

**STRATEGI DAKWAH JOGJA MUSLIMAH PRENEUR COMMUNITY
DALAM MENGEMBANGKAN KEWIRAUSAHAAN MUSLIMAH DI
YOGYAKARTA**

**DA'WAH STRATEGY OF JOGJA MUSLIMAH PRENEUR COMMUNITY IN
DEVELOPING MUSLIMAH ENTREPRENEURSHIP IN YOGYAKARTA**

Aulia Agnia dan Dr.Mahli Zainuddin Tago,M.Si.

*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl.Lingkar Selatan,
Kasihlan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55183*

auliaagnia2234@gmail.com

maztago@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti bagaimana strategi dakwah *Jogja Muslimah Preneur Community* dalam mengembangkan Kewirausahaan Muslimah di Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini yaitu *founder*, komite serta member *Jogja Muslimah Preneur Community* (JMP Comm).

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode pengamatan, wawancara secara mendalam dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi dakwah yang digunakan ada 3 aspek yakni strategi dakwah sentimental (menggunakan aspek hati dan perasaan), strategi dakwah rasional (menggunakan aspek akal pikiran) dan strategi dakwah indrawi (menggunakan aspek strategi eksperimen atau ilmiah). Serta dengan menggunakan sarana dakwah (*wasilah*) dalam bentuk lisan, tulisan, lukisan, audio visual dan akhlak.

Kata Kunci: *Strategi Dakwah, Kewirausahaan, Muslimah*

ABSTRACT

This study purposed to elaborate on the da'wah strategy of Jogja Muslimah Preneur Community in developing entrepreneurship at Yogyakarta. The research subjects in this study are founders, committee and Jogja Muslimah Preneur Community (JMP Comm) members.

This study conducted in qualitative approach through observation, in-depth interview and documentation. The results highlight that there are three aspects of da'wah strategy used by Jogja Muslimah Preneur Community in developing entrepreneurship at Yogyakarta. Those are sentimental da'wah strategies (using aspects of the heart and feelings), rational da'wah strategies (using aspects of the mind) and sensory da'wah strategies (using aspects of experimental or scientific strategies). Besides, the vehicle of da'wah (wasilah) used are packaged in the form of oral, written, painting, audiovisual and moral.

Keywords: *Da'wah Strategy, Entrepreneurship, Muslimah*

Dalam agama Islam dakwah merupakan unsur dalam proses pengembangan Islam yang memajukan taraf kehidupan dan beragama agar menjadi lebih baik dari sebelumnya. Sarana atau media dakwah mampu menjadikan aktivitas dakwah lebih efektif dan efisien. Pendekatan dakwah dengan akhlak atau dakwah *bi al-hal* salahsatunya adalah dengan cara berwirausaha. Kewirausahaan secara sederhana dapat dipahami sebagai sebuah proses mengembangkan dan memajukan Islam dengan cara-cara kongkret dan profesional melalui spirit kewirausahaan.

Indonesia merupakan negara dengan jumlah muslimah yang paling banyak di dunia dibanding dengan negara yang lain. Hal tersebut dibuktikan dengan data statistik dengan jumlah umat Islam yang mencapai 207,2 juta jiwa (87,12%). Jumlah tersebut merupakan presentase sekitar 13% dari umat Islam di seluruh dunia.¹ Berdasar jenis kelamin adalah muslim sebanyak 104.195.183 dan muslimah sebanyak 102.980.379.² Sehingga hal tersebut mengimplikasikan bahwa jumlah muslimah Indonesia yang sangat besar.

Secara ideal dengan dunia bisnis semakin berkembang, untuk mendapatkan lingkungan ekonomi yang baik mampu mendatangkan kesejahteraan dan keadilan sosial perlu adanya kontribusi positif dari setiap elemen masyarakat. Muslimah harus menjadikan kewirausahaan sebagai manifestasi ibadah dan dakwah. Sejarah mencatat bahwa banyak contoh perempuan yang sukses dalam bidang usaha. Nama-nama perempuan yang terjun dalam bidang usaha diantaranya adalah Ummu Salim Binti Malhan yang bekerja sebagai perias pengantin. Dalam bidang perdagangan misalnya dikenal Khadijah Binti Khuwailid yang sangat sukses. Ada juga Zainab binti Jahsy yang aktif dalam mengembangkan usahanya yakni menyamak kulit

¹ Badan Pusat Statistik, *Kewarganegaraan, Suku Bangsa, Agama dan Bahasa Sehari-hari Penduduk Indonesia: Hasil Sensus Penduduk 2010*, hal 10

² *Ibid*, hal 46

binatang dan hasilnya ia sedekahkan.³ Generasi setelahnya bahwa perempuan juga bisa mengambil alih untuk ikut andil dalam bidang usaha. Rasulullah SAW sebagai seorang panutan umat manusia selalu memberi perhatian serta pengarahan kepada perempuan agar menggunakan waktu sebaik-baiknya dan mengisinya dengan pekerjaan-pekerjaan yang bermanfaat.

