

ANALISIS SOFT SKILL BAGI PELAKU USAHA MIKRO DALAM PERSAINGAN BISNIS MODERN

Kamaludin

Akademi Maritim Cirebon (AMC)

Email: kamaludin.abahrizka@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengkaji bagaimana penerapan soft skill bagi pelaku usaha mikro dalam persaingan bisnis modern. Pelaku usaha mikro belum mengetahui secara mendalam berkaitan dengan aspek soft skill terhadap pengembangan usaha walaupun secara tidak sadar kadang mereka mengimplementasikannya. Padahal kita ketahui bersama bahwa persaingan yang ketat dalam bisnis modern sekarang ini, menjadikan pelaku usaha mikro harus mempersiapkan mental termasuk di dalamnya aspek soft skill agar usahanya dapat tetap beroperasi. Pelaku usaha mikro sekarang ini masih terpaku dengan anggapan modal adalah penentu utama dalam sebuah kegiatan usaha. Pendapat ini dirasa kurang tepat, karena sesungguhnya selain modal terdapat penentu utama yang lain dalam kegiatan usaha yaitu mental yang di dalamnya terdapat aspek soft skill dalam berwirausaha. Soft skill memiliki beberapa indikator, adapun indikator-indikator soft skill adalah keterampilan komunikasi, keterampilan emosional, bahasa, etika, moral, santun, dan keterampilan spiritual. Melalui penelitian ini diharapkan pemahaman pelaku usaha mikro dapat berubah. Mulanya beranggapan bahwa modal adalah segalanya dalam melaksanakan kegiatan usaha, pelaku usaha mikro menjadi memahaminya, bahwa modal dan kemampuan mental yang didalamnya terdapat kemampuan soft skill yang handal merupakan penentu utama dalam sebuah kegiatan usaha. Kemudian lewat pemahaman tadi, diharapkan pelaku usaha mikro dapat menerapkannya dalam menjalankan kegiatan usahanya. Modal usaha akan sia-sia jika dijalankan oleh pelaku usaha mikro jika tidak memiliki kemampuan mental yang didalamnya terdapat kemampuan soft skill yang handal karena dalam prosesnya kegiatan usaha akan besinggungan langsung dengan konsumen dan soft skill ini merupakan jawaban atas kebutuhan konsumen akan pelayanan yang baik dan prima.

Kata Kunci : *Soft skill, pelaku usaha mikro, persaingan bisnis modern*

Pendahuluan

Berkembangnya wirausaha sekarang ini memiliki beberapa indikator berkaitan dengan kesempatan kerja. Indikator tersebut antara lain wirausaha tercipta karena imbas dari sempitnya peluang kerja, wirausaha tercipta karena adanya dorongan pemenuhan

kebutuhan ekonomi, wirausaha tercipta karena mudahnya akses informasi, dan wirausaha tercipta karena tingginya inovasi dalam melakukan kegiatan usaha.

Berdasarkan studi pendahuluan melalui observasi dan wawancara kepada salah seorang pelaku usaha mikro berkaitan dengan pemahaman soft skill terhadap pengembangan kegiatan usaha dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha mikro belum mengetahui secara mendalam berkaitan dengan aspek *soft skill* terhadap pengembangan kegiatan usaha walaupun secara tidak sadar kadang mereka mengimplementasikannya. Padahal kita ketahui bersama bahwa persaingan yang ketat dalam bisnis *modern* sekarang ini, menjadikan pelaku usaha mikro harus mempersiapkan mental termasuk di dalamnya aspek *soft skill* agar usahanya dapat tetap beroperasi. Hal ini merupakan latar belakang dari penelitian yang akan dikaji dalam penelitian ini. Pelaku usaha mikro sekarang ini masih terpacu dengan anggapan modal adalah penentu utama dalam sebuah kegiatan usaha. Pendapat ini dirasa kurang tepat, karena sesungguhnya selain modal terdapat penentu utama yang lain dalam kegiatan usaha yaitu mental yang di dalamnya terdapat aspek soft skill dalam kegiatan berwirausaha. Jadi, modal dan mental merupakan penentu utama dalam sebuah kegiatan berwirausaha.

Mental pelaku usaha mikro mutlak dibutuhkan, hal ini dikarenakan persaingan usaha di era *modern* sekarang ini begitu ketat. Pelaku usaha mikro harus tanggap terhadap situasi dan kondisi masyarakat sekarang ini, harus mampu mengembangkan kreativitas yang dimiliki agar usaha dapat lebih berkembang, tidak mudah putus asa dan mampu bangkit kembali terhadap kegagalan sebuah produk yang dipasarkan, ulet dalam berwirausaha, serta harus dapat mengambil keputusan pada waktu dan situasi yang tepat terhadap masalah usaha yang sedang di tangani.

