

JURNAL ERA ABDIMAS



LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
STMIK EL RAHMA YOGYAKARTA

Alamat : Jl. Sisingamangaraja No 76 Yogyakarta
Website : www.stmikelrahma.ac.id
E-Mail : info@stmikelrahma.ac.id



9 772614 208004

DEWAN REDAKSI

Penanggungjawab dan Penasehat

Ketua STMIK EL RAHMA
Eko Riswanto, S.T., M.Cs.

Ketua Dewan Redaksi

Andri Syafrianto, S.Kom., M.Cs.

Anggota Dewan Redaksi

Wahyu Widodo, S.Kom., M.Kom.
Yuli Praptomo PHS, S.Kom., M.Cs.
Asih Winantu, S.Kom., M.Cs.
Minarwati, S.T., M.Cs.

Penyunting Ahli

Eko Riswanto, S.T., M.Cs.
Suparyanto, S.T, M.Eng
Momon Muzakkar, ST., M.Eng

Mitra Bestari

Dr. Aris Tri Haryanto , SE., S.Kom., MM., M.Si.
Dr. Asep Rokhyadi Permana Saputra, SE., M.Si
Dr. Heri Wijayanto, S.T., MM., M.Kom.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas anugrahnya sehingga jurnal edisi kali ini dapat terbit. Sebelumnya kami ingin mengucapkan terimakasih banyak kepada dosen/peneliti/profesi yang telah mengirimkan artikelnya kepada dewan redaksi untuk dapat dipublish pada jurnal yang kami kelola. Semua artikel yang masuk kepada dewan redaksi telah melalui proses review oleh mitra bestari dan tim dewan redaksi, segala proses revisi dan redaksional juga telah dilakukan oleh penulis sebelum jurnal ini diterbitkan. Segala bentuk kritik dan saran yang membangun dari pembaca / peneliti yang dikirimkan sangat kami harapkan demi melakukan pembenahan jurnal yang kami kelola. Akhir kata kami menghaturkan terimakasih banyak kepada semua pihak yang sudah terlibat dalam proses penerbitan jurnal ini.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Salam dari Redaksi

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	
Halaman Susunan Dewan Redaksi	
Kata Pengantar	
Daftar Isi	
PEMBUATAN DAN PELATIHAN TATA KELOLA WEBSITE SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PROMOSI DAN OMSET PENJUALAN TOKO @HA STORE Wiwi Widayani, Hartatik, Harliana	1 – 7
PELATIHAN PENGOPERASIAN DAN PERAWATAN MESIN PEMOTONG SINGKONG DESA SRIHARDONO, PUNDONG BANTUL Joko Waluyo, Prabuditya Bisma.....	8 – 12
BIJAK MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL DI MASA PANDEMI: PKM DI JETISHARJO DAN PIYONO Nurnawati, Arbintarso, Susanti.....	13 – 18
PKM KELOMPOK OLAHAN JAMUR TIRAM ‘AISYIYAH CABANG GAMPING Dian Retnaningdiah, Astari Puruhita Ansokowati.....	19 – 24
BAHASA POSITIF SEBAGAI SARANA PEMBELAJARAN DARING DI MASA PANDEMI: PKM DI KAPENEWON MOYUDAN SLEMAN Siti Saudah, Syafriyudin	25 – 30
MENUMBUHKAN JIWA WIRAUSAHA MELALUI USAHA KREATIF KALIJA HIJAB PROGRAM KEGIATAN BERWIRAUSAHA MAHASISWA INDONESIA DI IST AKPRIND YOGYAKARTA Aji Pranoto, Heru Sukisman, Putri Natalia Deni Juwita, Pricelia Sindi Syara	31 – 36

Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Usaha Kreatif *Kalija Hijab* Program Kegiatan Berwirausaha Mahasiswa Indonesia Di Ist Akprind Yogyakarta

Aji Pranoto¹, Heru Sukisman², Putri Natalia Deni Juwita³, Pricelia Sindi Syara⁴

¹Fakultas Teknologi Industri, ^{2,3,4}Fakultas Teknologi Mineral

^{1,2,3,4}Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta,

Jl. Kalisahak 28 Kompleks Balapan Yogyakarta

Email : aji_pranoto@akprind.ac.id, heru021998@gmail.com, nataliaputri262@gmail.com,
arayssyara1@gmail.com.

