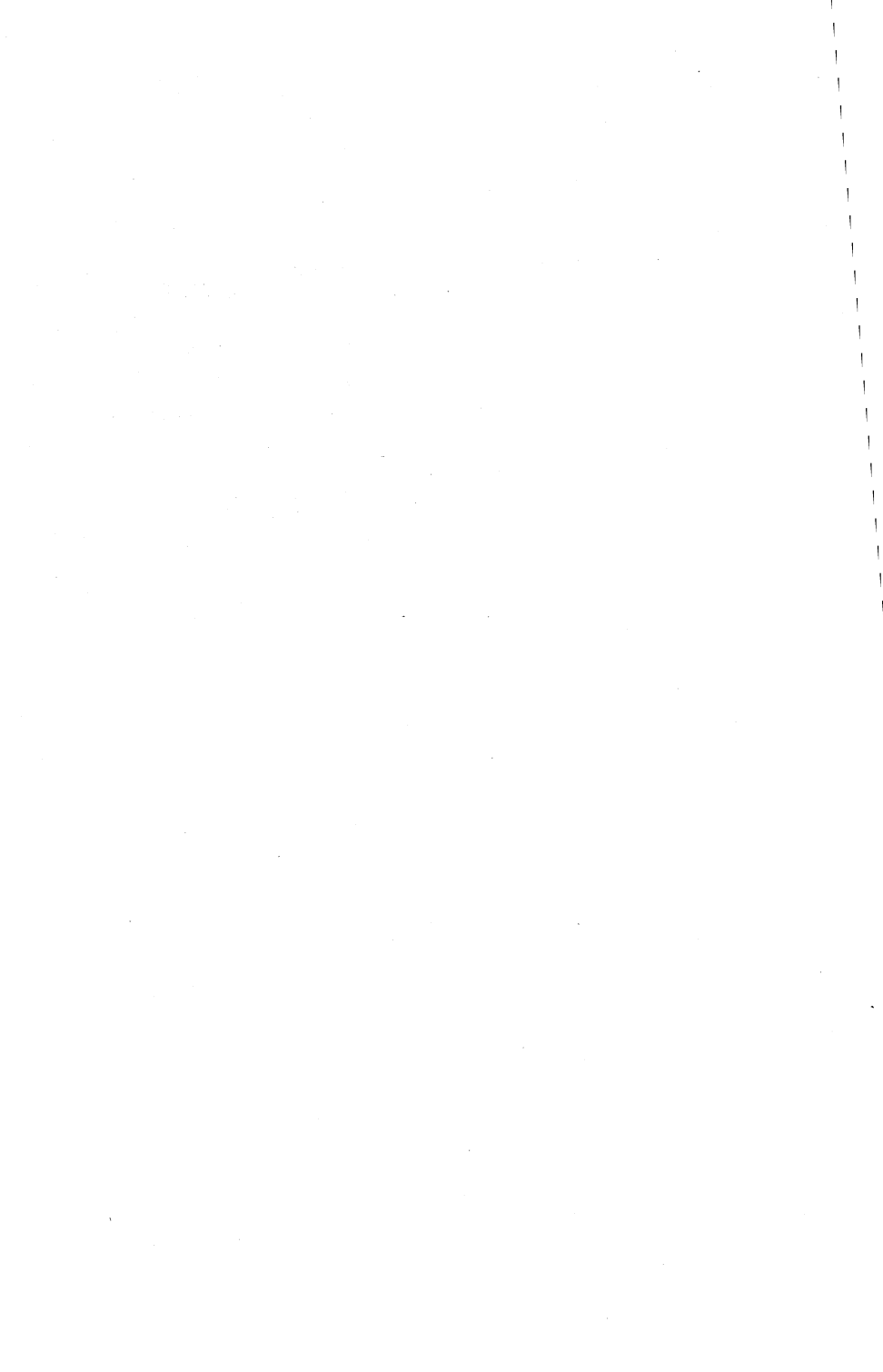


Dr. R. Lukman Fauroni, M.Ag., dkk.

PTKI ENTREPRENEUR

Gagasan dan Praktik

Penerbit:
Kurnia Kalam Semesta
2016



PTKI ENTREPRENEUR, GAGASAN DAN PRAKTIK

Penulis:

**R. Lukman Fauroni | Munawar Ahmad
Awan Kostradiharto**

Editor:

Erham Budi Wiranto

Pembaca proof:

Raffa Aghna Haigar

Desain Cover dan Tata letak :

Nur Syamsi

Cetakan Pertama, Desember 2016

ISBN: 978-602-278-037-3

Penerbit:

Kurnia Kalam Semesta

Jl. Solo Km.8, Nayan - Yogyakarta

Email: kksjogja@gmail.com

Hak Cipta dilindungi UU No 19/Th.2002/RI

**Dilarang memperbanyak dalam bentuk dan dengan cara apapun
tanpa seizin penerbit.**

Kata Pengantar

Pendidikan kewirausahaan (*entrepreneurship*) sudah semestinya menjadi bagian penting dari program pendidikan nasional. Pendidikan kewirausahaan dipandang tidak hanya sesuai dengan kebutuhan peningkatan jumlah pelaku usaha dalam negeri, melainkan terkait dengan usaha pengurangan jumlah pengangguran terdidik dan peningkatan daya saing sumber daya manusia Indonesia.

Pendidikan kewirausahaan meliputi bukan hanya terbatas pada domain ekonomi bisnis melainkan bidang-bidang keilmuan dan profesi, termasuk bidang keagamaan, sosial, pendidikan, politik dan lain-lain. Kini arti penting pendidikan kewirausahaan telah disadari oleh lembaga-lembaga pendidikan termasuk di lingkungan Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam (PTKI). Kesadaran strategis itulah yang mendorong penerbitan buku ini, sebagai stimulan bagi pengembangan PTKI Entrepreneur.

Kami menyambut baik hadirnya buku ini, sebagai wujud nyata dukungan pengembangan praktik kewirausahaan di lingkungan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam. Diharapkan PTKI semakin terdorong melakukan pengembangan kewirausahaan sesuai dengan kekuatan kelembagaan dan peluang usaha yang dimilikinya, agar PTKI ke depan lebih baik dalam implementasi pendidikan kewirausahaan integratif.

Jakarta, 9 Desember 2016
Direktur,

Prof. Dr. Amsal Bakhtiar, M.A.

Daftar Isi

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Prolog.....	1
Pendahuluan	7
Latar Belakang	7
Realitas PTK Islam	12
Metodologi	17
Pendidikan Kewirausahaan.....	23
Kewirausahaan	24
Dua Model Kewirausahaan	31
Kewirausahaan <i>Becoming</i>	34
Lima Tahap Pendidikan Kewirausahaan.....	35
Tahap Dasar.....	35
Keniscayaan Pendidikan Kewirausahaan.....	39
Akar Tradisi Kewirausahaan	39
Praktik Kewirausahaan	44
Hambatan Kewirausahaan	47
Urgensi Pendidikan Kewirausahaan	49

Implementasi Pendidikan Kewirausahaan	57
Kurikuler.....	58
Ekstrakurikuler	60
Sarana Penunjang	62
Struktur Kurikulum	63
Model Pengajaran.....	67
Target Kompetensi	69
Pelatihan Kewirausahaan.....	71
Rancang Bangun Pendidikan Kewirausahaan	73
Substansi Pendidikan	73
Strategi Adaptasi	80
Struktur Kurikulum	85
Prasyarat Pendukung.....	93
Arsitektur PTKI Entrepreneur Berbasis Model Bisnis..	99
Posisi Strategis PTKI	99
Arsitektur Pengembangan	103
Model Bisnis	106
Profil Unit-unit Bisnis PTKI.....	114
Model Pengembangan Kewirausahaan Kolaborasi Islam	
Berbasis <i>Online</i>.....	119
Kewirausahaan Kolaboratif	126
Model Bisnis <i>Online</i>	132
Alibaba.com.....	134
Kewirausahaan Kolaboratif Islam <i>Online</i>	137
Penutup	139
Daftar Pustaka.....	143
Tim Penulis	145

Buku ini diarahkan menjawab tiga permasalahan pokok tentang pengembangan kewirausahaan di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (PTKI). *Pertama*, bagaimana model pendidikan kewirausahaan yang dapat diadaptasi oleh PTKI dengan tingkat kemampuan kelembagaan yang berbeda-beda? *Kedua*, implikasi pengembangan pendidikan kewirausahaan terhadap kelembagaan PTKI. *Ketiga*, kemungkinan implikasi dan model pengembangan kewirausahaan PTKI ke arah PTKI Entrepreneur berbasis model bisnis, arsitektur pengembangannya dan inisiasi model kewirausahaan kolabolaratif.

Buku ini pada mulanya merupakan hasil penelitian “Rancang Bangun Pendidikan Kewirausahaan di PTKI” yang dilaksanakan oleh tim, di sejumlah perguruan tinggi keagamaan Islam, yang kemudian dikembangkan pada beberapa aspek, terutama aspek praktik dan pengalaman pengembangan kewirausahaan pada dua bagian terakhir buku ini dengan gagasan pengembangan model bisnis dalam arsitektur pengembangan PTKI entrepreneur dan model pengembangan kewirausahaan kolaboratif Islami berbasis *on line*.

Secara metodologis, buku ini merupakan perumusan berdasar berbagai sumber literatur pendidikan kewirausahaan di sejumlah perguruan tinggi. *Kedua*, merupakan hasil wawancara sejumlah dosen PTKI, terutama dosen mata kuliah kewirausahaan, tokoh masyarakat dan pelaku usaha yang memahami pendidikan kewirausahaan di PTKI yang dilakukan dengan metode *Forum Group Discussion*. Dan *ketiga*, konseptualisasi arsitektur PTKI entrepreneur berbasis model bisnis dan model pengembangan kewirausahaan kolaboratif Islami sebagai solusi alternatif implementasi.

Buku ini menggaris bawahi lima hal sebagai berikut: *pertama*, pendidikan kewirausahaan sesungguhnya tidak terbatas pada dunia bisnis dalam pengertian yang sempit, melainkan menjangkau bidang-bidang lain, seperti pendidikan, keagamaan, politik, kebudayaan dan teknologi. Kajian terhadap literature dan pandangan sejumlah tokoh memperkuat pandangan di atas. Pembahasan mengenai sejarah dan konteks penerapan konsep kewirausahaan serta bagaimana pendidikan kewirausahaan dapat dilaksanakan menunjukkan pola relasi antara pendidikan kewirausahaan dengan bidang-bidang lainnya. Bahkan, pendidikan kewirausahaan dapat dirancang sesuai dengan konteks dan jenjang pendidikan, mulai tingkat dasar hingga pendidikan tinggi.

Model pendidikan kewirausahaan yang dapat diterapkan di PTKI adalah model integratif yaitu pendidikan kewirausahaan yang menerapkan proporsi 50:50. 50% berisi konsepsi teoritik kewirausahaan dan 50%

praktik dan pendampingan kewirausahaan. Adanya muatan kekuatan akar ajaran dan tradisi bisnis dalam Islam dapat dijadikan sebagai penguat bagi substansi pendidikan kewirausahaan pada aspek teoritik dan praktik.

Kedua, Pendidikan kewirausahaan secara khusus berfungsi sebagai pelengkap (*complementary*) dan sebagai pemberdaya (*enabler*) bagi *life skill* mahasiswa. Oleh sebab itu, tidak ada hambatan konseptual, metodologis maupun aspek kebijakan bagi penerapan pendidikan kewirausahaan dalam konteks pendidikan di Perguruan Tinggi Agama Islam.

Ketiga, secara umum, Islam memiliki dasar-dasar kewirausahaan dan beberapa PTKI telah memiliki pengalaman dalam penerapan pendidikan kewirausahaan. Tetapi PTKI pada umumnya masih mengalami hambatan kelembagaan dan kemampuan strategis maupun teknis dalam membangun tradisi dan kelembagaan dalam mengembangkan pendidikan kewirausahaan secara integral sesuai kebutuhan masyarakat, dan bangsa.

Model pendidikan kewirausahaan di PTKI masih terbatas pada kuliah klasikal dan bersifat teoritis. Demikian pula materi-materi pendidikan kewirausahaan yang ada di dalamnya masih berorientasi tekstual dan belum dibingkai dengan inovasi-inovasi kreatif sehingga bisa menghasilkan produk dan desain yang baru. Pada konteks inilah, buku ini menjadi penting dan strategis guna melakukan rancang bangun pendidikan kewirausahaan dalam format yang ideal.

Keempat, buku ini juga menghasilkan suatu rancang bangun pendidikan kewirausahaan yaitu pendidikan kewirausahaan integratif yang cocok diterapkan di lingkungan PTKI, baik pada proses pendidikan dan pengajaran maupun dalam membangun kapasitas kelembagaan PTKI yang *aware* terhadap pengembangan kewirausahaan secara integral.

Materi-materi kuliah kewirausahaan dapat diintegrasikan baik ke dalam kurikulum dasar umum yang berlaku bagi semua mahasiswa tingkat dasar di PTKI, maupun sebagai mata kuliah yang secara langsung berkaitan mata kuliah-mata kuliah kekhususan di tingkat jurusan atau program studi. Aspek lingkungan kampus PTKI harus diarahkan pada penciptaan lingkungan dan kultur yang kondusif bagi eksperimentasi dan pengembangan kreativitas kewirausahaan, merupakan bagian penting bagi pengembangan pendidikan kewirausahaan selanjutnya. Selain aspek materi, rancang bangun juga menjabarkan metode pembelajaran dan evaluasinya.

Pendidikan kewirausahaan membutuhkan metodologi pendidikan yang berbasis pada pengalaman (*experiential learning*), pendampingan, evaluasi yang lebih kreatif dan *flexible*. Dengan demikian, PTKI dapat secara kreatif mengintegrasikan dan mengadaptasikan pendidikan kewirausahaan dalam sistem pendidikan yang sudah ada.

Kelima, tawaran arsitektur pengembangan PTKI entrepreneur berbasis model bisnis ala PTKI (baca model bisnis Islam) dan tawaran praktik pengembangan kewirausahaan kolaboratif Islami berbasis *online*, yang sedang

diinisiasi di salah satu PTKIN. Semoga buku ini menjadi lokomotif bagi pengembangan pendidikan kewirausahaan dan pengembangan unit-unit bisnis di PTKI, sebagai ikhtiar terciptanya PTKI yang lebih mandiri pada masa depan.

Editor

Latar Belakang

Pendidikan kewirausahaan kini telah diterima sebagai suatu kebutuhan strategis guna mendorong pembangunan sosial dan ekonomi nasional. Kewirausahaan bisa dipahami baik dalam pengertian sempit maupun luas. Dalam pengertian terbatas, kewirausahaan atau kewiraswastaan di pahami sebagai sebuah kemampuan individual untuk menciptakan sesuatu yang baru dan bernilai. Secara sederhana, wirausahawan senior Dr. Ciputra menggambarkan kewirausahaan sebagai kemampuan untuk “mengubah sampah menjadi emas.”

Namun demikian, kewirausahaan juga dapat dipahami dalam pengertian luas. Ia diartikan sebagai perilaku dan watak yang berorientasi kemajuan, positif, dan bisa memberi dampak sosial dan ekonomi yang besar. Oleh sebab itu, pendidikan kewirausahaan tidak terbatas pada proses penyiapan pribadi-pribadi untuk membangun kreasi dan inovasi di dunia ekonomi bisnis. Lebih dari itu, pendidikan kewirausahaan juga menyiapkan pondasi kreativitas (kemampuan mencipta), inovasi (kemampuan menemukan jalan atau cara-cara baru dalam melakukan

sesuatu), kepercayaan diri, dan kepemimpinan yang juga berguna di dalam konteks pengembangan masyarakat yang lazim disebut sebagai 'wirausaha sosial' (*sosial entrepreneur*).

Karakteristik perilaku kewirausahaan tersebut tentu bukanlah sifat bawaan, melainkan sifat yang bisa dipelajari, dilatih dan diajarkan. Dengan kata lain, seorang wirausahawan tidaklah dilahirkan melainkan diciptakan melalui proses dan mekanisme pendidikan serta mengikuti proses menjadi melalui pelbagai pengalaman sepanjang hidupnya. Maka siapa pun sesungguhnya memiliki potensi dan kesempatan yang sama untuk mempelajari sifat-sifat kewirausahaan dan selanjutnya menjadi wirausahawan jika ia belajar dan menggunakan pengalamannya untuk terus memperbaiki diri. Oleh sebab itu, pengetahuan, nilai-nilai, dan keterampilan wirausaha dapat disemaikan melalui pendidikan, tetapi perlu ditumbuhkan dan dirawat terus melalui proses pelaksanaan dan penerapan gagasan-gagasan kreatif dan inovatifnya serta selalu mengambil pelajaran dari rupa-rupa pengalaman hidupnya.

Dalam konteks Indonesia, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dan Wakil Presiden Boediono telah secara terbuka menegaskan pentingnya pengembangan pendidikan kewirausahaan pada semua jenjang pendidikan. Secara spesifik, Wakil Presiden Boediono di dalam pidato sambutannya pada acara pemberian penghargaan wirausaha mandiri di Jakarta (*Tempo interaktif*, 22/1/2010) menganjurkan agar pendidikan kewirausahaan dimasukkan di dalam kurikulum pengajaran di perguruan tinggi. Dalam pandangan Wakil Presiden, pendidikan kewirausahaan di per-

guruan tinggi akan menyiapkan mahasiswa untuk melakukan inovasi kreatif dan mendorong penciptaan peluang lapangan kerja baru.

Pada pertemuan Nasional 29 Oktober 2009, Presiden Yudhoyono menyatakan, upaya pengembangan pendidikan kewirausahaan merupakan bagian penting dari strategi pembangunan nasional. Ditegaskan, pendidikan kewirausahaan merupakan prasyarat bagi peningkatan daya saing dan pertumbuhan ekonomi nasional. Dukungan Presiden dan Wakil Presiden saat itu menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan telah menjadi agenda nasional.

Menjadikan pendidikan kewirausahaan sebagai salah satu agenda pembangunan nasional memang sangat beralasan. Indonesia telah menjadi bagian tak terpisahkan dari system perdagangan global. Pada aras global, sebagai anggota Organisasi Perdagangan Dunia (*World Trade Organization*, WTO) dan anggota dari grup 20 negara-negara (G 20) yang dibentuk di Inggris pada tahun 2008.

Keanggotaan di organisasi kerjasama ekonomi global tersebut mengharuskan Indonesia terlibat secara aktif dan bukan hanya sebagai penonton. Indonesia membutuhkan para pelaku ekonomi, para intelektual dan pelaku industri yang kreatif dan inovatif untuk memenangkan kompetisi ekonomi global. Pada tataran regional, Indonesia sebagai Negara dengan wilayah dan jumlah penduduk terbesar di Asia Tenggara (ASEAN) belum cukup berberan sebagai pemimpin ekonomi.

Kerjasama pasar bebas ASEAN dengan China dan India telah berlangsung. Jika daya saing sumber

daya manusia dan wirausahawan Indonesia tidak memiliki kualitas unggul disbanding Negara-negara lain anggota ASEAN lain, China dan India, bukan mustahil kita mampu mengambil manfaat ekonomi yang besar. Bahkan, rendahnya kemampuan daya saing justru akan memperbesar resiko matinya para pelaku ekonomi local, atau pada tingkat paling minimal, terdominasi oleh para pemain ekonomi global dan regional.

Dalam situasi itu, kekuatan para pemain ekonomi lokal Indonesia masih membutuhkan pembenahan serius. Hal ini terlihat dari data jumlah wirausahawan Indonesia. Pada tahun 2007, proporsi wirausahawan yang mampu menciptakan lapangan kerja disbanding jumlah penduduk memang sangat kecil, yakni sekitar 0.18 persen. Prosentase ini jelas sangat kecil dibandingkan proporse wirausahawan di Negara-negara lain seperti Amerika Serikat (11.5 persen) dari sekitar tiga ratus juta penduduk, Singapura (7,2 persen) dari sekitar lima juta penduduknya (Kompas, mengutip Antonius Tanan, 31/8/2009).

Penting dicatat, proporsi jumlah wirausahawan dalam suatu Negara sangat terkait dengan kekuatan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Dalam situasi seperti itu, Perguruan Tinggi belum memberi kontribusi maksimal terhadap peningkatan jumlah wirausahawan. Mayoritas lulusan perguruan tinggi di Indonesia masuk ke dalam kelompok pencari kerja ketimbang kelompok wirausaha (Ciputra, dikutip Kompas, 31/8/2009). Lebih ironis lagi adalah kecenderungan tingginya angka pengangguran lulusan perguruan tinggi. Setiap tahun angka pengangguran ke-

lompok ini cukup besar dan berfluktuasi dari tahu ke tahun, kondisi ekonomi nasional. Pada tahun 2008 misalnya, terdapat 1.1. juta sarjana menganggur, sementara di awal tahun 2009 jumlahnya menjadi sekitar 0.93 juta.

Menyadari hal itu, pemerintah menjadikan pendidikan kewirausahaan sebagai instrument yang secara langsung dapat mengatasi masalah jangka panjang pengangguran terdidik tersebut sekaligus membuka ruang-ruang kreativitas kalangan terdidik untuk berinovasi di bidang-bidang kewirausahaan baru.

Dalam kaitan itu, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (Dikti) Departemen Pendidikan Nasional sejak tahun 2009 telah menggariskan kebijakan mendorong perluasan pendidikan kewirausahaan di seluruh perguruan tinggi yang berada di bawah naungannya. Bekerjasama dengan Pusat Pendidikan Kewirausahaan Universitas Ciputra, Jakarta, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan Nasional telah mengembangkan lima skema pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi.

Skema pertama adalah penyiapan modul pelatihan kewirausahaan bagi mahasiswa dan sekaligus menyiapkan tenaga-tenaga pelatih kewirausahaan melalui program *Training of Trainers* (TOT) selama lima hari. Hingga akhir 2009, tak kurang dari 1,800 dosen perguruan tinggi negeri dan swasta telah mengikuti pelatihan tersebut. Universitas Gajah Mada secara khusus bahkan menyelenggarakan program "Program Kewirausahaan Kampus" yang berisi pelatihan intensif bagi mahasiswa pasca sarjana selama tiga bulan.

Skema kedua adalah melalui program *'Cooperative Academic Education'* (CAE). Program ini memberikan fasilitas magang selama 3 hingga 6 bulan bagi mahasiswa di atas semester enam di perusahaan-perusahaan kecil-menengah dan industri. Skema ketiga, adalah program Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) dalam bentuk pemberian dana hibah kepada perguruan tinggi. Dana hibah tersebut diperuntukkan bagi penyediaan permodalan awal bagi inisiatif bisnis yang dirancang mahasiswa. Mahasiswa yang telah memiliki rencana bisnis yang baik akan memperoleh kesempatan mendapatkan pinjaman modal awal dari universitas tempatnya belajar. Skema terakhir adalah Kuliah Kewirausahaan (KWU).

Skema ini dirancang dalam bentuk kuliah reguler dengan memasukkan beberapa unsur pokok kewirausahaan: Magang Kewirausahaan (MKU), Kuliah Kerja Usaha (KKU), Konsultasi Bisnis dan Penempatan Kerja (KBPK), dan Inkubator Wirausaha Baru (INWUB).

Realitas PTK Islam

Lantas, apa sumbangan yang bisa diberikan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam baik yang negeri (PTKIN) maupun yang swasta (PTKIS) dalam konteks penciptaan kekuatan kewirausahaan nasional? Bagaimana kondisi lulusan PTKIN/PTKIS? Berapa proporsi lulusan PTKI setiap tahun yang bisa langsung memperoleh pekerjaan dibanding yang harus menganggur hingga tahun selanjutnya setelah kelulusan? Pertanyaan-pertanyaan tersebut sangat penting dan mengundang perhatian. Sayangnya, belum ada

data yang dapat memberi jawaban empirik dan konklusif.

Cendekiawan terkemuka Indonesia Nurcholish Madjid (alm.) pernah menyatakan bahwa PTKIN/ PTKIS sesungguhnya memang tidak disiapkan untuk mencetak tenaga kerja siap pakai (Jabali dan Jamhari eds., 2002). Jasa paling penting dari lembaga-lembaga pendidikan tinggi Islam, menurutnya, adalah membuat anak-anak muda santri yang umumnya dari desa “menjadi terdidik” (*being educated*).

Dengan modal itu, anak-anak muda santri dari pedesaan dapat menapaki jenjang pendidikan tinggi, berkenalan dengan alam pikiran dan pergaulan lebih luas, dan pada gilirannya dapat turut ambil bagian di dalam komunitas masyarakat terdidik. Pada gilirannya, mereka pun memperoleh kesempatan luas untuk menjadi apa saja yang mungkin dicapai oleh kalangan terdidik.

Argumen seperti ini tentu saja memberikan cara pandang yang berbeda terhadap system pendidikan tinggi Islam dan dampaknya bagi generasi muda berbasis pesantren. Namun, argumen ini juga mengukuhkan cara pandang bahwa alumni PTKIN/PTKIS memiliki peluang yang cukup besar untuk memperoleh pencaharian karena memiliki modal minimal “keterdidikan.” Sayangnya, argumen seperti ini saja belum cukup membantu upaya mendorong PTKIN/PTKIS memperkuat kelembagaan dan praktik pendidikannya. Relitas pendidikan yang ada selama ini seolah diterima begitu saja dan tidak menyiratkan urgensi untuk perubahan.

Dalam konteks masyarakat Indonesia kontemporer, “menjadi terdidik” saja tentu tidak cukup untuk bisa terlibat di dalam kompetisi ekonomi dan pengetahuan pada skala regional dan global. Ia membutuhkan tambahan yang spesifik, “terdidik” dalam bidang apa? Apakah keahlian di bidang tertentu itu sudah cukup baik dan unggul di banding keahlian serupa yang diperoleh lulusan-lulusan perguruan tinggi di Negara-negara lain? Jika kita mau jujur, maka tidak bisa dipungkiri bahwa derajat kualitas PTKIN/PTKIS yang dibina Kementerian Agama belum mampu mencapai kelompok universitas/perguruan tinggi kelas menengah dan elite di negeri ini.

Jika ditelaah lebih dekat salah satu aspek dasar yang nyaris tidak ada di lingkungan PTKI adalah kemampuan inovasi, kompetisi, keterampilan menciptakan peluang dan kemampuan memanfaatkan peluang bagi keunggulan ekonomi dan sosial termasuk civitas akademika yang ada di dalamnya. Aspek-aspek dasar tersebut merupakan inti dari semangat kewirausahaan (*entrepreneurship*) yang sejak lama dianut lembaga-lembaga pendidikan tinggi terbaik di dunia. Nilai-nilai kewirausahaan seperti inovasi, kreasi, kompetisi, menciptakan kesempatan, memasarkan ide dan memenangkan persaingan bukan hanya dimiliki individu-individu yang mempelajari bisnis, melainkan telah menjadi budaya lembaga pendidikan tinggi dan mengilhami seluruh mahasiswa yang ada.

Nilai-nilai kewirausahaan inilah yang perlu ditanamkan dan ditumbuh-suburkan di lingkungan PTKIN/PTKIS baik pada level kelembagaan maupun pada penye-

lenggaraan pendidikan integratif bagi mahasiswa. Buku ini berupaya menjawab permasalahan strategis sebagai berikut: bagaimana bentuk rancang bangun pendidikan kewirausahaan yang mungkin diterapkan oleh PTKIN/PTKIS yang beragam? Bagaimana kemungkinan penerapan dan pengembangannya?

Buku ini merupakan salah satu upaya akademik guna menjawab beberapa pertanyaan di atas. Target utama kajian ini terumuskannya suatu rancang bangun bagi upaya adopsi dan adaptasi pendidikan kewirausahaan ke dalam konteks PTKI.

Hal pertama yang dilakukan dalam kajian ini adalah menempatkan konsep dan praktik pendidikan kewirausahaan di dalam konteksnya. Akan dilacak terlebih dahulu sejarah perkembangan konsep kewirausahaan, mengidentifikasi model-model kewirausahaan yang tengah berkembang, serta memaparkan kemungkinan pengembangan dan praktik pendidikan kewirausahaan di beberapa PTKI. Kajian ini juga berupaya mengapresiasi kondisi dan perkembangan yang terjadi di dalam sistem PTKI, yang menganalisa akar normative kewirausahaan dan praktik-praktik kewirausahaan yang telah dirintis di lingkungan PTKI.

