Jurnal SALMAN
Sosial dan Manajemen

Jurnal Salman (Sosial dan Manajemen)
url: http://jurnal.fisarresearch.or.id/index.php/salman/issue/archive
Vol.3 No.2 hal 119 – 129

ISSN: 2775-023X

Menakar Kemampuan Remaja Masjid Dalam Menggerakkan Bisnis Kreatif (Studi Kasus Pada Remaja Masjid Al Makruf Medan)

Zainuddin Nur
zainuddinnur@umnaw.ac.id.

Padilah Rahmi Lubis
padilahrahmilubis@gmal.com

Abstrak

Generasi muda adalah harapan agama, bangsa dan negara. Mereka merupakan faktor penting dalam mengimplementasikan ajaran agama, memajukan, membangun bangsa dan negara. Oleh karenanya mereka harus dibekali dengan ajaran Islam yang kaffah, ilmu pengetahuan, teknologi, keterampilan, olah raga, wawasan kebangsaan dan nilai-nilai Pancasila agar dapat menjadi manusia Indonesia yang paripurna. Mesjid merupakan sarana umat Islam terutama para pemuda dan remaja dalam melakukan ibadah, meningkatkan keimanan, ketakwaan, ilmu pengetahuan, dan keterampilan. Pemuda dan remaja Mesjid memiliki kewajiban, dan tanggung jawab untuk mengembangkan potensi yang ada dalam dirinya. Salah satu keterampilan yang dapat dikembangkan oleh pemuda dan remaja mesjid adalah mengembangkan bisnis kreatif. (Sofyan Syafri Harahap, 2005). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yakni dengan pendekatan empirik, survey lapangan, kepustakaan (library reseach), pengumpulan data dan melakukan analisis terhadap temuan.

Kata kunci: Generasi Berkarakter islami, Terampil, berwirausaha kreatif

PENDAHULUAN

Pengertian Remaja, Mesjid, Remaja Meajis

Rasulullah SAW. bersabda: "Ada tujuh golongan orang yang akan dinaungi Allah yang pada hari itu tidak ada naungan kecuali dari-Nya yaitu: pemuda yang perkembangan hidupnya senantiasa beribadah (taat) kepada Allah dan seseorang yang hatinya terpaut dengan masjid ketika ia keluar hingga kembali padanya". (HR. Bukhari Muslim**).** Menurut WHO, remaja adalah penduduk dalam rentang usia 10-19 tahun. Tahun 1974, WHO memberikan pengertian remaja yang lebih konseptual, hal ini mencakup tiga kriteria yaitu biologis, psikologis, dan sosial ekonomi. Sehingga WHO menetapkan batasan usia dari remaja adalah berkisar antara 10-20 tahun, dan membagi kurun usia tersebut dalam dua bagian yaitu remaja awal 10-14 tahun, serta remaja akhir 15-20 tahun. Selain itu, masa remaja juga ditandai dengan adanya perkembangan fisik dan mengalami perubahan secara psikologis. (©Diadona, Pengertian Remaja). Masjid merupakan salah satu unsur penting dalam struktur masyarakat Islam. Masjid bagi umat Islam memiliki makna yang besar dalam kehidupan, baik makna fisik maupun makna spiritual. Kata masjid itu sendiri berasal

Jurnal SALMAN
Sosial dan Manajemen

Jurnal Salman (Sosial dan Manajemen)
url: http://jurnal.fisarresearch.or.id/index.php/salman/issue/archive
Vol.3 No.2 hal 119 – 129

ISSN: 2775-023X

dari kata sajada-yasjudu-masjidan (tempat sujud). Sementara Sidi Gazalba menguraikan tentang masjid; dilihat dari segi harfiah masjid memanglah tepat sembahyang. Perkataan masjid berasal dari bahasa Arab. Kata pokoknya sujadan, fi'il madinya sajada (ia sudah sujud) fi'il sajada diberi awalan ma, sehingga terjadilah isim makan. Isim makan ini menyebabkan perubahan bentuk sajada menjadi masjidu, masjida. Jadi ejaan aslinya adalah masjid (dengan a). Pengambil alih kata masjid oleh bahasa Indonesia umumnya membawa proses perubahan bunyi a menjadi e, sehingga tertulis dan dibaca masjid. Menurut Siwanto "remaja masjid adalah suatu organisasi atau wadah kerja sama yang dilakukan oleh dua orang remaja muslim atau lebih yang memiliki keterkaitan dengan masjid untuk mencapai tujuan bersama". (Siswanto, 1980). Menurut Ahmad Yani "remaja masjidmerupakan wadah utama dalam pengkaderan bidang kemasjidan terhadap generasi muda. (Ahmad Yani, 2016).