Abstrak

Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang sukses. Memiliki jiwa entrepreneur berarti mendorong adanya mental yang mandiri, kreatif, inovatif, bertanggung jawab, disiplin, dan tidak mudah menyerah, program kegiatan berwirausaha mahasiswa Indonesia (KBMI) merupakan sarana untuk menempa jiwa entrepreneur mahasiswa untuk mewujudkan mimpinya menjadi seorang wirausaha. Hijab merupakan syarat utama sebagai seorang wanita muslimah, bahkan kewajiban seorang wanita berhijab dalam Islam adalah sebuah kewajiban. Dari segi kebutuhan dan fashion, melakukan aktivitas di luar rumah dengan kepala tertutup dan nyaman digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, berbisnis hijab yang bergerak di bidang fashion sangat menjanjikan. Karena kebutuhan hijab di Indonesia yang mayoritas beragama Islam, maka tingkat penjualannya juga meningkat. Banyaknya penjualan hijab yang muncul dengan brand sendiri untuk berbagai kalangan, sehingga banyak pelaku bisnis hijab yang melakukan inovasi desain hijab sendiri. Usaha ini bergerak di bidang fashion muslim dengan brand *Kalija Hijab* yang ditujukan untuk anak muda dengan gaya busana casual yang banyak beraktivitas di luar rumah sehingga membutuhkan beberapa jenis hijab yang bisa digunakan untuk menemani aktivitas sehari-hari mereka. Barang yang dijual adalah kebutuhan hijab dan muslimah seperti ikat rambut, ciput, jarum suntik dan masker. Untuk bahan produk, bahannya nyaman dan terasa sejuk saat digunakan. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa dengan KBMI proses usaha dapat dikembangkan dengan omset yang dihasilkan dari kegiatan ini sudah sesuai dengan perkiraan sehingga brand ini dapat terus berkembang di kalangan masyarakat.

Kata Kunci: jiwa wirausaha, kalija hijab, usaha kreatif

Abstract

Entrepreneurship is a creative and innovative ability that is used as a basis, tips, and resources to find opportunities for success. Having an entrepreneurial spirit means encouraging an independent, creative, innovative, responsible, disciplined mentality, and not giving up easily. The Indonesian Student Entrepreneurship Program (KBMI) is a means to forge the entrepreneurial spirit of students to realize their dreams of becoming an entrepreneur. Hijab is the main requirement as a Muslim woman, even the obligation of a woman to wear a hijab in Islam is an obligation. In terms of needs and fashion, doing activities outside the home with a closed head and comfortable to use in everyday life. In addition, the hijab business engaged in the fashion sector is very promising. Due to the need for hijab in Indonesia, which is predominantly Muslim, the level of sales has also increased. The number of hijab sales that appear with their own brands for various groups, so that many hijab business people innovate their own hijab designs. This business is engaged in Muslim fashion with the *Kalija Hijab* brand which is intended for young people with casual clothing styles who do a lot of activities outside the home so they need several types of hijab that can be used to accompany their daily activities. The items sold are hijab and Muslim needs such as hair ties, ciput, syringes and masks. For the product material, the material is

comfortable and feels cool when used. Therefore, it can be concluded that with KBMI business processes can be developed with the turnover generated from this activity in accordance with estimates so that this brand can continue to grow among the community.

Keywords: *entrepreneurial spirit, kalija hijab, creative business*

1. PENDAHULUAN

Upaya agar mahasiswa IST AKPRIND memiliki minat di bidang kewirausahaan adalah adanya mata kuliah kewirausahaan. Mata kuliah ini merupakan mata wajib di semua program studi. Materi mata kuliah kewirausahaan yang menjadi mata kuliah wajib, masih kurang optimal, banyaknya persoalan dan luasnya bidang kewirausahaan tidak cukup hanya dibahas dalam waktu 1 semester, sehingga diperlukan terobosan-terobosan agar minat dan jiwa berwirausaha tumbuh di kalangan mahasiswa. Penanaman jiwa kewirausahaan ditingkatkan sehingga rasa percaya dirinya naik. Mahasiswa diajarkan praktik langsung ke masyarakat dengan cara melakukan usaha kreatif misalnya pembuatan produk dan jasa.

