

Peningkatan Spirit Muslimgpreneurship Melalui Pemodelan Wirausaha

Setya Ayu Rahmawati¹, Dian Syariati¹, Vega Wafaretta¹, Achmad Zaky²

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang 5 Malang, 65145

²Fakultas Ekonomi, Universitas Brawijaya

Corresponding email: setya.ayu.fe@um.ac.id

Abstrak

Minat lulusan perguruan tinggi di Indonesia untuk menjadi wirausaha masih rendah padahal mahasiswa telah memperoleh bekal berwirausaha dari berbagai sumber, baik melalui perkuliahan, seminar, ataupun media sosial. Selain itu, ilmu tentang berbisnis yang diperoleh mahasiswa belum seutuhnya dikaji secara syariah, khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang. Belum ada mata kuliah atau materi yang secara khusus membahas bisnis secara syariah. Oleh karena itu, pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pendampingan pengelolaan bisnis syariah bagi mahasiswa secara utuh mulai dari aspek produksi, pemasaran, sumber daya manusia, hingga keuangan. Pengabdian ini bermaksud untuk meningkatkan jiwa entrepreneurship yang berbasis nilai-nilai religious, sehingga dapat mewujudkan spirit menjadi muslimpreneurship. Beberapa kegiatan yang dilakukan dalam pencapaian tujuan ini adalah dengan memberikan 1) sosialisasi melalui pemodelan praktis bisnis syariah; 2) company visit ke tempat produksi bisnis yang sesuai syariah, 3) pendampingan pengelolaan bisnis syariah, serta 4) praktik akad musyarakah dengan tim mahasiswa. Setelah melalui serangkaian kegiatan tersebut, hasilnya adalah mahasiswa mampu merencanakan, mengeksekusi, dan mengevaluasi bisnis yang mereka rintis sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Kata kunci— Bisnis Syariah, Muslimgpreneurship, Spirit kewirausahaan

Abstract

The interest of university graduates in Indonesia to become entrepreneurs is still low even though students have obtained entrepreneurial skills from various sources, either through lectures, seminars, or social media. In addition, the knowledge about business obtained by students has not been fully studied in sharia, especially for students of the Faculty of Economics, Universitas Negeri Malang. There are no courses or materials that specifically discuss sharia business. Therefore, this community service aims to provide Islamic business management assistance for students as a whole, starting from aspects of production, marketing, human resources, to finance. This service intends to increase the entrepreneurial spirit based on religious values, so that it can realize the spirit of being Muslimgpreneurship. Some of the activities carried out in achieving this goal are by providing 1) socialization through practical modeling of sharia business; 2) company visits to sharia-compliant business production sites, 3) sharia business management assistance, and 4) musharaka contract practice with the student team. After going through a series of these activities, the result is that students are able to plan, execute, and evaluate the business they are starting in accordance with sharia values

Keywords— Sharia Business, Muslimgpreneurship, Entrepreneurial Spirit

1. PENDAHULUAN

Masih rendahnya minat berwirausaha pada lulusan perguruan tinggi di Indonesia menjadi persoalan mendasar yang dihadapi oleh masyarakat (Wahyuningsih, 2009) padahal mahasiswa telah memperoleh bekal berwirausaha dari berbagai sumber, seperti perkuliahan, seminar, atau media sosial. Popularitas berkarir di dunia usaha bagi lulusan perguruan tinggi ini bisa berdampak

pada lambatnya perluasan kesempatan kerja sehingga berujung pada meningkatnya pengangguran. Roxas et al (2008) berpendapat bahwa pengetahuan salah satunya literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha meskipun faktor lain seperti norma subjektif (Linan et al., 2001), tingkat pendidikan (Hein, 2011), dan pengaruh keluarga (Thung, 2014) turut serta mempengaruhi pilihan berkarir.

