

BAB III

GAMBARAN UMUM MAHASISWA YANG BERBISNIS

A. Gambaran UIN Walisongo Semarang

1. Sejarah UIN Walisongo Semarang

UIN Walisongo yang dulu bernama IAIN Walisongo secara resmi pada tanggal 6 April 1970 melalui Keputusan Menteri Agama RI (KH. M. Dachlan) No. 30 dan 31 tahun 1970. Pada awal berdirinya, Perguruan Tinggi Agama Islam ini memiliki 5 fakultas yang tersebar di berbagai kota di Jawa Tengah, yakni Fakultas Dakwah di Semarang, Fakultas Syari'ah di Bumiayu, Fakultas Syari'ah di Demak, Fakultas Ushuluddin di Kudus dan Fakultas Tarbiyah di Salatiga. Namun, ide dan upaya perintisannya telah dilakukan sejak tahun 1963, melalui pendirian fakultas-fakultas Agama Islam di beberapa daerah tersebut.

Keberadaan UIN Walisongo pada awalnya tidak dapat dipisahkan dari kebutuhan masyarakat santri di Jawa Tengah akan terselenggaranya lembaga pendidikan tinggi yang menjadi wadah pendidikan pasca pesantren. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa Jawa Tengah adalah daerah yang memiliki basis pesantren yang sangat besar.

Para pendiri UIN ini secara sadar memberi nama Walisongo karena diharapkan menjadi simbol sekaligus spirit bagi dinamika sejarah perguruan tinggi agama Islam terbesar

di Jawa Tengah ini. IAIN Walisongo terlibat dalam pergulatan meneruskan tradisi dan cita-cita Islam inklusif ala walisongo, sembari melakukan inovasi agar kehadirannya dapat secara signifikan berdaya guna bagi upaya mencerdaskan kehidupan bangsa dan secara nyata berkhidmah untuk membangun peradaban umat manusia. IAIN Walisongo bertransformasi menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo sejak 19 Desember 2014 bersamaan dengan dua UIN yang lain, yaitu UIN Palembang dan UIN Sumut.¹

2. Visi, Misi, dan Tujuan UIN Walisongo Semarang

Visi

Universitas Islam Riset Terdepan Berbasis pada Kesatuan Ilmu Pengetahuan untuk Kemanusiaan dan Peradaban pada Tahun 2038.

Misi

- a. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran IPTEKS berbasis kesatuan ilmu pengetahuan untuk menghasilkan lulusan professional dan berakhlak al-karimah;
- b. Meningkatkan kualitas penelitian untuk kepentingan Islam, ilmu dan masyarakat;
- c. Menyelenggarakan pengabdian yang bermanfaat untuk pengembangan masyarakat;
- d. Menggali, mengembangkan dan menerapkan nilai-nilai kearifan lokal;

¹ <http://walisongo.ac.id>, diakses 20 Maret 2017.

- e. Mengembangkan kerjasama dengan berbagai lembaga dalam skala regional, nasional, dan internasional;
- f. Mewujudkan tata pengelolaan kelembagaan professional berstandar internasional.

Tujuan

- a. Melahirkan lulusan yang memiliki kapasitas akademik dan profesional dengan keluhuran budi yang mampu menerapkan dan mengembangkan kesatuan ilmu pengetahuan;
- b. Mengembangkan riset dan pengabdian kepada masyarakat yang kontributif bagi peningkatan kualitas kehidupan masyarakat dalam beragama, berbangsa dan bernegara.²

3. Fakultas dan Program Studi UIN Walisongo Semarang

Terdapat berbagai program studi di UIN Walisongo Semarang yang tersebar dalam delapan fakultas berikut:³

- a. FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
 - 1) Hukum Keluarga
 - 2) Hukum Pidana dan Politik
 - 3) Hukum Ekonomi Syariah
 - 4) Ilmu Falak
 - 5) Ilmu Hukum
- b. FAKULTAS USHULUDDIN DAN HUMANIORA
 - 1) Aqidah Filsafat

² *Ibid.*

³ *Ibid.*

- 2) Tafsir Hadits
 - 3) Perbandingan Agama
 - 4) Tasawuf dan Psikoterapi
- c. FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
- 1) Pendidikan Agama Islam
 - 2) Pendidikan Bahasa Arab
 - 3) Manajemen Pendidikan Islam
 - 4) Pendidikan Bahasa Inggris
 - 5) Pendidikan Guru MI
 - 6) Pendidikan Guru RA
- d. FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
- 1) Bimbingan dan Penyuluhan Islam
 - 2) Komunikasi dan Penyiaran Islam
 - 3) Manajemen Dakwah
 - 4) Pengembangan Masyarakat Islam
- e. FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
- 1) D3 Perbankan Syariah
 - 2) Ekonomi Islam
 - 3) S1 Perbankan Syariah
 - 4) Akuntansi Syariah
- f. FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
- 1) Ilmu Politik
 - 2) Sosiologi
- g. FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
- 1) Psikologi
 - 2) Gizi

h. FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI

- 1) Pendidikan Matematika
- 2) Pendidikan Fisika
- 3) Pendidikan Kimia
- 4) Pendidikan Biologi
- 5) Biologi
- 6) Fisika
- 7) Kimia
- 8) Matematika

4. Nota Kesepahaman (MoU) UIN Walisongo Semarang di Bidang Bisnis

Adapun pihak-pihak yang terlibat dalam penandatanganan nota kesepahaman (MoU) dengan UIN Walisongo Semarang, diantaranya adalah:

- a. PT Indoguardika Cipta Kreasi Jakarta, merupakan perusahaan IT dan pengembang perangkat lunak dengan tenaga ahli profesional. Dengan adanya penandatanganan kerjasama ini, diharapkan nantinya ada mahasiswa UIN yang bisa bekerja di perusahaan tersebut.
- b. Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata (Disporara) Jawa Tengah guna mempromosikan wisata dan kuliner halal yang ada di Jawa Tengah.
- c. Pimpinan Wilayah (PW) Muhammadiyah Jawa Tengah bekerjasama di bidang Perjanjian sertifikasi pembimbing

haji Kelompok Bimbingan Haji Indonesia (KBIH) Muhammadiyah Jawa Tengah.

- d. Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) bekerjasama dalam pemanfaatan jasa dan produk UIN Walisongo beserta civitas akademiknya, apabila diperlukan.
- e. BPRS PNM BINAMA dan KJKS BAITUTTAMWIL TAMZIS guna memberikan kesempatan kepada mahasiswa magang di lembaga terkait, memberikan informasi lowongan pekerjaan, rekrutmen awal dan pemberian materi kuliah serta beasiswa untuk mahasiswa yang berprestasi dan tidak mampu.
- f. Bank Jateng Syariah, BRI Syariah, Bank Mandiri, PT Nettour Batam, PT Pos Indonesia, serta PT FIF Group (FIF Syariah) dalam memanfaatkan potensi dan peluang yang ada di kedua belah pihak.⁴

5. Data Mahasiswa UIN Walisongo Semarang

Tabel 2. Data Mahasiswa Aktif UIN Walisongo pada Semester Gasal 2016/2017

NO	FAKULTAS JURUSAN	JENIS KELAMIN		JUMLAH
		L	P	
I. FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM				
1	Hukum Keluarga	388	295	683
2	Hukum Pidana dan Politik Islam	274	189	463
3	Hukum Ekonomi Syariah	285	446	731
4	Ilmu Falak	210	160	370
5	Ilmu Hukum	81	68	149
II. FAKULTAS USHULUDDIN DAN HUMANIORA				
1	Aqidah Filsafat	134	148	282
2	Tafsir Hadits	327	341	668

⁴ <http://www.walisongo.ac.id>, diakses 17 April 2017.

