

STRATEGI PENGEMBANGAN WIRUSAHA SYARIAH DI KALANGAN MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM SAHID BOGOR

Saepul Amri¹, Tubagus Rifqy Thantawi², Mohamad Kharis M³.

¹²³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor.

¹ Email: samri7247@gmail.com, ² Email: trifqythan@inais.ac.id,

³ Email: kharis.mubarok@inais.ac.id.

ABSTRACT

The research is motivated because the unemployment rate in Indonesia is increasing, the way to reduce the number of unemployed is by doing entrepreneurship, in the Al-qur'an Allah SWT commands entrepreneurship in sharia, as exemplified by the Prophet. The Sahid Islamic Institute of Bogor is one of the universities that requires students to do sharia entrepreneurship, but the number of entrepreneurial students is still small because some students are not very interested in entrepreneurship, therefore a strategy is needed in developing sharia entrepreneurship in students. This type of research is descriptive qualitative, research informants are students of the Sahid Islamic Institute Campus, Bogor with the method of collecting observation data, interviews and documentation. The research data analysis is the SWOT analysis on the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the internal and external environment. Based on the results of strategic research that can be applied in the development of sharia entrepreneurship, it is to further improve human resources in providing sharia entrepreneurship knowledge, providing supporting facilities in entrepreneurial activities such as businesses that can be managed by students, and providing support by establishing cooperatives that can help capitalize student entrepreneurial activities.

Keywords: *Entrepreneurship, Sharia, Students.*

ABSTRAK

Penelitian dilatarbelakangi karena angka pengangguran pada negara Indonesia semakin meningkat, cara memperkecil jumlah pengangguran yaitu dengan berwirausaha, dalam Al-qur'an Allah SWT memerintahkan berwirausaha secara syariah seperti yang dicontohkan rasulullah. Institut Agama Islam Sahid Bogor merupakan salah perguruan Tinggi yang mengharuskan mahasiswanya untuk berwirausaha syariah, namun jumlah mahasiswa berwirausaha masih sedikit karena sebagian mahasiswa tidak begitu tertarik untuk berwirausaha, dari itu dibutuhkanlah strategi dalam pengembangan wirausaha syariah pada mahasiswa. Jenis penelitian bersifat deskriptif kualitatif, informan penelitian mahasiswa Kampus Institut Agama Islam Sahid Bogor dengan metode pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi adapun analisis data penelitian yaitu analisis SWOT pada kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman lingkungan internal dan eksternal. Berdasarkan hasil penelitian strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan wirausaha syariah adalah lebih meningkatkan sumber daya manusia dalam pemberian ilmu wirausaha syariah, menyediakan fasilitas penunjang dalam kegiatan berwirausaha seperti usaha yang dapat dikelola mahasiswa, serta memberikan dukungan dengan mendirikan koperasi yang dapat membantu permodalan kegiatan mahasiswa berwirausaha.

Kata Kunci: Wirausaha, Syariah, Mahasiswa.

I. PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Masalah yang dihadapi Indonesia saat ini yaitu tingginya angka pengangguran. Menurut Sumahamijaya Suparman jumlah pengangguran di Indonesia semakin bertambah setiap harinya. Solusi memperkecil angka pengangguran dengan berwirausaha, peluang berwirausaha masih sangat terbuka, sebab wirausaha di Indonesia masih sedikit jumlahnya. Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) mengemukakan pada suatu negara akan mampu membangun jika sudah memiliki wirausaha sebanyak 2% dari banyaknya penduduk. Keberhasilan pembangunan Negara Jepang didukung oleh wirausahawan mencapai 2% dari penduduk untuk wirausaha tingkat sedang, dan wirausaha kecil mencapai 20%, inilah keberhasilan Negara Jepang (Buchari & Donni, 2014).

Dalam ayat Al-quran Allah SWT memerintahkan berwirausaha, seperti pada surah Al-mulk ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْسُوا بِهَا مِنَّا كَيْبًا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya: *“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezekinya, dan hanya kepadanyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”.* (QS. Al-Mulk : 15)

Karakteristik wirausaha syariah ada pada diri rasulullah yang selalu jujur terhadap barang yang dijualnya, amanah, cerdas dalam melihat peluang berbisnis, serta tabligh.

Institut Agama Islam Sahid Bogor yaitu Perguruan Tinggi pada Kabupaten Bogor yang mengajarkan mahasiswa untuk berwirausaha berdasarkan prinsip syariah. Akan tetapi jumlah mahasiswa yang berwirausaha secara syariah masing sedikit jumlahnya, untuk itulah dibutuhkan

strategi dalam pengembangan wirausaha pada mahasiswanya.

I.2. Rumusan Masalah

Identifikasikan pertanyaan penelitian :

1. Bagaimanakah strategi pengembangan wirausaha syariah pada mahasiswa Institut Agama Islam Sahid Bogor?
2. Apa kendala mahasiswa dalam menjalankan usahanya?

I.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan harapan atau suatu yang hendak dicapai sehingga mengarah atas apa yang dilakukan dalam penelitian. Adapun tujuan penelitian :

- a. Untuk mengetahui strategi pengembangan wirausaha syariah pada mahasiswa Institut Agama Islam Sahid Bogor.
- b. Untuk mengetahui kendala mahasiswa dalam menjalankan usahanya.