Selain itu, ilmu tentang berbisnis yang diperoleh mahasiswa belum seutuhnya dikaji dengan kacamata syariah, khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang. Belum ada mata kuliah atau materi yang secara khusus membahas bisnis secara syariah. Padahal, *knowledge* tentang bisnis syariah ini penting untuk menumbuhkan minat dan motivasi untuk menjadi wirausaha yang sesuai syariah (*shariapreneur*) (Siddiq et al., 2020).

Norma subjektif di kalangan masyarakat masih menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan, salah satunya dalam bisnis. Nilai agama sebagai norma subyektif mulai berkembang dalam kegiatan bermuamalah. Sikap individu terhadap suatu objek dipengaruhi pula oleh sikapnya terhadap berbagai atribut yang dimiliki oleh objek tersebut, seperti dalam pengambilan keputusan bisnis dipengaruhi pula oleh nilai religius yang sangat personal bagi setiap individu. Hal ini dijelaskan dalam *Theory of Reasoned Action* (Sumarwan, 2011), bahwa niat perilaku menjadi alat untuk memprediksi perilaku seseorang.

Peningkatan minat berbisnis syariah dapat ditingkatkan melalui literasi dan pemahaman atas objek tersebut. Namun tingkat literasi keuangan syariah yang hanya sebesar 8,1% dinilai masih rendah di Indonesia yang mayoritas berpenduduk muslim (Ifatunnida, 2019). Peningkatan literasi keuangan syariah yang dapat dikombinasikan oleh perguruan tinggi adalah dengan mengkombinasikan teori dan praktik dalam penumbuhan jiwa entrepreneur pada mahasiswa. Hal ini mengacu pada teori pembelajaran sosial yang diusung oleh Bandura (1977) dimana diawali dengan proses imitasi dan duplikasi yang diakhiri dengan proses inovasi. Langkah awal untuk menumbuhkan inovasi ini dimulai dengan memberikan contoh nyata dari para pendahulu (praktisi bisnis).

Salah satu program universitas dalam melaksanakan tugas tridharma adalah untuk mempersiapkan mahasiswanya agar siap berkompetisi di dunia kerja, baik sebagai karyawan maupun sebagai wirausaha. Untuk itu diperlukan strategi yang mengkombinasikan tidak hanya kegiatan pengajaran konsep dan teori, tetapi juga praktik di dunia nyata. Berbagai upaya telah dilakukan seperti mendorong mahasiswa berbisnis sesuai syariah dengan memanfaatkan *Baitul Maal wa Tamwil* sebagai penyedia modal untuk mahasiswa berbisnis syariah (Kosasih et al., 2019).

Oleh karena itu, pengabdian ini bermaksud memberikan pengalaman praktis melalui program pendampingan pengelolaan bisnis bagi mahasiswa yang bertujuan untuk mempersiapkan calon wirausaha muda dengan upaya pemberdayaan masyarakat melalui menempatkan tenaga

pendamping yang berperan sebagai fasilitator, komunikator, dinamisator (Saleha, 2017). Harapannya melalui pendampingan ini dapat memunculkan inisiatif dalam proses pengambilan keputusan bisnis sehingga kemandirian berkelanjutan dapat diwujudkan.

Program pendampingan ini merupakan salah satu bentuk sosialisasi ilmiah kepada seluruh civitas akademika tentang pentingnya jiwa kewirausahaan bagi masyarakat. Model pendampingan yang dikembangkan dalam program ini adalah dengan pendekatan "*success story*" praktisi wirausaha di bisnis syariah. Para pebisnis syariah diposisikan sebagai pemodelan melalui mekanisme *sharing session* secara langsung sehingga dapat menjadi motivasi dan inspirasi bagi mahasiswa untuk memulai bisnis. Peran praktisi bisnis syariah sebagai motivator bagi mahasiswa sangat diperlukan mengingat peningkatan jiwa wirausaha memerlukan proses *entrepreneurship* sebagai kolaborasi dari seni dan ilmu pengetahuan (Henderson, 1999). Mahasiswa tidak cukup hanya mendapatkan pengetahuan teoritis tentang pengelolaan bisnis di kelas, tetapi juga perlu pengalaman langsung di lapangan.

