

**PELATIHAN ISLAMICPRENEURSHIP PADA PELAJAR
MUHAMMADIYAH KABUPATEN BANYUMAS**

¹⁾ Makhrus, ²⁾ Putri Dwi Cahyani

¹⁾ Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Email : makhrus.ahmadi@gmail.com

¹⁾ Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Email : putri.dece@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan ini merupakan pelatihan islamicpreneurship pada pelajar Muhammadiyah Kabupaten Banyumas dengan bertujuan memberikan dorongan motivasi kepada pada pelajar mengenai pentingnya kegiatan konsep dan praktik kewirusahaan islami pada kalangan pelajar Muhammadiyah sebagai salah organisasi otonom Muhammadiyah sehingga terbentuk wirausahawan religius, adanya motivasi kesadaran mengadakan pelatihan kewirusahaan islami, upaya adanya laboratorium bisnis kader yang dapat menjadi pilot project kewirusahaan pelajar Muhammadiyah. Program pelatihan ini diberikan kepada pimpinan dan kader Pimpinan Daerah Ikatan Pelajar Muhammadiyah Kabupaten Banyumas. Bentuk pelatihan ini menggunakan metode seminar, diskusi dan sharing. Harapannya, kegiatan ini para peserta dapat memahami, mengerti, dan mampu mempraktikkan kewirusahaan islami (islamicpreneurship) pada pelajar Muhammadiyah. Adanya pelatihan islamicpreneurship pada pelajar Muhammadiyah Kabupaten Banyumas. Kewirusahaan Islam (islamicprenuership) bermakna segala bentuk aktivitas dalam mendirikan, memimpin, mengelola, mengambil risiko, dan menjadi pemilik usaha yang sesuai dengan ajaran Islam. Sehingga islamicprenuership merupakan uapaya mendorong hadirnya praktik bisnis yang menebarkan nilai-nilai Islam segala bentuk aktivitas bisnis, hal tersebut disebabkan keberadaan manusia sebagai khalifah di muka bumi dan diciptakan oleh Allah untuk selalu beribadah kepada-Nya. Adapun dampak pelatihan ini yakni: pertama, saat proses kegiatan pelatihan islamicpreneurship pada pelajar Muhammadiyah Kabupaten Banyumas para peserta dalam pelatihan ini telah memiliki motivasi dan kesadaran mengenai konsep dan praktik islamicpreneurship pada pelajar Muhammadiyah Kabupaten Banyumas yang dapat dipraktikkan sebagai gerakan kolektif dari level daerah sampai dengan ranting. Kedua, mendorong kesadaran berwirusaha secara islami dan bekreativitas, sebab indikator keberhasilan dari konsep islamicpreneurship yakni dengan adanya praktik elaboratif antara praktik bisnis dan penerapan nilai ajaran Islam itu sendiri, sehingga aktivitas bisnis atau berwirusaha tidak saja menjadi kegiatan saling berburu laba yang sebesar-besar yang menyebabkan pengesampingan terhadap nilai etis dalam masyarakat dan agama.

Kata-kata kunci : islamicpreneurship, pelajar, Muhammadiyah

PENDAHULUAN

Tumbuh dan berkembangnya kegiatan bisnis berbasis daring (*online*) di Indonesia menjadi lini bisnis yang sangat menjanjikan. Pertumbuhan tersebut ditopang dengan makin meningkatnya pengguna gawai (*smartphone*) maupun pengguna media sosial. Para pengembangan bisnis berbasis daring ini, misalnya, dalam bidang transportasi terdapat Uber, Grab, Lyft, Task Rabbit, Go-Jek, dan Blu

Jek, bidang asuransi terdapat Malacca EZ, bidang penginapan terdapat AirBnB, bidang perbankan terdapat Investree, Modalku, KoinWorks, Lending Club, dan bidang terdapat Sejasa, Homejoy, Go-Clean, dan HappyFresh (Kompas, 28/3). Adanya perkembangan dunia bisnis selalu menemukan muara untuk mencari bentuk, cara, pasar, dan konsumennya sendiri (Makhrus&Cahyani, 2017: 3-4). Misalnya, dalam bisnis berbasis layanan daring yang memberikan keuntungan dan kemudahan, juga menimbulkan dampak dan gejolak dengan pengelola bisnis konvensional (*non-daring*), seperti terlihat pada kasus Uber, Grab dan bisnis transportasi (taksi) berbasis layanan daring lainnya yang mendapatkan protes dan aksi demonstrasi dari pengelola taksi konvensional. Bentuk protes tersebut lahir, dikarenakan semakin berkurangnya peminat taksi konvensional yang beralih kepada taksi berbasis layanan daring, sehingga berakibat berkurangnya penghasilan para pengelola taksi konvensional.

