

## Kreativitas Mahasiswa Iaidu Asahan Dalam Pengembangan Materi Kewirausahaan

Mislaina Panjaitan<sup>1</sup>, Khairunisa Nabilah<sup>2</sup>, Ruri Indah Sari<sup>3</sup>, Dalila<sup>4</sup>  
Rizki Aulia Sitorus<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Pendidikan Agama Islam, Fakultas Tarbiyah, Institut Agama Islam Daar  
Al-Uluum Asahan-Kisaran Sumatera Utara, Indonesia

Email: <sup>1\*</sup>[mislainapanjaitan@iaidu-asahan.ac.id](mailto:mislainapanjaitan@iaidu-asahan.ac.id), <sup>2</sup>[khairunisanabilah2408@gmail.com](mailto:khairunisanabilah2408@gmail.com),  
<sup>3</sup>[ruriindahsari15@gmail.com](mailto:ruriindahsari15@gmail.com), <sup>4</sup>[dalilake4@gmail.com](mailto:dalilake4@gmail.com), <sup>5</sup>[rizkiaulia17052003@gmail.com](mailto:rizkiaulia17052003@gmail.com)

### Abstract

*Entrepreneurship in Islamic religious education is a form of productivity from a framework that governs individual economic behavior based on Islamic principles and teachings. The role of Islamic religious education emphasizes the importance of honesty, justice, and transparency in all business or economic transactions through the aspect of muamalah. This type of entrepreneurship prohibits practices such as riba (interest), gharar (uncertainty), and fraud. These values aim to create a spirit of fair and balanced business, which not only focuses on worldly material profit but also on social and spiritual well-being. Islam is the religion of traders, spread to various regions of the world through trade activities. In fact, the messenger of Islam, Muhammad Sallallahu 'Alaihi Wa Sallam, is even recorded as being hardworking and persistent. Therefore, it's no wonder that it's said that the entrepreneurial mindset in Islam is in line with, or inherent in, the soul of Muslims. It's not just the personality of Prophet Muhammad Sallallahu 'Alaihi Wa Sallam that can be used as a role model for doing business, but also the teachings he brought, one of which is أَطْلُبُوا الْعِلْمَ وَلَوْ بِالصِّينِ، فَإِنَّ طَلَبَ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ (رواه البيهقي عن أنس) Seek knowledge (understanding and insight) even if you have to go to China, because seeking knowledge is an obligation for every Muslim. (Hadith narrated by al-Baihaqi from Anas) According to Hasanuzzaman, defining Islamic economics is the knowledge and application of the teachings and rules of Sharia, which prevent injustice in obtaining material resources, meet human needs, and enable fulfilling duties to Allah and society. However, Islam takes a middle position, standing between the two, by granting the rights of each individual and the community as a whole. It balances between the areas of production and consumption, and between one type of production and another. The Qur'an and Hadith, as sacred texts that complement each other to serve as a guide for Muslims, not only teach about worship but also provide practical guidance in various aspects of life, including business, economy, and social transactions. This research examines the main concepts of entrepreneurial character in Islamic religious education and their implications for current and contemporary entrepreneurial practices, and how its implementation can improve justice and welfare in society. With the results of this research, it is hoped to provide insights for entrepreneurs to integrate the values of Islamic religious education in their business activities and dealings.*

**Keywords:** *Entrepreneurship, Education, Religion, Islam.*

### Abstrak

Kewirausahaan dalam pendidikan agama Islam merupakan suatu produktivitas dari kerangka kerja yang mengatur sikap ekonomi individu berdasarkan prinsip-prinsip dan ajaran agama Islam. Peran Pendidikan agama Islam menekankan pentingnya kejujuran, keadilan, dan transparansi dalam semua transaksi usaha maupun ekonomi dengan aspek muamalah. Kewirausahaan ini melarang praktik-praktik seperti riba (bunga), gharar (ketidak pastian), dan penipuan. Nilai-nilai ini bertujuan untuk menciptakan semangat dalam berusaha yang adil dan seimbang, yang tidak hanya berfokus pada keuntungan materi duniawi tetapi juga pada kesejahteraan sosial dan spiritual ukhrawi Islam adalah agama kaum pedagang, disebarkan ke pelbagai wilayah di dunia melalui aktivitas perdagangan. Bahkan, pembawa risalah Islam, Muhammad Sallallahu 'Alaihi Wa Sallam pun tercatat sebagai pekerja keras dan ulet. Karenanya, tidak aneh jika dikatakan mental kewirausahaan alam Islam senafas atau inheren dengan jiwa umat islam. Tidak sekedar kepribadian Nabi Muhammad Sallallahu 'Alaihi Wa Sallam yang dapat dijadikan sebagai suri tauladan untuk berbisnis, melainkan juga ajaran-ajaran yang dibawanya, salah satunya adalah أَطْلُبُوا الْعِلْمَ وَلَوْ بِالصِّينِ، فَإِنَّ طَلَبَ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ (رواه البيهقي عن أنس) Carilah ilmu (wawasan pengetahuan) meskipun sampai ke negeri Cina, sebab mencari ilmu merupakan kewajiban bagi setiap muslim. (Hadis Riwayat al-Baihaqi dari Anas) Menurut Hasanuzzaman, Mendefinisikan ilmu ekonomi islam adalah pengetahuan dan aplikasi dari ajaran dan aturan syari'ah yang mencegah ketidakadilan dalam memperoleh sumber-sumber daya material memenuhi kebutuhan manusia yang memungkinkan untuk melaksanakan kewajiban kepada Allah dan Masyarakat. Akan Tetapi, Islam mengambil posisi dipertengahan berada diantara keduanya, dengan memberikan hak masing-masing individu dan masyarakat secara utuh. Menyeimbangkan antara bidang produksi dan konsumsi, antara produksi dengan produksi lain. Al-Qur'an dan hadis, sebagai kitab suci yang saling

menyempurnakan untuk menjadi pedoman hidup bagi umat Islam, tidak hanya memberikan ajaran tentang ibadah, tetapi juga memberikan pedoman praktis dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk usaha maupun ekonomi serta muamalah. Adapun Penelitian ini mengkaji konsep-konsep utama dalam karakter berwirausaha pada pendidikan agama Islam, implikasinya terhadap praktik wirausaha terkini dan kontemporer, dan bagaimana penerapannya dapat meningkatkan keadilan dan kesejahteraan dalam masyarakat. Dengan hasil penelitian ini diharapkan untuk memberikan wawasan bagi pelaku usaha untuk mengintegrasikan nilai-nilai pendidikan agama Islam dalam kegiatan berwirausaha serta bermuamalah.

**Kata Kunci:** Wirausaha, Pendidikan, Agama, Islam

## A. PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan salah satu pilar penting dalam Pembangunan ekonomi dan sosial masyarakat. Dalam konteks globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, keberadaan wirausahawan tidak hanya berfungsi sebagai pencipta lapangan kerja, tetapi juga sebagai agen perubahan yang mampu menghadirkan inovasi, kreativitas, dan solusi terhadap berbagai permasalahan ekonomi terutama di kalangan mahasiswa/masyarakat.<sup>1</sup> Oleh karena itu, kewirausahaan tidak cukup dipahami sebatas aktivitas ekonomi semata, melainkan sebagai sikap mental dan karakter yang tertanam dalam diri individu. Karakter kewirausahaan menjadi faktor kunci yang membedakan seorang wirausahawan dengan individu lainnya. Karakter ini mencakup nilai-nilai seperti kemandirian, keberanian mengambil risiko, kreativitas, inovasi, kerja keras, disiplin, serta tanggung jawab.<sup>2</sup> Tanpa karakter yang kuat, usaha yang dijalankan cenderung sulit bertahan menghadapi tantangan seperti ketidakpastian pasar, persaingan usaha, dan perubahan teknologi. Dengan demikian, karakter kewirausahaan bukan hanya pelengkap, tetapi fondasi utama dalam membangun usaha yang berkelanjutan.<sup>3</sup>