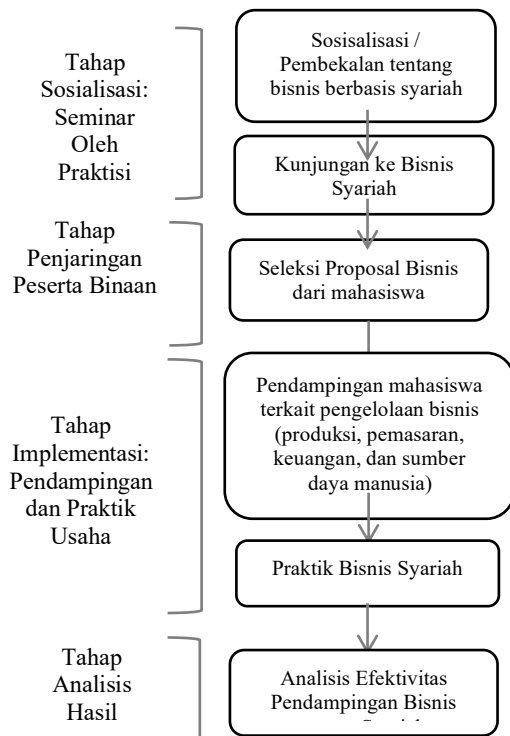
Peran perguruan tinggi diharapkan dalam membentuk karakter *entrepreneur* mahasiswa dapat diterapkan melalui dua strategi yaitu strategi makro dan mikro (Siswoyo, 2009). Strategi makro berada pada tataran kebijakan perguruan tinggi yang menjadi tugas dan tanggung jawab untuk menumbuhkan jiwa dan karakter *entrepreneurship* melalui program-program nyata sehingga diharapkan mahasiswa dapat menjadi pencipta lapangan kerja.

2. METODE

Sasaran pengabdian masyarakat Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang (FE UM) ini adalah mahasiswa Jurusan Akuntansi FE UM. Pengabdian masyarakat tersebut dilakukan karena selama ini materi dan pengalaman wirausaha yang telah dilakukan mahasiswa berasal dari mata kuliah kewirausahaan yang belum mengikutsertakan nilai-nilai syariah. Oleh karena itu, diharapkan mahasiswa memiliki pengalaman praktis dalam berbisnis sesuai syariah. Luaran pengabdian ini adalah Pedoman Bisnis Syariah yang dapat digunakan sebagai acuan mahasiswa dalam praktik wirausaha.

Pelaksanaan pendampingan pengelolaan bisnis bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UM ini dilaksanakan dalam beberapa tahapan seperti yang digambarkan dalam Gambar 1. Dari gambar tersebut, tampak skema pelaksanaan kegiatan terbagi dalam beberapa tahapan yaitu sosialisasi, penjangaran,

implementasi, dan analisis. Tahapan kegiatan dijabarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan kegiatan

- 1. Tahap Sosialisasi**
 Sosialisasi yang diberikan adalah seminar terkait bisnis yang dijalankan dengan menerapkan nilai-nilai syariah pada tanggal 4 Mei 2019. Pengelolaan bisnis mencakup proses produksi, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia (SDM) yang sesuai dengan syariah. Peserta sosialisasi antara lain 1) mahasiswa Himpunan Mahasiswa Jurusan Akuntansi (Hima Aksi) dan 2) mahasiswa yang menempuh mata kuliah Akuntansi Syariah. Penyampaian sosialisasi bekerjasama dengan mitra kegiatan ini, yaitu praktisi usaha syariah di Malang Raya antara lain pemilik restoran Saboten (Hajenia) dan Playground Al-Fatih (Aulia Dita), serta dosen Akuntansi Syariah Universitas Brawijaya (Ahmad Zaky, S.E., M.S.A, SAS). Setelah sosialisasi, dilakukan kunjungan usaha ke pemilik Ailani Foods (Akhmad Sya'ban Nasution) pada tanggal 8 September 2019. Ailani Foods merupakan bisnis makanan yang menjalankan bisnisnya secara syariah. Tujuan kunjungan adalah agar mahasiswa mengetahui langsung praktik bisnis secara syariah.
- 2. Tahap Penjaringan Peserta Binaan**
 Setelah tahapan sosialisasi, diberikan penawaran proposal bisnis. Proposal bisnis yang diajukan mahasiswa akan diseleksi oleh reviewer dari segi kelayakan bisnis antara lain kecukupan waktu yang dibutuhkan untuk praktik bisnis

selama 1 bulan, anggaran biaya, dan aspek syariah dalam bisnis. Terdapat empat (4) kelompok yang terpilih untuk didanai dan didampingi.

