

KONSEP DIRI MILENIAL MUSLIM SEBAGAI *ENTREPRENEUR* DI KOTA BANDUNG

(Studi Deskriptif Tentang Konsep Diri Milenial Muslim Yang Berprofesi
Sebagai Entrepreneur Di Kota Bandung)

Yenni Nur Azizah

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia
Jalan Dipati Ukur Bandung

yennizzh@mahasiswa.unikom.ac.id

Abstract

This study aims to determine the Millennial Self-Concept of Muslims as Entrepreneurs in the City of Bandung. The sub-focus that has been set in this study include the views of others, the role of others, cultural values, self-evaluation and self-behavior.

The study was conducted with a qualitative approach using descriptive study methods. In this study the researcher obtained six informants from the study using Purposive Sampling Techniques. Data collection techniques used in-depth interviews, observation of active participation, literature study, and online data searching. Data analysis techniques used are data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. While the validity test of the data is done by an extension of observation, increasing accuracy in research, and member checking.

The results show that the views of others for millennial Muslims as entrepreneurs are quite meaningful, the role of others is very important and needed by millennial Muslims as entrepreneurs, cultural values instilled by parents form self-concept as entrepreneurs, and thought evaluation impacts on millennial self-concept Muslims as entrepreneurs.

In conclusion, the millennial self-concept of Muslims as entrepreneurs includes self-confidence, risk-taking, honesty, trustworthiness, creative and innovative, original, non-usury, and optimistic.

Advice for Muslim millennials is, forming a community of Muslim Young Entrepreneurs, being an inspirational figure in the surrounding environment, benefiting others, and learning more about themselves and taking special time to identify themselves to strengthen the millennial Muslim self-concept as an entrepreneur

Keywords: Self-Concept, Millennial Muslim, Entrepreneur

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui Konsep Diri Milenial Muslim Sebagai Entrepreneur Di Kota Bandung. Adapun sub fokus yang telah ditetapkan dalam penelitian ini antara lain pandangan orang lain, peranan orang lain, nilai-nilai budaya, evaluasi diri dan perilaku diri sendiri.

Penelitian dilakukan dengan pendekatan Kualitatif dengan menggunakan metode studi deskriptif. Dalam penelitian ini peneliti memperoleh informan penelitian sebanyak enam orang dengan menggunakan Teknik Purposive Sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan wawancara secara mendalam, observasi partisipasi aktif, studi pustaka, dan penelusuran data online. Teknik analisis data yang digunakan adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Sedangkan uji keabsahan data dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, meningkatkan kecermatan dalam penelitian, dan membercheck.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pandangan orang lain bagi milenial muslim sebagai entrepreneur cukup berarti, peranan orang lain sangat penting dan dibutuhkan oleh milenial muslim sebagai entrepreneur, nilai-nilai budaya yang ditanamkan oleh orangtua membentuk konsep diri sebagai entrepreneur, dan evaluasi pikiran berdampak pada konsep diri milenial muslim sebagai entrepreneur.

Kesimpulannya konsep diri milenial muslim sebagai entrepreneur antara lain percaya diri, berani mengambil risiko, jujur, amanah, kreatif dan inovatif, orisinal, non riba, dan optimis.

Saran bagi milenial muslim adalah, membentuk komunitas Young Entrepreneur Muslim, menjadi sosok inspiratif di lingkungan sekitarnya, bermanfaat bagi orang lain, dan mengkaji lebih banyak tentang dirinya serta meluangkan waktu khusus untuk mengenali diri sendiri guna memperkuat konsep diri milenial muslim sebagai seorang entrepreneur.

Kata kunci : Konsep Diri, Milenial Muslim, Entrepreneur

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Sebagai kota yang memiliki banyak keunggulan mulai dari cuaca, pariwisata, kuliner, budaya, hingga *fashion* sudah bukan hal aneh lagi apabila Bandung menjadi surganya para pencari peluang usaha. Peluang usaha tersebut sangat terbuka lebar mengingat kota Bandung sendiri banyak diisi oleh anak-anak muda yang memiliki kebutuhan gaya hidup yang tinggi. Sehingga para pelaku usaha sangat tanggap dan jeli dalam memenuhi kebutuhan anak-anak muda.

