

## **INOVASI DALAM PERSPEKTIF HADIS**

**Aisyah**

Mahasiswa Ilmu Hadis

Fakultas Ushuluddin Filsafat dan Politik

UIN Alauddin Makassar

E Mail: aisyahmustafa@gmail.com

### **Abstrak**

Inovasi itu memikirkan dan melakukan sesuatu yang baru untuk menambah atau menciptakan nilai-nilai yang bermanfaat, baik manfaat sosial maupun ekonomi. Untuk menghasilkan perilaku inovatif seseorang harus melihat inovasi secara mendasar sebagai proses yang dapat dikelola. Islam sangat mendukung adanya inovasi dalam hal apapun terkecuali dalam rana Aqidah yang merupakan fondasi mutlak dan mengharuskan mengikuti petunjuk Nabi saw. Inovasi merupakan hal yang sangat urgent dalam dunia bisnis, karena suatu usaha tidak dikatakan berhasil ketika hanya jalan di tempat, tanpa menghasilkan suatu perubahan. Inovasi itu sangat terorganisir, memiliki proses, prinsip, tipe, sumber, tujuan, dan siklus agar mencapai hal yang lebih baik.

### **Kata Kunci: Inovasi-Manfaat-Wirausaha**

#### **I. PENDAHULUAN**

Saat ini dunia usaha telah memasuki gelombang kehidupan yang sangat cepat mengalami perubahan, contoh sederhana adalah teknologi informasi. Handphone dengan teknologi paling baru dalam beberapa bulan akan tergusur dengan teknologi yang lebih baru. Dalam dunia bisnis sebenarnya tidak jauh berbeda dengan perkembangan teknologi, perubahan peta dan pasar sangatlah cepat. Produk yang saat ini laku di pasaran bisa jadi bulan depan sudah akan ditinggalkan karena modelnya sudah tidak disukai. Dengan demikian, menjadi penting bagi pelaku bisnis melakukan inovasi sesegera mungkin, bahkan mengantisipasinya sebelum produk lama tidak laku lagi di pasaran. Budaya inovasi bagi pelaku usaha kecil menjadi hal yang penting bagi kelangsungan hidupnya. Budaya inovasi akan membuat sebuah perusahaan tumbuh dan berkembang dengan kokoh dan tak lekang oleh zaman.

Di dalam dunia bisnis, selain inovasi diperlukan juga adanya inspirasi. Dengan adanya inspirasi, kita dapat memercikkan ide-ide cemerlang yang sangat berpengaruh dalam memberikan peluang dalam berwirausaha.

## **PEMBAHASAN**

### **A. *Pengertian Inovasi***

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, inovasi adalah pemasukan hal-hal yang baru, dengan kata lain pembaruan.<sup>1</sup> Inovasi merupakan strategi melahirkan sesuatu yang baru yang berbeda dari apa yang telah dimunculkan sebelumnya. Di dalam mengelola sebuah layanan jasa atau menghasilkan produk usaha, inovasi menjadi unsur yang penting agar terjadi kedinamisan selera konsumen.

Inovasi adalah proses menemukan atau mengimplementasikan sesuatu yang baru ke dalam situasi yang baru. Konsep kebaruan ini berbeda dari kebanyakan orang karena sifatnya relative apa yang dianggap baru oleh seseorang atau pada suatu konteks dapat menjadi sesuatu yang merupakan lama bagi orang lain dalam konteks lain.

Menurut John Adair (w. 1996), inovasi adalah memikirkan dan melakukan sesuatu yang baru untuk menambah atau menciptakan nilai-nilai manfaat sosial maupun ekonomi. Untuk menghasilkan perilaku inovatif seseorang harus melihat inovasi secara mendasar sebagai proses yang dapat dikelola.

Sedangkan Inovasi dalam bisnis adalah memperkenalkan ide baru, barang baru, pelayanan baru dan cara-cara baru yang lebih bermanfaat (Amabile et al, 1996). Kata kunci lainnya dalam pengertian inovasi adalah baru. Santoso S. Hamijoyo dalam Cece Wijaya dkk (1992 : 6) menjabarkan bahwa kata baru diartikan sebagai apa saja yang belum dipahami, diterima atau dilaksanakan oleh si penerima pembaharuan, meskipun mungkin bukan baru lagi bagi orang lain. Akan tetapi, yang lebih penting dari sifatnya yang baru adalah sifat kualitatif yang berbeda dari sebelumnya. Kualitatif

---

<sup>1</sup>Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hal. 590.

berarti bahwa inovasi itu memungkinkan adanya reorganisasi atau pengaturan kembali dalam bidang yang mendapat inovasi.