Latar Belakang

Pendidikan agama, moral Pancasila dan pelatihan keterampilan terutama tentang kewirausahaan sangat penting diajarkan dan ditanamkan pada mereka, agar mereka memiliki pondasi yang kokoh dan karakter manusia yang unggul berasaskan islam agar dapat menghadapi tantanan zaman yang keras terutama di tengah arus globalisasi yang semakin liberal dan sekuler. Salah satu sarana pendidikan dan pelatihan yang tepat yang dapat membentuk karakter, perilaku yang mulia sesuai dengan nilai-nilai kehidupan agama dan sosial adalah Masjid. Lokasi masjid merupakan tempat yang ideal, sebab selain gedung, teras dan halamannya yang luas, kegiatannya para pemuda dan remaja juga akan lebih mudah dipantau, sehingga kegiatan yang tidak bermanfaat dan tidak sesuai dengan moral moral agama akan lebih mudah dikendalikan dan dicegah. Sebagai pemula yang akan berakitivitas menggerakkan roda organisasi kearah kegiatan sosial keagamaan dan bisnis kreatif, pemuda dan remaja masjid harus diajarkan bagaimana cara berorganisasi, ilmu manajemen, leadership, kesetiakawanan, cara memimpin dan mengadakan rapat, membuat surat dan menjalankan kesekretariatan, pencatatan keuangan, membuat laporan pertanggungjawaban dan lain-lain. Selain itu yang tidak kalah pentingnya adalah bagaimana mengajarkan kepada mereka tentag ibadah, muamalah, produk dan bisnis yang halal, dan lain-lain. Kegiatan wirausaha dalam skala Mikro Kecil dan Menengah (UKM) dirasa cocok diajarkan dan djalankan oleh pemuda dan remaja masjid, sebab selain modalnya relatif kecil, menjalankannya mudah, biaya dan resikonya juga relatif lebih ringan. Dengan kemampuan pemuda dan remaja yang saat ini gandrung dan cakap teknologi, maka diharapkan hal ini dapat menjadi nilai tambah bagi mereka. Dengan memanfaatkan teknologi digital kaum muda akan lebih berhasil dalam berwirausaha.

Permasalahan

Jika merujuk kepada nama pemuda dan remaja masjid, maka biasanya fikiran kita akan membayangkan sebuah perkumpulan yang dimenej oleh beberapa pengurus, anggotanya, ada kegiatan dan program kerjanya, ada sekretariatnya, ada anggaran dananya, ada legalitasnya, ada anggaran dasar dan anggaran rumah tangganya ataupun peraturan organisasinya, dan lain-lain. Namun ternyata yang penulis temukan adalah : perkumpulan ini ada anggoanya namun tidak ada

Jurnal SALMAN
Sosial dan Manajemen

Jurnal Salman (Sosial dan Manajemen)
url: http://jurnal.fisarresearch.or.id/index.php/salman/issue/archive
Vol.3 No.2 hal 119 – 129

ISSN: 2775-023X

pengurusnya, ada kegiatannya namun belum ada program kerjanya, ada dana kegiatannya namun belum ada program kerja yang berbasis anggaran. Pertanyaannya mengapa kegiatannya tetap dapat berjalan ? Karena ternyata secara fisik kegiatan ini dimenej langsung oleh salah satu unsur pengurus yang ada di BKM Al Makruf. Apakah hal ini merupakan masalah ? Ya masalah, yaitu jika penilaian dimaksudkan untuk mengambil data dari kemampuan mandiri para pemuda dan remaja masjid dalam menjalankan roda organisasi. Sebagaimana maksud dan tujuan penelitian ini adalah untuk menakar kemampuan pemuda dan dan remaja mesjid tersebut untuk menggerakkan bisnis kreatif. Lalu bagaimana penulis menakar kemampuan mereka sedangkan kondisi keorganisasiannya seperti itu ?

Tujuan Khusus
Tujuan khusus penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauhmana kemampuan remaja masjid Al Makruf dalam menggerakkan bisnis kreatif.oleh sebab itu dalam kesempatan itu peneliti juga akan berkesempatan untuk memberikan sedikit pengetahuan dan wawasan tentang keorganisasi dan kegiatan yang harusnya mereka lakukan..

Urgensi Penelitian
Pengetahuan dan keterampilan mengorganisir orang banyak sangat diperlukan dalam menjalankan roda organisasi, sebab tanpa memiiki kemampuan (leadership) yang mumpuni dikhawatirkan pemuda dan remaja yang masih dalam masa panca roba akan rentan menghadapi masalah yang serius, sehingga dapat mengganggu jalannya roda organisasi.

Objek Penelitian
Penelitian ini ditujukan kepada pemuda dan remaja masjid Al Makruf yang beralamat di Jalan Sidorukun Nomor 99, Pulo Brayan Darat II, Kecamatan Medan Timur, Kota Medan dengan menggunakan metode kualitatif yakni survey lapangan (fakta empirik) pendekatan kepustakaan (library reseach), pengumpulan data dan melakukan analisis terhadap temuan.

