerti secara mendalam dan diterima dengan sepenuh hati. Maslow berpendapat bahwa kegagalan dalam mencapai kepuasan kebutuhan cinta atau kasih sayang merupakan penyebab utama dari gangguan emosional atau *maladjustment*.

d. Harga diri dan ego

Adalah kebutuhan untuk dihormati dan dihargai oleh orang lain. Dalam organisasi dapat berupa kebutuhan untuk memperoleh status yang tinggi, kebebasan dan dikenal sebagai seseorang yang berhasil.

e. Kebutuhan kognitif

Secara alamiah manusia memiliki hasrat ingin tau (memperoleh pengetahuan, atau pemahaman tentang sesuatu). Hasrat ini mulai berkembang sejak akhir usia bayi dan awal masa anak, yang diekspresikan sebagai rasa ingin tahunya dalam bentuk pengajuan pertanyaan tentang berbagai hal, baik diri maupun lingkungannya. Rasa ingin tahu ini biasanya terhambat perkembangannya oleh lingkungan, baik keluarga maupun sekolah. Kegagalan dalam memenuhi kebutuhan ini akan menghambat

pencapaian perkembangan kepribadian secara penuh. Menurut Maslow, rasa ingin tahu ini merupakan ciri mental yang sehat. Kebutuhan kognitif ini diekspresikan sebagai kebutuhan untuk memahami, menganalisis, mengevaluasi, menjelaskan, mencari sesuatu atau suasana baru dan meneliti.

f. Kebutuhan estetika

Kebutuhan estetik (*order and beauty*) merupakan ciri orang yang sehat mentalnya. Melalui kebutuhan inilah manusia dapat mengembangkan kreativitasnya dalam bidang seni (lukis, rupa, patung, dan grafis), arsitektur, tata busana, dan tata rias. Disamping itu orang yang sehat mentalnya ditandai dengan kebutuhan keteraturan, keserasian, atau keharmonisan dalam setiap aspek kehidupannya, seperti dalam cara berpakaian (rapi dengan keterpaduan warna yang serasi), dan pemeliharaan ketertiban lalu lintas. Orang yang kurang sehat mentalnya, atau sedang mengalami gangguan emosional, dan stress biasanya kurang memperhatikan kebersihan, dan kurang apresiatif terhadap keteraturan dan keindahan.

g. Aktualisasi diri

Merupakan tingkat kebutuhan yang tertinggi, yaitu kebutuhan untuk merealisasikan seluruh potensi yang dimiliki. Dalam organisasi dapat berupa kebutuhan untuk mengatasi tugas-tugas yang menantang, kreatif (memiliki kemampuan untuk menciptakan atau menghasilkan sesuatu yang baru) dan inovatif (bersifat memperkenalkan sesuatu yang baru).

Sedangkan orang yang melakukan pembaharuan disebut “innovator”). Maslow berpendapat bahwa manusia dimotivasi untuk menjadi segala sesuatu yang dia mampu untuk itu. Walaupun kebutuhan lainnya terpenuhi, namun apabila kebutuhan aktualisasi diri tidak terpenuhi, tidak mengembangkan atau tidak mampu menggunakan kemampuan bawaannya secara penuh, maka seseorang akan mengalami kegelisahan, ketidaksenangan, atau frustrasi.¹³

Individu beralih dalam hirarki kebutuhan melalui suatu siklus yang dinamis dari deprivasi, dominasi, pemuasan dan aktivasi. Artinya jika seseorang mengalami deprivasi (tidak terpenuhinya suatu kebutuhan) pada suatu tingkat hirarki tertentu, kebutuhan yang tidak terpuaskan itu akan mendominasi arah pikiran dan tindakannya menuju tercapainya kepuasan kebutuhan tersebut. Tetapi jika kebutuhan itu telah terpuaskan kebutuhan itu akan berhenti mendominasi kesadaran orang tersebut. Setelah itu, kebutuhan pada tingkat selanjutnya akan teraktivasi. Siklus ini akan terus berulang pada setiap tingkat hirarki sampai individu mencapai tingkat aktualisasi diri.