Bagian selanjutnya merupakan deskripsi operasional hasil adaptasi pendidikan kewirausahaan yang dipandang relevan dalam konteks PTKIN/PTKIS. Diharapkan, rumusan rancang bangun pendidikan kewirausahaan PTKI dapat memberi gambaran dan informasi mengenai implikasi langsung terhadap kebijakan program pendidikan di PTKI

dalam pengembangan pendidikan kewirausahaan.

Adopsi pendidikan kewirausahaan di PTKI mensyaratkan adanya upaya sistematis dan sungguh-sungguh dalam hal penguatan jaringan kelembagaan, penyiapan tenaga pengajarnya, serta penyiapan sumber daya financial yang akan langsung mendukung kreativitas kewirausahaan mahasiswa. Sebab, pendidikan kewirausahaan mengandalkan pendekatan pendidikan yang berbasis pengalaman (*experiential learning*) sehingga dibutuhkan keseimbangan antara pengertian teoretis dan konseptual dengan praktik dan uji-coba.

Lebih dari itu, pendidikan kewirausahaan juga membutuhkan dukungan lingkungan kampus, termasuk lingkungan kampus yang memfasilitasi interaksi dinamis mahasiswa dengan dosen, sistem administrasi dan kepemimpinan yang mendukung inovasi dan memberikan insentif bagi kreativitas kewirausahaan baik oleh mahasiswa, dosen dan tenaga kependidikan.

Rancang bangun arsitektur pengembangan PTKI Entrepreneur terutama unit-unit bisnis berbasis model bisnis ala PTKI atau model bisnis Islam diudar sebagai tawaran konseptual dengan bercermin kepada unit-unit bisnis yang telah dimiliki oleh dua PTKI swasta. Demikian pula pengembangan model kewirausahaan kolaboratif Islami berbasis *online* ditawarkan sebagai gagasan sekaligus praktik. Gagasan ini sedang diinisiasi dan dikembangkan oleh tim dosen di salah satu perguruan tinggi keagamaan negeri (PTKN).

Metodologi

Elemen dasar pendidikan kewirausahaan sebetulnya tidak sama sekali asing di kalangan PTKIN/PTKIS. Secara normatif, ajaran mengenai ekonomi bisnis dan praktik-praktiknya telah dikenal di kalangan dosen maupun mahasiswa PTKIN/PTKIS. Prinsip-prinsip dasar yang terkandung dalam tujuan *maqasid al-syari'ah* secara jelas mengisyaratkan nilai-nilai kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat. Fiqh muamalah mengajarkan bukan hanya prinsip-prinsip ekonomi Islam, termasuk zakat, melainkan nilai-nilai kewirausahaan.

Sistem ekonomi Islam mengajarkan kemandirian dan keharusan orang tua untuk menyiapkan anak-anak keturunannya menjadi generasi yang kuat dan berkecukupan. Begitu pula dengan konsep zakat. Secara implisit maupun eksplisit, seorang muslim diarahkan untuk menjadi orang yang mampu secara ekonomi dan dapat menunaikan kewajiban zakat.

Namun demikian, prinsip-prinsip dasar kewirausahaan tersebut masih dipahami dan diajarkan dalam kerangka normatif yang cenderung a-historis. Kendati prinsip-prinsip normatif tersebut dikaji dan diajarkan secara rutin kepada mahasiswa, tetapi muatannya masih terbatas pada tataran ajaran fiqh Klasik yang terpisah secara historis maupun konseptual dengan permasalahan kehidupan sosial-ekonomi masyarakat kontemporer. Memang patut diakui bahwa dalam dua dasawarsa terakhir mulai berkembang sistem perbankan syari'ah, tetapi ia masih terbatas pada dimensi finansial dan belum

mendorong etika dan semangat kewirausahaan. Perkembangan di wilayah ekonomi finansial belum berjalan seimbang dengan kemunculan tradisi berwirausaha, membangun inovasi dan kepemimpinan kreatif, di kalangan masyarakat muslim.

Pada tataran praktis, elemen dasar kewirausahaan juga dapat dilihat secara khusus pada aspek kewirausahaan bisnis. Hampir seluruh PTKIN/PTKIS yang saat ini ada memiliki unit usaha "Koperasi" baik yang dikelola oleh Pegawai dan Dosen (Koperasi Pegawai) maupun oleh organisasi mahasiswa (Koperasi Mahasiswa). Koperasi-koperasi tersebut terutama bergerak di bidang kredit simpan-pinjam untuk anggotanya (Koperasi Simpan-Pinjam) dan perdagangan eceran. Kedua jenis usaha koperasi ini secara langsung menyentuh salah satu aspek kewirausahaan di lingkungan perguruan tinggi, baik untuk kepentingan kebutuhan dasar para anggotanya (Koperasi Pegawai) maupun untuk kebutuhan proses pendidikan bagi mahasiswa (Koperasi Mahasiswa).

Namun patut disayangkan, unit-unit usaha koperasi tersebut masih belum menunjukkan karakter kewirausahaan pada pengelola dan anggotanya. Ia justru telah berubah menjadi aktivitas rutin yang mesti ada tetapi kurang menunjukkan kemampuan untuk mengembangkan diri dan usahanya. Jika kegiatan-kegiatan koperasi tersebut dijiwai pemikiran dan kemampuan kewirausahaan, maka dapat dipastikan lembaga-lembaga koperasi tersebut memiliki rencana bisnis, melakukan inovasi, mendorong kompetisi dan membangun peluang pengembangan usahanya.

Karakteristik seperti itu nyaris tidak dapat ditemukan di lembaga-lembaga koperasi di PTKIN/PTKIS. Rendahnya nilai-nilai, pengetahuan dan keterampilan berwirausaha tersebut tidak hanya terjadi di kalangan para pengelola koperasi, melainkan juga pada kalangan pimpinan lembaga pendidikan yang menaunginya. Akibatnya, koperasi-koperasi berbasis kampus tersebut sulit mengembangkan diri.

Jika kita tinjau Universitas-universitas besar baik di dalam maupun di luar negeri, maka segera akan terlihat besarnya peran unit-unit usaha dan aktivitas kewirausahaan lainnya memberi sumbangan sangat besar bagi peningkatan kualitas pendidikan. Praktik kewirausahaan tidak hanya menjadi penggerak mesin-mesin bisnis mereka untuk mengumpulkan dana bagi universitasnya.

Lebih dari itu, spirit kewirausahaan juga mendorong seluruh jajaran pimpinan universitas, para dosen, karyawan dan mahasiswa untuk berpikir dan berperilaku inovatif, kompetitif, dan terus termotivasi untuk mencari kesempatan dan keuntungan. Nilai-nilai, praktik dan keterampilan wirausaha tersebut menjadi jiwa keunggulan universitas-universitas tersebut, termasuk keunggulan di bidang pendidikan dan buku para dosennya dan keunggulan pengetahuan, etik dan keterampilan para alumninya yang siap memenangkan persaingan di pasar inovasi bisnis dan pasar tenaga kerja.

Spirit kewirausahaan juga menstimulasi kreativitas dan inovasi di dalam aktivitas riset, uji coba, serta mengarahkan pada penemuan-penemuan terbaru di bidang sains dan teknologi. Temuan-temuan hasil riset dan uji

coba yang berbasis universitas tersebut menjadi mesin penggerak utama pendidikan dan pembangunan industri di Amerika, Jerman, Jepang, China dan India.

Kalangan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam telah menyadari arti penting kewirausahaan dalam rangka mendukung keunggulan universitas dan mahasiswanya. Itulah sebabnya, tak kurang dari 10 PTKIN (6 UIN dan 4 IAIN) telah ditetapkan sebagai Badan Layanan Umum (BLU). Di masa depan, bukan mustahil sejumlah PTKIN akan memperoleh status BLU.

Status sebagai BLU mengamanatkan pengembangan kreativitas dan inovasi dalam bidang usaha produktif. BLU memberi keleluasaan bagi PTKIN untuk mencari sumber-sumber keuangan baru di luar APBN melalui pelbagai kegiatan-kegiatan usaha produktif dan menguntungkan secara financial. Sumber-sumber tersebut akan masuk ke dalam kategori Pendapatan Negara Bukan Pajak (PNBP) yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pendidikan.

Status BLU secara langsung mensyaratkan PTKIN memperkuat budaya kewirausahaannya. Semakin besar kemampuan PTKI mengembangkan sumber-sumber pemasukan non pajak maka semakin besar peluang PTKI untuk meningkatkan kualitas pelayanan pendidikannya.

Pengembangan pendidikan kewirausahaan di PTKI dinilai sebagai suatu keharusan. Investasi dalam pengembangan nilai-nilai, pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan tidak hanya berarti menyiapkan para mahasiswanya memperoleh keterampilan dan pengetahuan bidang

ekonomi bisnis, melainkan memiliki kemampuan bekerja sekaigus menciptakan lapangan kerja ketika setelah lulus. Hal ini diharapkan, merupakan investasi jangka panjang bagi upaya meningkatkan keunggulan kelembagaan PTKI.

Buku ini berupaya menjawab tiga pertanyaan pokok sebagai berikut: *pertama*, model-model pendidikan kewirausahaan yang mungkin diadopsi dan diadaptasi di lingkungan PTKI dengan tingkat kemampuan kelembagaan yang berbeda-beda?

Kedua, apa implikasi pengembangan pendidikan kewirausahaan terhadap kelembagaan PTKI (tenaga pendidik, fasilitas praktik, jaringan dengan dunia usaha, permodalan dan jaringan pasar)?

Ketiga, bagaimana kemungkinan pengembangan pendidikan kewirausahaan di PTKI dan pengembangan PTKI entrepreneur melalui unit-unit bisnis?

Kajian ini merupakan usaha perumusan dokumen perencanaan yang akan dilaksanakan dengan memanfaatkan sumber-sumber literature pendidikan kewirausahaan yang ada di sejumlah perguruan tinggi baik di Indonesia maupun di luar negeri. Dalam prosesnya, kajian ini memanfaatkan bahan-bahan yang ada di dalam situs-situs web mengenai pendidikan kewirausahaan. Selain itu, akan memanfaatkan pandangan ahli pendidikan dan tokoh wirausahawan. Dengan demikian, memasukkan dua sumber informasi utama dari literature dan pengalaman empiris pelaku dunia usaha dan pendidikan tinggi.

Sumber data atau informasi diperoleh melalui survey literature yang *extensive*. Literatur-literatur utama

pendidikan kewirausahaan dikaji dan dievaluasi secara kritis sehingga dapat digunakan dalam upaya kontekstualisasi.

Selanjutnya, kajian memanfaatkan sumber-sumber informasi dari para tokoh pelaku usaha, terutama alumni PTKI, dosen-dosen mata kuliah kewirausahaan. Hal itu didasarkan pada asumsi bahwa mereka tidak hanya memahami konsep dan pemikiran, melainkan juga memiliki pengalaman empiris langsung sebagai pelaku.

Data-data yang terkumpul melalui studi literatur dan studi elektronik melalui situs-situs jaringan diolah dengan menggunakan teknik analisa teks. Tim kemudian mengklasifikasi informasi, membuat kode dan membandingkan informasi-informasi yang ada. Selanjutnya, informasi mentah yang diperoleh diklasifikasi sesuai dengan struktur gagasan, tema, dan konteksnya.

Hasil-hasil analisis selanjutnya dituangkan menjadi laporan akademik yang dibahas lebih lanjut dalam FGD. Masukan-masukan, kritik dan informasi-informasi baru yang muncul dalam proses FGD dijadikan sebagai penguat data data sekaligus analisis.

Pendidikan Kewirausahaan

Bab ini secara khusus menggali konsep dan model pendidikan kewirausahaan serta manfaatnya bagi masyarakat. Pembahasan pada bab ini mencakup empat bagian. Bagian pertama berisi deskripsi mengenai sejumlah pengertian wirausaha yang diajukan para ahli. Bagian ini menunjukkan bahwa, kewirausahaan tidak hanya terbatas pada kemampuan dasar yang harus dimiliki seseorang untuk memulai dan menjalankan bisnis, melainkan mencakup sikap dan kualitas karakter seseorang. Bagian kedua berisi pengenalan dua model aplikasi kewirausahaan yang mencakup kewirausahaan di bidang bisnis dan kewirausahaan bidang sosial.

Kedua model ini menjelaskan keluasan dan penerapan prinsip-prinsip dasar kewirausahaan untuk pelbagai konteks kehidupan yang lain. Bagian selanjutnya mengupas beberapa konsepsi mengenai pendidikan kewirausahaan. Ia mencakup garis-garis besar pendidikan kewirausahaan mulai jenjang pendidikan dasar hingga pendidikan tinggi. Penekanan khusus diberikan kepada pendidikan tinggi, sehingga pembahasannya mencakup kurikulum dan metodologi pembelajarannya. Bagian terakhir mengulas manfaat pendidikan kewirausahaan bagi perbaikan kualitas hidup individu dan masyarakat.

Kewirausahaan

Konsep dan pengertian kewirausahaan (*entrepreneurship*) masih terus mengalami perkembangan dan selalu terkait dengan karakter individual pelaku ekonomi. Secara historis, usaha memahami karakter dan kualitas perilaku individual pelaku ekonomi sesungguhnya telah dilakukan pakar ilmu ekonomi seperti Adam Smith.

Smith telah mengkaji secara mendalam apa sesungguhnya motif dan rasionalitas yang dimiliki para pelaku ekonomi. Menurut Smith, aspek minat pribadi (*self interest*) untuk mendapat keuntungan dan kekayaan, menjadi pribadi yang merdeka (*independent*) dan berkuasa tampaknya merupakan di antara pendorong seseorang melakukan inovasi, mengambil inisiatif dan berani mengambil resiko. Kualitas dan rasionalitas individual pelaku ekonomi yang ditengarai Smith sebagai insentif penggerak mesin ekonomi pada level personal, merupakan inti dari konsep kewirausahaan. Namun demikian, studi-studi empiris mengenai kewirausahaan tidak banyak mengalami kemajuan sampai akhir abad ke 19.

Studi-studi empiris mengenai kewirausahaan mulai berkembang di awal abad ke 20. Upaya konseptualisasi kewirausahaan dimulai dari ahli ekonomi asal Austria, Joseph Schumpeter dan para pembaharu pemikiran Adam Smith lainnya seperti Ludwig von Mises dan Friedrich von Hayek di tahun 1930an. Di tangan mereka, teori-teori ekonomi abad 17 dari Smith direkonstruksi menjadi bangunan sistem ekonomi Kapitalis abad ke 20.

Mengenai konsepsi kewirausahaan, Joseph Schumpeter menempati posisi paling depan. Ia secara khusus menawarkan konsepsi kewirausahaan sebagai suatu kualitas keunggulan individu pelaku wirausaha (*entrepreneur*). Menurutnnya, seorang wirausaha adalah "seseorang yang berkehendak dan mampu mengubah sebuah gagasan atau temuan baru menjadi suatu terobosan yang berhasil." Dalam konsepsi ini, Schumpeter secara implisit, seorang wirausaha memiliki karakter yang kreatif, keberanian mengambil resiko dan memiliki ketekunan untuk memastikan ide dan temuan barunya menghasilkan suatu terobosan yang berhasil.

Schumpeter menegaskan pula kewirausahaan (*entrepreneurship*) menyerupai "sapuan topan kehancuran kreatif" (*the gale of creative destruction*). Sebagai energi 'penghancuran kreatif' kewirausahaan dapat mendorong penggantian baik secara keseluruhan maupun sebagian dari inovasi-inovasi berkualitas lebih rendah yang telah ada di pasar industri, dan pada saat yang sama menciptakan produk-produk dan bisnis-bisnis yang baru yang lebih berkualitas.

Dalam perspektif, kewirausahaan menjadi penggerak utama dinamika industri dan pertumbuhan ekonomi jangka panjang. Kewirausahaan dengan sendirinya menghasilkan dua hal: kelahiran industri yang sama sekali baru yang belum pernah ada sebelumnya, dan/atau, kemunculan kombinasi atau sintesa baru atau inovasi baru dari input-input lama. Penemuan mesin uap secara langsung mengubah teknologi kereta kuda sehingga menghasilkan model

kereta muatan yang tidak berkuda seperti kita kenal sekarang.

Kendati demikian, penggunaan mesin uap dan mesin-mesin berteknologi lebih maju tidak serta-merta menggusur teknologi kereta kuda, yang hingga saat ini model transportasi untuk penumpang dan barang seperti itu masih tetap ada. Oleh sebab itu, penting untuk digarisbawahi bahwa, kewirausahaan dalam pandangan Schumpeter bermakna energi dinamis yang bisa menghasilkan inovasi-inovasi baru yang mendorong pada perbaikan kualitas hidup manusia dan berimplikasi pada pertumbuhan ekonomi secara terus-menerus.

Pemikir ekonomi lain melihat kewirausahaan dalam konteks keterkaitan antar faktor-faktor produksi. Alfred Marshall (1994), pemikir ekonomi awal abad ke 20, mengemukakan bahwa, ekonomi sesungguhnya digerakkan oleh empat faktor produksi: tanah pekerja, modal dan organisasi. Organisasi berperan sebagai koordinator yang mempersatukan tiga faktor produksi yang lain.

Menurut Marshall, kekuatan inti yang berada di balik organisasi ekonomi adalah kewirausahaan. Dengan cara mengorganisasikan tiga faktor produksi (tanah, pekerja dan modal), para wirausahawan dapat menciptakan dan mengembangkan komoditas baru atau memperbaiki dan mereproduksi komoditas lama. Pandangan Marshall mirip dengan Schumpeter terutama menyangkut pandangan mengenai fungsi kewirausahaan dalam kaitan pengembangan inovasi produk baru, memperbaiki yang lama atau membuat sintesa antara unsur-unsur produk lama

dengan yang baru. Marshall lebih lanjut mengidentifikasi kualitas yang dimiliki oleh individu wirausaha.

Kewirausahaan menjadi kekuatan penggerak di belakang faktor keempat produksi, yakni organisasi, yang sangat ditentukan oleh pemimpin alami (*natural leaders*). Seorang wirausahawan sesungguhnya adalah pemimpin yang memiliki sejumlah kualitas personal yang khas.

Kualitas tersebut mencakup, kemampuan visioner dan keberanian mengambil resiko. Seorang pemimpin memiliki karakter visioner, yakni kemampuan memahami arah dan prospek perubahan dalam kaitan persediaan dan permintaan (*supply and demand*). Kualitas kedua merupakan karakter *risk-taking*, yakni kemauan dan keberanian mengambil resiko pada saat tidak ada informasi yang lengkap. Oleh sebab itu, karakter wirausahawan sangat luar biasa sehingga hanya sedikit orang yang bisa memiliki dan memberi dampak kewirausahaan pada tingkat yang tinggi.

Seorang wirausaha sesungguhnya tidak dilahirkan, melainkan dibentuk melalui proses pendidikan. Proses pendidikanlah merupakan media yang memungkinkan seseorang memperoleh kemampuan dasar untuk menjadi seorang wirausaha.

Kemampuan dasar kewirausahaan hanya mungkin menghasilkan transformasi ekonomi atau industri yang produktif sejauh ia berada dalam lingkungan ekonomi yang mendukung. Situasi makro ekonomi yang subur dan sistem kelembagaan yang baik akan memberi ruang kreativitas dan inovasi, sehingga memungkinkan bagi seseorang yang memiliki kemampuan dasar wirausaha mengembangkan

diri dan potensi kewirausahaannya secara maksimum.

Kewirausahaan memang masih terus diperdebatkan terutama oleh kalangan ahli ekonomi. Perdebatan ekonomi pada umumnya berkisar pada isu-isu mengenai di mana peran kewirausahaan dalam konteks pembangunan ekonomi dan di mana letak kesanggupan mereka dalam pengambilan resiko dari inovasi yang diambilnya.

Kirzner (1985) misalnya, menggarisbawahi bahwa, karakter seorang wirausahawan sebagai innovator, berusaha mencari dan menemukan cara-cara baru untuk menghasilkan suatu produksi yang memiliki prospek keuntungan, tidak bisa dipisahkan dari kemampuan mengambil resiko. Sebuah inovasi hanya mungkin terwujud, terutama dalam konteks mensinergikan tiga elemen ekonomi (tanah/sumber daya material, tenaga kerja dan modal) untuk menghasilkan nilai tambah yang baru, sejauh ia memiliki keberanian untuk benar-benar mewujudkannya.

Dalam proses menurunkan gagasan inovatif ke dalam praktik produksi dan pemasarannya, tentu dipenuhi oleh ketidakpastian dan resiko (baik gagal atau berhasil). Ketakutan dan menghindari resiko kegagalan tentu tidak mungkin dapat mentransformasikan suatu gagasan inovatif menjadi kenyataan.

Penting digarisbawahi bahwa, kewirausahaan tidak terbatas pada ekonomi atau pelaku ekonomi. Dari sudut pandang psikologi kewirausahaan dilihat sebagai refleksi dari kualitas karakter seseorang. Menurut Hirsch et.al. (2005), karakter dasar wirausaha adalah mereka yang selalu

didorong oleh kekuatan kebutuhan untuk mencapai atau mendapat sesuatu, melakukan percobaan, atau didorong oleh keinginan melepaskan diri dari otoritas orang lain.

Bagi sekelompok orang, seseorang dengan karakter seperti ini dapat dipersepsi sebagai ancaman atau kompetitor yang agresif. Sebaliknya, bagi kelompok lainnya, seseorang dengan karakter tersebut dapat dipandang sebagai sekutu potensial, pelanggan, atau seseorang yang menciptakan peluang kekayaan untuk orang lain yang mampu menemukan cara yang lebih baik untuk menggunakan sumber daya atau menciptakan pekerjaan.

Dari pengertian itu, Hirsch menawarkan suatu alternatif pengertian kewirausahaan yang tidak terbatas pada konteks bisnis. Karakter wirausaha sesungguhnya merupakan kualitas dasar yang ditemukan pada siapa dan profesi apa saja termasuk dalam bidang pendidikan, kedokteran, pekerja sosial, arsitektur, pemerintahan dan lain-lain.

Hirsch et.al., menemukan tiga unsur karakter wirausaha yang bisa ditemukan pada pelbagai definisi mengenai kewirausahaan. Ketiga karakteristik wirausahawan tersebut adalah:

- (1) pengambil inisiatif;
- (2) mampu mengorganisasikan mekanisme sosial dan ekonomi untuk mengubah sumber daya menjadi sesuatu yang baru; dan
- (3) penerimaan terhadap resiko kegagalan.

Sejalan dengan tiga karakter personal wirausaha, maka *"kewirausahaan adalah suatu proses penciptaan sesuatu*

yang baru dan bernilai dengan mengerahkan waktu dan usaha yang dibutuhkan, disertai kemampuan menerima resiko-resiko keuangan, psikologis dan sosial serta menerima hadiah yang dihasilkan baik itu bersifat financial maupun kepuasan pribadi dan kemandirian."

Merujuk pada definisi di atas, dapat disarikan empat aspek dasar kewirausahaan yang berlaku pada bidang apa pun. Keempat aspek tersebut mencakup:

- (1) Kewirausahaan terkait dengan proses **penciptaan sesuatu yang baru dan bernilai**. Ia bernilai baik untuk sang wirausahawan yang bersangkutan maupun bagi masyarakat yang akan mengambil manfaat dari kreasi tersebut;
- (2) Kewirausahaan membutuhkan **pengabdian waktu dan usaha**. Sebab, menciptakan sesuatu yang baru dan bernilai serta menurunkannya menjadi operasional dan diterima masyarakat, membutuhkan waktu dan usaha yang tidak sedikit;
- (3) Kewirausahaan mensyaratkan kemampuan **menerima resiko**. Resiko muncul dalam beberapa bentuk, tergantung pada bidang apa kewirausahaan tersebut terkait. Bentuk yang paling umum dari resiko tersebut mencakup area keuangan, psikologis dan sosial.
- (4) Aspek terakhir kewirausahaan adalah "**hadiah**" dari peran seseorang menjadi wirausahawan. Di antara hadiah kewirausahaan yang paling penting adalah kemandirian dan kepuasan pribadi. Jika kewirausahaan berada di wilayah ekonomi, maka uang pun masuk ke dalam kategori hadiah dimaksud.

Dua Model Kewirausahaan

Seperti digambarkan, kewirausahaan tidak terbatas pada dunia bisnis melainkan juga sesuai dengan bidang-bidang keahlian dan profesi yang lain. Keempat aspek kewirausahaan dapat ditemukan pada para perintis, innovator dan pembaharu di bidang apa pun. Mereka yang memanfaatkan teknologi canggih untuk pengembangan kajian lebih luas biasanya disebut sebagai "technopreneur."

Demikian juga seorang aktivis politik yang melakukan terobosan-terobosan baru atau program-program dalam rangka memenangkan persaingan perebutan kekuasaan bisa juga disebut sebagai "political entrepreneur." Demikian juga dalam organisasi yang besar membutuhkan kelompok yang lincah untuk melakukan perubahan dan inovasi, telah menumbuhkan para wirausaha baru dalam organisasi tersebut yang disebut "intrapreneur."

Dalam konteks kajian ini, kewirausahaan dibatasi pada dua kategori besar: kewirausahaan dalam dunia bisnis/ekonomi dan kewirausahaan bidang kemasyarakatan (kewirausahaan sosial). Secara ringkas, beberapa persamaan dan perbedaan antara keduanya akan dipaparkan berikut.

1. Kewirausahaan ekonomi/bisnis

Seperti digambarkan di atas, akar sejarah teori dan konsep kewirausahaan sesungguhnya berasal dari tradisi ekonomi. Perdebatan di antara kalangan ahli ekonomi umumnya terpusat pada pertanyaan "bagaimana menciptakan produk-produk dan peluang-peluang baru untuk menjawab kebutuhan masyarakat dan sekaligus

menghasilkan keuntungan financial yang lebih besar serta mendorong peningkatan di bidang ilmu dan teknologi?" Pertanyaan inilah yang memancing lahirnya sejumlah teori dan teknik di dalam ilmu ekonomi dan industri.

Dorongan *intrinsic* pada level individual (*self interest*) untuk menjadi lebih mandiri, berkuasa, mendapat kepuasan batin, dan memiliki sumber daya capital yang lebih besar dianggap sebagai pendorong dasar kewirausahaan. Itulah sebabnya, konsep kewirausahaan dalam bidang ini selalu terkait dengan komponen-komponen dasar ekonomi, yakni tanah (atau sumberdaya alam), buruh (termasuk di dalamnya teknologi) dan modal (modal financial). Kewirausahaan dipandang baik sebagai kekuatan pendorong bagi pengorganisasian ketiga komponen ekonomi tersebut maupun sebagai hakikat dari sinergi komponen-komponen ekonomi yang ada atau produksi lama menjadi sesuatu yang baru.

2. Kewirausahaan sosial

Kategori kewirausahaan yang kedua adalah kewirausahaan sosial. Kategori ini sebetulnya tidak merujuk pada suatu praktik tunggal, melainkan merujuk pada suatu tenda besar yang berisi beragam gagasan dan praktik kewirausahaan yang tidak berada di wilayah bisnis. Sebagaimana layaknya seorang entrepreneur dalam bisnis, entrepreneur sosial juga memiliki kualitas yang sama. Dia adalah seseorang yang kreatif, inovator, mampu mengenali masalah di dalam masyarakat serta menggunakan kreativitas dan inovasinya untuk menghasilkan cara-cara baru penyelesaian masalah sosial. Selanjutnya, ia mendorong

perubahan sosial ke arah yang baru sesuai dengan visi kreatifnya.

Misi utama seorang wirausahawan sosial adalah melakukan pemecahan masalah sosial secara kreatif untuk memperbaiki pola hubungan dan kerjasama antarmanusia. Seorang peraih hadiah nobel perdamaian tahun 2008, Muhammad Yunus dari Bangladesh, dikenal sebagai tokoh wirausahawan sosial karena inovasinya melalui *Grameen Bank* (Bank untuk orang miskin).

Ia mendirikan dan mengembangkan program kredit murah dan mudah bagi orang miskin, terutama kaum perempuan, agar mereka mampu menjadi lebih produktif dan memperoleh penghasilan tambahan. Misi utamanya begitu jelas, meskipun berat, yakni mengurangi penderitaan orang miskin melalui instrument kredit bagi perempuan.

Di Indonesia, salah satu contoh sukses kewirausahaan sosial ditampilkan lewat Yayasan Dompot Dhuafa. Lembaga ini kini telah menjadi contoh sukses dari inisiatif sekelompok kecil aktivis Muslim untuk menjaring dana-dana keagamaan untuk digunakan sebagai alat memberdayakan kaum miskin, menolong orang yang terkena musibah, mendidik anak-anak dari keluarga miskin dan mengobati kaum papa yang sakit.