Proposal bisnis yang terpilih atau lolos seleksi diberikan pembiayaan melalui akad musyarakah dan pendampingan usaha sebagai aplikasi pengelolaan bisnis secara syariah. *Musyarakah* digunakan karena adanya kontribusi modal dan keahlian dari tim pengabdian dan setiap kelompok bisnis. *Review* dan pemberian pembiayaan ini dilakukan pada tanggal 22 September 2019 dengan melibatkan kelompok tim pengabdian dan pemateri dari pemilik Anugerah Group (Wahyu Agus Ariadi, S.T.) yang bergerak di berbagai bidang seperti konstruksi, travel, dan sebagainya.

- 3. Tahap Implementasi**
 Pelaksanaan usaha selama 1 bulan, yaitu mulai tanggal 22 September hingga 19 Oktober 2019. Usaha yang paling berhasil dari segi perolehan keuntungan dan implementasi syariah diberikan reward di akhir kegiatan pengabdian. Modal dari akad musyarakah akan dikembalikan oleh setiap kelompok, sedangkan keuntungan akan dibagi (*profit sharing*) antara kelompok dengan tim pengabdian dengan nisbah 80:20 (80% untuk kelompok dan 20% untuk tim pengabdian).
- 4. Tahap Analisis**
 Di akhir kegiatan, tim pelaksana pengabdian melakukan tahap analisis, yaitu mengamati keberhasilan pelaksanaan sosialisasi dan implementasi. Efektivitas program dianalisis untuk mengetahui minat mahasiswa untuk berbisnis secara syariah serta manfaat/dampak yang dirasakan oleh mahasiswa setelah memperoleh sosialisasi dan pendampingan bisnis secara syariah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dengan tema pengelolaan bisnis secara syariah ini ditujukan sebagai sarana edukasi bagi mahasiswa. Dalam hal ini, mahasiswa mempelajari tentang bisnis syariah melalui teori dan praktik. Bisnis syariah dapat dipandang sebagai alternatif pelaksanaan bisnis yang humanis dan berkeadilan (Asmuni & Mujiatun, 2013) serta satu upaya ketundukan terhadap aturan Ilahi (Norvadewi, 2015). Dengan karakteristik ini, tata kelola bisnis syariah berbeda dengan tata kelola bisnis pada umumnya (konvensional). Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah teknik khusus dalam pelaksanaan

kegiatan pengabdian ini. Mekanisme tersebut dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Rangkaian Kegiatan Pengabdian “Pengelolaan Bisnis Syariah bagi Mahasiswa”

Kegiatan 1: Sosialisasi Agar Tidak Mispersepsi

Sosialisasi menjadi kegiatan pembuka dari rangkaian kegiatan pengabdian “Pengelolaan Bisnis Syariah bagi Mahasiswa”. Sadhana (2012) menyebut sosialisasi merupakan salah satu langkah yang dapat ditempuh untuk meminimalkan risiko mispersepsi atau dengan kata lain untuk menghasilkan persepsi positif. Persepsi ini yang selanjutnya berdampak pada minat (Cahyani, 2015; Rahmawati, 2014; Mu'allim, 2003) dan perilaku (Musafiri, 2017; Elsy, 2017). Sosialisasi bisnis berbasis syariah dengan tajuk apa, mengapa, dan bagaimana ditujukan untuk menjawab karakteristik khusus yang melekat pada bisnis syariah, urgensi bisnis syariah, serta bagaimana pelaksanaannya. Sosialisasi dilaksanakan pada tanggal 4 Mei 2019 di Saboten, Malang dengan mengundang 50 mahasiswa Fakultas Ekonomi UM sebagai peserta. Sosialisasi ini mengundang pula tiga pemateri, yakni Achmad Zaky (akademisi), Aulia Dita (praktisi-pemilik Taman Jajan Al - Fatih), serta Haje'nia (praktisi-pemilik Saboten). Pelaksanaan sosialisasi sebagaimana terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Sosialisasi Bisnis berbasis Syariah

