# BAB III

# MODEL *BUSINESS DAY* YANG DIAJARKAN DALAM MATAKULIAH KEWIRAUSAHAAN PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

## A. Gambaran Umum Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya

Berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 65 Tahun 2013 IAIN Sunan Ampel Surabaya berubah menjadi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel (UINSA) Surabaya. Hal itu terhitung mulai dari tanggal 1 oktober 2013.

Pada hari sabtu tanggal 21 Juli 2014 Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Prof.Dr.Ir. Mohammad Nuh, DEA meresmikan pembukaan 4 Fakultas dan 11 program studi (Prodi) baru di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel (UINSA) Surabaya. Salah satunya adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam membawahi Prodi Ilmu Ekonomi, Prodi Akuntansi, Prodi Manajemen, dan Prodi Ekonomi Syariáh, yang sebelumnya termasuk dalam fakultas Syariah dan Hukum.

Program Studi Ekonomi Syariah memiliki peran penting dan strategis bagi perkembangan Ekonomi Islam, Perbankan Syariah, Asuransi Syariah, Pegadaian Syariah, Koperasi Jasa Keuangan Syariah dan Bisnis Islam lainnya di Jawa Timur dan di Indonesia pada umumnya. Lebih-lebih

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pada era sekarang ini, dimana sistem ekonomi Islam telah membuktikan diri sebagai sistem ekonomi alternatif dan teruji keampuhannya dalam menghadapi krisis ekonomi global.

Inilah peluang dan tantangan Program Studi Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya untuk terus terlibat dan memainkan peran dalam mensosialisasikan, menanamkan dan mengembangkan nilai-nilai ekonomi Islam bagi masyarakat luas melalui sarjana-sarjana berkualitas yang akan dilahirkannya.

Pada akhir tahun 2008, lewat Surat Keputusan Dirjen Pendidikan Islam Kementrian Agama RI. Nomor : DJ.I/306/2008, tertanggal 4 September 2008 mendapat nilai Aktreditasi "B".

- **Visi Program Studi Ekonomi Syariah**

  Menjadi pusat kajian dan pengembangan Ekonomi Islam yang unggul, mandiri dan berwawasan global pada tahun 2020.

- **Misi Program Studi Ekonomi Syariah**

  a. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran Ekonomi Islam Syariah secara baik dan benar.
  b. Mengembangkan penelitian Ekonomi Syariah yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.
  c. Meningkatkan peran serta dalam perbaikan kesejahteraan masyarakat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Membangun dan meperkuat kerjasama dengan berbagi pihak, dalam dan luar negeri.

- **Tujuan Program Studi Ekonomi Syariah**

a. Menghasilkan sarjana yang menguasai ilmu ekonomi Islam secara komprehensif.
b. Menghasilkan Sumber Daya Manusia yang memiliki karakter dan jiwa kewirausahaan.
c. Mengembangkan metode pembelajaran aktif *learning* didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai dan manajemen modern.
d. Menghasilkan penelitian dalam bidang pengembangan teori, kebijakan, sistem, praktik ekonomi dan keuangan Islam.
e. Sosialisasi dan edukasi Ekonomi Syariah kepada masyarakat dan pihak-pihak terkait.
f. Mengembangkan model ekonomi umat dalam bentuk lembaga keuangan mikro syariah untuk menumbuhkan bisnis berbasis syariah.
g. Melakukan kerjasama dengan instansi pemerintah dan swasta dalam memperkuat pendidikan pengajaran, penelitian dan pengabdian pada masyarakat dalam bidang Ekonomi Syariah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- **Lulusan Program Studi Ekonomi Syariah**

Berdasarkan standart kompetensi yang ditetapkan oleh Program Studi Ekonomi Syariah, lulusan diarahkan menjadi profesional diberbagai bidang ekonomi yang berprinsip syariah, misalnya : Lembaga Keuangan Syariah yang berupa Perbankan Syariah. Lembaga Keuangan Syariah non bank yang berupa Asuransi Syariah, Pegadaian Syariah, lembaga Investasi Syariah, Lembaga Pengelola Dana Zakat, Infak dan Sedekah, *Baitul Mal wat Tamwil*, Koperasi Jasa Keuangan Syariah dan sebagainya.