Yayasan ini mengembangkan inovasi kreatif di bidang pemasaran sosial (*sosial marketing*) yang memungkinkan doktrin dan praktik keagamaan yang telah lama dianut masyarakat muslim, seperti zakat, infaq, shadaqah dan wakaf, menemukan bentuk pengertian dan manfaat yang baru bagi masyarakat.

Jika kita lihat lebih dekat, maka elemen-elemen dasar kewirausahaan akan dengan mudah ditemukan pada Dompot Dhuafa. Mereka tentu menghadapi tantangan yang tidak mudah ketika pada periode awal mereka menawarkan inovasi praktik amil zakat.

Dalam perkembangannya, mereka menghadapi banyak kesulitan dan resiko, tetapi mereka mampu mendedikasikan waktunya secara maksimal sehingga mereka secara perlahan kini telah menui "hadiahnya." Hadiah yang mereka peroleh berupa peningkatan kepercayaan masyarakat dan model-model program mereka kini telah dicontoh oleh banyak lembaga sejenis.

Kewirausahaan *Becoming*

Apakah seorang wirausaha sesungguhnya dilahirkan atau dibentuk melalui proses pendidikan? Para ahli ekonomi dan peneliti kewirausahaan tampaknya sependapat bahwa kewirausahaan bukan suatu karakter yang dibawa oleh orang-orang khusus semenjak lahir. Sebaliknya, terdapat konsistensi pemahaman di antara para peneliti kewirausahaan bahwa kualitas dan karakter wirausaha sesungguhnya dibentuk melalui proses pendidikan dan pengalaman. Oleh sebab itu, siapa pun sesungguhnya memiliki potensi yang sama untuk pada suatu masa di dalam kehidupannya mengalami menjadi seorang entrepreneur.

Albert Shapiro, penggagas *Consortium for Entrepreneurship Education* di Columbus, Ohio, bahkan menegaskan bahwa kewirausahaan sesungguhnya adalah proses

menjadi *"becoming"* yang terus menerus disempurnakan melalui pengalaman-pengalaman seseorang selama hidupnya. Untuk menjadi seorang wirausahawan, baik di wilayah bisnis maupun sosial, seseorang tidak cukup hanya dibekali wawasan teoritis atau pengetahuan mengenai seluk-beluk bisnis.

Selepas dari pendidikan formal seseorang masih akan membutuhkan pembelajaran terus menerus dari pengalaman praktik dan uji coba. Oleh sebab itu, bahkan selama proses belajar di dalam institusi pendidikan pun, pendidikan kewirausahaan membutuhkan pemagangan dan tugas praktik guna mendapatkan pengalaman awal. Ketika seseorang siap untuk menerapkan ide-ide inovatif yang telah dirumuskannya selama masa pendidikan, ia sesungguhnya baru memasuki tahap memulai pengalaman riil. Ia harus mencoba untuk melanjutkan pendidikan melalui pengalaman.

Itulah sebabnya, pendidikan kewirausahaan dipahami sebagai **"proses seumur hidup"** (*life-long process*). Menurut *Consortium for Entrepreneurship Education*, pengertian pendidikan kewirausahaan sebagai proses seumur hidup dapat dipilah-pilah menjadi 5 (lima) tahap pertumbuhan.

Lima Tahap Pendidikan Kewirausahaan

Tahap Dasar

Pada tahap ini fokus utama pendidikan kewirausahaan adalah mengenai pemahaman dasar mengenai

ekonomi Negara, kesempatan karir yang ada serta memahami pentingnya keterampilan dasar yang dibutuhkan di dalam system ekonomi tersebut.

Materi ini bisa diterapkan baik pada jenjang pendidikan tingkat dasar, menengah pertama, menengah atas hingga perguruan tinggi. Target utama dari pembelajaran tahap dasar ini adalah bahwa siswa bisa memperoleh pengetahuan dasar mengenai kesempatan individual untuk berhasil di dalam system ekonomi yang ada.

Tahap kesadaran kompetensi

Pembelajaran pada tahap ini seseorang (siswa atau mahasiswa) akan diajak untuk belajar berbicara di dalam bahasa bisnis dan melihat masalah dari sudut pandang pelaku usaha. Pembelajaran model ini juga relevan di dalam konteks “kewirausahaan sosial.”

Pada tahap ini penekanan pembelajaran adalah pada beberapa prasyarat dasar untuk menjadi seorang wirausaha, termasuk masalah-masalah yang sering dihadapi oleh wirausahawan atau para pemberi kerja. Kemudian, siswa diarahkan untuk memahami prinsip-prinsip arus kas (*cash-flow*) dengan mengambil pelajaran matematika, demonstrasi pemasaran dan kelas komunitas. Keterampilan ini bisa digunakan baik untuk kelompok wirausaha bisnis maupun wirausaha sosial. Kompetensi dasar ini akan menjadi pondasi penting bagi materi-materi kewirausahaan berikutnya.

Tahap penerapan kreativitas

Pada tahap ketiga, pembelajaran kewirausahaan diarahkan pada upaya memahami kompetensi kewirausahaan, menerapkan keterampilan dasar dan belajar mengenai bagaimana membuat usaha baru. Oleh sebab itu, siswa atau mahasiswa, akan diberi kesempatan untuk menggali gagasan-gagasan bisnis dan cara-cara untuk membuat rencana bisnis. Tahap ini menggunakan metode pendidikan berbasis pengalaman "*eksperiential learning*" sehingga mahasiswa bisa mencapai pemahaman yang cukup mendalam dari keluasan wawasan yang diperolehnya dari tahap-tahap sebelumnya.

Mengalami langsung proses awal penggalan ide, perencanaan dan memulai bisnis merupakan bagian dari proses pendidikan yang paling berharga bagi siswa. Hasil akhir dari tahap ini adalah peserta didik diharapkan sudah belajar bagaimana menjadi seorang wirausaha dan menerapkan proses-proses bisnis yang sesungguhnya.

Tahap memulai

Tahap ini merupakan tahap awal bagi mereka yang telah dewasa. Diasumsikan mereka yang telah dewasa, usia akhir universitas dan yang sudah lulus, sudah memiliki pengalaman bekerja. Pada tahap ini, mereka diharapkan sudah memiliki sejumlah gagasan dan rencana memulai usaha dan menjadi pengusaha mandiri. Dalam konteks ini, proses pendidikan diarahkan pada upaya memfasilitasi inisiatif-inisiatif baru yang muncul dari kelompok ini.

Dukungan fasilitas permodalan yang mudah dan berbunga rendah, peraturan yang memungkinkan para pemula di bidang bisnis mendapat kesempatan berkembang serta program-program latihan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Target dari tahap ini terutama adalah agar peserta didik bisa menerapkan gagasan dan rencananya menjadi kegiatan usaha yang nyata.

Tahap pertumbuhan

Tahap ini merupakan tahap dimana pelaku bisnis sebetulnya sudah memiliki cukup pengalaman. Pada umumnya kelompok pelaku bisnis kurang cukup peka menangkap gejala masalah di perusahaannya hingga ketika disadari, masalahnya sudah terlalu berat. Lembaga-lembaga pendidikan dapat menyediakan konsultasi bisnis untuk mendukung para wirausaha mengenali potensi masalah serta menemukan cara bagaimana mengatasinya. Universitas, dalam konteks ini, dapat turut menyumbangkan keahliannya agar mendorong inovasi-inovasi bisnis yang sudah mulai dijalankan tetap hidup dan berkembang.

Keniscayaan Pendidikan Kewirausahaan

Bagian ini menjelaskan kebutuhan dan arti penting pendidikan kewirausahaan di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (PTKI). Bab ini juga menguraikan akar tradisi kewirausahaan dalam pemikiran Islam dan mengulas bagaimana perkembangan praktik wirausaha di lingkungan PTKI. Penjajakan praktik kewirausahaan di PTKI menunjukkan, sejumlah masalah masih akan menghambat pengembangan kewirausahaan. Pada bagian akhir, diajukan argumen mengenai urgensi pendidikan perintisan pendidikan kewirausahaan serta implikasinya terhadap masa depan perguruan tinggi keagamaan Islam.

Akar Tradisi Kewirausahaan

Islam memang tidak memberikan penjelasan secara eksplisit terkait konsep tentang kewirausahaan (*entrepreneurship*) ini, namun di antara keduanya mempunyai kaitan yang cukup erat; memiliki ruh atau jiwa yang sangat dekat, meskipun bahasa teknis yang digunakan berbeda. Dalam

Islam digunakan istilah kerja keras, kemandirian (*biyadihi*), dan tidak cengeng.

Setidaknya terdapat beberapa ayat al-Qur'an maupun Hadis yang dapat menjadi rujukan pesan tentang semangat kerja keras dan kemandirian ini. Misalnya, dalam salah satu ayat disebutkan bahwa "Amal yang paling baik adalah pekerjaan yang dilakukan dengan cucuran keringatnya sendiri, *'amalurrajuli biyadihi'*"; "Tangan di atas lebih baik dari tangan di bawah"; "*al yad al 'ulya khairun min al yad al sufla*" (dengan bahasa yang sangat simbolik ini Nabi mendorong umatnya untuk kerja keras supaya memiliki kekayaan, sehingga dapat memberikan sesuatu pada orang lain), *waatuzzakah*; "manusia harus membayar zakat (Allah mewajibkan manusia untuk bekerja keras agar kaya dan dapat menjalankan kewajiban membayar zakat)".

Selanjutnya, dalam sebuah ayat Allah SWT menegaskan pentingnya kreativitas dalam bekerja. Ayat dimaksud mengatakan, "Bekerjalah kamu, maka Allah dan orang-orang yang beriman akan melihat pekerjaan kamu". Oleh karena itu, apabila shalat telah ditunaikan maka ber-tebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia (rizki) Allah. Bahkan sabda Nabi, "Sesungguhnya bekerja mencari rizki yang halal itu merupakan kewajiban setelah ibadah fardlu". *Nash* ini jelas memberikan isyarat agar manusia bekerja keras dan hidup mandiri.

Kehidupan ini harus dijalankan dengan kerja keras dan keimanan. Hal ini bermakna, hubungan iman dan kerja bagaikan hubungan akar, tumbuhan dan buahnya. "*Dan bahwasanya seorang manusia tiada yang akan memperoleh*

kecuali selain apa (hasil) yang diusahakannya sendiri”¹ “Amal-amal yang tidak disertai iman tidak akan berarti di sisi-Nya”² Berdasar hubungan ini, maka ekonomi dan bisnis harus dilakukan setelah melakukan shalat sebagaimana tersurat dalam QS al-Jumu’ah(62): 9.

Minannisq wal banin, kecintaan laki-laki kepada wanita dan kecintaan wanita kepada laki-laki, serta kecintaan orang tua kepada anak-anaknya baik laki-laki maupun perempuan. Adapun *qanqir*, jamak dari kata *qintar*, merupakan sejumlah harta yang menjadikan pemiliknya dapat menghadapi kesulitan hidup dan membelanjakannya guna meraih kenyamanan.

Adz-dzhab walfiddah, walkhailil musawwamah wal-an’am wal harts: emas, perak, kuda pilihan (kendaraan), binatang ternak, dan sawah ladang (tanah atau proverti) merupakan bagian atau sebagian dari jenis-jenis harta benda yang dicintai manusia. Penyebutan *al-harts* di akhir susunan harta benda menunjukkan bahwa untuk menghasilkan produksi dari sawah ladang diperlukan usaha yang ekstra mulai dari pengolahan tanah, penanaman, pemeliharaan, pemanenan dan penjualan hasil.

Semua yang dicintai manusia pada dasarnya merupakan kesenangan duniawi yang bersifat tidak kekal, karena yang kekal secara hakiki adalah tempat kembali yaitu pada Allah. Pandangan al-Qur’an tentang harta benda dapat dipelajari juga dari surat Annisa ayat 5. Dalam ayat ini disebutkan janganlah memberikan atau

¹ QS. an-Najm(53): 39

² QS al-Furqan(25): 23.

mengamanahkan atau menginvestasikan harta bendamu kepada *assufaha* (orang-orang yang belum cakap, kurang keahlian atau tidak profesional), karena harta benda itu berfungsi sebagai *qiyama* (tiang hidup bagi manusia, pokok kehidupan atau modal dasar kehidupan). Seharusnya jadikanlah dari modal harta itu, berkembang atau dikembangkan sehingga kamu dapat memberikan rezeki dan pakaian kepada mereka tanpa mengurangi modal harta. (*warzuqhum fiha*, bukan *warzuqhum minha*).

Dalam surat al-Qaqarah ayat 180, harta benda disebut oleh al-Qur'an sebagai *khairan*: (*Kutiba 'alaikum idza hadhara ahadukum almautu in tara khairan*). Ini membawa konsekuensi bahwa dalam upaya mencari atau berusaha mencapai harta benda dan atau mengembangkannya harus dengan cara-cara yang baik. Hal ini ditegaskan lagi dalam surat an-Nisa ayat 29 (*La ta'kulu amwalakum bainakum bil batil*).

Dalam hal terdapat orang yang mempunyai kecukupan harta benda dan kekurangan harta benda al-Qur'an mengajarkan agar kita tidak cemburu terhadap kelebihan yang diberikan Allah kepada orang lain. Harta benda di sini disebut sebagai: (*ma fadhhalallau: harta benda atau sejenisnya yang merupakan karunia Allah*). Pada ayat ini tersebut kata *ma ktasabu* dan *maktasabna*: dari apa-apa yang diusahakan oleh laki-laki dan apa-apa yang diusahakan perempuan. Kata *Iktasabu* dan *Iktasabna*, bermakna daya usaha atau kerja yang serius dan sungguh-sungguh. Dengan demikian, kelebihan atau kecukupan harta benda yang kita miliki sangat bergantung kepada nilai dan kualitas pekerjaan yang kita lakukan.

Bekerja keras merupakan esensi dari kewirausahaan. Prinsip kerja keras, menurut *Wafiduddin*, adalah suatu langkah nyata yang dapat menghasilkan kesuksesan (*rezeki*), tetapi harus melalui proses yang penuh dengan tantangan (*reziko*). Dengan kata lain, orang yang berani melewati resiko akan memperoleh peluang rizki yang besar. Kata rizki memiliki makna bersayap, rezeki sekaligus resiko. Dari paparan di atas dengan demikian memperlihatkan bagaimana kekuatan ajaran al-Qur'an dalam mendorong kewirausahaan.

Dalam sejarahnya Nabi Muhammad, istrinya dan sebagian besar sahabatnya adalah para pedagang dan *entrepre* mancanegara yang pawai. Beliau adalah praktisi ekonomi dan sosok tauladan bagi umat. Oleh karena itu, sebenarnya tidaklah asing jika dikatakan bahwa mental *entrepreneurship* inheren dengan jiwa umat Islam itu sendiri. Bukanlah Islam adalah agama kaum pedagang, disebarkan ke seluruh dunia setidaknya sampai abad ke-13 M, oleh para pedagang muslim

Dari aktivitas perdagangan yang dilakukan, Nabi dan sebagian besar sahabat telah meubah pandangan dunia bahwa kemuliaan seseorang bukan terletak pada kebangsawanan darah, tidak pula pada jabatan yang tinggi, atau uang yang banyak, melainkan pada pekerjaan. Oleh karena itu, Nabi juga bersabda "*Innallaha yuhibbul muhtarif*" (sesungguhnya Allah sangat mencintai orang yang bekerja untuk mendapatkan penghasilan). Umar Ibnu Khattab mengatakan sebaliknya bahwa, "Aku benci salah seorang di antara kalian yang tidak mau bekerja yang menyangkut

urusan dunia.

Keberadaan Islam di Indonesia disebarakan oleh para pedagang. Di samping menyebarkan ilmu agama, para pedagang ini juga mewariskan keahlian berdagang khususnya kepada masyarakat pesisir. Di wilayah Pantura, misalnya, sebagian besar masyarakatnya memiliki basis keagamaan yang kuat, kegiatan mengaji dan berbisnis sudah menjadi satu istilah yang sangat akrab dan menyatu sehingga muncul istilah yang sangat terkenal *jigang* (ngaji dan dagang)

Sejarah juga mencatat sejumlah tokoh Islam terkenal yang juga sebagai pengusaha tangguh, Abdul Ghani Aziz, Agus Dasaad, Djohan Soetan, Perpatih, Jhohan Soelaiman, Haji Samanhudi, Haji Syamsuddin, Niti Semito, dan Rahman Tamin.

Apa yang tergambar di atas, setidaknya dapat menjadi bukti nyata bahwa etos bisnis yang dimiliki oleh umat Islam sangatlah tinggi, atau dengan kata lain Islam dan berdagang ibarat dua sisi dari satu keping mata uang. Benarlah apa yang disabdakan oleh Nabi, "Hendaklah kamu berdagang karena di dalamnya terdapat 90 persen pintu rizki"

Praktik Kewirausahaan

Secara umum, dalam dunia pendidikan Islam, pengembangan kewirausahaan sudah mulai dijalankan. Program-program kewirausahaan ini dilakukan terutama di satuan pendidikan Islam non formal seperti pondok pesantren.

Fenomena yang berkembang di sebagian pondok pesantren di tanah air sebenarnya telah memberikan warna tersendiri dalam konteks pengembangan kewirausahaan ini.

Secara teoretis, pondok pesantren seperti tidak memiliki program kewirausahaan, tetapi dalam praktiknya banyak pondok pesantren yang mengembangkan kewirausahaan. Pada waktu sore dan malam hari para santri mengaji, tetapi di waktu siang mereka menggunakan kesempatan yang baik untuk melakukan berbagai kegiatan pengembangan keterampilan (bengkel, bata, home industri, agrobisnis, perikanan dan lain-lain).

Kegiatan ini telah terjadi di berbagai pondok pesantren diberbagai wilayah nusantara. Mereka belajar sambil bekerja, *learning by doing*, dengan harapan kelak menjadi bidang keahliannya setelah selesai dari pesantren.

Pengembangan mental kemandirian di sini sangat ditekankan. Karena itu, pesantren pada mulanya tidak membekali santrinya dengan formalitas ijazah. Model pengembangan keterampilan seperti ini sebenarnya telah banyak ditiru oleh lembaga pendidikan formal, meskipun dengan modifikasi baru yang disebut dengan istilah *life school/skill life*

Namun, pengembangan kewirausahaan dalam dunia pendidikan Islam ternyata belum dilakukan dalam format yang sistematis dan terorganisir. Sebagian besar pengembangan kewirausahaan bukanlah bagian utama dalam pembelajaran, melainkan hanya supplementary program dalam bentuk kegiatan-kegiatan ekstra kurikuler.

Pendidikan kewirausahaan (*entrepreneurship*) di Indonesia masih kurang memperoleh perhatian yang memadai, baik oleh dunia pendidikan, masyarakat, maupun pemerintah. Banyak praktisi pendidikan yang kurang memperhatikan aspek-aspek penumbuhan mental, sikap, dan perilaku kewirausahaan peserta didik, baik di sekolah kejuruan maupun profesional sekalipun. Orientasi mereka, pada umumnya, hanya pada upaya-upaya menyiapkan tenaga kerja siap pakai.

Sementara itu, dalam sebagian masyarakat masih berkembang kultur feodal (*priyayi*) yang diwariskan oleh penjajahan Belanda. Sebagian besar anggota masyarakat memiliki persepsi dan harapan bahwa *output* dari lembaga pendidikan dapat menjadi pekerja (*karyawan*, *administrator* atau *pegawai*). Dalam pandangan mereka, pekerja (terutama *pegawai negeri*) adalah *priyayi* yang memiliki status sosial cukup tinggi dan disegani oleh masyarakat.

Dalam konteks perguruan tinggi keagamaan Islam, pendidikan kewirausahaan belum mendapatkan porsi yang penting. Dalam beberapa hal bisa dikatakan, pondok pesantren lebih memberikan porsi yang signifikan dalam pengembangan kewirausahaan.

Format kurikulum dan sistem mata kuliah di sebagian PTKI pada dasarnya sudah memberikan ruang yang cukup untuk pengembangan kewirausahaan. Peluang ini terlihat misalnya melalui pembukaan beberapa jurusan yang langsung terkait dengan pengembangan bisnis dan pengembangan pemberdayaan sosial. Sayangnya, mata

kuliah dalam jurusan ini masih kurang mempertimbangkan tuntutan kemajuan dunia ekonomi bisnis.

Di sisi lain, PTKI juga memberikan kesempatan bagi para mahasiswa untuk terjun langsung menghadapi permasalahan-permasalahan riil di masyarakat. Program seperti Kuliah Kerja Nyata, bakti sosial dan lain-lain merupakan kesempatan besar bagi para mahasiswa untuk mengembangkan peran mereka sebagai Sosial Entrepreneur agar mampu menyelesaikan permasalahan sosial dengan jiwa dan strategi kewirausahaan.

Program kerjasama Direktorat Pendidikan Tinggi Islam (Diktis) Departemen Agama dan Universitas Ciputra Entrepreneur Center (UCEC) misalnya, diarahkan guna memperkuat semangat kewirausahaan di PTKI. Bentuk kerjasama melingkupi sejumlah sektor, mulai dari sosialisasi, pelatihan sampai dengan pengembangan ekstra kurikulumnya.

Hambatan Kewirausahaan

Dalam kenyataan upaya pengembangan kewirausahaan di PTKI menghadapi berbagai kendala, antara lain sebagai berikut.

1. Belum banyak lembaga pendidikan tinggi yang secara konseptual mengembangkan program program kewirausahaan secara terpadu. Yang telah dilakukan baru pada kegiatan yang bersifat spontan dan masih terbatas pada lembaga tertentu yang jumlahnya relatif sedikit. Dengan demikian, model pembelajaran kewirausahaan

dalam pendidikan di PTKI baru sebatas pada mata kuliah yang bersifat teoritis dan diberikan dalam porsi yang sedikit bahkan hanya di jurusan-jurusan tertentu.

2. Iklim investasi belum kondusif, baik dalam perizinan, informasi usaha, jaringan usaha, dan sebagainya, sehingga Wira Usaha Baru (WUB) sulit membaca peluang yang muncul. Dalam konteks ini, pemerintah paling bertanggung jawab untuk menciptakan iklim yang kondusif melalui kebijakan yang longgar. Tetapi yang terjadi adalah aturan yang ada acapkali tidak dilaksanakan secara konsekuen, karena banyak terjadi in-efisiensi (berbagai pungutan liar) yang akhirnya menimbulkan *high cost economic*.
3. Kultur masyarakat Indonesia, yang hidup lama berada di bawah kekuasaan penjajah, telah menjadikan masyarakat ini selalu dibayang-bayangi oleh serba ketidakmampuan (*hopeless*). Penjajah Belanda yang bercokol selama 350 tahun telah menjauhkan dan menciptakan *image* yang sedemikian menakutkan tentang wirausaha sehingga membuat masyarakat menjadi penuh ketergantungan (*dependen*), takut, tidak mampu, dan asing dari aktivitas wirausaha ini.
4. Hambatan yang bersifat psikologis adalah suasana tidak *secure* (tidak berani bergandengan dengan orang lain, takut kehilangan kekuasaan, takut dibohongi, selalu memandangi orang lain dari sudut dirinya sendiri)
5. Struktur kelembagaan Perguruan tinggi agama Islam, terutama perguruan tinggi agama Islam negeri (PTKIN) belum sepenuhnya mendukung pengembangan kewira-

usaha. PTKIN saat ini berstatus sebagai BLU (Badan Layanan Umum). Dengan status ini, PTKIN tidak diperbolehkan memiliki sektor bisnis sendiri. Artinya, PTKIN memiliki keterbatasan dalam memberikan lahan praktik kewirausahaan bagi mahasiswanya.

6. Pada umumnya, PTKI belum mempunyai "link" yang kuat dengan dunia usaha. Al hasil, PTKI sulit melakukan kerjasama baik dalam bentuk penempatan magang mahasiswa maupun assessment kebutuhan pasar terhadap lulusan PTKI.
7. Di sisi lain, hambatan pengembangan kewirausahaan juga berasal dari pandangan masyarakat tentang PTKI itu sendiri. Selama ini, lulusan PTKI dianggap kurang kompeten dalam pengembangan usaha ataupun sektor-sektor bisnis. Pandangan bahwa lulusan PTKI hanya menguasai masalah agama sangat kuat dan terkadang menjadi kendala serius pengembangan kewirausahaan.

Urgensi Pendidikan Kewirausahaan

Hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) yang dilakukan Badan Pusat Statistik (BPS) per Maret 2006 menunjukkan bahwa penduduk miskin di Indonesia sebanyak 39,05 juta atau 17,75% dari total 222 juta penduduk. Penduduk miskin bertambah empat juta orang dibanding yang tercatat pada Februari 2005. Angka pengangguran berada pada kisaran 10,8%–11% dari tenaga kerja yang masuk kategori sebagai pengangguran terbuka.

Kompas, 11 Nov 2008 menyajikan data pengangguran lulusan sekolah tinggi per Pebruari 2007 berdasarkan jenjang

sbb: Diploma I/II sebanyak 151.085; Akademi/D3 sebanyak 179.231; Universitas sebanyak 409.890. Data tersebut terus tentunya bertambah pada tahun 2008 dan 2009. Kondisi tersebut saat ini diperburuk dengan dampak krisis dan resesi global. Bahkan mereka yang lulus perguruan tinggi semakin sulit mendapatkan pekerjaan karena sedikitnya ekspansi kegiatan usaha.

Data Depnakertrans (2009), menunjukkan bahwa per 1 Mei 2009 sebanyak 51.355 pekerja terkena PHK, 28.017 orang direncanakan di PHK, 22.440 dirumahkan, dan 19.191 orang direncanakan akan dirumahkan (Jawa Pos 12 Mei 2009). Ketua Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo) Sofyan Wanandi, memprediksi PHK bisa mencapai 500.000 orang tahun ini.

Pengembangan kewirausahaan merupakan solusi mengatasi problem kemiskinan dan kelangkaan lapangan kerja ini. Inilah cara yang paling efektif untuk mengurangi jumlah penganggur, menciptakan lapangan kerja, mengentaskan masyarakat dari kemiskinan dan keterpurukan ekonomis. Lebih jauh lagi dan politis, meningkatkan harkat sebagai bangsa yang mandiri dan bermartabat.

Sayangnya, aktivitas kewirausahaan (*Entrepreneurial activity*) di Indonesia relatif masih rendah. *Entrepreneurial activity* diterjemahkan sebagai individu aktif dalam memulai bisnis baru dan dinyatakan dalam persen total penduduk aktif bekerja. Semakin rendah indek *entrepreneurial activity* maka semakin rendah level entrepreneurship suatu negara, dan dampaknya pada tingginya pengangguran.

Mengutip Peter F Drucker, pakar manajemen yang kondang pada tahun 1990-an, kewirausahaan itu bukan *bimsalabim*, apalagi berurusan dengan keturunan. Singapura dengan memiliki 4 persen wirausaha dari total penduduknya, sementara Indonesia baru 0,18 persen dari total sekitar 225 juta penduduk, bukan karena mayoritas penduduknya beretnis China dan Indonesia mayoritas Jawa. Ketimpangan itu disebabkan kurang terselenggaranya praksis pendidikan yang membuka ke arah kreativitas dan temuan-temuan bersama.

Tercatat jumlah 48 juta wirausaha Indonesia, tetapi yang benar-benar wirausahawan sejati sebenarnya hanya 0,1 persen atau sekitar 400.000 orang. Minimal dari jumlah total penduduk, setidaknya Indonesia harus memiliki 2 persen dari jumlah itu. Upaya itu sejalan dengan "impian" Ciputra, salah satu entrepreneur Indonesia yang obses, bahwa pada 25 tahun lagi lahir 4 juta entrepreneur Indonesia.

Dihadapkan pada kondisi pengangguran, kemiskinan dan kelangkaan lapangan kerja saat ini. Beberapa pihak mulai menyoal keberadaan lulusan perguruan tinggi saat ini. Menurut Hendarman, Direktur Kelembagaan Dikti Depdiknas menyatakan "data pengangguran terdidik di Indonesia menunjukkan bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang, semakin rendah kemandirian dan semangat kewirausahaannya." bahkan untuk sarjana yang relatif potensial terserap di lapangan kerja pun, sampai pertengahan tahun lalu 70 persen dari 6.000 sarjana pertanian lulusan 58 perguruan tinggi di Indonesia

menganggur. Merekalah bagian dari 9,43 juta atau 8,46 persen jumlah penduduk pada Februari 2008.