Mental yang kuat hanya dapat di bentuk melalui *soft skill* yang mumpuni dari para pelaku wirausaha. Menurut Sailah (2007:11) mengemukakan bahwa *soft skill* adalah perilaku hubungan antar pribadi dengan pribadinya sendiri yang dikembangkan dan kinerja manusianya dioptimalkan (misalnya, forum pelatihan, kerja sama dalam tim, prakarsa/inisiatif, pengambilan keputusan, komunikasi, kemampuan beradaptasi, *conflict solution*, kepemimpinan dan pemecahan masalah).

Soft skill merupakan keterampilan psikologis yang bersifat abstrak. Namun demikian, *soft skill* dapat dirasakan melalui paparan tindakan yang di dasarkan keterampilan psikologis tersebut seperti halnya kesopanan dalam melayani konsumen,

sikap ramah tamah terhadap konsumen, kedisiplinan, kebijaksanaan, serta pengambilan keputusan yang tepat terhadap permasalahan yang terjadi. Hal ini senada dengan pendapat Elfindri dkk (2011: 67) *Soft skill* merupakan keterampilan dan kecakapan hidup, baik untuk sendiri, berkelompok, atau bermasyarakat, serta dengan Sang Pencipta.

Soft skill merupakan hal yang sangat dibutuhkan dalam pengembangan wirausaha, keberagaman akan kebutuhan konsumen dan pola tingkah laku konsumen menjadi tolak ukur dalam pengembangan wirausaha. Dalam hal ini, keberagaman kebutuhan konsumen dan pola tingkah laku konsumen harus dapat di tangkap dengan cepat dan tepat melalui kemampuan *soft skill* yang dimiliki oleh pelaku usaha mikro, seperti halnya setiap konsumen memiliki selera berbeda-beda namun hal ini dapat diantisipasi dengan kemampuan *soft skill* yaitu dengan sikap sopan dalam melayani konsumen disertai dengan murah senyum serta sikap ramah tamah kepada konsumen.

Identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu pelaku usaha mikro kurang memiliki bekal dalam aspek *soft skill*, *soft skill* dikalangan pelaku usaha mikro perlu dikembangkan agar nantinya dapat bersaing dalam dunia bisnis di era modern sekarang ini, dan *soft skill* memiliki nilai yang penting terhadap kepuasan konsumen namun pelaku usaha mikro belum sepenuhnya mengimplementasikannya.

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, peneliti memberikan batasan permasalahan agar dapat mencapai sasaran yang diharapkan yaitu mencakup *soft skill* bagi pelaku usaha mikro dalam persaingan bisnis modern yang ada di Kabupaten Brebes. Sedangkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah implementasi *soft skill* bagi pelaku usaha mikro dalam persaingan bisnis modern di Kabupaten Brebes.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapatkan informasi implementasi *soft skill* bagi pelaku wirausaha dalam persaingan bisnis *modern* di Kabupaten Brebes.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Moleong (2011:6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi,

tindakan dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Peneliti menentukan lokasi penelitian secara *purposive* (sengaja) yaitu lokasi penelitian di Kabupaten Brebes.

Dalam penelitian ini terdapat satu variabel yaitu *soft skill*, dengan sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan data sekunder. Sumber data primer didapatkan secara langsung dari responden dengan melakukan wawancara secara langsung yang dilakukan dengan pelaku wirausaha. Sedangkan data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung atau melalui media perantara.

Teknik pengumpulan data dan instrumen pengumpulan data dengan menggunakan wawancara, studi kepustakaan dan studi lapangan. sedangkan teknik penganalisaan data yang digunakan yaitu dengan menganalisis data, menginterpretasi data, serta menarik kesimpulan..