Efek tumbuh dan berkembangnya bisnis layanan aplikasi daring tersebut, semacam memberikan gambaran mengenai bentuk persaingan bisnis yang cukup nyata. Dimana satu pihak menganggap hal tersebut sebagai peluang bisnis yang harus dimaksimalkan dengan didukung oleh perkembangan teknologi, sedangkan dipihak lain ada yang merasa terancam dikarenakan terlalu lambat menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi. Bentuk praktik ini semacam mengandung *creative destruction* sebagaimana dicetuskan oleh Josep Schumpeter. Bentuk *creative destruction* adalah proses mutasi atau perubahan industrial yang tidak pernah putus merevolusi struktur ekonomi dari dalam, terus menerus menghancurkan yang lama, dan tidak pernah putus menciptakan temuan-temuan baru. Maka, hadirnya taksi berbasis aplikasi daring dapat menjadi bentuk revolusi dari bisnis transportasi dan berbagai bidang bisnis lainnya.

Adanya perkembangan bisnis dan berbagai bentuknya harus disikapi dengan bijak, terus melakukan inovasi, mengasah kreativitas, dan memaksimalkan sumber daya yang dimiliki. Oleh sebab itu, hadirnya sudut pandang spiritualistik dalam praktik bisnis akan memberikan memberikan jalan petunjuk bahwa bisnis yang dilakukan semata-mata tidak saja mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi harus dipandang sebagai proses ibadah dalam mendekati diri kepada Tuhan. Upaya dalam menghadirkan sikap spiritualitas dalam praktik bisnis dan ekonomi dalam ajaran Islam dikenal dengan upaya terciptanya *falah*. Istilah *falah* berasal dari kata *afalaha-yuflihu* yang mengandung arti kesuksesan, kemuliaan dan kemenangan. Maksud dari kemuliaan dalam konteks ini adalah kemuliaan multidimensi dengan menjalankan aktivitas ekonomi tidak mengorientasikan diri pada pencapaian materi belaka, melainkan juga pencapaian spiritual. (P3EI UII, 2008: 3).

Adanya tujuan *falah* dalam aktivitas bisnis dan ekonomi seorang muslim menjadi benang merah untuk terjadinya keseimbangan antara kehidupan dunia dan akhirat. Maka, secara praksis dalam praktik bisnis islami, beberapa kalangan mendorong adanya konsep dan praktik *islamicpreneurship*. Keberadaan *islamicpreneurship* ini semacam menjadi evolusi dari praktik *entrepreneur* yang memungkinkan para pebisnis yang beragama Islam mampu menghadirkan praktik produksi, distribusi, konsumsi, etika bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam, sehingga praktik bisnis yang dijalankan tidak hanya berorientasi pada pencapaian profit, melainkan mendorong produktifitas dan kualitas dalam pencapaian kebahagiaan di akhirat. Aktifitas praktik bisnis dalam pandangan Islam dituntut dilakukan secara beretika. Bentuk etika ini harus tidak boleh bertentangan dengan sumber ajaran Islam yakni Al Qur'an dan As Sunnah, sebab kepada kedua hal tersebut itulah sumber kebenaran dan orientasi praktik bisnis diniatkan, dijadikan rujukan dan dipraktikkan. Maka, secara prinsip dalam etika bisnis Islam terdapat prinsip yang menjadi acuan bisnis yakni keseimbangan (*equilibrium*). Maksud keseimbangan tersebut yakni keseimbangan orientasi kehidupan di dunia dan akhirat, oleh sebab itu, keberadaan keseimbangan ini termanifestasi dalam beberapa bentuk dalam prinsip etika bisnis Islam, seperti adanya unsur keadilan (*adl*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebenaran (Beekun, 2004: 32).

Adanya prinsip etika bisnis Islam tersebut menyebabkan perbedaan fundamental dengan etika bisnis konvensional, yang lebih menekankan pada pencapaian etika material dan lebih mengenyampingkan aspek-aspek spiritual yang sebenarnya merupakan hal fundamental dalam prinsip etika bisnis Islam. Sehingga hal yang bisa ditemui dalam prinsip dan praktik etika kontemporer yang paling mendasar, yakni, timbulnya cara pandang relativisme (kepentingan pribadi), utilitarisme (kepentingan untung rugi), universalisme (kewajiban), hak (kepentingan individu), dan keadilan (Beekun, 2004: 16). Maka, adanya etika bisnis islami menjadi hal yang tidak bisa dihindari, terlebih dengan semakin bervariatinya beragam masalah yang harus dihadapi. Etika bisnis Islam menjadi *core* dalam pelaksanaan konsep *islamicpreneurship*, sebab, dengan adanya etika bisnis Islam hal tersebut akan menjadi pengendali dalam persaingan bisnis agar tidak keluar dari norma dan ajaran Islam. Maka, *islamicpreneurship* semacam menjadi jalan solusi untuk memberikan pandangan mengenai praktik dan petunjuk mengenai pola dan praktik secara islami, sehingga adanya penelitian ini untuk memberikan eksplorasi secara lebih jauh mengenai *islamicpreneurship* sebagai sebagai sebuah konsep dan gagasan mengenai bisnis secara islami.