Inovasi dapat menjadi positif atau negatif. Inovasi positif didefinisikan sebagai proses membuat perubahan terhadap sesuatu yang telah mapan dengan memperkenalkan sesuatu yang baru yang memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Inovasi negatif menyebabkan pelanggan enggan untuk memakai produk tersebut karena tidak memiliki nilai tambah, merusak cita rasa dan kepercayaan pelanggan hilang.

Menghasilkan produk atau layanan yang monoton membuat sebagian konsumen akan merasa bosan, terlebih produk atau layanan sebelumnya memiliki banyak kekurangan.

Inovasi juga merupakan bagian dari mental seorang pebisnis yakni inovatif. Seorang pebisnis memiliki tuntutan untuk mampu menjadi sosok yang inovatif dalam melahirkan ide-ide dan strategi untuk mengembangkan usaha bisnis yang dimiliki. Mental inovatif tersebut pada akhirnya akan dimunculkan pada karya-karya inovasi sebagai hasil dari produk bisnis atau layanan jasa untuk konsumen.

Adapun dalil yang berkaitan dengan inovasi ini terdapat dalam QS. al-Ra'd (13): 11:

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ لَهُ ۗ

Terjemahannya:

Sesungguhnya Allah tidak merubah Keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan<sup>2</sup> yang ada pada diri mereka sendiri (QS. al-Ra'd: 11).

## **B. Proses, Prinsip, Tipe, Sumber, Tujuan, Kegagalan, dan Siklus Inovasi**

1. Proses inovasi terdiri dari tiga tahap ;
  - a. Pencarian ide adalah tahap membuat ide-ide baru atau memperkuat ide yang sudah ada.

---

<sup>2</sup>Tuhan tidak akan merubah Keadaan mereka, selama mereka tidak merubah sebab-sebab kemunduran mereka.

- b. Pemanenan ide adalah mengaplikasikan ide-ide yang sudah terkumpul, disaring, dan dievaluasi.
- c. Pengembangan dan implementasi ide penelitian, percobaan, perbaikan, dan pengembangan dari suatu ide dan implementasinya

Berinovasi yaitu memperkenalkan sesuatu yang baru dari sebuah ide, metode, atau alat inovasi adalah kombinasi dari dua proses pengimplementasiannya. Inovasi adalah perubahan yang dapat berupa, suatu proses pada suatu lompatan besar menuju sesuatu yang diinginkan.

## 2. Tipe Inovasi

Ada 5 tipe inovasi menurut para ahli, yaitu:

- a. Inovasi produk; yang melibatkan pengenalan barang baru dan pelayanan baru yang secara substansial meningkat. Melibatkan peningkatan karakteristik fungsi juga kemampuan teknisi yang mudah dalam menggunakannya. Contohnya: telepon genggam, komputer, kendaraan bermotor, dsb.
- b. Inovasi proses; melibatkan implementasi peningkatan kualitas produk yang baru atau pengiriman barangnya.
- c. Inovasi pemasaran; mengembangkan metode mencari pangsa pasar baru dengan meningkatkan kualitas desain, pengemasan dan promosi.
- d. Inovasi organisasi; kreasi organisasi baru, praktek bisnis, cara menjalankan organisasi atau perilaku berorganisasi.
- e. Inovasi model bisnis; mengubah cara berbisnis berdasarkan nilai yang dianut.

## 3. Prinsip Inovasi

Dalam dunia bisnis, yang terkadang harus mendapat sentuhan inovasi adalah sebuah produk. Maka, inovasi produk bertujuan dapat meningkatkan kualitas, fungsi, menambah menariknya desain produk, serta menekan biaya operasional produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Melalui sebuah inovasi di dalam penyediaan produk atau layanan jasa bisnis, maka hal terpenting yang paling diharapkan adalah adanya penyempurnaan kualitas dari sebuah produk yang dihasilkan terhadap produk yang sebelumnya sudah ada. Jadi inovasi merupakan suatu bentuk

penyempurnaan, bukan merupakan perubahan yang menyebabkan kualitas sebuah produk atau layanan jasa menurun kualitasnya.