Hasil dan Pembahasan

Soft skill merupakan jenis keterampilan yang lebih banyak terkait dengan sensitifitas perasaan seseorang terhadap lingkungan sekitarnya. Karena *soft skill* terkait dengan keterampilan psikologis, maka dampak yang diakibatkan lebih abstrak namun tetap bisa dirasakan seperti misalnya perilaku sopan, disiplin, keteguhan hati, kemampuan untuk dapat bekerjasama, membantu orang lain dan lain sebagainya (Djoko Hari Nugroho : 2009). Dalam mendukung kesuksesan sebuah bisnis yang di jalankan dalam skala usaha mikro peranan *soft skill* sangat dibutuhkan pada era modern sekarang ini. Hal ini dikarenakan konsumen pada era modern ini bukan hanya membutuhkan barang yang berkualitas ataupun barang dengan harga yang sangat terjangkau tetapi juga pelayanan prima dari para pelaku usaha itu sendiri. Pelayanan prima ini hanya bisa di berikan oleh pelaku usaha yang memiliki *soft skill* yang baik. Rasa nyaman yang diperoleh konsumen atas pelayanan prima yang di berikan oleh pelaku usaha terutama usaha mikro menjadi sebuah magnet tersendiri bagi konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha mikro itu sendiri.

Kurangnya pemahaman yang dimiliki oleh pelaku usaha mikro berkaitan dengan pemahaman *soft skill* ini berakibat usaha yang dijalankan hanya akan jalan di tempat

dan sulit berkembang menjadi usaha dengan skala yang lebih besar lagi. Sumber daya manusia dari pelaku usaha mikro ini harus dapat ditingkatkan terutama dalam sisi *soft skill*. Hal ini dikarenakan dampak dari penerapan *soft skill* merupakan identitas dari sebuah usaha yang akan selalu hadir dalam benak konsumen. *Soft skill* ini pun erat kaitannya dengan para pelaku usaha mikro yang bersinggungan langsung dengan konsumen dalam skala bisnis yang kecil dan usaha mikro ini rentan akan kebangkrutan jika tidak dikelola dengan baik terutama dari sisi pelayanan. Hal ini senada dengan pengertian dari *soft skill* menurut Sailah (2007:11), *soft skill* adalah perilaku hubungan antar pribadi dengan pribadinya sendiri dikembangkan dan kinerja manusianya dioptimalkan (misalnya, forum pelatihan, kerja sama dalam tim, prakarsa/inisiatif, pengambilan keputusan, komunikasi, kemampuan beradaptasi, *conflict solution*, kepemimpinan dan pemecahan masalah).

Di era *modern* sekarang ini, usaha mikro bukan lagi sebuah usaha yang hanya hadir sebagai solusi karena keterbatasan kesempatan kerja yang ada di pabrik-pabrikataupun perusahaan. Namun usaha mikro harus dibangun dan dijalankan dengan motivasi, kreativitas dan optimisme yang tinggi. Motivasi, kreativitas dan optimisme ini merupakan bagian dari *soft skill* yang harus dimiliki oleh seorang pelaku usaha, terutama pelaku usaha mikro. Dengan pemahaman tentang penerapan *soft skill* ini diharapkan para pelaku usaha terutama pelaku usaha mikro mampu memberikan dimensi tersendiri terhadap usaha yang dijalankan.

Ada beberapa indikator yang membedakan antara *soft skill* dan *hard skill* menurut Santoso dan Fachrunissa, elemen *hard skill* mempunyai indikator kemampuan menghitung, menganalisa, mendesain, wawasan dan pengetahuan yang luas, membuat model dan kritis. Sedangkan *soft skill* merujuk kepada indikator seperti kreativitas, sensitifitas, intuisi yang lebih terarah pada kualitas personal yang berada di balik perilaku seseorang (Hardi, 2010:97). Dampak dari penerapan *hard skill* jelas terlihat dalam sisi internal pengelolaan kegiatan usaha sedangkan dampak dari penerapan *soft skill* terlihat dalam sisi *eksternal* pengelolaan kegiatan usaha.

Penerapan *soft skill* berdampak pada sisi *eksternal* ini dimaksudkan bahwa segala interaksi yang terjadi antara pelaku usaha mikro dan konsumen dalam transaksi jual beliyang terjadi akibat dampak dari penerapan *soft skill* ini lebih dominan di rasakan oleh pembeli yang nantinya akan menimbulkan perasaan puas atau kecewa

terhadap pelayanan dari pelaku usaha mikro itu sendiri. Konsumen ini dapat merespon dengan cepat pada saat transaksi jual beli ini dilakukan terhadap penerapan *soft skill* yang dilakukan oleh pelaku usaha mikro. Sesaat setelah transaksi dilakukan konsumen dapat mengambil keputusan untuk pembelian ulang (*repeat order*) atau tidak. Hal ini tergantung bagaimana perasaan konsumen sesaat setelah transaksi selesai. Jika konsumen puas maka akan melakukan pembelian ulang, namun jika konsumen kecewa maka konsumen tidak akan melakukan pembelian ulang bahkan hal ini bisa berpengaruh terhadap kredibilitas pelaku usaha mikro terhadap pembeli potensial yang lain, hal ini bisa terjadi lewat pemberitaan dari mulut ke mulut terhadap akibat kekecewaan yang dirasakan oleh konsumen tersebut.