Keberadaan aktivitas bisnis merupakan hal yang tidak terpisahkan dalam kehidupan manusia, sebab dalam aktivitas bisnis seseorang dapat memenuhi

kebutuhannya, baik yang bersifat primer, sekunder, dan tersier. Selain itu, adanya aktivitas bisnis akan menghadirkan beragam pola komunikasi dan interaksi antara individu yang satu dengan individu yang lain, bahkan antara kelompok yang satu dengan kelompok yang lain. Jadi, adanya aktivitas bisnis merupakan bentuk dorongan lahiriah yang menuntun umat manusia menemukan dan memenuhi berbagai aspek yang kebutuhannya. Persoalan pun muncul manakala kebutuhan manusia tersebut tidak dipenuhi, dikarenakan timbulnya efek keinginan terhadap apa yang dikehendakinya. Artinya, adanya dorongan kebutuhan merupakan salah satu kontrol manusia untuk memenuhi berbagai hal yang harus dipenuhinya secara terbatas, namun timbulnya keinginan manusia yang tidak terbatas untuk memenuhi kebutuhan tersebut menyebabkan berbagai masalah yang tidak bisa dihindari. Gerakan kewirausahaan berbasis pelajar yang kini sedang dilakukan oleh Ikatan Pelajar Muhammadiyah (IPM) secara nasional, sebagaimana telah ditetapnya adanya Bidang Kewirausahaan berdasarkan hasil keputusan Mukhtar IPM ke-20 di Samarinda. Oleh sebab itu, adanya keputusan Mukhtar IPM tersebut menyebabkan Pimpinan Daerah Ikatan Pelajar Muhammadiyah (PD IPM) Kabupaten Banyumas juga menambah bidang kewirausahaan dalam struktur kepengurusannya. Sekalipun dalam praktiknya, PD IPM Kabupaten Banyumas telah melakukan kegiatan *socialpreneurship* yakni dengan mendirikan Maos Corner sebagai bagian dari usaha mendorong gerakan literasi di Kabupaten Banyumas.

METODE

Konsep *islamicpreneurship* lahir dari kesadaran para wirausahawan muslim yang menghendaki adanya nilai-nilai Islam yang lebih kongkrit dan nyata dalam iklim bisnis, terlebih lingkungan bisnis selalu menghadirkan berbagai bentuk kompetisi, tantangan, permasalahan yang harus diselesaikan, tidak saja dengan cara mengorientasikan terhadap akumulasi keuntungan, tetapi bagaimana menghadirkan nilai-nilai spiritualitas dalam segala bentuk aktivitas bisnis. Maka, adanya etika bisnis Islam sebagai *core* dalam berbagai bentuk bisnis *islamicpreneurship* menjadikan konsep *islamicpreneurship* memberikan sudut pandang yang berbeda dengan konsep bisnis yang lainnya. Oleh sebab itu, peneliti akan menjelaskan terkait beberapa hasil penelitian terkait *islamicpreneurship* dan etika bisnis Islam.

Solusi dalam pelaksanaan IbM adalah pelatihan *islamicpreneurship* pada Ikatan Pelajar Muhammadiyah Kabupaten Banyumas. Adanya solusi ini diharapkan memberikan solusi terhadap permasalahan yang sedang mitra hadapi terkait kewirausahaan islami. Selain itu, metode atau pendekatan yang digunakan dengan cara memberikan pemahaman dan wawasan komprehensif mengenai norma bisnis islami dan membangun kreativitas dalam bisnis selama proses pelaksanaan kegiatan.