Tidak imbangnya jumlah pelamar kerja dan lowongan kerja, gejalanya merata di seluruh pelosok—bahkan jumlah penganggur terdidik semakin membesar—lagi-lagi menunjukkan kecilnya jiwa kewirausahaan. Para lulusan lebih tampil sebagai pencari kerja dan belum sebagai pencipta lapangan kerja.

Akhirnya, dalam ranah pendidikan, persoalannya menyangkut bagaimana dikembangkan praksis pendidikan yang tidak hanya menghasilkan manusia terampil dari sisi ulah intelektual, tetapi juga praksis pendidikan yang inspiratif-pragmatis. Praksis pendidikan, lewat kurikulum, sistem dan penyelenggaraannya harus serba terbuka, eksploratif, dan membebaskan. Tidak hanya praksis pendidikan yang *link and match* (tanggem), yang lulusannya siap memasuki lapangan kerja, tetapi juga siap menciptakan lapangan kerja.

Memperhatikan langkanya kesempatan kerja, dan besarnya supply tenaga kerja sarjana, para pakar menyarankan berbagai strategi perluasan lapangan kerja seperti:

1. Strategi umum dibidang produksi, investasi, fiskal, moneter, perdagangan, harga, upah, pendidikan dan pelatihan,
2. Perencanaan tenaga kerja trampil dan ahli sesuai dengan kebutuhan pembanguna,
3. Usaha mandiri dan kewirausahaan melalui program-program yang memperkuat usaha kecil, memperbanyak pelaku ekonomi baru, memperkuat daya saing

pelaku pelaku ekonomi yang lemah, mendorong inovasi dan memodernisasikan usaha kecil (Payaman, 1989; Raharjo, 1995),

4. Strategi pembangunan industri yang berspektrum luas yang berorientasi pada pasar Internasional, baik industri pada sumber daya alam dengan memanfaatkan teknologi maju, maupun pada industri padat karya, pada ketrampilan dan padat teknologi (Alam, 1996).

Saran saran di atas tentunya harus ditopang oleh Perguruan Tinggi, dengan mewujudkan '*sosial responsibility*' dari hasil pekerjaannya (memproduksi jasa pendidikan) selama ini. Peranan perguruan tinggi yang strategis ini, dan perlu diaktifkan untuk mendorong akselerasi (percepatan) perluasan kesempatan kerja melalui pengembangan pelaku pelaku ekonomi baru (entrepreneur) yang trampil yang mempunyai teknologi maju, berusia muda yang produktif kreatif, dan berdaya saing baik dipasar regional maupun di pasar global.

Berbagai kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*) yang telah dimiliki perguruan tinggi keagamaan Islam di Indonesia dapat dioptimalkan, seperti:

- Tersedianya berbagai 'disiplin ilmu' yang lengkap dan luas serta memadai untuk mendorong pertumbuhan, pemerataan, dan kelanjutan pembangunan ekonomi,
- Tersedianya 'sumber daya manusia' baik tenaga pelatih yang mempunyai integritas keilmuan yang tinggi (Guru besar, doktor, magister yang berpengalaman di bidang buku dan pengabdian masyarakat), maupun mahasiswa

yang terseleksi dengan baik,

- Tersedianya 'prasarana' gedung, ruang belajar, laboratorium, yang cukup handal dan bervariasi
- Adanya 'link' yang cukup kuat dan 'dapat dipercaya (amanah)' antara lembaga pendidikan di dalam negeri dengan lembaga pendidikan di luar negeri, serta link dengan penyandang dana dari dunia usaha dalam mengembangkan para entrepreneur,
- Besarnya kemungkinan 'kerja sama' (*resource sharing*) dengan departemen-departemen pemerintahan beserta badan buku dan pengembangan yang ada pada departemen departemen tersebut, dan balai-balai latihan yang relevan, serta dunia usaha di sekeliling perguruan tinggi (seperti pabrik, bank, supermarket, rumah sakit yang membutuhkan para interpreneus yang tangguh)
- Sebagai salah satu '*agent of change*' perguruan tinggi perguruan tinggi tidak saja dapat melakukan '*transfer of knowledge*,' tetapi juga '*transfer of technology*,' yang dibutuhkan untuk melakukan moderenisasi sector usaha kecil, micro dan menengah,
- Pengembangan kurikulum yang berisi 'muatan lokal', dapat diarahkan untuk 'pendidikan dan pelatihan' entrepreneurship,

- Buku pasar (*market research*) juga dapat dilakukan oleh perguruan tinggi untuk mengetahui besarnya 'demand' atas produk/jasa tertentu, serta kemungkinan untuk melakukan 'product development or product improvement' baik dalam penyediaan produk/jasa 'substitusi import' maupun untuk keperluan 'export'. Keadaan ini tentunya akan membantu peningkatan 'value added', 'competitive advantage' dari para entrepreneur, yang sekaligus pula meningkatkan 'productivitas' program studi/fakultas dan perguruan tinggi tersebut. Citra (image) perguruan tinggi sebagai 'resource centre' atau sebagai 'research centre' menjadi suatu kebutuhan.
- Perguruan tinggi tidak saja sebagai mesin produksi sarjana, tetapi juga dapat memproduksi 'basic' dan 'applied' 'science and technology' yang sesuai dengan kebutuhan pembangunan, serta memproduksi 'publikasi' dan 'informasi' ilmu pengetahuan dan teknologi terbaru untuk membantu entrepreneur muda.

Implementasi Pendidikan Kewirausahaan

Bab ini secara khusus akan menggali model pendidikan kewirausahaan yang telah berjalan di Perguruan Tinggi Agama Islam (PTKI). Bab ini akan mencakup lima bagian. Bagian pertama berisi deskripsi mengenai pola pendidikan kewirausahaan. Bagian ini akan menunjukkan tentang gambaran pola pendidikan kewirausahaan yang telah diterapkan di PTKI pada umumnya yang menjadi objek kajian ini.

Bagian kedua berisi struktur kurikulum pendidikan kewirausahaan akan diklasifikasi menjadi tiga bagian. *Pertama*, struktur kurikulum pendidikan kewirausahaan di Universitas Islam Negeri (UIN). *Kedua*, struktur kurikulum pendidikan kewirausahaan di Intitut Agama Islam Negeri (IAIN).

Ketiga, struktur kurikulum pendidikan kewirausahaan di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN). Bagian selanjutnya mengupas model pengajaran dalam pendidikan kewirausahaannya. Bagian keempat membahas target

kompetensi yang ingin dicapai. Pada pembahasan terakhir bab ini memaparkan pola-pola pelatihan kewirausahaan yang dilakukan oleh PTKI sebagai bagian dari pendidikan kewirausahaan.

Secara garis besar, berdasar observasi, hasil wawancara serta hasil *Forum Group Discussinon*(FGD) di Yogyakarta dan Jakarta, pola pendidikan kewirausahaan yang telah berjalan di PTKI terbagi kedalam tiga bentuk pola yaitu; Kurikuler, ekstrakurikuler, dan sarana penunjang lainnya.

Kurikuler

Di sejumlah perguruan tinggi agama Islam negeri, terdapat PTKI yang memiliki Mata Kuliah (MK) yang berkaitan dengan kewirausahaan. Bentuknya ada yang secara mandiri dan dinamai mata kuliah kewirausahaan atau entrepreneurship secara langsung dan ada pula yang memberikannya pada mata kuliah-mata kuliah yang dianggap mempunyai misi dan semangat dalam pengembangan pendidikan kewirausahaan secara umum.

Namun, berdasar data lapangan, pada kenyatannya memiliki variasi yang beragam terutama dari aspek bobot SKS dan penempatan mata kuliah Kewirausahaan di Semester berapa. Perbedaan-perbedaan ini tampaknya disesuaikan dengan adanya Jurusan yang berkaitan dengan kewirausahaan. Disamping itu, adanya kebijakan kebebasan dalam pengembangan kurikulum yang diserahkan kepada masing-masing PTKI, maka menjadikan variasi kurikulum, termasuk dalam menempatkan perlu tidanya mata kuliah Kewirausahaan.

Di IAIN Sunan Ampel Surabaya misalnya menerapkan satu mata kuliah Kewirausahaan dengan bobot 4 sks di semester 6 yang diberlakukan di Fakultas Tarbiyah. Demikian pula di IAIN Mataram hanya ada satu mata kuliah Kewirausahaan di Fakultas Syariah dengan bobot 3 SKS. Adapun di fakultas lainnya tidak ditemukan mata kuliah Kewirausahaan. Di IAIN Imam Bonjol Padang yang menarik, mata kuliah kewirausahaan hanya ada di Fakultas Ushuluddin. Sedangkan di Fakultas lainnya tidak ada.

Sebaliknya, di STAIN-STAIN pada umumnya yang mempunyai mata kuliah intra kurikuler tentang kewirausahaan ada pada jurusan Syariah. Hal ini terkait erat dengan keberadaan jurusan-jurusan atau program studi ekonomi Islam pada jurusan Syariah. Di antara STAIN tersebut (kini IAIN), adalah STAIN Surakarta, STAIN Salatiga, STAIN Kudus, STAIN Purwokerto, STAIN Tulungagung, STAIN Bukittinggi, STAIN Palu, STAIN Ternate, STAIN Pare-pare dan lain-lain.

Berbeda halnya dengan IAIN dan STAIN di UIN Sunan Kalijaga, UIN Malang, UIN Jakarta, UIN Bandung, UIN Makasar, sebagian besar tidak menerapkan mata kuliah khusus mengenai kewirausahaan dalam mata kuliah tersendiri. Namun demikian, diakui oleh dosen-dosenya bahwa pendidikan kewirausahaan di-*included*-kan ke dalam mata kuliah-mata kuliah lain yang di anggap memiliki misi pemberian motivasi tentang kewirausahaan dan bisnis Islam. Di UIN-UIN pada umumnya pendidikan kewirausahaan dilakukan melalui model pelatihan-pelatihan dan seminar tentang Kewirausahaan.

Kebegaraman tersebut lazim pula ditemui di berbagai perguruan tinggi agama Islam lainnya termasuk PTKI Swasta karena setiap perguruan tinggi memiliki fokus pembelajaran tersendiri. Ada yang berkaitan dengan bidang kewirausahaan, ada pula yang tidak. Antusias mahasiswa terhadap mata kuliah kewirausahaan di berbagai perguruan tinggi agama Islam sangat baik, hal ini terbukti dengan partisipasi mahasiswa terhadap mata kuliah tersebut.

Sejauh ini, bagi perguruan tinggi agama Islam yang telah memiliki mata kuliah khusus kewirausahaan, bertujuan agar mahasiswa diharapkan mengenal hakekat kewirausahaan dan unsur-unsur yang berkaitan dengan kewirausahaan serta dapat mengimplementasikan konsep kewirausahaan dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga ketika telah menyelesaikan pendidikan mampu berwiraswasta dengan baik, dengan karakter seorang muslim yang enterpreneur, mandiri tanpa harus terikat dengan disiplin keilmuan yang digelutinya, dan menciptakan lapangan usaha bagi orang lain sebagai bentuk peran kemaslahatannya.

Ekstrakurikuler

Selain pola pendidikan yang masuk dalam kurikulum, ada pula pendidikan kewirausahaan yang tidak masuk dalam kurikulum. Kegiatan kemahasiswaan merupakan media untuk mengasah kemampuan bidang kewirausahaan. Koperasi mahasiswa, pelatihan yang diselenggarakan oleh Himpunan Mahasiswa Jurusan

(MHJ), serta kegiatan kemahasiswaan lainnya menjadi cikal bakal pembentukan SDM yang kompeten dalam bidang kewirausahaan.

Dilihat dari segi pelaksanaannya, memang kegiatan di luar jam perkuliahan tersebut dilakukan oleh mahasiswa. Akan tetapi, peran dari perguruan tinggi, khususnya dalam menyokong keberlangsungan kegiatan tersebut sungguh besar. Selain itu, kegiatan kemahasiswaan juga merupakan salah satu wujud dari Tri Darma perguruan tinggi. Oleh karenanya, sudah seyogyanya perguruan tinggi ikut andil dalam mensukseskan terlaksananya kegiatan kemahasiswaan tersebut.

Sebagai contoh, IAIN Antasari misalnya. Aktivitas ekstrakurikuler yang diselenggarakan oleh HMJ juga mengadakan kegiatan kewirausahaan seperti membuka warung ekonomi Islam, kegiatan diskusi tentang kewirausahaan, Expo ekonomi syariah, kegiatan MES. Di Fakultas Ushuluddin IAIN Padang melalui kegiatan kemahasiswaan dengan dukungan pihak-pihak lain atas referensi dari dosen pengampu mata kuliah.

Dari hasil wawancara juga diketahui bahwa sebenarnya mahasiswa punya inisiatif dan keinginan yang besar untuk berwirausaha. Persoalannya adalah bagaimana aktivitas berwirausaha dapat diintegrasikan dalam suatu kurikulum sehingga potensi dan minat mahasiswa dapat diarahkan dan dioptimalkan untuk menghasilkan lulusan yang punya ketrampilan dalam berwirausaha.

Selain HMJ, bentuk lain kegiatan ekstrakurikuler kewirausahaan yang ada di perguruan tinggi agama Islam adalah Koprasi Mahasiswa, mislanya di STAIN Kudus. Adanya kegiatan kewirausahaan non kurikuler ini sangat membantu dalam membentuk SDM yang siap bersaing dalam kehidupan nyata sebagai wirausahawan yang tidak tergantung pada disiplin keilmuan yang digelutinya, bahkan mampu menciptakan lapangan kerja.

Sarana Penunjang

Selain dalam bentuk kurikulum dan ekstra kurikuler, bentuk lain dari pola pendidikan kewirausahaan yaitu dengan adanya sarana penunjang yang difasilitasi oleh perguruan tinggi sebagai bagian dari tanggung jawab perguruan tinggi terhadap mahasiswanya. Kegiatan ini bersifat insidental, ada yang dilakukan setiap semester seperti yang dilakukan oleh STAIN Ternate, STAIN Surakarta, STAIN Kudus, STAIN Pekalongan dan lain-lain. Kegiatannya berupa *Stadium General* (Kuliah Umum) tentang kewirausahaan setiap semester secara periodik. Format program ekstra kurikuler tersebut dilakukan dengan mendatangkan narasumber yang sukses/berhasil di bidang kewirausahaan dan memberikan ceramah sekitar pengalaman mereka dalam menekuni dunia usaha, dan dilakukan dialog dengan mahasiswa.

STAIN Pare-pare memiliki cara khusus untuk menanamkan jiwa wirausaha kepada para mahasiswanya yaitu pelatihan dengan mendatangkan beberapa instruktur yang betul-betul kompeten sebagai pelaku wirausaha dan

diutamakan dari alumni STAIN Pare-pare. Bahkan, dilaksanakan pelatihan jenis usaha, maka mahasiswa sepakat menanamkan saham untuk melaksanakan usaha tersebut dan didampingi oleh dosen sebagai supervisor. Dengan pola seperti ini, terbukti efektif menarik minat mahasiswa untuk terjun dalam bidang wirausaha bahkan dengan sedikit koordinasi, bisa memantapkan mahasiswanya untuk langsung terlibat dalam usaha yang sebenarnya.

Bentuk lain pola pendidikan kewirausahaan adalah dengan training yang diperuntukkan untuk para calon alumni sebelum dilaksanakannya wisuda. Pola ini dilakukan oleh UIN Sunan Kalijaga, dengan harapan kelak mahasiswanya bisa memiliki kemampuan wirausaha.

Struktur Kurikulum

Menurut laporan kajian *the Kauffman Foundation for Entrepreneurship* (2009) pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi memiliki empat prinsip dasar. Pertama, pendidikan kewirausahaan mestilah mengenai wirausahawan (entrepreneur) atau praktisi. Kedua, pendidikan kewirausahaan hendaklah memberikan mahasiswa keterampilan mengenai bagaimana menciptakan, mengelola, menjajaki, dan menjalankan usaha yang baru.

Di antaranya mereka perlu memiliki kompetensi mengenai bagaimana merancang dan membuat suatu produk, membuat rencana bisnis, menemukan sumber daya yang baru, membangun lembaga atau perusahaan, dan memasarkan inovasinya. Ketiga, pendidikan kewirausahaan juga mesti relevan dengan konsumen yang

pada akhirnya akan menjadi focus utama dari kegiatan kewirausahaan.

Sebagai konsumen, mereka bukan hanya menjadi pelanggan, mereka juga melakukan peninjauan. Terakhir, pendidikan kewirausahaan mesti mendidik dan menolong mahasiswanya yang bukan wirausahawan dengan keterampilan dan kecerdasan untuk memahami lingkungan macro politik, budaya dan infrastruktur ekonomi yang akan memungkinkan suatu inovasi bisnis atau usaha baru. Dengan kata lain, mereka perlu dibekali kemampuan analitis untuk mengerti aspek lingkungan kelembagaan macro yang akan secara langsung berpengaruh terhadap prospek bisnis baru yang akan mereka rintis.

Sejalan dengan keempat prinsip di atas, struktur kurikulum pendidikan kewirausahaan perlu ditempatkan secara harmonis di dalam relasi dengan kurikulum PTKI yang sudah ada. Penting diakui bahwa kurikulum yang saat ini berlaku di PTKI dirancang dengan suatu tujuan pembelajaran yang jelas dan tidak terkait dengan masalah-masalah kewirausahaan.

Kenyataan itu perlu dipahami dengan baik agar usaha memasukkan unsur-unsur pendidikan baru di dalam PTKI tidak berakibat kurang baik bagi stabilitas pendidikan yang sudah ada. Dalam kaitan ini, dua strategi adaptasi kewirausahaan ke dalam kurikulum PTKI setidaknya bisa dilakukan melalui dua cara, yakni integrasi langsung ke dalam kurikulum dan integrasi ke dalam praktik manajemen/lingkungan kampus PTKI. Menjalankan salah satu atau keduanya sekaligus tentu tidak mudah. Tetapi

sangat mungkin dilakukan. Berikut ini dipaparkan tiga model struktur kurikulum kewirausahaan yang mungkin diterapkan di lingkungan PTKL. Tentu saja pada setiap model memiliki implikasi kelembagaan sendiri-sendiri. Lebih daru itu, setiap model pasti membutuhkan suatu system pendukung pembelajaran yang relevan.

Universitas Islam Negeri tidak memiliki kurikulum khusus yang berkaitan dengan dunia kewirausahaan. Pada hari jum'at, 11 Februari 2011 atas dasar kesadaran bahwa terbatasnya peluang kerja bagi lulusan perguruan tinggi, dimana data statistik menunjukkan semakin tingginya angkatan tenaga kerja yang masih menganggur dari tahun-ke tahun, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta menggelar Program Magang Wirausaha di Unit-unit Mikro selama tiga hari.

Program ini terselenggara atas kerja sama UIN suka dengan Diktis dan STAI Modern Sahid. UIN Sunan Kalijaga sudah menyiapkan wadah bagi mahasiswa yang siap berentrepreneur dan mewarisi ilmu-ilmu entrepreneur yang diajarkan oleh para Dosen Enterpreneur, Selain itu dengan adanya wadah untuk mengapresiasi program entrepreneur bagi mahasiswa yaitu Ci-Dec dan Pusat Studi Enterpreneurship sebagai forum bagi para wirausahawan muda khususnya mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Antusiasme dari mahasiswa yang mengikuti magang tersebut sangat luar biasa. Dengan adanya Program magang Wirausaha di unit-unit Mikro, mahasiswa dan alumni dapat terbantu dan terpacu untuk mengembangkan *personality development*.

IAIN telah memiliki langkan yang lebih baik dari UIN. Dilihat dari segi kurikulum, IAIN telah memasukkan pendidikan kewirausahaan sebagai salah satu mata kuliah yang wajib diambil oleh seluruh mahasiswa. Daya tarik mahasiswa terhadap matakuliah ini, ternyata memiliki respon positif, hal ini ditandai dengan tingginya antusias mereka dalam mengambil mata kuliah ini.

Koperasi mahasiswa sebagai keriatan ekstra kurikuler yang menunjang pendidikan kewirausahaan juga merupakan hal penting. Hampir setiap IAIN telah memiliki sarana yang bisa digunakan untuk memperkuat SDM yang kompeten dalam bidang kewirausahaan. Selain itu, adanya pelatihan-pelatihan kewirausahaan yang diselenggarakan oleh pihak pengelola juga memberikan kontribusi positif dalam pembentukan SDM yang kekompeten dalam bidang wirasusaha serta memiliki posisi yang kuat dalam persaingan dunia usaha.

Di STAIN pendidikan kewirausahaan relative telah mengakar kuat terutama pada jurusan-jurusan syariah. Selain memiliki kurikulum khusus mengenai mata kuliah kewirausahaan bahkan bahan ajar yang diterbitkan oleh STAIN sendiri, STAIN juga telah mengintegrasikan nilai-nilai kewirausahaan dalam beberapa mata kuliah-mata kuliah. Akan tetapi, dalam hal praktikal dan pengembangan kewirausahaan, STAIN-STAIN pada umumnya memiliki keterbatasan dana untuk menyokong keberlangsungan pendidikan kewirausahaan di lapangan.

Model Pengajaran

Model pengajaran yang umum dilakukan di perguruan tinggi agama islam yaitu dengan metode presentasi makalah kelompok, diskusi kelas dan ceramah dari dosen. Di akhir perkuliahan, mahasiswa membuat studi kasus (*case study*) tentang permasalahan-permasalahan riil yang berkaitan dengan praktik dan perilaku bisnis di masyarakat. Selain itu, ada pula yang menggunakan metode pengembangan kreativitas, motivasi mahasiswa melalui produk (*ide*), magang, yang kemudian dipresentasikan. Metode ini diarahkan guna mengembangkan jiwa mandiri dan pantang menyerah.

Metodologi pembelajaran kewirausahaan mensyaratkan kreativitas interaktif yang mencakup "*experiential learning*." Metode ini berisi pengenalan konsep-konsep dasar kewirausahaan dan bagaimana konsep-konsep tersebut diterapkan di dalam praktiknya melalui studi kasus-kasus nyata.

Materi-materi yang biasanya menggunakan metode ini misalnya teknik akuntansi keuangan dan pengenalan kelembagaan, peraturan dan nilai-nilai budaya yang berkaitan dengan ekonomi. Pengenalan wawasan konseptual tersebut akan menjadi dasar bagi praktik "simulasi" dan "bermain peran" (*role-playing*) untuk beberapa materi mengenai kewirausahaan, seperti survey kondisi masyarakat, penyusunan gagasan usaha/bisnis, penyusunan rencana bisnis dan pemasaran. Simulasi dan bermain peran akan memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk membayangkan situasi yang seolah-olah

riel. Dari simulasi ini mahasiswa memperoleh pengalaman untuk membuat persiapan aktivitas yang lebih riil di luar kelas.

Model pengajaran berbasis pengalaman yang dilakukan di luar kelas tentu lebih menantang. Bentuknya bisa berupa magang di tempat-tempat bisnis atau usaha yang mereka minati atau mereka sendiri mencoba merealisasikan gagasannya sendiri.

Mahasiswa diajak untuk secara langsung merumuskan gagasan baru yang kreatif dan inovatif, menyiapkan rencana program secara rinci, melaksanakan sendiri gagasan tersebut, dan mencari sumber-sumber pendukung programnya atau bisnisnya. Di dalam prosesnya, ia bisa bekerjasama dengan temannya atau mencari mentor yang bisa memberinya arahan dan saran-saran penting.

Proses ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengalami langsung menjadi seorang wirausaha baik untuk program yang bersifat bisnis maupun sosial. Ketika mereka lulus, mereka dapat terus melanjutkan usahanya, memperbaikinya atau mengubahnya sama sekali. Tetapi yang lebih penting adalah mereka memiliki pengalaman langsung sebagai wirausaha dan memahami apa yang dibutuhkan untuk berhasil dalam membuat gagasan menjadi kenyataan.

Di STAIN Salatiga dan Surakarta selain menggunakan metode pembelajaran klasikal, diberlakukan pula Kuliah Kerja Lapangan sekaligus studi banding selama 1 minggu ke sentra-sentra bisnis di luar kota yang dianggap representative bagi pengembangan kewirausahaan dan

kemandirian mahasiswa pada masa mendatang.

STAIN Pare memiliki cara khusus dalam memberikan pendidikan kewirausahaan kepada mahasiswanya dalam bentuk materi tentang teori kewirausahaan yang diberikan sebelum mid semester kemudian setelah itu langsung praktik bisnis wirausaha. Dengan model pengajaran ini, tentu lebih baik karena mahasiswa dituntut langsung terjun kedalam dunia bisnis dengan segala aspeknya serta resiko-resiko yang ada dalam dunia bisnis.

Di STAIN Tulung Agung, pendidikan kewirausahaan diberikan di kelas dengan metode ceramah, tanya jawab dan diskusi terhadap kasus kesuksesan dan kegagalan bisnis/perusahaan. Materi tersebut dilakukan dalam 6 kali pertemuan. Selebihnya 8 kali pertemuan dilakukan di luar, seperti mengunjungi Balai Latihan Kerja, Home Industry, pengusaha sukses, dan lain sebagainya.

Target Kompetensi

Target kompetensi yang ingin dicapai dalam pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi agama islam, pada umumnya diharapkan agar mahasiswa mengenal hakekat kewirausahaan dan unsur-unsur yang berkaitan dengan kewirausahaan serta dapat mengimplementasikan konsep kewirausahaan dalam kehidupan sehari-hari.

Pada puncaknya, mahasiswa diharapkan memiliki kemampuan memimpin dan berwirausaha. Setiap perguruan tinggi agama Islam, memiliki target kompetensi yang ingin dicapai dalam pendidikan kewirausahaan yang bervariasi

sesuai dengan kondisi perguruan tingginya. Perbedaan kebijakan dalam pengadaan pendidikan kewirausahaan, menjadi salah satu dasar terjadinya perbedaan tersebut.

Untuk bidang-bidang yang membutuhkan keterampilan, seperti finance atau akuntansi dan buku pemasaran, evaluasi difokuskan pada kemampuan analitik dan praktiknya.

Kompetensi mahasiswa diukur dari sejauhmana mereka memahami konsep-konsep dasar, logika di belakangnya, serta kemampuan untuk memecahkan masalah-masalah yang diajukan. Tetapi untuk bidang-bidang yang berkaitan dengan aspek-aspek kewirausahaan yang lain, seperti kemampuan melakukan inovasi, membuat perencanaan dan melaksanakan rencana yang dibuatnya, evaluasi dilakukan berdasarkan unjuk kerja (*performance*) dan sejauhmana mereka bisa memahami proses pengalamannya sendiri.

Pengalaman tersebut dapat didokumentasikan di dalam suatu portofolio aktivitas yang mendokumentasikan keseluruhan proses belajar serta refleksi pengalaman mereka sendiri. Selanjutnya, pemahaman mereka mengenai praktik dan peraturan ekonomi pada tataran macro akan dengan sendirinya tercakup di dalam proses menjalankan gagasan inovatifnya. Kemampuan mereka belajar dan mengambil manfaat dari proses belajar akan tampak dari sejauhmana mereka siap untuk berkompetisi di dunia bisnis atau dunia kewirausahaan sosial yang lebih luas.

Pelatihan Kewirausahaan

Pendidikan kewirausahaan tidak dapat dibatasi hanya di dalam ruangan kelas. Mahasiswa yang telah berkomitmen terhadap kewirausahaan menginginkan kesempatan mencoba, agar benar-benar melakukannya.

Bagi mahasiswa yang kreatif dengan gagasan-gagasan baru, pengajaran kewirausahaan pada penciptaan terobosan-terobosan baru menyediakan ruang kreatif dan konstruktif bagi idealisme dan antusiasmenya. Hal ini akan menolong mereka menjadi subjek yang bisa menyelesaikan dan menghasilkan sesuatu yang berguna bagi kemajuan masyarakat. Di sinilah peran lingkungan kampus sangatlah penting.

Institusi kampus secara keseluruhan perlu terlibat dalam penciptaan lingkungan yang kondusif bagi kewirausahaan. Misalnya, melalui dukungan terhadap kegiatan-kegiatan ko-kurikuler mahasiswa. Kampus juga bisa memfasilitas mahasiswa yang memiliki gagasan bisnis, atau merintis lembaga-lembaga baru yang berorientasi inovatif di bidang masing-masing, melalui penyediaan tempat atau bahkan permodalan.

Di sejumlah universitas di Amerika tersedia fasilitas bagi kerja-kerja eksperimen mahasiswa yang dirintis dan dimiliki mahasiswa. Dukungan lingkungan kampus semacam ini bermanfaat bukan hanya bagi mahasiswa yang berminat melainkan bagi mereka yang berminat di bidang sosial kemasyarakatan.