Materi sosialisasi diawali dengan pemaparan karakteristik transaksi syariah yang menjadi dasar

dari bisnis syariah. Karakteristik transaksi syariah tersebut diantaranya dilakukan berdasarkan prinsip saling paham dan ridha, serta tidak mengandung unsur riba, zalim, maysir, gharar, dan haram. Karakteristik ini yang selanjutnya menjadi pedoman dan diimplementasikan dalam praktik bisnis. Di antara praktik tersebut adalah pengelolaan pendanaan yang bebas riba, operasional usaha yang memungkinkan pemenuhan ibadah wajib, pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) yang menanamkan nilai-nilai akhlakul karimah, serta pemasaran usaha yang jujur, menarik, dan menjadi bagian terbesar nilai kebaikan. Praktik tersebut telah diimplementasikan pemateri yang sekaligus juga bertindak sebagai pelaku usaha melalui 1) sumber pendanaan usaha diperoleh dari pinjaman nonribawi atau kerjasama usaha, 2) kebijakan manajemen untuk menghentikan sementara aktivitas bisnis saat pelaksanaan kewajiban lima waktu (bagi karyawan pria), 3) seleksi dan rekrutmen SDM dengan mengedepankan komitmen akhlak, 4) penyebaran nilai kebaikan dalam kemasan produk, serta 5) pemilihan produk yang berkualitas, tidak membahayakan, bahkan bermanfaat bagi konsumen.

Hasil sosialisasi menunjukkan pemahaman mahasiswa tentang gambaran bisnis syariah. Hal ini tercermin dari ide-ide bisnis syariah yang muncul dalam gagasan mahasiswa. Ide tersebut diantaranya pembuatan platform bisnis syariah, bisnis dengan model mudharabah, serta jual beli dengan amanah. Ide-ide ini sekaligus menunjukkan antusiasme mahasiswa untuk terjun dalam bisnis syariah.

Kegiatan 2: Kunjungan Bisnis Syariah – Memadukan Teori dan Praktik

Teori dan praktik dapat dihubungkan melalui kasus konkret (Wuisman, 2012). Dalam konteks pengabdian ini, kunjungan ke pelaku bisnis syariah dilakukan untuk memberikan gambaran praktis kepada mahasiswa tentang pelaksanaan bisnis syariah setelah menerima gambaran konsep/teori melalui sosialisasi. Peserta kunjungan adalah 20 mahasiswa terpilih yang berkomitmen untuk terjun ke bisnis syariah. Ailani Foods dipilih sebagai lokasi kunjungan karena menjadi salah satu pionir olahan makanan jamur di Malang. Ailani Foods terletak di Tlogomas, Malang. Dari kunjungan ini, mahasiswa mempelajari secara langsung mekanisme produksi dan pemasaran dari sebuah produk. Mahasiswa juga mendapatkan suntikan semangat dari pelaku bisnis yang memulai usahanya dari nol. Pelaksanaan kunjungan bisnis dapat dilihat pada Gambar 4.