Perkembangan dunia pendidikan pada era globalisasi dan digitalisasi menuntut adanya perubahan dan pembaruan dalam proses pembelajaran dan pengelolaan lembaga pendidikan.<sup>4</sup> Pendidikan tidak lagi cukup hanya berfokus pada penyampaian materi secara konvensional, tetapi juga harus mampu mengembangkan kreativitas, inovasi, serta keterampilan peserta didik agar siap menghadapi tantangan zaman. Oleh karena itu, kreativitas dan inovasi menjadi aspek penting dalam meningkatkan kualitas pendidikan. Dalam konteks kewirausahaan pendidikan, kreativitas dan inovasi berperan besar dalam menciptakan produk pendidikan yang unggul dan bernilai tambah. Lembaga pendidikan dituntut untuk mampu melihat peluang, mengembangkan ide-ide baru, serta menghasilkan layanan pendidikan yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.<sup>5</sup> Penetapan produk unggul dalam pendidikan menjadi strategi penting agar lembaga pendidikan memiliki daya saing dan kepercayaan publik.

Sebagaimana Allah SWT berfirman:

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى ﴿٣٩﴾ وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَى ﴿٤٠﴾ ثُمَّ يُجْزَاهُ الْجَزَاءَ الْأَوْفَى ﴿٤١﴾

*Artinya : bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya 40. bahwa sesungguhnya usahnya itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya) 41. kemudian dia akan diberi balasan atas (amalnya) itu dengan balasan yang paling sempurna.”(An-Najm/ 53:39-41)*

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sisdiknas Pasal 51 ayat 1 yang berbunyi : “Pengelolaan satuan pendidikan anak usia dini, pendidikan dasar, dan pendidikan menengah dilaksanakan berdasarkan standar pelayanan minimal dengan prinsip

<sup>1</sup> Kusumastuti, Sri Yani, et al. *Kewirausahaan UMKM: Konsep, Strategi, dan Implementasi Era Modern*. Star Digital Publishing, (2026).

<sup>2</sup> Supriyanto, Akhmad, et al. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, (2025).

<sup>3</sup> Chandra, Maria Helena, et al. *Entrepreneurial Mindset: Kunci Sukses Wirausaha*. Tren Digital Publishing, (2026).

<sup>4</sup> Fangestu, Indra Wahyuni Firlil, and Hasan Syahrizal. "Digitalisasi lembaga pendidikan dalam menghadapi perkembangan dan kemajuan teknologi informasi dunia pendidikan." *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum* 1.2 (2023): h.26-38.

<sup>5</sup> Shilfani, Shilfani, et al. *Edupreneurship: Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Di Dunia Pendidikan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, (2026).

manajemen berbasis Sekolah/Madrasah. Penulis berpendapat bahwa prinsip pengelolaan Pendidikan yang berbasis kemandirian, dan otonomi memberikan ruang bagi para akademisi untuk mengembangkan ide, inovasi, dan kreativitas dalam proses pembelajaran. Hal ini sejalan dengan tujuan Pendidikan nasional yang menekankan terbentuknya mahasiswa yang kreatif, mandiri, inovatif, dan mampu beradaptasi dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan dunia usaha.

Di era modern, pembentukan karakter kewirausahaan semakin relevan, khususnya bagi generasi muda di kalangan mahasiswa/I. Tingginya angka pengangguran dan keterbatasan lapangan kerja menuntut adanya perubahan pola pikir dari pencari kerja menjadi pencipta lapangan kerja. Pendidikan kewirausahaan diharapkan mampu menanamkan nilai-nilai karakter kewirausahaan sejak dini agar individu memiliki kesiapan mental, sikap, dan kemampuan untuk mandiri secara ekonomi. Selain itu, karakter kewirausahaan juga berperan dalam membentuk etika bisnis yang sehat. Seorang wirausahawan yang berkarakter tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan aspek kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Hal ini penting agar kegiatan usaha tidak merugikan masyarakat dan justru memberikan manfaat yang luas bagi lingkungan sekitarnya/Perguruan Tinggi yaitu IAIDU Asahan.

## B. Metode Penelitian

Metode dalam jurnal ini menggunakan Pendekatan kualitatif dengan Studi pustaka dan Studi dokumentasi, yaitu metode pengumpulan data dengan memahami dan mempelajari pendapat para ilmuwan dengan berbagai definisi, cakupan, dan dampak filosofis dari berbagai literatur yang berkaitan dengan penelitian.<sup>6</sup> Terdapat empat tahapan studi pustaka dalam penelitian, yaitu para mahasiswa/I menyiapkan peralatan yang diperlukan, mengembangkan kerangka isi jurnal, mengatur waktu untuk mempromosikan penjualan dan membaca atau mencatat materi/isi dalam penelitian serta mengumpulkan dokumentasi hasil pemasaran suatu produktivitas untuk didiskusikan dalam jurnal. Diskusi ini menggunakan metode pencarian sumber dan penyusunan dari berbagai sumber, misalnya buku dan jurnal yang telah dilakukan. Materi pustaka yang diperoleh dari berbagai referensi dianalisis secara kritis dan harus mendalam agar dapat mendukung proposisi dan gagasan untuk menjadi sebuah materi yang akan dipaparkan.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengertian Karakter Kewirausahaan

Karakter kewirausahaan dapat dipahami sebagai seperangkat nilai, sikap, dan pola perilaku yang melekat pada diri seseorang dalam menjalankan aktivitas usaha. Karakter ini membentuk cara berpikir dan bertindak seorang wirausahawan dalam menghadapi peluang, tantangan, serta risiko yang muncul dalam dunia usaha.<sup>7</sup>

Menurut Para Ahli Suryana, karakter kewirausahaan berkaitan erat dengan sikap mental yang kreatif, inovatif, dan berorientasi pada pencapaian peluang usaha secara mandiri. Menurut pendapat penulis, karakter kewirausahaan bukan sekadar bawaan lahir, melainkan hasil dari proses pembelajaran, pengalaman, dan pembiasaan yang terus-menerus.<sup>8</sup> Contoh: Seorang pedagang kecil yang konsisten mencari cara baru untuk menarik pelanggan, meskipun dengan modal terbatas, menunjukkan karakter kewirausahaan dalam bentuk kreativitas dan ketekunan. Karakter kewirausahaan juga mencerminkan kualitas kepribadian yang mendorong individu untuk berani mengambil risiko secara terukur.

---

<sup>6</sup> Assyakurrohim, Dimas, et al. "Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif." *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer* 3.01 (2022): h.1-9.

<sup>7</sup> Ramli, Muh. *Karakter Dan Minat Bernirasaha Mahasiswa*. CV. Azka Pustaka, (2025).

<sup>8</sup> Merina, Bresca. *Buku Ajar Kewirausahaan Berbasis Project Based Learning*. Jakad Media Publishing, (2024).

Menurut Para Ahli Zimmerer dan Scarborough menyatakan bahwa wirausahawan adalah individu yang memiliki keberanian menghadapi ketidakpastian dengan perhitungan yang matang. Penulis berpendapat bahwa keberanian ini bukan sikap nekat, melainkan keberanian yang disertai perencanaan dan kesiapan mental. Karakter ini sangat penting karena dunia usaha penuh dengan dinamika yang tidak selalu dapat diprediksi serta melihat bahwa kewirausahaan dalam pendidikan Islam merupakan jawaban dari permasalahan ilmiah ekonomi kontemporer yang dinilai tidak mampu memberikan solusi konkrit atas permasalahan keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Contoh: Seorang mahasiswa yang memulai usaha kuliner maupun usaha beraneka ragam kreativitas melalui online/Offline sambil kuliah, meskipun belum memiliki pengalaman bisnis, namun berani mencoba dengan strategi pemasaran sederhana melalui media sosial/ secara langsung di lingkungan masyarakat.



