

b.) Profil Kegiatan

Acara *Young Moslem Entrepreneur Camp* (YouMEC) 2015 ini adalah sebuah acara yang diadakan oleh mahasiswa PRODI Ilmu Komunikasi pada tahun 2015. Acara dibuat bertujuan untuk mencari, mengumpulkan dan mewadahi para pengusaha muda muslim yang juga masih berstatus sebagai mahasiswa aktif di masing-masing perguruan tinggi dan *al-Ghuroba* (remaja atau takmir masjid) yang ada di di Jawa Timur khususnya di Surabaya. Acara *entrepreneur camp* dengan mengkombinasikan antara kegiatan semi *workshop*, juga kompetisi esai bisnis menjadi satu dalam sebuah *entrepreneur camp*, yang pertama kali diadakan di Surabaya, dengan format diskusi dan kompetisi yang diikuti oleh 20 pemuda muslim, baik yang sudah memiliki bisnis yang berjalan atau yang belum memiliki bisnis, dan mau memulai berwirausaha.

Merupakan ide baru yang pernah diadakan oleh kampus UIN Sunan Ampel Surabaya dari PRODI Ilmu Komunikasi, untuk menggagas sebuah acara yang bertemakan *entrepreneur camp* yang ditujukan untuk mahasiswa muslim di masing-masing perguruan tinggi dan *al-Ghuroba* (remaja atau takmir masjid). Acara yang diadakan selama tiga hari dua malam ini bertujuan untuk membangun *networking* antar kampus pada umumnya, dan khususnya bagi para pengusaha muslim yang berasal dari berbagai latar belakang di dalam sebuah camp selama tiga hari dua malam tersebut.

Kegiatan *Young Moslem Entrepreneur Camp* (YouMEC) 2015 akan dilaksanakan selama 3 hari. Dengan target peserta berjumlah 20 peserta dari seluruh wilayah Jawa Timur khususnya di Surabaya. Peserta YouMEC 2015 merupakan

mndelegasikan takmir masjid yang masih berusia produktif, atau takmir masjid yang juga berstatus mahasiswa.

Dalam aplikasinya, proses IMC tidak akan berjalan tanpa adanya penggunaan media untuk membantu menyebarkan informasi dengan cepat. Sehingga media bisa menjadi alat bantu untuk menyalurkan informasi dari komunikator ke komunikan.

Salah satu penentu keberhasilan dalam kegiatan *Young Moslem Entrepreneur Camp* (YouMEC) 2015 ini adalah ketepatan dalam memanfaatkan media. Karena media adalah sebuah alat untuk membuat komunikasi itu sampai atau tiba kepada komunikan secara cepat dan tepat. Sehingga khalayak dapat menerima pesan secara utuh dan jelas. Sehingga adanya media dalam membuat sebuah event sangatlah penting.

terutama media massa. Karena media massa sangatlah efektif untuk menyebarkan informasi kepada khalayak. Sehingga dalam acara ini saluran untuk menyebarkan informasi adalah menggunakan media online yang banyak digunakan oleh kalangan muda.

Selain itu juga dengan menggunakan komunikasi pemasaran terpadu (*integrated marketing communications*) dalam hal menyebarkan kepada khalayak, bukan sekedar menginformasikan saja. Melainkan juga untuk memberikan efek tindakan agar komunikan atau calon pelanggan (peserta dan sponsor) dapat melakukan apapun sesuai dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator, komunikator disini adalah panitia acara yang berperan penting dalam hubungan

dengan *stakeholder* internal dan eksternal, juga dalam hal pemasaran kegiatannya kepada khalayak.

Adapun beberapa bentuk komunikasi pemasaran terpadu (*integrated marketing communications*) yang digunakan panitia dalam acara *Young Moslem Entrepreneur Camp (YouMEC) 2015* ini antara lain adalah dengan pemasaran secara langsung. Yakni, dalam mendukung sebuah kegiatan, maka diperlukan adanya pemasaran agenda acara secara langsung (*direct marketing*). Metode ini dirasa sangat efektif dalam pencarian klien atau calon peserta yang akan mengikuti kegiatan. Sehingga calon peserta akan lebih detail untuk menanyakan perihal event dan rangkaian kegiatan apa saja yang terdapat didalam event tersebut. Metode didalam pemasaran secara langsung dengan mengirim undangan melalui internet (*direct mail*), cara pemasaran yang berbasis data seperti mengumpulkan database calon peserta yang akan dituju, dan dengan pemasaran langsung yang biasa dinamakan dengan istilah *E-commerce*.

Untuk mencapai komunikasi yang ideal dengan calon pelanggan perlu diadakan pertemuan tatap muka. Para anggota dari setiap tim kreatif agen akan menjelaskan bahwa iklan yang baik tidak akan berbicara kepada pasar secara umum, melainkan langsung berbicara kepada individu, karena hal ini dirasa lebih efektif daripada mengiklankan sesuatu secara umum. Sehingga, *direct mail* merupakan teknik komunikasi massa yang paling banyak digunakan karena tingkat efektifitasnya yang tinggi dalam menyampaikan pesan kepada obyek sasaran. Hal ini juga dilakukan oleh panitia acara yang fokus didalam pemasaran kegiatan secara *online*.