Upaya yang dilakukan tim pelaksana dalam memberikan pemahaman dan wawasan tersebut, dilakukan dengan membagi materi kegiatan kedalam dua sesi. Pada sesi pertama membahas mengenai norma bisnis islami yang meliputi: pengertian bisnis islami, aspek-aspek fundamental norma bisnis islami, anjuran bisnis islami dan, bisnis yang dilarang dalam Islam. Sedangkan materi kedua diarahkan pada membangun kreativitas dalam bisnis yang meliputi: pengertian kreativitas, hal-hal yang melemahkan kreativitas, membangun kemampuan kreativitas, langkah-langkah membangun kreativitas, proses kreativitas dan, menjadi wirausahawan kreatif. Selain itu, pemateri juga memberikan kesempatan kepada peserta untuk *sharing* mengenai bisnis yang dijalankan secara kolektif di bawah PD. IPM Kabupaten Banyumas. Pada tahap selanjutnya, diadakan evaluasi dari kegiatan pelatihan yang dilaksanakan sebelum dan sesudah pelatihan. Pada sebelum pelatihan para peserta diberikan *pre-test* guna mengetahui motivasi dan kemampuan peserta sebelum mengikuti pelatihan, sedangkan pada saat selesainya pelatihan peserta diberikan *posttest* untuk mengetahui tingkat pemahaman terhadap semua materi dan proses pelatihan, sehingga bisa diketahui mengenai perubahan pemikiran dan pemahaman para peserta terhadap *islamicpreneurship* sebelum dan sesudah pelatihan. Berkaitan dengan keterampilan/*skill* dalam hal berwirausaha dilakukan *sharing* mengenai *socialpreneur* melalui gerakan literasi Maos Corner dihadapan pemateri, kemudian para pemateri memberikan tanggapan evaluasi mengenai kegiatan yang telah dilaksanakan. Selain itu, para peserta dalam pelatihan ini diberikan kesempatan untuk memberikan saran guna perbaikan pengelolaan Maos Corner dan berbagai kegiatan yang telah dilaksanakan oleh PD. IPM Kabupaten Banyumas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan *islamicpreneurship* pada pelajar Muhammadiyah Kabupaten Banyumas dilaksanakan oleh tim pelaksana bertempat di Gedung I (FAI) Universitas Muhammadiyah Purwokerto Jl. Raya Dukuwaluh PO. BOX. 202 Purwokerto. Pemilihan tempat kegiatan atas dasar pertimbangan tempat lokasi kegiatan merupakan tempat representatif bagi para peserta, dikarenakan lokasinya yang strategis bagi peserta untuk mengikuti pelatihan. Materi kegiatan dalam proses pelaksanaan program ini dilakukan dengan membagi materi dalam dua sesi agar dapat memberikan manfaat dan dampak yang signifikan terhadap penyelesaian masalah mitra. Adapun kedua sesi materi tersebut yakni: pertama, sesi bisnis islami yang meliputi: pengertian bisnis islami, aspek-aspek fundamental norma bisnis islami, anjuran bisnis islami dan, bisnis yang dilarang dalam Islam. Kedua, materi kreativitas yang meliputi: pengertian kreativitas, hal-hal yang melemahkan kreativitas, membangun kemampuan kreativitas, langkah-langkah membangun kreativitas, proses kreativitas dan, menjadi wirausahawan kreatif. Kedua materi

tersebut disampaikan oleh para pemateri secara ceramah. Evaluasi pelaksanaan pelatihan ini untuk mengetahui keberhasilan proses berlangsungnya pelatihan ini diantaranya: pertama, *feedback* dari peserta. Hal ini dilakukan dengan cara mengetahui respon peserta dengan bentuk diskusi kecil pasca pemaparan materi yang disampaikan oleh kedua pemateri dalam pelatihan ini. Namun, proses *feedback* dari peserta ini tidak berlangsung lama dikarenakan durasi waktu yang terbatas. Kedua, *follow up* dari mitra. Tindak lanjut dari kegiatan ini pihak mitra akan mengadakan diskusi lebih lanjut dengan pimpinan daerah. Ketiga, adanya evaluasi terhadap tim pelaksana. Hal ini terkait dengan pengembangan metode, tahap, materi, bentuk, dan konsep kegiatan sehingga mampu lebih baik pada pelaksanaan yang berikutnya.

Metode yang digunakan kegiatan dilakukan dalam proses kegiatan ini dilakukan dengan bentuk seminar. Pada bagian awal, pemateri menjelaskan materi yang telah ditentukan sebelumnya. Pada tiap sesi materi, para peserta berikan kesempatan untuk merespon materi yang disampaikan, baik berbentuk pertanyaan dan saran sehingga menjadikan kegiatan ini semacam bentuk dialog parsipatoris. Hal tersebut dilakukan agar pemahaman peserta mengenai *islamicpreneurship* tidak saja dipahami dalam bentuk dataran kongnitif, namun juga dipraktikkan dengan melakukan gerakan kolektif melalui berbagai kegiatan akan dilaksanakan. Tim pelaksana memberikan keluasaan terhadap para pemateri dalam mengembangkan beragam metode yang digunakan sepanjang proses pelaksanaan kegiatan, salah satunya dengan melengkapi pemahaman peserta mengenai *islamicpreneurship*. Selanjutnya, pemateri memberi evaluasi terhadap penjelasan peserta mengenai pentingnya kreativitas dalam berbisnis atau berwirusaha. Lokasi diadakannya kegiatan pelatihan ini dilaksanakan di Gedung I FAI UMP pada tanggal 10 Maret 2018. Pemilihan lokasi kegiatan ini dikarenakan tempatnya yang nyaman dan representatif, sehingga memudahkan para peserta untuk menghadiri kegiatan ini. Islam memandang aktivitas bisnis (ekonomi) sebagai salah satu tujuan yang mulia, sehingga para pemeluknya diberikan kemudahan dalam beraktivitas bisnis sepanjang tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam konteks pemikiran ekonomi, keberadaan manusia anggap sebagai *homo economicus*. Dengan kata lain, manusia merupakan aktor ekonomi yang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tidak dapat terlepas dari permasalahan ekonomi. Manusia hanya dapat memikirkan dirinya sendiri, tanpa memperdulikan hal lain, sehingga pada akhirnya timbullah eksploitasi terhadap sumberdaya alam, penindasan terhadap sumberdaya manusia, dan sumber ekonomi lainnya. Ibnu Qayyim menghadirkan gagasan *homo islamicus* bukan *homo economicus*.