Selain itu, karakter kewirausahaan berkaitan dengan nilai kemandirian dan tanggung jawab. Kemandirian membuat wirausahawan tidak bergantung sepenuhnya pada pihak lain, sedangkan tanggung jawab mendorongnya untuk konsisten terhadap keputusan dan konsekuensi usaha.<sup>9</sup> Menurut Para Ahli yaitu Alma menegaskan bahwa wirausahawan sejati adalah individu yang mampu berdiri di atas kemampuannya sendiri serta bertanggung jawab atas keberhasilan dan kegagalan usaha yang dijalkannya. Menurut penulis, karakter ini membentuk mental tahan banting yang sangat dibutuhkan dalam membangun usaha jangka panjang. Contoh: Pemilik usaha kecil yang tetap membayar kewajiban kepada pemasok meskipun sedang mengalami penurunan pendapatan menunjukkan tanggung jawab sebagai wirausahawan. Karakter kewirausahaan juga mencakup sikap kerja keras, disiplin, dan pantang menyerah. Nilai-nilai ini menjadi pendorong utama dalam menjaga keberlangsungan usaha.

Dengan demikian, karakter kewirausahaan dapat disimpulkan sebagai fondasi utama yang menentukan sikap, perilaku, dan keberhasilan seseorang dalam dunia usaha. Karakter ini tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada nilai moral, etika, dan tanggung jawab sosial. Menurut penulis, pemahaman yang benar tentang karakter kewirausahaan akan membantu individu mempersiapkan diri menjadi wirausahawan yang tangguh, berintegritas, dan mampu memberikan kontribusi positif bagi masyarakat. Contoh: Wirausahawan yang tetap menjaga kejujuran dalam takaran dan kualitas produk meskipun memiliki peluang untuk mengambil keuntungan lebih, serta berniaga menetapkan prinsip shaddaqaq rezeki dan ilmu kepada para pelanggan.

<sup>9</sup> Fitriyani, Rini, et al. *Kewirausahaan Dan Etika Bisnis*. CV Pustaka Inspirasi Minang, (2026).



### Peluang Usaha dalam Kegiatan Kewirausahaan

Peluang usaha pada dasarnya merupakan kondisi atau situasi yang memungkinkan seseorang untuk menciptakan dan mengembangkan suatu kegiatan usaha dengan tujuan memperoleh keuntungan. Peluang usaha muncul Ketika terdapat kesenjangan antara kebutuhan atau keinginan masyarakat dengan produk atau jasa yang tersedia di pasar.<sup>10</sup> Menurut Kasmir, peluang usaha adalah kesempatan yang dimiliki seseorang untuk menjalankan suatu usaha dengan memanfaatkan potensi yang ada agar memperoleh keuntungan ekonomi.

Dengan demikian, peluang usaha tidak muncul secara kebetulan, melainkan dapat diidentifikasi melalui pengamatan dan analisis terhadap lingkungan sekitar. Penulis berpendapat bahwa peluang usaha merupakan hasil dari kepekaan seseorang dalam membaca kebutuhan masyarakat. Individu yang memiliki kejelian dan daya analisis yang baik akan lebih mudah menemukan peluang usaha dibandingkan mereka yang hanya menunggu kesempatan datang tanpa usaha.<sup>11</sup> Contoh: Munculnya usaha makanan sehat di lingkungan perkotaan/Perdesaan merupakan respons terhadap meningkatnya kesadaran masyarakat akan pola hidup sehat. Peluang usaha juga dapat diartikan sebagai ide atau gagasan yang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi kegiatan bisnis yang bernilai ekonomis.

Menurut Pendapat Suryana menyatakan bahwa peluang usaha berasal dari ide kreatif dan inovatif yang mampu memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi masyarakat. Oleh karena itu, kreativitas menjadi faktor penting dalam menentukan peluang usaha. Semakin kreatif seseorang, semakin besar kemampuannya dalam menciptakan peluang usaha baru yang berbeda dari yang sudah ada.

Menurut penulis, peluang usaha tidak selalu harus berupa sesuatu yang benar-benar baru, tetapi dapat berupa pengembangan atau moodifikasi dari usaha yang telah ada agar memiliki nilai tambah. Contoh: Usaha Jahit yang dikembangkan menjadi Konveksi Production Fashion Muslim merupakan bentuk inovasi dari usaha sejenis yang sudah ada sebelumnya dan dibutuhkan bagi Lembaga Pendidikan sebagai simbolik dalam mendesain pakaian/alamamater pada perguruan tinggi yaitu IAIDU Asahan.

<sup>10</sup> Rachmat, Zul, et al. "Pengembangan Kewirausahaan." Getpress Indonesia (2023).

<sup>11</sup> Riyadi, Wulan, et al. *Kewirausahaan: Tantangan, Risiko dan Kegagalan dalam Usaha*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, (2025).



Menurut Hidayat tujuan pendidikan Islam meliputi :

1. Penekanan pada pencarian ilmu pengetahuan, penguasaan dan pengembangan atas dasar ibadah kepada Allah Swt.
2. Penekanan pada nilai-nilai akhlak.
3. Pengakuan akan potensi dan kemampuan seseorang untuk berkembang dalam suatu kepribadian.
4. Pengamalan ilmu pengetahuan atas dasar tanggung jawab kepada Tuhan dan masyarakat manusia.

Dalam perspektif kewirausahaan, peluang usaha berkaitan erat dengan keberanian mengambil risiko yang terukur. Peluang usaha sering kali muncul di tengah ketidakpastian, baik dalam kondisi ekonomi, sosial, maupun teknologi.<sup>12</sup> Contoh: Mahasiswa yang memulai usaha jasa desain grafis sesuai dengan keterampilan yang dimilikinya memiliki peluang keberhasilan lebih besar dibandingkan membuka usaha di bidang yang tidak dikuasai. Selain itu, peluang usaha dapat muncul dari perubahan lingkungan dan perkembangan teknologi. Perubahan gaya hidup, kemajuan teknologi digital, serta perkembangan media sosial telah menciptakan berbagai peluang usaha baru.

---

<sup>12</sup> Estede, Suprpto, et al. *Kewirausahaan: Konsep, Strategi, dan Inovasi Era Digital*. PT. Star Digital Publishing, Yogyakarta-Indonesia, (2025).



Zimmerer dan Scarborough menegaskan bahwa peluang usaha sering muncul akibat perubahan tren, teknologi, dan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, wirausahawan dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan zaman agar tidak tertinggal dalam peluang usaha. Penulis menilai bahwa perkembangan teknologi digital merupakan peluang besar bagi generasi muda untuk memulai usaha dengan modal yang relatif kecil. Contoh: Munculnya usaha toko online/offline dengan produk Kebutuhan rumah tangga, Obat Herbal serta suplemen Halal (HNI HPAI) dan jasa pemasaran digital yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi produk berbasis bisnis halal.