Misalnya saja bisnis *fashion* muslim yang meroket terutama di kalangan perempuan Muslimah. Hal tersebut disebabkan oleh adanya *trend* hijab besar-besaran yang digagas oleh Komunitas Hijabers Indonesia yang akhirnya merubah cara pandang perempuan muslim tentang *fashion*. Bahwa para perempuan muslim bisa tetap tampil modis dan cantik dengan berpakaian sesuai syariat Islam.

Para pelaku usaha pun berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan perempuan muslim dengan menciptakan berbagai produk *fashion* muslim yang kekinian. Tidak hanya di bidang *fashion* muslim, bisnis kuliner dan start-up pun bermunculan dan berkembang pesat berkat kondisi masyarakat Bandung yang dinamis.

Tak heran jika Kota Bandung menjadi sarang pertumbuhan para *entrepreneur* muda dan memfokuskan peningkatan ekonomi melalui para *entrepreneur*. Dan terbukti pada tahun 2014 menunjukkan bahwa jumlah *entrepreneur* di Kota Bandung sudah melewati batas minimal yang ditargetkan, yakni hampir mencapai 3 persen dari total populasi atau sekitar 70.000 pengusaha lebih yang didominasi oleh *entrepreneur* muda.

Berkat meningkatnya populasi *entrepreneur* muda Bandung yang kreatif dan inovatif, Kota Bandung pun mengalami pertumbuhan ekonomi yang sangat pesat yaitu sebesar 5,8 % melebihi pertumbuhan ekonomi nasional pada tahun 2014. Hal tersebut didukung juga oleh adanya profesi pekerjaan dari pekerja kantoran menjadi pengusaha yang banyak terjadi dikalangan generasi milenial. Menurut laporan yang dirilis Indonesia *Millennials Report 2019* oleh IDN Times yang dimuat dalam rubrik *online* di akun *Instagram* PinterPreneur mengenai prioritas utama milenial di masa depan menyebutkan bahwa sebanyak 3,21 % kaum milenial lebih memilih menjadi *entrepreneur*¹. Tidak hanya menjadikan *entrepreneur* sebagai prioritas utama, menurut survei yang dilakukan oleh kata data yang dirilis di akun Pinterpreneur, *entrepreneur* adalah

profesi yang paling diminati oleh Generasi Milenial².

Sayangnya keinginan menjadi *entrepreneur* tidak semudah yang dibayangkan, terlalu banyak rintangan dan risiko yang harus dihadapi oleh milenial. Rintangan terbesar adalah anggapan bahwa *entrepreneur* bukanlah sebuah profesi yang dapat dibanggakan. Anggapan tersebut bisa datang dari manapun termasuk dari keluarga, sahabat, maupun pasangan. Hal itulah yang sedikit banyak berdampak pada konsep diri milenial sebagai *entrepreneur*. Pada akhirnya hal yang dapat terus meyakinkan generasi milenial muslim untuk terus menjalankan usahanya dan memajukan perekonomian bangsa adalah konsep diri yang telah dimiliki. Konsep diri seseorang terbentuk oleh berbagai faktor. Mulai dari pandangan orang terdekat seperti sahabat atau keluarga, pandangan kelompok disekitarnya, budaya, hingga lingkungan tempat tinggalnya. Orang yang telah mempunyai konsep diri tidak akan mudah untuk dipengaruhi dan cenderung lebih percaya diri, sehingga anggapan-anggapan seperti di atas tidak akan menggoyahkan niat siapapun untuk menjadi *entrepreneur*.

Konsep diri seseorang sangat berpengaruh terhadap tingkah lakunya. Apabila kita tahu tentang konsep diri seseorang maka kita akan lebih mudah untuk memprediksi dan memahami tingkah laku seseorang yang berhubungan dengan gagasan-gagasan tentang dirinya sendiri (Agustiani, 2006 : 139).