Situasi itu menguntungkan bagi institusi. Kegiatan-kegiatan kreatif mahasiswa membawa energi dan vitalitas ke dalam kampus; dan menjadikan kampus menjadi dunia yang menyenangkan dan menggairahkan bagi mahasiswa dan seluruh civitas akademika.

Rancang Bangun Pendidikan Kewirausahaan

Bagian ini secara khusus mengajukan pola rancang bangun bagi perintisan pengembangan pendidikan kewirausahaan di lingkungan Perguruan Tinggi Agama Islam (PTKI). Pembahasan akan mencakup ulasan mengenai substansi pendidikan dan kurikulum PTKI, strategi adaptasi pendidikan kewirausahaan ke dalam kurikulum PTKI, aspek konstruksi kurikulum, metodologi hingga prasyarat-prasyarat lain yang dibutuhkan. Dengan demikian, diharapkan, rancang-bangun ini dapat menjadi titik tolak awal bagi PTKI dalam rangka merancang kurikulum dan program pengajaran kewirausahaan.

Substansi Pendidikan

Perguruan Tinggi Agama Islam (PTKI) telah memiliki struktur kurikulum dan metodologi standard untuk pelbagai jurusan dan program studi yang terus disempurnakan selama beberapa tahun. Secara umum, struktur pendidikan di PTKI dibagi ke dalam beberapa

kelompok keilmuan sesuai fakultas-fakultas yang ada, seperti Syari'ah, Tarbiyah, Ushuluddin, Dakwah, dan Adab.

Pembidangan khusus dari kelompok-kelompok besar tersebut dirumuskan di dalam sejumlah mata kuliah inti pada tingkat jurusan. Namun demikian, struktur mata kuliah dasar keagamaan, PTKIN/PTKIS pada dasarnya telah memiliki kesamaan pandangan mengenai ilmu-ilmu dasar ke-Islam-an yang wajib diajarkan.

1) Kurikulum PTKI dan Kewirausahaan

Mayoritas topik-topik mata kuliah yang ada di dalam kurikulum PTKI memang tidak terkait secara langsung dengan dunia bisnis. Jenis-jenis pengetahuan yang diajarkan di Fakultas Ushuluddin dan Adab, misalnya, lebih banyak berkisar di dalam aspek pemikiran. Di Fakultas Ushuluddin, secara khusus, orientasi kurikulum yang ada terarah pada upaya penguatan pemahaman kritis terhadap tradisi filsafat Islam klasik hingga modern, perdebatan di dalam tradisi tafsir al-Qur'an, al-Hadits dan kajian mengenai sejarah dan doktrin agama-agama dunia.

Sementara di Fakultas Adab, kurikulum secara khusus diarahkan pada upaya pengkajian budaya Islam baik pada masa klasik maupun modern. Kajian sastra bahkan secara langsung berhubungan dengan tradisi sufisme dan filsafat yang dikaji di Fakultas Ushuluddin. Namun, Fakultas Adab juga memiliki spesialisasi di bidang kajian analitik bahasa Arab dan kajian sejarah.

Substansi pendidikan di tiga fakultas yang lain memang sedikit berbeda dengan Ushuluddin dan Adab. Di

Fakultas Syari'ah, Tarbiyah dan Dakwah terdapat sejumlah mata kuliah yang secara langsung berhubungan dengan kondisi riil kehidupan individu dan masyarakat. Komponen-komponen tersebut secara langsung bisa dikaitkan dengan sejumlah elemen pendidikan kewirausahaan.

Di Fakultas Syari'ah misalnya, diajarkan ilmu-ilmu yang terkait dengan perbedaan dan persamaan mazhab pemikiran terkait dengan bidang ekonomi dan politik (selain bidang-bidang ritual). Beberapa mata kuliah mengenai Fiqh Mu'ammalah bahkan secara langsung terkait dengan perkembangan pemikiran dan praktik mutakhir ekonomi Islam.

Demikian juga di Fakultas Tarbiyah dan Dakwah, mata kuliah dasar mereka terkait langsung dengan upaya perubahan sosial baik melalui pedagogi di lingkungan sekolah maupun melalui upaya andragogi di luar institusi sekolah. Bahkan, kedua fakultas ini mengandung kecenderungan yang kuat untuk mendidik mahasiswanya menjadi agen-agen pemberdayaan masyarakat.

Baik Tarbiyah maupun Dakwah umumnya memiliki misi penguatan sumber daya manusia dan kelembagaan sosial yang ada di masyarakat. Aspek-aspek lain seperti komunikasi dan hubungan interpersonal juga telah lama diajarkan di kedua fakultas tersebut. Meski demikian, rumusan materi-materi perkuliahan dari kurikulum di kedua fakultas tersebut tidak ada yang secara langsung berorientasi kepada dunia wirausaha bisnis.

Jika dilihat dari sudut pandang kajian kewirausahaan yang sempit, di bidang bisnis, maka orang akan dengan

mudah meloncat kepada kesimpulan bahwa kecuali di Fakultas Syari'ah, kurikulum dan materi pengajaran di PTKI tidak memiliki relevansi dengan kewirausahaan. Orientasi pendidikan di Fakultas Ushuluddin dan Adab bisa dinilai secara gegabah sebagai terlalu abstrak dan kurang cocok dengan praktik kewirausahaan.

Pandangan seperti di atas memang mengandung sedikit kebenaran, namun justru mengandung lebih banyak kekeliruan. Dari sudut pandang kewirausahaan yang luas, sebagaimana dipaparkan pada bab sebelumnya, maka sesungguhnya kewirausahaan akan tetap relevan dan bermanfaat bagi bidang-bidang kajian yang telah menjadi inti kompetensi PTKI tersebut.

Kewirausahaan merupakan suatu proses penciptaan yang terarah pada upaya membangun terobosan-terobosan baru dari sejumlah peluang dan sumber daya yang ada. Oleh sebab itu, makna generic kewirausahaan ini akan tetap berguna untuk diterapkan baik di dalam konteks bisnis, pendidikan, dakwah, dan upaya pembaruan pemikiran dan budaya Islam.

Bagi PTKI yang kini telah berubah status menjadi universitas adaptasi pendidikan kewirausahaan ke dalam struktur pendidikannya tentu lebih jelas, meski tidak lebih mudah. Di hampir semua Universitas Islam Negeri (UIN) yang masih berada di bawah Kementerian Agama kini telah terbentuk fakultas-fakultas baru misalnya fakultas Ekonomi, Fakultas Sains dan Teknologi dan Fakultas Psikologi. Bahkan UIN Jakarta telah mulai membuka fakultas Kedokteran dan Kesehatan Masyarakat.

Kajian-kajian kewirausahaan tampaknya lebih mudah ditempatkan di dalam konteks pendidikan di fakultas-fakultas tersebut. Bahkan, secara historis, fakultas ekonomi dan psikologi merupakan fakultas-fakultas yang turut melahirkan dan mengembangkan ilmu kewirausahaan. Itulah sebabnya, bagi UIN yang telah memiliki fakultas Ekonomi, Psikologi, Sains dan Teknologi, pendidikan kewirausahaan dapat dengan mudah ditempatkan menjadi bagian dari program-program pendidikan yang diselenggarakan di fakultas-fakultas tersebut.

2) Fungsi Kewirausahaan dalam kurikulum

Prospek penempatan dan penyesuaian pendidikan kewirausahaan di fakultas-fakultas keislaman tradisional di PTKI sesungguhnya sangat baik. Sebab, pada dasarnya, hubungan ilmu kewirausahaan dengan bidang-bidang keilmuan dan profesi lainnya bersifat komplementer sekaligus pemberdaya (*enabler*).

Pendidikan kewirausahaan melengkapi bidang-bidang keilmuan lainnya agar memiliki kemampuan inovasi baru yang memungkinkan lahirnya sesuatu produk atau inisiatif yang baru dan bernilai bagi masyarakat (termasuk pemecahan masalah yang dihadapi masyarakat).

Ia juga memberikan wawasan dan keterampilan dasar bagi seseorang untuk mampu memusatkan perhatian, waktu dan tenaga pada upaya merealisasikan inovasi-inovasi baru tersebut dan sanggup memperhitungkan serta menghadapi resiko yang mungkin muncul. Inovasi kreatif tersebut dapat terarah pada usaha yang bernuansa profit

(*business entrepreneur*) maupun pada upaya perbaikan dan peningkatan kualitas kehidupan masyarakat (*sosial entrepreneur*).

Dari sudut pandang ini, maka sesungguhnya kita akan dengan mudah mengidentifikasi sejumlah entrepreneur yang berasal dari PTKI. Mereka bergerak bukan hanya dalam bidang bisnis, melainkan juga dalam bidang dakwah, pendidikan dan pengembangan masyarakat.

Contoh yang paling mudah dikenali adalah mendiang cendekiawan Muslim terkemuka Indonesia dan pendiri yayasan dan Universitas Paramadina, Dr. Nurcholish Madjid. Ia adalah seorang alumni fakultas Adab UIN Jakarta yang mampu menjadi wirausaha sejati di bidang pemikiran Islam. Ia menjadi seorang wirausaha karena ia mampu mengolah hasil-hasil pemikiran para ulama Islam klasik dengan unsur-unsur pemikiran dan metodologi modern sehingga menghasilkan konstruksi "Pembaruan Pemikiran Islam Indonesia."

Tokoh yang dikenal sebagai bapak pembaruan Islam Indonesia ini menghasilkan dan menawarkan pemikiran-pemikiran pembaruannya di pelbagai bidang keagamaan dan mencakup wilayah kebudayaan, pendidikan, politik dan sufisme.

Cak Nur mengabdikan tenaga, pemikiran dan waktu yang sangat besar agar produk-produk pemikiran pembaruannya bisa diterima di masyarakat dan melembaga. Ke mana pun dia pergi, ia selalu membawa identitas "Paramadina." Ia juga secara rutin dan konsisten menggelar forum-forum pengajian mingguan dan bulanan bagi khlayak

umum, menerbitkan buku-buku buah pemikirannya, dan menciptakan pusat kegiatan rutinnya di Yayasan Wakaf Paramadina. Bahkan, belakangan, di akhir masa hidupnya, ia sempat merintis sebuah universitas yang dirancang berdasarkan arah pemikiran sosial-keagamaannya.

Dalam proses perintisan gagasan pembaruan itu ia tentu saja tidak luput dari tantangan. Bahkan justru ia menghadapi resiko penolakan dan ancaman fisik yang tidak ringan dari kalangan penganut pemikiran Islam konservatif.

Ketika ia mengemukakan suatu pemikiran mengenai pentingnya memisahkan hakikat Islam dengan politik dan sekularisasi ia dituduh telah keluar dari Islam sehingga muncul gerakan penolakan besar-besaran yang dimotori oleh Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia (DDII). Bahkan hingga awal tahun 1990an, kampanye penolakan terhadap pemikiran Nurcholish Madjid semakin bergeser ke arah kekerasan fisik. Ia sanggup dengan konsisten menghadapi dan melewati resiko penolakan dan ancaman fisik tersebut. Ia pun terus melanjutkan misi pembaruan dan modernisasi pemikiran Islam.

Pada dasawarsa terakhir hidupnya, ia pun mulai mendapat "hadiah" sangat besar dari masyarakat. Hadiah tersebut tentu tidak selalu berbentuk materi. Setelah hampir seperempat abad (25) sejak ia pertama kali membuka Yayasan Wakaf Paramadina, atau sekitar 35 tahun setelah pidato pertama mengenai pembaruan Islam di Taman Ismail Marjuki di awal 1970an, pemikirannya sudah dapat diterima khalak luas.

Pemikiran pembaruannya telah bertransformasi sebagai karakter Islam modern dan moderat Indonesia. Inilah hadiah besar yang, mungkin, tidak ia bayangkan selama hidupnya. Ia telah menjadi salah satu legenda besar di dalam sejarah Muslim Indonesia.

Contoh-contoh wirausahawan dari PTKI sudah cukup banyak. Figur beliau menunjukkan bahwa sesungguhnya siapa pun, dari lingkungan PTKIN, dapat menjadi seorang wirausahawan di dalam bidangnya masing-masing. Contoh ini mengilustrasikan bahwa karakter wirausahawan memiliki ide inovatif, mampu memusatkan waktu dan tenaga untuk merealisasikan gagasan inovatif tersebut menjadi sesuatu yang baru, siap konsisten di tengah resiko dan ancaman, sehingga pada akhirnya ia mendapatkan "hadiah"nya, yang sesungguhnya telah membedakannya dengan para pemikir Muslim Indonesia kontemporer lain.

Tampak jelas bahwa salah satu kunci suksesnya adalah kualitas dan karakter wirausaha yang ada padanya. Itulah sebabnya, penting ditegaskan, bahwa pendidikan kewirausahaan akan berperan sebagai pelengkap dan pemberdaya (*enabler*) bagi lahirnya para wirausahawan baru pada bidang-bidang pendidikan yang ada di PTKI.

Strategi Adaptasi

Sebagaimana dijelaskan di atas, PTKI pada umumnya telah memiliki struktur kurikulum yang standard dan telah mengalami perbaikan-perbaikan secara bertahap. Sejalan dengan itu, hampir seluruh tenaga dosen yang ada di PTKI memiliki latar belakang pengetahuan dan pengalaman di

bidang-bidang keagamaan yang sesuai dengan program studi yang ada.

Jelas bahwa komponen pendidikan kewirausahaan adalah barang baru bagi mayoritas PTKI. Bahkan para dosen yang berkesempatan mengikuti pelatihan singkat kewirausahaan bersama Universitas Ciputra Entrepreneurship Center (UCEC) pun hampir seluruhnya berlatar belakang pendidikan keagamaan. Dari sisi kualifikasi akademik tentu mereka belum cukup untuk mengasuh mata kuliah kewirausahaan secara mandiri.

Kendati demikian, tidak berarti bahwa PTKI harus menunggu hingga memiliki tenaga dosen berkualifikasi memadai untuk memulai program pendidikan kewirausahaan. Jika sudah ada keinginan untuk memulainya, PTKI dapat menempuh beberapa strategi di bawah ini. Kedua strategi ini hanya dua dari banyak kemungkinan strategi yang bisa dipilih. Lebih dari itu, pilihan strategi adaptasi pendidikan kewirausahaan di PTKI akan sangat tergantung pada kondisi khas kelembagaan dan lingkungan sosial masing-masing.

1) Integrasi ke dalam kurikulum

Salah satu strategi yang bisa ditempuh adalah melalui integrasi langsung prinsip-prinsip kewirausahaan ke dalam struktur kurikulum. Ia secara langsung dimasukkan menjadi salah satu mata kuliah (wajib maupun pilihan) yang dapat diambil mahasiswa. Jika dimasukkan menjadi mata kuliah inti (wajib) di dalam kurikulum, maka ia dapat dijadikan sebagai mata kuliah yang secara strategis bisa

diletakkan pada level dasar sebagai Mata Kuliah Dasar UMUM (MKDU) untuk level yang lebih tinggi sebagai Mata Kuliah Keahlian (MKK).

Pada level dasar, mahasiswa diharapkan bisa memperoleh wawasan umum kewirausahaan yang akan memberikan suatu kerangka analisis bagi materi-materi perkuliahan lain. Jika diterapkan pada level yang lebih tinggi, sebelum mengambil kuliah kewirausahaan mahasiswa diharapkan sudah memiliki cukup pengetahuan mengenai bidang keilmuan pokok dan kekhususan jurusannya.

Misalnya, jika diintegrasikan ke dalam kurikulum di Fakultas Ushuluddin, mahasiswa pada level rendah akan belajar bagaimana relasi kewirausahaan dalam konteks keilmuan ushuluddin secara umum. Sedangkan pada level tinggi, mahasiswa dapat mengambil beberapa mata kuliah kewirausahaan yang lebih terspesialisasi. Misalnya, beberapa topik pokok seperti “pengembangan produk,” analisa kebutuhan pasar, membuat perencanaan bisnis, insentif bagi inovasi, hambatan dalam perintisan usaha, dan pengelolaan keuangan. Mata kuliah kewirausahaan lanjutan dapat diisi pula dengan materi-materi seperti manajemen, keuangan dan pemasaran.

Sebagaimana dijelaskan, hubungan antarmata kuliah Fakultas Ushuluddin dengan mata kuliah kewirausahaan akan bersifat melengkapi (*komplementary*) dan pemberdaya (*enabler*). Dalam kaitan ini, pelajaran kewirausahaan akan melengkapi wawasan dan keterampilan mahasiswa untuk mengetahui “peluang” dan “prospek” yang bisa diambil dari sejumlah bidang keilmuan lain di Ushuluddin dalam

rangka pengembangan lebih lanjut. Ia juga dapat melihatnya dalam konteks prospek pemberdayaan gagasan-gagasan yang berkembang di Ushuluddin untuk dipasarkan ke masyarakat secara lebih kontekstual.

Hal yang sama juga berlaku di Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Syari'ah. Mata kuliah kewirausahaan akan mendorong mahasiswa untuk berpikir lebih inovatif dan kreatif dalam aspek metodologi, teknik pembelajaran serta dalam hal penciptaan peluang-peluang bisnis baru di bidang pendidikan. Mahasiswa juga akan menjadi lebih berdaya dan kreatif dalam menurunkan ilmu pendidikan dan syari'ah menjadi lebih dekat atau lebih langsung menjawab permasalahan di masyarakat.

2) Lingkungan Manajemen

Pendidikan kewirausahaan di PTKI dapat juga diterapkan di dalam konteks management perguruan tinggi. Lingkungan kampus dan interaksi antara mahasiswa dengan dosen dan staff memberikan konteks bagi keseluruhan proses pengalaman belajar. Mahasiswa sesungguhnya dapat mengalami langsung dan hidup di dalam apa yang sedang mereka pelajari. Di sinilah peran lingkungan manajemen PTKI sesungguhnya sangat strategis bagi upaya memberikan pengalaman bagi mahasiswa untuk menjadi wirausaha: seorang mahasiswa yang independent, inovatif, dan pengambil resiko.

Dalam sebuah studi yang dilaporkan the Kauffman Foundation berjudul "*Entrepreneurship in American Higher Education*" (2009) ditemukan bahwa semakin banyak

mahasiswa yang terekspose dengan konsep-konsep dan perilaku kewirausahaan selama pengalaman mereka di kampus, semakin besar peluang mereka untuk mengadopsi perilaku tersebut. Di sini jelas, faktor lingkungan sangat menentukan bagi pendidikan kewirausahaan mahasiswa.

Untuk itu, kewirausahaan hendaknya diterapkan juga di dalam keseluruhan praktik kepemimpinan, administrasi dan pengajaran di kampus PTKI. Secara khusus, kewirausahaan di dalam kelembagaan dapat diterapkan pada hampir semua aspek. Misalnya, dalam bentuk kemampuan merumuskan/menemukan gagasan baru dan menerapkannya. Misalnya gagasan baru dan penerapan model pembelajaran berbasis elektronik (jika sebelumnya belum diterapkan di PTKI), inovasi dalam metode pembelajaran, teknik pelayanan administrative kepada mahasiswa, hingga pelayanan perpustakaan.

Lebih jauh, budaya memberikan insentif bagi gagasan baru serta mendorong dosen, staff dan mahasiswa untuk mengambil inisiatif produktif dan berani mengambil resiko akan menyuburkan benih keberanian inisiatif dan pengambilan resiko. Lingkungan yang memberi penghargaan pada dimensi-dimensi kewirausahaan, seperti inovasi dalam menciptakan ide atau produk baru, merupakan ruang belajar sangat baik bagi setiap orang yang ada di dalamnya. Dengan demikian, jika ini diterapkan di PTKI, kewirausahaan dapat menjadi budaya dan perilaku yang melembaga.

Struktur Kurikulum

Menurut laporan kajian the *Kauffman Foundation for Entrepreneurship* (2009) pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi memiliki empat prinsip dasar. Pertama, pendidikan kewirausahaan mestilah mengenai wirausahawan (entrepreneur) atau praktisi. Kedua, pendidikan kewirausahaan hendaklah memberikan mahasiswa keterampilan mengenai bagaimana menciptakan, mengelola, menjajaki, dan menjalankan usaha yang baru.

Perlu memiliki kompetensi mengenai bagaimana merancang dan membuat suatu produk, membuat rencana bisnis, menemukan sumber daya yang baru, membangun lembaga atau perusahaan, dan memasarkan inovasinya. Ketiga, pendidikan kewirausahaan juga mesti relevan dengan konsumen yang pada akhirnya akan menjadi focus utama dari kegiatan kewirausahaan. Sebagai konsumen, mereka bukan hanya menjadi pelanggan, mereka juga melakukan peninjauan. Terakhir, pendidikan kewirausahaan mesti mendidik dan menolong mahasiswanya yang bukan wirausahawan dengan keterampilan dan kecerdasan untuk memahami lingkungan macro politik, budaya dan infrastruktur ekonomi yang akan memungkinkan suatu inovasi bisnis atau usaha baru.

Dengan kata lain, mereka perlu dibekali kemampuan analitis untuk mengerti aspek lingkungan kelembagaan macro yang akan secara langsung berpengaruh terhadap prospek bisnis baru yang akan mereka rintis.

Sejalan dengan keempat prinsip di atas, struktur kurikulum pendidikan kewirausahaan perlu ditempatkan

secara harmonis di dalam relasi dengan kurikulum PTKI yang sudah ada. Penting diakui bahwa kurikulum yang saat ini berlaku di PTKI dirancang dengan suatu tujuan pembelajaran yang jelas dan tidak terkait dengan masalah-masalah kewirausahaan.

Kenyataan itu perlu dipahami dengan baik agar usaha memasukkan unsur-unsur pendidikan baru di dalam PTKI tidak berakibat kurang baik bagi stabilitas pendidikan yang sudah ada. Dalam kaitan ini, dua strategi adaptasi kewirausahaan ke dalam kurikulum PTKI setidaknya bisa dilakukan melalui dua cara, yakni integrasi langsung ke dalam kurikulum dan integrasi ke dalam praktik manajemen/lingkungan kampus PTKI. Menjalankan salah satu atau keduanya sekaligus tentu tidak mudah. Tetapi sangat mungkin dilakukan. Berikut ini dipaparkan tiga model struktur kurikulum kewirausahaan yang mungkin diterapkan di lingkungan PTKI. Tentu saja pada setiap model memiliki implikasi kelembagaan sendiri-sendiri. Lebih daru itu, setiap model pasti membutuhkan suatu system pendukung pembelajaran yang relevan.

1) Mata Kuliah Dasar

Mata Kuliah Dasar merupakan representasi dari misi umum suatu perguruan tinggi. Ia merupakan mata kuliah yang diterapkan secara menyeluruh dan lintas disiplin. Tujuan mata kuliah dasar adalah membantu mahasiswa memperoleh pengetahuan dan dasar-dasar yang sama yang memungkinkannya bisa mengikuti tahapan-tahapan perkuliahan selanjutnya.

Dengan demikian, pnerapan kurikulum kewirausahaan sebagai MKD akan memberikan “kacamata” untuk membaca atau “kerangka pikir” untuk menganalisa bagaimana nilai-nilai keagamaan, budaya, lembaga-lembaga sosial, kebijakan ekonomi dan system hukum saling terhubung satu dengan lainnya dan membentuk perilaku manusia.

Sebagai contoh, kita bisa memasukkan kuliah mengenai “*Dasar-dasar Kewirausahaan*” di dalam MKD di PTKI yang dirancang untuk semua mahasiswa di tahun pertama atau kedua. Mata kuliah ini harus dirancang untuk mengeksplorasi dan menjelaskan bagaimana nilai-nilai budaya, agama terekspresikan di dalam hampir semua bentuk aktivitas manusia, termasuk dalam aktivitas ekonomi, hukum, politik dan hubungan antar kelompok; serta bagaimana semua elemen tersebut harus bekerjasama untuk memberi tempat bagi kewirausahaan.

Mata kuliah dasar kewirausahaan akan memberi kerangka berpikir dan sudut pandang yang jelas mengenai bagaimana konsep-konsep besar, teoretis dan abstrak menjadi nyata, praktis dan mempengaruhi kehidupan sehari-hari. Inilah wawasan dasar yang memungkinkan kuliah dasar-dasar kewirausahaan dapat menjadi cara yang menyegarkan dan menstimulasi bagi mahasiswa untuk secara realistis memahami gambaran besar dan jelas bagaimana proses dan mekanisme bekerjanya system ekonomi dan masyarakatnya.

2) Mata Kuliah Keahlian Khusus (*Spesialisasi*)

Mata kuliah keahlian khusus merupakan inti dari program-program studi atau jurusan. Beberapa mata kuliah ini menjadi kekhasan dari setiap jurusan dan sekaligus menegaskan bahwa seseorang yang lulus dari suatu jurusan atau program studi tertentu akan memiliki spesialisasi keahlian bidang tertentu.

Di Universitas-universitas Amerika dan Australia, kuliah keahlian khusus ini disebut dengan kuliah "*major*." Matakuliah keahlian khusus secara langsung memperkuat kebiasaan pikiran, praktis analitik dan pendekatan-pendekatan penyelesaian masalah. Namun demikian, kendati matakuliah-matakuliah keahlian khusus memberi ruang sangat besar kepada mahasiswa untuk terekspose pada bidang spesialisasinya, struktur kuliah-kuliah tersebut jarang menyentuh aspek-aspek inovasi dan kreasi sistemik di dalam subjek tersebut.

Beberapa mata kuliah kewirausahaan dapat ditempatkan di dalam rangkaian kuliah keahlian khusus. Ia ditempatkan pelengkap dan sekaligus pemberdaya (*enabler*) materi-materi keahlian khusus. Dengan demikian, mata kuliah kewirausahaan akan turut memperkuat dan membentuk spesialisasi tersebut sehingga lebih relevan dengan kebutuhan masyarakat dan sekaligus memberi dukungan bagi upaya pendayagunaan keahlian khusus tersebut dengan cara-cara dan teknik pemasaran yang baru.

Ketika ditempatkan di dalam jurusan "manajemen pendidikan Islam" di Fakultas Dakwah atau jurusan "Tafsir Hadits" di Fakultas Ushuluddin, mata kuliah

kewirausahaan akan memfasilitasi mahasiswa berpikir dan melakukan inovasi kreatif agar bisa memasarkan atau mengemas “pendidikan Islam” dan “Ilmu Taqfsir” dengan cara-cara yang baru. Misalnya, salah satu mata kuliah kewirausahaan adalah “pemasaran” dan “disain produk” dan “pembuatan lembaga bisnis.” Ketiga mata kuliah kewirausahaan tersebut akan memberi tambahan kemampuan analisis dan teknis bagaimana memperbaiki pemasaran, mendisain produk pendidikan Islam dan manfaat pengkajian al-Qur’an serta bagaimana membuat terobosan kelembagaan yang baru. Ketika mereka telah memiliki gagasan inovatif, memiliki rencana kerja yang jelas, mereka pun akan mulai menyiapkan diri menjalankan rencana-rencananya.

Dengan demikian, manfaat terbesar penempatan mata kuliah kewirausahaan di dalam kurikulum khususnya akan berupa dorongan dan kemampuan mahasiswa yang lebih besar dalam bidang penemuan-penemuan baru dan kreativitas. Interaksi dengan gagasan dan praktik kewirausahaan akan memantik kesadaran mahasiswa (demikian juga dosen dan staff administrasi) bahwa gagasan-gagasan baru mereka akan memiliki dampak yang besar di masyarakat.

3) Ko-kurikuler

Pendidikan kewirausahaan tidak bisa dibatasi hanya di dalam ruangan kelas. Mahasiswa yang telah tertarik dan berkomitmen terhadap kewirausahaan akan menginginkan kesempatan untuk mencobanya, untuk

benar-benar melakukannya. Bagi mahasiswa yang kreatif dan tertarik dengan gagasan-gagasan baru, penekanan pengajaran kewirausahaan pada penciptaan terobosan-terobosan baru menyediakan ruang kreatif dan konstruktif bagi idealisme dan antusiasme mereka yang alami. Ini akan menolong mereka menjadi subjek yang bisa menyelesaikan dan menghasilkan sesuatu yang berguna bagi kemajuan masyarakat. Dalam konteks ini, peran lingkungan di luar ruangan kelas menjadi sangat penting.