Salahsatu dari sedikit muslimah yang aktif dalam dunia kewirausahaan adalah *Jogja Muslimah Preneur Community* (JMP Comm). Keistimewaan JMP adalah memberikan inspirasi khususnya terhadap muslimah di daerah Yogyakarta dan daerah sekitarnya sebagai komunitas yang menjadi sarana berdakwah dalam pengembangan usaha yang sesuai tuntutan Islam serta memotivasi muslimah untuk meningkatkan kualitas agama, keluarga dan kehidupan perekonomiannya. Oleh karena itu, tentunya sangat diperlukan strategi dakwah yang dilakukan oleh pihak *Jogja Muslimah Preneur* sehingga dapat menjadi inspirasi bagi muslimah dalam mengembangkan kewirausahaan.⁴ Karena itu, memerlukan perhatian dari berbagai pihak untuk berperan dalam mengatasi kendala ini. Perlu ada lembaga yang dapat membantu mengedukasi dan memberikan pembinaan kepada perempuan terutama muslimah untuk berwirausaha sesuai syariat Islam.

Penelitian ini bertujuan menjelaskan strategi dakwah yang dilakukan oleh *Jogja Muslimah Preneur Community* dalam mengembangkan kewirausahaan muslimah di Yogyakarta. Mendeskripsikan sarana dakwah yang digunakan *Jogja Muslimah Preneur Community* dalam mengembangkan kewirausahaan muslimah di Yogyakarta. Sedangkan secara teoritik, bahwa penelitian ini dapat bermanfaat ketika terkait dengan pengembangan teori disiplin ilmu media komunikasi dakwah. Adapun

³ Quraish Shihab, *Secercah cahaya Ilahi* (Bandung: Mizan. 2013), 405

⁴ Husein Umar, *Strategic Management in Action*, hal 31

secara praktis, hasil penelitian ini dapat pula dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi *Jogja Muslimah Preneur Community* dalam mengembangkan kewirausahaan muslimah di Yogyakarta.

Adapun penelitian yang berkaitan dengan gerakan dakwah kewirausahaan serta muslimah sebagai berikut: *Pertama*, Nur Said Rahmatullah dalam penelitiannya tentang strategi dakwah komunitas sahabat muda Surabaya dalam membentuk pemuda *social entrepreneur* yang Islami. Hasil penelitiannya yaitu terdapat 4 strategi komunitas sahabat muda dalam membentuk pemuda *social entrepreneur* yakni memprioritaskan berdakwah kepada generasi muda, mencetak relawan berkarakter islami, memunculkan jiwa kepedulian dengan memberikan edukasi sosial dan menambah kemampuan berwirausaha.⁵ *Kedua*, Abdul Manaf penelitiannya mengenai strategi dakwah Arwaniyah dalam menanamkan jiwa kewirausahaan santri pondok pesantren Yanbu'ul Qur'an Qudus. Hasil penelitiannya bahwa ditemukan strategi dakwah pondok pesantren tersebut yakni dengan cara mendirikan toko, warnet, *offset*, air minum, *tour and travel* dan koperasi syariah.⁶ *Ketiga*, Mohammad Sarifudin melalui penelitiannya tentang Dakwah Berbasis Kewirausahaan di Pondok Pesantren Entrepreneur Tegalorejo Magelang. Hasil penelitian tersebut, implementasinya adalah dengan menerapkan ilmu dakwah dalam setiap kegiatannya seperti halnya dalam sistem praktek santri dalam berwirausaha yang meliputi akad serta kualitas barang dan jasa.⁷ *Keempat*, Aftonur Rosyad, penelitiannya bertujuan guna membangun karakter kewirausahaan perempuan perspektif Al-Qur'an dalam

⁵ Nur Said Rahmatullah, *Strategi Dakwah Komunitas Sahabat Muda Surabaya Dalam Membentuk Pemuda Social Entrepreneur Yang Islami*. Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah, 2017

⁶ Abdul Manaf, *Strategi Dakwah Arwaniyah Dalam Menanamkan Jiwa Kewirausahaan Santri Pondok Pesantren Yanbu'ul Qur'an Qudus*, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, 2014

⁷ Mohammad Sarifudin, *Dakwah Berbasis Kewirausahaan di Pondok Pesantren Entrepreneur Tegalorejo Magelang*, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, 2018

meningkatkan produktivitas perekonomian yang memiliki potensi optimal untuk dikembangkan. Hasil penelitiannya adalah dalam membangun karakter kewirausahaan perempuan dimulai sejak usia dini melalui penanaman pendidikan karakter.⁸ *Kelima*, Uswatun hasanah tentang perempuan dan dakwah kontemporer yang dalam penelitiannya bertujuan untuk mengapresiasi segala aspek potensi yang dimiliki oleh muslimah. Hasil penelitian menunjukkan adanya karakter muslimah ideal yang mampu melestarikan seni budaya Islam, meningkatkan ekonomi syariah dan pembinaan kewirausahaan berbasis etika.⁹