TINJAUAN PUSTAKA
Penelitian Terdahulu
Terkait dengan penelitian yang penulis lakukan, berikut ini penulis tampilkan hasil penelitian terdahulu : Kreativitas berpengaruh terhadap strategi mencari peluang bisnis. Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa terdapat siswa yang sangat kreatif dengan atribut tertentu seperti orisinalitas, ketekunan/kegigihan, pemikir yang independen, berpendirian teguh. Mereka tidak secara langsung memutuskan sebuah ide bisnis terlalu dini, namun mematangkan ide tersebut sementara waktu. Selain itu, mereka menganalisis masalah yang mungkin terjadi dan mencari beberapa alternatif solusi untuk memecahkan masalah tersebut. (Gomez, J.G. 2007). Kreativitas bersama dengan pengalaman berwirausaha, memiliki hubungan yang positif dengan niat kewirausahaan (Yar Hamidi, D., Wennberg, K. dan Berglund, H. 200. Kreativitas berpengaruh terhadap penciptaan ide bisnis. Strategi Mencari Peluang Bisnis Peluang bisnis dapat diartikan sebagai kesempatan pasti yang bisa didapatkan seseorang atau lebih dengan mengandalkan

Jurnal SALMAN
Sosial dan Manajemen

Jurnal Salman (Sosial dan Manajemen)
url: http://jurnal.fisarresearch.or.id/index.php/salman/issue/archive
Vol.3 No.2 hal 119 – 129

ISSN: 2775-023X

potensi diri yang ada serta memanfaatkan berbagai kesempatan. Seorang wirausaha harus mengamati peluang yang berkaitan dengan mengantisipasi pesaing di pasaran, potensi-potensi apa yang dimiliki pesaing di pasar. (Putri 2012). Pengurus Badan Kemakmuran Mesjid (P BKM) perlu berupaya mengembangkan kreativitas pemuda dan remaja mesjid dan memberikan pengalaman-pengalaman mengenai strategi mencari peluang bisnis agar setelah mereka dewasa, mereka telah memiliki pngetahuan dan keterampilan bahkan dapat memiliki usaha sendiri. Mereka harus diarahkan untuk menjadi seorang ahli ibadah, mengetahui cara mengelola masjid dengan baik dan benar, mampu berdakwah dan berwirausaha agar dapat menekan angka pengangguran di Indonesia. (Rahayu dan Utami 2012). Ardichvili mengatakan seorang pelaku usaha mengidentifikasi peluang bisnis untuk menciptakan dan memberikan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan dalam sebuah prospektif usaha. Investigasi yang diteliti dan kepekaan terhadap kebutuhan pasar, serta kemampuan untuk melihat penyebaran sumber daya dapat membantu seorang wirausaha untuk mulai mengembangkan peluang bisnis. Perkembangan pencarian peluang bisnis yang berhasil, diikuti oleh penciptaan bisnis yang berhasil. (Ardichvili, A., Cardozo, R. dan Ray, S. 2003). Strategi pencarian peluang dapat diartikan sebagai perilaku pengusaha yang bertujuan untuk menciptakan sebuah konsep bisnis yang strategis. Salah satu strategi dalam mencari peluang bisnis adalah knowledge acquisition. Yang dimaksud dengan knowledge acquisition adalah pengumpulan informasi tentang pelanggan, teknologi, produk, keuangan dan penelitian, dan menggabungkan serta mengintreprestasi informasi tersebut menjadi sebuah pengetahun bisnis (Puhakka 2007, 2007).

Pendapat Para Ahli Tentang Leadership, Manajemen dan Keorgaisasian

Kepemimpinan Menurut Edwin A. Locke (1991) terdapat empat kunci untuk memimpin dengan sukses yang ditunjukkan dalam model kepemimpinan. Empat kunci ini adalah: 1. Alasan dan sifat-sifat pemimpin/Motives dan traits. 2. Pengetahuan, keahlian, dan kemampuan /Knowledge, Skills, and Ability/KSAs 3. Visi 4. Implementasi dari visi Kepemimpinan didefinisikan sebagai suatu proses yang menyebabkan orang lain melakukan tindakan untuk mencapai tujuan bersama. Beberapa orang berpendapat bahwa seorang pemimpin yang efektif dapat menyebabkan pengikutnya secara tidak sadar dengan kemampuan dirinya berkorban demi organisasi (Bass, 1985 dalam Locke, et al, 1991). Definisi yang lebih baik dari pemimpin efektif mengerjakan dengan menghargai bawahannya dengan kemampuan diri mereka dalam mencapai visi yang telah diformulasikan dan bekerja untuk mewujudkannya. Terdapat beberapa hal bagaimana pemimpin memotivasi bawahan yaitu: 1. Meyakinkan bawahan bahwa visi organisasi (dan peran bawahan dalam hal ini) penting dan dapat dicapai. 2. Menantang bawahan dengan tujuan, proyek, tugas, dan tanggung jawab dengan memperhitungkan perasaan diri bawahan akan sukses, prestasi, dan kecakapan. 3. Memberikan penghargaan kepada bawahan yang berkinerja baik dengan penghargaan, uang, dan promosi. Kepemimpinan berbeda dengan manajemen. Kunci dari kepemimpinan adalah membangun visi dasar (tujuan, misi, agenda) suatu organisasi. Sedangkan kunci manager adalah mengimplementasikan visi. Manager dan bawahan bertindak dengan berbagai cara untuk mencapai tujuan akhir. Inti dari sifat-sifat/ traits pemimpin adalah: 1. Kejujuran / Integritas atau Honesty / Integrity. 2. Kepercayaan diri/Self-Confidence. 3.