Berdasarkan pemaparan tersebut, Penulis dapat menyimpulkan bahwa peluang usaha merupakan kesempatan yang dapat dimanfaatkan untuk menciptakan kegiatan bisnis yang menguntungkan melalui analisis kebutuhan pasar, kreativitas, dan inovasi serta mengutamakan nilai halal, alami maupun berkualitas tinggi. Adapun rekapan hasil penjualan Flashcard (Hadist, Perkalian, Do'a) Dan Poster dengan Jumlah seluruh barang yang terjual sebanyak : 40 Barang

1. Total modal : Rp. 54.000,00
2. Pendapatan penjualan : Rp. 240.000,00
3. Pengeluaran kedua : Rp. 30.000,00

Rumus:

– Mencari total penjualan

$(\text{penjualan} - \text{pengeluaran}) =$

$\text{Rp.240.000} - \text{Rp.30.000} = \text{Rp. 210.000,00}$

– Mencari total keuntungan

$(\text{Hasil bersih penjualan} - \text{modal}) =$

$\text{Rp.210.000} - \text{Rp.54.000} = \text{Rp. 156.000,00}$

Jadi total keuntungan dalam penjualan ini adalah Rp.156.000,00

Dan Allah SWT berfirman:

﴿۱۱﴾ **وَجَعَلْنَا النَّهَارَ مَعَاشًا**

*Artinya : Kami menjadikan siang untuk mencari penghidupan.” (An-Naba’/78:11)*

Dalam ayat ini, Allah menyebutkan bahwa Terbitnya Sinar Matahari untuk menghidupkan manusia dalam mencari rezeki demi mempertahankan stabilitas kehidupan ekonomi yang baik serta Allah telah menjadikan matahari yang sinarnya mengandung obat untuk membunuh kuman-kuman dan mengusir penyakit-penyakit yang dapat mengganggu makhluk yang hidup seandainya tidak cukup mendapat sinar. Dengan cara Allah memberikan bermacam-macam tanaman yang tumbuh di bumi, di antaranya ada yang mempunyai batang dan ada yang tidak. Ada yang menghasilkan buah-buahan dan ada pula yang menghasilkan biji-bijian seperti gandum, padi, pepohonan dan lain-lain untuk makanan manusia. Ada pula tanaman-tanaman untuk makanan binatang ternak. Semuanya itu merupakan makanan-makanan pokok dan tambahan bagi kehidupan manusia.

Adapun penulis berpendapat mengenai ayat tersebut bahwa Allah menjadikan siang untuk berusaha dan mencari rezeki yang diperlukan dalam kehidupan dan untuk hidup bermuamalah serta menjaga stabilitas pelestarian lingkungan. Pemahaman yang baik mengenai pengertian peluang usaha menjadi dasar penting sebelum seseorang memulai kegiatan kewirausahaan. Tanpa pemahaman tersebut, usaha yang dijalankan berpotensi tidak bertahan lama. Maka, Untuk memahami konsep peluang usaha sejak awal akan membantu calon wirausahawan dalam Menyusun perencanaan usaha yang matang dan berkelanjutan. Contoh: Pelaku UMKM yang melakukan riset kecil-kecilan sebelum membuka usaha cenderung lebih siap menghadapi persaingan pasar/dalam bidang Lembaga perguruan tinggi menciptakan UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) yang sebagai simbolik utama di IAIDU Asahan yaitu LTTQ (Lembaga Tahsin, Tilawah Al-Qur’an), UKM Setara (Seni Teater dan Tarian), Serta Warta Kampus (Meliput dokumentasi kegiatan mahasiswa/I baik dalam bidang akademik/Non Akademik), dan lain-lain agar siap untuk membawa agent of change dalam kehidupan berkelanjutan.





Berdasarkan pembahasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa peluang usaha tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kebutuhan konsumen, tren, teknologi, sumber daya, serta kolaborasi dalam kondisi sosial ekonomi antara Masyarakat, para akademisi, dan pemerintah dalam aspek melestarikan lingkungan kehidupan. Pemahaman terhadap faktor-faktor tersebut sangat penting agar pelaku usaha mampu menentukan peluang usaha yang tepat dan berkelanjutan. Penulis berpendapat bahwa semakin banyak faktor yang dianalisis secara matang, semakin kecil risiko kegagalan usaha yang akan dihadapi.

### **Pentingnya Penentuan Peluang Usaha terhadap Keberhasilan Usaha**

Penentuan peluang usaha memiliki peranan yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu usaha. Peluang usaha yang ditentukan secara tepat akan menjadi dasar dalam penyusunan perencanaan bisnis, strategi pemasaran, serta pengelolaan sumber daya.<sup>13</sup> Menurut para Ahli Mulyadi, keberhasilan usaha sangat dipengaruhi oleh ketepatan pengambilan keputusan pada tahap awal, khususnya dalam memilih peluang usaha yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Kesalahan dalam menentukan peluang usaha dapat berdampak pada rendahnya minat konsumen dan kegagalan usaha dalam jangka pendek maupun panjang. Penulis berpendapat bahwa penentuan peluang usaha merupakan fondasi utama dalam kegiatan kewirausahaan, karena seluruh proses usaha selanjutnya bergantung pada keputusan awal tersebut. Contoh: Usaha kuliner yang dibuka di lingkungan kampus/Perguruan Tinggi dengan menyesuaikan harga dan selera para mahasiswa cenderung lebih cepat berkembang dibandingkan usaha yang tidak mempertimbangkan karakteristik pasar.

Selain sebagai dasar perencanaan, penentuan peluang usaha juga berpengaruh terhadap efisiensi penggunaan sumber daya. Peluang usaha yang tepat memungkinkan pelaku usaha mengalokasikan modal, tenaga kerja, dan waktu secara lebih efektif. Menurut Pendapat Wijayanto, pemanfaatan sumber daya yang efisien merupakan salah satu indikator keberhasilan usaha, terutama pada usaha kecil dan menengah. Dengan peluang usaha yang jelas, pelaku usaha dapat meminimalkan pemborosan dan meningkatkan produktivitas. Pemakalah menilai bahwa peluang usaha yang sesuai dengan kemampuan pelaku usaha akan membantu menekan risiko kerugian dan meningkatkan efisiensi usaha.<sup>14</sup> Contoh: Pengusaha rumahan yang memanfaatkan peralatan dapur yang sudah dimiliki untuk usaha kue basah

<sup>13</sup> Sinaga, Andromeda Valentino, et al. "Identifikasi Peluang Bisnis: Strategi Membangun Usaha Mandiri Bagi Mahasiswa." *Jurnal Pengabdian Negeri 2.2* (2025): h.110-119.

<sup>14</sup> Hansopaheluwakan, Scherly, et al. *Kewirausahaan: Berpikir Kreatif untuk Menciptakan Peluang Bisnis yang Inovatif*. PT. Green Pustaka Indonesia, (2025).

mampu mengurangi biaya awal usaha. Penentuan peluang usaha juga berperan penting dalam menghadapi persaingan usaha. Dalam kondisi pasar yang kompetitif, peluang usaha yang unik dan memiliki nilai tambah akan lebih mudah menarik perhatian konsumen. Menurut Tampubolon, keunggulan bersaing dapat diperoleh melalui pemilihan peluang usaha yang tepat dan berbeda dari pesaing. Oleh karena itu, analisis peluang usaha menjadi langkah strategis untuk menciptakan diferensiasi produk atau jasa bahwa persaingan tidak dapat dihindari, namun dapat diantisipasi melalui penentuan peluang usaha yang inovatif, serta meningkatkan daya juang dan konsistensi pelaku usaha.