Penerapan *soft skill* ini berpengaruh terhadap kepercayaan (*kredibilitas*) konsumen terhadap pelaku usaha mikro. Oleh karena itu, peranan *soft skill* yang erat melekat dalam benak konsumen harus dapat dikelola dan dikembangkan dengan baik agar kegiatan usaha yang tujuannya adalah laba yang maksimal dapat tercapai dan salah satu cara memperoleh laba yang maksimal adalah memaksimalkan pendapatan terhadap daya beli konsumen.

Soft skill memiliki beberapa indikator, adapun indikator-indikator *soft skill* adalah keterampilan komunikasi, keterampilan emosional, bahasa, etika, moral, santun, dan keterampilan spiritual (Purnami, 2013: 130). Dalam sisi keterampilan komunikasi, pelaku usaha mikro harus dapat berkomunikasi secara sirkuler. Komunikasi secara sirkuler ini dimana komunikasi yang dilakukan oleh pelaku usaha mikro ini tidak hanya berakhir pada konsumen, namun terjadi sirkulasi komunikasi antara pelaku usaha mikro dan konsumen atau dengan kata lain komunikasi yang saling menanggapi. Hal ini sangat diperlukan karena berdampak positif terhadap perkembangan usaha yang dijalankan. Lewat komunikasi sirkuler ini konsumen akan dapat menggali informasi lebih dalam tentang produk yang dijual pelaku usaha mikro itu sendiri baik dari sisi bahan baku, cara pengolahan, maupun cara penyajian. Komunikasi yang sirkuler ini juga dapat digunakan pelaku usaha mikro sebagai sarana masukan produk yang telah dipasarkan maupun promosi terhadap inovasi produk yang akan diluncurkan ke pasaran sekaligus sebagai bahan persiapan penyempurnaan produk jika ada masukan yang positif dari konsumen.

Dalam sisi keterampilan emosional, pelaku usaha mikro harus dapat mengelola emosi dari pribadi pelaku usaha mikro itu sendiri serta memahami emosi yang terdapat pada diri konsumennya. Dalam kaitanya terhadap hal ini, keterampilan emosional yang harus pelaku usaha mikro miliki yaitu diantaranya pelaku usaha mikro memiliki empati terhadap konsumennya, hal ini artinya pelaku usaha mikro harus dapat menyerap emosi dari konsumennya dan memahami apa yang mereka rasakan. Hal ini senada dengan pengertian empati menurut Geldard (2004:45), empati adalah sepenuhnya memahami dan merasakan apa yang dirasakan orang lain. Pelaku usaha mikro dapat membaca emosi dari konsumen dengan cara melihat ekspresi wajah ataupun gerak tubuh dari konsumen, selain itu juga lewat nada suara konsumen berkaitan terhadap respon yang diberikan konsumen terhadap pelayanan pelaku usaha mikro yang telah dilakukan.

Selanjutnya yaitu mampu mengendalikan amarah, dalam hal ini pelaku usaha mikro harus mampu bereaksi *positive* terhadap kemarahan konsumen. Pelaku usaha mikro harus mampu memahami bahwa kemarahan atau keluhan konsumen itu timbul karena ada sebuah kekeliruan terhadap pelayanan yang pelaku usaha mikro lakukan. Bereaksi *positive* dalam hal ini yaitu dengan menyikapi kemarahan atau keluhan dari konsumen itu dengan tidak membalas dengan sikap yang acuh terhadap konsumen tetapi menanggapi kemarahan atau keluhan tersebut dengan sikap tenang dan menanggapi dengan sewajarnya. Bagaimana pun juga, pelaku usaha mikro harus dapat mengambil sisi *positive* dari keluhan atau kemarahan konsumen untuk perbaikan dari kegiatan usaha yang pelaku usaha mikro jalankan, agar kejadian yang serupa tidak terulang dan demi kemajuan dari kegiatan usaha yang pelaku usaha mikro jalankan.