Pengiriman surat secara langsung (*direct mail*) kepada calon peserta kegiatan *Young Moslem Entrepreneur Camp* (YouMEC) 2015 melalui saluran internet pada dasarnya hampir sama dengan mengirim surat cetak melalui kurir. Hanya saja *direct mail* lebih ke arah elektronis seperti mengirim sms. *Direct mail* akan lebih mengena kepada calon peserta yang dituju, karena pesan akan diterima langsung melalui akun pribadinya seperti *e-mail*.

Calon peserta acara dalam kegiatan kewirausahaan untuk pemuda muslim ini merupakan calon konsumen. Sehingga dengan mudah dijangkau dengan menggunakan *e-mail* secara langsung kepada akun pribadinya, komunikasi pemasaran ini sangatlah efektif dan bisa langsung mendapatkan *feedback* dari calon peserta untuk menanggapi tawaran kegiatan kewirausahaan yang akan dilaksanakan selama tiga hari dua malam dengan kegiatan pelatihan pembuatan *ice cream* dan kompetisi pembuatan esai konsep bisnis.

Seperti halnya dalam pembuatan *event*. Situs *Facebook* yang dipilih sebagai media promosi event ini bertujuan untuk mencari calon peserta yang berpotensi untuk mengikuti acara YouMEC 2015. Sehingga banyak data yang didapatkan dari Facebook. Basis data ini sangat penting adanya, karena untuk mengidentifikasi market atau calon peserta lebih detail. Sehingga untuk mempersuasi lebih mengena dan efektif. Karena memiliki data atau profil calon peserta yang akan dipilih.

Media elektronik dapat menarik khalayak dengan sangat cepat. Karena media elektronik sejak awal sudah bersifat demokratis dengan khalayak masyarakat luas secara keseluruhan, bukan kalangan tertentu saja. Diantaranya adalah media televisi dan radio. Akan tetapi dalam aplikasinya untuk kegiatan ini hanya

menggunakan Radio saja. Karena bukan kegiatan dengan skala nasional dan tidak ada biaya untuk iklan. Sehingga hanya memanfaatkan relasi dengan media radio lokal saja. Karena banyak anak muda di Surabaya yang gemar mendengarkan radio daripada menonton televisi. Sehingga pemilihan media elektronik radio ini menjadi pilihan tepat untuk menarik perhatian pendengar muda muslim, untuk lebih tau tentang kegiatan *Young Moslem Entrepreneur Camp (YouMEC) 2015* dan mengikutinya.

Sasaran dari kegiatan *Young Moslem Entrepreneur Camp (YouMEC) 2015* ini adalah pemuda muslim yang masih berstatus mahasiswa aktif perguruan tinggi, yang menempuh pendidikan strata satu dan *al-Ghuroba* (remaja atau takmir masjid) yang masih berusia produktif. Juga memiliki usaha minimal sudah berkembang selama kurang lebih satu tahun. Atau yang akan memulai berwirausaha.

Selain mahasiswa, sasaran dari kegiatan ini adalah instansi terkait, seperti dinas Koperasi dan UMKM Jawa Timur dan Dinas Perindustrian dan perdagangan provinsi Jawa Timur. Karena dinas terkait penting keikutsertaannya dalam acara *Young Moslem Entrepreneur Camp* ini.

Dari pihak kampus UIN Sunan Ampel Surabaya juga berpotensi untuk mendukung kegiatan ini dari segi transportasi menuju lokasi. Sehingga anggaran untuk sewa transportasi peserta menuju lokasi bisa diminimalisir dengan adanya dukungan dari pihak Universitas. Instansi atau lembaga terkait juga berpeluang untuk memberikan dukungan secara materi atau non materi. Beberapa komunitas yang ada di Surabaya juga menjadi sasaran untuk mensukseskan kegiatan ini.

Memasuki pada tahapan pra acara inilah, peneliti akan mengetahui bagaimana panitia membangun komunikasi dengan baik dan menerapkan proses komunikasi model DAGMAR RH. Colley, dalam mempersuasi stakeholder internal dan eksternal untuk bergabung dalam acara *Young Moslem entrepreneur Camp (YouMEC) 2015*.

Peran media dalam mempromosikan acara atau kegiatan juga sangatlah penting. Sehingga persiapan dan pemilihan media juga dibutuhkan untuk mempersuasi calon peserta, calon media *partner* dan sponsor yang akan mendukung kelancaran acara.

Dalam hal ini pemilihan media harus tepat, media promosi disesuaikan dengan target khalayak yang diharapkan. Beberapa media promosi yang digunakan adalah sosial media (twitter, facebook, fanspage, instagram). Di masing-masing sosial media tersebut terdapat akun penyelenggara. Promosi gencar dilakukan menggunakan media *online* karena target peserta dalam acara ini adalah pemuda. Sehingga dengan media *online*, promosi ini cukup efektif hingga saat ini. Banyak peserta yang memang mengetahui acara *Young Moslem Entrepreneur Camp (YouMEC) 2015* ini dari media sosial terutama facebook.