Pembekalan dan penanaman jiwa entrepreneur pada mahasiswa diharapkan dapat memotivasi mahasiswa untuk melakukan kegiatan kewirausahaan [1]. Sementara itu kewirausahaan adalah suatu kemampuan kreatif dan inovatif dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya, proses, dan perjuangan untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang dilakukan dengan keberanian menghadapi risiko dalam usaha atau perbaikan hidup untuk mencari peluang menuju sukses [2].

Hal lain yang ditempuh agar mahasiswa tumbuh minat berwirausaha pada kampus merdeka adalah dengan mendorong kegiatan mahasiswa baik melalui unit kegiatan mahasiswa (UKM) maupun himpunan mahasiswa jurusan (HMJ) untuk melakukan kegiatan kompetisi dan lomba yang mengarah kewirausahaan untuk mendapatkan pendanaan dalam kewirausahaan. [3] dalam buku panduan Kegiatan Manajemen Bisnis Mahasiswa Indonesia (KBMI) mengatakan bahwa melalui semangat Merdeka Belajar dan Kampus Merdeka, Program Kewirausahaan 2020 memiliki 4 kegiatan unggulan yaitu Workshop Kewirausahaan, Kegiatan Bisnis Manajemen Mahasiswa Indonesia (KBMI), Akselerasi Startup Mahasiswa Indonesia (ASMI) dan Pendampingan oleh dosen. KBMI diperuntukkan untuk mahasiswa yang memerlukan stimulasi dana pengembangan bisnis dan ASMI diperuntukkan bagi

mahasiswa yang memiliki *startup* digital dan memerlukan tempat untuk mengakselerasi bisnisnya ke tahap lanjut.

Usaha kreatif dalam hal fashion terus meningkat dalam beberapa tahun belakangan ini. Menurut [4] Tren peningkatan bisnis kreatif menjadi peluang bisnis pakaian yang sangat menggurikan. Pada tahun 2014, nilai ekspor Indonesia untuk pakaian muslim mencapai AS\$7,18 milyar. Lebih lanjut [5] Indonesia menempati urutan ketiga terbesar di dunia setelah Bangladesh dan Turki. Pada tahun 2020, Indonesia diperkirakan akan menjadi pusat pakaian muslim di dunia.