#### 4. Sumber Inovasi

Terdapat dua sumber utama inovasi, yaitu:

Secara tradisional, sumbernya adalah inovasi fabrikasi. Hal tersebut karena agen (orang atau bisnis) berinovasi untuk menjual hasil inovasinya.

Inovasi pengguna; hal tersebut dimana agen (orang atau bisnis) mengembangkan inovasi sendiri (pribadi atau di rumahnya sendiri), hal itu dilakukan karena produk yang dipakainya tidak memenuhi apa yang dibutuhkannya.

Sedangkan menurut Peter Drucker sumber inovasi ada 7, 4 yang berasal dari internal (within the company) dan ada 3 yang berasal dari ekstern (beyond the company). Ketujuh sumber tersebut adalah:

- a. Kejadian atau hasil yang tidak diharapkan (unexpected event or result). Dalam hal ini, ada 2 peristiwa yang datang tidak disangka-sangka, yaitu sukses yang tidak diharapkan menunjukka suatu kecenderungan yang terbuka untuk suatu pasar yang baru dan lebih besar untuk organisasi. Keberhasilan yang tidak diharapkan ini sering diabaikan oleh manajemen. Adapun kegagalan yang tidak diharapkan yang terjadi meskipun telah direncanakan dengan baik dan berdasarkan pengalaman manajemen yang baik, juga menunjukkan suatu perubahan bahwa inovasi dapat dirubah menjadi kesempatan.
- b. Keganjilan-keganjilan, hal ini biasanya dapat diperhatikan dari pihak dalam, akan tetapi mereka tidak cocok dengan pandangan dunia yang diterima. Perusahaan perlu mencari suatu keganjilan-keganjilan yang bermanfaat. Ekonomi yang tidak pantas/aneh dalam suatu industry seperti pertumbuhan tanpa laba.
- c. Kebutuhan proses, biasanya cukup jelas, sebab itu apabila terdapat suatu hambatan atau hubungan yang lemah dalam suatu proses yang dituju oleh suatu inovasi, ia akan cepat diterima. Inovasi yang berorientasi proses kadang-kadang mengambil keuntungan baru.

- d. Perubahan struktur, suatu struktur industry dan pasar yang stabil berpindah secara mendadak dan secara tidak diinginkan, sehingga membutuhkan anggota baru untuk berinovasi agar menyesuaikan dengan konteks baru.
- e. Perubahan demografi, yaitu perubahan dalam ukuran populasi dan struktur, seperti peningkatan tingkat pendidikan, umur atau suatu ukuran kelompok khusus, adalah jelas dan dapat diperkirakan. Mereka dapat terjadi secara cepat dan mempunyai suatu pengaruh dramatis terhadap pasar.
- f. Perubahan persepsi, suatu perubahan dalam cara pandang manusia sendiri dalam menciptakan kesempatan.<sup>3</sup>
- g. Perubahan baru, Drucker menempatkan sumber inovasi ini pada urutan paling akhir dalam daftar, karena sulit dikelola, sulit diperkirakan, mahal dan memalakan waktu yang lama. Walaupun demikian, sebagian besar organisasi sekarang ini menekankan pada pengetahuan baru daripada sumber inovasi lain, karena ia begitu menonjol dan menarik.<sup>4</sup>

#### 5. Tujuan Inovasi

Tujuan utama inovasi adalah:

- a. Meningkatkan kualitas;
- b. Menciptakan pasar baru;
- c. Memperluas jangkauan produk;
- d. Mengurangi biaya tenaga kerja;
- e. Meningkatkan proses produksi;
- f. Mengurangi bahan baku;
- g. Mengurangi kerusakan lingkungan;
- h. Mengganti produk atau pelayanan;
- i. Mengurangi konsumsi energi;
- j. Menyesuaikan diri dengan undang-undang.