Selain promosi menggunakan media online. Juga dilakukan komunikasi interpersonal kepada calon peserta dan calon sponsor yang akan mendukung acara ini. Komunikasi interpersonal sendiri adalah (referensia) . Dimana komunikator langsung menginformasikan kepada calon peserta untuk mengikuti acara YouMEC 2015.

- **Acara**

Tahapan-tahapan yang dilakukan oleh panitia penyelenggara sudah sesuai dengan penyelenggara kegiatan pada umumnya. Berjalan sistematis dan sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan selama rapat pra acara hingga pasca acara.

Akan tetapi dalam perencanaan pembiayaan masih jauh dari harapan perencanaan awal. Tidak ada satupun sponsor yang memberikan *cash money*, sebagian sponsor mendukung dalam bentuk produk atau materi untuk melengkapi kebutuhan acara.

Meskipun tidak ada dana yang didapatkan dari pihak sponsor atau stakeholder eksternal, kegiatanpun berjalan sesuai rencana karena semua kebutuhan telah dibantu oleh beberapa sponsor dan bantuan dari usaha mahasiswa dalam bentuk produk.

Dari pihak sponsor akan diberikan imbal balik dari dukungannya dengan cara mencantumkan logo instansi atau usaha disegala media promosi seperti banner, *id card* peserta dan panitia, cinderamata pemateri, *note book*. Setelah acara, untuk menjalin komunikasi kepada *stakeholder* eksternal yang telah mendukung acara *Young Moslem Entrepreneur Camp (YouMEC) 2015* ini akan mendapatkan laporan acara. Sehingga para sponsor mengetahui progres dari kegiatan yang telah didukungnya.

Dalam tahapan untuk menyelenggarakan acara adalah penentuan konsep dan target peserta acara harus jelas. Sehingga ketika menginformasikan acara tersebut kepada khalayak akan jauh lebih jelas dan detail. Ketika konsep dan target audiens dalam sebuah acara sangat jelas, maka pemasaran atau promosi acara akan sangat mudah dilakukan oleh komunikator.

Karena dalam tahapan awal, khalayak tidak akan tau acara apa yang sedang dirancang, dan komunikasi pasti akan menanyakan apa keuntungan dari mengikuti acara tersebut, apalagi acara yang diselenggarakan berbayar, maka peluang untuk diikuti oleh pemuda sangatlah minim jika pemuda tersebut tidak loyal dengan tema kegiatan yang sedang berlangsung.

Sehingga, dalam tahapan menemui orang-orang yang tidak tau dengan acara *Young Moslem Entrepreneur Camp (YouMEC) 2015* ini perlu di berikan informasi dengan detail, seperti yang sudah dilakukan oleh panitia atau humas sebuah sacara.

Kemudian setelah target sudah memahami rangkaian apa saja yang terdapat dalam acara *Young Moslem Entrepreneur Camp (YouMEC) 2015*, maka calon peserta akan dengan loyal untuk mengeluarkan uangnya berapapun itu untuk mengikuti kegiatan ini, karena bagi dia kegiatan ini sangatlah penting, mengeluarkan uang kontribusi acarapun sangat mudah.

Beda halnya dengan calon peserta yang tidak loyal atau bahkan gagal memahai pesan yang telah disampaikan oleh komunikator untuk mempersuasi agar ikut acara *Young Moslem Entrepreneur Camp (YouMEC) 2015*. Seperti apapun komunikator mempersuasi jika dalam benak komunikasi sudah tidak sampai pesannya, akan gagal. Calon peserta akan mulai malas dan bahkan tidak akan mau mengeluarkan uang sepeserpun untuk mengikuti kegiatan yang dianggapnya tidak terlalu penting baginya, jika sudah ada gelagat komunikasi tidak menerima pesan dengan baik, maka seorang komunikator harus pandai mengetahui simbol verbal maupun non verbalnya, sehingga waktu tidak akan terbuang sia-sia dan bisa

berganti dengan calon peserta lain yang mungkin berpotensi untuk menjadi calon peserta.

Dalam tahapan calon peserta memahami pesan yang dibawa oleh komunikator, maka seorang komunikator harus pintar menjalin komunikasi dan hubungan kepada calon peserta untuk lebih meyakinkan lagi, agar mendapatkan tindakan yang positif.

Dalam hal ini, panitia acara *Young Moslem Entrepreneur Camp* (YouMEC) 2015 sudah melaksanakan tugasnya dengan baik. mereka sudah melakukan komunikasi persuasi dengan cukup efektif, sehingga target peserta terpenuhi sesuai dengan rencana.

Panitia acara *Young Moslem Entrepreneur Camp* (YouMEC) 2015 keseluruhnya adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi, dengan disiplin ilmu yang mereka pelajari, maka panitia sangat menekankan untuk cara berkomunikasi yang baik untuk menjalin relasi dengan *stakeholder* internal maupun eksternal dengan sangat baik dan hati-hati. Karena dengan komunikasi akan mempengaruhi tindakan baik atau buruk seseorang.