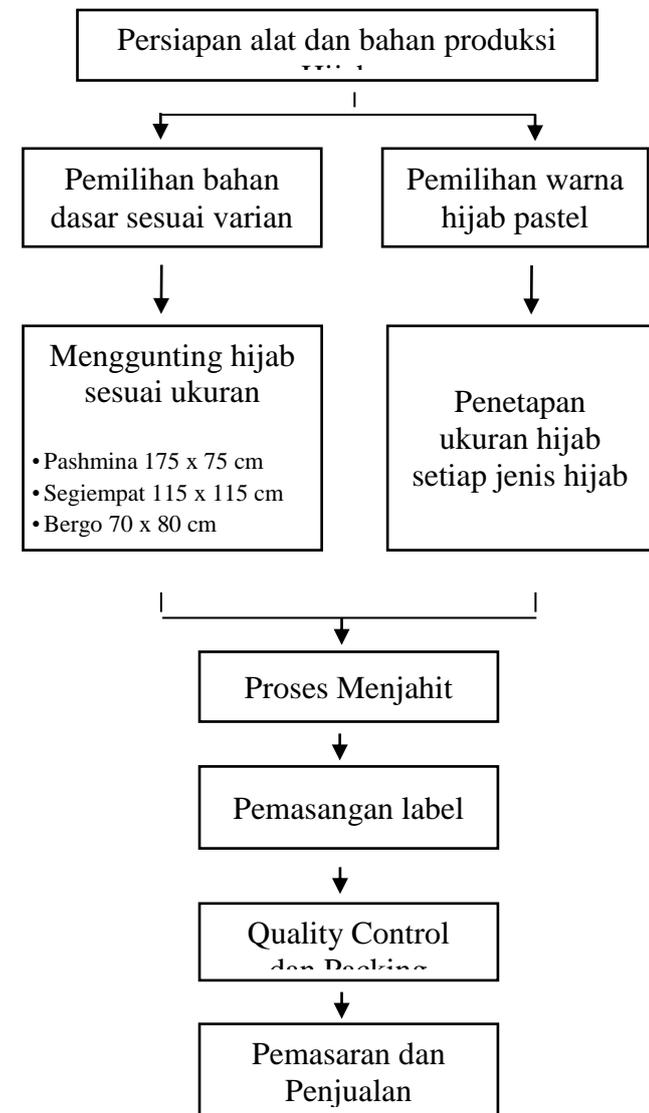
Bisnis Kalija hijab berdiri sejak tahun 2019 yang bergerak dibidang fasion muslimah wanita Indonesia dengan mengedepankan fasion yang lebih kekinian kepada wanita remaja hingga dewasa. Kalija hijab terdiri dari 5 orang tim yang merupakan mahasiswa aktif IST AKPRIND Yogyakarta dan sedang menempuh semester akhir. Saat ini hijab bukan saja menjadi sebuah kewajiban melainkan juga merupakan fasion bagi wanita muslimah yang akan bepergian keluar rumah. Karena melihat dari fenomena pengguna hijab dewasa ini telah bergeser maknanya, sehingga hijab saat ini bukan hanya sebagai penutup aurat sesuai syariat islam, tetapi kini telah menjadi fashion. Wanita muslim di Indonesia sekarang ini sudah mulai menyadari kewajiban menutup aurat. Sebagai identitas muslimah, kerudung atau lazim di sebut hijab sudah menjadi trend. Hijab sekarang ini sudah menjadi mode bagi wanita muslimah dari berbagai kalangan, melintasi batas-batas kalangan pelajar dan mahasiswa yang menjadi baru memulai.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. seperti yang dikemukakan [6] Penelitian kualitatif pada hakikatnya ialah mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya. Untuk meneliti harus turun ke lapangan dan berada di sana dengan waktu yang cukup lama. yang akan dilakukan oleh peneliti kualitatif banyak persamaan dengan detektif,

penjelajah, atau jurnalis yang juga terjun ke lapangan untuk mempelajari manusia tertentu dengan mengumpulkan data yang banyak.

Kegiatan wirausaha pembuatan *Kalija Hijab* ini merupakan salah satu kegiatan KBMI. Agar pelaksanaan KBMI 2020 ini dapat berjalan sesuai target, hal utama yang menjadi pekerjaan pertama adalah proses pencarian tenant atau mahasiswa yang berminat untuk melakukan wirausaha. Pola rekrutmen akan dilakukan secara terbuka dengan membuat pengumuman yang ditujukan kepada semua mahasiswa untuk bersedia dilatih menjadi wirausahawan, memberikan prioritas kepada mahasiswa yang sudah mempunyai pengalaman berwirausaha seperti mahasiswa yang aktif.



Gambar 1. Skema Produksi Kalija Hijab

Pelaksanaan program pengembangan wirausaha mahasiswa melalui Program Kegiatan

Bisnis Manajemen Mahasiswa Indonesia (KBMI 2020) di IST AKPRIND Yogyakarta dilakukan melalui beberapa tahap seperti seleksi peserta program KBMI 2020, pengumuman kelolosan internal kampus, pengiriman proposal, pengumuman lolos nasional, proses pencairan dana, pelaksanaan program dan keberlanjutan program.

Tabel 1. Pelaksanaan Program KBMI 2020

Rencana Kegiatan	September				Oktober				November				Desember		
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
Manajemen keuangan dan strategi	■														
Pengadaan Alat dan Bahan	■	■	■												
Strategi penjualan			■	■											
Survei Lokasi			■	■	■	■									
Proses Produksi			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Promosi Produk			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Penjualan Produk					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Evaluasi Program									■						
Expo													■	■	■
Laporan Akhir														■	■

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bisnis Kalija hijab ini berdiri sejak tahun 2019 yang bergerak dibidang fasion muslimah wanita Indonesia dengan mengedepankan fasion yang lebih kekinian kepada wanita remaja hingga dewasa. Saat ini hijab bukan saja menjadi sebuah kewajiban melainkan juga merupakan fasion bagi wanita muslimah yang akan bepergian keluar rumah. Karena melihat dari fenomena pengguna hijab dewasa ini telah bergeser maknanya, sehingga hijab saat ini bukan hanya sebagai penutup aurat sesuai syariat islam, tetapi kini telah menjadi fashion. Wanita muslim di Indonesia sekarang ini sudah mulai menyadari kewajiban menutup aurat. Sebagai identitas muslimah, kerudung atau lazim di sebut hijab sudah menjadi trend. Hijab sekarang ini sudah menjadi mode bagi wanita muslimah dari berbagai kalangan, melintasi batas-batas kalangan pelajar dan mahasiswa yang menjadi baru memulai.