3	Perbandingan Agama	51	54	105
4	Tasawuf dan Psikoterapi	151	239	390
III. FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN		924	2106	3030
1	Pendidikan Agama Islam	319	500	819
2	Pendidikan Bahasa Arab	210	323	533
3	Manajemen Pendidikan Islam	173	280	453
4	Pendidikan Bahasa Inggris	144	383	527
5	Pendidikan Guru MI	71	459	530
6	Pendidikan Guru RA	7	161	168
IV. FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI		852	1406	2258
1	Bimbingan dan Penyuluhan Islam	221	471	692
2	Komunikasi dan Penyiaran Islam	268	450	718
3	Manajemen Dakwah	271	374	645
4	Pengembangan Masyarakat Islam	92	111	203
V. FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM		613	1304	1917
1	D3 Perbankan Syariah	117	344	461
2	Ekonomi Islam	348	636	984
3	S1 Perbankan Syariah	89	181	270
4	Akuntansi Syariah	59	143	202
VI. FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK		114	150	264
1	Ilmu Politik	66	52	118
2	Sosiologi	48	98	146
VII. FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN		60	178	238
1	Psikologi	48	105	153
2	Gizi	12	73	85
VIII. FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI		397	1174	1571
1	Pendidikan Matematika	112	319	431
2	Pendidikan Fisika	97	209	306
3	Pendidikan Kimia	55	238	293
4	Pendidikan Biologi	55	258	313
5	Biologi	12	45	57
6	Fisika	23	34	57
7	Kimia	17	40	57
8	Matematika	26	31	57
JUMLAH TOTAL		4861	8258	13119

Sumber: Biro Administrasi Akademik, Kemahasiswaan, dan Kerjasama UIN Walisongo Semarang

B. Pengembangan Bisnis UIN Walisongo Semarang

1. Pusat Pengembangan Bisnis (P2B)

Pusat Pengembangan Bisnis (P2B) UIN Walisongo Semarang merupakan sebuah lembaga yang menangani berbagai usaha atau bisnis dalam rangka meningkatkan peran UIN Walisongo sebagai lembaga pendidikan tinggi yang berbasis pada nilai-nilai ke-Islaman. Apalagi dengan visinya, yaitu Universitas Islam Riset Terdepan Berbasis pada Kesatuan Ilmu Pengetahuan untuk Kemanusiaan dan Peradaban pada Tahun 2038, UIN Walisongo berupaya memberikan kontribusi terbaiknya dengan menyediakan berbagai layanan produk dan jasa yang berkualitas sebagai manifestasi dari tridharma perguruan tinggi yang utamanya adalah mewujudkan misi pengabdian kepada masyarakat.

Pelayanan yang diberikan kepada masyarakat adalah layanan dalam bidang ekonomi yang berdasarkan prinsi-prinsip Islam. Usaha-usaha yang dikembangkan pun tidak hanya diorientasikan kepada pendapatan semata, melainkan lebih kepada upaya mendorong terwujudnya hubungan harmoni dan sinergis antara UIN dengan berbagai elemen masyarakat sebagai realisasi dari ajaran Islam.

Beberapa program usaha yang dijalankan Pusat Pengembangan Bisnis adalah:

- a. Aset Management, berupa persewaan Wisma Walisongo, Gedung Aula 1 dan 2, Gedung Serbaguna, Lahan Kantin serta ruko.

b. Layanan Produk dan Jasa

- 1) Walisongo Umroh and Haji
- 2) Walisongo Tour & Travel
- 3) Walisongo Mineral Water
- 4) Walisongo Press
- 5) Walisongo Bookstore
- 6) Walisongo Snack & Cathering
- 7) Walisongo Gallery & Merchandise

Bisnis-bisnis tersebut sepenuhnya dijalankan oleh pihak UIN dan sama sekali tidak melibatkan mahasiswa. Hal ini dikarenakan yang menjadi sasaran konsumen dari Pusat Pengembangan Bisnis memang masyarakat di sekitar UIN Walisongo.⁵

2. Walisongo Career Center (WCC)

Walisongo Career Center (WCC) UIN Walisongo Semarang merupakan lembaga non-struktural yang mempunyai tugas untuk memfasilitasi mahasiswa dan alumni memasuki dunia kerja dan hubungan kampus dengan alumni. WCC mengkonsentrasikan diri pada persiapan dan pengembangan karir, yang berkerja secara profesional dan modern, didukung oleh para tenaga ahli, para profesional, praktisi di berbagai bidang dan kalangan akademisi yang bertujuan mewujudkan suatu sistem dan pengelolaan karir yang efisien dan efektif. WCC juga membantu Lembaga Penjaminan Mutu untuk menjaga standar mutu lulusan dalam

⁵ Dokumentasi Pusat Pengembangan Bisnis (P2B) UIN Walisongo Semarang.

mewujudkan Capaian Pembelajaran (*Learning Outcome*) masing-masing prodi sebagai bagian dari upaya meningkatkan akreditasi prodi secara terus menerus.⁶

a. Visi, Misi, dan Tujuan WCC

Visi

Pusat Karir yang terpercaya dalam pelayanan persiapan dan pengembangan karir terbaik bagi mahasiswa, alumni dan pencari kerja di Indonesia.

Misi

- 1) Menyiapkan mahasiswa dan pencari kerja untuk memiliki pengetahuan dan kompetensi yang dibutuhkan dalam memasuki dunia kerja melalui pemberian informasi, seminar, pelatihan, dan konseling karir.
- 2) Menjadi perantara antara pencari kerja dengan dunia kerja melalui bursa, rekrutmen, dan seleksi kerja.

Tujuan

- 1) Memfasilitasi mahasiswa dan pencari kerja agar lebih siap dalam memasuki dan berpartisipasi secara efektif dalam dunia kerja.
- 2) Mengurangi kesenjangan antara pengetahuan dan kompetensi yang dimiliki mahasiswa dan pencari kerja dengan pengetahuan dan kompetensi yang dibutuhkan di dunia kerja secara nyata.

⁶ Dokumentasi Walisongo Career Center (WCC) UIN Walisongo Semarang.

- 3) Memfasilitasi pertemuan secara efisien antara mahasiswa dan pencari kerja dengan user dari dunia kerja.⁷
- b. Jenis Layanan WCC
- 1) Ketenagakerjaan
 - a) Informasi Lowongan Kerja

WCC menerima informasi peluang kerja baik secara langsung dari perusahaan, institusi dan lembaga baik swasta, pemerintahan maupun lembaga swadaya masyarakat (LSM). Informasi lowongan juga diterima secara tidak langsung yaitu melalui rektorat, lembaga-lembaga intern dan perorangan. Semua informasi segera ditindaklanjuti dengan menyebarkan pengumuman ke fakultas dan departemen terkait, melakukan posting pada website WCC dan ditempel pada papan-papan pengumuman WCC maupun dikirim ke perguruan tinggi-perguruan tinggi yang lain (bila diperlukan). Untuk dapat memasang informasi lowongan kerja di WCC, perusahaan/institusi dapat menghubungi sekretariat WCC melalui kontak telepon maupun email.
 - b) Presentasi Perusahaan

Presentasi perusahaan dilakukan agar pelamar mengetahui profil dari perusahaan dan dapat langsung

⁷ *Ibid.*

melakukan tanya jawab interaktif dengan perusahaan tersebut.

c) *Paper Screening*

Adalah layanan yang dilakukan oleh WCC untuk menyeleksi kelengkapan administrasi yang menjadi syarat yang diwajibkan oleh perusahaan untuk dipenuhi oleh pelamar.