Selain itu juga, dalam sisi keterampilan emosional pelaku usaha mikro harus memiliki kemampuan menyesuaikan diri, baik menyesuaikan diri terhadap lingkungan maupun kemampuan menyesuaikan diri terhadap pasar, serta mampu menyesuaikan diri terhadap karakter konsumen. Dalam kata lain, penyesuaian ini berarti adaptasi yang dilakukan oleh pelaku usaha mikro terhadap perubahan-perubahan yang terjadi terhadap perilaku konsumen, perubahan terhadap lingkungan persaingan usaha, perubahan terhadap daya serap pasar terhadap produk yang dimiliki pelaku usaha mikro. Penyesuaian diri ini dimaksudkan agar pelaku usaha mikro mendapatkan harmonisasi/kenyamanan dalam melaksanakan kegiatan usaha serta agar kegiatan usaha

dapat selalu berinovasi mengikuti perubahan-perubahan yang terjadi agar kegiatan usaha tetap dapat bertahan sebagaimana mestinya.

Kemudian keterampilan emosional berikutnya yaitu ketekunan, ketekunan mempunyai arti sebuah usaha yang dilakukan terus menerus. Ketekunan merupakan sebuah keterampilan emosional yang menjadi pondasi dari kegiatan usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha mikro, hal ini karena sebaik apapun sumber daya manusia dan sumber daya produksi yang dimiliki tak akan memiliki arti jika tidak diproses dengan ketekunan. Sebuah kegiatan usaha tentunya akan menghadapi banyak rintangan hari ini, esok, atau dikemudian hari, namun hal itu dapat di hadapi oleh pelaku usaha mikro dengan ketekunan. Hal itu karena dalam ketekunan mengandung sebuah optimisme terhadap kegiatan usaha yang dijalankan untuk dapat bertahan dan bergerak maju. Dengan ketekunan ini pula, produk yang di hasilkan oleh pelaku usaha mikro akan menghasilkan sebuah produk yang memiliki kualitas lebih baik. Sebuah produk memiliki kualitas yang baik tentunya mengalami sebuah proses yang menyita banyak waktu yang tidak sedikit. Berkaitan dengan hal ini, ketekunan mengandung sebuah nilai kesabaran akan keyakinan terhadap kegiatan usaha yang dijalankan. Selain itu juga, kreativitas dan inovasi produk dapat tercipta lewat sebuah ketekunan. Maka dari itu ketekunan merupakan keterampilan emosional yang memiliki arti penting terhadap nilai produk yang nantinya akan dihasilkan.

Keterampilan emosional yang selanjutnya yaitu keramahan, keramahan merupakan pintu yang di persiapkan untuk mendatangkan konsumen yang loyal terhadap kegiatan usaha yang kita lakukan. Produk baru yang pelaku usaha mikro akan pasarkan, tentunya produk akan di tawarkan kepada konsumen yang potensial. Dari titik ini keramahan memiliki peranan yang sangat berarti, dengan keramahan pelanggan merasa diistimewakan dan merasa dihormati. Dari sinilah konsumen yang potensial akan yakin untuk mencoba produk baru yang dipasarkan oleh pelaku usaha mikro, hal ini karena konsumen merasa diistimewakan dan dihormati. Kualitas produk yang baik akan dapat mudah di terima oleh konsumen potensial dengan dibantu lewat keramahan dalam melakukan pelayanan produk kepada konsumen yang potensial. Lewat keramahan dalam pelayanan yang dilakukan oleh pelaku usaha mikro akan menjadikan pelanggan yang potensial menjadi pelanggan yang loyal.

Indikator *soft skill* yang selanjutnya yaitu bahasa. Dalam penggunaan bahasa, pelaku usaha mikro harus dapat memahami konsumen yang sedang di hadapi, apakah anak kecil, pelajar, ataupun orang dewasa. Karena hal ini akan berpengaruh terhadap tata bahasa yang akan digunakan. Tata bahasa yang digunakan untuk berkomunikasi dengan anak kecil, pelajar, dan orang dewasa tentunya berbeda karena pemahaman dalam aspek kognitif yang dimiliki oleh anak kecil, pelajar, dan orang dewasa memiliki kematangan yang berbeda dalam sisi komunikasi. Ketika berkomunikasi dengan anak kecil harus memiliki essensi rasa menyayangi, ketika berkomunikasi dengan pelajar harus memiliki essensi mendidik, sedangkan ketika berkomunikasi dengan orang dewasa harus memiliki essensi menghormati.