Bisnis Kalija hijab yang sudah berjalan saat ini telah memiliki 3 orang karyawan ibu rumah tangga dan dua mesin jahit serta 1 orang admin semua media sosial dari Kalija hijab. Kalija hijab sendiri telah memproduksi 800 pcs hijab, 500pcs masker, 200 pcs ikat rambut, dan 300 pcs ciput hingga saat ini. Serta telah terjual 740 pcs hijab, 500

pcs masker satuan dan grosir, 188 pcs ikat rambut, dan 300 pcs ciput grosiran.

1. Produk

Produk yang diproduksi adalah hijab yang berbahan premium dengan nama brand Kalija Hijab. Kalija Hijab memiliki design hijab kekinian untuk anak muda dalam berbusana sehari-hari. hijab dikemas dalam bentuk yang lebih modern agar anak muda berbusa dengan menutup kepala menggunakan hijab dari Kalija Hijab.

2. Bahan Baku

Bahan baku utama dan pendukung pembuatan hijab Kalija ini adalah : Bahan hijab, Benang, Jarum, Label, Plastik, Box Packing, dan Stiker.

3. Keunggulan Produk

Kalija Hijab sebagai trendsetter hijab kekinian dikalangan anak muda yang menarik perhatian anak millennial untuk menggunakan hijab sebagai penutup aurat dan fashion sehari-hari yang nyaman digunakan untuk beraktifitas.

Gambar 2. Proses produksi kalija hijab



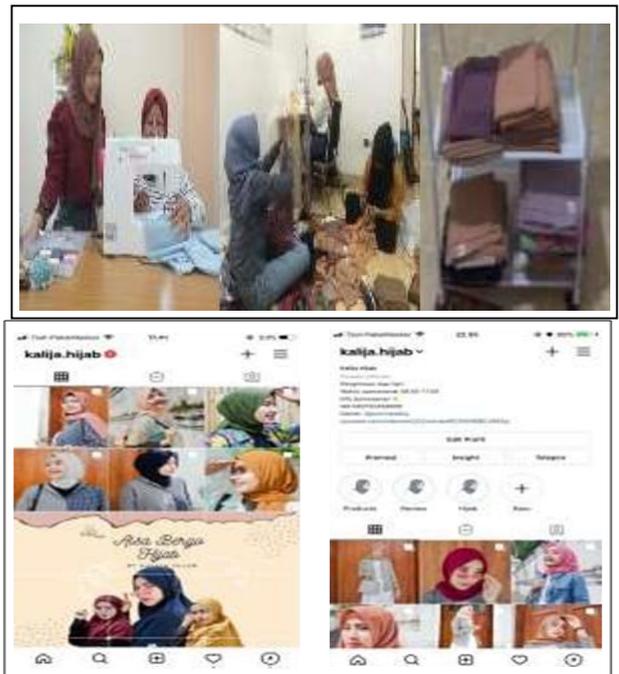
Gambar 3. Pemasaran kalija hijab



Gambar 4. Mengisi konten siaran di radio Istakalisa

Pelanggan Spesifik yang akan Kalija sasar adalah mahasiswa yang memiliki hobi fashion di era digital saat ini dan aktif dalam menggunggah aktifitas sehari-harinya di media sosial bergonta-ganti warna hijab pada saat masa pandemi covid-19 saat ini di daerah Yogyakarta. Dalam 4 bulan pertama bisnis Kalija berjalan, daerah yang akan menjadi target pasar Kalija mulai dari radius 6–10 km dari Kampus IST AKPRIND Yogyakarta, Jalan Kalisahak 28.