d) *In Campus Recruitment*

Krisis moneter yang melanda Indonesia khususnya dunia usaha sangat mempengaruhi frekuensi penyerapan tenaga kerja termasuk peluang kerja bagi lulusan UIN Walisongo. Perekrutan karyawan oleh perusahaan lewat In Campus Recruitment sangat efektif karena disamping memudahkan pelamar untuk datang juga memudahkan dalam proses rekrutmen.

e) *Job Fair : Company Goes to Campus*

Job Fair / Company Goes to Campus (CGTC) merupakan suatu media yang efektif, yang telah terbukti bisa mempertemukan mahasiswa dengan perusahaan. CGTC terutama bertujuan untuk memfasilitasi pertemuan langsung antara mahasiswa dan alumni dengan perwakilan perusahaan-perusahaan. Acara ini diselenggarakan dua kali setahun setelah kelulusan agar perusahaan mendapatkan kesempatan untuk bertemu, menilai dan

merekruit calon karyawan sebelum mereka ditawarkan atau melamar ke perusahaan-perusahaan lainnya.

f) Kerjasama Ketenagakerjaan

Kegiatan kerjasama meliputi Pengembangan jejaring dengan pihak swasta, lembaga pendidikan, pemerintah dan stakeholder lainnya; sosialisasi dan promosi serta penguatan kerjasama external dan internal. Upaya peningkatan kerjasama dan koordinasi ini dilakukan dengan peningkatan kemampuan WCC untuk menggali umpan balik positif dan mendapat kerjasama positif serta berkesinambungan. Program ini bertujuan untuk mengembangkan jejaring (*networking*) kerjasama yang bersifat saling menguntungkan (*mutual benefit*) dengan stakeholder dan Shareholder. Pelatihan Pengembangan Sumberdaya Manusia di Perusahaan.⁸

2) Kewirausahaan

a) Pembekalan Kewirausahaan

Kegiatan ini bertujuan mengembangkan wawasan bagi pemula yang berminat berwirausaha. Selain itu juga untuk membekali mereka sebagai calon wirausahawan dengan kiat-kiat memasuki dunia wirausaha, strategi memulai wirausaha, manajemen wirausaha, semangat dari wirausaha, manajemen

⁸ *Ibid.*

keuangan, keterampilan yang harus dimiliki, membangun teamwork yang baik, dan bagaimana memulai bisnis di kalangan pemula. Sehingga mereka memiliki potensi wirausaha yang maksimal, tanpa harus merasa kurang percaya diri dan takut dengan resiko kegagalan.

b) *Cooperative Academic Education (Coop) Program*

Program Belajar-Bekerja Terpadu (cooperative academic education program) merupakan strategi pendidikan dan pengembangan SDM yang mengintegrasikan mahasiswa dengan berbagai latar belakang ilmu dari bangku kuliah dengan pengalaman kerja yang produktif (*work-based learning* atau *work-integrated learning*). Program ini melibatkan tiga pihak yaitu mahasiswa, perguruan tinggi, dan dunia usaha. Konsep dasar : (1) awal karir seseorang bukan setelah lulus, melainkan sejak memasuki perguruan tinggi; dan (2) merupakan program praprofesional, yakni awal pilihan ke arah kemampuan untuk bekerja. Program ini berbeda dengan program-program magang biasanya, dimana pada program ini mahasiswa tidak sebatas mengamati berbagai aktifitas di perusahaan/UKM tetapi terlibat langsung layaknya seorang karyawan di perusahaan/UKM tersebut. Berbagai kualitas mahasiswa yang ingin dicapai adalah kemandirian, inovatif memecahkan

permasalahan, kreativitas, rasa percaya diri (*self-confidence*) dan rasa bangga atas kemampuannya (*self-esteem*).⁹

c) Pendampingan dan dana bergulir

Kegiatan Kewirausahaan menjadi salah satu alternatif peluang kerja dan menjadi sarana untuk menghasilkan para pencipta lapangan kerja (*Job Creator*) sehingga perlu diberikan motivasi dan pembinaan kewirausahaan melalui konsultasi, pendampingan dan pemberian dana bergulir. Tujuan kegiatan ini adalah (i) Memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi para wirausahawan (ii) Meningkatkan kemampuan wirausaha dalam bidang pemasaran, pengembangan mutu produk, dan manajemen usaha dan (iii) Menyediakan modal bergulir bagi wirausaha kecil.

3) Pembekalan dan Latihan

a) Pembekalan dan Latihan

Pembekalan ini didasari oleh kondisi ketenagakerjaan Indonesia belum memberikan harapan bagi penurunan angka pengangguran. Peluang kerja yang ada jauh lebih kecil bila dibandingkan dengan jumlah lulusan perguruan tinggi. Akibatnya tingkat persaingan untuk mendapatkan pekerjaan juga semakin tinggi. Oleh

⁹ *Ibid.*

karena itu perlu upaya penyiapan lulusan untuk menghadapi dunia kerja. Tujuan dari kegiatan ini adalah (i) Memberikan gambaran umum dunia kerja dan tantangan yang dihadapi, (ii) Memberikan gambaran peluang karir yang dapat dimasuki (karyawan atau wirausahawan), (iii) Tips kiat sukses untuk menembus dunia kerja dan (iv) Sharing pengalaman dengan alumni sukses.

b) Pelatihan *Prepare Your Self to Grasp the Job*

Pelatihan ini bertujuan (i) Meningkatkan pemahaman peserta mengenai cara-cara sukses memasuki dunia kerja dan (ii) Meningkatkan keterampilan peserta dalam mempersiapkan teknik memasuki dunia kerja (pembuatan surat lamaran, CV/resume, psikotest dan interview). Materi-materi yang disampaikan adalah (i) Kompetensi yang dibutuhkan dunia kerja dan menggali kemampuan diri, (ii) Praktek interview dan konsultasi pribadi, (iii) Penyusunan surat lamaran & CV serta pengantar materi interview dan (iv) Membangun citra diri dan etika profesional.¹⁰

c) Pelatihan pelatihan pengembangan diri

Pelatihan-pelatihan ini dimaksudkan untuk memberikan bekal kepada para mahasiswa dan alumni mengenai kompetensi-kompetensi yang dibutuhkan dunia kerja. Pelatihan-pelatihan yang diberikan adalah

¹⁰ *Ibid.*

(i) Kiat Sukses Merebut Peluang Kerja (ii) *Studium General of Leadership. Be a Proactive Leader*, (ii) *Dream Building For Your Future Career*, (iii) *English for Job* , (iv) *Be Ready, Tips for Join The Company* dan lain-lain.

d) Seminar-seminar Ketenagakerjaan

Seminar-seminar yang dilakukan bertujuan untuk menambah wawasan mahasiswa dan alumni mengenai karir dan ketenagakerjaan. Seminar tersebut diantaranya adalah (i) *Talk Show. Bila Alumni Bicara*, (ii) *Pembekalan Karir. I Need A Job, Now What ?!*, (iii) *Studium General. Pengantar Dunia Kerja & Perintisan Karir.*, (iv) *Sukses Berkarir. Belajar dari Pengalaman Orang lain.*

4) Hubungan Alumni

a) Data Base Alumni

WCC menyediakan data base alumni yang dapat diakses secara online. Data alumni mulai wisuda periode Pebruari 2016 telah tersedia secara online. Sedangkan data sebelum wisuda periode tersebut dapat diakses secara langsung di sekretariat WCC dalam bentuk buku wisudawan. Ke depan semua data base alumni akan garap secara digital agar dapat mudah diakses melalui online.