Dalam aplikasinya, meski menggunakan komunikasi pemasaran terpadu dengan teori model DAMAR, panitia masih menemukan kesulitan saat berkomunikasi dengan peserta dari *al-Ghuroba* (remaja atau takmir masjid), hal ini dikarenakan tidak banyak dari *al-Ghuroba* memiliki keinginan untuk berwirausaha. Sehingga perlu adanya komunikasi yang berbeda dalam menangani calon peserta dari *al-Ghuroba*.

Saat berkomunikasi dengan *al-Ghuroba*. Panitia langsung menemui ketua pengurus remaja atau takmir masjid. Disitu panitia menginformasikan mengenai kegiatan *Young Moslem Entrepreneur Camp (YouMEC) 2015* untuk meminta delegasi dari *al-Ghuroba* yang aktif di masjid tersebut. Tujuannya supaya *al-Ghuroba* juga dapat mandiri secara finansial melalui berwirausaha, selain menjadi *al-Ghuroba*, karena usia masih produktif, berwirausaha juga bisa dilakukan tanpa mengesampingkan urusan masjid.

Dari membangun komunikasi dengan ketua takmir masjid inilah panitia acara *Young Moslem Entrepreneur Camp (YouMEC) 2015* mendapatkan peserta dari *al-Ghuroba*. Meski tidak sesuai target, *al-Ghuroba* yang ikut serta dalam acara ini cukup mewakili dari *al-Ghuroba* yang ada di Surabaya sebagai peserta untuk belajar tentang kewirausahaan. Sehingga setelah acara ini akan dapat diinformasikan kepada teman-teman yang juga memiliki aktifitas yang sama sebagai *al-Ghuroba* (remaja atau takmir masjid).

Dalam aplikasi kegiatannya, panitia telah melakukan komunikasi dengan sistematis sampai target melakukan sebuah tindakan sesuai dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator. Hal ini yang mengindikasikan bahwa, komunikasi biasa saja tidak cukup untuk mempengaruhi perilaku seseorang. Sehingga dengan menggunakan komunikasi pemasaran terpadu (*integrated marketing communication*) maka akan lebih mengena pesannya kepada komunikan. Komunikanpun akan memahami isi pesan dengan lama.

Saat proses komunikasi terjadi pasti banyak hambatan hambatan itu terjadi pada saat tahapan komunikator berusaha untuk meyakinkan komunikan. Dalam

tahapan ini banyak sekali muncul kesalahfahaman komunikasi. Sehingga banyak calon peserta yang mengundurkan diri saat acara akan segera dilaksanakan. Dengan demikian maka panitia melakukan komunikasi yang tegas untuk lebih meyakinkan lagi calon peserta supaya mengikuti kegiatan ini sampai selesai. Hal itu sudah dilakukan oleh panitia dengan baik, sehingga jika ada calon peserta yang tiba-tiba membatalkan maka uang kontribusi tidak akan kembali. Sehingga calon peserta akan mempertimbangkan tindakannya untuk mengundurkan diri dari acara dengan alasan apapun, kecuali memang itu alasan yang benar-benar *urgent* dan bisa ditolerir oleh panitia acara, maka uang kontribusi akan kembali 50% dari total yang telah dibayarkan.

Dalam sebuah acara memang perlu adanya komunikasi pemasaran terpadu dengan sistematis untuk membuat pesan tersebut sampai dengan baik tanpa rusak. Sehingga komunikasi akan memberikan *feedback* langsung kepada komunikator sebagai bentuk pemahaman dari isi pesan yang telah disampaikan untuk menuju tujuan yang sama.

Dalam kegiatan *Young Moslem Entrepreneur Camp (YouMEC) 2015* ini ternyata panitia menggunakan model DAGMAR untuk membuat calon peserta dan sponsor melakukan sebuah tindakan yang sesuai dengan keinginan panitia acara. Karena dari ketidaktahuan akan tumbuh sebuah keyakinan hasil interpretasi informasi yang sudah diberikan panitia acara, sehingga ada tindakan yang dilakukan untuk mendukung dan ikut serta dalam acara *Young Moslem Entrepreneur Camp (YouMEC) 2015*.

Acara *Young Moslem Entrepreneur Camp* (YouMEC) 2015 ini adalah sebuah acara yang diadakan oleh mahasiswa PRODI Ilmu Komunikasi pada tahun 2015. Acara dibuat bertujuan untuk mencari, mengumpulkan dan mewadahi para pengusaha muda muslim yang juga masih berstatus sebagai mahasiswa aktif di masing-masing perguruan tinggi dan *Al-Ghuroba* (remaja atau takmir masjid) yang ada di di Jawa Timur khususnya di Surabaya. Acara Entrepreneur Camp dengan mengkombinasikan antara kegiatan semi workshop, juga kompetisi esai bisnis menjadi satu dalam sebuah *entrepreneur camp*, yang pertama kali diadakan di Surabaya, dengan format diskusi dan kompetisi yang diikuti oleh 20 pemuda muslim, baik yang sudah memiliki bisnis yang berjalan atau yang belum memiliki bisnis, dan mau memulai berwirausaha.