Jurnal SALMAN
Sosial dan Manajemen

Jurnal Salman (Sosial dan Manajemen)
url: http://jurnal.fisarresearch.or.id/index.php/salman/issue/archive
Vol.3 No.2 hal 119 – 129

ISSN: 2775-023X

Originality/Creativity 4. Flexibility/Adaptability. 5. Charisma Keahlian teknologi sering memfasilitasi kemampuan untuk memimpin organisasi. Pengetahuan pada organisasi dan industri merupakan faktor yang lebih penting daripada pendidikan formal (Gabarro, 1987; Kotter, 1988 dalam Locke, et al, 1991). Keahlian/Skills pemimpin terdiri dari: 1. People skills/interpersonal skill terdiri dari: listening, oral communication, networkbuilding, conflict management, and assessing self dan lainnya (Bray, Campbell, and Grant, 1974; Dunnette, 1971; Kotter, 1982; Yukl, 1989 dalam Locke, et al, 1991) 2. Management Skills. Keahlian administratif adalah penting dalam fungsi managemen tradisional yang memfasilitasi aktivitas sehari-hari pada organisasi. Keahlian managemen yang efektif dikembangkan oleh Boyatzis, 1982 dalam Locke, et al, 1991 merupakan keahlian dalam penyelesaian masalah, termasuk logika berpikir dan konseptualisasi. 3. Kemampuan/Ability pemimpin. Kemampuan kognitif (kecerdasan) adalah asset pemimpin karena pemimpin harus mencari, mengintegrasi, dan menginterpretasikan sejumlah besar informasi. Fungsi kunci seorang pemimpin adalah membangun visi organisasi dan mengkomunikasikan kepada bawahan. Terdapat beberapa karakteristik dari pernyataan visi yaitu: ringkas, jelas, abstrak, menantang, orientasi ke depan, stabilitas, dan disenangi. Kebijakan dan prosedur yang spesifik diperlukan untuk mengimplementasikan visi ini terdiri dari enam kategori yaitu: 1. Menstrukturisasi 2. Menyeleksi, melatih, dan menyesuaikan diri bawahan 3. Memotivasi bawahan 4. Mengelola informasi 5. Membangun tim 6. Perubahan kemajuan.

Bagaimana Menggerakkan Bisnis Kreatif

Di Indonesia ada sekitar 70% UKM yang muncul karena adanya desakan ekonomi bukan karena mereka memiliki produk yang unik atau keterampilan pada bidang tertentu. Kondisi ini membuat sebagian besar dari UKM di Indonesia tidak memiliki daya saing, padahal untuk tetap mampu bertahan dan berkembang di dalam dunia bisnis yang semakin ketat pelaku UKM harus memiliki keterampilan, dapat bekerja secara profesional, dan mampu berinovasi. Bagaimana cara untuk mengembangkan kemampuan dan keterampilan mereka ? *Pertama*, Pelaku UKM Harus Memiliki Jiwa Kepemimpinan Dalam Dirinya. Walaupun Anda masih memulai UKM dan belum memiliki seorang karyawan, Anda tetap harus menanamkan jiwa kepemimpinan dalam diri Anda, sehingga ketika nantinya memiliki karyawan Anda dapat memimpin karyawan tersebut dengan baik. Kemampuan Anda dalam memimpin, merencanakan, mengatur, dan menjalankan sebuah usaha tentunya akan memiliki peranan yang sangat penting dalam perkembangnan usaha itu sendiri. *Kedua*, Pelaku UKM Harus Mau Belajar Tentang Manajemen. Karena Pengetahuan tentang Manajemen adalah hal yang sangat penting untuk dimiliki oleh seorang pelaku UKM. Dengan modal knowledge manajemen, Anda akan mampu mengoptimalkan sumber daya yang ada dalam bisnis Anda, dan dapat mengurangi resiko kerugian yang mungkin terjadi. *Ketiga*, Pelaku UKM Harus Melakukan Marketing dan Branding. Salah satu penyebab kegagalan sebuah UKM adalah tidak melakukan marketing dan branding secara maksimal. Dua faktor ini adalah sangat penting dalam tumbuh kembangnya sebuah usaha baik skala besar ataupun skala kecil. Sebaiknya Anda menciptakan sebuah logo dan juga nama perusahaan yang mudah diingat oleh orang lain, dan juga melakukan promosi agar UKM Anda semakin dikenal oleh masyarakat luas. Kita jangan pernah lupa bahwa sebagus