b) Tracer Study atau Pelacakan Alumni

WCC melakukan tracer study atau pelacakan alumni dengan menggunakan aplikasi tracer study yang sudah terintegrasi dengan website WCC. Tracer study ini untuk mengetahui serapan lulusan UIN Walisongo di dunia kerja. Juga memperlihatkan jenis pekerjaan yang dilakukan alumni. Tracer study akan dilaksanakan paling cepat antara 1-2 tahun setelah alumni wisuda. Hasil tracer study ini akan digunakan untuk menyusun profil lulusan dan digunakan sebagai masukan review terhadap kurikulum yang diberlakukan di masing-masing prodi.¹¹

c) Info Alumni

WCC bekerjasama dengan Ikatan Keluarga Alumni (IKA) Walisongo dalam bentuk berbagai kegiatan dan program. Untuk meningkatkan kerjasama tersebut diperlukan saling memberi informasi perkembangan alumni. Desk info alumni ini memberikan banyak manfaat bagi kampus dan alumni dalam kerangka kerjasama tersebut. Info Alumni, selain dilakukan secara manual, juga melalui semua saluran media social untuk menjangkau seluruh alumni dimanapun berada.

¹¹ *Ibid.*

3. UKM Kobi UIN Walisongo

KOBI merupakan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) baru di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Walisongo. UKM ini berdiri pada tanggal 22 April 2013 dibentuk oleh divisi usaha dan ekonomi Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ekonomi Islam periode 2013, dan resmi menjadi UKM pada tanggal 01 Juni 2014 / 03 Sya'ban 1435 H.

Visi

Melahirkan wirausaha yang mampu memberdayakan SDM, SDA dan menjadi wadah untuk mahasiswa mengembangkan bakat wirausaha.

Misi

- a. Membentuk mahasiswa mandiri, kreatif, dinamis dan berwawasan luas.
- b. Mendorong mahasiswa berperan aktif dalam wirausaha.
- c. Menjadi Penggerak munculnya wirausaha muda

Mengapa harus berwirausaha sedini mungkin??

- a. Semakin Muda, resiko bisnis masih kecil
- b. Waktu luang masih sangat banyak
- c. Kalo sudah bekerja kita tidak punya waktu luang lagi
- d. Bisa belajar banyak dari para pengusaha muda
- e. Ada banyak lomba bisnis untuk anak muda
- f. Kalau bisnis kita sukses, kita tidak perlu melamar pekerjaan setelah lulus.¹²

¹² Dokumentasi KOBI UIN Walisongo Semarang

C. Manajemen Waktu Mahasiswa Yang Berbisnis

1. Bisnis Mahasiswa dan Manajemen Waktu

Narasumber dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Walisongo Semarang yang berbisnis mulai dari angkatan 2011 hingga 2015 yang masih tercatat sebagai mahasiswa aktif. Dikarenakan jumlah mahasiswa berbisnis yang belum atau tidak dapat diketahui secara pasti, maka penulis mengambil sampel dari Walisongo Career Center (WCC), UKM KOBİ, dan tentunya pengamatan penulis sendiri. Penulis mengambil 13 mahasiswa untuk dijadikan narasumber dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Narasumber yang terpilih adalah narasumber yang telah memenuhi kriteria-kriteria tertentu dan sampel tersebut dianggap sudah dapat menggambarkan apa yang menjadi tujuan dan permasalahan penelitian. Adapun yang menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3. Data Mahasiswa yang menjadi Narasumber

No	NAMA	Angkatan	Fakultas	Klasifikasi Bisnis
1	Joko Saputro (Narasumber A)	2011	FEBI	Produsen Makanan
2	Anita Hara (Narasumber B)	2012	FITK	Produsen Makanan
3	Fandhil Kurniawan (Narasumber C)	2013	FSH	Produsen Makanan
4	Agung Budiyanto (Narasumber D)	2013	FEBI	Konveksi
5	Andre Setyoko (Narasumber E)	2013	FEBI	Konveksi
6	Kurniasari (Narasumber F)	2013	FEBI	Produsen Makanan
7	Amir Hamzah (Narasumber G)	2013	FST	Jasa
8	Eko Purnomo (Narasumber H)	2013	FUH	Jasa
9	Evi Permatasari (Narasumber I)	2013	FEBI	Pengecer
10	Triono (Narasumber J)	2013	FDK	Produsen Makanan
11	Siti Maisaroh (Narasumber K)	2013	FDK	Pengecer
12	Ahmad Raihan (Narasumber L)	2014	FEBI	Pengecer
13	Fairuz Haq (Narasumber M)	2015	FEBI	Pengecer

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Hasil wawancara penulis dengan narasumber mahasiswa UIN Walisongo yang berbisnis dapat digambarkan sebagai berikut:

a. Narasumber A

A mulai berbisnis “Kedai Ongklok Sekuter” sejak semester 5 (lima) di Cafe Snada Kopma UIN Walisongo. Pemilihan lokasinya yang dekat dengan mahasiswa bertujuan agar mahasiswa dapat dengan mudah melihat dan mengakses kedai makannya. Selain berjualan makanan di kantin, ia juga mempunyai usaha “Roti Bakar Sekuter” yang sekarang sudah tersebar di empat cabang, yaitu di Ngaliyan, Bringin, Mijen, serta Jatisari. Nama “SEKUTER” adalah singkatan dari “Semakin Laku Terus”; sekuter juga merupakan barang antik yang diminati terus. Pemberian nama “SEKUTER” diharapkan sebagai doa agar bisnis yang dijalankan A terus diberikan kelancaran dan tetap diminati pelanggannya.

Adapun alasan untuk mulai berbisnis adalah karena ia memang memiliki minat yang tinggi terhadap bisnis. A juga bercita-cita ingin menjadi seorang *entrepreneur*. Maka dari itu, ia memilih kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) agar ilmu yang diperoleh selama di perkuliahan dapat langsung dipraktikkan pada bisnisnya tersebut.

Bisnis yang dijalankan A sepenuhnya milik pribadi, baik “Kedai Ongklok Sekuter” maupun “Roti Bakar Sekuter”. Untuk usaha roti bakarnya, pada mulanya usaha tersebut adalah milik temannya yang kemudian ia beli, dan akhirnya berhasil

dikembangkan. A membeli segala keperluan produksinya di Pasar Jarak dan Ngaliyan. Kedai Ongkloknya itu menawarkan berbagai macam makanan, seperti mie ongklok, nasi ayam tempur, telur darling krispi, jus susu tebal, dan lain-lain. Untuk Roti Bakarnya, ia menawarkan berbagai macam varian rasa, seperti rasa coklat kacang, coklat strawberry, coklat blueberry, dan lain-lain. Saat ini, A telah mempekerjakan tiga orang temannya di Kedai dan satu orang temannya di setiap cabang roti bakarnya. Sebagai modal awal, A menggunakan tabungan pribadinya. Keahlian kewirausahaan diperolehnya dengan terus belajar dari pengalaman bisnisnya dan selalu mengevaluasi kinerja timnya.

b. Narasumber B

B dan suaminya mulai berbisnis segera setelah mereka menikah, yaitu pada saat B berada di semester 3 (tiga). Alasan mereka berbisnis adalah karena desakan kebutuhan hidup, apalagi dengan keadaan mereka yang sudah berumah tangga mengharuskan ada pemasukan setiap harinya untuk memenuhi kebutuhan pokok.