Merupakan ide baru yang pernah diadakan oleh kampus UIN Sunan Ampel Surabaya dari PRODI Ilmu Komunikasi, untuk menggagas sebuah acara yang bertemakan *entrepreneur camp* yang ditujukan untuk mahasiswa muslim di masing-masing perguruan tinggi dan *al-Ghuroba* (remaja atau takmir masjid). Acara yang diadakan selama tiga hari dua malam ini bertujuan untuk membangun *networking* antar kampus pada umumnya, dan khususnya bagi para pengusaha muslim yang berasal dari berbagai latar belakang di dalam sebuah camp selama tiga hari dua malam tersebut.

Kegiatan *Young Moslem Entrepreneur Camp* (YouMEC) 2015 akan dilaksanakan selama 3 hari. Dengan target peserta berjumlah 20 peserta dari seluruh wilayah Jawa Timur khususnya di Surabaya. Peserta YouMEC 2015 merupakan Peserta YouMEC 2015 merupakan pemuda muslim yang masih berstatus mahasiswa aktif S1 di Perguruan Tinggi masing-masing, yang sudah memiliki

Acara seminar, kompetisi atau *workshop* yang bertemakan wirausaha bukanlah hal baru di kalangan mahasiswa. Banyak acara yang serupa pernah dilakukan, bahkan hampir setiap tahun seperti komunitas pengusaha dan beberapa instansi mulai rutin mengadakan kegiatan bertemakan entrepreneurship ini. Hal itu bertujuan untuk menumbuhkan jiwa *entrepreneur* dalam diri pemuda. Terutama untuk menjuarai MEA yang akan resmi dibuka pada desember 2015 mendatang.

Selain itu, sebelum menjadi peserta, ada syarat yang harus dipenuhi oleh peserta, yakni membuat esai tentang bisnis yang dimilikinya, dan esai tentang MEA. Karena sesuai dengan tema dari kegiatan ini adalah “*We are ready to Asean Economic Community 2015*”. Kegiatan ini khusus diadakan untuk menyambut MEA, sekaligus mempersiapkan para calon pengusaha dan pengusaha muslim untuk siap menghadapi persaingan, tantangan dan peluang yang akan di hadapi sebagai dampak dari dibukanya *Asean Economic Community* di bulan Desember 2015 nanti. Salah satu syarat tersebut merupakan keunikan dari acara ini. Sehingga panitia bisa menjadikan bahan ini untuk mempersuasi komunikan, agar meyakini bahwa acara ini benar-benar bermanfaat dan unik. Sehingga akan ada tindakan yang dilakukan setelah menginformasikan kegiatan ini kepada calon peserta dan sponsor.

Konsep yang ditonjolkan pada acara *Young Moslem Entrepreneur Camp* (YouMEC) 2015 ini adalah sebuah acara kewirausahaan dalam bentuk semi workshop dan kompetisi, diadakan selama tiga hari dua malamn di Pusat Pelatihan Kewirausahaan Sampoerna, Sukorejo, Pasuruan Jawa Timur, dengan nama *Young Moslem Entrepreneur Camp* (YouMEC) 2015. Di ikuti oleh 20 peserta yang memiliki usaha minimal satu tahun berkembang dan peserta yang belum

memiliki usaha. Dan masih berstatus aktif mahasiswa strata satu di masing-masing perguruan tinggi yang ada di Jawa Timur.

Misi dari kegiatan semi *workshop* dan kompetisi ini adalah untuk menciptakan pengusaha muda muslim yang siap menghadapi peluang, tantangan dan ancaman pada saat di resmikannya *Asean Economic Community* pada bulan Desember tahun 2015 mendatang.

Acara ini memberikan wadah bagi pemuda muslim untuk mengekspresikan dirinya dalam wadah yang baik, yaitu dengan berwirusaha.

Selain itu, *event* ini bertujuan untuk mencetak seorang *entrepreneur* muda muslim, terutama dari kalangan *al-Ghuroba* sejak dini. Sebuah Negara setidaknya harus memiliki sekurangnya 2% pelaku usaha. Dan di Indonesia saat ini masih mencapai sekitar 1% pelaku usaha atau UKM.

Dampak yang dapat ditimbulkan dari pelaksanaan acara *Young Moslem Entrepreneur Camp 2015* ini adalah untuk menumbuhkan jiwa *entrepreneur* dalam diri pemuda muslim. Memberikan wadah bagi para pengusaha muda muslim untuk mengeksplere ide usahanya atau usahanya yang sudah berjalan lebih banyak lagi.

Dibandingkan *event* atau kegiatan serupa. *Event* ini menawarkan konsep kreatif acara. Penggabungan kegiatan semi *workshop* dan kompetisi bisnis plan untuk mendapatkan modal usaha, dengan format *camp*. Para calon pengusaha muda selain dibenahi mindsetnya untuk menjadi pengusaha, juga mendapatkan tantangan untuk sharing usahanya dalam bentuk bisnis plan.