Maslow berpendapat sebagaimana yang dikutip oleh Syamsu Yusuf¹⁴ bahwa seseorang akan memiliki kepribadian yang sehat, apabila dia telah mampu untuk mengaktualisasikan dirinya secara penuh (*self-actualizing person*). Dia mengemukakan teori motivasi bagi *self-actualizing peson* dengan nama *metamotivasion, meta-needs, B-*

¹³ Syamsu Yusuf dan Juntika Nurihsan, *Teori Kepribadian*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), 157-161.

¹⁴ *Ibid.*, 161.

motivation, atau being values (kebutuhan untuk berkembang). Seseorang yang mampu mengaktualisasikan dirinya tidak termotivasi untuk mengejar sesuatu (tujuan) yang khusus, mereduksi ketegangan, atau memuaskan sesuatu kekurangan. Mereka secara menyeluruh tujuannya akan memperkaya, memperluas kehidupannya dan mengurangi ketegangan melalui bermacam-macam pengalaman yang menantang. Dia berusaha untuk mengembangkan potensinya secara maksimal, dengan memperhatikan lingkungannya. Dia juga berada dalam keadaan menjadi yaitu, spontan, alami, dan senang mengekspresikan potensinya secara penuh.

Sementara motivasi bagi orang yang tidak mampu mengaktualisasikan dirinya, dia namai *D-mitivation atau Defiancy*. Tipe motivasi ini cenderung mengejar hal yang khusus untuk memenuhi kekurangan dalam dirinya, seperti mencari makanan untuk memenuhi rasa lapar. Ini berarti bahwa kebutuhan khusus (lapar) untuk tujuan yang khusus (makan) menghasilkan motivasi untuk memperoleh sesuatu yang dirasakan kurang (mencari makan). Motif ini tidak hanya berhubungan dengan kebutuhan fisiologis, tetapi juga rasa aman, cinta kasih, dan penghargaan.

Terkait dengan *metaneeds*, Maslow selanjutnya mengatakan bahwa kegagalan dalam memuaskannya akan berdampak kurang baik bagi individu, sebab dapat menggagalkan pemuasan kebutuhan lainnya, dan juga melahirkan metapatologi yang dapat merintanginya.

Metapatologi merintangi *self-actualizer* untuk mengekspresikan, menggunakan, memenuhi potensinya, merasa tidak berdaya, dan depresi. Individu tidak mampu mengidentifikasi sumber penyebab khusus dari masalah yang dihadapinya dan usaha untuk mengatasinya.

Berikut ini dikemukakan mengenai ciri-ciri dari *metaneeds* dan *metapatologis*.

Ciri-ciri Metaneeds dan Metapatologis

| METANEEDS | METAPATOLOGIS |
|-----------------------|--|
| Sikap percaya | Tidak percaya, sinis dan skeptis |
| Bijak dan baik | Benci dan memuakkan |
| Indah (estetis) | Vulgar dan mati rasa |
| Kesatuan (menyeluruh) | Disintegrasi |
| Enerjik | Kehilangan semangat hidup, pasif, dan pesimis |
| Pasti | Kacau dan tidak dapat diprediksi |
| Lengkap | Tidak lengkap dan tidak tuntas |
| Adil dan altrius | Suka marah-marah, tidak adil, dan egois |
| Berani | Rasa tidak aman dan memerlukan bantuan |
| Sederhana (simple) | Sangat kompleks dan membingungkan |
| Bertanggung jawab | Tidak bertanggung jawab |
| Penuh makna | Tidak tahu makna kehidupan, kehilangan harapan dan putus asa |

Mengenai *self-actualizing person*, atau orang yang sehat mentalnya, Maslow mengemukakan ciri-cirinya sebagai berikut:

- 1) Mempersepsi kehidupan atau dunianya sebagaimana apa adanya, dan merasa nyaman dalam menjalannya.
- 2) Menerima dirinya sendiri, orang lain, dan lingkungannya.
- 3) Bersikap spontan, sederhana, alami, bersikap jujur, tidak dibuat-buat, dan terbuka.
- 4) Mempunyai komitmen atau dedikasi untuk memecahkan masalah di luar dirinya (yang dialami orang lain).
- 5) Bersikap mandiri atau independen.
- 6) Memiliki apresiasi yang segar terhadap lingkungan di sekitarnya.
- 7) Mencapai puncak pengalaman yaitu suatu keadaan seseorang yang mengalami kegembiraan yang luar biasa. Pengalamn ini cenderung bersifat mistik atau keagamaan.
- 8) Memiliki minat sosial: simpati, empati, dan altruis.
- 9) Sangat senang menjalin hubungan interpersonal (persahabatan atau persaudaraan) dengan orang lain.
- 10) Bersikap demokratis (toleran, tidak rasialis, dan terbuka).
- 11) Kreatif (fleksibel, spontan, dan tidak takut salah).¹⁵

Tidak mudah untuk mencapai tingkat aktualisasi diri. Untuk sampai dalam tahap ini mereka harus mempunyai pondasi yang kuat. Mereka sudah melewati tahapan rasa kebutuhan diri, rasa aman, rasa

¹⁵ Ibid., 163.

percaya diri, dan kasih sayang. Kalau sudah melewati tahapan-tahapan tersebut tidak akan sulit bagi mereka untuk mengaktualisasikan diri. Dan yang pasti orang yang mampu beraktualisasi diri dengan baik, akan merasa begitu dekat dengan penciptanya. Karena dalam kontemplasi¹⁶ diri sebagai manusia dia menemukan makna hidup.

B. Bisnis

Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis dari bahasa Inggris *business*, dari kata dasar *busy*, yang berarti “sibuk” dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan.

Dalam ekonomi kapitalis, dimana kebanyakan bisnis dimiliki oleh pihak swasta, bisnis dibentuk untuk mendapatkan profit¹⁷ dan meningkatkan kemakmuran para pemiliknya. Pemilik dan operator dari sebuah bisnis mendapatkan imbalan sesuai dengan waktu, usaha, atau modal (kapital) yang mereka berikan. Namun tidak semua bisnis mengejar keuntungan seperti ini, misalnya bisnis koperasi yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan semua anggotanya atau instansi pemerintah yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan rakyat. Model bisnis seperti ini kontras dengan sistem

¹⁶ Kontemplatif berasal dari Bahasa Latin (*Contemplare*) berarti merenung dan memandang. Kontemplatif merupakan cara hidup yang mengutamakan kehidupan penuh ketenangan, bermatiraga dan bertapa sehingga dapat berdo'a dan bersemedi dengan lebih mudah.

¹⁷ Pengertian profit adalah keuntungan atau nilai lebih yang diperoleh oleh pelaku ekonomi dari hasil penjualan setelah dikurangi modal dan biaya produksi lainnya.

sosialistik, dimana bisnis besar kebanyakan dimiliki oleh pemerintah, masyarakat umum, atau serikat pekerja.

Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata "bisnis" sendiri memiliki tiga penggunaan, tergantung skupnya--- penggunaan singular kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan.

Ada beberapa pendapat menurut beberapa tokoh tentang pengertian bisnis, antara lain:

1. Hughes dan Kapoor menyatakan bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Secara umum kegiatan ini ada di dalam masyarakat, dan dalam industri. Orang yang berusaha menggunakan uang dan waktu dengan menanggung resiko, dalam menjalankan kegiatan bisnis disebut *entrepreneur*.
2. Pendapat lain menyatakan bahwa bisnis ialah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa, dan pemerintahan, yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa ke konsumen. Istilah bisnis pada umumnya ditekankan pada 3 hal yaitu: usaha-usaha perorangan kecil-kecilan dalam bidang barang dan jasa, usaha perusahaan besar seperti

pabrik, transport, perusahaan surat kabar, hotel, dan sebagainya, dan usaha dalam bidang struktur ekonomi suatu bangsa.