### Pengertian Prinsip Nilai Dasar Ekonomi Islam

Pendidikan Islam tentunya memiliki landasan utama sesuai dengan ajaran Islam yang tertuang dalam alquran dan hadis. Pendidikan Islam juga harus mengajarkan nilai-nilai dan prinsip Islam dalam proses belajar dan mengajarnya. Adapun pada aspek Sistem ekonomi dalam sudut pandang Islam merupakan bentuk kesinambungan yang adil.<sup>15</sup> Hal tersebut dapat dilihat dengan jelas pada pendirian Islam terhadap hak individu dan masyarakat. Kedua pokok pembahasan tersebut dipaparkan dalam neraca keseimbangan yang adil antara dunia dan akhirat, jiwa dan hati, perumpamaan dan kenyataan. Hal ini dapat dilihat dari Al Qur'an Surat Al Qashas Ayat 7, yakni:

وَأَوْحَيْنَا إِلَىٰ أُمِّ مُوسَىٰ أَنْ أَرْضِعِيهِ فَإِذَا خِفْتِ عَلَيْهِ فَأَلْقِيهِ فِي الْيَمِّ وَلَا تَخَافِي وَلَا تَحْزِينَا ۗ إِنَّا نَرَأُوهُ إِلَيْكَ وَجَاعِلُوهُ مِنَ الْمُرْسَلِينَ ﴿٧﴾

*Artinya: Kami mengilhamkan kepada ibu Musa, "Susuilah dia (Musa). Jika engkau khawatir atas (keselamatan)-nya, hanyutkanlah dia ke sungai (Nil dalam sebuah peti yang mengapung). Janganlah engkau takut dan janganlah (pula) bersedih. Sesungguhnya Kami pasti mengembalikannya kepadamu dan menjadikannya sebagai salah seorang rasul." (Al-Qasas/28:7)*

Pertama, Ekonomi sebagai penunjang aqidah dan aqidah sebagai asas. Di dalam ajaran Islam aqidah merupakan pondasi dasar atas segala sesuatu yang dilakukan seorang muslim di dunia ini. Begitu juga dalam praktik sistem ekonomi Islam, aqidah dijadikan sebagai fondasi utama dalam merealisasikan sistem ini. Dalam kajian sistem ekonomi Islam, semua bentuk kegiatan ekonomi harus diorientasikan untuk menunjang aqidah dan aqidah dijadikan sebagai asas dalam kegiatan perekonomian. Dalam kacamata Islam ekonomi bukanlah tujuan akhir dari kehidupan manusia, tapi merupakan suatu kelengkapan dalam kehidupannya, sarana untuk mencapai tujuan yang lebih tinggi, penunjang dan layanan bagi aqidah serta misi yang diembannya. Sementara itu aqidah sebagai asas memiliki arti setiap kegiatan yang berkaitan dengan ekonomi harus didasarkan pada kaidah-kaidah aqidah islam.<sup>16</sup>

Kedua, nilai dasar kepemilikan. Konsep kepemilikan dalam Islam tidak sama dengan konsep kepemilikan dalam faham liberalisme seperti yang dikemukakan John Lock. Bagi John Lock, setiap manusia adalah tuan serta penguasa penuh atas kepribadiannya, atas tubuhnya, dan atas tenaga kerja yang berasal dari tubuhnya. Ini berarti kepemilikan yang ada pada seseorang adalah bersifat absolut. Oleh karena itu, untuk apa dan bagaimana dia menggunakan hartanya sepenuhnya adalah tergantung kepada dirinya.

Ketiga, nilai dasar kebebasan. Dalam ekonomi kapitalisme, individu diberi kebebasan yang seluas-luasnya untuk memanfaatkan atau tidak memanfaatkan harta yang dimilikinya. Juga untuk masuk atau tidak masuk ke dalam pasar baik sebagai produsen, distributor atau konsumen. Dalam bahasa yang lebih ekstrem tidak ada yang bisa membatasi kebebasan seorang individu kecuali dirinya sendiri. Hal ini tidak dapat diterima oleh faham sosialisme-

<sup>15</sup> Qowim, Agus Nur. "Metode pendidikan islam perspektif al-qur'an." IQ (Ilmu Al-Qur'an): *Jurnal Pendidikan Islam* 3.01 (2020): h.35-58.

<sup>16</sup> Ilyas, Rahmat, and Hermanto Hermanto. "Prinsip Dasar Sistem Ekonomi Islam." *Eduagama: Jurnal Kependidikan dan Sosial Keagamaan* 7.2 (2021): h.297-316.

komunisme. Mereka melihat kebebasan yang seperti itu akan membawa kepada anarkisme. Oleh karena itu, kebebasan tersebut harus ditundukkan untuk kepentingan bersama.

. Keempat, nilai dasar keadilan. Keadilan yaitu memberikan setiap hak kepada para pemiliknya masing-masing tanpa melebihkan dan mengurangi. Konsekuensi konsep ini dalam kehidupan tentu akan menimbulkan perbedaan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Qs. Asy-Syura ayat 17 Maka dalam sistem sosialisme-komunisme yang menjadikan kebersamaan dan kesamarataan sebagai nilai utama, maka kebutuhan dijadikan dasar untuk menentukan sesuatu itu adil atau tidak. mereka berpendapat bahwa suatu masyarakat akan dikatakan adil jika kebutuhan semua warganya terpenuhi, seperti kebutuhan akan sandang, pangan, dan papan. Oleh karena itu, kepedulian kepada orang yang miskin dan tertindas dalam Islam akan dilihat sebagai sebuah praktik keadilan karena hal demikian diperintahkan oleh agama akan mensejahterakan ekonomi dalam Masyarakat islam.

Kelima, nilai dasar keseimbangan. Sistem ekonomi kapitalisme lebih mementingkan individu dari masyarakat sehingga individu tersebut merasakan harga diri dan eksistensinya. Masyarakat/Para akademisi diberi kesempatan untuk mengembangkan segala potensi dan kepribadiannya, akan tetapi pada umumnya, individu tersebut terkenal penyakit egoistis, materialistis, pragmatis, dan rakus untuk memiliki segala sesuatu. Hal itu didorong oleh pandangan dan pola hidupnya yang individualistis dan berorientasi kepada profit motive. Sementara sistem sosialis lebih mementingkan masyarakat dari individu.

Dalam Islam, masalah keseimbangan ini sangat mendapat tekanan dan perhatian. Tidak hanya keseimbangan antara kepentingan sekelompok Masyarakat/para akademisi dengan kepentingan bersama, antara kepentingan dunia dan akhirat, jasmani dan rohani, akal dan rohani, idealisme dan fakta, tetapi juga keseimbangan dalam modal dan aktivitas, produksi dan konsumsi serta sirkulasi kekayaan. Oleh karena itu, Islam melarang dan mencegah terjadinya akumulasi dan sirkulasi kekayaan hanya pada segelintir orang, Allah SWT berfirman dalam Qs. Al-Hasyr ayat 7 maka dengan itu yang artinya supaya harta itu jangan hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Bila terjadi kesenjangan kepemilikan yang tajam antar individu kaitannya dengan pemenuhan kebutuhan-kebutuhannya, maka berarti telah terjadi praktik kezaliman. Begitu juga dalam hal pembelanjaan dan pengeluaran, Islam mendorong umat kepada ber-perilaku moderat, yaitu tidak isyraf (boros) tetapi juga tidak bakhil (pelit), dalam orientasi pembangunan, kebijakan yang diambil tidak boleh hanya menekankan kepada pertumbuhan (growth) tetapi juga kepada pemerataan (equity) agar tercipta keamanan dan ketentraman di tengah-tengah masyarakat (stability).

Keenam, nilai dasar persaudaraan dan kebersamaan. Nilai-nilai persaudaraan dan kebersamaan ini merupakan konsekuensi logis dari penunjukan manusia sebagai khalifah karena penunjukan tersebut bukan hanya untuk Masyarakat/para akademisi tertentu saja tetapi adalah untuk semua kalangan yang berperilaku kebersamaan dalam indikator keberimanan seseorang.

## Macam - Macam Prinsip Dasar Ekonomi Islam

### 1. Prinsip Tauhidullah.

- a. Tauhid merupakan dasar yang harus kokoh di dalam hukum Islam, oleh karena itu harus diperhatikan mengenai sebagai berikut: Seseorang di dalam berhubungan antar manusia terutama di bidang muamalah harus memperhatikan ketentuan-ketentuan yang datang dari Allah. Sistem ekonomi Islam (Syariah) adalah ekonomi yang berdasarkan ketuhanan. Dimana berasal atau berawal dari Allah, bertujuan akhir kepada Allah, dan menggunakan sarana yang tidak lepas dari Syariat Allah. Menurut Asghar Ali Engineer, kata Tauhid difafsirkan bukan hanya sebagai keesaan Tuhan, namun juga sebagai kesatuan manusia (unity of mankind) yang tidak akan terwujud tanpa terciptanya masyarakat tanpa kelas (classless society). Konsep tauhid ini sangat

dekat dengan semangat Al-Qur'an untuk menciptakan keadilan dan kebajikan (al-adil wa al-ahsan).