- **Nama-nama Informan**

Informan dalam penelitian ini ada 43 informan. Yaitu mahasiswa program studi Ekonomi Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2011 yang terdiri dari beberapa perwakilan kelas. Antara lain sebagai berikut:

| No | Nama | Keterangan |
|---|---|---|
| 1 | Siti Nafisatul Khoiroh | Termotivasi |
| 2 | Riris Maharotul Faidah | Cukup termotivasi |
| 3 | Zahrotin Nisfah | Termotivasi |
| 4 | Khilmiatunnisa'i | Sangat termotivasi |
| 5 | Maulidia Amri | Sangat termotivasi |
| 6 | Fauzan | Termotivasi |
| 7 | Moh. Ikhsan | Termotivasi |
| 8 | Moh. Jihad Ansurullah | Cukup termotivasi |

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

| | | |
|---|---|---|
| 9 | Puji Auliya Rahman | Sangat termotivasi |
| 10 | Miftakhur Rizkiyah | Termotivasi |
| 11 | Rahmawanti Azizah | Termotivasi |
| 12 | Ainin Qomariyah | Cukup termotivasi |
| 13 | Yualif Afidah | Termotivasi |
| 14 | Ika Agustina | Cukup termotivasi |
| 15 | Mohammad Ali Fakhri | Sangat termotivasi |
| 16 | M. Abidul Mursyid | Cukup termotivasi |
| 17 | Siti Hafidhotul Ilma | Termotivasi |
| 18 | Wahyu Sri Hakiki | Cukup termotivasi |
| 19 | Riska Nurkasih | Termotivasi |
| 20 | Riris Wanda Yanik | Sangat termotivasi |
| 21 | Riyananta Kumalasari | Termotivasi |
| 22 | Alif Kholifah | Cukup termotivasi |
| 23 | Fajar Bagus Fambudi | Termotivasi |
| 24 | Mikhmidati Farhan | Sangat termotivasi |
| 25 | Kidung Abdullah | Termotivasi |
| 26 | Lutfan Andy | Cukup termotivasi |
| 27 | Ainun jariyah | Termotivasi |
| 28 | Khoirul Rozikin | Sangat termotivasi |
| 29 | Reza Pahlawan | Termotivasi |
| 30 | Triana Aprilia RMW | Sedikit termotivasi |

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

| | | |
|---|---|---|
| 31 | Widiyanti Ira Pramita | Termotivasi |
| 32 | Lukman Hakim | Sangat termotivasi |
| 33 | Syaukin Muttaqin | Termotivasi |
| 34 | Mahendro | Cukup termotivasi |
| 35 | Aynul Yaqin | Termotivasi |
| 36 | Vitri Wahyuni | Sangat termotivasi |
| 37 | Novia Dzaki | Termotivasi |
| 38 | Ariska Tiara Putri | Cukup termotivasi |
| 39 | Ahmad Ghofar | Termotivasi |
| 40 | Syarifuddin | Sangat termotivasi |
| 41 | Indah Sagita | Termotivasi |
| 42 | M. Muzayyin Habib | Cukup termotivasi |
| 43 | Robin Firdaus | Termotivasi |

## B. Gambaran Umum *Business Day* Program Studi Ekonomi Syariah

*Business day* merupakan salah satu praktik kewirausahaan dalam matakuliah kewirausahaan. Matakuliah kewirausahaan ini diajarkan selama satu semester dan merupakan kompetensi pendukung bagi mahasiswa program studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Peserta dalam *Business day* adalah seluruh

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mahasiswa program studi Ekonomi Syariah yang sudah menyelesaikan matakuliah kewirausahaan.[1]

*Business day* dalam bahasa Indonesia adalah hari bisnis. Kenapa dinamakan hari bisnis? Karena selama beberapa hari terjadi transaksi bisnis antar kelompok mahasiswa program studi Ekonomi Syariah. Dan transaksi tersebut berlangsung selama tiga hari.