Homo islamicus mempunyai pandangan bahwa setiap manusia bertanggung jawab untuk membimbing diri menjadi hamba Allah yang baik, sehingga dalam konteks tujuan ekonomi Islam adalah tercapainya *falah* yang mengorientasikan pada kemuliaan multidimensi dengan menjalankan aktivitas ekonominya, sehingga tidak hanya mengorientasikan diri pada pencapaian materi belaka, melainkan juga pencapaian spiritual, dengan kata lain ada kemuliaan aktivitas ekonomi di dunia dan akhirat sebagai bentuk ibadah dan hal ini berlaku pada individu maupun kelompok. Penggunaan *homo islamicus* jauh lebih mendalam dan bermakna serta dapat menjadi petunjuk dan pedoman untuk mencapai kehidupan yang sesungguhnya. Oleh sebab itu, hadirnya etika yang bersumber dari ajaran Islam harus menjadi nadi segala bentuk dan aktivitas bisnis umat manusia.

Berkaitan dengan etika bisnis dalam konteks kajian studi Islam, selama ini seringkali dipahami kajian mengenai Al Qur'an, padahal bila ditinjau dari kajian sejarah Nabi Muhammad merupakan seorang pebisnis yang sukses, sehingga pembahasan mengenai etika bisnis perlu melihat perilaku berbisnis Nabi Muhammad (Syaifullah, 2011: 128). Dalam konteks ini, kita bisa memahami praktik bisnis islami tersebut, setidaknya harus memahami rambu etika dalam berbisnis seperti yang pernah dilaksanakan oleh Nabi Muhammad. Misalnya, tidak boleh memperjual belikan barang haram, motivasi bisnis untuk sarana ibadah, mencari keseimbangan dunia dan akhirat, menikmati proses dan harus dikeluarkan hak orang miskin baik dalam bentuk zakat dan shadaqah. Keberadaan aktivitas bisnis merupakan hal yang tidak terpisahkan dalam kehidupan manusia, sebab dalam aktivitas bisnis seseorang dapat memenuhi kebutuhannya, baik yang bersifat primer, sekunder, dan tersier. Selain itu, adanya aktivitas bisnis akan menghadirkan beragam pola komunikasi dan interaksi antara individu yang satu dengan individu yang lain, bahkan antara kelompok yang satu dengan kelompok yang lain. Jadi, adanya aktivitas bisnis merupakan bentuk dorongan lahiriah yang menuntun umat manusia menemukan dan memenuhi berbagai aspek yang kebutuhannya. Persoalan pun muncul manakala kebutuhan manusia tersebut tidak dipenuhi, dikarenakan timbulnya efek keinginan terhadap apa yang dikehendakinya. Artinya, adanya dorongan kebutuhan merupakan salah satu kontrol manusia untuk memenuhi berbagai hal yang harus dipenuhinya secara terbatas, namun timbulnya keinginan manusia yang tidak terbatas untuk memenuhi kebutuhan tersebut menyebabkan berbagai masalah yang tidak bisa dihindari.

Konsep *islamicpreneurship* lahir dari kesadaran para wirausahawan muslim yang menghendaki adanya nilai-nilai Islam yang lebih kongkrit dan nyata dalam iklim bisnis, terlebih lingkungan bisnis selalu menghadirkan berbagai bentuk kompetisi, tantangan, permasalahan yang harus diselesaikan, tidak saja dengan cara

mengorientasikan terhadap akumulasi keuntungan, tetapi bagaimana menghadirkan nilai-nilai spiritualitas dalam segala bentuk aktivitas bisnis. Maka, adanya etika bisnis Islam sebagai *core* dalam berbagai bentuk bisnis *islamicpreneurship* menjadikan konsep *islamicpreneurship* memberikan sudut pandang yang berbeda dengan konsep bisnis yang lainnya. Oleh sebab itu, peneliti akan menjelaskan terkait beberapa hasil penelitian terkait *islamicpreneurship* dan etika bisnis Islam.