Instrumen kegiatan ini adalah kegiatan semi *workshop* dan kompetisi esai konsep bisnis. Hal ini merupakan pembelajaran untuk berwirausaha bagi pemuda muslim dan *al-Ghuroba* (remaja atau takmir masjid). Sekaligus praktek langsung dalam pembuatan produk kuliner, yakni pembuatan *ice cream*.

Sebagai seorang muslim, harusnya memahami konsepsi ini. Sehingga, selain adanya media dakwah dengan cara ceramah, juga adanya edukasi mengenai cara untuk berbisnis yang sesuai dengan ajaran Islam. Dimana didalamnya juga terdapat nilai dakwah yang bisa disampaikan secara tersirat. Berdagang juga dapat menebarkan kemanfaatan sebagai bentuk dakwah.

Sebagaimana diketahui, dalam kegiatan ini terdapat juga sebuah kompetisi. Dimana peserta akan berlomba untuk mendapatkan modal usaha yang dapat mengembangkan bisnisnya. Islam telah mengajarkan penganutnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan, sehingga kompetisi ini sebagai wadah peserta untuk memberikan yang terbaik dan berlomba untuk menjadi yang terbaik dalam acara.

Sejarah Islam telah mencatat, bahwa Islam masuk ke Indonesia melalui perdagangan, sehingga umat Islam harus memahami konsep berdagang atau bisnis yang didalamnya syarat akan nilai dakwah.

Dengan demikian, adanya acara *Young Moslem Entrepreneur Camp* (YouMEC) 2015 ini memiliki tujuan untuk menumbuhkan jiwa seorang pengusaha muda muslim yang tidak hanya sekedar menjalankan bisnis atau memikirkan profit saja, melainkan juga melihat esensi nilai dakwah yang ada didalam berdagang untuk menebar kemanfaatan kepada orang lain melalui usahanya. Karena

berdakwah melalui perdagangan juga lebih efektif, dan banyak dilangkukan oleh bangsa Arab semasa dulu untuk menyebarkan agama Islam melalui perdagangan.

Acara *Young Moslem Entrepreneur Camp* (YouMEC) 2015 tidak akan bisa berjalan tanpa adanya dukungan Beberapa mitra kerja yang menunjukkan dukungan positif atas kegiatan yang diselenggarakan. Seperti beberapa instansi pemerintah, bank, dan beberapa komunitas pengusaha seperti TDA Surabaya, Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) dan Himpunan Pengusaha Santri Indonesia (HIPSI). Dan berbagai pihak eksternal yang berpotensi untuk mendukung acara.

Selain dukungan berupa materi dari instansi, lembaga atau komunitas terkait. Acara ini juga membutuhkan dukungan tenaga tambahan secara sukarela dari siapapun yang bisa bekerjasama untuk mensukseskan acara *Young Moslem Entrepreneur Camp* (YouMEC) 2015. Juga beberapa mahasiswa dari Ilmu Komunikasi dan beberapa mahasiswa lain yang berpotensi untuk ikut serta dalam kepanitiaan inti secara loyal.

Selain mahasiswa dari Ilmu Komunikasi, sebagai *stakeholder* internal yang membantu dalam pelaksanaan acara. Terdapat juga *stakeholder* eksternal seperti sponsor, media *partner*, atau donatur yang juga memberikan dukungan berupa materi maupun produk untuk kelangsungan acara ini.

Media partner juga memiliki peran yang penting dalam keberlangsungan sebuah *event*, berfungsi untuk ikut serta meliput dan menginformasikan acara *Young Moslem Entrepreneur Camp* 2015 ini kepada khalayak atau stakeholder yang lebih luas dan umum selain dari kampus UIN Suna Ampel sendiri, karena acara ini tidak hanya untuk mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya, melainkan

seluruh mahasiswa dan umum di seluruh Indonesia yang memenuhi persyaratan peserta.

Dalam acara ini, seluruh pengusaha muslim merupakan *stakeholder* eksternal yang juga mendukung penuh keberlangsungan kegiatan *Young Moslem Entrepreneur Camp* (YouMEC) 2015. Karena ketika tidak ada peserta, maka acara tidak akan berlangsung.

Penghambat yang paling utama dalam mengadakan sebuah kegiatan baru adalah dalam menyamakan *mindset stakeholder* eksternal dan internal. Karena tidak semua *stakeholder* memahami konsep dari pembuat *event*, seberapa pentingnya sebuah acara itu dibuat sehingga memiliki dampak positif bagi pengusaha muda yang ada di Indonesia. Sehingga ini menjadi penghambat utama dalam pengajuan kerjasama untuk mensukseskan sebuah acara tau kegiatan.