Setelah bahasa, indikator *soft skill* berikutnya yaitu etika, etika berarti ilmu tentang apa yang dilakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan (Bartens, 1994 : 4). Etika merupakan tata cara berhubungan dengan manusia lain dalam suatu masyarakat. Berkaitan dengan penelitian yang dikaji maka etika merupakan sikap yang harus dimiliki oleh pelaku usaha mikro sesuai dengan norma-norma yang berlaku dalam masyarakat atau suatu negara dalam menjalankan kegiatan usahanya. Etika yang harus dimiliki oleh pelaku usaha mikro antara lain yaitu kejujuran, bertanggung jawab, komitmen, penampilan yang baik, serta taat pada aturan dan norma yang berlaku dalam masyarakat dan Negara. Dengan kejujuran yang dimiliki pelaku usaha mikro maka pelaku usaha secara tidak langsung sudah melakukan tindakan mitigasi terhadap komplain atau keluhan dari konsumen, informasikan kepada konsumen jika produk yang di pasarkan memiliki kekurangan serta kelebihan sesuai dengan kenyataanya. Kejujuran ini akan menimbulkan peningkatan kredibilitas bagi pelaku usaha mikro. Dengan sikap tanggung jawab yang dimiliki pelaku usaha mikro, pelaku usaha mikro artinya siap terhadap apapun yang akan ditimbulkan dari produk yang di pasarkan. Jika produk yang di pasarkan mengecewakan konsumen, maka pelaku usaha mikro harus siap untuk mengganti kerugian yang di derita konsumen yang di akibatkan karena kecewanya konsumen terhadap produk yang di beli. Hal ini akan berdampak *positive* dengan tetap terjaganya nama baik pelaku usaha mikro dihadapan konsumen. Hal ini pula senada dengan pernyataan dari Suseno, dkk yaitu etika sosial mau membuat kita menjadi sadar akan tanggung jawab kita sebagai manusia dalam kehidupan bersama menurut semua dimensinya (1993 : 8).

Etika selanjutnya yang harus dimiliki oleh pelaku usaha mikro yaitu komitmen. Komitmen dalam hal ini yaitu pelaku usaha mikro melakukan tindakan sesuai dengan kesepakatan yang telah di sepakati dengan konsumen. Sebagai contoh, hal ini terjadi ketika pelaku usaha mikro menerima pesanan/order dari konsumen. Dimana telah terjadi kesepakatan waktu untuk pengambilan produk oleh konsumen, pelaku usaha mikro harus mampu menyiapkan pesanan sebagaimana telah disepakati bersama dengan konsumen. Kesepakatan yang dapat dilaksanakan dengan baik oleh pelaku usaha mikro tentunya akan menjadikan *point positive* bagi pelaku usaha mikro dan menjadikan konsumen tidak ragu untuk melakukan *repeat order*. Selain itu, penampilan yang baik harus pula dilakukan oleh pelaku usaha mikro, tidak bisa dipungkiri bahwa konsumen menyukai kegiatan usahadengan tampilan yang baik, terlebih bagi pelaku usaha mikro itu sendiri. Penampilan yang baik yang ditampilkan oleh pelaku usaha mikro akan menambah nilai plus bagi produk yang dipasarkan serta hal ini akan menjadikan konsumen merasa nyaman selama proses transaksi jual beli berlangsung. Disamping itu, pelaku usaha mikro harus taat pada aturan dan norma yang berlaku dalam masyarakat dan Negara. Hal ini merupakan hal dasar yang harus dimiliki oleh setiap pelaku usaha mikro dalam menjalankan usaha nya, agar usahanya dapat diterima oleh masyarakat dan mempunyai legalitas usaha yang sesuai dengan tata aturan Negara.

Moral, indikator *soft skill* selanjutnya yang harus dimiliki oleh pelaku usaha mikro. moral adalah standar yang dimiliki oleh seseorang atau individu ataupun kelompok tentang apa yang benar dan apa yang salah dan tentang apa yang baik dan apa yang jahat (Satyanugraha : 2003). Dengan pengertian lain sesuai dengan penelitian yang dikaji, moral merupakan sikap dasar yang mendorong untuk melakukan kebaikan dalam berperilaku bagi pelaku usaha mikro. Selain untuk memperoleh keuntungan, usaha yang dijalankan oleh pelaku usaha mikro harus pula bertujuan untuk menghasilkan manfaat atau kebaikan dari produk yang di pasarkan. Terkadang pelaku usaha mikro harus mengalami kerugian karena di akibatkan ketidakbermanfaatan produk yang dikonsumsi oleh konsumen, pelaku usaha mikro harus dapat menanamkan pemikiran bahwa usaha yang dijalankan oleh pelaku usaha mikro tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan tetapi juga memiliki nilai manfaat atau kebaikan. Dengan sikap yang demikian menjadikan konsumen merasa yakin terhadap moral yang baik yang dimiliki

oleh pelaku usaha mikro, hal ini nantinya akan berujung pada sikap yang loyal yang diberikan konsumen kepada pelaku usaha mikro itu sendiri.

