

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*