Oleh sebab itu, institusi kampus secara keseluruhan perlu terliibat langsung dalam penciptaan lingkungan yang kondusif bagi kewirausahaan mahasiswa. Misalnya, melalui dukungan langsung terhadap kegiatan-kegiatan ko-kurikuler mahasiswa yang secara langsung berkontribusi terhadap pengembangan kewirausahaan. Kampus juga bisa memfasilitas mahasiswa yang memiliki gagasan bisnis, atau merintis lembaga-lembaga baru yang berorientasi inovatif di bidang mereka masing-masing, melalui penyediaan tempat atau bahkan permodalan—jika itu memungkinkan. Di sejumlah universitas di Amerika disediakan fasilitas khusus bagi kerja-kerja eksperimen mahasiswa yang dirintis dan dimiliki mahasiswa. Dukungan lingkungan kampus semacam ini bermanfaat bukan hanya bagi mahasiswa yang berminat di bidang bisnis melainkan juga bagi mereka yang berminat di bidang sosial kemasyarakatan. Situasi semacam ini jelas menguntungkan bagi institusi universitas bersangkutan. Kegiatan-kegiatan kreatif mahasiswa membawa energi dan vitalitas ke dalam kampus; dan menjadikan kampus menjadi dunia yang menyenangkan dan menggairahkan bagi mahasiswa dan

seluruh civitas akademika.

Kewirausahaan tidak dapat diajarkan semata-mata secara kognitif melainkan mensyaratkan metodologi pembelajaran yang kreatif. Metodologi pembelajaran kewirausahaan mensyaratkan adanya keseimbangan antara aspek kognitif dan pengalaman dari eksperimentasi penerapan gagasan.

Selain itu, kreativitas dan toleransi terhadap kreativitas, inovasi dan resiko juga merupakan aspek-aspek dasar kewirausahaan yang harus dievaluasi secara proporsional. Model evaluasi yang menyandarkan diri pada aspek kognitif jelas tidak relevan untuk beberapa aspek materi kewirausahaan, tetapi cocok untuk beberapa materi yang lain. Pembahasan di bawah ini menjelaskan aspek metodologi pembelajaran dan evaluasi yang bisa diterapkan di dalam proses pendidikan kewirausahaan di PTKI.

1) Metode Pembelajaran

Metodologi pembelajaran kewirausahaan mensyaratkan kreativitas interaktif yang mencakup "*experiential learning*." Metode ini berisi pengenalan konsep-konsep dasar kewirausahaan dan bagaimana konsep-konsep tersebut diterapkan di dalam praktiknya melalui studi kasus-kasus nyata. Materi-materi yang biasanya menggunakan metode ini misalnya teknik akuntansi keuangan dan pengenalan kelembagaan, peraturan dan nilai-nilai budaya yang berkaitan dengan ekonomi. Pengenalan wawasan konseptual tersebut akan menjadi dasar bagi praktik

“simulasi” dan “bermain peran” (*role-playing*) untuk beberapa materi mengenai kewirausahaan, seperti survey kondisi masyarakat, penyusunan gagasan usaha/bisnis, penyusunan rencana bisnis dan pemasaran. Simulasi dan bermain peran akan memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk membayangkan situasi yang seolah-olah riil. Dari simulasi ini mahasiswa memperoleh pengalaman untuk membuat persiapan aktivitas yang lebih riil di luar kelas.

Model pengajaran berbasis pengalaman yang dilakukan di luar kelas tentu lebih menantang. Bentuknya bisa berupa magang di tempat-tempat bisnis atau usaha yang mereka minati atau mereka sendiri mencoba merealisasikan gagasannya sendiri. Mahasiswa diajak untuk secara langsung merumuskan gagasan baru yang kreatif dan inovatif, menyiapkan rencana program secara rinci, melaksanakan sendiri gagasan tersebut, dan mencari sumber-sumber pendukung programnya atau bisnisnya. Di dalam prosesnya, ia bisa bekerjasama dengan temannya atau mencari mentor yang bisa memberinya arahan dan saran-saran penting. Proses ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengalami langsung menjadi seorang wirausaha baik untuk program yang bersifat bisnis maupun sosial. Ketika mereka lulus, mereka dapat terus melanjutkan usahanya, memperbaikinya atau mengubahnya sama sekali. Tetapi yang lebih penting adalah mereka memiliki pengalaman langsung sebagai wirausaha dan memahami apa yang dibutuhkan untuk berhasil dalam membuat gagasan menjadi kenyataan.

2) *Evaluasi*

Untuk bidang-bidang yang membutuhkan keterampilan, seperti finance atau akuntansi dan buku pemasaran, evaluasi difokuskan pada kemampuan analitik dan praktiknya. Kompetensi mahasiswa diukur dari sejauhmana mereka memahami konsep-konsep dasar, logika di belakangnya, serta kemampuan untuk memecahkan masalah-masalah yang diajukan. Tetapi untuk bidang-bidang yang berkaitan dengan aspek-aspek kewirausahaan yang lain, seperti kemampuan melakukan inovasi, membuat perencanaan dan melaksanakan rencana yang dibuatnya, evaluasi dilakukan berdasarkan unjuk kerja (*performance*) dan sejauhmana mereka bisa memahami proses pengalamannya sendiri. Pengalaman tersebut dapat didokumentasikan di dalam suatu portofolio aktivitas yang mendokumentasikan keseluruhan proses belajar serta refleksi pengalaman mereka sendiri. Selanjutnya, pemahaman mereka mengenai praktik dan peraturan ekonomi pada tataran macro akan dengan sendirinya tercakup di dalam proses menjalankan gagasan inovatifnya. Kemampuan mereka belajar dan mengambil manfaat dari proses belajar akan tampak dari sejauhmana mereka siap untuk berkompetisi di dunia bisnis atau dunia kewirausahaan sosial yang lebih luas.

Prasyarat Pendukung

Pendidikan kewirausahaan dilaksanakan dengan bobot yang seimbang antara aspek-aspek teori/pengetahuan dengan praktik/ pengalaman serta jaringan. Jika telah

tersedia tenaga pengajar yang siap, aspek pengetahuan dapat ditangani oleh internal perguruan tinggi yang bersangkutan.

Namun, aspek praktik/pengalaman membutuhkan kerjasama sinergis antara pihak perguruan tinggi dengan para pelaku usaha dan sumber-sumber permodalan di luar. Oleh sebab itu, prasyarat yang juga dibutuhkan di dalam konteks pendidikan kewirausahaan mencakup jaringan, permodalan dan mentorship.

1) Jaringan

Di dalam dunia bisnis mutakhir, jejaring adalah salah satu unsur terpenting yang menentukan keberhasilan. Dalam kaitan pendidikan kewirausahaan, penyelenggara pendidikan dituntut untuk berfikir dan berperilaku seperti halnya para pelaku bisnis. Ia dituntut untuk berjejaring baik dengan lembaga pendidikan lain maupun dengan para pelaku usaha.

Para peneliti ekonomi kontemporer telah menemukan bahwa kemampuan membangun jaringan dengan para pelaku ekonomi, pelaku pendidikan, peneliti dan kelompok-kelompok lain adalah jauh lebih penting ketimbang produk yang baik dan modal yang banyak. Sebab, melalui jaringanlah sesungguhnya seseorang maupun organisasi bisa melakukan bertransaksi dan bekerjasama.

Dalam konteks pendidikan kewirausahaan, jaringan akan memungkinkan perguruan tinggi membantu mahasiswa membuka akses kepada sumber-sumber informasi dan bisnis di luar. Jaringan dengan pengusaha

local di lingkungan perguruan tinggi, akan memungkinkan perguruan tinggi yang bersangkutan memperoleh teman kerjasama dalam memberikan pengalaman praktik bagi mahasiswanya. Jaringan dengan alumni juga akan membuka pintu yang lebar bagi para mahasiswa untuk memperoleh akses pada bidang-bidang tertentu di mana para alumni tersebut berada. Oleh sebab itu, kerja pengembangan jaringan ini harus menjadi prioritas perguruan tinggi yang mengembangkan pendidikan kewirausahaan. Jaringan adalah prasyarat dasar bagi keberhasilan pendidikan kewirausahaan.

Jaringan tersebut akan langsung memberi manfaat bagi kelancaran program pendidikan kewirausahaan. Salah satunya, akan menjadi partner PTKI dalam merancang dan menjalankan kegiatan Kuliah Kerja Usaha (KKU). KKU merupakan program magang yang disesuaikan dengan kebutuhan mahasiswa. Di dalam program ini mahasiswa secara langsung belajar melakukan bisnis secara langsung di bawah pengawasan dan bimbingan pemiliknya. Kiranya jejaring ini perlu dikembangkan oleh PTKI.

2) Dukungan Permodalan

Jika pendidikan kewirausahaan tersebut memiliki kaitan dengan unsur bisnis yang membutuhkan permodalan, maka jelas perguruan tinggi perlu memiliki jaringan dengan sumber-sumber permodalan. Sumber daya permodalan di sini tidak bersifat investasi profit yang mencakup sebagian besar kebutuhan modal. Tetapi merupakan kebutuhan "modal malaikat" (*angel capital*)

atau “dana bibit” (*seeds money*) yang memungkinkan siswa menurunkan rencana bisnis atau programnya ke dalam praktik.

Penting dicatat bahwa dukungan permodalan ini tidak terbatas pada modal uang saja, melainkan juga dapat berbentuk dukungan fasilitas atau akses terhadap sumber-sumber dukungan. Sebab tujuan utamanya adalah memfasilitasi mahasiswa, atau alumni, untuk memulai sesuatu program yang telah mereka pikirkan dan rencanakan. Lagi-lagi, sumber permodalan ini membutuhkan adanya jaringan dengan lembaga (perbankan misalnya) atau perorangan di luar lingkungan lembaga pendidikan tinggi.

Bentuk program yang sudah dirintis di tempat lain menunjukkan manfaat yang besar bagi mahasiswa. Misalnya, program Mahasiswa Wira Usaha (MWU) yang secara khusus memberi dukungan permodalan awal (*seed capital*) bagi mahasiswa yang memiliki rencana bisnis yang baik. Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama bisa menyediakan dana hibah untuk mendukung program ini.

Dana hibah tersebut dikelola oleh kampus masing-masing dan secara khusus diarahkan dalam rangka mendukung inovasi di kalangan mahasiswa. Kendati hibah secara langsung diberikan kepada PTKI, hubungan PTKI dengan mahasiswa terpilih tidak berbentuk hibah, melainkan pinjaman yang harus dikembalikan.

3) *Mentorship*

Prasyarat yang lain dan tidak kalah pentingnya adalah adanya seorang mentor yang dengan suka rela

mau mendampingi dan mendidik mahasiswa calon wirausahawan. Mentor adalah seseorang yang telah memiliki pengalaman dan pengetahuan dari keterlibatannya di dalam dunia usaha, lembaga sosial, atau lembaga pendidikan, yang rela membantu mereka yang baru akan memasuki bidang usaha tertentu.

Dalam hal ini, seseorang yang telah berpengalaman selama bertahun-tahun di bidang itu merupakan guru yang sangat baik bagi seorang pemula. Sebab, ia telah tahu peta persoalan, kedalaman masalah serta prospek pertumbuhan usaha yang ditekuninya. Lebih lanjut, ia juga dapat membantu seorang pemula untuk melewati tahap-tahap yang diperlukan untuk mengenal para pemain, mengalami prosesnya serta terlibat dalam penyelesaian masalah-masalah yang muncul. Oleh sebab itu, lembaga penyelenggara pendidikan kewirausahaan perlu memiliki jaringan dengan mentor-mentor yang siap membantu menyiapkan generasi baru di bidang-bidang usaha yang telah ada atau dalam bidang-bidang usaha rintisan baru.

Di lingkungan PTKI pada dasarnya memiliki dosen-dosen yang cukup berpengalaman dalam bidang usaha, namun keberadaannya tidak terdata secara baik, karena mereka melakukan usaha secara perseorangan. Dengan demikian, keberadaan mereka dapat dikembangkan untuk dijadikan sebagai tenaga mentorship dalam pengembangan pendidikan kewirausahaan di lingkungan PTKI, tentunya setelah diberikan pelatihan yang mendalam dan digabung dengan mentor kewirausahaan yang lain.

Praktik mentorship ini, misalnya dirintis oleh Kementerian Pendidikan Nasional melalui program Inkubator Wirausaha Baru (IWP) dan Konsultasi Bisnis dan Penempatan Kerja (KBPK). Kedua program ini pada intinya berusaha menghubungkan para wirausahawan perintis dengan para pelaku dunia usaha yang sudah lebih dulu dan berpengalaman.

Arsitektur PTKI Entrepreneur Berbasis Model Bisnis

Posisi Strategis PTKI

Undang-undang No 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi menegaskan Perguruan tinggi merupakan Perguruan Tinggi adalah satuan pendidikan yang menyelenggarakan Pendidikan Tinggi. Pendidikan adalah Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan negara.

Pendidikan Tinggi merupakan jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program diploma, program sarjana, program magister, program doktor, dan program profesi, serta program spesialis, yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi berdasarkan kebudayaan bangsa Indonesia. Pendidikan Tinggi Keagamaan (selanjutnya disingkat PTK) merupakan bagian dari pendidikan tinggi yang diselenggarakan oleh Pemerintah atau

Masyarakat (Pasal 30) yang berbentuk universitas, institut, sekolah tinggi, akademi dan dapat berbentuk ma'had aly, pasraman, seminari, dan bentuk lain yang sejenis.

PTK Islam terdiri dari PTKI negeri dan swasta. PTK Islam yang diselenggarakan oleh pemerintah terdiri dari UIN IAIN dan STAIN. Sementara PTK Islam Swasta terdiri dari Universitas, Institut dan Sekolah Tinggi. Berdasar buku Statistik Pendidikan Islam yang diterbitkan oleh Ditjen Pendidikan Islam tahun 2016, pada tahun akademik 2014/2015 jumlah PTKI adalah 693, terdiri dari 55 PTKI Negeri (7,94%) dan 638 PTKI Swasta (92,06%). Dari Status dan Jenis kelembagaannya PTKI Negeri terdiri dari, Universitas 11 (20,00%), Institut 26 (47,27%) dan 18 Sekolah Tinggi (16,24%). Sedangkan PTKI Swasta terdiri dari Universitas 101 (16,24%), Institut 46 (7,40%) dan Sekolah Tinggi 491 (78,94%).

Total jumlah mahasiswa PTKI tahun 2015 berjumlah sebanyak 689.181 mahasiswa dengan rincian, PTKI Negeri mengelola sebanyak 391.644 atau 56,83% dan PTKI Swasta sebanyak 297.537 atau 43,17%. Dari sisi jenjang pendidikannya terdiri dari jenjang diploma (D-3) sebanyak 10.111 (1,47%), Strata Satu (S-1) 657.783 (95,44%), Strata Dua (S-2) 16.958 (2,46%), Strata Tiga (S-3) 4.177 (0,61%) dan jenjang Pendidikan Profesi 152 (0,02%).

Dari perspektif pangsa pasar, jumlah 689.181 mahasiswa itu merupakan jumlah yang tidak sedikit. Apalagi jika ditambah jumlah tenaga pendidik dan kependidikan yaitu 30.524 orang, terdiri dari 11.897 pada PTKI Negeri dan 18.627 pada PTKI Swasta. Dengan demikian pada PTKI

Negeri dan Swasta terdapat potensi pangsa pasar sebanyak 71.9705 orang.

Jumlah itu merupakan pangsa pasar potensial yang dapat dijadikan sebagai *captive market* PTKI. *Captive market* merupakan pemasaran situasi ketika konsumen atau pembeli dikondisikan untuk membeli dari pemasok tunggal. Jika diperkirakan pada setiap bulannya, setiap orang di lingkungan PTKI membelanjakan uangnya untuk satu jenis barang senilai Rp 100.000,00, maka akan terakumulasi pendapatan sebesar Rp 71.970.500.000,00. Apalagi bila dapat membelanjakan senilai Rp. 300.000,00 per orang maka akan terakumulasi pendapatan sebesar dana Rp 215.911.500.000,00. Suatu jumlah pendapatan yang sangat besar.

Sebagai perguruan tinggi keagamaan yang berbasis nilai-nilai Keislaman, jika menggunakan perspektif teori model bisnis maka, PTKI berpotensi mengembangkan model bisnis Islam. Model bisnis merupakan logika keseluruhan bisnis yang yang didasarkan pada mata rantai nilai dan sumber daya, manajemen, hingga desain keuntungan dan keberlangsungan dalam hubungannya dengan pelanggannya. Perguruan tinggi Keagamaan merupakan perguruan tinggi yang didirikan dan atau diselenggarakan oleh pemerintah dan atau masyarakat di bawah pembinaan Kementerian Agama.

Kementerian Agama merupakan kementerian yang berfungsi strategis sebagai pengejawantahan Sila Pertama Pancasila, yaitu negara kesatuan yang didasarkan pada Ketuhanan Yang Maha Esa. Kementerian agama bertugas

membidangi urusan agama yang berfungsi merumuskan menetapkan dan melaksanakan kebijakan bidang keagamaan. Sementara PTKI di bawah pembinaan

Direktorat Jenderal Pendidikan Islam berfungsi melaksanakan standarisasi pendidikan Islam. Dengan demikian, PTK Islam mempunyai ciri khas pengembangan pendidikan dan pengajaran yang didasarkan pada nilai-nilai Islam *rahmatan lil 'alamin* untuk mewujudkan kemajuan masyarakat dan bangsa Indonesia dalam naungan NKRI.

Dengan demikian, PTKI bertugas melakukan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang berpijak pada *core* ilmu-ilmu keislaman sebagai ciri khas pembeda dari perguruan tinggi lainnya. Meskipun berpijak pada ciri khasnya, namun PTKI harus tetap diarahkan pada penguasaan sekaligus penciptaan peluang-peluang kekinian, misalnya tantangan dan peluang dengan diberlakukan AEC (*Asean Economic Community*), terutama pada aspek *human resource competitiveness index*.

Terkait dengan pengembangan ekonomi Islam di Indonesia, dimana PTKI merupakan pelopor pengembangan keilmuan dan penyiapan sumber daya manusianya, kini mengalami perkembangan yang signifikan. Hal ini terlihat dari kapasitas PTKI dalam penyelenggaraan program-program studi ekonomi Islam meliputi, ekonomi syariah, manajemen bisnis syariah, akuntansi syariah, hukum ekonomi syariah, asuransi syariah, bahkan hingga pariwisata syariah. Kini dari 3500 Program studi yang diselenggarakan oleh PTKI Negeri dan Swasta, sebanyak 412 atau 11,77% program studi merupakan program-program studi ekonomi Islam.

Bagian ini secara khusus menempatkan PTKI sebagai kelembagaan yang potensial dalam pengembangan bisnis keumatan, dengan kekayaan nilai-nilai keislaman dan modal sosial yang dimilikinya, untuk dikembangkan menjadi suatu model bisnis yang dapat dijalankan oleh unit-unit bisnis di bawah PTKI. Pertama-tama akan dikaji rancang bangun arsitektur PTKI entrepreneur, kemudian pengembangan model bisnis Islam atau model bisnis PTKI.

Arsitektur Pengembangan

Dalam konteks pengembangan ekonomi Islam di tanah air, khususnya dan sebagai upaya penguatan perekonomian nasional dibutuhkan pengembangan berbagai entitas bisnis, baik manufaktur maupun jasa.

Dalam konteks perguruan tinggi keagamaan Islam, pengembangan unit-unit bisnis dalam berbagai bidang garapan dapat dilakukan seiring pengembangan strategis kelembagaan PTKI dan pertimbangan potensi pasarnya. Akan bernilai strategis pula, bila jenis bisnis yang dipilih terkait dengan bidang-bidang keilmuan akademik yang menjadi *core* PTKI.

Secara bertahap, unit-unit bisnis itu dapat dikembangkan kelembagaannya baik dalam bentuk UD, CV atau Perseroan Terbatas (PT), yang kepemilikannya secara penuh dimiliki oleh PTKI atau berkongsi dengan pihak luar yang memiliki kesamaan visi dengan PTKI. Akan lebih baik, guna perluasan dan peningkatan kapasitas dan kinerja bisnisnya, berbagai badan usaha PTKI dinaungi dalam suatu *holding company* yang mandiri namun tetap

di bawah PTKI. Dalam konteks pengembangan unit-unit bisnis, posisi PTKI Swasta memiliki keleluasaan yang lebih baik dibanding PTKI negeri.

Kelembagaan PTKI Swasta dapat secara langsung mengembangkan badan-badan hukum usaha dalam berbagai bentuk meliputi UD, CV, PT atau bentuk-bentuk lain di bawah yayasan atau pimpinan perguruan tingginya. Sementara bagi PTKI negeri terutama yang belum menjadi BLU, dapat mengembangkan unit-unit usaha di bawah koperasi. Koperasi merupakan badan usaha yang diarahkan bukan untuk keuntungan salah satu pihak melainkan bagi peningkatan kesejahteraan anggota.

Unit-unit usaha itu dapat dibentuk berdasar fokus bidang usaha, seperti unit usaha pangan dan mini market, unit usaha konfeksi, unit usaha alat tulis kantor, foto copy dan *book store*, unit usaha kantin dan katering, unit usaha *ticketing*, perjalanan wisata religi dan lain-lain. Semua unit usaha itu pada mulanya difokuskan untuk memenuhi kebutuhan *captive market* sivitas akademika PTKI. Pada konteks ini dibutuhkan dukungan kuat dari pimpinan. Kebijakan “bela beli produk Kulonprogo” bupati Hasto Wardoyo, dapat ditiru menjadi bela dan beli produk dan usaha PTKI.

Pilihan koperasi pegawai PTKIN misalnya, menjadi jalan keluar yang tepat, ketika PTKI PNBP berkewajiban menyeter setiap pendapatan, seperti hasil sewa gedung dari pihak ketiga ke kas negara. Sebagai satuan kerja PNBP, PTKI bertugas melakukan pelayanan dalam Tri dharma Perguruan tinggi, melalui pengelolaan dan pelaporan uang

negara (APBN) sesuai DIPA yang ditetapkan pada setiap awal tahun anggaran.

Realitas itulah di antaranya yang menjadi penyebab, mengapa pengembangan unit-unit usaha di lingkungan PTKI Negeri PNPB belum mengalami kemajuan. Namun demikian, lemahnya inisiatif pengembangan unit-unit usaha di lingkungan PTKI negeri, bukan terletak pada status kelembagaan, melainkan kurangnya elan vital dan belum membudayanya pengembangan unit-unit usaha di kalangan pimpinan PTKI. Di sinilah, pendidikan kewira-usaan bukan hanya diarahkan kepada mahasiswa, tetapi juga seluruh civitas akademika, terutama pimpinan.

Di samping itu, pengembangan unit-unit bisnis pada PTKIN terninabobokan oleh "zona aman" rutinitas sumber pembiayaan APBN. Tak jarang pula "terhalangi" oleh kesan perguruan tinggi negeri, seakan tidak boleh memiliki unit-unit usaha. Jikalau ada inisiasi, kerap dijawab harus menjadi Badan Layanan Umum (BLU) terlebih dahulu.

Memang dengan status BLU, PTKI diarahkan melakukan pengembangan unit-unit bisnis dan mengelola semua pendapatan. Namun pada kenyataannya apabila tidak dipersiapkan jauh hari sebelum menjadi BLU, sejumlah PTKI yang kini telah menjadi BLU, dihadapkan dengan kendala rendahnya produktivitas finansial dari unit-unit bisnis yang dikelolanya.

Pada realitasnya, baru satu dua PTKIN BLU UIN yang dapat memfungsikan kelembagaannya sebagai BLU dari aspek produktivitas sumber-sumber pendapatannya. Sebagian PTKIN BLU, baru memiliki sumber pendapatan

yang minim, sehingga jauh dari kemampuan dapat menutupi kebutuhan biaya operasionalnya.

PTKIN BLU yang sudah relatif stabil yaitu yang memiliki unit bisnis dengan perputaran dana yang besar, seperti Rumah Sakit. Sementara yang mengandalkan pada sumber pendapatan hotel-hotel university, sewa gedung *multipurpose*, sewa perkantoran pihak ketiga, belum dapat mencapai target pendapatan yang direncanakan.

Tuntutan perubahan dari pengelola Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) ke BLU yang diarahkan oleh pemerintah, pada hakikatnya mendorong pengelolaan sumber keuangan agar tidak hanya bersumber dari APBN semata. BLU diarahkan agar dapat menghasilkan sumber-sumber finansial sebagai hasil usaha BLU sebagai sumber daya bagi pembiayaan proses Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Sebagai upaya pengembangan unit-unit usaha di PTKI baik negeri maupun swasta, di bawah ini dipaparkan pengembangan usaha, dari aspek model bisnis. Dengan berbasis pada model bisnis, diharapkan unit-unit usaha di bawah PTKI dapat mengalami perkembangan yang pesat.

Model Bisnis

Model bisnis merupakan logika keseluruhan bisnis yang diberlakukan dalam hubungannya dengan pelanggan, mata rantai nilai dan sumber daya yang dimiliki, manajemen operasional, hingga desain pendapatan atau keuntungan dan keberlangsungan bisnisnya. Dalam istilah lain,

model bisnis meliputi elemen-elemen *value proposition*, *market segment and revenue model*, *value chain*, *cost structure and profit potential*, *value network*, dan *competitive strategy*.¹

Tentang elemen-elemen terdapat perbedaan pandangan, namun para ahli memiliki kesepakatan bahwa model bisnis merupakan suatu bangunan utuh dari suatu organisasi bisnis yang dengan kekuatan model bisnisnya, suatu bisnis atau perusahaan dapat berjalan, berkinerja baik dan memiliki *competitive advantage*, terutama di kalangan pelanggan utamanya.²

Pengembangan unit-unit bisnis PTKI dengan model bisnis khasnya, membutuhkan identifikasi elemen-elemennya, terutama aspek *value chain* dan *value proposition*. Dalam konteks pengembangan ekonomi Islam di tanah air, berkembang luasnya lembaga perbankan dan keuangan syariah, lembaga-lembaga bisnis syariah, investasi syariah dan pendidikan tinggi ekonomi syariah menjadi modal dasar yang cukup kuat guna pengembangan model bisnis PTKI.

Penelitian penulis di pesantren al-Ittifaq kab Bandung tahun 2012-13, menemukan praktik dan pengala-

¹ Chesbrough, H and Rosenbloom, RS., "The role of the business model in capturing value from innovation: Evidence form Xerox Corporation's technology spin-off companies," *Industrial and Corporate Change*, vol. 11 no 3 hlm. 529-535. Lihat juga, Bruce Rasmussen, "Business Models and the theory of the Firm, working paper no 32 *Pharmaceutical Industry Project Working Paper Series*. Adapun elemen model bisnis menurut Afuah dan Tucci dalam Jonas meliputi, *customer value*, *scope*, *price*, *revenue sources*, *connected activities implementation*, *capabilities*, *sustainNability*, lihat Jonas Hedman dan Thomas Kalling, "The business model concept: theoretical underpinnings and empirical illustrations, www.palgrave-journals.com/ejis, diunduh 22 Juni 2011.

² *Ibid.*

man model bisnis berbasis ukhuwah atau model bisnis Islam pada entitas bisnis jaringan dalam naungan pesantren Al-Ittifaq kabupaten Bandung. Model bisnis ini dikembangkan dari paduan sistem nilai dan modal sosial yang berlaku, kristalisasi pengalaman perilaku budaya bisnis kolektif yang sistemik dengan landasan ukhuwah³ sebagai episentrum.

Ekspresi ukhuwah dan implementasinya, telah men-tradisi dalam kehidupan masyarakat pesantren Al-Ittifaq, dalam relasi kehidupan sosial ekonomi dan bisnis. Saling bertransaksi hasil panen, bibit tanaman, pupuk dengan mudah dan saling percaya. Bahkan saling mendukung dalam aspek permodalan, tanpa syarat dengan motif saling memajukan. Saling bertanggungjawab dalam menjaga kesinambungan kualitas budidaya, produksi dan pemasarannya.