Upaya hadirnya konsep kewirusahaan Islam (*islamicpreneurship*) dalam bisnis modern yakni dengan mendorong hadirnya praktik bisnis yang menebarkan nilai-nilai Islam segala bentuk aktivitas bisnis, hal tersebut disebabkan keberadaan manusia sebagai *khalifah* di muka bumi dan diciptakan oleh Allah untuk selalu beribadah kepada-Nya. Maka, membawa konteks ibadah kepada aktivitas bisnis atau bermu'amalah harus dilakukan dengan cara yang sesuai dengan ajaran Islam, sebab prinsip utama dalam *islamicpreneurship* adalah Al Qur'an dan As Sunnah. *Islamicpreneurship* memandang keberadaan sumber daya merupakan hal yang sangat fundamental, bentuk sumber daya tersebut dapat berupa *soft skill*, *hard skill*, dan *islamic value* yang menjadi fondasi dasar dalam setiap aktifitas pelaku bisnis. Maka, keberadaan *soft skill* dan *hard skill* yang baik diimbangi dengan penguasaan, pemahaman, dan kesadaran mengenai *islamic value*. Pelatihan *islamicpreneurship* pada pelajar Muhammadiyah Kabupaten Banyumas dilakukan dengan penyampaian dua materi yang dibagi kedalam dua sesi yakni materi bisnis Islam dan kreativitas. Kedua materi tersebut disampaikan kepada peserta pelatihan dengan menggunakan metode ceramah. Pemateri menyampaikan materi yang telah disediakan sebelumnya, kemudian ditengah sesi materi atau akhir materi para pemateri memberikan kesempatan kepada peserta untuk menyampaikan pertanyaan, pernyataan dan ide gagasannya, sehingga suasana pelatihan terjadi pola dialog partisipatoris antara pemateri dengan peserta pelatihan.

Materi pertama dalam pelatihan ini adalah bisnis islami yang meliputi pengertian bisnis islami, aspek-aspek fundamental norma bisnis islami, anjuran bisnis islami dan, bisnis yang dilarang dalam Islam. Materi kedua dalam pelatihan ini adalah kreativitas yang meliputi pengertian kreativitas, hal-hal yang melemahkan kreativitas, membangun kemampuan kreativitas, langkah-langkah membangun kreativitas, proses kreativitas dan, menjadi wirausahawan kreatif. Harapannya melalui penyampaian materi ini para peserta semakin pro-aktif dalam berwirausaha dengan selalu mengdepankan nilai-nilai Islam dan kreatifitas. Selama ini kegiatan kewirusahaan di pimpinan dan kader IPM Kabupaten Banyumas masih dilakukan secara pribadi dan belum menjadi bagian arus utama gerakan. Oleh sebab itu, dengan adanya bidang baru dalam struktur kepengurusan dapat dengan mudah memberikan dampak sistemik gerakan kewirusahaan islami pada seluruh lini gerakan pelajar

Muhammadiyah. Tidak hanya, pada level pimpinan daerah, melainkan juga sampai pada tingkat ranting (sekolah).

Keberadaan *islamicpreneurship* memberikan rambu arahan praktik bisnis harus memperhatikan norma, etika, dan segala bentuk nilai agama Islam. Maka, terkait norma etika dan norma bisnis dalam Islam setidaknya dapat terlihat dalam beberapa hal, yakni: pertama, larangan utama dalam Islam dalam transaksi bisnis dengan terdapatnya unsur *maisyir* (judi), *gharar* (spekulasi), dan riba atau biasa disebut dengan singkatan maghrib. Kedua, terjadi hak dan kewajiban semua pihak dalam yang terlibat dalam kontrak bisnis, sehingga memungkinkan para pihak yang terlibat untuk menyadari tanggung jawab yang sama. Artinya, bisa terjadi kerugian atau keuntungan dapat dibagi bersama antara pihak yang terikat dalam kontrak perjanjian bisnis tersebut. Ketiga, terjalinnya prinsip keadilan, saling membantu, menghindari kecurangan, salah tafsir dan sebagainya, sehingga segala bentuk aktivitas bisnis menjadi saling memberdayakan. Keempat, segala bentuk aktivitas bisnis harus diorientasikan untuk mendapatkan keberkahan dan tercapainya kebahagiaan di dunia dan akhirat. Artinya, menjadikan segala bentuk dan rangkaian bisnis sebagai sarana beribadah untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT, sehingga dalam praktiknya para pelaku bisnis mendorong untuk tidak merebut dan mengambil hak orang lain.

Konteks mengenai pentingnya etika dalam bisa kita pahami dalam tiga persepektif, yakni: pertama, etika digunakan dalam pengertian nilai dan norma agama yang menjadi pedoman bagi individu dan kelompok dalam mengatur tingkah laku. Kedua, etika dalam artian hanya kumpulan azas atau nilai-nilai moral atau kode etik. Ketiga, etika ilmu mengenai baik dan buruk (Wijaya&Noor, 2016: 17). Dari ketiga perspektif tersebut keberadaan etika bisnis islam dalam *islamicpreneurship* menjadi salah indikator bagaimana aktivitas dan proses bisnis dapat berjalan sesuai dengan ketentuan nilai dan ajaran agama Islam, sehingga pada tahap yang lebih luas menyebabkan kebiasaan dan budaya bisnis dengan mengedepankan nilai-nilai Islam. Terlaksananya kegiatan pelatihan *islamicpreneurship* pada pelajar Muhammadiyah Kabupaten Banyumas selama proses pelaksanaan kegiatan para peserta memberikan respon positif menyampaikan pengalaman, pertanyaan dan tanggapan terhadap materi yang disampaikan selama proses berlangsungnya pelatihan. Proses berlangsungnya kegiatan pelatihan dengan menggunakan metode dialog-interaksi menyebabkan interaksi antar peserta menjadi lebih cair, santai dan komunikatif, sehingga terjadinya hubungan dialogis-interaktif antar peserta dalam proses berlangsung pelatihan menyebabkan transfer pemahaman dan pengalaman terkait pentingnya kewirausahaan dan kreativitas menjadi sangat mudah untuk dipahami dan dimengerti antar sesama peserta, sehingga posisi pemateri hanya memberikan