Strategi berasal dari bahasa Yunani kuno, yakni “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang mempunyai arti pemimpin.¹⁰ Berarti strategi merupakan sebuah konsep militer sebagai seni atau sebuah rancangan terbaik dalam menggapai kemenangan perang. Strategi pada hakikatnya merupakan sebuah perencanaan dan manajemen dalam rangka mencapai sebuah tujuan. Oleh karena itu, untuk mencapai sebuah tujuan tidak hanya dibutuhkan sebuah rencana saja, namun perlu adanya langkah-langkah secara kongkret dalam mencapainya.¹¹

Tahap perumusan strategi adalah sebagai berikut : *Pertama*, tahap perumusan strategi yang merupakan suatu langkah awal dalam memulai kegiatan. Langkah tersebut dengan cara mengamati dan menganalisis lingkungan internal maupun eksternal, mengembangkan visi dan misi yang jelas, menyusun sasaran dan tujuan perusahaan, merumuskan dan memilih strategi yang tepat akurat, serta menentukan langkah pengendalian. *Kedua*, tahap implementasi strategi yang merupakan bagian

⁸ Aftonur Rosyad, *Membangun Karakter Kewirausahaan Perempuan Perspektif Al-Qur'an Dalam Meningkatkan Produktivitas Perekonomian*, Jurnal Al Hikmah Vol 5 No 1 Maret 2017

⁹ Uswatun Hasanah, *Perempuan dan Dakwah Kontemporer*, Jurnal Reflektika, Vol 12 No.12, Agustus 2016

¹⁰ Ali Murtopo, *Strategi Kebudayaan*, (Jakarta: Center For Strategic And International Studies CSIS, 1978), hal 40.

¹¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), hal 40

inti untuk mengeksekusi sebuah strategi yang telah dilaksanakan. *Ketiga*, tahap evaluasi strategi yang merupakan tahap akhir dari sebuah strategi. Pada tahap ini harus dimanfaatkan dengan baik karena tujuannya untuk melihat perkembangan dari sebuah implementasi strategi yang telah dilakukan.

Dakwah berasal dari kata bahasa Arab, yakni “*Da’wah*”, dengan kata kerjanya adalah *da’â*, artinya memanggil, mengundang atau mengajak. Isim *fâ’il* (subjek) adalah *dâ’i*, yang berarti pendakwah. Merujuk pada Ahmad Warson Munawir, dalam al-Qur’an kata dakwah disebutkan sekitar kurang lebih 198 kali dengan makna yang berbeda-beda diantaranya mencapai 10 macam yaitu mengajak dan menyeru; berdo’a; mendakwa (menuduh); mengadu; memanggil; meminta; mengundang; malaikat Israfil; gelar; dan anak angkat.¹²

Unsur dakwah terdiri dalam 6 aspek, yaitu: *Pertama*, da’i adalah subjek, pelaku atau orang yang mengajak, memerintahkan orang di jalan Allah (*fi sabilillâh*), atau mengajak orang untuk memahami dan mengamalkan Al-Qur’an dan As-Sunnah Nabi Muhammad SAW. *Kedua*, maudhu adalah pesan- pesan, materi atau segala sesuatu yang disampaikan oleh *dâ’i* (subjek dakwah) kepada *mad’û* (objek dakwah) dengan bersumber dari keseluruhan ajaran Islam yang ada di dalam Al-Qur’an dan hadits. Materi dakwah tersebut dapat diklasifikasikan menjadi empat masalah pokok, yaitu masalah akidah, syariah, muamalah dan akhlak.¹³ *Ketiga*, uslub adalah metode atau cara- cara tertentu yang dilakukan oleh seorang da’i (komunikator) kepada mad’u untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang.¹⁴ Metode Dakwah diantaranya adalah metode dakwah *bi a-l hikmah* dakwah dengan

¹² Moh Ali, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004) hal 6

¹³ H.M .Yunan Yusuf, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta:Kencana, 2006) hal 26-27

¹⁴ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: P.T Raja Grafindo Persada,2011) hlm 243

menggunakan perkataan yang benar dan bijaksana, *dakwah al- mau'idzatul al- hasanah* dengan memberikan nasihat atau membimbing dengan lemah lembut dan *dakwah al-mujadalah* dengan sesuatu yang bisa menyadarkan hati membangun jiwa dan menerangi akal pikiran.¹⁵ Keempat, *wasilah* yakni sasaran atau media dakwah. Kata “media” yang berasal dari bahasa latin “*medius*” yang artinya “perantara”. Secara etimologis sarana adalah segala sesuatu yang dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud dan tujuan¹⁶. Sarana dakwah yaitu segala sesuatu yang dapat menjadi penunjang atau alat dalam proses dakwah yang berfungsi mengefektifkan penyampaian ide (pesan) dari komunikator (da'i) kepada komunikan (khalayak). Media dakwah ini dapat berupa barang, orang, tempat, kondisi tertentu dan sebagainya.¹⁷