Ailani Foods memiliki produk utama abon jamur, disamping olahan kripik dari sayur dan buah. Dari produksi yang diterapkan Ailani Foods, mahasiswa mempelajari tahapan pengolahan jamur menjadi abon. Mulai dari pemilihan jamur, bumbu

yang digunakan, pengolahan hingga pengemasan. Pemateri sekaligus pemilik Ailani Foods menyampaikan bahwa penentuan produk juga memperhatikan target pasar. Contohnya, abon jamur adalah produk yang ditujukan untuk pasar vegetarian. Oleh karenanya, alih-alih menciptakan abon sapi atau ayam, Ailani Foods menciptakan abon dari jamur. Selain itu, Ailani Foods juga menggunakan bahan alami sebagai bumbu mengingat pasar dari produk tersebut adalah vegetarian. Dari sisi pemasaran, mahasiswa mempelajari pengemasan produk menjadi kunci untuk menarik minat konsumen. Dengan komposisi warna yang menarik serta label yang informatif, produk yang dijual akan memiliki nilai lebih. Selain itu, pengemasan yang tepat akan menjamin ketahanan kualitas produk. Ilmu lain yang diterima mahasiswa dalam kunjungan ini adalah dorongan semangat untuk memulai usaha lebih awal. Dalam hal ini, mahasiswa sekaligus digugah untuk tidak hanya menyandarkan diri pada lapangan pekerjaan yang ada, tetapi menciptakan sendiri lapangan kerja tersebut.



Gambar 4. Kunjungan Usaha

Kegiatan 3: Pendampingan Pengelolaan Bisnis Syariah – Masukan untuk Kemajuan

Pendampingan pengelolaan bisnis syariah mengambil bentuk review proposal usaha oleh mentor bisnis syariah. Mentor bisnis syariah yang sekaligus menjadi pemateri di kegiatan ini memberikan masukan terkait aspek produksi, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia dari proposal bisnis syariah yang diajukan oleh mahasiswa. Bertindak sebagai mentor bisnis syariah adalah Wahyu Agus Ariadi, pemilik beberapa perusahaan yang tergabung dalam Anugerah Group. Perusahaan tersebut meliputi PT. Anugerah Kubah Indonesia, PT. Anugerah Alam Utama, PT. Elang Digital Media, CV. Sam Jaya Kubah, CV. Anugerah Ukhuwah, CV. Bumi Belitung, CV. Indokarya Anugerah, serta Yayasan Bahagia Berbagi Bersama. Pendampingan dilaksanakan di Warung Jobo Oemah, Malang. Peserta dari pendampingan ini adalah 20 peserta yang tergabung dalam empat kelompok

usaha. Pelaksanaan pendampingan dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Pendampingan Pengelolaan Bisnis secara Syariah

Pendampingan pengelolaan usaha dimulai dengan paparan singkat latar belakang pemateri dalam memulai pendirian usaha. Paparan ini dilanjutkan dengan pemberian masukan terhadap penyampaian proposal bisnis syariah yang sedang dikembangkan oleh mahasiswa. Hasil dari pendampingan ini berdampak positif terutama dalam hal pengembangan dan/atau penguatan proposal bisnis syariah yang akan dijalankan. Diantara masukan tersebut adalah pertama, nilai lebih sebuah produk adalah kemampuannya dalam memecahkan masalah yang timbul di pasar. Dengan kata lain, produk adalah solusi atas masalah yang terjadi. Oleh karenanya, pemateri memastikan bahwa produk yang ditawarkan pada masing-masing proposal memiliki latar belakang atau alasan yang kuat untuk dipasarkan. Kedua, aspek pemasaran menjadi kunci keberhasilan penjualan sebuah produk. Oleh karenanya, penting untuk memastikan media pemasaran yang tepat (sesuai dengan karakteristik produk dan pasar yang dituju). Produk yang berbeda bisa jadi membutuhkan media pemasaran yang berbeda. Pemateri menambahkan, saat ini pemasaran produk juga dapat memanfaatkan fitur-fitur pada media sosial dengan biaya yang minimal. Ketiga, keberhasilan usaha sangat ditentukan oleh sumber daya manusia sebagai eksekutor lapangan. Kolaborasi dan komitmen untuk menjadi lebih baik adalah kunci keberhasilan yang diterapkan oleh pemateri dalam menjalankan usahanya. Dengan demikian, mahasiswa tidak perlu ragu untuk sukses memasuki pasar yang tidak sesuai dengan bidangnya selama mampu berkolaborasi dengan pihak lain.