Transaksi bisnis yang dilakukan adalah transaksi jual beli. Dimana Seluruh mahasiswa program studi Ekonomi Syariah yang sudah dibentuk menjadi beberapa kelompok, harus menjual produk yang telah diciptakannya selama tiga hari yang telah ditentukan. Program pemasaran tersebut dilakukan di lingkungan kampus Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Salah satu dosen matakuliah kewirausahaan program studi Ekonomi Syariah Siti Musfiqoh, M.Ei mengatakan "Pelaksanaan *business day* biasanya dilakukan pada semester genap, yaitu pada semester empat setelah menerima matakuliah kewirausahaan. Namun pada tahun 2014 ini *business day* dilakukan pada semester ganjil, karena matakuliah kewirausahaan diberikan pada semester lima".

*Business day* selain merupakan salah satu praktik kewirausahaan, juga merupakan ajang kompetisi antara kelompok mahasiswa, yaitu kompetisi dibidang kewirausahaan. Seperti yang dikatakan oleh salah satu

[1] Riris Maharotul, *Wawancara*, Surabya, 05 Desember 2014.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mahasiswa program studi Ekonomi Syariah angkatan 2011 yang merupakan informan dalam penelitian ini. Yaitu:

> "Sebenarnya *business day* merupakan ajang perlombaan antara mahasiswa satu angkatan program studi Ekonomi Syariah dibidang kewirausahaan. Dimana mahasiswa dituntut untuk menciptakan suatu produk yang unik, sesuai kebutuhan konsumen dan diminati banyak orang. Serta memasarkannya di lingkungan kampus Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Mahasiswa juga harus bisa menerima untuk menanggung resiko kerugian. Karena tidak semua yang dijual itu diminati oleh semua kalangan, apalagi ada banyak pesaing. Oleh sebab itu harus diusahakan bahwa produk yang diciptakan itu tidak sama dengan kelompok mahasiswa yang lainnya".

Salah satu kriteria penilaian dalam kompetisi *Business day* tersebut adalah kelompok yang paling kreatif dan inovatif dalam menciptakan suatu produk baru. Juga, kelompok yang paling kompak untuk bekerjasama dalam tim menjadi kriteria penilaian dalam *business day*.

Diakhir acara *business day* akan ada pemeberian penghargaan bagi kelompok-kelompok mahasiswa yang terbaik. Dan sesuai dengan kriteria penilaian yang telah ditentukan sebelumnya.[2]

## C. Model *Business Day* yang Diajarkan dalam Matakuliah Kewirausahaan

Seperti yang telah dibahas sebelumnya bahwa *business day* merupakan hari terjadinya transaksi bisnis yang berupa jual beli antar kelompok mahasiswa program studi Ekonomi Syariah. Sedangkan Model

[2] Siti Nafisatul K, *Wawancara*, Surabaya, 10 Desember 2014.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

*business day* yang diajarkan dalam matakuliah kewirausahaan merupakan proses pemasaran dari produk yang telah diciptakan oleh beberapa kelompok mahasiswa program studi Ekonomi Syariah.

Model *business day* juga tidak jauh beda dengan bazar (lomba dan pasar). Adapun yang menjadi perlombaan adalah kekreatifan dan keinovasian dalam menciptakan suatu produk baru. Lomba tersebut di maksudkan agar mahasiswa yang berprofesi sebagai penjual dalam *business day* lebih bersemangat untuk menaikkan tingkat kualitas barang yang di perjual belikan oleh masing masing kelompok. Sehingga akan membawa dampak positif bagi penjual juga pembeli. Sedangkan pasar adalah yang menjadi tempat transaksi jual beli. Dimana di dalam *business day* terjadi proses pemasaran yang mengakibatkan terjadinya transaksi jual beli dari produk yang dipasarkan oleh beberapa kelompok mahasiswa.

Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara peneliti dengan Widiyanti mahasiswa program studi Ekonomi Syariah, yaitu: "model *business day* sebenarnya sama halnya dengan bazar. Mengapa demikian? Karena dalam *business day* ada perlombaan yaitu perlombaan untuk berwirausaha sebaik mungkin. Dan dinamakan pasar karena juga ada yang menjual dan ada yang membeli".

Hal serupa juga dikemukakan oleh Zahrotin mahasiswi kelas ES E angkatan 2011, yaitu:

> "ya intinya, model *business day* yang diajarkan dalam matakuliah kewirausahaan itu kita disuruh berjualan. Namun, produk yang dijual merupakan hasil dari kreasi kita. Modalnya juga kita kumpulkan sendiri, yang didapat dari sumbangan anggota

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> kelompok. Karena *business day* tersebut untuk melatih kemampuan kita berwirausaha. Setelah itu, dipasarkan di depan gedung fakultas syariah, yang sudah disediakan *stand* oleh pihak kampus untuk beberapa kelompok supaya kita bisa berjualan".

Berbeda dengan ungkapan Riris Wandayanik yang berkomentar tentang waktu yang ditentukan untuk melakukan *business day*. Ia juga merupakan mahasiswa Ekonomi Syariah namun beda kelas dengan Zahrotin. Ia mengatakan:

> "Model *business day* yang diajarkan dalam matakuliah kewirausahaan sudah bagus menurutku. Hanya saja waktu yang diberikan untuk melakukan *business day* kurang lama. Waktu tiga hari tidak cukup untuk melakukan praktik wirausaha secara maksimal. Dan juga tempat pelaksanaan *business day* jangan hanya di kalangan kampus UIN Sunan Ampel saja, apalagi hanya dilingkungan fakustas Ekonomi dan Bisnis Islam. Saran saya harus bisa melaksanakan *business day* di luar kampus UIN Sunan Ampel. Agar *business day* tersebut lebih berkembang dan lebih menantang mahasiswa Ekonomi Syariah untuk lebih serius melaksakan *business day*".

## D. Tujuan *Business Day*

*Business day* bertujuan untuk menumbuhkembangkan jiwa wirausaha dalam diri mahasiswa program studi Ekonomi Syariah. Dengan melakukan *business day* mahasiswa diharapkan mampu membuka usaha sendiri dan tidak hanya berpandangan untuk menjadi pegawai atau karyawan sebuah perusahaan milik swasta ataupun pemerintah.[3]

[3] Mohammad Jihad A, *Wawancara*, Surabya, 13 Desember 2014.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Setelah melakukan *business day* mahasiswa Ekonomi Syariah juga diharapkan bisa menguasai dibidang manajemen pemasaran. Karena Pemasaran merupakan fungsi kesuksesan dalam bisnis yang berhubungan langsung dengan konsumen.

Kesuksesan perusahaan banyak ditentukan oleh prestasi dibidang pemasaran. Pemasaran merupakan proses mempelajari kebutuhan dan keinginan konsumen, dan memuaskan konsumen dengan produk dan pelayanan yang berkualitas dan pada harga yang kompetitif. Penerapan pemasaran di perusahaan satu dengan lainnya dapat berbeda-beda.

Didalam *business day* sesungguhnya mahasiswa sudah melakukan pemasaran secara langsung. Seperti yang dijelaskan oleh salah satu mahasiswa, yang tidak bisa disebutkan namanya yaitu sebagai berikut:

> "Secara tidak sadar sebenarnya kita (mahasiswa Ekonomi Syariah) didalam *business day* sudah melakukan praktik pemasaran. Karena kita pada *business day* dituntut untuk memasarkan produk kita. Juga mencari bagaimana strategi pemasaran yang baik agar produk yang kita jual itu laku dan diminati oleh semua kalangan. Yang dimaksud Pemasaran disini adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang misalnya ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa".