intrepretasi dan konstruksi bahwa berwirusahaan merupakan salah satu jalan memberdayakan diri dan masyarakat, serta memberikan kontribusi besar dalam kehidupan.

Berkaitan hasil dari proses pelaksanaan kegiatan ini dapat tergambar dengan sebagaimana telah dijelaskan dalam luaran kegiatan ini, yakni: pertama, berdasarkan hasil evaluasi terhadap para peserta pasca sesi masing-masing materi mayoritas menunjukkan bahwa para peserta mendapatkan tambahan wawasan mengenai kewirusahaan islami dan kreativitas, sehingga harapannya pasca pelatihan lebih maksimal dalam mendorong gerakan kewirusahaan secara kolektif pada tingkat daerah sampai dengan rating IPM Kabupaten Banyumas. Adanya tindak lanjut (*follow up*) dalam setiap pelatihan harus menjadi perhatian tersendiri oleh semua pihak yang terlibat selama proses berlangsungnya sebuah pelatihan, sebab beberapa hal yang belum dibahas pada saat proses pelaksanaan pelatihan dapat dilakukan pada pelaksanaan tindak lanjut (*follow up*). Bentuk tindak lanjut yang akan dilaksanakan pasca pelaksanaan pelatihan *islamicpreneurship* pada pelajar Muhammadiyah Kabupaten Banyumas membuat peta kewirusahaan dan rencana kegiatan aplikatif mengenai proyek usaha yang akan dilaksanakan dan dikembangkan.

Permasalahan dan hambatan yang harus dihadapi selama proses kegiatan ini masih belum adanya pilot projek kewirusahaan yang dijalan secara kolektif, sehingga menyebabkan pelatihan menjadi kurang maksimal dikarenakan tidak adanya praktik riil yang menjadi simulasi. Selain itu kendala teknis pada proses pelatihan lebih pada penyesuaian jadwal antara tim pelaksana dengan mitra dalam penentuan pelaksanaan kegiatan pelatihan dikarena menjelang bulan puasa dan hari raya idhul fitri, sehingga rencana pelaksanaan kegiatan pelatihan yang rencananya akan dilaksanakan pada tanggal telah ditentukan harus diundur dengan mengatur jadwal kembali. Hal tersebut juga dipengaruhi oleh jadwal tim pelaksana untuk menentukan waktu kegiatan pelatihan yang terkadang perlu penyesuaian jadwal dengan kegiatan yang ada di Prodi. Harapan tim pelaksana dan mitra terhadap kegiatan pelatihan *islamicpreneurship* pada pelajar Muhammadiyah Kabupaten Banyumas, dapat mendorong para pimpinan dan kader dalam berwirusahaan secara kolektif.

SIMPULAN

Kewirusahaan Islam (*islamicprenuership*) bermakna segala bentuk aktivitas dalam mendirikan, memimpin, mengelola, mengambil risiko, dan menjadi pemilik usaha yang sesuai dengan ajaran Islam. Sehingga *islamicprenuership* merupakan upaya mendorong hadirnya praktik bisnis yang menebarkan nilai-nilai Islam segala bentuk aktivitas bisnis, hal tersebut disebabkan keberadaan manusia sebagai *khalifah* di muka bumi dan diciptakan oleh Allah untuk selalu beribadah kepada-Nya.