Indikator yang *soft skill* yang berikutnya yaitu santun. Santun merupakan ucapan dan sikap yang baik serta hormat yang dilakukan pelaku usaha mikro kepada konsumen. Dalam kaitannya hal ini, pelaku usaha mikro harus bisa membisakan diri dengan sikap santun. Sikap santun ini dapat diterapkan oleh pelaku usaha mikro dengan mengucapkan salam ketika konsumen datang, meminta maaf jika terjadi kesalahan dalam pelayanan, meminta tolong kepada konsumen untuk dapat mengantri dengan tertib, serta berterima kasih atas kunjungan konsumen. Hal-hal yang demikian ini terasa merupakan hal yang sepele, namun hal ini justru yang menjadikan usaha yang dijalankan pelaku usaha mikro memiliki karakter kuat karena memiliki sikap yang santun.

Indikator *soft skill* yang terakhir yang dikaji pada penelitian ini yaitu keterampilan spiritual. Keterampilan spiritual merupakan keterampilan yang berhubungan erat antara pribadi pelaku usaha mikro dengan Tuhan YME. Keterampilan spiritual ini didasarkan atas kecerdasan spiritual yang dimiliki oleh pelaku usaha mikro itu sendiri. Menurut Abdul Jalil (2003:5) kecerdasan spiritual adalah pengetahuan tentang kesadaran diri, makna hidup, tujuan hidup, atau nilai-nilai tertinggi. Keterampilan spiritual ini sebagai bentuk tanggung jawab moral kepada diri pelaku usaha mikro itu sendiri dan juga bagi konsumen, sisipkan unsur-unsur spritual kedalam usaha yang pelaku usaha mikro jalankan. Seperti halnya, menyediakan kotak infaq atau sodaqoh untuk yatim piatu atau panti sosial. Bisa juga dengan promosi produk beli satu gratis satu, tetapi gratis satu ini di arahkan untuk anak yatim atau panti sosial. Dengan promosi yang berlandaskan nilai spritual ini akan menjadikan konsumen lebih tertarik karena konsumen bisa membeli produk sekaligus bisa beramal.

Soft skill merupakan hal yang mutlak yang harus dimiliki oleh pelaku usaha mikro. Hal ini karena dalam mengelola kegiatan usaha, modal yang dimiliki oleh pelaku usaha mikro harus dapat bersinergi dengan kemampuan mental yang didalamnya terdapat kemampuan *soft skill* pelaku usaha mikro yang handal. Modal usaha akan sia-sia jika dijalankan oleh pelaku usaha mikro yang tidak memiliki kemampuan mental yang didalamnya terdapat kemampuan *soft skill* yang handal karena dalam prosesnya kegiatan usaha akan bersinggungan langsung dengan konsumen dan *soft skill* ini

merupakan jawaban atas kebutuhan konsumen akan pelayanan yang baik dari pelaku usaha mikro. Pelayanan yang baik ini terwujud melalui pelayanan yang didalamnya terdapat keterampilan komunikasi, keterampilan emosional, bahasa, etika, moral, santun, dan keterampilan spiritual.

Kesimpulan

Persaingan yang ketat dalam bisnis modern sekarang ini, menjadikan pelaku usaha mikro harus mempersiapkan mental termasuk di dalamnya aspek *soft skill* agar usahanya dapat tetap beroperasi. Pelaku usaha mikro harus tanggap terhadap situasi dan kondisi masyarakat sekarang ini, harus mampu mengembangkan kreativitas yang dimiliki agar usaha dapat lebih berkembang, tidak mudah putus asa dan mampu bangkit kembali terhadap kegagalan sebuah produk yang dipasarkan, ulet dalam berwirausaha, serta harus dapat mengambil keputusan pada waktu dan situasi yang tepat terhadap kondisi terhadap masalah usaha yang sedang di tangani.