Bisnis pertama mereka adalah berjualan brokoli dengan menitipkannya kepada teman-teman di area kampus 2. Bisnis brokoli tersebut tidak berlangsung lama. Mereka kemudian mulai berbisnis kembali dengan berjualan nasi kuning, rujak, hingga gorengan. Namun sangat disayangkan, bisnis-bisnis tersebut tidak berjalan dengan lancar. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan terhambatnya bisnis-bisnis di atas, diantaranya adalah selera mahasiswa dalam mengkonsumsi makanan tertentu

yang cenderung berubah-ubah dan juga kesulitan dari B dalam mengelola waktu khususnya untuk pembuatan nasi kuning, dikarenakan masih banyaknya jam kuliah.

Adapun bisnis yang masih ia tekuni bersama suami hingga saat ini adalah bisnis mie lidi atau dikenal dengan “Mie Lidi Lestari”. Pemberian nama “Lestari” diharapkan agar makanan *lawas* tetap dilestarikan dan tempat tinggal beliau juga berada di Bringin Lestari. Dalam mencari bahan mentahnya, yaitu mie lidi mentah dan bumbu-bumbunya, B mendatangkan pemasok yang masih berada di area Semarang. B kemudian hanya menggoreng mie lidi mentah dan mengolah kembali bumbu yang dibelinya dari pasar. Untuk distribusi, B dan suami telah memiliki 6 gerobak yang siap berkeliling di sejumlah tempat di Semarang. Selain dijual menggunakan gerobak, produk mie lidinya juga biasa diambil perkilo oleh beberapa pengecer. Dalam segi SDM-nya, B memanfaatkan keluarganya untuk ikut membantu khususnya pada saat proses produksi. Dari segi lokasi, B memutuskan untuk memproduksi mie lidinya di rumahnya sendiri sebagai pertimbangan atas biaya-biaya dan juga fasilitas-fasilitas yang sudah memadai. Modal ia peroleh dari hasil penjualan beberapa macam bisnis terdahulunya. Kemampuan kewirausahaannya diperoleh dengan terus mencoba menjalani dan menekuni bisnisnya.

Dari penjelasan di atas, dapat dilihat bahwa peran B dalam keluarganya sangatlah beragam, mulai dari seorang mahasiswa

yang berkewajiban menuntut ilmu dan menyelesaikan studinya, seorang istri, partner usaha sang suami, hingga seorang ibu karena sudah dikarunia anak yang sekarang berusia 2 tahun.

c. Narasumber C

C mulai berbisnis “Sosis Bakar Bang Fandhil” sejak semester 5 (lima) di depan toko roti sekitar Jarakah pada sore hingga malam hari. Pemilihan *brand* produknya pun berasal dari namanya sendiri agar lebih mudah dikenal. Sebelum berjualan sosis, C sempat berjualan es batu, leker, hingga membuka jasa potong rambut. Semenjak semester 1 (satu), C memang sudah bekerja di salah satu rumah makan di Karonsih sebagai pemotong ikan. Namun, pekerjaan tersebut tidak berlangsung lama karena ternyata mengganggu waktu kuliahnya.

Alasan kenapa C mulai berbisnis adalah karena desakan kebutuhan hidup, bagaimana ia bisa memperoleh pendapatan atau gaji tanpa harus mengganggu kuliahnya. Dari sini, C memutuskan untuk berbisnis. Bisnis yang sampai sekarang masih ia tekuni adalah usaha sosis bakarnya. Usahanya ini sudah berjalan lebih dari satu tahun, dan dari usahanya itu ia bisa membiayai kuliahnya sendiri bahkan bisa membeli barang-barang yang dapat menunjang perkuliahan, seperti sepeda motor, laptop, modem, dan lain-lain.

Bisnis sosisnya ia kelola sendiri dan pemilihan lokasi bisnisnya adalah lokasi yang dekat dengan konsumen (mahasiswa dan masyarakat umum) serta dapat dijangkau dengan mudah. C memasok persediaan sosisnya dari Bandung. Modal awal berasal

dari hasil usaha bisnis dan gaji yang sebelumnya ia peroleh. Promosi dilakukan melalui media sosial dan dari mulut ke mulut, khususnya antar-mahasiswa UIN Walisongo. Sedangkan untuk kemampuan kewirausahaannya ia dapatkan dari proses perjalanan bisnisnya karena dilakukan secara otodidak.

d. Narasumber D

D mulai membuka usaha konveksinya dengan brand “SEMAR CLOTHING” sejak semester 3. Nama “SEMAR” adalah singkatan dari “Semoga Menjadi Awal Rizqi” yang menjadi doa agar pintu awal rizqi pemilik selalu terbuka. Alasan kenapa D memilih konveksi sebagai bidang yang digelutinya karena sandang merupakan salah satu kebutuhan primer manusia yang akan terus dicari. Maka dari itu, D berasumsi bahwa bisnis dalam bidang sandang merupakan sebuah potensi besar yang akan berkembang dengan baik apabila dikolaborasi dengan pemanfaatan teknologi yang optimal dan disertai dengan ide-ide kreatif yang menjadikannya berbeda dari produk lain.

Saat ini D telah membawahi tujuh orang karyawan. Adapun produk yang dihasilkan berupa t-shirt, jumper, jaket, jersey, dan hem. Promosi dilakukan dengan personal selling dan iklan melalui media sosial. Pemilihan lokasi bisnisnya yang berada di Penggaron Kidul RT 4/4 No. 158 Pedurungan, Semarang sudah dianggap strategis karena mudah dijangkau, dekat dengan fasilitas umum, perkantoran, kampus, sekolah, ataupun pusat keramaian. Kemampuan kewirausahaan ia peroleh dari pengalamannya dalam

dunia bisnis diperkuat dengan teori-teori dasar yang ada di perkuliahan.

e. Narasumber E

E mulai berbisnis di bidang konveksi sejak SMA kelas 2 sampai sekarang. Brand yang digunakan adalah “Si Tukang Kaos” dengan tujuan untuk mempermudah khalayak atau masyarakat umum mengingat bahwa di tempat itu terdapat ahli atau spesialis dalam pembuatan kaos yang bagus dan murah. Bisnis yang E jalankan merupakan bisnis keluarga dan E berperan ganda di dalamnya, yaitu sebagai anggota keluarga sekaligus sebagai partner kerja dalam bisnis tersebut.

Alasan E mulai menekuni dunia bisnis karena pengaruh atau dorongan dari kedua orang tua yang mengharuskannya ikut membantu mengembangkan bisnis konveksi tersebut. Seluruh anggota keluarganya memang dikerahkan untuk memegang kendali, khususnya dalam manajemen inti, seperti bidang administrasi, keuangan, promosi, desain, hingga melayani konsumen. Sedangkan untuk proses produksi, ada empat orang karyawan yang bertugas melakukan pengukuran dan pemotongan bahan, serta segala aktivitas yang berhubungan dengan bahan baku.

Rumah produksi terletak di kediaman keluarga E sendiri dengan alasan dapat lebih menghemat pengeluaran atau biaya-biaya, seperti biaya air, listrik, dan lain-lain. Lokasinya yang dekat dengan salah satu kampus ternama di Jawa Tengah juga menjadikannya semakin strategis untuk menerima berbagai

pesanan dari civitas akademika maupun masyarakat umum. Kemampuan E dalam berwirausaha tidak mungkin diragukan karena ia sudah berguru dengan ayahnya yang sudah lama melalang buana di dunia bisnis .

f. Narasumber F

F mulai berbisnis “Republik Dedemitan” sejak semester 6 (enam). Nama “DEMIT” digunakan untuk menggambarkan level atau tingkat kepedasan dari si ceker. Alasan F berbisnis berawal dari tugas kewirausahaan yang diberikan salah satu dosen yang mewajibkan mahasiswanya memiliki usaha atau bisnis. Sebenarnya, jauh sebelum tugas itu diberikan, F memang sudah berkeinginan untuk berbisnis namun belum menemukan jenis usaha apa yang harus dijalankan. Sampai pada akhirnya tugas itu datang dan pada saat itu juga tengah merebak makanan yang serba pedas. F mencari makanan apa yang pas dan sesuai untuk harga mahasiswa, dan dipilihlah ceker pedas.