Jurnal SALMAN
Sosial dan Manajemen

Jurnal Salman (Sosial dan Manajemen)
url: http://jurnal.fisarresearch.or.id/index.php/salman/issue/archive
Vol.3 No.2 hal 119 – 129

ISSN: 2775-023X

apapun produk yang Anda jual bila tidak didukung oleh kegiatan promosi yang baik, orang tidak akan mengenalnya. *Keempat*, Pelaku UKM Harus Mampu Beradaptasi. Pasar yang semakin luas dan pertumbuhan UKM yang semakin banyak tentunya akan menciptakan banyak tantangan. Seorang pelaku UKM harus jeli dalam memperhatikan segala peluang dan hambatan yang mungkin datang ke hadapan Anda, dan dapat mengambil keputusan dan bertindak dengan cepat. Kemampuan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan dapat memenuhi permintaan konsumen yang semakin beragam akan membuat UKM Anda dapat bertahan dan dapat berkembang ke arah yang lebih baik. *Kelima*, Pelaku UKM Harus Mampu Berinovasi. Ingat….. "Inovasi Dalam Bisnis Adalah sesuatu yang sangat penting", seorang pelaku UKM harus bisa berinovasi dalam menawarkan produknya ke pasar. Kebanyakan konsumen lambat laun akan bosan dengan produk yang sama dan biasa-biasa saja, mereka mau sesuatu yang berbeda. Dengan kerja keras dan kreatifitas yang Anda dan tim Anda miliki, mulailah untuk menawarkan produk yang berbeda atau menawarkan produk yang biasa-biasa saja dengan cara yang berbeda sehingga produk itu bisa memiliki nilai yang lebih tinggi di pasaran. Secara teori mungkin langkah-langkah yang disebutkan di atas cukup mudah, namun pada kenyataannya dalam pelaksanaannya membutuhkan kerja keras dari Anda. Semoga artikel ini bisa memberikan manfaat bagi para pelaku UKM dan mampu meningkatkan daya saing mereka. Selamat mengatur strategi usaha Anda untuk semakin maju dan berkembang mengiring kesuksesan dan tetap semangat. (Achmad Rosyad, SP., MM Widyaiswara dan Trainer KUMKM)

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2017:2) yang dimaksud dengan metode penelitian adalah Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Sugiyono (2017:35) juga menjelaskan pengertian pendekatan deskriptif adalah metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahu keberadaan variable mandiri, baik hanya pada sat variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain. Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan Kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna (perspektif subyek) lebih ditonjolkan dalam penelitian ini. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu landasan teori juga dimanfaatkan sebagai gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Mesjid Al Makruf yang beralamat di Jalan Sidorukun Nomor 99, Pulo Brayan Darat II, Kecamatan Medan Timur, Kota Medan, pada tanggal 10 Jni 2022, penyampaian materi cerama ilmiah jam 20.30-22.30

Jurnal SALMAN
Sosial dan Manajemen

Jurnal Salman (Sosial dan Manajemen)
url: http://jurnal.fisarresearch.or.id/index.php/salman/issue/archive
Vol.3 No.2 hal 119 – 129

ISSN: 2775-023X

Poplasi dan Sampel
Populasi penelitian adalah pemuda dan remaja Mesjid Al Ma'ruf dengan sampel 50 orang. Sampel dilakukan dengan metode convenience sampling (siapa yang dijumpai, maka merekalah yang dijadikan sample), selanjutnya dilakukan dengan interview. Pengujian validitas data dalam penelitian kualitatif dilakukan denga pengamatan, peningkatan keaktifan dengan sesame mereka.

Sumber Data
Sumber data dalam penelitian ini adalah para peserta yang hadir dan dari unsur Pengurus BKM Al Makruf dalam acara penyampaian materi ceramah ilmiah.