Dalam menjalankan usahanya, para *entrepreneur* muda yang berstatus sebagai milenial muslim tentulah mengikutsertakan konsep diri yang dimilikinya dalam proses pengembangan

usaha dan bersosialisasi dengan orang-orang di sekitarnya. Konsep diri yang dimiliki oleh seseorang tidak akan sama dengan orang lainnya. Seorang *entrepreneur* dengan konsep diri yang positif dapat membawa usahanya menuju kesuksesan dan begitu pula sebaliknya. Tentunya ada banyak hal yang mempengaruhi konsep diri tersebut termasuk pandangan orang lain, pengalaman, budaya, dan penilaian terhadap diri sendiri yang kemudian membentuk kepercayaan diri untuk membangun sebuah usaha.

Berangkat dari latar belakang itulah akhirnya peneliti memutuskan untuk meneliti tentang bagaimanakah konsep diri milenial muslim sebagai *entrepreneur* dengan judul penelitian “**KONSEP DIRI MILLENIAL MUSLIM SEBAGAI ENTREPRENEUR DI KOTA BANDUNG (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Konsep Diri Milenial Muslim Yang Berprofesi Sebagai *Entrepreneur* Di Kota Bandung)**”

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Mengacu pada latar belakang yang telah di paparkan sebelumnya, maka dapat di tentukan bahwa rumusan masalah makro dari penelitian ini adalah : “**Bagaimana Konsep Diri Milenial Muslim Sebagai *Entrepreneur* di Kota Bandung?**”

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Sementara itu, untuk menentukan arah penelitian, maka peneliti telah merumuskan rumusan masalah mikro sebagai berikut :

1. Bagaimana *pandangan orang lain (Others Image)* bagi milenial muslim sebagai Entrepreneur di Kota Bandung?
2. Bagaimana *peranan orang lain (Other People)* bagi milenial muslim sebagai Entrepreneur di Kota Bandung?
3. Bagaimana peran nilai-nilai *budaya* bagi milenial muslim sebagai Entrepreneur di Kota Bandung ?
4. Bagaimana peran *evaluasi pikiran dan perilaku diri sendiri* bagi milenial muslim sebagai Entrepreneur di Kota Bandung ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Mengacu pada latar belakang di atas maka maksud penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menjelaskan tentang Konsep Diri Milenial Muslim Sebagai Seorang Entrepreneur di Kota Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui *pandangan orang lain (Others Image)* bagi milenial muslim sebagai Entrepreneur di Kota Bandung.
2. Mengetahui *peranan orang lain (Other People)* bagi milenial muslim sebagai Entrepreneur di Kota Bandung.
3. Mengetahui peran nilai-nilai *budaya* bagi milenial muslim sebagai Entrepreneur di Kota Bandung.
4. Mengetahui peran *evaluasi pikiran dan perilaku diri sendiri* bagi diri milenial muslim sebagai Entrepreneur di Kota Bandung.

5. Mengetahui *konsep diri* milenial muslim sebagai Entrepreneur di Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta dapat berkontribusi dalam perkembangan pengetahuan yang terkait dengan ilmu komunikasi pada umumnya serta mengenai komunikasi antarpribadi dan konsep diri pada khususnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Kegunaan Bagi Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini berfungsi sebagai media yang cocok untuk mengaplikasikan ilmu yang selama ini telah di dapatkan oleh peneliti baik teori maupun praktek. Selain itu, penelitian ini bisa digunakan untuk memperluas wawasan peneliti mengenai konsep diri dan pedoman menjadi seorang *entrepreneur* dengan konsep diri positif.

b. Kegunaan Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber referensi serta *literature* bagi mahasiswa UNIKOM program studi ilmu komunikasi, terutama bagi mereka yang ingin meneliti tentang konsep diri, generasi milenial, dan *entrepreneurship*.

c. Kegunaan Bagi Generasi Milenial Muslim

Bagi para Generasi Milenial Muslim yang berprofesi sebagai *entrepreneur*, penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai pengetahuan tambahan agar lebih mengenali konsep diri yang dimiliki untuk membantu

mengembangkan bisnis yang dimiliki.

d. Kegunaan Bagi Milenial *Entrepreneur* Muslim

Bagi informan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi serta wawasan tambahan mengenai konsep diri sebagai seorang *entrepreneur* dan bagaimana pengaruh konsep diri yang dimiliki terhadap dalam kehidupan sehari-hari khususnya dalam perkembangan usaha yang dijalankan.

e. Kegunaan Bagi Masyarakat

Bagi Masyarakat, penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi khususnya mengenai konsep diri seorang *Entrepreneur*.