I.3. Manfaat Penelitian

Selain tujuan diatas, peneliti mengharapkan penelitian ini terdapat kegunaan, diantaranya:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi tambahan disiplin ilmu sosial dan politik. Dan sebagai tambahan wacana bagi kalangan akademisi mengenai ilmu manajemen kewirausahaan dan hasil penelitian bisa menjadi sumber bacaan.

2. Secara Praktis

Dari segi praktis, diharapkan penelitian ini menjadi tambahan informasi untuk pihak membutuhkan data. Dan untuk peneliti bisa menambah wawasan keilmuan

II. LANDASAN TEORI

II.1. Pengertian Strategi

Semua perusahaan tentunya memerlukan sebuah strategi yang menjadikannya terarah dalam menuju pencapaiannya pengertian strategi memiliki macam-macam definisi. Berikut strategi berdasarkan para ahli, yaitu :

- a. Chandler (1962) strategi yaitu alat dalam memperoleh suatu maksud perusahaan baik berkaitan dengan pencapaian dalam waktu lama, rancangan menindak lanjuti, serta mendahulukan penentuan bahan pendukung.
- b. Porter (1985) strategi merupakan perlengkapan utama saat membuat keunggulan bersaing. (Freddy Rangkuti, 2016)

II.2. Tipe – Tipe Strategi

- a. Strategi manajemen, yaitu strategi yang mampu dijalankan seorang manajemen dalam berorientasi dalam mengembangkan strategi secara besar. Misalnya strategi pengembangan pada barang, strategi menentukan harga, strategi pemindahan, strategi mengembangkan tempat penjualan, strategi keuangan dan lain-lain.
- b. Strategi Investasi, strategi yang meninjau dalam kegiatan berinvestasi. Seperti apakah suatu perusahaan akan menggunakan strategi pengembangan yang disesuaikan ataupun dapat menciptakan penerobosan pada penjualan dan lain-lain.
- c. Strategi Bisnis, dilakukan dengan metode fungsional dikarenakan strategi bisnis berkeinginan dalam fungsi pada aktivitas pengaturan, seperti penjualan, produksi, strategi pengiriman dan sebagainya. (Freddy Rangkuti, 2016)

II.3. Pengertian Manajemen Strategis

Menurut Yunus (2016:5) manajemen strategis yaitu serangkaian kegiatan pada

pengambilan tindakan mempunyai wujud dasar dan keseluruhan, disertai tata cara penetapan pelaksanaannya, yang disusun oleh pimpinan dan kemudian diterapkan oleh semua bagian perusahaan. Sementara itu menurut banyaknya ahli manajemen strategi yaitu:

- a. Wheelen (2000), manajemen strategis yaitu sekelompok tindakan serta langkah manajerial yang mengarah dalam menyusun strategi-strategi efektif untuk pencapaian maksud pada perusahaan, diperlukan analisis SWOT.
- b. Pearce II dan Robinson (2008), manajemen strategis yaitu kumpulan serta perbuatan yang mengeluarkan formulasi dan penerapan rancangan rencana dalam mendapatkan sasaran perusahaan. (Eddy Yunus, 2016)

II.4. Pengertian wirausaha

Dalam ketetapan Menteri Koperasi dan UKM Nomor 961/KEP/M/XI/1995, menyebutkan bahwa kewirausahaan merupakan semangat, sikap, reaksi serta kesanggupan seseorang untuk mengurus usaha ataupun suatu kegiatan yang mengandalkan pada upaya pencarian, menciptakan serta penerapan metode kerja, teknologi serta barang baru dengan menaikkan kemampuan pada proses pemberian pelayanan profesional. Sedangkan wirausaha yaitu seseorang memiliki jiwa, tanggapan dan kepandaian kewirausahaan. (Rusydi & Tien, 2016)

II.5. Faktor Pendorong Berwirausaha

1. Individu (*Personal*)
Memperhatikan pada kepribadian pada dirinya, misalnya orang yang rajin, mau bekerja keras, percaya diri, bisa dipercaya/jujur, bisa begaul dengan banyak orang, dan sebagainya.
2. Sosiologis (*Sociological*)
Yaitu dukungan keluarga membantu serta sangat mendukung dalam kegiatan berwirausaha.