Metode Penelitian dan Instrumen Pengumpulan Data
Penelitian ini menggunakan metodelogi kualitatif, yaitu metode penelitian yang dilandasi (sesuai dengan filsafat postpositivisme) dan digunakan untuk penelitian saat kondisi objek yang alamiah dan peneliti sebagai instrument kunci. Teknik pengumpulan data yang melalui wawancara. (Sugiono, 2017). Menurut Sugiyono (2017; 243), ''analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden terpenuhi. Dengan cara penelitian kualitatif, data dikumpulkan dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam [triangulasi], dan dilakukan secara berkesinambungan sampai datanya penuh. Dengan pengamatan yang demikian mengakibatkan variasi data tingg. Data yang diperoleh pada umum nya adalah data kualitatif [walaupun tidak menolak data kuantitatif], sehingga teknik analisis data yang digunakan belum ada polanya yang jelas. Seacara teknis penelitian ini menggunakan kajian teoritis pendidikan karakter, manajemen keorganisasian serta kewirausahaan, yaitu dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui studi kepustakaan. Sehingga penelitian ini diharapkan dapat menghasilan sebuah paduan antara teori dan terapan strategi pengembangan kewirausahaan bisnis kreatif yang berkatrakter. Sedangkan terhadap temuan di lapangan, peneliti memilih kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk mendapatkan data-data yang berkenan dengan remaja masjid dan kemampuannya dalam menggerakka bisnis kreatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN
Perkembangan bisnis kreaktif tidak dapat terlepas dari kaum remaja yang merupakan segumpah kreaktivitas. Para remajalah sebagai sumber daya produktif yang dengan ide kreaktivnya dapat membuka dan mengembangkan sebuah usaha, tidak hanya selalu meminta kepada orang tua dan menunggu pekerjaan diberikan tanpa berinisiatif menciptakan usaha secara mandiri. Tetapi juga sangat membantu pemerintah dalam mengurangi tingkat pengangguran di angkatan kerja produktif. Dengan meningkatnya anak muda yang bergerak di dunia wirausaha, maka semakin luas pula produktivitas yang dihasilkan sehingga dapat berdampak pula pada menngkatnya perkembangan ekonomi nasional. Kemampuan kreaktifitas dan inovatif merupakan salah satu bentuk kewirausahaan yang menjadi dasar sumber daya untuk mencari peluang menuju gerbang kesuksesan. Risiko dan perencanaan usaha yang terlalu lama seringkali menjadi penghambat dalam kesuksesan kegiatan usaha tersebut. Saat ini, akibat pertumbuhan Angkatan kerja yang demikian besar berpengaruh kepada rasio kesempatan kerja dan tingginya angka pengangguran

Jurnal SALMAN
Sosial dan Manajemen

Jurnal Salman (Sosial dan Manajemen)
url: http://jurnal.fisarresearch.or.id/index.php/salman/issue/archive
Vol.3 No.2 hal 119 – 129

ISSN: 2775-023X

terutama dalam masa pandemic Covid-19 sekarang ini. Kunci utama menjadi wirausaha yang sukses adalah tekad yang kuat dalam diri dalam individu dalam kepribadian mengambil resiko. Kegigihan dan ketekunan dalam menjalankan usahanya. Hal ini akan terwujud apabila jiwa entrepreneur dapat ditetapkan sejak dini. Dengan persaingan bisnis yang ketat, berani mengambil resiko saja tidak cukup untuk membuat suatu usaha berhasil bersaing di pasar. Dalam membuat suatu bisnis diperlukan pemikiran yang kreaktif di jaman modern saat ini, persaingan semakin besar masalah yang dihadapi juga semakin beragam. Bisnis yang kreaktif akan sukses apabila adanya strategi pemasaran. Dengan memanfaatkan teknologi internet yang semakin canggih maka produk dapat berkembang semakin cepat pula. Disinilah peran remaja terutama remaja masjid amat sanagt diperlukan yang tidak hanya unggul dalam bidang agama tetapi juga unggul dalam persaingan ekonomi, dengan memanfaatkan pemasaran teknologi (Digital Marketing) Dengan mengembangkan produk melalui platform internet dengan waktu yang singkat maka suatu produk sudah tersebar di beberapa daerah bahkan pelosok sekalipun.

Hasil Peneltian

Hasil temuan peneliti dilapangan dicantumkan dalam bentuk tabel dibawah ini:

NAMA MESJID	AL MA'RUF
NAMA PERKUMPULAN	--- (sebut saja Remaja Mesjid AL Ma'ruf)
TAHUN BERDIRI	---
STRUKTUR KEPENGURUSAN	---
NAMA PENGURUS	---
PEMBINA	Unsur Pengurus Badan Kemakmuran Mesjid Al Makruf
5. JUMLAH ANGGOTA	50 S/D 100 ORANG terdiri dari anak-anak, remaja dan pemuda (umur 10 s/d 25 tahun)
PROGRAM KERJA	---
7. KEGIATAN	Buka Puasa Bersama Bazar Pasar Murah Pengajian rutin DLL
LEGALITAS	----
ANGGARAN DAN SUMBER DANA	Ada dan dari kas BKM, serta sumbangan
. PERKUMPULAN TERDAHULU	Dulu pernah ada, mungkin bubar atau vakum setelah pengurusnya punya kesibukan lain
. VIS, MISI DAN TUJUAN	---

Gambar: 1

Berdasarkan gambar ini peneliti mendapat informasi, sebagai berikut:
Perkumpulan remaja masjid ada dan tetap melakukan kegiatan, walaupun tidak punya legalitas, tidak punya pengurus dan tidak punya program kerja Kesekretariatan menumpang dengan BKM.