Kegiatan 4: Pelaksanaan Musyarakah – Merintis Sukses melalui Kolaborasi

Musyarakah merupakan salah satu cara untuk mendorong perkembangan sektor riil (Adnan, 2005;

Hakiem et al., 2011). Dengan kata lain, masyarakat relevan untuk diterapkan pada usaha mikro, kecil, menengah (UMKM). Dalam konteks pengabdian ini, masyarakat dipraktikkan antara kelompok mahasiswa selaku mitra aktif dan tim pengabdian selaku mitra pasif. Dalam hal ini, baik mitra aktif maupun mitra aktif menginvestasikan sejumlah dana untuk pelaksanaan bisnis syariah yang disepakati. Bisnis yang dijalankan sesuai dengan proposal usaha yang ditawarkan oleh mitra aktif setelah mendapat masukan dari mentor bisnis (kegiatan sebelumnya). Bisnis tersebut antara lain jasa editing video, makanan ringan, salad buah, serta abon lengkuas.

Keuntungan usaha akan dibagi di antara mitra dengan nisbah 80% untuk mitra aktif dan 20% untuk mitra pasif. Keuntungan dibagikan satu bulan kemudian setelah masyarakat disepakati, sedangkan kerugian akan ditanggung oleh kedua mitra sesuai dengan proporsi modal masing-masing. Kerjasama ini menghasilkan dorongan besar bagi mahasiswa untuk terjun secara langsung dalam bisnis syariah.

Hasil Rangkaian Pengelolaan Bisnis Syariah: Langkah Awal Menuju Muslimpreneur

Dengan demikian, hasil dari serangkaian kegiatan ini memberikan manfaat bagi mahasiswa antara lain:

1. Setelah memperoleh sosialisasi dan company visit, mahasiswa dapat merencanakan kegiatan usaha yang ditunjukkan oleh proposal bisnis yang diajukan oleh setiap kelompok. Proposal bisnis harus memenuhi aspek-aspek syariah.
2. Mahasiswa dapat mengeksekusi bisnisnya yang diawali dengan akad masyarakat. Mahasiswa memperoleh pengalaman cara berakad, perhitungan bagi hasil sesuai nisbah, dan menghitung keuangan saat usaha dihentikan, yaitu saat masa pendampingan selesai.
3. Pada akhir rangkaian kegiatan pendampingan, terdapat kegiatan evaluasi yang melibatkan tim pengabdian dan mahasiswa. Seluruh peserta mengevaluasi setiap kelompok usaha terkait jalannya usaha, kesesuaian dengan syariah, dan perhitungan bagi hasil.

Kegiatan ini pada akhirnya dapat menjadi langkah awal mahasiswa menjadi *muslimpreneur*. Dengan memperoleh materi saat sosialisasi, mahasiswa dapat membuat perencanaan, melaksanakan, dan mengevaluasi usahanya, baik dari sisi material (keuntungan) maupun sisi spiritual (kesesuaian dengan syariah).

4. SIMPULAN

Peningkatan minat berwirausaha bagi mahasiswa dapat dimulai dengan memberikan motivasi dan inspirasi dari para pelaku bisnis.