Al-Bayanuni buku karya Moh Ali Aziz, membagi strategi dakwah dalam tiga bentuk :¹⁸ *Pertama*, strategi strategi sentimentil (*al-manhaj al- 'athifi*), yaitu dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan dan batin mitra dakwah dengan memberi mitra dakwah nasihat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan, atau memberikan pelayanan yang memuaskan. *Kedua*, strategi rasional (*al-manhaj al- 'aqli*), adalah dakwah dengan memfokuskan pada aspek akal pikiran. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berfikir, merenungkan dan mengambil pelajaran. Strategi ini dapat berupa penggunaan hukum logika, diskusi, atau penampilan contoh dan bukti sejarah. *Ketiga*, strategi indrawi (*al-manhaj al-hissi*), disebut juga strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Didefinisikan sebagai strategi

¹⁵ Ibid, hlm 255

¹⁶ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Arti Sarana Secara Etimologis*, (Jakarta:Balai Pustaka,1990) hal 784

¹⁷ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya:Al Ikhlas,1983) hal 63

¹⁸ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* ,(Jakarta:Kencana,2009) hal 351

yang berorientasi pada panca indra dan berpegang teguh pada hasil penelitian percobaan. Bentuk strategi ini dapat berupa praktik keagamaan dan keteladanan.

Istilah kewirausahaan merupakan padanan dari kata *entrepreneurship*. Kata *entrepreneurship* sendiri awalnya adalah berasal dari bahasa Perancis yaitu '*entrepender*' yang berarti petualangan, pencipta, dan pengelola usaha. Istilah ini diperkenalkan pertama kali oleh Rihard Cantillon tahun 1755. Istilah ini makin populer setelah digunakan oleh pakar ekonomi J.B Say tahun 1803 untuk menggambarkan para pengusaha yang mampu memindahkan sumberdaya ekonomis dari tingkat produktivitas rendah ke tingkat yang lebih tinggi serta menghasilkan lebih banyak lagi.¹⁹

Kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam hal penciptaan kegiatan usaha. Kemampuan menciptakan memerlukan adanya kreatifitas dan inovasi yang terus menerus untuk menemukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya. Kreatifitas dan inovasi tersebut pada akhirnya mampu memberikan kontribusi bagi masyarakat banyak.²⁰

Tujuan dari kewirausahaan adalah sebagai berikut : *Pertama*, meningkatkan jumlah wirausahawan yang sukses. *Kedua*, menciptakan kompetensi atau keahlian para wirausahawan untuk menghasilkan kemajuan dan kesejahteraan masyarakat. *Ketiga*, menumbuhkan semangat, sikap, perilaku serta *skill* berwirausaha dikalangan masyarakat yang mampu dan handal. *Keempat*, menumbuhkan kesadaran dalam kewirausahaan yang tangguh dan kuat.

¹⁹ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*, (Jakarta: P.T Salemba Empat,2004) hal 1

²⁰ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta, PT RajaGrafindo Perkasa, 2008), 18

Persaingan peradaban muslim mengarah kepada peningkatan kualitas hidup seseorang atau sekelompok orang. Kualitas itu bisa berupa kualitas finansial (harta), *scientific*, dan atau etika. Sebagai seseorang yang menganut agama Islam, tentunya mempunyai visi tersendiri untuk berkontribusi dalam berwirausaha sekaligus sebagai media dakwah. Kewirausahaan menjadi jembatan dalam manusia mencapai ridha Allah SWT dengan cara memperoleh rezeki untuk memenuhi segala kebutuhannya. Allah memerintahkan manusia untuk bekerja dan mencari rezeki yang telah Allah sediakan di muka bumi ini.

Muslimah harus turut andil dalam berwirausaha. Muslimah yaitu wanita yang beragama Islam²¹. Secara harfiah berarti orang yang berserah diri kepada Allah. Dalam Islam, muslimah merupakan wanita yang menjalankan segala kewajiban perintah serta menjauhi larangan dari Allah yang terkandung dalam kitab suci Al-Qur'an dan As-Sunah.

Ukuran barometer dari kemuslimahan seorang wanita adalah menjadi wanita yang baik dalam pandangan Allah juga dalam pandangan sesama manusia.²² Muslimah merupakan sosok wanita sholehah teladan, berakhlak mulia, selalu menjaga kehormatannya dimanapun ia berada dan memperhatikan dirinya dan kecantikan dirinya.