3. Brown dan Petrello menyatakan bisnis ialah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnis pun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba. Yang dimaksud dengan laba ialah penerimaan bisnis yang jumlahnya lebih besar dari pada biaya yang sudah dipertimbangkan untuk menghasilkan barang dan jasa. Pengertian bisnis diatas menekankan pada kegiatan yang bersifat mencari laba, dengan menghasilkan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan konsumen. Sifat jasa ini tidak berujud, seperti jasa bidang keuangan, asuransi, transportasi, fasilitas umum, grosir, dan retail, banking, kesehatan. Juga bisnis yang menghasilkan barang seperti perumahan, pakaian, sandangan, pangan, papan. Di samping bisnis yang menghasilkan laba, juga ada bisnis yang tidak mencari laba, seperti: museum, sekolah, perguruan tinggi, masjid, perpustakaan, palang merah, dsb. Mereka menghasilkan jasa. Walaupun motifnya tidak mencari laba, namun mereka harus bekerja secara efisien, agar dapat mencapai tujuan organisasinya.¹⁸

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat antar sesama pelaku.

¹⁸ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: alfabeta, 2010), 21.

Dari kesimpulan bisnis tersebut, maka dapat ditarik suatu kesimpulan yang baru yaitu mengeneai tujuan utama dari bisnis ialah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (*needs and wants*) manusia. Tujuan lain dari bisnis ialah memperoleh keuntungan, sehingga mereka berani memikul resiko menanam modal dalam kegiatan bisnis. Dan ada pula bisnis yang tidak mengejar keuntungan, namun mereka perlu bantuan guna menjaga kelangsungan kegiatan bisnisnya, seperti bisnis pemerintah yang memberikan layanan jasa untuk masyarakat, bisnis rumah sakit pemerintah, bisnis yang dilakukan oleh yayasan amal dan sosial.¹⁹ Berbagai macam bisnis ini akan makin berkembang sejalan dengan perkembangan masyarakat. Akhirnya terjadilah persaingan antara satu bisnis dengan bisnis lainnya. Persaingan yang sehat akan menimbulkan beberapa keuntungan yaitu:

1. Harga bagi konsumen bisa lebih rendah, karena produsen berusaha bekerja efisien dan menurunkan harga jual.
2. Bisnis berusaha meningkatkan pelayanan bagi konsumen.
3. Bisnis berusaha menciptakan barang baru dan mutu yang lebih baik.
4. Menghilangkan bisnis yang tidak mampu bekerja secara efisien dan yang memboroskan sumber daya.

Dari hasil penjualan barang dan jasa, bisnis memperoleh laba. Hal ini sesuai dengan prinsip ekonomi, yaitu dengan pengorbanan yang minimal mendapatkan keuntungan yang maksimal. Akan tetapi di Negara kita tidak membenarkan bisnis mencari keuntungan yang sebesar-besarnya tanpa

¹⁹ Ibid., 23.

memperhatikan kepentingan masyarakat. Misalnya, bisnis berusaha mengeduk keuntungan dengan cara menimbun barang, sehingga harga naik, baru barangnya dijual. Usaha bisnis di Negara kita harus mempertimbangkan kepentingan masyarakat banyak, tidak boleh untuk kepentingan segelintir orang atau sekelompok orang. Laba ini adalah sangat penting bagi bisnis sendiri maupun bagi pemerintah:

1. Laba menjadi tujuan dari kegiatan bisnis, agar dapat menjaga kelangsungan bisnisnya.
2. Laba adlah sebagai insentif atau pendorong untuk bekerja lebih efisien.
3. Laba yang dicapai merupakan ukuran standar perbandingan dengan bisnis lainnya.
4. Laba akan merupakan penghasilan bagi pemerintah, karena makin meningkat laba bisnis, maka meningkat pula penghasilan pemerintah melalui sistem perpajakan.²⁰

Menurut Skinner ada berbagai tujuan dari suatu bisnis, namun pada umumnya tujuan bisnis tersebut meliputi:

1. Profit (keuntungan).
2. Mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.
3. Pertumbuhan perusahaan.
4. Tanggung jawab social.²¹

Mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan merupakan tujuan yang wajar, karena tujuan yang lain dapat dicapai hanya bila bisnis tetap

²⁰ Ibid., 24.