3. Lingkungan (*Environtamental*)

Yaitu adanya lingkungan mendukung, lingkungan dapat menjadi contoh, dan menjadi tempat belajar. Misalnya sejak kecil mengawali berdagang ataupun kerap mengamati orang-orang disekitar mengerjakan bisnis ataupun seorang pelajar sedang melakukan pelatihan wirausaha. (Buchari & Donni, 2014)

II.6. Wirausaha Syariah

Syariah adalah mengatur segala kegiatan yang dapat diperbolehkan maupun mana yang dilarang, landasan syariah merupakan pengetahuan dan kesenangan manusia baik masih dibumi maupun dialam baka. Tujuan syariah utama adalah membawa pada keselamatan makhluk ada dalam jaminan atas kepercayaan, akal pikiran, harta serta jangka waktu mendatang.

bimbingan syariah untuk menjalankan, mengelola manajemen bisnis antara lain:

- a. Target hasil (*Profit*), bisa berupa laba uang maupun benda. Paling tidak dengan syariat sebagai landasan serta pijakan dalam melakukan bisnis keuntungan yang telah didapat juga semakin banyak, dan proses yang dilalui menyesuaikan dengan peraturan perbisnisan.
- b. Pertumbuhan (*Growth*) akan terus meningkat, maksudnya agar usaha yang dikendalikan tak hanya membalikkan modal, mencapai keuntungan semata. Keadaan tersebut bermaksud supaya nanti bisa melebarkan kegiatan Islami melampaui dari sebelumnya.
- c. Keberlangsungan (*Sustainable*), menjalankan usaha bukan berarti sesudah memperoleh laba akan beres. Jauh pada itu, melakukan bisnis dituntut agar lebih meninggikan tingkat kegiatannya supaya mengurus usaha terus populer.

- d. Keberkahan, keutamaan suatu bisnis yaitu memperoleh karunia dan keikhlasan. Tanpa adanya hal itu keuntungan, peningkatan bisnis, eksistensi yang kokoh tak mempunyai nilainya saat tak didapatkannya suatu karunia dan keikhlasan Allah SWT. (Abdullah)

II.7. Prinsip-prinsip Wirausaha Syariah

Prinsip wirausaha Islam yang berlandaskan ketentuan Allah SWT pada Al-qur'an dan petunjuk Rasulullah tentang perdagangan atau pebisnis merupakan kebenaran tak membatasi serta tetap. Adapun prinsip wirausaha Rasulullah SAW menurut Jusmaliani (2008) yaitu:

- a. Kebebasan/sukarela dalam usaha perdagangan
Adanya perdagangan dan persetujuan penjualan atau pembelian sesuai peraturan hingga wewenang seseorang maupun kelompok untuk mempunyai dan memindahkan satu kekayaan yang sudah diakui secara bebas tanpa paksaan.
- b. Keadilan bermoral, jujur, dan adil
- c. Akhlak yang baik sopan dan berperilaku baik
- d. Bentuk-bentuk transaksi

II.8. Karakteristik Wirausaha Religius

Rasulullah merupakan contoh sempurna seorang wirausaha yang handal dan religius. Sejak kecil usia 12 tahun, Rasulullah membantu pamannya, Abu Thalib, berdagang dengan membeli barang di pasar dan menjualnya kembali untuk mendapatkan keuntungan. Rasulullah juga pernah mengadakan kerjasama dengan Khadijah dalam bisnisnya dalam bentuk kemitraan dengan bagi hasil. Rasulullah dikenal sebagai wirausaha terpercaya, jujur, adil, dan tak mengecewakan pelanggannya. Ada empat sifat Rasulullah dalam mengelola bisnis yang mengandung nilai moral tinggi, yaitu sebagai berikut:

- a) Shiddiq (benar dan jujur)
Sifat shiddiq yang memang tercermin pada Rasulullah dalam kehidupan selalu jujur pada

rekanan, konsumen, kompetitor bisnis ataupun kepada karyawan. Sikap jujur Rasulullah juga terlihat dari landasan ucapan, keyakinan dan perbuatan beliau.

Sikap jujur seharusnya diaplikasikan dalam aktivitas bisnis terutama pada pemasaran dilihat dalam menciptakan iklan-iklan yang tidak berlebih-lebihan dan manipulatif.

- b) Amanah (*kredibel*)
Kredibilitas seorang wirausaha akan terlihat dari bagaimana ia bersungguh-sungguh menepati janji untuk memenuhi sesuatu yang tentunya tidak melanggar syariat Islam.
- c) Fathonah (cerdas)
Seorang wirausaha tentunya seseorang yang cerdas dimana ia dituntut untuk mampu melihat kesempatan kemudian dibisniskan serta dikembangkan secara baik dengan memaksimalkan potensinya dan sumberdaya yang dimilikinya.
- d) Tabligh (Argumentatif, Komunikatif)
Seorang wirausaha diharuskan komunikatif atau mampu mengomunikasikan visi dan misi dari bisnisnya dihadapan karyawan, pemegang saham ataupun pihak-pihak yang terkait. Pembicaraan yang berbobot dan benar akan mampu menarik perhatian pihak-pihak terkait. (Utari Evy Cahyani, 2015)