2. Tinjauan Pustaka dan Kerangka Pemikiran

Generasi Milenial Muslim lahir seiring dengan berkembangnya pasar muslim pada tingkat global. Menurut Shelina Janmohamed dalam bukunya *Generation M*, Generasi muda muslim yang memiliki pandangan bahwa keimanan dan modernitas bisa berjalan beriringan disebut juga sebagai Generasi Milenial Muslim (Janmohamed, 2016 : 14).

Generasi Milenial Muslim sangat percaya bahwa keimanan yang mereka miliki dapat mempengaruhi apapun yang mereka lakukan termasuk dalam berapakaian, mengkonsumsi sesuatu, atau bahkan menciptakan sesuatu.

Titik utama pada penelitian ini adalah tentang bagaimana konsep diri

milenial muslim dalam menjalankan profesinya sebagai *entrepreneur* dan juga dalam mengembangkan usaha yang telah dirintis. Untuk mengetahui konsep diri seseorang, peneliti harus mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi terbentuknya konsep diri seseorang.

Peneliti memakai teori milik DeVito untuk mengetahui konsep diri milenial muslim. DeVito berpendapat bahwa terbentuknya konsep diri seseorang dipengaruhi oleh 4 faktor yaitu :

1. Pandangan orang lain (*Others Images*) Charles Horton Cooley, mengatakan bahwa *other images* adalah seseorang yang mengatakan siapa anda, melihat citra diri dengan mengatakannya melalui Perilaku dan aksi.
2. Peranan orang lain (*Other People*) Gabriel Marcel menulis mengenai peranan orang lain dalam memahami diri kita, menurut Gabriel dengan mengenal orang lain itu artinya kita mengenal diri kita sendiri.
3. Budaya (*Culture*) Konsep diri seseorang dapat terbentuk dari orang tua, pendidikan, latar belakang budaya, yang kemudian ditanamkan keyakinan, nilai agama, ras, sifat nasional.
4. Mengevaluasi pikiran dan perilaku diri sendiri (*Interpreted and Evaluation*) Evaluasi pikiran dan perilaku diri sendiri dapat menginterpretasikan Konsep diri seseorang dan bagaimana perilaku orang tersebut. Dari beberapa faktor diatas dapat disimpulkan bahwa konsep diri seseorang bukan sesuatu yang langsung terbentuk, akan tetapi diperoleh dan dibentuk melalui pengalaman, interaksi dengan orang

lain serta pengaruh lingkungan tempat tinggal. (DeVito, 2009 : 55-57)

Karakteristik setiap generasi juga turut membentuk konsep diri seseorang. Dalam hal ini karakteristik milenial muslim adalah 1) mempercayai bahwa iman dan modernitas dapat berjalan beriringan, 2) mencolok. 3) kreatif, 4) optimistis, 5) energik (Janmohamed, Shelina : Gen M : *Young Muslim Changing the Word*)

Tidak hanya karakteristik milenial muslim, untuk menjadi seorang entrepreneur sejati, milenial muslim juga harus memiliki sifat-sifat yang baik. Menurut Alma (2008 : 53), agar berhasil menjadi entrepreneur maka seseorang harus memiliki sifat-sifat sebagai berikut :

1. Percaya diri
Maksud dari percaya diri adalah dia tidak mudah terhasut oleh pandangan atau pendapat orang lain.
2. Berorientasi pada Tugas dan Hasil
Seorang entrepreneur itu fokus pada tujuan dan hasil.
3. Pengambilan Resiko
Cara seseorang mengambil risiko itu sangat penting, terlebih lagi bagi seorang entrepreneur.
4. Kepemimpinan
Seorang entrepreneur pasti memiliki jiwa kepemimpinan yang baik. Dan mampu mendengarkan saran atau kritik dari karyawannya demi kebaikan perusahaan.
5. Keorisinilan
Orisinil yang dimaksud disini adalah seorang entrepreneur tidak menjiplak karya orang lain melainkan menciptakan karya sendiri dan menjadi pionir.