Dana merupakan hambatan yang paling utama dalam setiap kegiatan. Karena ketika tidak adanya dukungan dari instansi yang terkait, atau mitra kerja yang direncanakan sebelumnya. Seperti dinas-dinas yang berpotensi di Jawa Timur, komunitas bisnis yang ada di Jawa Timur dan beberapa perusahaan swasta yang berpotensi untuk mendanai acara ini.

Selain itu, minimnya peserta yang mengikuti acara juga menjadi faktor penghambat untuk terselenggaranya acara, bisa dikarenakan tidak adanya ketertarikan pada kegiatan *entrepreneur*. Terutama karena kegiatan ini berbayar, sehingga peserta masih sangat minim, sehingga bisa menjadi salah satu penghambat terselenggaranya acara. Secara keseluruhan kegiatan ini berjalan baik dan lancar. Meski demikian beberapa kendala yang dihadapi di lapangan adalah dukungan

intansi atau perusahaan yang kurang, serta birokrasi yang rumit dalam hal administrasi surat menyurat.

Beberapa dinas terkait dengan unsur agama seperti Kementrian Agama RI Provinsi Jawa Timur juga tidak bisa diharapkan supportnya meski acara ini fokus kepada pemuda muslim. Hal itu dikarenakan pihak Kementrian Agama RI Provinsi Jawa Timur memaparkan tidak adanya anggaran untuk kegiatan apapun. Sehingga itu juga menjadi penghambat acara ini. Pihak intansi agama yang tidak bisa mendukung acara baik secara materi maupun non materi.

Dari situ tergambar bahwa memang beberapa dinas pemerintahan tidak begitu tertarik untuk mendukung kegiatan yang bersifat positif untuk kemajuan generasi muda. Birokrasi yang begitu berbelit mengakibatkan panitia merasa kuwalahan untuk menghadapi atau menyikapi orang-orang dinas. Karena jika tidak ada pihak yang dikenal didalam dinas tersebut, cukup susah untuk mendapatkan dana bantuan atau dukungan dalam bentuk materi atau non materi.

Hasil observasi memberikan pengetahuan baru tentang potensi dinas untuk ikut serta dalam acara kepemudaan terbilang sangat sulit. Mulai birokrasi yang berbelit, hingga pihak dinas memaparkan bahwa tidak adanya anggaran untuk acara apapun, sehingga dinas tidak bisa mendukung secara finansial, meski begitu dukungan non finansialpun tidak dapat diberikan dengan berbagai macam alasan yang rumit.

Minimnya masa atau peserta yang mengikuti acara ini dikarenakan didalam konsep acara *Young Moslem Entrepreneur Camp (YouMEC) 2015* bersifat semi *workshop*. Hal ini juga menjadi faktor minimnya perusahaan untuk

memberikan dukungan. Karena jumlah masa yang sedikit tidak membuat promosi sebuah perusahaan menjadi efektif, ini juga menjadi kendala untuk kegiatan ini yang tidak mendapatkan dukungan berupa *cash money*. Karena beberapa perusahaan memang menargetkan masa yang banyak supaya media promosi yang ditawarkan sebagai *feedback* lebih efektif, karena akan dilihat dan diketahui orang banyak, daripada hanya 20 orang peserta.

Sebagai kegiatan awal untuk pengusaha muslim di Surabaya dan sekitarnya yang meliputi provinsi Jawa Timur dan Indonesia secara global, merupakan sebuah kegiatan yang dikemas dalam bentuk semi workshop sekaligus kompetisi untuk mendapatkan modal usaha bagi para pengusaha pemula, yang dilakukan dengan format camp (bermalam) selama 3 hari. Acara *Young Moslem Entrepreneur Camp (YouMEC) 2015* ini berbeda dari acara talk show atau seminar dengan format *camp* yang masih mengguankan tema yang sama, tentang entrepreneur. Sehingga acara ini berpeluang untuk mendapatkan antusias dari para pengusaha muda muslim.

Adanya kegiatan kompetisi dalam sebuah acara workshop, merupakan hal baru yang nantinya akan memicu semangat berkompetisi para pengusaha atau calon peserta untuk ikut serta dalam kegiatan *Young Moslem Entrepreneur Camp 2015*. Kedatangan pemateri yang sudah *expert*, sekaligus mendatangkan langsung mahasiswa yang juga memiliki usaha, yang nantinya setiap usaha masing-masing peserta dapat menginspirasi peserta lain. Hal ini menjadi nilai tambah sebagai peluang untuk menjadikan acara ini perlu untuk diikuti oleh pengusaha muda muslim yang ada di Indonesia ini.

Dari berbagai kelebihan yang dimiliki acara *Young Moslem Entrepreneur Camp* (YouMEC) 2015, memiliki kemungkinan dan peluang untuk dilaksanakan dan sukses acaranya. Meski bukan hal baru bagi mahasiswa, sebuah acara *camp entrepreneur*. Akan tetapi dengan format semi *workshop* dan kompetisi didalam *camp* merupakan hal yang baru untuk kegiatan *entrepreneur* muda di Jawa Timur dan Surabaya khususnya. Apalagi kegiatan ini dikhususkan hanya untuk pemuda muslim yang masih berstatus mahasiswa aktif di masing-masing perguruan tinggi dan *al-Ghuroba* (remaja atau takmir masjid) yang berusia produktif.