Peran muslimah di masyarakat adalah : *Pertama*, peran muslimah sebagai orangtua (*parental role*) yang menjadi pendidik pertama kepribadian anak, terutama diperkuat dengan pondasi agama. *Kedua*, peran muslimah sebagai istri (*conjugal role*) yang harus mampu menciptakan rumah sebagai surga karena di dalamnya

²¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Balai Pusaka, 2005) hal 552

²² Asrifin An-Nakhrawie, *Berjilbab tapi Telanjang dihadapan Allah* (Jakarta: Lumbung Insani, 2013) hal 202

terdapat sosok yang menenangkan juga menyenangkan bagi suaminya. *Ketiga*, peranan di dalam rumah tangga (*domestic role*), mereka mampu merencanakan, mengingat, dan melakukan banyak hal sekaligus mengurus pekerjaan rumah tangga seperti menyiapkan segala kebutuhan, memasak, mencuci dan memberekan rumah. *Keempat*, peranan muslimah dalam kekerabatan (*kon role*) karena modernitas membawa dampak pada hubungan kekeluargaan. *Kelima*, peranan individu (*individual role*), seorang muslimah yang beriman, beramal soleh dan selalu menjaga diri dari perbuatan dan sikap yang dilarang oleh Allah SWT akan dapat membawa kedamaian bagi keluarga serta masyarakat sekitarnya. *Keenam*, peranan dalam komunitas (*community role*), aktif dalam komunitas-komunitas yang beragam jenis dan aktivitasnya yang bisa kita pilih sesuai dengan minat kita dengan tujuan yang sama, berdakwah dan berbuat baik sebagai seorang muslimah. *Ketujuh*, peranan dalam pekerjaan (*occupational role*), muslimah menyandaang peran sebagai warga negara, anggota masyarakat, pencari nafkah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilakukan dengan cara pendekatan kualitatif. Hal ini karena tema penelitian ini membutuhkan interaksi intensif dengan subjek yang akan diteliti, supaya penelitian dapat data yang akurat dan natural. Dalam peneletian ini lokasi penelitian berada di kantor *Jogja Muslimah Preneur Community* (JMP Comm) yang berada di Yogyakarta. Alasan peneliti memilih subjek tersebut karena JMP memberi banyak inspirasi dan aktif dalam berbagai event tentang kewirausahaan dengan target muslimah secara umum di Yogyakarta. Subjek penelitian (*informan*) diseleksi berdasarkan kriteria tertentu. Adapun yang menjadi informan adalah wanita yang (a) Beragama Islam (Muslimah) (b) *Founder Jogja Muslimah Preneur* (c) Anggota *Jogja Muslimah Preneur* (d) Berwirausaha. Pemilihan informan pada tahap

berikutnya dilakukan dengan sistem *snow-ball*. Data yang akan diambil berasal dari wawancara dan media sosial *Jogja Muslimah Preneur* dari kurun waktu awal Maret 2019 sampai dengan bulan Mei 2019. Teknik pengumpulan data yang digunakan diantaranya: Observasi Partisipan: akan digunakan partisipasi pasif (melihat). Wawancara mendalam di ajukan kepada *Founder Jogja Muslimah Preneur Community*: Wawancara ini akan memperoleh data tentang gambaran umum komunitas informasi tentang sejarah, konsep, tujuan. Dokumentasi: kegiatan-kegiatan yang sudah terdokumentasi dalam rangka perkembangan strategi komunikasi terhadap muslimah. Kendala-kendala yang sudah terdokumentasi dari tahun ke tahun. Analisis Data Dari hasil wawancara kemudian dianalisis hubungan strategi komunikasi (secara induktif) dan sarana dakwah yang diperoleh teori-teori tentang strategi dakwah dalam mengembangkan kewirausahaan muslimah. Dari temuan tersebut kemudian muncul pertanyaan dan seterusnya sehingga kesimpulan akhir dapat diperoleh yaitu teori tentang strategi dakwah *Jogja Muslimah Preneur Community* sebagai sarana dakwah dalam mengembangkan kewirausahaan muslimah di Yogyakarta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jogja Muslimah Preneur Community atau biasa disingkat sebutannya menjadi JMP atau JMPComm merupakan sebuah komunitas yang bergerak dalam mengembangkan kewirausahaan khususnya untuk muslimah di Yogyakarta. Komunitas tersebut berdiri pada tanggal 2 Januari 2014, didirikan oleh tiga orang pengusaha muslimah bernama Afnia Rosa, Iffah M Dwi dan Dian Septiani Rahayu yang bergelut bisnis di dunia *fashion*. Pertama kali mempromosikan komunitas melalui sosail media dengan cara *broadcast* di *Line* dan *Instagram*.