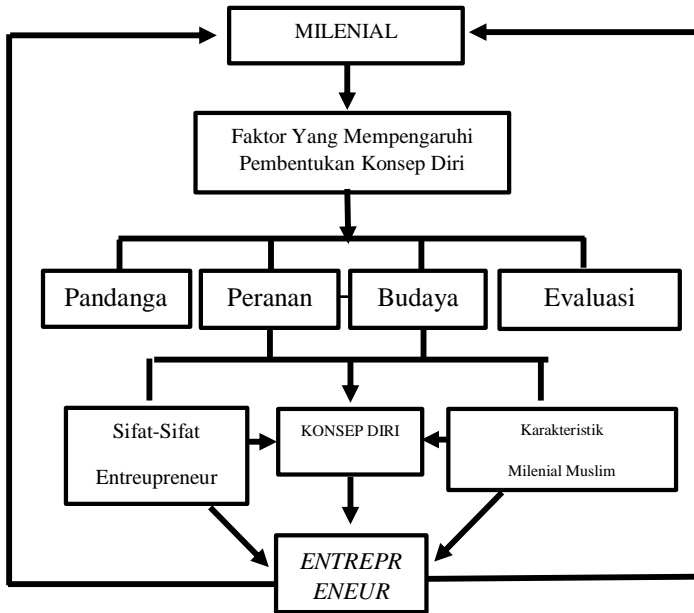
6. Berorientasi kepada Masa Depan
Seorang entrepreneur harus mampu berpikir tentang masa depan dalam merencanakan sebuah strategi.

7. Kreativitas dan Inovasi
Kreativitas adalah sebuah kemampuan untuk mengembangkan suatu ide yang baru, dan menemukan suatu cara yang baru dalam melihat suatu peluang ataupun berupa problem yang akan dihadapinya. Inovasi ialah suatu kemampuan untuk menggunakan solusi kreatif dalam mengisi peluang hingga mampu membawa manfaat bagi kehidupan masyarakat.

Hal tersebut kemudian membentuk konsep diri milenial muslim sebagai seorang Entrepreneur. Konsep diri yang telah dibentuk tersebut kemudian mempengaruhi cara entrepreneur muda muslim dalam menjalankan bisnis, menjalin hubungan dengan orang-orang di sekitarnya, dan cara menjalani hidupnya.

Berdasarkan alur berpikir yang telah di paparkan di atas, maka peneliti mengaplikasikan alur berpikir tersebut ke dalam sebuah skema pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran



3. Metode Penelitian

Objek penelitian ini adalah entrepreneur muda di kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Informan kunci dalam penelitian ini dipilih melalui Teknik *purposive sampling*. Kemudian Teknik Analisa data yang digunakan pada penelitian ini adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, mengambil kesimpulan dan verifikasi sedangkan untuk menguji keabsahan data peneliti menggunakan perpanjangan pengamatan, meningkatkan kecermatan dalam penelitian, dan *membercheck*.

4. Pembahasan

Konsep diri merupakan suatu pandangan, keyakinan, dan perasaan seseorang mengenai dirinya sendiri. Seperti yang telah di jelaskan oleh

Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya mengenai definisi konsep diri, bahwa konsep diri merupakan sebuah gagasan tentang diri sendiri yang meliputi keyakinan, pandangan dan penilaian seseorang terhadap dirinya sendiri. Konsep diri juga meliputi bagaimana cara seseorang melihat diri sendiri sebagai pribadi, bagaimana seseorang merasa tentang diri sendiri dan bagaimana seseorang menginginkan diri sendiri menjadi manusia sebagaimana yang diharapkan. Konsep diri juga bisa diartikan sebagai kumpulan keyakinan dan persepsi diri mengenai diri sendiri yang terorganisasi dengan kata lain, konsep diri tersebut bekerja sebagai skema dasar” (Rakhmat, 2011:105).