#### 6. Kegagalan Inovasi

---

<sup>3</sup>Amin Widjaya Tunggal, Manajemen Suatu Pengantar (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1993), hal. 234-237.

<sup>4</sup>Amin Widjaya Tunggal, Manajemen Suatu Pengantar (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1993), hal. 238.

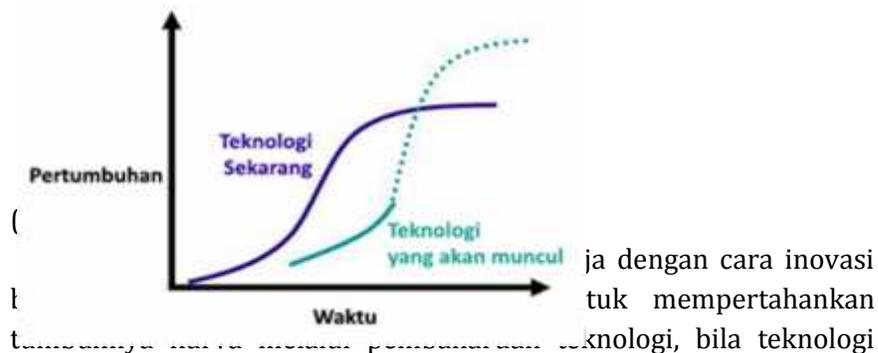
Hasil survey menunjukkan, bahwa dari 3000 ide tentang sebuah produk, hanya satu yang sukses di pasaran. Kegagalan inovasi mengakibatkan hilangnya sejumlah nilai investasi, menurunkan moral pekerja, meningkatkan sikap sinis, atau penolakan produk serupa yang ada, padahal produk yang gagal seringkali memiliki potensi sebagai ide yang baik, penolakan terjadi karena kurangnya modal, keahlian yang kurang, atau produk tidak sesuai kebutuhan pasar. Kegagalan harus diidentifikasi dan diseleksi ketika proses berlangsung. Penyeleksian dini memungkinkan kita dapat menghindari uji coba ide yang tidak cocok dengan bahan baku sehingga dapat menghemat biaya produksi.

Penyebab umum gagalnya suatu proses inovasi, dapat disaring kedalam 5 macam, yaitu:

- a. Definisi tujuan yang buruk
- b. Buruknya mensejajarkan aksi untuk mencapai tujuan;
- c. Buruknya partisipasi anggota tim;
- d. Buruknya pengawasan produk;
- e. Buruknya komunikasi dan akses informasi.

#### 7. Siklus Inovasi

Siklus inovasi berlangsung seperti kurva difusi dimana pada tahap awal, tumbuh relatif lambat, ketika kemudian pelanggan merespon produk tersebut sebagai sebuah kebutuhan maka pertumbuhan produk meningkat secara eksponensial. Pertumbuhan produk akan terus meningkat bila dilakukan inkrementasi inovasi atau mengubah produk. Di akhir kurva pergerakannya melambat kembali dan cenderung menurun.



tidak dilakukan pembaharuan, pertumbuhan akan cenderung sama atau bahkan menurun.

### **C. Inovasi dan Kaitannya dengan Pemuda dan Kewirausahaan**

Pemuda adalah masa depan suatu masyarakat, karena mereka memegang peran kunci dalam alih generasi, angkatan kerja, serta tulang punggung ekonomi bagi sebuah sistem yang menerapkan jaminan kehidupan untuk generasi tua melalui dana pensiun. Karenanya, bangsa yang besar harus memastikan bahwa generasi mudanya mampu menjawab tantangan zaman.

Secara umum pemuda memiliki empat potensi, yakni daya tubuh, daya hidup, daya akal dan daya kalbu. Daya tubuh merupakan sesuatu yang mengantar manusia berkekuatan fisik, sedangkan daya hidup adalah sesuatu yang menjadikan ia memiliki kemampuan untuk mengembangkan hidupnya dalam menghadapi tantangan. Daya akal memungkinkannya memiliki ilmu pengetahuan dan teknologi. Sedangkan daya kalbu adalah sesuatu yang menjadikan pemuda memiliki moral, merasakan keindahan, kelezatan iman dan kehadiran Allah Swt.<sup>5</sup>