Berdasarkan pada proses kegiatan pelatihan manajemen zakat infak dan shadaqah pada pelatihan *islamicpreneurship* pada pelajar Muhammadiyah Kabupaten Banyumas tim pelaksana menghasilkan beberapa kesimpulan yakni: pertama, para peserta dalam pelatihan ini telah memiliki motivasi dan kesadaran mengenai konsep dan praktik *islamicpreneurship* pada pelajar Muhammadiyah Kabupaten Banyumas yang dapat dipraktikkan sebagai gerakan kolektif dari level daerah sampai dengan ranting. Kedua, mendorong kesadaran berwirausaha secara islami dan bekreativitas, sebab indikator keberhasilan dari konsep *islamicpreneurship* yakni dengan adanya praktik elaboratif antara praktik bisnis dan penerapan nilai ajaran Islam itu sendiri, sehingga aktivitas bisnis atau berwirausaha tidak saja menjadi kegiatan saling berburu laba yang sebesar-besar yang menyebabkan pengesampingan terhadap nilai etis dalam masyarakat dan agama. Adanya pelaksanaan pelatihan *islamicpreneurship* pada pelajar Muhammadiyah Kabupaten Banyumas harus senantiasa dilaksanakan secara kontinyu. Maksudnya bukan terkait teknis pelaksanaannya, melainkan bentuk tindak lanjut yang dilaksanakan pasca pelatihan yang hanya menyediakan orientasi dan teknis jangka pendek. Maka, untuk menjaga kontinuitas tersebut harus dilakukan pendampingan terhadap lembaga yang hendak didirikan terutama terkait bentuk program, promosi atau kampanye, pelaporan dan publikasinya. Hal yang patut menjadi catatan dalam proses pelaksanaan kegiatan tersebut di atas, terbagi atas beberapa bagian yakni: pertama, durasi waktu pelaksanaan, minimnya durasi waktu pelaksanaan kegiatan menyebabkan masih minimnya praktik yang dapat dilaksanakan sepanjang proses pelatihan, hal ini disebabkan orientasi yang diharapkan mitra dalam menyelesaikan permasalahannya dengan adanya pelatihan, bukan dalam bentuk *workshop* yang dapat memberikan durasi waktu yang lebih panjang. Kedua, perlunya perluasan mitra, hal ini dikarenakan mitra dalam kegiatan ini hanya berasal satu ranting saja, sehingga dampaknya kurang meluas dibanding dilaksanakan pada banyak mitra atau dalam skala yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul 'Azim Islahi. 1992. *Readings in Islamic Economic Thought*. Malaysia: Longman.
- AM. M. Hafidz MS, Syam'ani Sya'roni, Marlina "Etika Bisnis Al Ghazali dan Adam Smith dalam Perspektif Ilmu dan Ekonomi". *Jurnal Penelitian*, Volume 9, No. 1, Mei 2012. Hlm 18-34.
- FoSSEI. *Islamicpreneurship, Sebuah Ibadah dan Penciptaan Nilai yang Solutif*. dalam <http://fossei.org/2016/02/02/islamicpreneurship-sebuah-ibadah-dan-penciptaan-nilai-yang-solutif/> diakses 29 Maret 2016 waktu 09.05.
- Humam Santoso Utomo. "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pendekatan Sociopreneurship". *Makalah*. Business Conference 2012, Yogyakarta 6 Desember 2012. Diakses

- http://eprints.upnyk.ac.id/2634/2/7_Humam_ABUPNYK.pdf 30 Maret 2016 waktu 16.06.
- Husaini Usman, Purnomo Setiady Akbar. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Immamuddin Yuliadi. *Ekonomi Islam Filosofi, Teori dan Implementasi*. Edisi Revisi. Yogyakarta. LPPI UMY 2007. Hal. 102-103
- Lexy J Moleong. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad Saifullah. 2011. Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah. *Jurnal Walisongo*, Volume 19, Nomor 1, Mei 2011. Hlm. 127-156.
- Makhrus, M., & Cahyani, P. D. (2017). Konsep Islamicpreneurship dalam Upaya Mendorong Praktik Bisnis Islami. *ISLAMADINA*, 1-20.
- Rafik Issa Beekum. Etika Bisnis Islami. (Alih bahasa Muhammad). Cetakan I. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2004. Hlm. 16.
- Riza Noerinda Lubis dan Bambang Widjanarko Otok "Pengaruh Kepribadian Terhadap Perilaku Kewirausahaan Menggunakan Partial Least Square" diakses melalui <http://digilib.its.ac.id/public/ITS-Undergraduate-17971-1309106002-Paper.pdf> tanggal 30 Maret 2016 jam 10.30.
- P3EI UII. 2008. *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Rajawali Press.
- Sunggono, Bambang. 2007. *Metodologi Penelitian Hukum*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sabri. "Kewirausahaan (*Entrepreneurship*) Modal Manusia dalam Membangun Perekonomian". *Jurnal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*. Volume I, No. 7. Maret 2013.
- Shihab, Quraish, *Etika Bisnis dalam Wawasan al-Qur'an*, *Jurnal Ulumul Qur'an*, No 3/VII/97.
- Yahya Wijaya, Nina Mariani Noor (Eds). 2014. *Etika Ekonomi dan Bisnis Perspektif Agama-Agama di Indonesia*. Geneva. Globathict Net.
- Viethzal Rivai, dkk.2012. *Islamic Business and Economic Ethic*. Jakarta: Bumi Aksara. http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Interne+t+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker#.VZDM0IK3OTY diakses 22/07/2016 waktu 23.30
- <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2013/06/08/08323684/twitter.com>
Koran Kompas, 28 Maret 2016.