Tren gaya berbusana terus mengalami perubahan yang signifikan, termasuk dalam model hijab atau kerudung. Jika dulu kerudung identik dengan bentuk yang monoton dan warna-warna polos, kini, beragam jenis kreasi hijab terus dihasilkan para pelaku usaha dengan motif dan ragam warna yang lebih menarik. Kondisi ini sejalan pula dengan semakin banyaknya para hijabers yang menginginkan jenis kerudung *stylish* untuk menunjang penampilan mereka. Melihat tren perkembangan hijab yang kian menjanjikan, mendorong Kalija.hijab terjun dalam bisnis ini dengan mengusung brand hijab berwarna pastel yang diluncurkan pertama kali pada tahun 2019. Awal berdiri Kalija hijab berjualan melalui sosial media seperti Instagram dan Facebook.



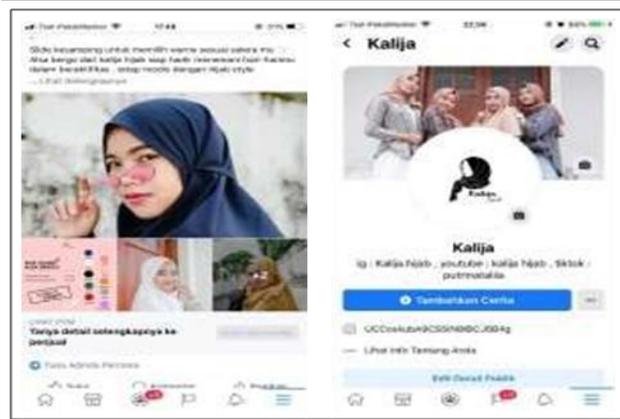
Gambar 5. Akun Instagram Kalija Hijab

mempresentatifkan model dan bentuk hijab ketika akan digunakan.

4. KESIMPULAN

Jiwa wirausaha mahasiswa meningkat dengan adanya program KBMI. Hal ini ditandai dengan meningkatnya penjualan pada program yang dijalankan. Berdasarkan hasil survei pasar yang mengenai produk Kalija hijab masih banyak peminat hijab di kalangan anak muda bukan saja sebagai penutup aurat tetapi juga fashion yang menunjang penampilan dalam beraktifitas sehari-hari. Kondisi ini sejalan pula dengan semakin banyaknya para hijabers yang menginginkan jenis kerudung stylish untuk menunjang penampilan mereka. Melihat tren perkembangan hijab yang kian menjanjikan, mendorong Kalija.hijab terjun dalam bisnis ini dengan mengusung brand hijab berwarna pastel yang diluncurkan pertama kali pada tahun 2019.

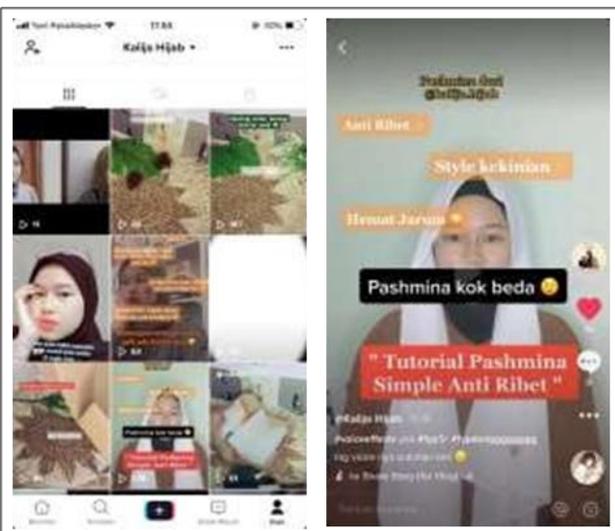
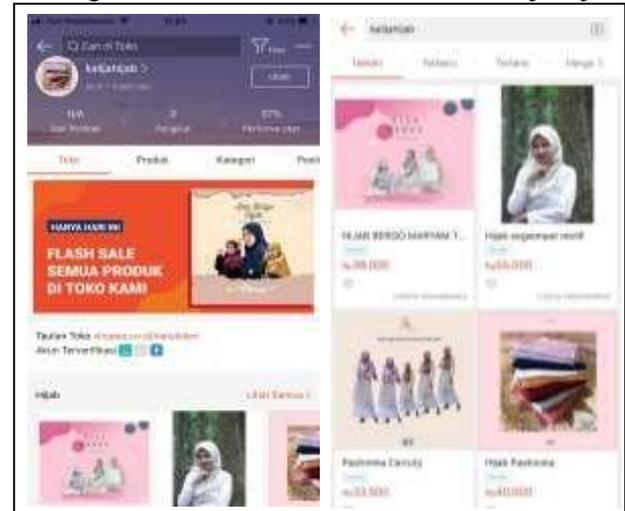
Kalija hijab mampu menjangkau pelanggan dalam lingkup besar, dengan cara memasang iklan prabayar serta mampu membayar endors sehingga pelanggan kalija hijab sendiri untuk saat ini juga berada di luar daerah Yogyakarta. Bisnis Kalija hijab yang sudah berjalan saat ini telah memiliki 3 orang karyawan ibu rumah tangga dan dua mesin jahit serta 1 orang admin semua media sosial dari Kalija hijab.