- b. Harta yang kita punyai sebagai hak kita hanyalah titipan dan juga amanah dari Allah sebagai pemilik hakiki. Kita harus memperolehnya dan mengelola dengan baik (thoyibah) dalam rangka dan mencari kemanfaatan karunia Allah.
2. Prinsip Tasyri'iyah setara dengan Prinsip Al-ruju ila alquran wa al sunaha yang menekankan semua persoalan harus kembali kepada Al Qur'an dan Sunnah sebagai pedomannya. Aturan yang termaktub dalam Al-Qur'an dan As-sunnah yang bersifat qath'i yang bersumber utama perbankan syariah haruslah ditegakkan, selebihnya apabila berkaitan dengan hasil ijtihad bisa dikaji ulang, mengingat terdapat perbedaan tempat dan zaman yang telah jauh berkembang. Dengan demikian, apabila kebutuhan bisnis modern telah berbeda format dengan perilaku dan kebutuhan bisnis tradisional pada masa lalu, maka perlu ada kajian yang merujuk pada prinsip-prinsip yang ada dalam Al-Qur'an dan As Sunnah.
3. Prinsip Kaffah, hukum yang dipakai dalam transaksi syariah harus berlandaskan pada hukum Islam sebagai wujud lebih lanjut dari prinsip akidah dan prinsip tasyri'iyah. Kewajiban bagi mereka yang menyakini akidah Islam untuk melaksanakan ketentuan syariah agar segala gerak langkah kehidupan dihiasi dengan akhlaqul karimah.
4. Prinsip Akhlaq, berkaitan dengan perilaku yang harus dilakukan manusia sebagai Khalifah. Perilaku atau etika berbisnis menjadi acuan utama dalam bisnis modern yang mulai kembali merangkul ruh religiositas. Dari prinsip ini muncul keharusan untuk menegakkan kejujuran dan kebenaran (Ash-Shidiq). Kejujuran adalah nilai mendasar dalam Islam. Islam adalah nama lain dari kebenaran, Sebagaimana Allah swt berfirman dalam Qs. An-Nisa' ayat 95.
5. Bertransaksi di dalamnya mengandung hal yang meragukan dilarang, Akad transaksi dilaksanakan dengan cara yang tegas, jelas dan pasti. Baik barang yang menjadi objek akad, maupun harga barang yang diakadkan itu.
6. Bertransaksi yang mendatangkan kerugian dilarang. Setiap transaksi yang merugikan diri sendiri maupun pihak kedua dan pihak ketiga dilarang. Sebagai Hadis Rasulullah: "Tidak boleh membahayakan (merugikan) diri sendiri dan tidak boleh membahayakan (merugikan) pihak lain."
7. Mementingkan kepentingan sosial dari pada kepentingan perorangan, yang mengutamakan kepentingan bersama harus didahulukan tanpa menyebabkan kerugian individu. Seperti halnya kaidah fiqhiyah : "Bila bertentangan antara kemaslahatan sosial dan kemaslahatan individu, maka diutamakan kepentingan sosial" .
8. Mengutamakan maslahat ini merupakan cita-cita atau tujuan syariat dalam rangka memelihara dan melindungi lima hal yang bersifat menyeluruh yang terdiri dari :
  - a. Perlindungan terhadap Agama (hifzh addin)
  - b. Perlindungan terhadap jiwa (hifzh annafs)
  - c. Perlindungan terhadap akal (hifzh al-aql)
  - d. Perlindungan terhadap harta (hifzh al-mal) dan
  - e. Perlindungan terhadap keturunan (hifzh nasli)
9. Prinsip Konsensualisme, pernyataan suka sama suka (saling rela, antaradhin). Pernyataan suka sama suka ini berlandaskan pada firman Allah dalam Qs. An-Nisa' ayat 29. Prinsip ini menekankan bahwa transaksi ekonomi dalam bentuk apa pun yang dilakukan bank dengan pihak lain terutama nasabah harus didasarkan pada prinsip rela sama rela. Adanya kesempatan yang sama bagi para pihak untuk menyatakan keinginannya dalam mengadakan transaksi.
10. Prinsip Manfaat, prinsip saling menguntungkan, yaitu akad yang dilakukan oleh bank dengan nasabah berkenaan dengan hal-hal yang bermanfaat bagi kedua belah pihak. Setiap yang dilakukan oleh bank dan nasabah harus bersifat menguntungkan semua

pihak yang berakad, tidak boleh menguntungkan salah satu pihak dengan merugikan pihak lain.

11. Prinsip Persamaan Hukum (Al-Musawah). Prinsip ini berpangkal pada kesetaraan kedudukan para pihak yang bertransaksi.
12. Prinsip Ta'wun, Saling menguntungkan (Al-Ta'awun). Setiap akad yang dilakukan harus bersifat saling menguntungkan semua pihak yang berakad.

Menurut pendapat penulis bahwa Sistem ekonomi Islam adalah sebuah system ekonomi tersendiri, bukan merupakan perpaduan dan atau campuran antara sistem ekonomi kapitalisme dan sosialisme, karena falsafah, nilai-nilai dasar, dan nilai-nilai instrumental dari sistem ekonomi Islam sangat berbeda dengan kedua sistem tersebut. Sistem ekonomi Islam merupakan bangunan sistem ekonomi yang memiliki landasan historis dan filosofis yang kuat. Jika kedua sistem tersebut hanya berorientasi pada materialistik, Islam memiliki dua dimensi yakni dimensi materialistik dan dimensi ibadah pada setiap kegiatan ekonomi. Sehingga praktik monopoli, penimbunan, yang sering kali ditemui pada sistem ekonomi kapitalis sangat dilarang dalam praktik ekonomi Islam. Sedangkan dalam hal sosial, orang Islam percaya jika didalam hartanya ada sebagian hak dari orang miskin atau yang lebih membutuhkannya. Oleh karena itu sistem ekonomi Islam dapat dikatakan sebagai bangunan konseptual yang berdiri sendiri atas dua sistem ekonomi yang ada saat ini.

### **Strategi Pemasaran yang Efektif dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Modern**

Strategi pemasaran merupakan suatu rencana yang dirancang secara sistematis oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran, seperti meningkatkan penjualan, memperluas pangsa pasar, serta membangun citra merek yang kuat di benak konsumen.<sup>17</sup> Dalam era bisnis modern yang ditandai dengan persaingan yang semakin ketat dan perubahan teknologi yang cepat, strategi pemasaran menjadi faktor penentu keberhasilan suatu usaha. Tanpa strategi yang tepat, Perusahaan akan kesulitan bersaing dan mempertahankan eksistensinya di pasar.<sup>18</sup> Menurut peneliti, strategi pemasaran yang efektif tidak hanya berfokus pada bagaimana menjual produk, tetapi juga bagaimana memahami kebutuhan konsumen secara mendalam. Hal ini penting karena konsumen saat ini memiliki banyak pilihan dan cenderung lebih kritis dalam menentukan keputusan pembelian. Sebagai contoh nyata, perusahaan yang mampu membaca tren kebutuhan konsumen seperti meningkatnya minat terhadap produk ramah lingkungan akan lebih unggul dibandingkan perusahaan yang tidak responsif terhadap perubahan tersebut.