Sedangkan yang dimaksud dengan manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membentuk dan mempertahankan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran (target *buyer*) dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasinya.[4]

Siti Hafidho mahasiswa semester 7 program studi Ekonomi Syariah mengatakan "Ketika mahasiswa memahami dan menggunakan Konsep dan strategi pemasaran dengan baik dalam menjalankan usaha di *business day*, maka kemungkinan besar bisa membantu menyukseskan usaha yang dilakukannya pada *business day*".

Dengan melakukan aktivitas *business day* selama tiga hari tersebut diharapkan dapat membuat para mahasiswa termotivasi untuk menjadi wirausaha yang sesungguhnya. Seorang wirausaha yang mampu menilai dan mengidentifikasi pasar pesaing, mengenali kepribadian konsumen, dan mampu menciptakan produk yang bisa bersaing dengan produk yang sudah unggul di pasaran dan banyak diminati konsumen.

Hal ini hampir sama dengan yang dikemukakan oleh mahasiswa prodi Ekonomi Syariah asal Magetan, Riyananta K bahwa:

> "Untuk menjadi seorang wirausaha itu dibutuhkan keberanian untuk menghadapi berbagai resiko bisnis, tidak pernah menyerah, memiliki semangat yang yang luar biasa pandai melihat peluang bisnis, juga selalu menciptakan ide baru yang unik sehingga produk yang ditawarkan memiliki nilai tambah dan berbeda dari yang lainnya".

[4] Murti Sumarni-John Soeprihanto, *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*, (Yogyakara: Liberty Yogyakarta, 2010) hal 261

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Riska asal Sidoarjo yang juga mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2011 menambahkan "berwirausaha itu harus orang yang memiliki karakter pekerja keras dan memiliki komitmen yang tinggi. Dan dengan adanya *business day* tersebut bisa membuat mahasiswa memiliki karakter yang dimiliki oleh seorang wirausaha yang sesungguhnya".

## E. Konsep Pemasaran dalam *Business Day*

Konsep pemasaran dalam *business day* tidak jauh beda dengan konsep pemasaran pada umumnya, yaitu sebagai berikut;

1. Konsep produksi (*the production concept)*

   Pada tahun 1776, Adam Smith yang di kenal sebagai bapak ekonomi, mengatakan bahwa "konsumsi adalah satu-satunya tujuan dan akhir dari proses produksi". Pernyataan Adam Smith ini memicu munculnya konsep produksi yang menyatakan bahwa konsumen akan mendukung produk yang tersedia dengan harga yang terjangkau. Oleh karena itu, daya beli adalah faktor penting sehingga manajemen harus berfokus pada usaha peningkatan efisiensi produksi dan distribusinya agar produknya laku dipasar. [5]

   Konsep produksi Adam Smith berlaku juga dalam *business day*. Dimana produk yang diproduksi oleh mahasiswa harus mempertimbangkan keadaan pasar. Mahasiswa juga harus memperhatikan kemungkinan harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen.

[5] Ir. Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan,* (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2011) hal 373

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Konsep Produk (*the product concept)*

Pada *business day* konsep ini mengandung pengertian bahwa, pembeli akan menyukai produk yang menawarkan kualitas dan prestasi terbaik serta keistimewaan yang menonjol. Oleh karenanya, kelompok mahasiswa harus berupaya untuk memperbaiki produk secara terus menerus selama pelaksanaan *business day* tersebut.

Untuk Pelaksanaan konsep produk ini perlu persyaratan sebagai berikut:[6]

a. Konsumen membeli produk tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhannya.
b. Konsumen menaruh perhatian pada kualitas produk
c. Konsumen mengetahui tinggi rendahnya kualitas dan perbedaan dalam penampilan diantara berbagai merk barang lain yang sejenis.
d. Konsumen bersedia membayar pada harga yang layak sesuai dengan kualitas barang.