Founder JMP sangat menyadari bahwa ada era informasi ini, mulai bermunculan pengusaha-pengusaha muslimah dan calon pengusaha dengan semangat *entrepreneurship* yang tinggi, yang membutuhkan ilmu pengembangan usaha yang sesuai dengan tuntunan Islam .

Sejak berdirinya JMP belum ada kantor resmi komunitas tersebut, hanya lokasi yang biasanya dijadikan untuk sebuah pusat pertemuan yakni berada di salahsatu tempat wirausaha salahsatu Founder JMPComm yang bernama Iffah M Dwi yang berlokasi di Sogan Batik Rejodani , Jalan Palagan Tentara Pelajar KM 10 RT 01/RW01, Tambak Rejo, Sariharjo, Ngaklik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55581.

Disini peneliti melihat bentuk strategi yang dikembangkan JMPComm menggunakan tiga bentuk strategi sebagaimana yang juga disebutkan oleh al-Bayanuni sebagai berikut:²³ *Pertama*, strategi sentimentil (*al-manhaj al-'athifi*), yaitu dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan dan batin mitra dakwah. Dalam hal ini, JMP sangat memperhatikan hal ini karena terlebih objek dakwahnya adalah muslimah yang mempunyai sisi kelembutan hatinya, penuh dengan kasih sayang, lebih memandang sesuatu dengan perasaan. Selain itu harus menjaga tutur kata dan perilaku serta menyadari kodratnya sebagai ibu dan istri. Dalam komunitas tidak ada profit yang didapatkan namun kegiatannya rutin. Hubungan dengan semua pihak di komunitas dikomunikasikan dengan baik, akhirnya saliang mengerti sebagai kodrat sebagai perempuan yang sesungguhnya. Salahsatunya dalam aktivitas program *sharing session* atau diskusi ketika ada suatu acara. Upayanya untuk menerapkan hal tersebut pada komunikasi interpersonal dengan baik. *Kedua*, strategi rasional (*al-manhaj al-'aqli*), adalah dakwah dengan

²³ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Kencana, 2009) hal 351

memfokuskan pada aspek akal pikiran. Muslimah yang cerdas harus bisa menyelaraskan antara penampilan lahir dan penampilan batinnya.²⁴ Ilmu dasar yang harus dipelajari dan ditekuni oleh perempuan muslimah adalah *kitabullah* (Al-Quran), baik bacaan, tajwid, maupun penafsirannya. Program kegiatan yang dibentuk adalah pengajian secara rutin untuk *tahsin* Al-Qur'an selama 2 minggu sekali serta mengkaji kitab *risalatul mahid*, serta kitab lain. Kemudian penguasaan perempuan muslimah dalam bidang ilmu. Program kerja yang terlaksana 2 minggu sekali atau secara kondisional untuk memperkaya *khazanah* ilmu pengetahuan agama maupun dalam hal *muamalah* yaitu kelas bisnis. *Ketiga*, strategi indrawi (*al-manhaj al-hissi*), disebut juga strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Didefinisikan sebagai strategi yang berorientasi pada panca indra dan berpegang teguh pada hasil penelitian percobaan. Bentuk strategi ini dapat berupa praktik keagamaan, keteladanan dan pentas drama. Sebelum komunitas JMP terbentuk, salahsatu *founder* telah terinspirasi oleh keteladanan istri Rasulullah, yakni Siti Khadijah yang merupakan pengusaha muslimah yang pantas dijadikan suri tauladan yang baik bagi muslimah.

Sarana dakwah yang digunakan JMP dalam mengembangkan Kewirausahaan Muslimah yakni: *Pertama*, dakwah menggunakan lisan yang berarti bahasa, atau ucapan. Disebut juga dakwah *bi al-lisan* dapat diartikan sebagai penyampaian pesan dakwah melalui lisan berupa ceramah atau komunikasi langsung antara da'i dan mad'u (objek dakwah).²⁵ JMP sebagai wadah yang mampu menyediakan sarana atau media dakwah yang menggunakan lisan tersebut seperti mengadakan pengajian, seminar, *talkshow* dan *public relation*. Tujuan dari mengadakan kelas tersebut adalah berbagi pengalaman bisnis, mendapat ilmu baru tentang kewirausahaan muslimah yang

²⁴ Muhammad Ali Al Hasyim, "*Jatidiri Wanita Muslimah*" (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 1996), hlm. 101- 129

