

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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 dapat menjadikan sebuah aktivitas dakwah tampak 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. ²Sehingga hal tersebut mengimplikasikan bahwa jumlah muslimah Indonesia yang sangat besar.

Kendalanya adalah belum banyaknya pengusaha muslimah yang berdakwah melalui kewirausahaan. Realitanya menurut Ketua Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) M.Syarkawi Rauf menyayangkan masih minimnya pelaku usaha di Indonesia yang hanya berkisar 1,6-1,8 persen dari jumlah penduduk di Indonesia yakni sebesar 4,6 juta orang.³ Hal serupa diungkapkan oleh Ketua Asosiasi Pengusaha

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

² *Ibid*, hal 46

³ m.republika.co.id, *KPPU : Pengusaha di Indonesia Hanya 1,6 Persen Jumlah Populasi*, diakses pada Jum'at 1 Februari 2019 pukul 19.45 WIB

Indonesia (Apindo) Hariyadi Sukamdani mengatakan minimnya jumlah pengusaha besar dari kalangan orang Islam, mengingat muslim adalah mayoritas penduduk Indonesia karena menanggapi hasil pemerincikan Daftar Orang Terkaya di Indonesia dan Asia yang dirilis oleh Majalah Globe Asia yang menyatakan pengusaha muslim hanya sedikit yang masuk daftar tersebut.⁴ Jumlahnya sekitar 24 muslim saja dari 150 orang yang sisanya adalah non Islam.

Secara ideal dengan dunia bisnis semakin berkembang, semestinya diikuti oleh peran kaum wanita dalam mengembangkan kewirausahaan. Termasuk dalam hal ini wanita muslimah, karena permasalahan ekonomi tidak hanya menjadi permasalahan pemerintah atau para pelaku ekonomi, namun masalah ekonomi telah menjadi tanggung jawab bersama untuk mendapatkan lingkungan ekonomi yang baik yang mampu mendatangkan kesejahteraan dan keadilan sosial perlu adanya kontribusi positif dari setiap elemen masyarakat.

Muslimah harus menjadikan kewirausahaan sebagai manifestasi ibadah dan dakwah. Sebab, motivasi yang diajarkan oleh Islam adalah semangat untuk beribadah dengan sungguh-sungguh untuk mencari ridha Allah sehingga membangkitkan jiwa-jiwa kewirausahaan yang sesuai dengan prinsip Islam. Disamping itu, muslimah mempunyai peran yang sangat penting dalam rumah tangganya karena selain mengabdikan menjadi istri dan seorang ibu juga peran lainnya ialah sebagai pengelola keuangan agar harta yang seharusnya menjadi sumber ibadah dapat dikelola dengan baik. Dengan mengembangkan kewirausahaan, hal tersebut dapat dijadikan sebagai media dakwah yang berorientasi pada hal-hal mengenai ibadah *ijtima'iyah* (sosial). Seorang muslimah harus aktif dalam hal sosial kemanusiaan, mengembangkan jati

⁴ www.swamedia.com/, Ketua Apindo: Minimnya jumlah Pengusaha Muslim Mengkhawatirkan, diakses pada Sabtu, 2 Februari 2019 pukul 09.10 WIB

dirinya serta dapat menyeimbangkan kehidupan rumah tangganya dengan kemandiriannya dalam bidang ekonomi.

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. Demikian juga Qilat Ummi Bani Anmar yang tercatat sebagai seorang perempuan yang pernah datang kepada Nabi untuk meminta petunjuk tentang jual-beli. Ada juga Zainab binti Jahsy yang aktif dalam mengembangkan usahanya yakni menyamak kulit binatang dan hasilnya ia sedekahkan.⁵ 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. Di Indonesia ditemui beberapa perempuan yang sukses dalam bidang usaha. Diantaranya adalah Medina Zein yang sukses dalam usaha Lazeta Skincare sebagai produk kecantikan serta membuka travel dan butik hijab. Lita Muchtarom sukses bidang Konsultan, Hj. Rubiyah Sardjono sebagai pemilik Bengkel X-tra, Dian Pelangi sukses dalam bidang *fashion*, serta Diajeng Lestari merupakan pendiri dari HijUp, sebuah *e-commerce* yang khusus menjual barang-barang *fashion* muslimah.

Salahsatu dari sedikit muslimah yang aktif dalam dunia kewirausahaan adalah Jogja Muslimah Preneur Community (JMPCComm). Dengan perlunya sebuah dorongan dalam mengembangkan minat tersebut, maka atas dasar itulah muncul sebuah komunitas tersebut sebagai tempat berkumpul bagi para perempuan muslimah

⁵ Quraish Shihab, *Secercah cahaya Ilahi* (Bandung: Mizan. 2013), 405

untuk saling berbagi ilmu dan pengalaman dalam mengelola sebuah usaha.⁶ Keistimewaan JMPComm 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 untuk meningkatkan kualitas agama, keluarga dan ekonomi para pengusaha muslimah. Target untuk peserta awalnya hanya untuk 20 saja, namun tak disangka peminatnya melebihi target hingga 85 peserta. Hingga kini, anggota mencapai sekitar 355 orang termasuk komite.

Oleh karena itu, tentunya sangat diperlukan strategi dakwah yang dilakukan oleh pihak Jogja Muslimah Preneur sehingga dapat menjadi inspirasi bagi muslimah dalam mengembangkan kewirausahaan. Strategi mempunyai banyak arti. Dalam kehidupan sehari-hari strategi sering diartikan sebagai “siasat” atau “taktik”. Kita sering menggunakan kata-kata strategi namun belum memahami artinya secara luas. Menurut Stephani K Marus seperti dikutip Sukrisno (1955) strategi merupakan suatu proses penentuan rencana para pemimpin yang berfokus pada tujuan panjang organisasi, disertai suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.⁷

Alasan peneliti memilih Jogja Muslimah Preneur Community adalah memberikan pengaruh positif bagi wanita untuk memberikan pengetahuan ketika memiliki keterbatasan pengalaman serta rasa kurang percaya diri dalam berwirausaha. 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 untuk berwirausaha sesuai syariat Islam.

⁶ *Jogja.tribunnews.com/* diakses pada Kamis, 24 Januari 2019 pukul 21.10 WIB

⁷ Husein Umar, *Strategic Management in Action*, hal 31

B. Pokok Masalah

Penelitian ini fokus pada strategi dakwah yang dilakukan oleh Jogja Muslimah Preneur Community sebagai sarana dakwah dalam membangun kewirausahaan muslimah di Yogyakarta.

C. Rumusan Masalah

1. Sarana dakwah apasaja yang digunakan Jogja Muslimah Preneur Community dalam mengembangkan kewirausahaan muslimah di Yogyakarta?
2. Bagaimana strategi dakwah Jogja Muslimah Preneur Community sebagai sarana dakwah dalam mengembangkan kewirausahaan muslimah di Yogyakarta?

D. Tujuan dan Manfaat

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan sarana dakwah yang digunakan Jogja Muslimah Preneur Community dalam mengembangkan kewirausahaan muslimah di Yogyakarta.
2. Menjelaskan strategi dakwah Jogja Muslimah Preneur Community sebagai sarana dakwah 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 secara praktis, hasil penelitian ini dapat pula dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi Jogja Muslimah Preneur Community dalam mengembangkan kewirausahaan muslimah di Yogyakarta.