II.9. Strategi Berwirausaha

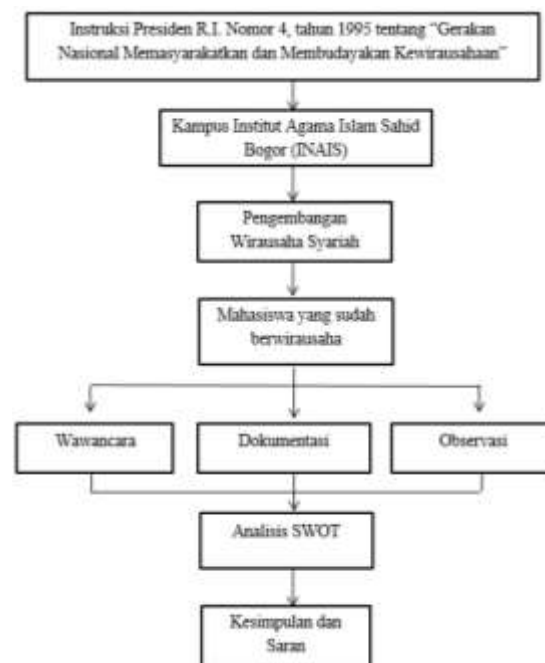
Dalam menjalankan sebuah usaha perlu lah sebuah strategi untuk membangun usaha tersebut agar berjalan sesuai keinginan. Adapun banyaknya keadaan yang mesti diperhatikan:

1. Perencanaan Usaha
Setelah mempunyai gagasan dalam memulai usaha, langkah awal yang dikerjakan yaitu membuat perencanaan terhadap usaha. Menurut Peggy Lambing,

perencanaan usaha yaitu cap biru yang tertulis yang memiliki isi terhadap misi suatu usaha, pengusulan usaha, perincian keuangan, strategi usaha peluang pasar barangkali diperoleh, serta mampu menyelesaikan kegiatannya. Memiliki dua kegunaan penting :

- a) Sebagai arahan untuk sampai pada keberhasilan manajemen usaha.
 - b) Menjadi alat dalam mengajukan keperluan permodalan dari luar.
2. Pengelolaan Keuangan
Ada tiga aspek yang mesti dilihat pada pengelolaan keuangan :
 - a) Aspek sumber dana.
 - b) Aspek perencanaan dan pemanfaatan sumber dana.
 - c) Aspek mengawasi atau mengendalikan keuangan
 3. Strategi Pemasaran
Pemasaran adalah serangkaian aktivitas menentukan keperluan dan keinginan yang pelanggan butuhkan. Prinsip pemasaran adalah membuat nilai untuk pelanggan, terdapat keunggulan bersaing.

III. Kerangka Berpikir Penelitian



Gambar II.1 Kerangka Berpikir Penelitian.

IV. METODE PENELITIAN

IV.1 Sifat Penelitian.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, yaitu penelitian dalam mengandalkan untuk menggambarkan baik dalam satu variabel maupun banyak tidak harus melakukan perbandingan (Sugiono, 2012:7)

IV.2 Metode Pengumpulan Data

- a. Metode observasi
 Menurut Sugiono (2015:204) observasi merupakan aktivitas pemuatan penelitian kepada suatu objek.
- b. Metode wawancara
 Menurut Emzir (2010:50) wawancara merupakan serangkaian berkomunikasi atau interaksi dalam menyatukan informasi dengan metode tanya jawab pada narasumber.
- c. Dokumentasi
 Menurut Sugiono (2015:329) dokumentasi merupakan cara dikerjakan agar mendapatkan data serta informasi baik pada bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan nilai maupun keterangan berisi laporan serta keterangan pendukung.

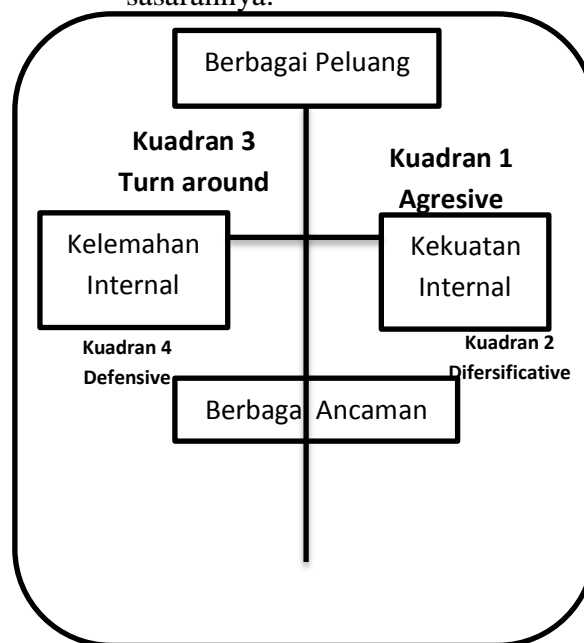
IV.3 Analisis Data

Analisis Data menurut moleong (2011:248) merupakan usaha yang dilaksanakan menggunakan pola pekerjaan dengan data, menyusun data, memisahkannya pada kesatuan yang bisa dikerjakan, membaginya, mendapatkan dan memutuskan pola, menetapkan mana yang berguna serta dipelajari, dan menentukan apa yang diberitahukan.