²⁵ Rubiyannah dan Ade Masturi, Pengantar Ilmu Dakwah (Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Syarif Hidayatullah, 2010) hal 42-53

dikemas oleh dakwah. Acaranya adalah *Community Development Class (CDC)* adalah suatu kelas kelas kecil setiap 2 minggu sekali dengan narasumber dan tema-tema *up to date & praktis* yang dibutuhkan oleh *entrepreneur* dalam mengelola usaha. *Islamic Studies (IS)* untuk memperbaiki kondisi kaum wanita, mengangkat derajatnya, agar umat Islam dengan perannya memiliki kesiapan untuk mencapai kemajuan dan memimpin dunia. Oleh karena itu, JMP mengadakan program *Islamic Studies (IS)* adalah kegiatan yang diadakan 2 minggu sekali, berupa pengajian khusus putri yang mengambil tema besar kemuslimahan / akhlaq , fiqh muamalat (perniagaan), aqidah /shiroh, manajemen keluarga sakinah , ibadah. Selanjutnya, *Event Organizer (EO)* : Seminar , *talkshow* serta kegiatan berskala besar dengan tema-tema yang dibutuhkan oleh anggota JMP dan muslimah yang bukan anggota.

Kedua, dakwah menggunakan tulisan dengan cara aktif menulis di <http://jogjamuslimahpreneur.blogspot.com> .Direalisasikan pula dengan program membuat *quotes* atau kata-kata motivasi di akun instagram, serta membuat grup *WhatsApp Group* yang memfasilitasi komunitas sehingga *founder*, komite dan *member* JMP dapat bertukar informasi dan berbagi ilmu pengetahuan satu sama lain. Karena kata-kata mampu memotivasi serta memberikan energi positif terhadap penulis maupun pembacanya. Admin akun instagram @jogjamuslimahpreneur aktif membagikan *quotes* berupa kutipan ayat Al-Qur'an atau hadits, kata-kata bijak maupun motivasi bagi anggota JMP serta membagikan info-info menarik melalui *instastory*. Mekanisme dari pembuatan kata-kata dan desain sendiri adalah ditetapkan oleh komite JMP, khususnya bidang *Information Technology*.

Ketiga, dakwah menggunakan lukisan salahsatunya dengan munculnya berbagai aplikasi yang berhubungan dengan *graphic design* atau desain grafis seperti *adobe photoshop, coreldraw, adobe ilustrator* dan sebagainya mampu mengembangkan ide

dan kreativitas dalam hal melukis atau menggambar. Ilmu-ilmu tersebut dapat dipelajari sebagai elektronikal dakwah, bagaimana memanfaatkan karya tersebut sebagai sarana atau media berdakwah. Pembuatan logo JMP merupakan salahsatu sarana dakwah dengan menggunakan lukisan karena di desain dengan persetujuan bersama antara *founder* dan komite juga mengandung filosofi atau makna. JMP mempunyai sumber daya manusia yang mampu membuat desain-desain kreatif seperti gambar , foto ,poster, *banner* kegiatan. Tujuannya agar member JMP atau umum dapat tertarik ketika melihat info berbagai kegiatan yang akan dilaksanakan oleh JMP. Dengan berkembangnya teknik *skill photography* , estetika dari sebuah foto pun sangat berpengaruh terhadap hasil, karena sebuah foto yang diambil dapat melukiskan ekpresi maupun kegiatan yang telah dilaksanakan atau sebuah *photo branding*.

Keempat, dakwah menggunakan audio visual yang pada dasarnya dakwah dapat menggunakan berbagai *wasilah* yang dapat merangsang indera-indera manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk menerima dakwah.²⁶ Pemakaian media (terutama media massa) telah meningkatkan intensitas, kecepatan, dan jangkauan komunikasi yang dilakukan umat manusia terutama bila dibandingkan sebelum adanya media massa seperti pers, radio, televisi, internet dan sebagainya. Oleh karena, itu sudah saatnya bagi para *dâ'i* memanfaatkan peluang ini dalam menyebarkan ajaran Islam.

Dalam instagram, saat ini terdapat fitur IGTV untuk dapat membagikan video dengan durasi yang panjang dan dapat disimpan di *highlight* agar mudah diakses. Sangat disadari, media sosial sangat mengikuti perkembangan zaman, seperti *Friendster*, *Facebook* dan *Twitter* sekarang *Instagram* menjadi peluang untuk

²⁶ Moh. Ali Aziz, 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta : Kencana

promosi. JMP dalam blognya, Youtube serta Instagram membuat berbagai video tutorial yang sangat berguna muslimah. Sasarannya sangat luas dengan memanfaatkan konten-konten yang dapat dipelajari berbagai hal tentang *muslimah preneur*. Salahsatu video tentang *Fashion Show Gathering Jogja Muslimah Preneur Community* dan tutorial menggunakan hijab syar'i. Selain itu, banyak muslimah yang menjadi member yang mempunyai keahlian untuk ikut membuat video tentang JMP, sehingga hal tersebut memperbanyak karya.