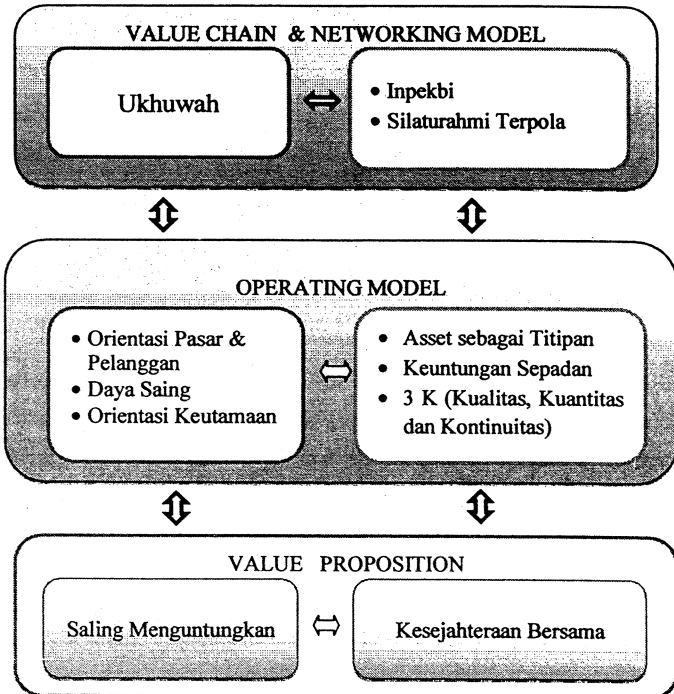
Dalam implementasinya, ukhuwah dapat dijelaskan sebagai berikut:

³ Ukhuwah berasal dari bahasa Arab, berakar dari kata *akhâ-ukhuwatun*, berarti menjadi saudara atau persaudaraan. Hans Wehr mengartikan *ikhwan*: *brother, fellowman, brethren* atau *member of an order religions barotherhood of the militant in character*. Ukhuwah merupakan suatu ikatan batin yang kuat, kokoh, yang terekpresi dalam sikap dan perilaku seseorang dalam komunitas yang berkarakter kohesif, saling percaya, memberi, menerima, dan saling mengayomi untuk kemajuan bersama. Dalam QS. al-Hujurat (49): 10, ditegaskan hakikat persaudaraan di antara kaum mukminin, mengharuskan penyelesaian perselisihan dengan cara damai adil dengan landasan takwa. QS. Ali Imran (3): 103, menyatakan keharusan berpegang teguh pada ajaran agama Allah dan tidak boleh bercerai-berai. Persaudaraan merupakan anugerah Allah yang tiada ternilai. QS. al-Hijr (15): 47, ikatan persaudaraan digambarkan sebagai karunia rahmat Allah, tanpa ada permusuhan dan dendam di hati sedikit pun.

Tabel 1
Fungsi Dimensi dan Tujuan Ukhuwah

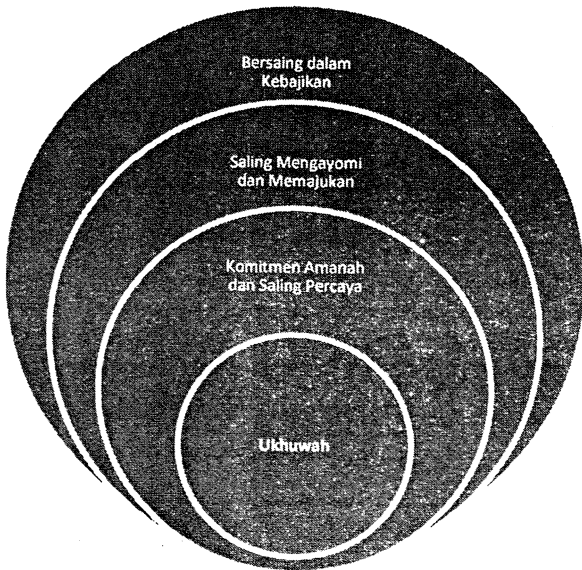
Elemen	Fungsi	Dimensi	Tujuan
Ukhuwah	<ul style="list-style-type: none"> - Pedoman prinsip interaksi - Perekat sosial - Pendorong kemajuan 	<ul style="list-style-type: none"> - Sosial ekonomi politik dan budaya - Lahiriyah - Batiniyah 	<ul style="list-style-type: none"> - Kesadaran jati diri (sebagai hamba dan khalifah) - Kohesivitas sosial ekonomi - Produktivitas ekonomi bisnis - Kemajuan dan kesejahteraan umat

Konstruksi model bisnis berbasis ukhuwah atau model bisnis Islam dapat digambarkan sebagai berikut:



Elemen-elemen model bisnis Islam dapat dipetakan berdasar klasifikasi tiga unsur utama; 1) *value chain and networking model*, 2) *operating model* dan 3) *value proposition*. Yang pertama dan fundamental dalam model bisnis Islam adalah mata rantai nilai dan *networking*. Sedangkan nilai proposisi merupakan buah atau konsekuensi dari kedua unsur sebelumnya.

Ukhuwah sebagai episentrum melahirkan konsekuensi berbagai komitmen. Komitmen amanah saling percaya, saling mengayomi dan memajukan serta komitmen bersaing dalam kebajikan. Hal ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1

Konsekuensi Ukhuwah terhadap pola ekonomi bisnis

Dengan landasan ukhuwah, entitas-entitas bisnis dalam masyarakat pesantren Al-Ittifaq berkembang mencapai kemajuan dan meningkatkan kesejahteraan bersama. Keseluruhan bisnis dikelola dan dikembangkan dengan komitmen amanah saling percaya mempercayai sebagai wujud optimal fungsi *abdullah* dan *khalifatullah*. Pengelolaan dan pengembangan entitas-entitas bisnis tidak hanya bertujuan kemajuan pribadi, tetapi juga sesama. Ukhuwah melahirkan komitmen kerjasama kemitraan, saling mengayomi dan memajukan terutama di antara jejaring pesantren.

Keuntungan dan dampak dari pencapaian kemajuan bisnis, tidak diperuntukkan bagi kesejahteraan pribadi dan keluarga, tetapi juga peningkatan kesejahteraan kerabat, tetangga dan sesama melalui kesadaran implementasi pengabdian kepada pesantren dan umat. Tolok ukur keberhasilan, terletak pada dampak peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Demikian pula, konsekuensi episentrum ukhuwah terhadap ekspresi budaya kolektif keluar merepresentasikan sikap-sikap kolektif sebagai berikut:

Pertama, berorientasi pasar dan menghindarkan dari mengecewakan pelanggan; *kedua*, kesadaran berdaya saing, mengedepankan keutamaan dalam keseluruhan proses bisnis; *ketiga*, keuntungan yang sepadan antara material dan spiritual; dan *keempat*, berdampak langsung pada peningkatan kesejahteraan dan keadilan sosial ekonomi umat.

Fungsi, dimensi dan tujuan dari masing-masing elemen model bisnis Islam dapat dijelaskan pada table berikut:

Tabel 2
Orientasi Pasar Pelanggan dan Anti Mengecewakan

Elemen	Fungsi	Dimensi	Tujuan
Orientasi Pasar Pelanggan dan Anti Mengecewakan	<ul style="list-style-type: none"> - Elan vital dinamika bisnis - Pasar dan pelanggan sebagai penentu keberlangsungan - Pendorong dinamika entitas bisnis - Tolok ukur standarisasi pelayanan 	<ul style="list-style-type: none"> - Pasar Modern - Pasar Tradisional - Pasar sasaran - Pelanggan tetap - Pelanggan baru - Keseluruhan aspek perusahaan yang terkait langsung dengan pasar dan pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> - Stabilitas keberlangsungan perusahaan - Dinamika dan Produktivitas perusahaan - Kemampulabaan - Tolok ukur keunggulan perusahaan

Tabel 3
Elemen Daya Saing Mengedepankan Keutamaan

Elemen	Fungsi	Dimensi	Tujuan
Daya Saing Mengedepankan Keutamaan	<ul style="list-style-type: none"> - Elan vital dinamika bisnis - Pengujian kompetisi di Pasar dan pelanggan - Tolok ukur standarisasi pelayanan 	<ul style="list-style-type: none"> - Manajemen Bisnis - Bisnis sebagai Ibadah - Hukum-hukum Bisnis - Etika Bisnis 	<ul style="list-style-type: none"> - Stabilitas keberlangsungan perusahaan - Dinamisasi Produktivitas perusahaan - Menggapai keunggulan perusahaan - Diferensiasi perusahaan dan produk

Tabel 4
Elemen Kerjasama Kemitraan

Elemen	Fungsi	Dimensi	Tujuan
Kerjasama Kemitraan	<ul style="list-style-type: none"> - Saling Memajukan - Saling Mengayomi - Saling Meningkatkan 	<ul style="list-style-type: none"> - Sosial - Ekonomi bisnis - Jaringan Bisnis Al-Ittifaq internal - Jaringan Bisnis eksternal 	<ul style="list-style-type: none"> - Kemajuan dan keberhasilan bisnis pribadi - Kemajuan dan keberhasilan entitas bisnis - Peningkatan kesejahteraan masyarakat

Tabel 5
Elemen Dwi Khidmat

Elemen	Fungsi	Dimensi	Tujuan
Dwi Khidmat	<ul style="list-style-type: none"> - Implementasi pengabdian (ibadah) sebagai hamba Allah dan khalifah - Implementasi prinsip negeri 	<ul style="list-style-type: none"> - Sosial - Ekonomi - Pesantren dan Masyarakat dalam naungan pesantren 	<ul style="list-style-type: none"> - Pemberdayaan ekonomi umat - Saling menanggung, berkompetisi dalam kebajikan - Pencapaian kebahagiaan hidup

Berdasar paparan di atas, model bisnis berbasis ukhuwah dapat dimaknai sebagai model bisnis Islam. Hal ini didasarkan pada dua alasan: *pertama*, sistem nilai yang menjadi fondasi bangunannya bersumber dari ajaran Islam. *Kedua*, posisi pesantren merupakan representasi perilaku

dan budaya umat Islam.

Pesantren selalu bersumber dari pemahaman ajaran Islam yang diimplementasikan dalam keseharian. Pesantren menjadi organisme yang hidup berdasar semangat keislaman. Pembelajaran, pembiasaan, peneladanan dan pengalaman atas keseluruhan ajaran Islam, termasuk dalam bidang ekonomi bisnis.

Guna memberikan cara pandang yang utuh dalam implementasi pengembangan unit-unit usaha berbasis model bisnis, di bawah ini dipaparkan profil unit-unit usaha yang telah dikembangkan oleh UII dan UAD.

Profil Unit-unit Bisnis PTKI

Universitas Islam Indonesia merupakan universitas Islam tertua nasional. Eksistensinya telah diakui merepresentasikan sebagai salah satu di antara PTKI yang termaju dalam tri dharma perguruan tinggi, termasuk dalam pengembangan unit-unit bisnis yang dikelolanya. Secara kelembagaan UII diselenggarakan oleh Badan Wakaf. UII didirikan pada 27 Rajab 1364 H atau 8 Juli 1945, 40 hari sebelum Proklamasi Kemerdekaan Negara Republik Indonesia, dengan nama Sekolah Tinggi Islam (STI) di Jakarta.

Pengurus Badan wakaf UII terdiri dari ketua umum, ketua bidang pengembangan pendidikan, ketua bidang pengembangan usaha, ketua bidang pemberdayaan masyarakat, bendahara dan sekretaris. Pengurus badan wakaf melakukan kegiatan pokok dalam pengembangan

pendidikan, Pengembangan Unit Usaha dan Pemberdayaan Masyarakat. Dalam Pengembangan Pendidikan Yayasan Badan Wakaf UII menyelenggarakan Pendidikan Tinggi (Universitas Islam Indonesia), Pendidikan Menengah (SMA UII) dan Pendidikan Anak Usia Dini (TK "Sultan Agung BW UII" dan Play Group Badan Wakaf UII).

Universitas Islam Indonesia (UII) merupakan salah satu perguruan tinggi swasta yang sudah sejak lama mengembangkan berbagai macam badan usaha yang tidak hanya mendukung secara finansial tetapi telah membantu proses pendidikan dan pengajaran. Badan usaha yang dijalankan UII terdiri dari dua jenis, pertama, yang berbentuk perseroan terbatas (PT) dikelola Yayasan Badan Wakaf UII. dan kedua, yang berbentuk unit bisnis dikelola di bawah koordinasi rektorat UII. Unit bisnis milik UII yang sudah besar di antaranya Rumah Sakit "JIH", stasiun pengisian bahan bakar umum (SPBU), PT Global Prima Utama, Unisi Radio, dan UII Press.

PT Global Prima Utama berdiri pada 13 April 2000 bergerak dalam bidang Internet Service Provider (ISP), softwar developmet, system integrator dan solusi bidang teknologi informasi. Rumah sakit Jogjakarta Internasional Hospital di bawah naungan PT Unisia Media Farma yang didirikan pada 22 Maret 2007 merupakan salah satu unit bisnis miliki UII yang terbesar.

PT. Radio Prima Unisi (Radio Unisi), PT Unisia Polifarma bergerak pada bidang Apotik UII Farma dan Poliklinik. PT. Puri Kencana Rizki Mulia bidang SPBU Tuntang Salatiga dan minimarket. PT. Radio Media Umat

(Radio Dakwah), PT. BPRS Unisia Insan Indonesia (BPRS UII) dan PT. Unisia Kreasi Sejahtera (Hotel Unisi)

Pada mulanya, pengembangan badan usaha yang dikelola UII lebih difokuskan untuk memfasilitasi kebutuhan dosen dan mahasiswa dalam melaksanakan proses pendidikan. Kini sedang dibangun 'bookstore' yang akan menyediakan berbagai macam buku terutama buku asing guna memenuhi kebutuhan mahasiswa maupun dosen terhadap referensi asing.

Menurut Rektor UII, Harsoyo, Perguruan tinggi harus mampu memaksimalkan unit bisnis agar mampu berperan lebih banyak dalam mendukung pendanaan universitas. Karena itu dibutuhkan pemikiran visioner dalam mengembangkan Unit-unit Bisnisnya. Universitas Al-Azhar di Kairo Mesir dan beberapa universitas di Jerman merupakan di antara contoh perguruan tinggi yang memiliki sumber pendanaan yang besar sehingga menjadikan biaya pendidikannya lebih murah bahkan mampu membebaskan biaya kuliah bagi seluruh mahasiswanya. Universitas Harvard di Amerika Serikat mampu mengembangkan bisnis-bisnis besar hingga ke luar negeri sehingga mampu mendukung anggaran universitas.

Universitas Ahmad Dahlan (UAD) berdiri pada 19 Desember 1994, sebagai pengembangan dari IKIP Muhammadiyah Yogyakarta. Guna mendukung eksistensi dan proses Tri Dharma Perguruan Tinggi, telah memiliki unit-unit bisnis. Secara ideal pendanaan pendidikan tidak bersumber dari mahasiswa, melainkan bersumber dari luar sumber mahasiswa, termasuk dari unit-unit bisnis.

Sampai akhir tahun 2016 UAD telah memiliki sejumlah Perseroan Terbatas (PT), meliputi PT Adi Multi Fungsi, PT Adi Kalibrasi dan lainnya.

PT Carana Kiat Andalas bidang Bank Perkreditan Rakyat Syariah, PT Siar Nur Insani bergerak dalam bidang Rumah Sakit Holistika Medika di Sleman. PT Adi Multi Energi bergerak dalam bidang penyediaan energi bahan bakar minyak dan pelumas atau SPBU. SPBU ini diresmikan pada 26 September 2016 terletak di jl utama menuju kota Jogja, tepatnya di Sedayu Bantul yang dicanangkan dapat memberikan layanan lebih yaitu kejujuran. PT Adi Multi Konstruksi yang bergerak dalam bidang properti. Perusahaan-perusahaan ini menaungi unit-unit bisnis yang core bisnisnya terkait dengan program studi dan fakultas-fakultas di UAD. Menurut Warek 2 UAD, Safar Nasir, prinsip *holding company* yang dikembangkan oleh UAD adalah ekonomi bisnis berbasis iptek.

PT Adi Multi Properti bergerak di bidang properti dan perumahan di Bekasi, Tamanan Bantul dan Mbesi Sleman yang memiliki ratusan unit rumah dalam berbagai tipe. Semua unit bisnis dalam lingkup UAD harus memiliki nilai manfaat secara akademik, secara ekonomi dan sosial baik bagi masyarakat kampus dan masyarakat luas. Kini UAD sedang menjajaki pula pengembangan unit bisnis pada jenis industri manufaktur.

Pengelolaan *holding company* dilakukan secara mandiri oleh kalangan profesional yang berasal baik dari UAD dan atau dari unsur yayasan. Namun tetap berada dalam pengawasan dan bertanggungjawab kepada pimpinan

UAD melalui wakil rektor dua. Perusahaan-perusahaan itu memiliki karyawan secara mandiri, dan berkantor ada yang di lingkungan kampus, ada pula yang di lokasi usahanya.

Perusahaan yang bergerak pada bidang kalibrasi, mengalami kemajuan yang pesat. Hal ini karena bidang ini termasuk langka namun dibutuhkan berbagai industri dan terkait pula dengan keahlian dan keilmuan yang dikembangkan oleh salah satu fakultas di UAD. PT Adi Multi Kalibrasi telah memiliki cabang di beberapa kota di beberapa provinsi.

Paparan diatas, menunjukkan bahwa pengembangan PTKI entrepreneur membutuhkan inisiasi-inisiasi dan dukungan nyata dari pimpinan PTKI, baik pada tataran konseptual, arsitektur, aspek legal maupun aspek empirik bercermin dari PTKI yang telah maju dalam pengembangan unit-unit bisnisnya.

Model Pengembangan Kewirausahaan Kolaborasi Islam Berbasis *Online*

Bagian ini secara khusus, mengedepankan model pengembangan kewirausahaan kolaborasi Islam berbasis *online*, sebagai gagasan, dan inisiasi yang sedang dipraktikkan. Secara sosiologi sebenarnya kewirausahaan kolaborasi Islam sudah lama dijalankan di Indonesia. Sistem maro (garap separuh, bagi separuh); Sistem mertelu (bagi tiga garapan, bagi tiga hasil); Sistem mrapat (bagi empat garapan, bagi empat hasil).

Kewirausahaan kolaborasi Islam atau "Syirkah", merupakan *partnership* antara dua belah pihak atau lebih dalam satu proyek, masing – masing pihak berhak atas segala keuntungan dan bertanggung jawab atas usaha yang dijalankan dengan baik dalam kondisi yang menguntungkan atau sebaliknya. Pengembangan Kewirausahaan Kolaborasi Islam bisa diterapkan di semua sektor. Pada sektor Agrobisnis bisa dikembangkan dengan nama "Syirkah Agro". Pada sektor perikanan dan kelautan bisa dikembangkan dengan nama "Syirkah Mina".

Pada perkembangan maraknya bisnis online seperti saat ini, kewirausahaankolaborasiIslam menjadi alternatif yang paling tepat untuk dikembangkan di kalangan mahasiswa. Belanja *online* atau yang lebih sering dikenal *online shop* sudah tidak asing lagi di kalangan mahasiswa. Mahasiswa sekarang lebih memilih belanja *online* dibanding belanja langsung ke tempat tempat perbelanjaan. Dengan teknologi yang semakin hari semakin modern, mahasiswa dapat dengan mudah membeli barang yang diinginkan melalui *online shop* via bbm, instagram, line, dan media sosial lainnya.

Dengan *online shop* waktu belanja tidak tersita. Pelanggan tidak perlu mendatangi toko, namun hanya cukup melihat barang yang sudah diberi harga dan sudah saling memiliki kesepakatan antara kedua belah pihak. Perkembangan *online shop* memicu banyaknya peluang untuk membuka wirausaha bagi mahasiswa.

Bisnis *online* merupakan bisnis yang bersifat *mobile* dalam melakukan bisnis. Dapat diakses kapan dan dari mana pun. Pembeli dapat memesan produk atau barang dengan menggunakan media seperti *Smartphone*, laptop, notebook dan komputer.

Bisnis *online* terdiri dari 2 kata yakni Bisnis dan *online*. Bisnis adalah suatu usaha atau aktivitas yang dilakukan oleh kelompok maupun individu, untuk mendapatkan laba/keuntungan dengan cara memproduksi produk maupun jasanya untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Sedangkan kata *online* menurut kamus adalah suatu kegiatan yang terhubung melalui jaringan

komputer yang dapat diakses melalui jaringan komputer lainnya.

Secara etimologi, bisnis berarti keadaan seseorang atau sekelompok orang melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata “bisnis” sendiri memiliki tiga penggunaan, tergantung skopnya — penggunaan singular kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan. Penggunaan yang lebih luas dapat merujuk pada sektor pasar tertentu, misalnya “bisnis pertelevisian.”

Penggunaan yang paling luas merujuk pada seluruh aktivitas yang dilakukan oleh komunitas penyedia barang dan jasa. Meskipun demikian, definisi “bisnis” yang tepat masih menjadi bahan perdebatan hingga saat ini. Fenomena berkembangnya tren belanja secara online sekarang ini diperkuat dengan adanya survei yang dilakukan oleh Nielsen.

Menurut survei global yang dilakukan Nielsen, lebih dari 85% populasi pengguna internet, pernah melakukan proses pembelian secara online. Di Indonesia, setengah dari pembeli *online* menggunakan Facebook (50 persen) dan jejaring sosial lainnya (49,2 persen) untuk membeli barang, mulai produk fashion, elektronik, buku, hingga peralatan rumah tangga.

Berikut ini alasan-alasan bisnis *online* menjadi pilihan mahasiswa untuk menjadi entrepreneur:

1. Tidak memerlukan toko yang bersifat fisik. Cukup dengan *domain* yang komersil dan biaya *hosting* yang

relatif lebih terjangkau.

2. Bahkan tanpa karyawan.
3. Bebas dari kendala cuaca.
4. Jangkauan pemasaran tidak terbatas oleh ruang dan waktu.
5. Bisnis buka 24 jam tanpa ada istilah tutup.
6. Mahasiswa tidak harus bekerja *full time* karena semuanya serba bisa dibuat secara otomatis. Hanya saja perlu penangan secara manual. Bahkan saat tidur atau berlibur pun transaksi dapat dijalankan tanpa mengganggu aktivitas.
7. Tidak perlu meninggalkan utama sebagai mahasiswa namun berpeluang mendapatkan penghasilan.

Dari uraian di atas digagas mengembangkan model pembelajaran kewirausahaan kolaboratif Islam (*Islamic Collaboratif Entrepreneurship*) bagi kalangan mahasiswa PTKI.

Kendala Pengembangan

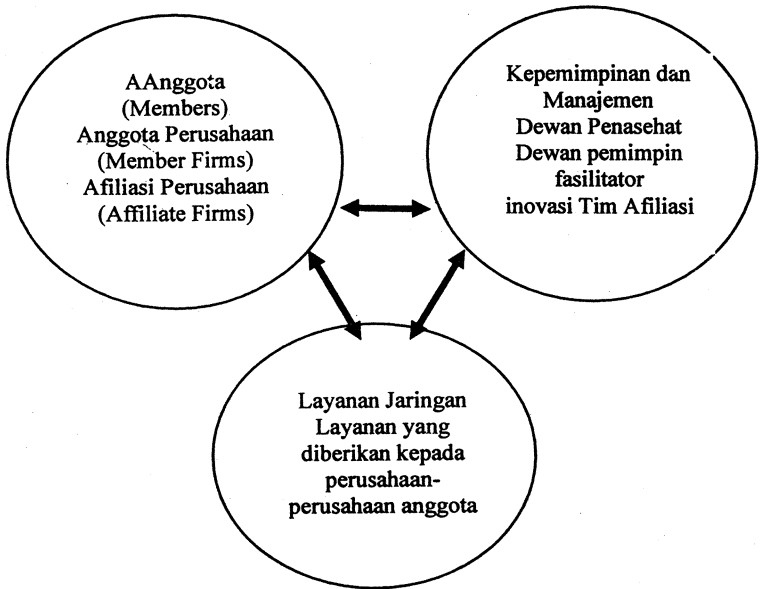
1. Hal yang paling menjadikan kendala menjalankan bisnis online di kalangan mahasiswa adalah “waktu” karena waktu-lah hampir sebagian besar mahasiswa akan gagal melanjutkan bisnis online.
2. Ketidak-fokusan karena masih bingung mau memilih bisnis apa yang akan ditekuni. Hal ini kebanyakan menjadi masalah utama para pebisnis karena bagi mahasiswa semua bisnis online sama-sama tidak tahu prospek kedepannya. Proses ingin tahu untuk setiap bisnis online inilah yang menyita banyak waktu, maka

perlu bekerja sama dengan pebisnis online yang sudah jalan dan berpengalaman untuk mempercepat proses pemilihan usaha yang ingin ditekuni.

3. Kendala sulitnya membangun "*Trust*". Untuk membangun *Trust* konsumen tentu perlu dukungan dari perusahaan atau lembaga bisnis lain yang memungkinkan menjadi penjamin bertransaksi. Bagi mahasiswa tentu hal ini menjadi kendala yang utama. Dalam konteks ini, untuk meyakinkan konsumen anda dapat mencantumkan alamat lengkap dan contact person yg bisa dihubungi konsumen baik melalui chat, telepon ataupun sms. Selanjutnya, menjaga kualitas produk yg ditawarkan. Serta lengkapi gambar produk dengan keterangan pendukung, misalnya saja jenis bahan yg digunakan, harga produk, tipe produk, ukuran produk, dll. Sehingga konsumen benar-benar memperoleh informasi secara detail. Support kerjasama menjadi cara strategis untuk membantu suksesnya mahasiswa berbisnis online.
4. Persaingan bisnis online sangat tinggi. Kemajuan teknologi, mendukung sebagian besar orang memasarkan produknya melalui internet. Jadi dapat dipastikan persaingannya pun menjadi sangat ketat, contohnya peluang bisnis toko online, reseller produk, atau affiliate yg sudah dijalankan ribuan orang di berbagai negara. Dalam konteks ini, mahasiswa kesulitan untuk mendapatkan supplier yang menawarkan produk yg memiliki keunikan tersendiri.

5. Kegiatan untuk melakukan promosi yang agresif kesulitan dilakukan oleh mahasiswa jika dilakukan sendirian, karena memerlukan sumberdaya yang besar. Kegiatan promosi bisnis online seperti optimasi dari jasa SEO, memberikan konten gratis pada konsumen, memasang iklan baris atau baner di website/blog terkenal, bergabung dgn forum bisnis online, atau bisa juga dgn memasarkannya secara offline, kesulitan dilakukan.
6. Melakukan transaksi ataupun pemasaran secara online, otomatis kendala ini dapat saja terjadi, yakni koneksi internet. Bagi pelaku bisnis yang tinggal di pinggiran kota, mungkin koneksi internet bukan menjadi kendala. Namun bagi rekan-rekan yg tinggal di daerah pinggiran, koneksi internet masih sangat terbatas.
7. Keterbatasan pengetahuan tentang bisnis online menyebabkan banyaknya orang yg ikut-ikutan menjalankan bisnis affiliate atau membuka toko online, namun tanpa mengetahui apa saja yg harus dilakukan untuk menunjang kesuksesan bisnisnya. Sehingga bisnis online yg dijalankannya juga tidak menunjukkan hasil yang optimal. Dalam hal ini, untuk menambah pengetahuan, perlan dosen entrepreneurship disini diperlukan, untuk meningkatkan kapabilitas pengetahuan dalam bisnis online. Binis online memerlukan kewirausahaan kolaboratif.

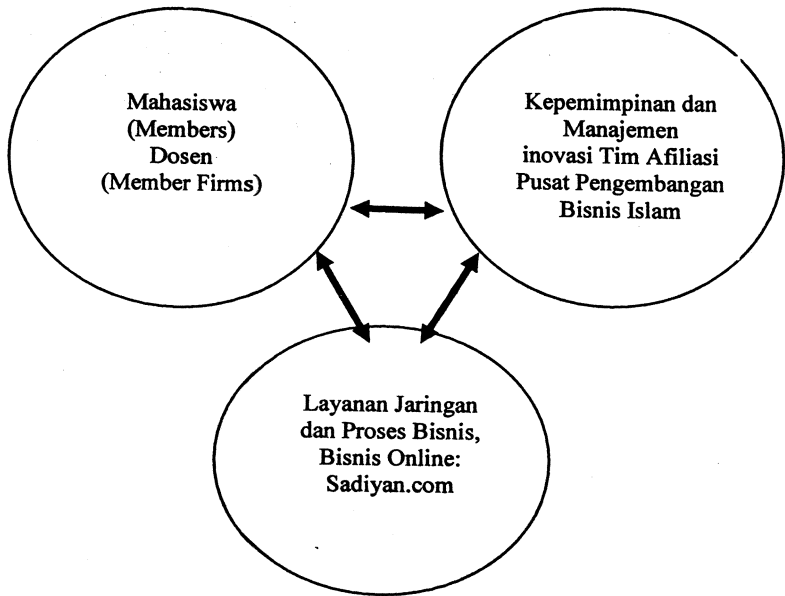
Figure 1
Collaborative Entrepreneurship Model



Source: Miles, Snow and Miles (2000)

Mengadopsi teori dasarnya model *Collaborative Entrepreneurship* dari Miles, Snow and Miles (2000) dikembangkan untuk model kewirausahaan kolaboratif bisnis online bagi mahasiswa sebagai berikut:

Figure 2
**Collaborative Entrepreneurship Student Online
Business Model**



Kewirausahaan Kolaboratif

Islam memang tidak memberikan penjelasan secara eksplisit terkait konsep tentang kewirausahaan (*entrepreneurship*), namun di antara keduanya mempunyai kaitan yang cukup erat; memiliki ruh atau jiwa yang sangat dekat, meskipun bahasa teknis yang digunakan berbeda.