Kemampuan Perguruan Tinggi ditetapkan penggabungan berbagai faktor. Menurut Freddy Rangkuti (2016:20) SWOT merupakan hasil lingkungan internal serta lingkungan eksternal. Beserta analisis SWOT yaitu :

1. Lingkungan internal meliputi :

- a. *Strenght* (kekuatan), yaitu satu keadaan serta kemampuan perusahaan ataupun organisasi yang mempunyai kepastian untuk mencapai tujuannya, dikarenakan dengan adanya kekuatan pada organisasi dimiliki manfaat strategis.
 - b. *Weakness* (kelemahan), merupakan keadaan dan ketidak sanggupaan internal disebabkan organisasi tidak bisa mencapai tujuannya atau sebagai kondisi yang menempatkan organisasi pada kerugian dan tidak terdapat kekuatan daya saing.
2. Lingkungan eksternal meliputi :
 - a. *Oppurtunities* (peluang), merupakan kondisi mendukung organisasi dalam memperoleh atau bahkan melebihi pada sasarannya.
 - b. *Threat* (tantangan), yaitu berbagai faktor eksternal diakibatkan organisasi tak bisa mencapai sasarannya.



Sumber : Freddy Rangkuti (2016:20)
 Gambar III.2 Diagram Analisis SWOT.

Keterangan:

Kuadran 1 :

Adalah keadaan yang memberikan keuntungan. Perusahaan terdapat kesempatan dan kekuatan agar bisa menggunakan peluang dimilikinya. Strategi

dapat dipergunakan pada keadaan ini adalah menunjang rangkaian perkembangan yang agresif.

Kuadran 2 :

Meski telah melawan berbagai acaman, perusahaan ini tetap mempunyai kekuatan pada sisi internal. Dengan memakai kekuatan untuk menggunakan peluang dengan metode strategi menganekaragamkan (produk/pasar).

Kuadran 3 :

Keadaan melawan peluang pasar dalam tahap tinggi, tetapi disisi lain, ia melawan banyaknya kendala ataupun kelemahan internal. Pusat strategi dengan memperkecil permasalahan internal supaya bisa mengambil kesempatan pasar yang semakin baik.

Kuadran 4 :

Pada suatu keadaan yang sungguh tidak memberi keuntungan, perusahaan melawan semua ancaman serta kelemahan internal. Matriks SWOT dinilai bisa menggambarkan secara terperinci seperti apa kesempatan, ancaman eksternal dilawan serta menyesuaikan pada kekuatan dan kelemahannya. Dapat mengeluarkan empat pilihan.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

V.1 Identifikasi Faktor-Faktor Kekuatan :

Berdasarkan analisis pada lingkungan internal, maka faktor kekuatan adalah:

- Dosen pengajar bersungguh-sungguh dalam mengajarkan keilmuannya.
- Lingkungan Kampus yang kreatif menumbuhkan ide-ide baru pada mahasiswanya dalam berwirausaha.
- Jumlah mahasiswa meningkat setiap tahunnya.
- Sebagian mahasiswa sudah berwirausaha.
- Lokasi kampus strategis.

V.2 Identifikasi Faktor-Faktor Kelemahan :

Berdasarkan analisis yang diperoleh pada lingkungan internal, maka faktor kelemahan adalah:

- Kurangnya kesadaran berwirausaha pada mahasiswa.
- Kurang lengkapnya fasilitas pengembangan wirausaha.
- Belum adanya pendirian koperasi dalam penunjang permodalan mahasiswa berwirausaha.
- Kampus belum memiliki usaha dikendalikan oleh mahasiswa.
- Sebagian mahasiswa belum mengerti wirausaha syariah.

V.3 Identifikasi Faktor-Faktor Peluang :

Berdasarkan analisis dalam lingkungan eksternal, maka faktor peluang adalah:

- Perkembangan teknologi semakin maju.
- Mayoritas masyarakat muslim.
- Kegiatan wirausaha syariah ada dalam keadaan tiap hari.
- Meningkatnya tren wirausaha syariah.
- Memanfaatkan infrastruktur Kabupaten Bogor.

V.4 Identifikasi Faktor-Faktor Ancaman :

Berdasarkan analisis dalam lingkungan eksternal, maka faktor ancaman adalah:

- Perkembangan ekonomi tidak stabil.
- Masih lemahnya dukungan dari Pemerintah Kabupaten Bogor.
- Kurangnya inovasi pada mahasiswa yang berwirausaha.
- Banyaknya institusi pendidikan yang mendirikan Koperasi dalam penunjang permodalan mahasiswa berwirausaha.
- Banyaknya institusi pendidikan menyediakan usaha yang bisa dikelola oleh mahasiswanya.

Perumusan Matriks IFAS dan EFAS Berdasarkan Hasil Identifikasi Faktor-Faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman.

Berdasarkan hasil identifikasi faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, maka dibuatlah matriks IFAS dan EFAS.

Tabel IV.1 Matriks IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*)

Nomor	Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot (Value)	Rating	Skor (Bobotx Rating)
KEKUATAN				
1.	Dosen pengajar bersungguh-sungguh dalam mengajarkan keahliannya	0,15	4	0,6
2.	Lingkungan Kampus yang kreatif memunculkan ide-ide baru pada mahasiswanya dalam berwirausaha	0,15	3	0,45
3.	Jumlah mahasiswa meningkat setiap tahunnya	0,1	3	0,3
4.	Sebagian mahasiswa sudah berwirausaha	0,15	4	0,6
5.	Lokasi kampus strategis	0,1	3	0,3
KELEMAHAN				
1.	Kurangnya kesadaran berwirausaha pada mahasiswa	0,1	2	0,2
2.	kurang lengkapnya fasilitas dalam pengembangan wirausaha	0,05	2	0,1
3.	Belum adanya pendirian Koperasi dalam penunjang permodalan mahasiswa berwirausaha	0,05	2	0,1
4.	Kampus belum memiliki usaha dikendalikan oleh mahasiswa	0,05	1	0,05
5.	Sebagian mahasiswa belum mengerti wirausaha syariah	0,1	2	0,2
Jumlah		1,00		2,9