Mengenai konsep diri milenial muslim sebagai entrepreneur di Kota Bandung, peneliti mengambil sub fokus mengenai empat faktor yang mempengaruhi pembentukan konsep diri. Faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan konsep diri menurut Joseph A. DeVito yaitu:

1. Pandangan orang lain (*Others Images*)
2. Peranan orang lain (*Other People*)
3. Budaya (*Culture*)
4. Mengevaluasi pikiran dan perilaku diri sendiri (*Interpretated and Evaluation*) (DeVito 2009 : 55-57).

Kemudian untuk mengetahui lebih dalam tentang konsep diri milenial muslim sebagai *entrepreneur*, peneliti menanyakan beberapa hal kepada milenial muslim yang berkaitan dengan konsep diri. Beberapa pertanyaan itu antara lain adalah pandangan diri sebagai

milenial muslim, pandangan diri sebagai *entrepreneur*, motivasi menjadi seorang *entrepreneur*, hal yang memutuskan untuk menjadi seorang *entrepreneur*, perubahan perilaku sebelum dan sesudah menjadi *entrepreneur*, dan perasaan milenial muslim sebagai seorang *entrepreneur*.

Konsep Diri Milenial Muslim Sebagai Entrepreneur juga tidak bisa lepas dari sifat-sifat asli entrepreneur dan karakteristik seorang milenial muslim. Sehingga menurut hasil analisis, konsep diri milenial muslim sebagai entrepreneur di Kota Bandung adalah :

1. Percaya Diri

Kepercayaan Diri keempat milenial muslim dapat dilihat dari dampak pandangan yang diberikan oleh orang-orang terdekat seperti keluarga dan sahabat. Pada akhirnya didukung maupun tidak didukung keempat milenial tetap percaya diri mengembangkan usaha masing-masing.

Sifat percaya diri yang ada dalam diri keempat milenial muslim tak lain adalah sifat bawaan seorang *entrepreneur*. Percaya diri yang dimaksud disini juga bisa diartikan dengan tidak mudah goyah oleh pendapat atau saran orang lain, melainkan menerima saran tersebut sebagai sebuah masukan

Selain sifat bawaan seorang *entrepreneur*, percaya diri juga merupakan karakteristik Generasi Milenial Indonesia. Seperti yang dikatakan oleh Sebastian bahwa Milenial itu sangat percaya diri dalam hal apapun. Kepercayaan tersebut muncul seiring dengan

berkembangnya dunia digital yang mendukung segala aktivitas milenial (Sebastian, Amran, Youthlab, 2016 : 34-43).

2. Berani Mengambil Risiko

Risiko ialah hal yang tidak bisa dihindari dalam dunia wirausaha sedangkan tidak semua orang mampu mengambil risiko dalam menjalankan usahanya. Dan seorang entrepreneur adalah seseorang yang mampu mengambil risiko itu. Itulah yang kemudian membedakan seorang entrepreneur dengan seorang pengusaha.

Keempat milenial sudah tahu menahu soal risiko yang harus ditanggung sejak memutuskan menjadi seorang *entrepreneur*. Cara seseorang menangani risiko sangat berpengaruh penting dalam usaha yang dijalankan (Alma, 2008 : 53).

3. Jujur

Kejujuran adalah hal yang selalu di utamakan oleh ketiga milenial muslim dalam menjalankan usaha. Keempatnya percaya bahwa kejujuran adalah modal awal untuk mendapat kepercayaan konsumen. Oleh karena itu Danica selalu mengatakan kondisi produknya dengan jujur di media sosial, walaupun ada kecatatan ketika barang sudah diterima oleh konsumen, barang cacat tersebut akan langsung diganti.

Panji pun selalu mengatakan pada mitra usahanya bahwa produk yang ia jual bukanlah produk yang dapat bertahan lama di pasaran. Dan Ghea yang selalu jujur mengatakan kepada konsumen mengenai

kesediaan stock barang dan kualitas bahan hijab yang diproduksi olehnya.