Salah satu strategi pemasaran yang penting adalah segmentasi, targetting, dan positioning (STP). Segmentasi adalah proses membagi pasar menjadi kelompok-kelompok konsumen yang memiliki karakteristik serupa. Targetting adalah menentukan segmen pasar yang akan dilayani, sedangkan positioning adalah bagaimana perusahaan menempatkan produknya di benak konsumen agar memiliki keunggulan dibandingkan pesaing. Menurut penulis, penerapan strategi STP yang tepat akan membantu perusahaan dalam memfokuskan sumber daya secara lebih efektif. Banyak perusahaan gagal karena mencoba menjangkau semua segmen pasar tanpa fokus yang jelas. Contohnya adalah produk teknologi yang secara khusus menargetkan Generasi muda dan Masyarakat dengan harga terjangkau dan desain menarik, sehingga lebih mudah diterima oleh segmen tersebut dibandingkan produk umum yang tidak memiliki target yang jelas.

Selain STP, bauran pemasaran (marketing mix) juga menjadi strategi penting dalam pemasaran modern. Bauran pemasaran terdiri dari empat elemen utama yang dikenal dengan

---

<sup>17</sup> Sandira, Nur Fadilah Ayu, et al. *Manajemen Pemasaran: Strategi, Digital, dan Inovasi*. Serasi Media Teknologi, (2025).

<sup>18</sup> Hamid, Rahmad Solling, et al. *Manajemen Pemasaran Modern: Strategi Dan Taktik Untuk Kesuksesan Bisnis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, (2023).

istilah 4P, yaitu product (produk), price (harga), place (distribusi), dan promotion (promosi). Keempat elemen ini harus dirancang secara terpadu agar dapat menciptakan nilai bagi konsumen. Menurut penulis, keberhasilan suatu produk sangat ditentukan oleh keseimbangan antara keempat unsur tersebut. Produk yang berkualitas tinggi tidak akan berhasil jika harga terlalu mahal atau distribusinya sulit dijangkau. Adapun Contoh produk makanan ringan seperti pudding, teh dari bahan bunga telang serta air sereh dengan selasih dan lain-lain yang sukses di pasarkan di Lingkungan Maysarakat/Tingkat Perguruan tinggi IAIDU Asahan karena memiliki rasa yang enak, bahannya berkualitas, harga terjangkau, mudah ditemukan di berbagai tempat, serta didukung oleh promosi yang menarik melalui media sosial.



Adapun dalam rekapan biaya anggaran yang telah dikeluarkan pada pengadaan bazar yaitu:

Laporan Penjualan Celengan, Coffee Matcha Hni Dan Coffee Matcha 7 Elemen

Jumlah seluruh barang yang terjual sebanyak : 10 pcs Celengan

a. Total modal : Rp. 100.000,00

b. Pendapatan penjualan : Rp. 120.000,00

Rumus: – Mencari total keuntungan

(Pendapatan Penjualan – Modal) = Rp. 120.000,00 – Rp. 100.000,00 = Rp. 20.000,00

Jumlah seluruh produk terjual : 24 produk (20 cup es + 4 bungkus besar)

a. Total modal : Rp. 312.000,00

b. Pendapatan penjualan (es coffee) : Rp. 160.000,00

c. Pendapatan penjualan (bks besar): Rp. 240.000,00

d. Total pendapatan penjualan : Rp. 400.000,00

Rumus: – Mencari total penjualan bersih

(Total Pendapatan – Modal) = Rp. 400.000,00 – Rp. 312.000,00 = Rp. 88.000,00

Jadi total keuntungan dalam penjualan coffee adalah Rp. 88.000,00

Laporan Penjualan Gantungan Kunci Islami, Papan Tulis Mini, Pulpen Karakter, Es Teh Bunga Telang, Dan Teh Kemasan

Penjualan Pertama

- a. Gantungan kunci 18 pcs x Rp. 8.000 :Rp. 128.000
- b. Pulpen Karakter 2 pcs x Rp. 5.000 :Rp. 10.000
- c. Papan tulis mini 8 pcs x Rp. 4.000 :Rp. 32.000 = Rp. 170.000

Penjualan Kedua

- a. Gantungan kunci 11 pcs x Rp. 8.000 :Rp. 88.000
- b. Papan tulis mini 3 pcs x Rp. 4.000 :Rp. 12.000= Rp. 100.000

Penjualan Ketiga

- a. Es selasih 20 pcs x Rp. 5.000 :Rp. 100.000
- b. Teh bunga telang 12 pcs x Rp. 5.000 :Rp. 60.000=Rp. 160.000

Laporan Penjualan Buku Dunia Kreatif Si Kecil, Mewarnai Kaligraf Dan Air Sereh

Total modal : Rp. 263.500,00

Penjualan : Rp. 610.000,00

Rumus:

Mencari total penjualan

(penjualan – pengeluaran) = Rp. 610.000,00 – Rp. 263.500,00 =  
Rp. 346.500,00

Jadi total keuntungan dalam penjualan ini adalah Rp. 346.500,00

Dalam era digital, strategi pemasaran juga mengalami perkembangan yang signifikan melalui pemasaran digital (digital marketing). Pemasaran digital memanfaatkan teknologi internet dan platform digital seperti media sosial, website, dan aplikasi untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan efisien. Menurut pemakalah, pemasaran digital menjadi strategi yang sangat efektif karena mampu menjangkau target pasar secara spesifik dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan pemasaran konvensional.<sup>19</sup> Selain itu, pemasaran digital memungkinkan interaksi langsung antara perusahaan dan konsumen. Contohnya adalah penggunaan Instagram, Tik Tok serta website lainnya sebagai media Pendidikan yang mampu meningkatkan pemasaran dalam Lembaga Pendidikan di Perguruan tinggi IAIDU Asahan secara signifikan melalui konten kreatif, Positif, Inovatif dari kalangan para pendidik maupun mahasiswa.

Strategi pemasaran yang efektif juga harus didukung oleh analisis lingkungan bisnis, baik internal maupun eksternal. Analisis ini dapat dilakukan melalui metode SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), yang membantu perusahaan dalam memahami kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal.<sup>20</sup> Menurut pemakalah, analisis SWOT sangat penting untuk menentukan strategi yang tepat dan menghindari risiko yang dapat merugikan perusahaan. Banyak perusahaan yang gagal karena tidak mampu mengidentifikasi ancaman dari pesaing atau perubahan pasar. Selain itu, inovasi juga menjadi kunci dalam strategi pemasaran modern. Perusahaan dituntut untuk terus berinovasi, baik dalam produk, layanan, maupun cara pemasaran agar tetap menarik bagi konsumen.

Menurut pemakalah, inovasi bukan hanya tentang menciptakan sesuatu yang baru, tetapi juga tentang bagaimana memberikan nilai tambah bagi konsumen. Perusahaan yang tidak berinovasi akan tertinggal dan kehilangan daya saing. Selanjutnya, membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan (relationship marketing) juga merupakan strategi penting dalam pemasaran modern. Perusahaan/Lembaga pendidikan tidak hanya berfokus

---

<sup>19</sup> Parebong, Arianus Buntu. "Literature review: Strategi digital marketing dalam meningkatkan penjualan UMKM." *Jurnal Interdisipliner Indonesia* 1.01 (2024): h.17-24.

<sup>20</sup> Jannah, Miftakhul, et al. "Pentingnya analisis SWOT dalam suatu perencanaan dan pengembangan bisnis." *Ijespg (International Journal Of Engineering, Economic, Social Politic And Government)* 2.2 (2024): h.9-17.

pada penjualan maupun system pembelajaran, tetapi juga pada bagaimana mempertahankan pelanggan agar tetap loyal dan peluang untuk mengutamakan Visi Misi di suatu Lembaga Pendidikan Tinggi dengan sesuai standart operasional prosedur secara konsisten, aman, terpercaya dan Unggul. Menurut penulis, mempertahankan pelanggan lama lebih mudah dan lebih murah dibandingkan mencari pelanggan baru. Oleh karena itu, Perusahaan/Lemabaga pendidikan harus mengutamakan kualitas pelayanan yang unggul serta menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan/di lingkungan masyarakat. Contohnya adalah program diskon khusus bagi pelanggan setia atau layanan pelanggan yang responsif terhadap keluhan konsumen serta program khusus di Lembaga Pendidikan dengan memberikan beasiswa/sertifikasi untuk para kalangan akademisi. Dengan demikian, strategi pemasaran yang efektif dalam menghadapi persaingan bisnis modern harus bersifat adaptif, inovatif, dan berorientasi pada konsumen. Perusahaan/Lembaga pendidikan yang mampu mengintegrasikan berbagai strategi pemasaran dengan baik akan memiliki peluang lebih besar untuk mencapai keberhasilan.