Sampai saat ini, usaha F sudah berjalan selama satu tahun. Usaha ini ia kelola sendiri di sela-sela aktivitasnya menuntut ilmu. F belum membuka outlet dan masih berjualan di rumah dikarenakan sarana dan prasarana yang sudah tersedia di dalam rumah dan juga dari sisi biaya lebih hemat. F memperoleh segala keperluan produksinya di Pasar Ngaliyan. Ia mengolah ceker pedasnya tersebut sendiri. Modal awalnya pun berasal dari tabungannya sendiri. F menerapkan sistem *Pre Order (PO)* dan *Cash on Delivery (COD)* untuk para pelanggannya di sekitar

Ngaliyan. Sama seperti C, kemampuan kewirausahaannya ia dapatkan dari proses perjalanan bisnisnya karena dilakukan secara otodidak.

g. Narasumber G

G mulai berbisnis sejak semester awal perkuliahan. Bisnis yang G jalankan merupakan bisnis di bidang jasa, khususnya dalam desain grafis dalam bentuk karikatur, pin, stiker, dan juga instal ulang laptop. Desain grafis ini diberi nama “Kuwat_Art”, yang berarti seni dari Kuwat (pemilik aslinya). Selain itu, G juga mempunyai bisnis bimbingan belajar yang bernama “Bimbel Newton” yang didirikan saat ia berada di semester lima. Nama Newton diadaptasi dari seorang ahli fisika yang sudah banyak dikenal masyarakat, dengan harapan masyarakat akan mempercayakan anak-anaknya untuk belajar di bawah naungan lembaganya. Namun hingga saat ini, lembaga bimbingan belajarnya belum bisa berkembang sesuai dengan apa yang ia harapkan.

Alasan G untuk berbisnis adalah mengisi waktu luang, menyalurkan hobi, selain itu juga sembari mencari pendapatan agar tidak terlalu bergantung kepada kedua orang tua. Dari segi lokasi bisnisnya, G belum memiliki kantor resmi. Karena termasuk dalam bidang jasa, G memanfaatkan kedekatannya dengan konsumen, salah satunya dengan menggunakan media sosial. G terus melancarkan promosi di media-media sosial yang ia miliki. Untuk bisnis karikaturnya, ia menyediakan persediaan pigura dengan berbagai macam ukuran yang ia beli di Semarang.

Sejauh ini, G masih mengelola bisnisnya secara mandiri, baik dari promosi, keuangan, administrasi, hingga produksi masih ditangani sendiri. Modal awal berasal dari tabungannya pribadi. Kemampuan kewirausahaan diperolehnya dari proses perjalanan bisnisnya karena dilakukan secara otodidak.

h. Narasumber H

H mulai berbisnis sejak semester tujuh dengan membuka usaha jasa potong rambut “Neoclassic Barbershop, pangkas pria semua usia”. Pemberian nama “Neoclassic” dimaksudkan agar para pelanggannya selalu mengingat ciri khas dari salonnya, yaitu sederhana tetapi menarik. Hal ini juga didukung dengan pelayanan yang ramah dan senantiasa menunjukkan bentuk kepedulian H kepada setiap pelanggannya, bahkan dalam hal yang dianggap sepele sekalipun.

Sebelum membuka salon, H pernah berjualan seblak, bekerja di tempat fotokopi, menekuni desain grafis, hingga menjadi marketing sebuah perusahaan asuransi di semester-semester awal. Namun ternyata pekerjaan-pekerjaan tersebut tidak dapat bertahan lama dikarenakan beberapa faktor. Salah satunya adalah karena kesulitan mencari nasabah.

Karena desakan ekonomi yang terus menghimpit, H mencoba bekerja di salah satu salon potong rambut milik temannya. Di sana ia belajar dan akhirnya memiliki cukup bekal keterampilan dalam memotong rambut. H melihat peluang bahwa semakin hari pelanggan di salon tersebut semakin banyak, namun

tidak didukung dengan tenaga kerja yang memadai. Lalu ia pun memutuskan untuk membuka salon potong rambut sendiri dengan modal sendiri. Kemampuan kewirausahaannya ini ia peroleh dengan terus mencoba menjalani dan menekuni bisnisnya.

Dalam menjalankan usahanya, H mengaku tidak ada upaya promosi apapun dan hanya mengandalkan testimoni dari para pelanggannya yang disebarakan kepada para calon pelanggannya. Penentuan lokasi didasarkan pada kemudahan aksesnya dengan konsumen, yaitu di dekat pangkalan TNI yang memang memiliki kebutuhan khusus dalam hal potong rambut.

i. Narasumber I

I memulai karir bisnisnya di semester lima dan bergabung dengan sebuah perusahaan yang menggunakan sistem MLM yang terkenal di Indonesia dengan bermodalkan uang tabungan sendiri. Alasan I tertarik untuk bergabung di MLM adalah dengan keikutsertaannya menjadi member atau anggota, ia dapat memperoleh potongan harga pada beberapa item produk yang ada di MLM tersebut. Selain itu, jika ia berhasil merekrut orang, ia juga akan mendapatkan bonus. Kelebihan-kelebihan di atas memang sudah pada umumnya ditawarkan jika tergabung dalam sistem MLM.

Adapun kelebihan lain yang ada dalam MLM tersebut adalah adanya tingkat kepedulian antara *upline* dengan *downline*. Selain itu, terdapat tingkatan atau jenjang karir yang belum tentu semua MLM memilikinya. Bisnis yang dijalani I tidak terbatas waktu ataupun tempat, karena memakai sistem *online*. Hal ini

semakin mendorong minat I untuk berbisnis karena aktivitas perkuliahannya tidak akan terlalu terganggu. Karena menggunakan sistem *online*, I harus mengandalkan relasi. Kedekatannya dengan konsumen juga merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan usahanya. Maka dari itu, tidak heran jika I gencar melakukan promosi melalui media sosial dengan terus mengunggah foto produk-produk dari perusahaannya, baik yang lama maupun yang baru. Keahlian kewirausahaan diperolehnya dengan terus belajar dari pengalaman bisnisnya dan selalu mengevaluasi kinerja bersama para *downline*-nya. Saat ini, I sudah berhasil membawahi lebih dari 100 *downline*.

j. Narasumber J

J mulai berbisnis jauh sebelum ia mulai kuliah, yaitu pada tahun 2011. Dulunya J sempat mendaftar di Fakultas Tarbiyah di tahun 2009, namun karena terhalang oleh biaya, J tidak bisa melakukan registrasi ulang. J kemudian berbisnis dengan membuka usaha makanan penyet di ruko kantin Kopma bersama kedua orang temannya. Hingga pada tahun 2012, usaha makanan penyet tersebut beralih menjadi miliknya pribadi dengan nama “Spesialis Sambal Penyet BMD”. “BMD” adalah singkatan dari Bang Madun yang merupakan nama asli pemiliknya.