Gambar 6. Akun Facebook Kalija Hijab

Kalija hijab mampu menjangkau pelanggan dalam lingkup besar, dengan cara memasang iklan prabayar serta mampu membayar endors sehingga pelanggan kalija hijab sendiri untuk saat ini juga berada di luar daerah Yogyakarta. kami mempunyai kesempatan untuk mengaktualisasikan pemasaran dengan strategi-strategi yang kami buat ditambah dengan kesempatan kami untuk beriklan di sosial media. Jangkauan pasar yang sebelumnya terbatas, bisa kami perluas dengan adanya pendanaan dari KBMI. Dan membuka toko online melalui marketplace dan promosi melalui tiktok.

Gambar 7. Toko Online di Shopee



Gambar 8. Akun Tiktok Kalija Hijab

Kalija hijab saat ini memiliki empat orang brand ambassador yang merupakan mahasiswi dan sedang menempuh kuliah semester akhir. Adapun tujuan Kalija hijab foto produk menggunakan model yaitu agar konsumen dapat melihat dan

Tidak hanya berjualan hijab tetapi Kalija juga aktif dalam sosial seperti mengisi materi mengenai bisnis dan juga berbagi ilmu bisnis di sosial media. Pada saat menghadapi persaingan pasar, bisnis Kalija hijab membutuhkan perubahan dan inspirasi untuk menyajikan hasil produksi agar berbeda dari produk lainnya. Sehingga terus belajar melakukan manajemen bisnis yang baik.

5. SARAN

Dalam pelaksanaan program KBMI penulis memberikan saran agar kegiatan ini bisa memberikan masukan agar dalam program KBMI ini terus dijalankan terutama pada awal semester genap agar pelaksanaan MBKM utamanya dalam kegiatan kewirausahaan dapat disesuaikan dalam pelaksanaan kurikulum perguruan tinggi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Belmawa Dikti yang telah memberi dukungan **financial** terhadap program KBMI yang bisa memberikan nuansa menumbuhkan jiwa wirausaha mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Bambang Banu Siswoyo, 2009, Pengembangan jiwa kewirausahaan di kalangan dosen dan mahasiswa, *Jurnal ekonomi bisnis, 2009 - fe.um.ac.id*, Malang
- [2] Zimmerer, T.W., and Scarborough, N.M., Wilson, D. 2008. *Essential of Entrepreneurship and Small Business Management*, 5th Ed. NewJersey, Pearson Education, Inc.
- [3] Dirjen Belmawa Dikti, 2020, *Panduan Kegiatan Bisnis Manajemen Mahasiswa Indonesia KBMI 2020*, Jakarta
- [4] Heri Maulana, 2018, *Pengembangan Jiwa Kewirausahaan: Studi Kasus Terhadap Mahasiswa yang Berwirausaha di Yogyakarta*, Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis ECODEMICA, LPPM Universitas Bina Sarana Informatika, Vol 2, No 1 (2018), ISSN 2355-0295, EISSN 2549-8932.
- [5] Luzi Lustia, Fikriah Noer, Rosmala dewi, 2016, *Trend Pemakaian Hijab Ibu-Ibu Di Pusat Perbelanjaan Kota Banda Aceh*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Vol 1 no 1 (2016), Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Syiah Kuala, Aceh.
- [6] Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. ALFABETA Bandung.