3. Konsep Penjualan (*the selling concept)*

Konsep penjualan menyatakan bahwa, konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk, kecuali jika produsen mengupayakan promosi dan penjualan yang agresif.

Jadi dalam konsep ini terkandung 3 dasar pikiran yang juga bisa digunakan untuk kesuksesan usaha dalam *business day*:[7]

---

[6] Murti Sumarni-John Soeprihanto, *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*, (Yogyakara: Liberty Yogyakarta, 2010) hal 261

[7] Sri Hakiki, *Wawancara*, Surabaya, 11 Desember 2014.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Tugas utama peserta *business day* adalah mencapai volume penjualan yang setinggi-setingginya.

b. Kelompok mahasiswa yang ada di *business day* harus mendorong konsumen untuk membeli dengan berbagai cara peningkatan penjualan. Misalnya promosi yang ditingkatkan.

c. Konsumen mungkin akan melakukan pembelian lagi dan kalaupun tidak, masih ada konsumen yang lain.

4. Konsep Pemasaran *(the marketing concept)*

Konsep pemasaran menyebutkan bahwa kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan perusahaan adalah terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta pemberian kepuasan yang diinginkan secara lebih baik daripada yang di lakukan oleh para pesaingnya.

Dalam *business day* mahasiswa harus mampu mengetahui kebutuhan dan yang banyak diminati kebanyakan mahasiswa karena target pasar yang dituju adalah lingkungan kampus UIN Sunan Ampel. Dan strategi pemasaran yang digunakan harus lebih baik dari kelompok mahasiswa yang lainnya dalam *business day*.[8]

Dasar pemikiran yang terkandung dalam konsep pemasaran yaitu:

[8] Fauzan, *Wawancara*, Surabaya, 12 Desember 2014.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a) Pemuasan keinginan kelompok pembeli tertentu adalah menjadi tugas perusahaan.
b) Untuk memuaskan keinginan konsumen tersebut, diperlukan program riset pemasaran agar dapat diketahui pola keinginan pembeli.
c) Semua kegiatan untuk mempengaruhi pembeli harus di tempatkan di bawah kontrol pemasaran yang terintegrasi.
d) Kepuasan konsumen akan dapat menimbulkan loyalitas dan kesan baik dari pembeli.[9]

## F. Dampak *Business Day* pada Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya

Berdasarkan hasil observasi partisipasi (*Participant Observer*), yaitu peneliti bertindak sebagai mahasiswa program studi Ekonomi Syariah yang telah mengikuti matakuliah kewirausahaan dan telah mengikuti praktik *business day*. Peneliti cukup termotivasi. Selain itu, peneliti juga pernah mengikuti pelatihan kewirausahaan seperti seminar kewirausahaan, namun dari seminar tersebut hanya sedikit memotivasi peneliti untuk berwirausaha.

[9] Ir. Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan,* (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2011) hal 374-375

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada semester empat tahun 2013 peneliti mengikuti matakuliah kewirausahaan. Dalam matakuliah tersebut dituntut untuk melakukan praktik berwirausaha yaitu *business day*.

Setelah melakukan *business day* peneliti cukup termotivasi untuk berwirausaha. Karena pengalaman yang didapat dengan terjun langsung ke lapangan meski hanya dalam lingkup kampus UIN Sunan Ampel sangat memotivasi peneliti untuk melanjutkan usaha yang dilakukannya pada *business day*.

Pengalaman yang didapatkan di *business day* antara lain: melatih keterampilan berkomonikasi dengan konsumen dalam memasarkan produk, belajar mengenal segmen pasar yang dituju, melatih bekerjasama dengan orang lain, dan lebih memahami pentingnya merk agar mudah dikenal konsumen.

Informan dengan nama Maulidia program studi Ekonomi Syariah kelas ES E mengemukakan pendapatnya mengenai motivasinya setelah mengikuti *business day*.