Pembagian pengalaman praktis sebagai contoh nyata dalam memulai, mengelola, dan mengembangkan usaha diharapkan memberi stimulus kepada mahasiswa untuk mengikuti jejak para pendahulunya. Hal ini dikarenakan tingkat keinginan untuk berhasil seperti tokoh-tokoh sukses yang menjadi role modelnya akan mendorong generasi muda untuk berani memulai bisnisnya. Proses pendampingan pengelolaan bisnis syariah ini menekankan tidak hanya pada apa yang dipelajari, tetapi juga bagaimana dan dengan siapa kegiatan belajar ini dijalankan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Negeri Malang atas dukungan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Adnan, M. A. (2005). Dari murabahah menuju masyarakat, upaya mendorong optimalisasi sektor riil. *JAAI*, 9(2), 159–169.
- Asmuni, S. M. (2013). Suatu alternatif pengembangan bisnis yang humanistik dan berkeadilan. IAIN Bukittinggi: Perdana Publishing.
- Cahyani, A. F., Saryadi, S., & Nurseto, S. (2013). Pengaruh persepsi bunga bank dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung pada bank BNI syariah di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(3), 1-9.
- Elsye, M. A. W. (2017). Pengaruh persepsi, kepribadian dan sikap terhadap keputusan pengembang perumahan menjadi mitra bank syariah Pekanbaru. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 17(1), 35-44.
- DSAK Syariah IAI. (2019). Standar Akuntansi Keuangan Syariah.
- Hakiem, H., & Waluyo, D. S. (2011). Masyarakat, mudharabah dan pertumbuhan sektor riil. *Al-Infaq*, 2(1), 64-74.
- Hein, B. (2011). Why do some study disciplines produce more entrepreneurs than others? Master Thesis, Maastricht University, Maastricht, Netherland.
- Henderson, R., & Robertson, M. (1999). Who wants to be an entrepreneur? Young adult attitudes to entrepreneurship as a career. *Education+ Training*, 41(5), 236-245.
- Ifatunnida. (2019). Literasi keuangan syariah di Indonesia Masih lemah. Diunduh 26 februari 2019. <https://www.uin-malang.ac.id/r/190201/literasi-keuangan-syariah-indonesia-masih-lemah.html>.

- Kosasih, A., Aziz, F., & Hyangsewu, P. (2019). *Sharia entrepreneur development for students in the environment of Universitas Pendidikan Indonesia through business unit baitul mal wa tamwil*. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 214, 2nd International Conference on Educational Sciences, Bandung, 9 October 2018, 208-212.
- Linan, F., Cohar, J. R., & Cantuche J. R. (2005). *Factor affecting entrepreneurial intention levels*. 45th Congress of the European Regional Science Association, Amsterdam, 23-27 August 2005, 1-18.
- Mu'allim, A. (2003). *Persepsi masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah* (Edisi X). Al-Mawarid, 17-31.
- Musafiri, M. R. (2017). Analisis persepsi dan sikap terhadap perilaku konsumen dalam pemilihan tabungan berbasis syariah di IAIDA Blokagung Tegalsari Banyuwangi. *Jurnal Istiqro*, 3(2), 1-17.
- Norvadewi., 2015. Bisnis dalam perspektif Islam (Telaah konsep, prinsip dan landasan normatif). *AL-TIJARY*, 01(01), 33-46.
- Rahmawaty, A. (2014). Pengaruh persepsi tentang bank syari'ah terhadap minat menggunakan produk di BNI Syari'ah Semarang. *ADDIN*, 8(1), 1-28.
- Sadhana, K. (2012). Sosialisasi dan persepsi Bank Syariah (Kajian kebijakan enkulturasi nilai-nilai bank syariah dalam masyarakat). *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 16(3), 481-488.
- Saleha, E. (2017). Pemberdayaan perempuan korban anak yang dilacurkan di kawasan eks lokalisasi pantai harapan Panjang kota Bandar Lampung. *Journal of Indonesian Public Administration and Governance Studies (JIPAGS)*, 1(1), 62-77.
- Siddiq, I., Juliana, J., & Adirestuty, F. (2020). Shariapreneur interest: analysis of sharia business knowledge and motivation (studies on students of the islamic economics study program Bandung city universities. *Review of Islamic Economics and Finance*, 3(2), 80-90.
- Siswoyo, B. B. (2009). Pengembangan jiwa kewirausahaan di kalangan dosen dan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 14(2), 35-45.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Thung, C. E. (2014). Faktor PRA-Natal dan P Ost-Natal sebagai determinan profesi wirausaha: Studi kasus di Indonesia. *Agora*, 2(1), 595-600.
- Wahyuningsih, S. (2009). Peranan UKM dalam perekonomian Indonesia. *Mediagro*, 5(1), 1-14.
- Wuisman, J. J. M. (2012). *Teori dan Praktek: Memperoleh Kembali Kenyataan Supaya Memperoleh Masa Depan*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.