Selain itu, acara ini juga penting sebagai wadah bagi pengusaha muda khususnya dan anak muda pada umumnya, untuk mengekspresikan atau mengaktualisasikan kemampuannya dengan wadah yang benar melalui acara yang positif dan produktif.

Perkembangan *event* tentang *entrepreneur* sangatlah pesat tiap tahunnya di Indonesia, khususnya di Jawa Timur ini. Sehingga banyak bermunculan kegiatan-kegiatan yang memang fokus untuk menumbuhkan semangat *entrepreneur*, yang dilakukan oleh berbagai instansi, Universitas ataupun komunitas *entrepreneur* ataupun *event organizer*. Baik kegiatan komersil maupun sosial.

Beberapa contoh kegiatan serupa pernah diadakan oleh beberapa Universitas, antara lain adalah :

1. *Event* dari Universitas Brawijaya Malang, dengan judul kegiatan *Entrepreneur Camp*. Acara yang diselenggarakan oleh *Youth Leaders Care* (IYLC) UB bekerjasama dengan kemahasiswaan UB ini diisi dengan berbagai macam

kegiatan seminar dan workshop kewirausahaan. Akan tetapi format ini menonjolkan pada kompetisi *business plan* dari peserta yang mendaftar dan lolos.

2. Unisbank Semarang yang sudah terkenal sebagai *Entrepreneurial University*, berinisiatif mengajak jiwa muda yang mempunyai semangat dan kreatifitas untuk mengembangkan potensi yang ada di dalam diri, dengan mengikuti kegiatan *Smart Entrepreneur Camp*, yang dilaksanakan selama 1 bulan, dengan jadwal yang telah ditentukan. Peserta yang hadir memiliki latar belakang yang berbeda-beda.

3. *Young Entrepreneur Spirit (YES)* yang di adakan oleh Universitas Ciputra, Universitas Ciputra selalu rutin mengadakan kegiatan wirausaha yang bertujuan untuk mencetak pengusaha muda melalui kegiatan kompetisi plan bisnis, salah satunya yang dikenal acaranya adalah YES, karena setiap tahun diadakan oleh Universitas Ciputra Surabaya.

4. Di UIN Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2015 juga mengadakan acara yang serupa tentang entrepreneur. Acara kompetisi *bussines plan* untuk mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Acara yang diberi nama “EDNA *Genesis-Young Moslem Entrepreneur Competition 2015*”. Kompetisi diadakan dengan cara mengumpulkan abstrak bussines plan, kemudian diadakan workshop selama satu hari dan diambil 10 besar finalis untuk membuat proposal bussines plan. Saat final, ke 10 finalis diberi waktu untuk mempresentasikan proposal bussines plannya, sampai terpilih juara satu sampai tiga dan dua juara harapan.

5. *Young Entrepreneur Camp (YEC)* merupakan acara khas yang hanya dilakukan oleh HIPMI PT Universitas TELKOM, acara yang melibatkan semua

elemen yang ada di HIMPI PT Universitas TELKOM ini merupakan acara rutin yang dilakukan setiap tahun untuk menumbuhkan mental dan minset pengusaha kepada anggota baru HIPMI PT Universitas TELKOM. Didalam acara ini baru diberikan ilmu tentang entrepreneur dan langsung mempraktekkannya dilapangan, agar acara ini tetap terkesan fun dan tidak kaku. Biasanya acara ini dilakukan di outdoor, jadi secara keseluruhan acara ini merupakan kombinasi belajar, bermain dan memprkatekkan langsung di lapangan.

Selain dari Universitas, beberapa komunitas pengusaha juga mengadakan event entrepreneur, diantaranya adalah :

1. Kegiatan yang hampir sama juga pernah dilakukan oleh komunitas pengusaha di Surabaya. Pada bulan desember 2014, di Surabaya juga pernah diadakan acara yang masih bertemakan entrepreneur yaitu Pesta Wirausaha, yang diadakan oleh komunitas Tangan Di Atas Surabaya di BG Junction Surabaya. Format acara Pesta Wirausaha adalah talk show mulai dari pagi hingga malam hari. Menghadirkan pembicara dari pengusaha yang bertaraf lokal dan nasional. Peserta Pesta Wirausaha Surabaya 2014 cukup sukses. Banyak antusias peserta yang datang hingga memenuhi ruangan. Kesuksesan acara Pesta Wirausaha Surabaya 2014 tidak lepas dari komunitasnya yang sudah dikenal, memiliki banyak link perusahaan ataupun intasni dan pembicaranya yang sudah sangat terkenal. Sehingga mampu menarik banyak sponsor dan peserta untuk berpartisipasi dalam acara tersebut.

2. HIPSI (Himpunan Pengusaha Santri Indonesia), komunitas pengusaha yang mayoritas terdiri dari para santri ini setiap bulan memiliki acara rutin untuk mengembangkan karakter pebisnis para pengusaha.