Alasan J tertarik menggeluti bisnis, khususnya dalam bidang makanan adalah karena makanan sudah menjadi kebutuhan pokok setiap manusia. Ia melihat peluang bahwa mahasiswa setelah melakukan aktivitas perkuliahan pasti merasa lapar dan haus. Jika

sudah merasakan kedua hal di atas, pasti yang dituju adalah kantin. Hal ini juga menjadi salah satu alasan kenapa ia berjualan di kantin, karena selain dekat dengan konsumen, lokasinya juga mudah dijangkau mahasiswa. J memperoleh segala kebutuhan produksinya di Pasar Ngaliyan atau Jragung. Bersama dengan enam orang temannya, ia meracik berbagai macam makanan penyet. Untuk modal awal, J mengambil uang tabungannya hasil dari penjualan makanan sebelumnya. Kemampuan kewirausahaannya berasal dari proses perjalanan bisnisnya karena dilakukan secara otodidak.

k. Narasumber K

K mulai berbisnis sejak semester satu di salah satu ruko di Pasar Johar bernama “UD. Tambah Makmur”. K berjualan kaos kaki pada siang hingga sore hari, saat tidak ada jam kuliah. Pemilihan lokasinya juga didasarkan pada kedekatannya dengan konsumen, karena Pasar Johar memang sudah dikenal menjadi salah satu destinasi perbelanjaan di Semarang.

Alasan K tertarik untuk berbisnis berawal dari keharusannya memperoleh penghasilan guna terus bertahan hidup. Walaupun ia belum memiliki bisnis sendiri, K tetap bersemangat dalam berbisnis. Saat mengetahui ada acara “Wednesday Market” di UIN Walisongo, ia antusias dan aktif berjualan pada setiap minggunya. Kemampuan kewirausahaannya semakin berkembang dari waktu ke waktu karena terus diasah setiap hari.

1. Narasumber L

L mulai berani berbisnis di semester lima dengan menjual beraneka macam jajan pasar dan donat di kantin kejujuran yang ada di gedung FEBI. Jajanan tersebut diperolehnya dari Pasar Jarakah dan Ngaliyan. L memilih lokasi di gedung FEBI dengan pertimbangan kedekatan dengan konsumen, dalam hal ini yaitu mahasiswa FEBI. Sebelum atau setelah mengikuti perkuliahan, banyak mahasiswa yang lalu lalang di sekitar lokasi tersebut. Sembari menunggu dosen, pasti ada beberapa mahasiswa yang merasa haus ataupun lapar. Sebagai solusi atas permasalahan tersebut, hadir lah kantin kejujuran yang lokasinya paling dekat dari kantin Kopma ataupun kantin kampus 3.

L mempunyai brand “Snack Amanah”. Hal ini sesuai dengan sistem berbisnis yang ada di kantin kejujuran, yaitu mengedepankan prinsip amanah (kepercayaan). L tertarik berbisnis makanan di kampus karena L juga mempunyai minat yang tinggi terhadap bisnis. Selain itu, L juga tergiur dengan omset yang menjanjikan. Bermodal dari uang tabungannya sendiri, L mengelola bisnisnya sendiri, dan sampai sekarang perbualannya L mampu meraup keuntungan hingga satu juta rupiah. Kemampuan kewirausahaan ia peroleh dari pengalamannya dalam dunia bisnis diperkuat dengan teori-teori dasar yang ada di perkuliahan.

m. Narasumber M

M mulai mengenal dunia bisnis dari kedua orang tuanya yang memang sudah memiliki bisnis parfum dengan brand “FIQEN Parfume”. M memang tidak diharuskan untuk membantu orang tuanya berbisnis, namun ia tetap antusias dalam berbisnis. Selain bisnis parfum, M juga berbisnis pulsa dalam “FIQEN Cell”. M selalu aktif mempromosikan bisnisnya kepada teman-teman kelasnya maupun rekan seorganisasinya. Media yang digunakan untuk promosi pun beragam, baik mulut ke mulut hingga media sosial.

M mengelola bisnis parfumnya bersama dengan kedua orang tua, sedangkan untuk bisnis pulsa, ia kelola sendiri. Bisnis parfum yang ia miliki berada di kediaman keluarganya karena dari segi sarana dan prasarananya sudah memadai dan bisa meminimalisir pengeluaran. Sampai saat ini, M belum membuka outlet atau cabang baru di luar karena masih kekurangan tenaga kerja. Dari segi modal, bisnis parfum tentu saja berasal dari kedua orang tua, namun untuk bisnis pulsa berasal dari tabungannya sendiri. Sama seperti L, kemampuan kewirausahaan ia peroleh dari pengalamannya dalam dunia bisnis diperkuat dengan teori-teori dasar yang ada di perkuliahan.

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis menarik kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mendorong mahasiswa UIN Walisongo Semarang mulai merambah dunia bisnis adalah sebagai berikut:

Pertama, untuk memenuhi kebutuhan hidup. Seperti penjelasan di atas, tidak semua mahasiswa UIN Walisongo berasal

dari keluarga yang mampu secara finansial. Oleh karena itu, beberapa dari mereka ada yang berinisiatif untuk berbisnis.

Kedua, pengaruh orang tua. Hadirnya orang tua yang berprofesi sebagai pebisnis juga dapat mempengaruhi sang anak untuk mengikuti jejak yang serupa, yaitu menggeluti dunia bisnis. Keinginan tersebut juga muncul dikarenakan sang anak diwajibkan untuk turut serta dalam setiap aktivitas bisnisnya.

Ketiga, melihat peluang. Tidak semua orang bisa memiliki kemampuan ini. Seseorang harus jeli dalam melihat, menganalisis, dan menyikapi suatu keadaan. Keadaan itu diantaranya: saat pesaing tidak begitu agresif untuk mengembangkan strategi produknya dan pesaing tidak memiliki teknologi canggih.¹³ Keadaan-keadaan itulah yang dimanfaatkan mahasiswa UIN Walisongo Semarang untuk melihat peluang usaha.

Keempat, memiliki minat tinggi terhadap bisnis. Minat merupakan sesuatu yang berhubungan dengan dorongan untuk memperkaya pengetahuan, pengalaman atau keahlian. Minat juga tidak terlepas dari bakat dan hobi. Ketiganya merupakan satu kesatuan karena dapat membentuk siklus penyempurnaan kemampuan diri.¹⁴ Beberapa mahasiswa UIN Walisongo dalam menjalankan bisnisnya sudah didasarkan atas minat bisnis yang tinggi.

¹³ Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syariah*, Banjarmasin: Antasari Press, Cet. ke-1, 2011, h. 66.

¹⁴ Mufti Mubarak, *Modul Memulai Usaha Agar Selalu Naik Kelas Manajemen Kewirausahaan Program Pengusaha Muda Mandiri*, Surabaya: Graha Pustaka Media Utama, 2013, h. 108.

Hasil wawancara penulis dengan narasumber menunjukkan bahwa tujuan bisnis mahasiswa UIN Walisongo Semarang adalah untuk memperoleh keuntungan usaha. Keuntungan usaha inilah yang nantinya akan digunakan salah satunya untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dalam menjalankan bisnisnya, beberapa narasumber sempat mengalami pergantian klasifikasi bisnis. Pergantian dari satu bisnis ke bisnis yang lain disebabkan oleh salah satu risiko dalam berbisnis, yaitu adanya perubahan permintaan. Perubahan ini terjadi karena terdapat peralihan *trend* tertentu yang dapat mengubah selera konsumen. Untuk menyikapi hal tersebut, kebanyakan narasumber memilih untuk mengganti klasifikasi bisnisnya dan kembali menyesuaikan diri dengan permintaan pasar sembari melakukan inovasi-inovasi terhadap produknya.