Sumber: diolah oleh pada tahun 2020

Keterangan:

- Bobot: 0.20 (tinggi atau kuat), 0.15 (diatas rata-rata), 0.10 (rata-rata), 0.05 (dibawah rata-rata), 0.0 (tidak berpengaruh).
- Rating: 4 (sangat kuat), 3 (kuat), 2 (lemah), 1 (sangat lemah).

Tabel IV.2 Matriks EFAS (*External Strategic Factor Analysis Summary*)

Nomor	Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot (Value)	Rating	Skor (Bobotx Rating)
PELUANG				
1.	Perkembangan teknologi semakin maju	0,15	3	0,45
2.	Mayoritas masyarakat muslim	0,15	3	0,45
3.	Kegiatan wirausaha syariah ada dalam kondisi tiap hari	0,15	4	0,6
4.	Meningkatnya tren wirausaha syariah	0,05	2	0,1
5.	Memfaatkan infrastruktur Kabupaten Bogor	0,1	3	0,3
ANCAMAN				
1.	Perkembangan ekonomi tidak stabil	0,1	2	0,2
2.	Masih lemahnya dukungan dari pemerintah kabupaten bogor	0,15	1	0,15
3.	Kurangnya inovasi pada mahasiswa yang berwirausaha	0,05	2	0,1
4.	Banyaknya institusi pendidikan yang mendirikan koperasi dalam penunjang permodalan mahasiswa berwirausaha	0,05	1	0,05
5.	Banyaknya institusi pendidikan menyediakan usaha yang bisa dikelola oleh mahasiswanya	0,05	1	0,05
Jumlah		1,00		2,45

Sumber: diolah pada tahun 2020

Keterangan:

- Bobot: 0.20 (tinggi atau kuat), 0.15 (diatas rata-rata), 0.10 (rata-rata), 0.05 (dibawah rata-rata), 0.0 (tidak berpengaruh).
- Rating: 4 (sangat berpeluang), 3 (berpeluang), 2 (mengancam), 1 (sangat mengancam).

Perumusan Matriks Internal-Eksternal Berdasarkan Hasil Matriks IFAS dan EFAS.

Berdasarkan hasil matriks IFAS dan EFAS pengembangan wirausaha syariah di Kampus Institut Agama Islam Sahid Bogor, maka dibuat lah matriks internal-eksternal yang terdapat di bawah ini.

	4.0 Tinggi	3.0	2.0 Rata-rata	1.0 Lemah
Tinggi	1 GROWTH Konsentrasi Melalui Integrasi Vertikal	2 GROWTH Konsentrasi Melalui Integrasi Horizontal	3 GROWTH Turnaround	
Sedang	4 STABILITY Hati-hati	5 GROWTH Konsentrasi Melalui Integrasi Horizontal	6 RETRENCHMENT Captive Company atau Divestment	
Rendah	7 GROWTH Diversifikasi Konsentrik	8 GROWTH Diversifikasi Konglomerat	9 RETRENCHMENT Bangkrut atau Likuidasi	
		2,9		
			2,45	

Gambar IV.3 Matriks Internal – Eksternal. Berdasarkan tabel matriks IFAS dan EFAS dengan nilai total IFAS 2,9 dan EFAS 2,45 dan dihubungkan dengan matriks I-E

(Internal-Eksternal), menunjukkan pada kolom lima yaitu Konsentrasi melalui integrasi horizontal.

Perumusan Matriks SWOT dan Hasil Matriks Internal - Eksternal Pengembangan Wirausaha Syariah di Kampus Institut Agama Islam Sahid Bogor.

Hasil dari keputusan matriks internal - eksternal pengembangan wirausaha syariah pada Kampus Institut Agama Islam Sahid Bogor adalah perlu konsentrasi melalui integrasi horizontal. Konsentrasi melalui integrasi horizontal ini artinya bahwa kampus Institut Agama Islam Sahid Bogor dalam beraktifitasnya harus lebih ditingkatkan.

Pada bagian ini, disebutkan bahwa Kampus Institut Agama Islam Sahid Bogor dapat meningkatkan kensentrasinya melalui integrasi horizontal, dengan meningkatkan sumber daya manusia pemberian ilmu pengetahuan berwirausaha syariah, menyediakan fasilitas penunjang pengembangan wirausaha syariah seperti dengan menyediakan usaha dikelola mahasiswa.