Berdasarkan pembahasan dari materi tersebut yang mengenai pemasaran, dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu proses yang kompleks dan memiliki peran yang sangat penting dalam keberhasilan suatu usaha. Pertama, dapat dipahami bahwa pemasaran tidak hanya sekadar kegiatan menjual produk, melainkan mencakup proses memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, menciptakan nilai, serta membangun hubungan jangka panjang. Konsep dasar pemasaran seperti kebutuhan, keinginan, permintaan, nilai, dan kepuasan menjadi landasan utama dalam menjalankan aktivitas pemasaran secara efektif. Selanjutnya, strategi pemasaran yang efektif menjadi kunci utama dalam menghadapi persaingan bisnis modern. Penerapan strategi seperti segmentasi, targeting, dan positioning (STP), serta bauran pemasaran (marketing mix), harus dilakukan secara terencana dan terpadu. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital, inovasi, serta kemampuan dalam membangun hubungan dengan pelanggan menjadi faktor penting yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan di tengah perkembangan zaman yang semakin dinamis.

Adapun keberhasilan pemasaran dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Faktor internal seperti kualitas produk, harga, promosi, distribusi, dan sumber daya manusia harus dikelola dengan baik, sementara faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, persaingan, dan perkembangan teknologi juga harus diperhatikan. Semua faktor tersebut saling berkaitan dan menentukan keberhasilan suatu strategi pemasaran. Menurut penulis, Dari beberapa aspek tersebut tidak dapat dipisahkan satu sama lain, karena konsep dasar pemasaran menjadi fondasi, strategi pemasaran menjadi alat pelaksanaan, dan faktor-faktor keberhasilan menjadi penentu hasil akhir. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mengintegrasikan ketiganya secara seimbang agar dapat mencapai tujuan pemasaran secara optimal serta mampu bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat.

#### **D. PENUTUP**

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa kreativitas mahasiswa iaidu asahan dalam pengembangan materi kewirausahaan memberikan inovasi pada elemen penting dalam pengembangan pendidikan. Kreativitas mendorong munculnya ide-ide baru yang solutif, sedangkan inovasi menjadi sarana untuk menerapkan ide tersebut guna meningkatkan kualitas pembelajaran dan pengelolaan pendidikan. Penetapan produk unggul dalam pendidikan dilakukan dengan memperhatikan visi dan misi, serta kebutuhan masyarakat. Produk unggul yang dirancang secara inovatif, seperti yang diterapkan oleh para akademisi dan Mahasiswa yang berjumlah 31 Orang dari Jurusan Pendidikan Agama Islam di Perguruan tinggi (IAIDU Asahan), mampu menjadi nilai tambah dan daya tarik bagi Lembaga Pendidikan tinggi sekaligus menjawab tantangan perkembangan zaman. Manajemen inovasi dalam pendidikan berperan penting dalam menjamin keberlanjutan dan

efektivitas inovasi yang diterapkan. Peran dalam inovatif menuntut perubahan paradigma dari sistem tradisional menuju sistem yang adaptif, partisipatif, dan berorientasi pada kebutuhan para akademisi di lingkungan Masyarakat/Lembaga pendidikan. Dengan penerapan inovasi yang baik, lembaga pendidikan dapat menciptakan lingkungan belajar yang relevan, inklusif, Unggul dan berkelanjutan.

Demikian yang dapat kami paparkan mengenai materi yang menjadi pokok bahasan dalam penulisan ini, tentunya masih banyak kekurangan dan kelemahannya, karena keterbatasannya pengetahuan dan kurangnya rujukan atau referensi yang ada hubungannya dengan karya ini.

## E. DAFTAR PUSTAKA

- Assyakurrohim, Dimas, et al. "Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif." *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer* 3.01 (2022): h.1-9.
- Chandra, Maria Helena, et al. *Entrepreneurial Mindset: Kunci Sukses Wirausaha*. Tren Digital Publishing, (2026).
- Estede, Suprpto, et al. *Kewirausahaan: Konsep, Strategi, dan Inovasi Era Digital*. PT. Star Digital Publishing, Yogyakarta-Indonesia, (2025).
- Fangestu, Indra Wahyuni Firli, and Hasan Syahrizal. "Digitalisasi lembaga pendidikan dalam menghadapi perkembangan dan kemajuan teknologi informasi dunia pendidikan." *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum* 1.2 (2023): h.26-38.
- Fitriyani, Rini, et al. *Kewirausahaan Dan Etika Bisnis*. CV Pustaka Inspirasi Minang, (2026).
- Hamid, Rahmad Solling, et al. *Manajemen Pemasaran Modern: Strategi Dan Taktik Untuk Kesuksesan Bisnis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, (2023).
- Hansopaheluwakan, Scherly, et al. *Kewirausahaan: Berpikir Kreatif untuk Menciptakan Peluang Bisnis yang Inovatif*. PT. Green Pustaka Indonesia, (2025).
- Ilyas, Rahmat, and Hermanto Hermanto. "Prinsip Dasar Sistem Ekonomi Islam." *Edugama: Jurnal Kependidikan dan Sosial Keagamaan* 7.2 (2021): h.297-316.
- Jannah, Miftakhul, et al. "Pentingnya analisis SWOT dalam suatu perencanaan dan pengembangan bisnis." *Ijespg (International Journal Of Engineering, Economic, Social Politic And Government)* 2.2 (2024): h.9-17.
- Kusumastuti, Sri Yani, et al. *Kewirausahaan UMKM: Konsep, Strategi, dan Implementasi Era Modern*. Star Digital Publishing, (2026).
- Merina, Bresca. *Buku Ajar Kewirausahaan Berbasis Project Based Learning*. Jakad Media Publishing, (2024).
- Parebong, Arianus Buntu. "Literature review: Strategi digital marketing dalam meningkatkan penjualan UMKM." *Jurnal Interdisipliner Indonesia* 1.01 (2024): h.17-24.
- Qowim, Agus Nur. "Metode pendidikan islam perspektif al-qur'an." *IQ (Ilmu Al-Qur'an): Jurnal Pendidikan Islam* 3.01 (2020): h.35-58.
- Rachmat, Zul, et al. *Pengembangan Kewirausahaan*. Getpress Indonesia (2023).
- Ramli, Muh. *Karakter Dan Minat Berwirausaha Mahasiswa*. CV. Azka Pustaka, (2025).
- Riyadi, Wulan, et al. *Kewirausahaan: Tantangan, Risiko dan Kegagalan dalam Usaha*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, (2025).
- Sandira, Nur Fadilah Ayu, et al. *Manajemen Pemasaran: Strategi, Digital, dan Inovasi*. Serasi Media Teknologi, (2025).
- Shilfani, Shilfani, et al. *Edupreneurship: Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Di Dunia Pendidikan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, (2026).
- Sinaga, Andromeda Valentino, et al. "Identifikasi Peluang Bisnis: Strategi Membangun Usaha Mandiri Bagi Mahasiswa." *Jurnal Pengabdian Negeri* 2.2 (2025): h.110-119.
- Supriyanto, Akhmad, et al. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, (2025).