Bisnis yang dilakukan mahasiswa UIN Walisongo Semarang sudah sesuai dengan ajaran Islam. Karena salah satu tujuan dari bisnis syariah adalah mencari profit, baik materi maupun nonmateri.¹⁵ Islam memperbolehkan mencari profit dalam bentuk materi sebanyak-banyaknya dengan cara yang halal. Mencari manfaat nonmateri seperti terciptanya persaudaraan, silaturahmi, serta meningkatkan kepedulian sosial. Hal ini dapat dibuktikan dari usaha yang mereka lakukan untuk mencari profit adalah dengan berbisnis dengan objek yang halal pula. Adapun untuk aspek sosialnya, beberapa narasumber mengaku sudah mulai

¹⁵ Hasan, *Manajemen ...*, h. 6-7.

membagikan sedikit rezekinya untuk orang-orang yang membutuhkan, seperti dengan infaq dan shadaqah.

Dari uraian di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas bisnis yang dijalankan mahasiswa UIN Walisongo adalah milik pribadi, sedangkan yang lain berupa kemitraan dan juga korporasi. Hal ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4. Narasumber Berdasarkan Jenis Bisnisnya

No	Jenis-Jenis Bisnis	Narasumber
1	Milik pribadi	11
2	Kemitraan	1
3	Korporasi	1
JUMLAH		13

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa mahasiswa UIN Walisongo sudah mampu mandiri dan juga berani dalam mendirikan usaha sendiri, walaupun ada juga yang masih berbentuk kemitraan dan korporasi.

Data lain menunjukkan bahwa sebagian besar narasumber berjenis kelamin laki-laki dan sisanya adalah perempuan. Hal ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 5. Narasumber Berdasarkan Kelompok Jenis Kelamin

Kelompok Jenis Kelamin	Narasumber
Laki-laki	9
Perempuan	4
JUMLAH	13

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswa UIN yang berbisnis berjenis kelamin laki-laki, sedangkan perempuan menempati posisi kedua.

Penulis juga menemukan bahwa waktu bisnis mahasiswa UIN bermacam-macam, ada yang sembilan atau enam jam perhari, ada juga yang bisnisnya tidak dibatasi oleh waktu. Hal ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 6. Narasumber Berdasarkan Waktu Bisnisnya

No	Waktu Berbisnis	Narasumber
1	Pagi sampai sore (9 jam)	4
2	Siang sampai sore (6 jam)	2
3	Sore sampai malam (6 jam)	1
4	Tidak dibatasi waktu	6
JUMLAH		13

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa dalam sehari, mahasiswa UIN mampu berbisnis selama enam sampai sembilan jam, walaupun ada yang bisnisnya tidak dibatasi oleh waktu. Bagi yang bisnisnya tidak dibatasi waktu adalah mereka yang menjalankan bisnis *online*. Meskipun demikian, mereka harus tetap menyelesaikan produk atau jasanya sesuai dengan pesanan.

Berikut merupakan jawaban dari narasumber tentang bagaimana sikap dan keterampilan mereka terhadap pengaturan waktu.

Tabel 7. Jawaban Narasumber tentang Sikap Mereka terhadap Pengaturan Waktu

Tes Penggunaan Waktu	Ya	Tidak
Apakah Anda melakukan aktivitas berdasarkan prioritas?	G, J, L	A, B, C, D, E, F, H, I, K, M
Apakah Anda melaksanakan apa yang harus Anda lakukan pada hari ini?	G, J, L	A, B, C, D, E, F, H, I, K, M
Apakah Anda menyelesaikan tugas yang sulit tanpa menundanya?	E, G	A, B, C, D, F, H, I, J, K, L, M
Apakah Anda menyusun rencana harian dan prioritasnya?	A, C, D, E, F, G, J, K, L, M	B, H, I
Apakah Anda menyelesaikan rencana harian Anda pada waktu yang ditentukan?	G	A, B, C, D, E, F, H, I, J, K, L, M
Apakah Anda menggunakan waktu kosong Anda dengan efektif?	B, C, F, G, J, K	A, D, E, H, I, L, M
Apakah Anda menggunakan waktu yang tepat untuk membuat perencanaan?	G, J, K	A, B, C, D, E, F, H, I, L, M
Apakah Anda membuat perencanaan kerja pada waktu luang, bukan pada waktu sibuk?	F	A, B, C, D, E, G, H, I, J, K, L, M
Apakah Anda menggunakan waktu yang cukup untuk menyusun prediksi dan mengembangkan bisnis yang baru?		A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M
Apakah Anda membuat penanggalan materi-materi untuk menghitung waktu Anda?	F, G	A, B, C, D, E, H, I, J, K, L, M

Tabel 8. Jawaban Narasumber tentang Keterampilan Mengatur Waktu

Tes Penggunaan Waktu	Ya	Tidak
Setiap hari saya mengkhususkan waktu untuk membuat rencana dan berpikir tentang pekerjaan saya.	G, J, L	A, B, C, D, E, F, H, I, K, M
Saya menentukan tujuan-tujuan tertentu secara tertulis dan menentukan waktu untuk melaksanakannya.	D, G, J, F, L	A, B, C, E, H, I, K, M
Saya menyiapkan jadwal kegiatan harian dan menyusunnya sesuai dengan tingkatan urgensinya, kemudian menyelesaikan yang paling urgen dalam waktu secepat mungkin.	C, G, J, F, L	A, B, D, E, F, H, I, K, M
Saya menyimpan jadwal yang terbuka, sehingga saya siap menghadapi hal-hal yang tak terduga.	D, J	A, B, C, E, F, G, H, I, K, L, M
Saya mendelegasikan kepada orang lain pekerjaan-pekerjaan yang dapat dilakukan oleh mereka.	A	B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M
Saya melakukan kerja yang efektif untuk mencegah terjadinya halangan atau pemutusan konsentrasi kerja, misalnya karena ada tamu, pertemuan, dan telepon.	K	A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, L, M
Saya dapat mengatakan “Tidak” ketika orang lain meminta waktu saya. Terutama jika hal itu menghalangi saya untuk menyelesaikan tugas pokok saya.	G, L, M	A, B, C, D, E, F, H, I, J, K

Tabel 9. Uraian Jawaban Narasumber

Aspek Manajemen Waktu	Jawaban 1	Jawaban 2	Jawaban 3
Penentuan Tujuan	Menuntut Ilmu (A, C, D, F, G, K, L, M)	Menyenangkan orang tua (E)	Menambah Pengalaman (B, H, I, J)
Penentuan Prioritas	Kuliah (E, F, H, I, K, M)	Bisnis (A, B, J)	Keduanya (C, D, G, L)

Berdasarkan kedua tabel di atas, sebagian besar mahasiswa UIN yang berbisnis masih kesulitan dalam memanaj waktu dan hanya beberapa mahasiswa saja yang sudah mampu memanaj waktunya dengan baik.

Namun jika dilihat dari segi prestasi akademik, mahasiswa UIN yang berbisnis juga tidak kalah berprestasinya dengan mahasiswa lain yang tidak berbisnis. Hal ini dapat dibuktikan dengan tabel berikut:

Tabel 10. Narasumber Berdasarkan Indeks Prestasi (IP)

No	IP	Narasumber
1	3,50-4,00	8
2	3,00-3,49	4
3	2,50-2,99	1
JUMLAH		13

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa mahasiswa UIN yang berbisnis tetap menunjukkan kualitasnya sebagai mahasiswa yang berprestasi baik dari segi akademik maupun non akademik. Dalam akademik, mereka mempunyai nilai yang memuaskan. Sedangkan dari sisi non akademik, mereka sudah berhasil mandiri dan sukses menjalani bisnisnya masing-masing.