Tabel IV.3 Matriks SWOT (*Strenghts Weaknesses Opportunities Threats*)

Faktor Internal	Strength/Kekuatan (S) 1. Dosen pengajar bersungguh-sungguh dalam mengajarkan keilmuannya	Weaknesses/Kelemahan (W) 1. Kurangnya kesadaran berwirausaha pada mahasiswa
Faktor Eksternal	2. Lingkungan Kampus yang kreatif menumbuhkan ide-ide baru pada mahasiswanya dalam berwirausaha. 3. Jumlah mahasiswa meningkat setiap tahunnya 4. Sebagian mahasiswa sudah berwirausaha 5. Lokasi kampus strategis	2. Kurang lengkapnya fasilitas dalam pengembangan wirausaha 3. Belum berkembangnya Koperasi dalam penunjang permodalan mahasiswa berwirausaha 4. Kampus belum memiliki usaha dikendalikan oleh mahasiswa 5. Sebagian mahasiswa belum mengerti wirausaha syariah
Opportunities/Peluang (O) 1. Perkembangan teknologi semakin maju 2. Mayoritas masyarakat muslim 3. Kegiatan berwirausaha syariah ada dalam keadaan tiap hari 4. Meningkatnya tren wirausaha syariah. 5. Memanfaatkan infrastruktur Kabupaten Bogor	SO Strategi 1. Meningkatkan sumber daya manusia pada pemberian ilmu pengetahuan pada mahasiswa 2. Melakukan pelatihan wirausaha berbasis syariah secara langsung pada mahasiswanya 3. Melakukan kerjasama baik pada perusahaan negeri maupun swasta. 4. Memanfaatkan Infrastruktur Kabupaten Bogor 5. Memanfaatkan teknologi	WO Strategi 1. Melakukan sosialisasi akan pentingnya berwirausaha 2. Membuka sebuah usaha yang dapat dikelola oleh mahasiswa 3. Membuka sebuah koperasi agar dapat membantu permodalan mahasiswa berwirausaha
Threats/Ancaman (T) 1. Perkembangan ekonomi tidak stabil 2. Masih lemahnya dukungan dari pemerintah kabupaten bogor 3. Kurangnya inovasi pada mahasiswa yang berwirausaha 4. Banyaknya institusi pendidikan yang mendirikan Koperasi dalam penunjang permodalan mahasiswa berwirausaha 5. Banyaknya institusi pendidikan yang menyediakan usaha yang bisa dikelola oleh mahasiswanya	ST Strategi a) Pendekatan dengan pemerintah kabupaten bogor b) Memanfaatkan fasilitas yang ada c) Kembangkan kreatifitas mahasiswa yang berwirausaha d) Sosialisasi akan wirausaha pada mahasiswa tanpa memerlukan modal	WT Strategi a) Pertumbuhan ekonomi turun naik b) Kurangnya dukungan dari pemerintah c) Belum adanya usaha yang dapat dikelola oleh mahasiswa d) Kurangnya pengetahuan dalam berwirausaha

Sumber: diolah pada tahun 2020

Prioritas Strategi Berdasarkan Perumusan Matriks SWOT Pengembangan Wirausaha Syariah di Kampus Institut Agama Islam Sahid Bogor

Adapun prioritas strategi berdasarkan perumusan matriks SWOT Pengembangan Wirausaha Syariah di Kampus Institut Agama Islam Sahid Bogor adalah sebagai berikut :

1. Dalam hal strategi yang diterapkan berdasarkan “Menggunakan semua kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebesar-besarnya” :
 - a. Meningkatkan sumber daya manusia pada pemberian ilmu pengetahuan pada mahasiswa.
 - b. Melakukan pelatihan wirausaha berbasis syariah secara langsung pada mahasiswanya.
 - c. Melakukan kerjasama baik pada perusahaan negeri maupun swasta.
 - d. Memanfaatkan Infrastruktur Kabupaten Bogor
 - e. Memanfaatkan teknologi

2. Dalam hal strategi yang diterapkan berdasarkan “Memanfaatkan peluang, dengan cara meminimalkan kelemahan”:
 - a. Melakukan sosialisasi akan pentingnya berwirausaha.
 - b. Membuka sebuah usaha yang dapat dikelola oleh mahasiswa.
 - c. Membuka sebuah koperasi agar dapat membantu permodalan wirausaha pada mahasiswa.
3. Dalam hal strategi yang diterapkan berdasarkan “Menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman”:
 - a. Pendekatan dengan Pemerintah Kabupaten Bogor.
 - b. Memanfaatkan fasilitas yang ada.
 - c. Kembangkan krealitifitas mahasiswa yang berwirausaha.
 - d. Sosialisasi akan wirausaha pada mahasiswa tanpa membutuhkan modal.
4. Dalam hal strategi yang diterapkan berdasarkan “Melaksanakan aktivitas yang bersifat defensif dan berusaha memperkecil kelemahan yang ada, serta menjauhi ancaman”:
 - a. Pertumbuhan ekonomi turun naik.
 - b. Kurangnya dukungan dari pemerintah.
 - c. Belum adanya usaha yang dapat dikelola oleh mahasiswa.
 - d. Kurangnya pengetahuan dalam berwirausaha.