Dalam Islam digunakan istilah kerja keras, kemandirian (*biyadihi*), dan tidak cengeng. Setidaknya terdapat beberapa ayat al-Qur'an maupun Hadis yang dapat menjadi rujukan pesan tentang semangat kerja keras dan

kemandirian ini, seperti; "Amal yang paling baik adalah pekerjaan yang dilakukan dengan cucuran keringatnya sendiri, *'amalurrajuli biyadihi* (HR.Abu Dawud);

"Tangan di atas lebih baik dari tangan di bawah"; "al yad al-'ulya khairun min al-yad al-sufla" (HR.Bukhari dan Muslim). Dengan bahasa yang sangat simbolik ini Nabi mendorong umatnya untuk kerja keras supaya memiliki kekayaan, sehingga dapat memberikan sesuatu pada orang lain—*waatuzzakah-*. (Q.S. Nisa,4 : 77). *"Manusia harus membayar zakat (Allah mewajibkan manusia untuk bekerja keras agar kaya dan dapat menjalankan kewajiban membayar zakat)"*.

Dalam sebuah ayat lain ditegaskan, "Bekerjalah kamu, maka Allah dan orang-orang yang beriman akan melihat pekerjaan kamu" (Q.S. *at-Taubah*,9: 105). "Apabila shalat telah ditunaikan maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia (rizki) Allah". (Q.S. *al-Jumu'ah*,62 : 10). Bahkan sabda Nabi, *"Sesungguhnya bekerja mencari rizki yang halal itu merupakan kewajiban setelah ibadah fardlu"* (HR. *Tabrani dan Baihaqi*).

Nash-nash itu jelas memberikan isyarat agar manusia bekerja keras dan hidup mandiri. Bekerja keras merupakan esensi dari kewirausahaan. Prinsip kerja keras, menurut Wafiduddin, adalah suatu langkah nyata yang dapat menghasilkan kesuksesan (*rezeki*), tetapi harus melalui proses yang penuh dengan tantangan (*reziko*). Dengan kata lain, orang yang berani melewati resiko akan memperoleh peluang rizki yang besar. Kata rizki memiliki makna bersayap, rezeki sekaligus reziko (baca; resiko).

Dalam sejarahnya Nabi Muhammad, istrinya dan sebagian besar sahabatnya adalah para pedagang dan

entrepreneurmancanegara yang pawai. Beliau adalah praktisi ekonomi dan sosok tauladan bagi umat. Oleh karena itu, sebenarnya tidaklah asing jika dikatakan bahwa mental *entrepreneurship* inheren dengan jiwa umat Islam itu sendiri. Bukanlah Islam adalah agama kaum pedagang, disebarkan ke seluruh dunia setidaknya sampai abad ke-13 M, oleh para pedagang muslim.

Dari aktivitas perdagangan yang dilakukan, Nabi dan sebagian besar sahabat telah merubah pandangan dunia bahwa kemuliaan seseorang bukan terletak pada kebangsawanan darah, tidak pula pada jabatan yang tinggi, atau uang yang banyak, melainkan pada pekerjaan.

Oleh karena itu, Nabi juga bersabda "*Innallaha yuhibbul muhtarif*" (sesungguhnya Allah sangat mencintai orang yang bekerja untuk mendapatkan penghasilan). Umar Ibnu Khattab mengatakan sebaliknya bahwa, "*Aku benci salah seorang di antara kalian yang tidak mau bekerja, menyangkut urusan dunia.*"

Keberadaan Islam di Indonesia juga disebarluaskan oleh para pedagang. Di samping menyebarkan ilmu agama, para pedagang ini juga mewariskan keahlian berdagang khususnya kepada masyarakat pesisir. Di wilayah Pantura, misalnya, sebagian besar masyarakatnya memiliki basis keagamaan yang kuat, kegiatan mengaji dan berbisnis sudah menjadi satu istilah yang sangat akrab dan menyatu sehingga muncul istilah yang sangat terkenal *jigang* (ngaji dan dagang).

Sejarah juga mencatat sejumlah tokoh Islam terkenal yang juga sebagai pengusaha tangguh, Abdul Ghani Aziz,

Agus Dasaad, Djohan Soetan, Perpatih, Jhohan Soelaiman, Haji Samarhudi, Haji Syamsuddin, Niti Semito, dan Rahman Tamin.

Gambaran di atas, menjadi bukti nyata bahwa etos bisnis yang dimiliki oleh umat Islam sangatlah tinggi. Islam dan berdagang ibarat dua sisi dari satu keping mata uang. Benarlah apa yang disabdakan oleh Nabi, *"Hendaklah kamu berdagang karena di dalamnya terdapat 90 persen pintu rizki"* (HR. Ahmad).

Berwirausaha mendapat tempat terhormat dalam ajaran Islam, seperti disabdakan Rasul: *"Mata pencarian apakah yang paling baik, Ya Rasulullah?"* Jawab beliau: *Ialah seseorang yang bekerja dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang bersih.*" (HR. Al-Bazzar).

Dalam QS.Al-Baqarah,2: 275 dijelaskan bahwa Allah SWT, telah menghalalkan kegiatan jual beli dan mengharamkan riba. Kegiatan riba ini sangat merugikan karena membuat kegiatan perdagangan tidak berkembang. Hal ini disebabkan karena uang dan modal hanya berputar pada satu pihak saja yang akhirnya dapat mengeksploitasi masyarakat yang terdesak kebutuhan hidup.

Perilaku Terpuji dalam Berwirausaha. Menurut Imam Ghazali, ada 6 sifat perilaku yang terpuji dalam perdagangan, yaitu:

Pertama, tidak mengambil laba lebih banyak. Membayar harga yang sedikit lebih mahal kepada pedagang yang miskin. Memurahkan harga dan memberi potongan kepada pembeli yang miskin sehingga akan melipatgandakan pahala. Bila membayar hutang, maka bayarlah lebih cepat

dari waktu yang telah ditetapkan. Membatalkan jual beli bila pihak pembeli menginginkannya. Bila menjual bahan pangan kepada orang miskin secara cicilan, maka jangan ditagih apabila orang tersebut tidak mampu membayarnya dan membebaskan ia dari hutang apabila meninggal dunia.

Kedua, Manajemen Utang Piutang. Hutang ini sudah melekat pada kehidupan masyarakat kita. Dosa hutang tidak akan hilang apabila tidak dibayarkan. Bahkan orang yang mati syahidpun dosa utangnya tidak berampun. Jadi jika seseorang meninggal, maka ahli warisnya wajib melunasi hutang tersebut. Tapi jika orang tersebut telah berusaha membayarnya, tetapi memang betul-betul tidak mampu, dan ia kemudian meninggal dunia, maka Rasul saw menjadi penjaminnya. Seperti dalam hadis berikut: *"Barang siapa dari umatku yang punya hutang, kemudian ia berusaha keras untuk membayarnya, lalu ia meninggal dunia sebelum lunas hutangnya, maka aku sebagai walinya."* (HR. Ahmad).

Ketiga, Demonstration Effect atau pamer kekayaan akan dapat mengundang kecemburuan sosial, orang lain menjadi iri, mengundang pencuri/perampok, membuat modal masyarakat menjadi beku dan membuat masyarakat tidak produktif. Nabi saw menganjurkan agar kita menggunakan uang untuk kepentingan yang di ridhai Allah, terutama untuk tujuan pengembangan produktivitas yang digunakan untuk kepentingan umat.

Dalam sebuah hadis disebutkan: *"Barang siapa mengurus anak yatim yang mempunyai harta, maka hendaklah ia memperdagangkan harta ini untuknya, jangan biarkan harta*

itu habis termakan sedekah (zakat).” (HR. At-Tarmidzi dan Ad-Daruquthni).

Dalam hadis tersebut dapat disimpulkan bahwa apabila kita memiliki modal, maka janganlah disimpan begitu saja, tetapi harus digunakan untuk sesuatu yang menghasilkan.

Keempat, Membina Tenaga Kerja Bawahan. Hubungan antara pengusaha dan pekerja harus dilandasi oleh rasa kasih sayang, saling membutuhkan, dan tolong menolong. Hal ini dapat dilihat dari hubungan dalam bidang pekerjaan.

Pengusaha menyediakan lapangan kerja dan pekerja menerima rezeki berupa upah dari pengusaha. Pekerja menyediakan tenaga dan kemampuannya untuk membantu pengusaha untuk menyelesaikan pekerjaan yang diperintahkan. Majikan mempunyai hak untuk memerintah bawahan dan mendapat keuntungan. Majikan juga memiliki kewajiban yaitu membayar upah karyawan sesegera mungkin dan melindungi karyawannya. Seperti dalam hadist berikut: *“Berikanlah kepada karyawanmu upahnya sebelum kering keringatnya.” (HR. Ibnu Majah).*

Kolaborasi dalam Bisnis Islam

- a. *Syirkah Abdan.* *Syirkah abdan* (syirkah fisik)/*syirkah a’ mal* (syirkah kerja)/ *syirkah shanaa’i* (syirkah para tukang)/ *syirkah taqabbul* (syirkah penerimaan). Merupakan bentuk syirkah antara dua pihak atau lebih dari kalangan pekerja/profesional dimana mereka sepakat untuk bekerja sama mengerjakan suatu pekerjaan dan berbagi

penghasilan yang diterima. Contoh: kerjasama antara para akuntan, dokter, ahli hukum, tukang jahit, tukang bangunan dan lainnya.

- b. *Syirkah Wujuh*. Adalah kerjasama antara dua pihak di mana masing-masing pihak sama sekali tidak menyertakan modal. Mereka menjalankan usahanya berdasarkan kepercayaan pihak ketiga. Setiap mitra menyumbangkan nama baik, reputasi, creditworthiness, tanpa menyertakan modal.
- c. *Syirkah 'inan*. Adalah sebuah persekutuan di mana posisi dan komposisi pihak-pihak yang terlibat di dalamnya adalah tidak sama, baik dalam hal modal maupun pekerjaan. setiap mitra bertindak sebagai agen untuk kepentingan pihak lain (mutual agency), karena tindakan yang dilakukan atas nama mitra lain harus berdasarkan pengakuan hukum.
- d. *Syirkah mufawwadhah*. Sebuah persekutuan di mana posisi dan komposisi pihak-pihak yang terlibat di dalamnya harus sama, baik dalam hal modal, pekerjaan, agama, keuntungan maupun resiko kerugian. Bentuk syirkah ini mirip seperti firma, namun dalam firma jumlah modal yang disetorkan tidak harus sama

Model Bisnis Online

Amazon. Com merupakan salah satu model bisnis yang terdapat dalam dunia maya atau internet. Merupakan bisnis online yang terbesar di dunia maya. Berawal dari sebuah toko buku , menjadi semakin berkembang dengan menjual macam-macam produk seperti CD , DVD, CD

musik ,permainan, software, pakaian hingga makanan. Didirikan tahun 1994 oleh Jeffrey P Bezos.Ada beberapa fasilitas dalam **Amazon.com**:

- Riview dan informasi rating dari buku yang akan dijual.
- Search Engine untuk mencari buku yang akan dijual.
- Cukup sekali klik untuk membeli buku yang diinginkan.

Menawarkan harga 50% lebih murah, karena Amazon tidak perlu membayar pajak showrom.Amazon mengurangi biaya produksi dengan cara mengurangi uang diam , yaitu mengurangi stok buku, amazon sengaja mengurangi uang diam pada stok buku di gudang.Untuk bergabung dalam bisnis Amazon, seseorang harus menjadi *affiliate* Amazon, *Afiliate* adalah makelar atau perantara menjual barang dagangan dari toko online **Amazon.com** kepada pembeli. Dengan menjadi Affiliate seseorang akan mendapat komisi sekitar 15% dari harga produk. Hal yang penting bisnis online lewat Amazon.com adalah menentukan produk yang bisa dibeli berkali-kali oleh pengunjung. Biasanya yang sering dibeli berkali-kali adalah berupa fesion, dan lain-lain. Selanjutnya adalah menentukan banyaknya produk yang dijual dalam situs web bisnis online.

Dalam hal ini jangan memilih satu produk tetapi harus banyak pilihan namun jangan diluar dari tema. Terlebih dahulu menentukan tema spesifik produk. Bisnis online lewat Amazon.com sangat cocok untuk dijadikan toko online dengan modal rendah. Karena biaya pendaftaran yang gratis dan tidak ada pembelian produk.

Alibaba.com

Setidaknya ada 5 strategi bisnis yang dijalankan oleh Alibaba.com, berikut adalah penjabarannya:

1. Trust

Alibaba merancang program sistem integritas dengan membangun tingkat kepercayaan baik sebagai produsen maupun pengusaha. Mekanisme untuk membangun tingkat kepercayaan itu dikenal dengan program "*China TrustPass Membership*". Untuk bisa menjadi anggota Alibaba.com, mereka harus menyediakan kartu identitas dan informasi bank. Selanjutnya Alibaba.com akan mengelola online trust rating untuk membangun tingkat keyakinan dan kredibilitas dengan potensial pembeli. Dengan program Trust ini, kecenderungan transaksi antara penjual dengan pembeli melalui situs Alibaba.com menjadi semakin baik, meningkat dan berkembang.

2. Market

Berdasarkan Neha Garg peneliti dari universitas science dan teknologi (2016) menyebutkan bahwa perjalanan Alibaba group dimulai tahun 1999 pada saat meluncurkan marketplace online yang pertama bernama "Alibaba Online" B2B portal yang menghubungkan antara manufaktur manufaktur Cina dengan pembeli diluar. Alibaba terus mengembangkan pasar dengan diluncurkannya Taobao pada bulan Mei 2003 sebagai portal e-commerce untuk konsumen. Taobao langsung merupakan kompetitor utama eBay dengan jasa sistim pembayarannya

yang bernama Alipay.com. Pada tahun 2005, Alibaba terus melakukan ekspansi pasar, bekerja sama dengan Yahoo, dan kemudian mengambil alih semua pasar Yahoo di Cina. Tahun 2007, Alibaba sukses melakukan listing di Hongkong Stock Exchange dan kemudian pada tahun 2008 meluncurkan portal Tmall (Taobao Mall) dengan model bisnis C2C. Alibaba terus melakukan ekspansi market place dengan meluncurkan Alibaba.com pada bulan Juli 2011 dengan mengembangkan sistem teknologi mobile. Puncaknya adalah IPO yang pertama perusahaan Alibaba group senilai USD 25 Juta, menjadikan Jack Ma sebagai orang paling kaya di Cina. Setelah itu Alibaba mulai melakukan pengambil alihan banyak perusahaan teknologi di Cina. Dari ide sederhana, kemudian Alibaba berubah menjadi perusahaan bisnis raksasa yang terus menggeliat.

3. Search

Pada bulan Agustus 2005 Alibaba melakukan partnership strategic dengan Yahoo yang kemudian menjadikan Alibaba sebagai perusahaan internet terbesar di Cina. Seperti halnya perusahaan google sebagai perusahaan Search Engine terbesar, Yahoo Alibaba menerima transaksi dan aktivitas Searching dengan mesin search engine-nya hampir 130 juta search dari seluruh dunia. Langkah untuk bekerja sama dengan Yahoo, kemudian menjadi penguasa penuh perusahaan search engine, merupakan salah satu langkah strategi jitu yang dilakukan Alibaba sehingga menjadi salah satu perusahaan e-Commerce terbesar saat ini.

4. Payment

Sistem pembayaran yang belum dapat dipercaya di bisnis e-commerce merupakan isu yang besar dan sensitif. Untuk itu-lah Alibaba.com membuat sistem pembayaran pihak ke-3 bernama Alipay.com. Tugas utama dari Alipay adalah sistim pendanaan dan pembayaran antara pihak pihak yang melakukan transaksi. Alipay.com kemudian melakukan kerja sama dengan beberapa bank di Cina, seperti Industrial & Commercial Bank, China Construction Bank, dan beberapa bank besar lainnya. Kerja sama juga dilakukan dengan Visa internasional. Dengan demikian sistem pembayaran Alipay.com menjadi sangat dapat dipercaya. Pada gilirannya penyediaan sistem pembayaran yang baik dan terpecaya dapat menggenjot volume transaksi dan terus bertumbuh.

5. Tools

Pada bulan Januari 2007 Alibaba.com mendirikan Alisoft.com untuk meningkatkan tingkat manajemen Usaha Kecil Menengah (UKM). Alisoft.com kemudian menawarkan SaaS (Software as a Service) sebagai salah satu model yang banyak digunakan untuk menyediakan siklus hidup dari jasa software yang dapat memenuhi kebutuhan manajemen grup perusahaan dan e-Commerce. Pada bulan Agustus 2008, Alibaba.com mengumumkan launching services baru untuk bisa eksport ke Cina, sistem ini membuat Usaha Kecil Menengah (UKM) dari luar menjual langsung ke pembeli di Cina.

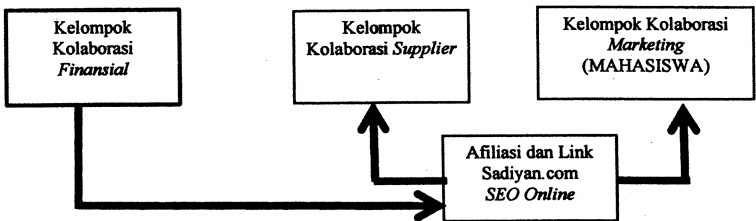
Kelima strategi seperti yang dijabarkan di atas pada gilirannya memberikan *value added e-market* buat ekspansi

bisnis perusahaan Alibaba Group.

Kewirausahaan Kolaboratif Islam *Online*

Pengembangan model kewirausahaan kolaboratif Islam mengadopsi dan mengembangkan dari kombinasi campuran dari model bisnis online Amazon.com dan Alibaba.com. selanjutnya model tersebut secara sederhana dijelaskan dalam figure 3 sebagai berikut:

Figure 3
Pengembangan Kewirausahaan Kolaborasi Islam *Online*



Keterangan:

1. Kelompok kolaborasi Marketing dilakukan oleh Mahasiswa IAIN Surakarta. Setiap satu grup bisnis terdiri dari 5 orang mahasiswa. Mereka dibuatkan Toko *online* dalam jaringan sadiyan.com.
2. Sadiyan.com bertugas menyediakan barang dagangan, menerima order dan mengirimkan barang pesanan. Mahasiswa tidak kesulitan menjalankan usaha ini karena tidak terlibat pengadaan dan pengiriman pesanan.
3. Sadiyan.com berfungsi juga mengkolaborasikan jaringan supplier dan membina agar profesionalitas supplier

4. Pendekatan kerjasama ini dikembangkan berdasarkan pola Islam yaitu *shirkah*. Inilah mengapa dinamakan Kewirausahaan Kolaboratif Islam.

Demikian model bisnis *online* dalam kerangka pengembangan model pembelajaran kewirausahaan kolaborasi Islami berbasis online bagi mahasiswa. Kegiatan bisnis online ini dapat digerakkan, karena semua dikolaborasikan sesuai dengan kemampuan masing-masing kelompok.

Buku ini telah menjelaskan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak terbatas pada dunia bisnis dalam pengertian yang sempit, melainkan menjangkau bidang-bidang lain, seperti pendidikan, keagamaan, politik, kebudayaan dan teknologi.

Pembahasan mengenai sejarah dan konteks penerapan konsep kewirausahaan serta bagaimana pendidikan kewirausahaan dapat dilaksanakan menunjukkan pola relasi antara pendidikan kewirausahaan dengan bidang-bidang lainnya. Pendidikan kewirausahaan dapat dirancang sesuai dengan konteks dan jenjang pendidikan, mulai tingkat dasar hingga pendidikan tinggi. Model pendidikan kewirausahaan yang dapat diterapkan di PTKI adalah model integratif yaitu pendidikan kewirausahaan yang menerapkan proporsi 50:50. 50% berisi konsepsi teoritik kewirausahaan dan 50% praktik dan pendampingan kewirausahaan.

Pendidikan kewirausahaan secara khusus berfungsi sebagai pelengkap (*complementary*) dan sebagai pemberdaya (*enabler*) bagi *life skill* mahasiswa. Oleh sebab itu, tidak ada hambatan konseptual, metodologis maupun aspek kebijakan bagi penerapan pendidikan kewirausahaan dalam konteks pendidikan di Perguruan Tinggi Agama Islam.

Islam sesungguhnya telah memiliki dasar-dasar kewirausahaan dan beberapa PTKI sesungguhnya telah memiliki pengalaman dalam penerapan pendidikan kewirausahaan. Tetapi PTKI pada umumnya masih mengalami hambatan kelembagaan dan kemampuan strategis maupun teknis dalam membangun tradisi dan kelembagaan yang ada dapat mengembangkan pendidikan kewirausahaan secara integral sesuai kebutuhan masyarakat dan bangsa.

Model pendidikan kewirausahaan di PTKI masih terbatas pada kuliah klasikal dan bersifat teoritis. Demikian pula materi-materi pendidikan kewirausahaan yang ada di dalamnya masih berorientasi tekstual dan belum dibingkai dengan inovasi-inovasi kreatif sehingga bisa menghasilkan produk dan desain yang baru. Buku ini menjadi penting dan strategis mendorong rancang bangun pendidikan kewirausahaan di PTKI dan pengembangan unit-unit bisnis dalam format yang cukup ideal.

Kajian ini juga menghasilkan suatu rancang bangun pendidikan kewirausahaan yang dipandang cocok untuk diterapkan di lingkungan PTKI. Isi buku ini dapat diterapkan baik pada proses pendidikan dan pengajaran maupun dalam membangun kapasitas kelembagaan PTKI yang *aware* terhadap pengembangan kewirausahaan secara

integral.

Aspek lingkungan kampus PTKI harus diarahkan pada penciptaan lingkungan dan kultur yang kondusif bagi eksperimen dan pengembangan kreativitas kewirausahaan, merupakan bagian penting bagi pengembangan pendidikan kewirausahaan integratif.

Tawaran arsitektur pengembangan PTKI *entreprenuer* berbasis model bisnis ala PTKI (baca model bisnis Islam) dan praktik pengembangan kewirausahaan kolaboratif Islami berbasis *online* dapat dipertimbangkan sebagai *prototype* pengembangan dan implementasi.

Buku ini menggarisbawahi beberapa hal meliputi kebijakan dan program sebagai berikut: *Pertama*, strateginya melaksanakan kegiatan bersama antar PTKI negeri dan swasta dalam perancangan arsitektur PTKI *entrepreneur*.

Kedua, pentingnya penyelenggaraan pertemuan pimpinan PTKIN/PTKIS untuk perumusan arsitektur pengembangan dan *road map* PTKI *entrepreneur* dalam berbagai bidang usaha, baik oleh PTKI Negeri yang sudah BLU, PTKI Negeri non BLU (PNBP) maupun PTKI swasta, terutama yang telah memiliki badan-badan usaha.

Ketiga, memfasilitasi forum dan atau asosiasi unit-unit bisnis di bawah PTKI guna pembentukan jejaring unit-unit bisnisnya. *Keempat*, memilih beberapa PTKIN/PTKIS untuk melaksanakan pengembangan unit-unit bisnis sesuai potensi pangsa pasar yang dimiliki, dengan dukungan kebijakan dari Kementerian Agama dan Kementerian Keuangan.

Semoga buku ini menjadi lokomotif bagi pengembangan pendidikan kewirausahaan dan pengembangan unit-unit bisnis di PTKI, sebagai ikhtiar terciptanya PTKI yang unggul, mandiri dan berdaya saing tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham L. Udovitch. *Profit and Partnership in Medieval Islam*. Kerjasama Syari'ah dan Bagi Untung-Rugi dalam Sejarah Islam Abad Pertengahan. Qubah, Kediri 2008
- Az Zuhaili, Wahbah. *Al Fiqhul Islami wa Adillatuhu Juz II*. Darul Fikr. Damaskus. 1996
- Ibnu Katsir. *Tafsir al Qur'an Al Azhim Juz II*. Darul Ma'rifah. Beirut. Cetakan III. 1989
- Buchari Alma, *Kewirausahaan*, Penerbit CV Alfabeta. Bandung, 2002.
- Brad Hughes, *The Entrepreneur Codes*, Jakarta: Prestasi Pustaka, 2008.
- Eugene F Brigham, *Foundations of Financial Management*, San Diego: Dryden Press
- Gitosudarmo, I. *Manajemen Operasi edisi pertama*. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta. 1999
- Hisrich Robert D. Peters, M.P *Entrepreneurship* Irwin, Chicago, 1995.
- Hermawan Kertajaya, *Siasat Bisnis*, Gramedia Jakarta 2000
- Inwood, D dan Jean Hammond, *Pengembangan produk*. PT Pustaka Binaman Pressindo, 1995

- Kasmir, *Kewirausahaan*, Rajawali Press, Jakarta: 2006.
- Michael Miller, *Business Plan*, Prenada Media Group, Jakarta, 2002.
- R Lukman Fauroni, *Model Bisnis Ala Pesantren, Filsafat Bisnis Ukhuwah Menembus Hypermarket Memberdayakan Ekonomi Umat*, Yogyakarta, Kaukaba-Bisyar consulting, 2014.
- Robert Ashton, *Berwiraswasta itu Mudah 1000 Tips untuk Memulai dan Menumbuhkembangkan Bisnis Anda*, Jakarta: Gramedia 2004.
- Snow, C., R. E. Miles, and H. J. Coleman. "Managing 21st Century Organizations." *Organizational Dynamics*: 5-20, 2002.
- Wiratmo, M. *Pengantar Kewirausahaan Kerangka Dasar Memasuki Dunia Bisnis edisi pertama*. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta. 2001. Ulwan, Abdullah Nasih. *Hukum Zakat Dalam Pandangan Empat Mazhab*. Litera Antar Nusa. Jakarta. 1985
- Usman, Muhliah. *Kaidah-Kaidah Ushuliyah dan Fiqhiyah*. RajaGrafindo Perkasa. Jakarta. cetakan I. 1996
- Yunus, Mahmud. *Al Fiqhul Wadhih Juz II*. Maktabah As Sa'diyah Putra. Padang. 1936
- Yuniarsih, Tjutju (1998) *Manajemen Organisasi*, IKIP Bandung Press, Bandung
- Zimmerer, Thomas W. Norman Scarborough (1996), *Entrepreneurship, The New Venture Formation*, Prentice Hall International, Inc

www.alibaba.com

www.amazon.com

Tim Penulis

- Dr. R Lukman Fauroni, M.Ag, Dosen IAIN Surakarta, alumni program Doktor Ekonomi Islam UIN Sunan Kalijaga tahun 2013, memiliki minat pengembangan ekonomi Islam untuk pemberdayaan umat. Penulis buku, *Menggerakkan Ekonomi Islam dari Pesantren*, 2005, *Epistemologi dan Metodologi Ilmu Ekonomi Islam*, 2013, *Model Bisnis ala Pesantren Filsafat Bisnis Ukhuwah Menembus Hypermarket Memberdayakan Ekonomi Umat*, 2014.
- Dr. Munawar Ahmad, MA, Dosen UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, peneliti. Memiliki minat dalam politik ekonomi.
- Awan Kostradiharto, SE., MSI., Dosen Kewirausahaan IAIN Surakarta, menggeluti bidang Manajemen Strategik, kandidat Doktor Ilmu Manajemen STIE "Indonesia" Surabaya dengan disertasi "Model Kausalitas *People Equity*, Sumber Daya VRIN, Modal Sosial, Kapabilitas Inovasi, Dan Kinerja UKM Kerajinan Tanah Liat Kasongan Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta". Selain mengajar, aktif sebagai Master Trainer Training CEFE (*Competency based Economies through the Formation of Enterprise*) yang dikembangkan

CEFE INTERNATIONAL bersama Lembaga Kerjasama Indonesia-Jerman GTZ/GIZ RED. Juga mengantongi *Certified Professional Coach (CPC)* dari ICF (*International Coach Federation*).