> "Setelah mengikuti matakuliah kewirausahaan dan *business day* saya sangat termotivasi untuk menjadi seorang wirausaha. Karena saya dapat belajar dan tau bagaimana proses untuk membuat usaha baru. Mulai dari proses produksi, menghadapi resiko, dan melakukan pemasaran produk. Sehingga dapat menambah wawasan saya dalam berwirausaha. Dari *business day* tersebut saya sudah mendapatkan bekal yang cukup untuk memulai wirausaha nantinya. Bagi saya berwirausaha terasa lebih menarik setelah mencoba melakukan praktik berwirausaha. Saya yakin semua mahasiswa program studi Ekonomi Syariah yang sudah menerima matakuliah kewirausahaan dan melakukan praktik *business day* merasakan hal yang sama dengan apa yang saya rasakan. Apalagi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan berwirausaha juga akan memberi pekerjaan bagi orang lain dan tentunya bisa mengurangi pengangguran".

Sedangkan Mohammad Ikhsan mahasiswa program studi Ekonomi Syariah kelas ES D berkomentar tentang makna dari berwirausaha dan motivasi berwirausaha. Ia mengatakan "Berwirausaha adalah upaya untuk menciptakan, mengelola, dan mengembangkan usaha secara mandiri melalui ide yang diciptakan sendiri, produk yang dibuat sendiri, pemasaran yang dirancang sendiri, dan semua yang memegang kendali adalah pemilik. Motivasi berwirausaha merupakan dorongan untuk dapat mandiri sehingga bisa menciptakan lapangan pekerjaan baru serta dapat mensejahterakan orang lain setidaknya orang sekitar".

*Business day* juga cukup berdampak pada motivasi Mohammad Ikhsan untuk berwirausaha. Karena setelah melakukan *business day* Ia dapat mengetahui manis pahitnya berwirausaha seperti saat untung dan rugi. Selain itu mengetahui keadaan nyata di lapangan. Pengalaman yang didapat selain menciptakan dan memasarkan produk, juga belajar mengatur keuangan agar dapat diputar kembali untuk penjualan selanjutnya.[10]

Selaras dengan ungkapan Mohammad Ikhsan, Ali Fakhri juga mengumukakan pendapatnya saat diwawancarai. Menurutnya kewirausahaan adalah ilmu yang mengajarkan untuk berfikir kritis dan bisa melihat peluang usaha yang ada, menggali ide-ide bisnis dan

[10] Mohammad Ikhsan, *Wawancara*, Surabaya, 13 Desember 2014.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjalankannya, serta mengajarkan untuk menghitung kelayakan suatu bisnis untuk dijalankan.

Ali Fakhri juga menceritakan pengalaman yang didapatnya dalam *business day*. Antara lain berintraksi dengan orang lain untuk promosi produk, promosi tersebut dilakukan semenarik mungkin, sehingga dapat menarik hati konsumen untuk mencoba produk yang dijualnya. Tetapi tetap diimbangi dengan kualitas produk yang bagus agar konsumen selanjutnya dapat loyal terhadap produk yang ditawarkan.

Seperti halnya Maulidia dan Mohammad Ikhsan Ia juga Cukup termotivasi untuk berwirausaha setelah mengikuti *business day* karena dalam *business day* tersebut ia belajar langsung mengekskusi ide yang dimilikinya. Sehingga dapat belajar bagaimana untuk menjadi wirausaha yang sebenarnya.

Berbeda dengan ungkapan informan sebelumnya, bagi Triana mahasiswa prodi Ekonomi Syariah kelas ES D *business day* tidak terlalu berdampak pada motivasi berwirausahanya. Trianan lebih termotivasi untuk berwirausaha setelah menonton program *young on top*. Setelah menonton film tersebut ia lebih berkeiinginan untuk menjadi seorang wirausaha muda yang sukses.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id