Kelima, dakwah menggunakan akhlak atau biasa disebut dengan dakwah dakwah *bi al-hal* dapat diartikan mengajak atau menyeru ke jalan Allah untuk kebahagiaan dunia dan akhirat melalui perbuatan nyata sesuai dengan keadaan manusia. Adanya dakwah dengan akhlak ini berkaitan dengan program kajian rutin JMP yakni mengkaji kitab *mar'atus shalihah* yang membahas tentang adab perempuan shalihah yang dilaksanakan pada waktu 2 minggu sekali. Jadi hal tersebut harus diimplementasikan pada kegiatan lain yang lebih kongkret. JMP dapat mengadakan acara bakti sosial terhadap korban bencana alam, *campaign save all moeslim of the world* yaitu donasi terhadap saudara muslim di dunia yang membutuhkan seperti Palestina, Rohingya dan Uyghur melalui yayasan kemanusiaan yang sudah terpercaya. Selain itu terdapat kegiatan Sedekah Jum'at dengan memberikan nasi box terhadap jamaah Shalat Jum'at yang diserahkan ke setiap mesjid di Yogyakarta secara bergantian dengan membuka rekrutmen relawan. Tujuannya untuk mengingatkan agar hendak bersedekah di hari Jum'at. Program donasi lainnya ialah bentuk donasi dalam sebagian keuntungan dari hasil penjualan JMP *Preloved* dengan akun instagram *@prelovedbyJMP* yang menyediakan penjualan barang-barang bekas yang masih berkualitas seperti tas, pakaian, kosmetik, sepatu dan barang lainnya.

Hubungan antara sarana dakwah dan strategi dakwah erat kaitannya, karena strategi dakwah dimaksudkan untuk meminimalkan hambatan, baik yang bersifat teknis psikologis, sosial, dan kultural, serta melakukan konfrontasi dengan pesan-pesan lain.

KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian mengenai strategi dakwah Jogja Muslimah Preneur dalam mengembangkan kewirausahaan muslimah di Yogyakarta. Peneliti menarik kesimpulan bahwa dari analisis strategi dakwah terdapat 3 aspek, yakni *pertama*, dalam hal strategi dakwah sentimental JMP sangat memfokuskan aspek hati dan perasaan sesama member, saling memaklumi, menasihati dalam kebaikan. *Kedua*, strategi dakwah rasional yakni dengan mendorong untuk berfikir, bediskusi dan mengambil pelajaran dari setiap kegiatan yang diadakan. *Ketiga*, secara strategi dakwah indrawi, strategi yang dilakukan JMP berorientasi pada berbagai praktik agenda komunitas dan berpegang teguh pada visi misi yang telah direncanakan dari awal untuk mengembangkan kewirausahaan muslimah di Yogyakarta

Dalam peran menjalankan kewirausahaan sebagai sarana dakwah, JMP memanfaatkan 5 aspek yakni *pertama*, dalam bentuk lisan mengadakan seminar, *talkshow*, kajian kemuslimahan dan sebagainya. *Kedua*, dalam bentuk tulisan dengan cara memposting di blog dan media sosial berbagai materi kewirausahaan muslimah. *Ketiga*, dakwah melalui gambar dengan membuat banner atau poster ajakan kegiatan kewirausahaan, donasi serta foto produk (*branding*) semenarik mungkin. *Keempat*, dalam melalui audio visual, JMP aktif *sharing* informasi dengan unsur dakwah terutama media sosial seperti Youtube dan Instagram. *Kelima*, dakwah melalui perbuatan atau akhlak, selain mengembangkan

kewirausahaan muslimah juga sangat gencar *berfastabiqul khairat* dalam bakti sosial seperti galang dana korban bencana alam, sedekah jum'at maupun menggalan aksi solidaritas saudara muslim di dunia.

SARAN

Ditujukan pada *Jogja Muslimah Preneur Community* yaitu lebih memaksimalkan tulisan di blog karena hal tersebut menjadi sarana dakwah yang dapat mengekspresikan banyak hal mengenai JMP. Kemudian menambah konten Youtube yang dibutuhkan muslimah dalam hal kewirausahaan, karena sarana dakwah secara audio visual lebih menarik untuk diterima. Serta harus tetap menjaga kualitas komunitas, menjaga visi misi serta memberi *problem solving* bagi muslimah preneur yang masih awal memulai usaha.

Ditujukan pada Prodi Komunikasi Penyiaran yaitu agar mata kuliah metode penelitian maupun statistik lebih ditingkatkan lagi agar mahasiswa tidak kesulitan dalam mengolah data. Selain itu, prodi juga seharusnya membantu, memfasilitasi dan memberikan pelayanan terbaik kepada mahasiswa.

Ditujukan pada peneliti selanjutnya adalah harus memperbanyak menelaah dan membaca literatur tentang metode penelitian, agar dapat lebih menguasai sistematika dalam proses penelitian untuk mempermudah proses pengolahan data. Penelitian harus menyesuaikan antara realita dan idealita yang terjadi di masyarakat dan mencari konsep yang sesuai dengan masalah yang akan dikaji.