Ketika mengedepankan kejujuran konsumen pun akan nyaman dan akhirnya mempercayakan kebutuhannya kepada toko tersebut. Seorang entrepreneur muslim harus bisa menjaga martabat dengan integritasnya. Integritas akan dicapai apabila kejujuran menjadi fondasi utamanya. Dengan begitu, seorang entrepreneur muslim akan mendapatkan kepercayaan dari konsumen maupun mitra usaha ketika mampu mempertahankan dan meningkatkan kadar integritasnya (Siswanto, 2016 : 117).

4. Amanah

Baik Danica, Panji, Mella, maupun Ghea selalu berusaha untuk memegang sifat amanah tersebut. Amanah sendiri adalah dapat dipercaya. Amanah juga dapat dikatakan sebagai sifat yang langka karena di semua orang dapat diberikan kepercayaan lebih dalam menjalankan usahanya. Salah satu ciri amanah dalam menjalankan usaha ialah dengan tidak mengurangi timbangan, takaran, dan ukuran. Artinya ketika mendeskripsikan produknya di sosial media ketiganya selalu mengatakan apa adanya dan tidak melebih-lebihkan.

Menurut Agus Siswanto dalam bukunya *The Power of Islamic Entrepreneurship* implementasi sifat *amanah* dalam konteks usaha adalah ketika seorang *entrepreneur* muslim memiliki karakteristik berikut :

- Terpercaya dan Penuh Tanggung Jawab
- Responsif

- Objektif
- Akurat
- Disiplin (Siswanto, 2016 : 118)

5. Kreatif dan Inovatif

“ Kreatif merupakan kemampuan mengembangkan suatu ide yang baru, dan menemukan suatu cara yang baru dalam melihat suatu peluang ataupun berupa problem yang akan dihadapinya. Inovasi demikian adalah kemampuan untuk menggunakan solusi kreatif dalam mengisi peluang sehingga dapat memberikan manfaat bagi kehidupan masyarakat” (Alma, 2008 : 53).

Keempat milenial muslim adalah seorang yang sangat kreatif dan mampu melihat peluang dalam dunia usaha. Hal tersebut dapat dilihat dari pengalaman-pengalaman yang akhirnya membentuk diri milenial muslim sebagai entrepreneur. Selain kreatif keempat milenial muslim juga sangat inovatif dalam menciptakan dan mengembangkan produk masing-masing.

6. Orisinal

Baik Danica, Panji, Ghea, maupun Mella selalu mengupayakan bahwa produk yang akan diciptakan adalah asli hasil karya dan pemikiran masing-masing. Keempatnya selalu berusaha menjadi pionir dibidang masing-masing dan tidak meniru orang lain.

Seperti yang sudah dikatakan oleh Alma bahwa yang dimaksud

dengan orisinal disini ialah seorang *entrepreneur* yang bukan hanya menjadi pengekor bagi orang lain, akan tetapi memiliki pendapat sendiri, ide yang orisinal dan mampu merealisasikan ide tersebut (Alma, 2008 : 53).

7. Non Riba

Generasi Milenial Muslim sangat peduli terhadap riba. Mereka percaya bahwa riba mengundang sifat serakah dan tamak yang jauh dari nilai-nilai Islami. Sementara hutang akan membawa kesengsaraan dan mengganggu proses kelancaran berwirausaha. Oleh karena itu dengan berbekal pengetahuan yang cukup milenial muslim mulai menyuarakan anti riba dalam sistem perekonomian.

Yuswohady mengatakan dalam bukunya GenM bahwa #GenM memiliki nilai-nilai keadilan, kemitraan, kesetaraan, kepedulian, dan gotong royong sehingga konsep ini akan menemukan identitas baru yang keren. Ekonomi nonriba akan menjadi sesuatu yang keren (Yuswohady, 2017 : 101).