Jurnal SALMAN
Sosial dan Manajemen

Jurnal Salman (Sosial dan Manajemen)
url: http://jurnal.fisarresearch.or.id/index.php/salman/issue/archive
Vol.3 No.2 hal 119 – 129

ISSN: 2775-023X

Perkumpulan pemuda dan remaja masjid ini belum mandiri, hal ini dibuktikan dengan tidak adanya kepengurusan, sehingga kegiatan yang berjalan dibimbing langsung oleh Pengurus BKM. Mereka punya karakter keislaman, hal ini terbukti dengan aktifnya sebagian besar anggota dalam berbagai kegiatan baik yang bersifat ibadah, dakwah maupun muamalah. Mereka punya potensi yang baik, sehingga dapat ditumbuhkembangkan kearah yang lebih baik, bermanfaat dan produktif. Belum cukup mandiri dan patut diragukan kemampuannya untuk dapat menggerakkan bisnis kreatif yang relatif beresiko, Tidak punya masalah, namun harus terus dibimbing oleh Pengurus BKM Al Makruf

Pembahasan

Banyak perkumpulan pemuda dan remaja masjid yang aktif serta melakukan kegiatan yang bermanfaat, namun apakah mereka legal, sudah mandiri, benarkah perkumpulan sudah dilakukan dengan baik dan benar sesuai konsep manajemen keorganisasian, bagaimana mereka mengatisipasi dann mengatasi masalah ? Bagaimana dengan pemuda dan remaja masjid Al Makruf ?

Dalam usia mereka yang relatif sangat belia, perkumpulannya masih illegal, belum punya sekretariat sendiri yag mumpuni, minim ilmu dan pengalaman, tentu saja mereka belum bias mandiri. Namun karena mereka dianggap sudah saatnya harus dibina, maka dengan segala konsekwensinya, walaupun belum terdaftar sebagai organisasi di Kesbangpollinmas dan Kemkumham, mereka harus mau diina dan melakuka kegiatan.

Lalu apa masalahnya jika mereka diorganisir langsung oleh Pengurus BKM ? Sepintas mungkin tak ada masalah, apalagi jika hanya sekitar 1 sampai dengan 2 tahun saja, namun jika lebih dari pada itu, maka dikhawatirkan pemuda dan remaja ini akan menjadi pemuda dan remaja yang kehilangan jiwa kemandiriannya, lemah (tak berani) dalam mengahadapi tantangan (dalam berkreasi dan berinovasi), kurang percaya diri dan rendah kinerjanya jika tidak dimandori. (Pristian Surono Putro, 2017).

Pemuda dan remaja Mesjid Al Makruf mau dan dapat dibina, hal ini terbukti dari banyaknya kegiatan yang mereka buat dan ikuti, namun khusus dalam hal membuat dan menajalankan kegiatan yang berkesinambungan, seperti menggerakkan bisnis kreatif yang butuh modal, harus dikelola setiap hari, butuh keterampilan, mampu mengelola tenaga kerja, butuh kesabaran, mampu bersaing, berani menghadapi masalah dan kerugian, dapat menyediakan produk dan layanan yang menarik dan punya wawasan, sehingga mampu membuka peluang baru dan kerasama, mereka belum dapat sepenuhnya dipercaya.

Hambatan psikologis dan minimnya ilmu pengetahuan tentang manajemen keorganisasian serta adanya sedikit masalah internal dominan mengurangi rasa percaya diri mereka untuk memmpin langsung kegiatan tersebut (Pengurus BKM Al Makruf Juriono, 2022).

Solusi dari semua hambatan tersebut telah di atasi dengan cara Pengurus memimpin langsung kegiatan pemuda dan remaja masjid. Jadi dengan demikian kegiatan pemuda dan remaja mesjdi Al Makruf tetap dapat berjalan.

PENUTUP

Kesimpulan

Jurnal SALMAN
Sosial dan Manajemen

Jurnal Salman (Sosial dan Manajemen)
url: http://jurnal.fisarresearch.or.id/index.php/salman/issue/archive
Vol.3 No.2 hal 119 – 129

ISSN: 2775-023X

Perkumpulan pemuda dan remaja masjid adalah wadah untuk membangun ukhuwah islamiyah, membentuk karakter dengan akhlaqul karimah yang mulia,, jiwa kepemimpinan, menambah ilmu pengetahuan agama dan umum, teknologi, wawasan serta memperkuat rasa cinta kepada Allah SWT, Nabi Muhammada SAW, Al Quran, dan melatih diri untuk lebih kuat dalam beriman, beribadah dan bertaqwa kepada Allah SWT

Mesjid adalah sarana yang paling ideal untuk membina, meningkatkan dan mengembangkan kemampuan pemuda dan remaja mesjid

Karakter merupakan pondasi untuk membangun watak, sifat, akhlak atau budi pekerti luhur yang dimiliki seseorang sehingga membedakannya dari orang lain.

Seorang wirausaha harus memiliki karakter yang baik, memiliki jiwa pemimpin, membuat suatu keputusan secara matang, mengendalikan keadaan dalam usaha yang dilakukan, oleh karena sifat serta karakter akan mempengaruhi arah perkembangan usaha yang dijalankan.