IV.8. Jumlah Mahasiswa Berwirausaha Syariah

Infoman penelitian yaitu semua mahasiswa yang berkuliah di Kampus Institut Agama Islam Sahid Bogor dan sudah berwirausaha. Adapun informan berjumlah 21 orang antara lain:

Tabel IV.4 Keterangan Mahasiswa Berwirausaha

Keterangan	Jenis Kriteria	TOTAL	PERSENTASE (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	10	47%
	Perempuan	11	53%
Jumlah Total		21	100%
Jenis Usaha	Petani	1	5%
	Editing	1	5%
	Budidaya Ikan	2	9%
	Usaha Makanan	6	28%
	Studio Musik	1	5%
	Online Shop	6	28%
	Make Up	1	5%
	Penjual Pulsa	1	5%
	Penjual Pakaian	1	5%
	Minuman Yougurt	1	5%
Jumlah Total		21	100%
Lama Menjadi Wirausaha	> 1 Tahun	17	80%
	< 1 Tahun	4	20%
Jumlah Total		21	100%
Penghasilan Perbulan	> Rp.1.000.000	10	47%
	< Rp.1.000.000	8	38%
	< Rp.500.000	3	15%
Jumlah Total		21	100%

Sumber: diolah pada tahun 2020

Tabel diatas memperlihatkan informasi mengenai beberapa mahasiswa yang sudah berwirausaha. Beberapa dari mereka ada yang memiliki usaha antara lain 5% sebagai petani, 5% sebagai jasa editing, 9% budidaya ikan, 28% usaha makanan, 5% studio musik, 28% online shop, 5% make up, 5% penjual pulsa, 5% penjual pakaian dan 5% penjual minuman yougurt.

VI. Penutup

VI.1. Kesimpulan

Bersumber pada hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat disimpulkan antara lain sebagai berikut:

1. Strategi pengembangan wirausaha syariah dalam meningkatkan jumlah mahasiswa berwirausaha adalah lebih meningkatkan sumber

daya manusia dalam pemberian ilmu tentang berwirausaha syariah agar mahasiswa dapat membedakan antara wirausaha konvensional dan wirausaha syariah, menyediakan fasilitas dalam penunjang berwirausaha syariah seperti menyediakan usaha yang dapat dikelola oleh mahasiswanya dengan begitu mahasiswa dapat mengaplikasikan langsung ilmu yang didapat kedalam usaha yang dijalankan, serta dukungan dengan mendirikan koperasi dalam penunjang permodalan untuk mahasiswa berwirausaha.

2. Adapun kendala yang dialami oleh para mahasiswa yang berwirausaha dalam menjalankan usahanya yaitu: 50% menjawab dalam pemasaran sehingga produk yang mereka jual kurang terkenal oleh konsumen, 30% menjawab dalam manajemen waktu antara membagi waktu kuliah dan berwirausaha dan 20% menjawab dalam manajemen keuangan sehingga sering terjadinya kesalahan pada pencatatan keuangan antara pendapatan serta pengeluaran.

VI.2. Saran

- a. Pendirian bisnis yang diadakan kampus dapat membuat mahasiswa merasakan kegiatan wirausaha secara langsung.
- b. Mendirikan koperasi untuk membantu dari segi permodalan untuk mahasiswa berwirausaha.

Bagi Mahasiswa

- a. Carilah produk yang memang digemari ataupun dibutuhkan
- b. Kembangan produk yang dimiliki seperti memberikan ciri khusus dibandingkan pesaing

- c. Saat ini banyak usaha bisa dikerjakan tanpa memerlukan modal seperti pada usaha jasa.
- d. Manajemen waktu dibutuhkan supaya dapat mengatur saat berkuliah dan saat berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (n.d.). Wirausaha Berbasis Syariah, 4-5.
- Arifin, J. Etika Bisnis Islam. Semarang: Walisongo Press, 2008.
- Basrowi. Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011.
- Buchari, A, dan Donni Juni Priansa. Manajemen Bisnis Syariah. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Hamali, A. y. Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan. Jakarta: Prenadamedia group, 2016.
- J., David Hunger; Thomas, L. Management Strategis. Yogyakarta, 2014.
- Kamus besar bahasa indonesia. (n.d.).
- RI, D. A. Al-Qur'an dan Terjemahan. Semarang: CV. Wisaksana, 2013.
- Rusdiana. (2014). Kewirausahaan. Bandung: Pustaka Setia.
- Rusydi, A., & Tien, R. Pengantar Kewirausahaan. Medan: Perdana Publishing, 2016.
- saydam, G. Manajemen Sumber Daya Manusia. 496, 1996.
- Statistik, B. P. Laporan Bulanan Data Sosial Ekonomi. Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2019.

Jurnal

Maryati, W. (n.d.). “Peran Perguruan Tinggi Dalam Pemberdayaan Entrepreneurship Untuk Mengembangkan Wirausahawan”, hlm. 3-4.

Nurcholifah, I. (n.d.). “Membangun Muslim Entrepreneurship Dari Pendekatan Konvensional Ke Pendekatan Syariah”, hlm. 5.

Utari Evy Cahyani. (2015). “Pengembangan Jiwa Kewirausahaan Berbasis Syariah pada IAIN Padangsidempuan”, hlm. 212.

Internet

Website Kampus Institut Agama Islam Sahid Bogor. <http://inais.ac.id> (Diakses tanggal 29 juli 2020)