8. Optimistis

Sebagai milenial muslim yang berprofesi sebagai *entrepreneur*. Keempat milenial muslim menunjukkan sikap optimis dalam menjalankan usaha. Optimis adalah salah satu karakteristik generasi milenial muslim. Shelina dalam bukunya Gen M mengungkapkan bahwa karakteristik milenial muslim adalah 1) mempercayai bahwa iman dan modernitas dapat berjalan beriringan,

2) mencolok, 3) kreatif, 4) optimistis, 5) energik (Janmohamed, 2016 : 14-15)

Dan semua karakteristik milenial muslim tersebut melekat pada keempat informan sebagai seorang *entrepreneur*.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

1. Pandangan orang lain (*Others Images*) bagi milenial muslim sebagai *Entrepreneur* di Kota Bandung cukup berarti. Pandangan tersebut dapat dilihat dari tanggapan, reaksi, dan perilaku dari keluarga serta sahabat atau pasangan yang menimbulkan sikap dan dampak bagi milenial muslim dalam menjalankan usahanya.
2. Peranan orang lain (*Other People*) terutama keluarga, sahabat atau pasangan sangat penting dan dibutuhkan oleh milenial muslim dalam proses pembentukan konspe diri. Peranan tersebut dapat berupa dukungan, doa, perilaku, dan penerimaan terhadap keputusan menjadi seorang *entrepreneur*.
3. Peran nilai-nilai Budaya (*Culture*) yang ditanamkan melalui orang tua, pendidikan, latar belakang budaya akan melahirkan keyakinan, nilai agama, ras, sifat nasional dalam membentuk konsep diri milenial muslim sebagai *entrepreneur*.
4. Evaluasi pikiran dan perilaku diri sendiri (*Interpreted and Evaluation*) terbentuk karena adanya interpretasi dan evaluasi dari perilaku diri sendiri berdasarkan apa yang dilakukan, bagaimana perilaku, serta pengalaman-

pengalaman masa lampau akhirnya membentuk konsep diri milenial muslim sebagai entrepreneur.

5. Konsep diri

Konsep diri milenial muslim sebagai entrepreneur tidak terbentuk secara langsung. Ada 4 faktor yang mempengaruhi pembentukan konsep diri mulai dari pandangan orang lain (Others Image), peranan orang lain (*Others People*), nilai-nilai budaya, evaluasi pikiran dan perilaku diri sendiri serta 2 faktor tambahan yakni karakteristik milenial muslim dan sifat-sifat entrepreneur.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bagi Milenial Muslim Sebagai Entrepreneur

1. Sebagai Generasi Milenial Muslim yang saat ini berprofesi sebagai entrepreneur diharapkan agar dapat membuat komunitas khusus misalnya dengan nama Young Muslim Entrepreneur. Dan membuat kajian-kajian khusus seputar bagaimana ajaran-ajaran Islam sangat membantu proses kelancaran berwirausaha.
2. Milenial muslim sebagai Entrepreneur agar mampu menjadi sosok inspiratif di lingkungan sekitarnya dan bermanfaat bagi orang lain. Menjadikan entrepreneur sebagai sebuah profesi yang sangat mulia dengan mensejahterakan karyawan dan menunjukkan integritas serta kredibilitas sebagai seorang entrepreneur muslim.
3. Milenial muslim sebagai entrepreneur agar mengkaji lebih banyak tentang dirinya dan

meluangkan waktu khusus untuk mengenali diri sendiri, guna memperkuat konsep diri milenial muslim sebagai seorang entrepreneur.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan kajian yang sama disarankan agar menggali konsep diri seorang entrepreneur lebih dalam lagi guna menjadi motivasi dan pelajaran bagi pembaca penelitian anda.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan merencanakan penelitiannya dengan matang dan terarah guna menghasilkan penelitian yang berkualitas dan berguna bagi masyarakat luas.

ONLINE

¹ Prioritas Utama Millennials

Diperoleh dari <https://www.instagram.com/p/Bwol-y2gNZ/> (Tanggal akses 27 April 2019 pukul 21.21 WIB)

² Profesi Apa Aja Sih Yang Diminati Oleh Millennials

Diperoleh dari <https://www.instagram.com/p/Bv79BsfgDqc/> (Tanggal akses 27 April 2019 pukul 22.34 WIB)

³ Generasi Muslim Milenial : Kolaborasi Iman dan Modernitas

Diperoleh dari <https://www.kompasiana.com/aminsepti/agenerasi-muslim-milenial-kolaborasi-iman-dan-modernitas-bagian-1/> (

Tanggal akses 10 Maret 2019 Pukul
21.30 WIB)