Kunci sukses membangun kewirausahaan adalah menguasai ilmu pengetahuan, teknologi, berwawasan luas, terampil, kreaif, inovatif, berani mengambil resiko, berakhlaqul karimah serta bertaqwa kepada Allah SWT

Saran

Agar Pengurus BKM memberikan pembinaan, pengawasan, evaluasi serta memberikan kesempatan yang luas kepada pemuda dan remaja mesjid untuk lebih maju, meningkat dan mengembangkan kemampuannya. Pemuda dan remaja masjid Al Makruf harus sudah mulai berani maju secara langsung memimpin dan menggerakkan organisasinya. Pemuda dan remaja masjid harus mau meningkatkan kemampuan dirinya serta berani mengeksplorasi kemampuannya itu untuk menggerakkan bisnis kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

Achmad Rosyad, SP., MM Widyaiswara dan Trainer KUMKM

Ardichvili, A., Cardozo, R. dan Ray, S. 2003. A theory of Entrepreneurial Opportunity Identification and Development. Journal of Business Venturing, Vol. 18 No. 4, hal. 105-23.

©Diadona, Pengertian Remaja

Gomez 2007, What Do We Know About Creativity?. Journal of Effetive Teaching, Vol. 7 No. 1, hal 31 – 43.

Hadi, S. (2016). *Pendidikan Keluarga; Konsepsi Strategi Belajar Wirausaha pada KeluargaMigran Madura*. Pena Salsabila.

HR. Bukhari Muslim

https://geotimes.co.id Merambah Bisnis Ekonomi Kreatif Di Tengah Tren Digitalisasi.

Hadiyati, E. 2011. Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 13 No. 1, hal. 8 – 16.

Jurnal SALMAN
Sosial dan Manajemen

Jurnal Salman (Sosial dan Manajemen)
url: http://jurnal.fisarresearch.or.id/index.php/salman/issue/archive
Vol.3 No.2 hal 119 – 129

ISSN: 2775-023X

Indrayani, L., Permadi, W. B., Arini, D. U., & Amin, P. (2021). Menciptakan Wirausaha Milenial dalam Pelatihan Strategi Perencanaan Bisnis. *Jurnal Dedication*, *5*(1), 95– 104.

Muhamad, D. (2020). Manajemen Pendidikan Karakter Dalam Mewujudkan Generasi Berakhlakul Karimah Di SMP Negeri 4 Purworejo. *Cakrawla: Studi Manajemen Pendidikan Islam Dan Studi Sosial*, *4*(1), 69–83.

Ningrum, M. A. (2017). Peran Keluarga Dalam Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Sejak Usia Dini. *Jurnal Pendidikan*, *2*, 29–32.

Putri, 2012, Ide dan Peluang dalam Konteks Kewirausahaan di Tengah Kemrosotan Minat Masyarakat Menjadi Pengusaha. Makalah Kewirausahaan.

Puhakka, V. 2007. Effects of Opportunity Discovery Strategies of Entrepreneurs on Performance of New Ventures. Journal of Entrepreneurship, Vol. 16 No. 1, hal 19 – 51.

Pengurus BKM Al Makruf Juriono, 2022

Rahayu, S dan Utami W. 2012. Pertisipasi Aktif Perguruan Tinggi Untuk Menciptakan Wirausaha Muda Melalui Transformasi Kewirausahaan. Prosiding Seminar Nasional "Tantangan Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi pada Era Global". Hal 88 – 96. 10 Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Vol. 13, No. 1, Mei 2013: 1 - 10

Sofyan Syafri Harahap, Manajemen Masjid, (Jogyakarta: Bhakti Prima Rasa, 1996), h. 26

Siswanto, Panduan Praktis Organisasi Remaja Masjid, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2005), 80.

Ahmad Yani, Panduan Memakmurkan Masjid kajian Praktis Bagi Aktivis Masjid, (Jakarta: LPPD Kahiru Ummah, 2016), 112-113.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV https://massugiyantojambi.wordpress.com/2011/04/15/teori-motivasi/

Tavipi, E. (2015). *Manajemen Kewirausahaan Di Pondok Pesantren El- Bayan Bendasari Majenang Cilacap Jawa Tengah*. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

Ustadz Pristian Surono Putro, 03.12.2017, Sukses Menghidupkan Remaja Masjid.html http://www.remajaislamhebat.com/2017/11/

Wahyuni, W. R., & Hidayati, W. (2017). *Peran Sekolah dalam Membentuk Keterampilan Wirausaha Berbasis Tauhid di SD Entrepreneur Muslim Alif-A Piyungan Bantul Yogyakarta*. *2*(November), 359–377.

Wibisono, A., Purwadhi, Rohendi, A., Sukajie, B., Syaodih, E., & Andriani, R. (2021). Kewirausahaan dan Pengembangan Kompetensi Warga Desa Lengkong Ciganitri Kabupaten Bandung. *Jurnal Sosial & Abdimas*, *3*(1), 25–38.

Yar Hamidi et.al.). D., Wennberg, K. dan Berglund, H. Creativity in Entrepreneurship Education. Journal of Small Business and Enterprise Development, 2008, Vol. 15 No. 2, hal. 304-20.

Yulastri, A. (2019). *Karakter Wirausaha*. Alfabeta.

Zimmerer, T.W, Scarborough, N.M dan Wilson D. 2008. Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil. Edisi 5 Buku 1. Salemba Empat.