Kurangnya pemahaman yang dimiliki oleh pelaku usaha mikro berkaitan dengan pemahaman *soft skill* ini berakibat usaha yang dijalankan hanya akan jalan di tempat dan sulit berkembang menjadi usaha dengan skala yang lebih besar lagi. Sumber daya manusia dari pelaku usaha mikro ini harus dapat ditingkatkan terutama dalam sisi *soft skill*. Hal ini dikarenakan dampak dari penerapan *soft skill* merupakan identitas dari sebuah usaha yang akan selalu hadir dalam benak konsumen. Usaha mikro bukan lagi sebuah usaha yang hanya hadir sebagai solusi karena keterbatasan kesempatan kerja yang ada di pabrik-pabrik ataupun perusahaan. Namun usaha mikro harus dibangun dan dijalankan dengan motivasi, kreativitas dan optimisme yang tinggi. Motivasi, kreativitas dan optimisme ini merupakan bagian dari *soft skill* yang harus dimiliki oleh seorang pelaku usaha, terutama pelaku usaha mikro.

Pemahaman tentang penerapan *soft skill* ini diharapkan para pelaku usaha terutama pelaku usaha mikro mampu memberikan dimensi tersendiri terhadap usaha yang dijalankan. Penerapan *soft skill* ini di antaranya yaitu keterampilan komunikasi yang menjadikan pelaku usaha mikro harus dapat berkomunikasi secara sirkuler, keterampilan emosional yang menjadikan pelaku usaha mikro harus dapat mengelola emosi dari pribadi pelaku usaha mikro itu sendiri serta memahami emosi yang terdapat pada diri konsumennya, bahasa yang digunakan pelaku usaha mikro harus dapat

memahami konsumen yang sedang di hadapi, etika yang dimiliki pelaku usaha mikro mencerminkan sikap sesuai dengan norma-norma yang berlaku dalam masyarakat atau suatu negara dalam menjalankan kegiatan usahanya, moral yang dimiliki pelaku usaha mikro mencerminkan sikap dasar yang mendorong untuk melakukan kebaikan dalam berperilaku bagi pelaku usaha mikro, dan keterampilan spiritual sebagai bentuk tanggung jawab moral kepada diri pelaku usaha mikro itu sendiri dan juga bagi konsumen dengan cara menyisipkan unsur-unsur spritual kedalam usaha yang pelaku usaha mikro jalankan.

Melalui penelitian ini diharapkan pemahaman pelaku usaha mikro dapat berubah, mulanya beranggapan bahwa modal adalah segalanya dalam melaksanakan kegiatan usaha, menjadi memahami bahwa modal dan kemampuan mental yang didalamnya terdapat kemampuan *soft skill* yang handal merupakan penentu utama dalam sebuah kegiatan usaha. Kemudian lewat pemahaman tadi, diharapkan pelaku usaha mikro dapat menerapkannya dalam menjalankan kegiatan usahanya. Modal usaha akan sia-sia jika dijalankan oleh pelaku usaha mikro yang tidak memiliki kemampuan mental yang didalamnya terdapat kemampuan *soft skill* yang handal karena dalam prosesnya kegitan usaha akan bersinggungan langsung dengan konsumen dan *soft skill* ini merupakan jawaban atas kebutuhan konsumen akan pelayanan yang baik dan prima.

BIBLIOGRAFI

- Alma, Bukhari. 2004. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Bartens, K. 1994. *Etika*. Jakarta : Gramedia pustaka utama.
- Elfindri. 2011. *Soft Skill untuk Pendidik*. Jakarta: Pt Niaga Swadaya.
- Geldard, Kathryn & David Geldard. 2004. *Membantu Memecahkan Masalah Orang Lain Dengan Teknik Konseling*. Penerjemah: Agung Prihantoro. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hari, Djoko. 2007. *Pendidikan Karakter Bangsa*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Hardi. 2010. *Kontribusi Soft Skill Dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan*. Jurnal STIE Vol.3 No.5, Juli.
- Illah Sailah. 2002. *Pengembangan Soft Skills di Perguruan Tinggi*. Jakarta : Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi.
- Jalil, Abdul. 2013. *Spiritual Entrepreneurship*. Yogyakarta : Lkis.
- Purnami. 2013. *Implementasi Metode Experiential Learning Dalam Pengembangan Softskill Mahasiswa Yang Menunjang Integrasi Teknologi, Manajemen dan Bisnis*. Jurnal Penelitian Pendidikan Magister Manajemen Bisnis, Sekolah Pascasarjana, Universitas Pendidikan Indonesia. ISSN 1412-565 X Vol. 14 No. 1, April.
- Moleong, Lexy. J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Satyanugraha, Heru. 2003. *Etika Bisnis : Prinsip Dan Aplikasi*. Jakarta: LPFE Universitas Trisakti.
- Suseno, dkk. 1993. *Etika Sosial : Buku Panduan Mahasiswa PB I-PB VI*. Jakarta : Gramedia pustaka utama.