²¹ Panji Anoraga, *Menenjemmen Bisnis* (Jakarta: PT.Rineka Cipta,2000), 14.

bertahan hidup. Sedangkan bertumbuh merupakan tujuan karena bisnis tidak dapat tetap seperti semula adanya. Peningkatan *market share*, pengembangan pribadi dan individu, dan peningkatan produktivitas merupakan tujuan pertumbuhan yang penting.

Saat ini pertanggung jawaban sosial merupakan tujuan yang penting. Bisnis juga harus menerima tanggung jawab mereka seperti pengendalian polusi, menghapus praktek-praktek diskriminasi, dan penghematan energi.

Meskipun kelangsungan hidup, pertumbuhan, dan pertanggung jawaban sosial merupakan tujuan yang penting, profit memegang peranan yang paling penting dalam berbisnis. Profit/keuntungan dapat dipandang dari dua sisi, yaitu keuntungan bisnis dan keuntungan ekonomis.

Keuntungan bisnis merupakan selisih antara pendapatan (penghasilan) dengan pengeluaran (biaya-biaya). Yaitu selisih antara harga jual dengan semua biaya produksi dan penjualan produk termasuk pajak. Kesuksesan organisasi bisnis dalam menghasilkan keuntungan karena produk dan jasa mereka secara efektif memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen.

Keuntungan ekonomis adalah sisa usaha setelah pengeluaran actual dan biaya peluang (*opportunity costs*) dikurangi dari pendapatan. Yang dimaksud dengan biaya peluang adalah biaya pemilihan untuk menggunakan sumber daya untuk suatu tujuan sementara mengorbankan alternative terbaik lainnya bagi pengguna sumber daya tersebut. Misalnya Carolien, pemilik sebuah toko bunga kecil, membayar dirinya sendiri sebesar Rp 90.000 untuk mengoperasikan bisnisnya. Tetapi, jika ia bekerja di sebuah toko bunga besar

yang mengirim bunga ke rumah-rumah, ia akan mendapatkan Rp 200.000. Maka biaya peluang adalah sebesar Rp 110.000. Biaya peluang merupakan suatu ukuran dari segala pengorbanan seseorang untuk mencapai suatu tujuan.

Dalam praktek, sangatlah sulit untuk memasukkan biaya peluang dalam perhitungan. Apalagi pada beberapa kasus, sulit sekali merupiahkan pengorbanan yang ada. Seperti merupiahkan saat memilih untuk tidak menemui pelanggan potensial karena ada pertemuan lain yang penting. Oleh karena itu, lebih mudah untuk menghitung keuntungan bisnis daripada keuntungan ekonomis.

Keempat tujuan bisnis seperti di atas, yaitu (a) profit/keuntungan, (b) mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, (c) pertumbuhan perusahaan, dan (d) tanggung jawab sosial saling terkait, karena keuntungan perusahaan digunakan untuk mempertahankan hidup perusahaan dan menumbuh kembangkan perusahaan serta merupakan bukti tanggung jawab sosial perusahaan dalam bentuk memberikan lapangan pekerjaan kepada masyarakat.

Pada umumnya, suatu bisnis yang sukses/besar juga diawali dari suatu usaha/bisnis kecil. Usaha kecil tersebut kemudian bertumbuh menjadi suatu usaha yang besar. Tidak ada suatu bisnis yang langsung besar, seperti seorang yang memiliki konveksi baju yang ternama dan besar maka sebelumnya pasti sudah memulai dari usaha yang kecil seperti sebelumnya pemilik konveksi baju tersebut menjadi seorang karyawan di sebuah konveksi baju lain, atau menjadi pemasar barang /baju tersebut. Karena dengan beberapa pengalaman

yang dimilikinya ia ingin mempunyai brand baju tersendiri yang bisa lebih menguasai pasaran maka dengan keputusan, modal, keinginan, cita-cita dan tekad yang ada ia memulai membuka konveksinya sendiri dan keluar dari pekerjaan yang sebelumnya untuk memfokuskan usahanya tersebut (mundur selangkah ke belakang demi mencapai dua langkah ke depan yang lebih cerah dan lebih baik).