Kaitannya dengan potensi tubuh dan akal yang dimiliki manusia, maka dalam diri seorang manusia terpatri kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Dikatakan kreatif karena wirausahawan memiliki kemampuan untuk mengembangkan ide dan cara-cara baru dalam pemecahan masalah serta menemukan peluang. Disebut inovasi karena memiliki kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang. Jadi inovasi merupakan kemampuan untuk melakukan sesuatu yang baru dan berbeda melalui berfikir kreatif dan inovatif.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup>M. Quraish Sihab, *Membumikan al-Qur'an: Fungsi dan Peranan Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat* (Bandung: Mizan, 2000), hal. 281.

<sup>6</sup>M. Nur Kholis Setiawan, *Pribumisasi al-Qur'an: Tafsir Berwawasan Keindonesiaan* (Cet. I; Yogyakarta: Kaukaba, 2012), hal. 66-67.

Sudah menjadi fitrah sejak masa awal kelahiran manusia telah menunjukkan kecenderungan untuk bekerja sebagai upaya memenuhi hajat hidup. Karenanya, manusia sering kali disebut dengan *animal laboraus* (binatang bekerja).<sup>7</sup> Dan dari masa ke masa, bentuk usaha manusia terus mengalami perubahan dan perkembangan yang dimulai dari zaman batu hingga era modern dewasa ini. Disinilah dibutuhkan motivasi kerja dan inovasi kerja dalam rangka menekuni masing-masing bidang keahliannya. Hal ini dikarenakan penempatan Islam terhadap pekerjaan sebagai sesuatu yang memiliki sisi ibadah.<sup>8</sup>

Inilah sebabnya mengapa Rasulullah Saw, secara tegas melarang sikap meminta-minta sebagaimana yang disabdakan beliau:

عَدَدْنَا يَحْيَىٰ بْنِ كَيْسٍ مَدَائِنَا الْمَيْثُ عَنْ عُمَلٍ عَنْ ابْنِ شَهَابٍ عَنْ بِي عُبَيْدٍ مَوْلَى عَبْدِ الرَّحْمَنِ بْنِ عَوْفٍ أَنَّهُ سَمِعَ هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ يَقُولُ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: لَأَنْ يَخْتَطِبَ أَحَدُكُمْ حُرْمَةً عَلَى ظَهْرِهِ خَيْرٌ لَهُ مِنْ أَنْ يَسْأَلَ أَحَدًا فَيُعْطِيَهُ أَوْ يَمْنَعَهُ.

Artinya:

Telah menceritakan kepada kami Yahya bin Bukair telah menceritakan kepada kami Al Laits dari 'Uqail dari Ibnu Syihab dari Abu 'Ubaid sahayanya 'Abdurrahman bin 'Auf bahwa dia mendengar Abu Hurairah radliallahu 'anhu berkata; "Sungguh, seorang dari kalian yang memanggul kayu bakar dan dibawa dengan punggungnya lebih baik baginya daripada dia meminta kepada orang lain, baik orang lain itu memberinya atau menolaknya" (HR. Bukhari@).

Hadis ini merupakan peringatan bahwa perilaku menggantungkan diri pada orang lain adalah cacat sosial, dan

<sup>7</sup>Muslim Abdurrahman, *Islam Tranformatif* (Jakarta: Pustaka Firdaus, 1995), hal. 261.

<sup>8</sup>Sayyid Husai Nasr, *Pandangan Islam Tentang Etos Kerja*, Terj. Nu'man (Jakarta: Bulan Bintang, 1990), hal. 4.

<sup>9</sup>Muhammad Ibn Isma'il Abu 'Abdillah al-Bukhari>al-Ju'fiy> al-Jami' Sahih al-Bukhari>Juz 2 (Kairo: al-Mitba'at al-Salafiyah wa Maktabatuha>t.th), hal. 730.

merupakan tindakan yang jauh dari teladan kenabian. Ketergantungan pada pihak lain, kemiskinan akibat etos kerja yang rendah dan keterbelakangan akibat rasa malas berusaha mendapatkan legitimasi dalam al-Qur'an, mengingat Allah-lah Zat yang menjamin kehidupan dan rezeki manusia, seperti yang tertera dalam QS. H{u>d (11):6:

وَمَا مِنْ دَابَّةٍ فِي الْأَرْضِ إِلَّا عَلَى اللَّهِ رِزْقُهَا

Terjemahannya:

Dan tidak ada suatu binatang melata<sup>10</sup> pun di bumi melainkan Allah-lah yang memberi rezkinya.<sup>11</sup>

Ayat di atas menegaskan bahwa dengan kerja keras, Allah akan menjamin kelangsungan hidup hamba-Nya. Jaminan itu hanya berlaku bagi hamba-hamba Allah yang seantiasa *da>bbah*, yakni bergerak, aktif, dinamis, kreatif dan inovatif.

Ayat lain juga menegaskan agar manusia meningkatkan motivasi kerja, kreatif, berprestasi dan tidak menyia-menyiakan kesempatan, sebagaimana terdapat dalam QS. al-Jumu'ah (62): 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Terjemahannya:

Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”.

Dalam al-Qur'an sangat banyak ayat yang menjelaskan tentang etos kerja. Dan tentunya inovasi merupakan bagian dari etos kerja tersebut, tepatnya bagaimana seorang wirausahawan mengembangkan potensi yang dimilikinya untuk mengelola sebuah bisnis dan produk.

<sup>10</sup>Yang dimaksud binatang melata di sini ialah segenap makhluk Allah yang bernyawa.

<sup>11</sup>Kementrian Agama Republik Indonesia, al-Qur'an Terjemah dan Asbabun Nuzul (Jakarta: Pustaka HANAH, 2009), hal. 222.

## II. Kesimpulan

Setelah mengurai secara detail mengenai inovasi dan kaitannya dengan pemuda dan kewirausahaan, maka sampailah kami pada titik akhir dari makalah ini, yaitu penarikan kesimpulan. Adapun kesimpulan dari pemaparan kami di atas adalah:

Inovasi merupakan strategi melahirkan sesuatu yang baru yang berbeda dari apa yang telah dimunculkan sebelumnya. Di dalam mengelola sebuah layanan jasa atau menghasilkan produk usaha, inovasi menjadi unsur yang penting agar terjadi kedinamisan selera konsumen.

Inovasi merupakan hal yang sangat urgent dalam dunia bisnis, karena suatu usaha tidak akan dikatakan berhasil ketika hanya jalan di tempat, tanpa menghasilkan suatu perubahan. Dan struktur inovasi itu sangat terorganisir, ia memiliki, proses, prinsip, tipe, sumber, tujuan, kegagalan, dan siklus.

Pemuda merupakan asset bangsa yang dipersiapkan untuk mengelola negara, bisnis dan sebagainya. Jadi, sebagai seorang pemuda yang telah dibekali potensi, terutama potensi berbisnis maka hendaknya meningkatkan potensi tersebut dengan mencari dan membuka peluang bisnis tersebut untuk mencapai sebuah kemajuan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Muslim. *Islam Transformatif*. Jakarta: Pustaka Firdaus, 1995.
- Al-Ju'fiy>, Muh{ammad Ibn Isma>'il Abu> 'Abdillah al-Bukha>ry>. *al-Ja>mi'S}ah{i@h} lil Bukha>ri@*, Juz 2. Kairo: al-Mit}ba'at al-Salafiyah wa Maktabatuha>, t.th.
- Kementrian Agama Republik Indonesia, *al-Qur'an Terjemah dan Asbabun Nuzul*. Jakarta: Pustaka HANAH, 2009.
- Nasr, Sayyid Husai. *Pandangan Islam Tentang Etos Kerja, Terj. Nu'man*. Jakarta: Bulan Bintang, 1990.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa, 2008.
- Setiawan, M. Nur Kholis. *Pribumisasi al-Qur'an: Tafsir Berwawasan Keindonesiaan*. Cet. I; Yogyakarta: Kaukaba, 2012.

Sihab, M. Quraish. *Membumikan al-Qur'an: Fungsi dan Peranan Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat* . Bandung: Mizan, 2000.

Tunggal, Amin Widjaya. *Manajemen Suatu Pengantar* . Jakarta: PT Rineka Cipta, 1993.

[Http/ Google. com.](http://Google.com)