



Memperkokoh Jihad Ekonomi ‘Aisyiyah Dengan Berwirausaha

Titiek Ambarwati

Universitas Muhammadiyah Malang

ambarwati.titiek@gmail.com

Received: 1 Juli 2025; Revised: 23 Juli 2025 ; Accepted: 24 Juli 2025

Abstract

This activity aims to strengthen ‘Aisyiyah’s economic jihad through entrepreneurship training based on Islamic values, focusing on enhancing motivation, instilling Muslim entrepreneurial character, and building business networks among female cadres in Malang City. The program was held on November 24, 2024, at Asyura Mosque, in conjunction with the Gathering of the Economic and Employment Council (MEC) of PCA/PRA across PDA Malang City. A total of 42 ‘Aisyiyah cadres from various branches and sub-branches participated. The methods included material presentation, interactive discussions, group reflection, and the development of business action plans. The activity resulted in increased entrepreneurial motivation, a deeper understanding of Muslim entrepreneurial character (trustworthiness, honesty, hard work, avoiding usury, and seeking blessings), as well as collective awareness to initiate community-based economic activities. Participants proposed the continuation of the program through technical training, microfinance management, digital marketing, and access to sharia-compliant capital. This activity contributes to the literature on Islamic ethics-based economic empowerment, demonstrating that integrating spirituality, entrepreneurship, and women’s communities is effective in fostering local economic resilience.

Keywords: *economic jihad, Islamic entrepreneurship, Muslim entrepreneurial character, women empowerment, sharia-based business, community economic resilience*

Abstrak

Kegiatan ini bertujuan untuk memperkuat jihad ekonomi ‘Aisyiyah melalui pelatihan kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islam, dengan fokus pada peningkatan motivasi, penanaman karakter wirausaha Muslim, dan pembentukan jejaring usaha kader perempuan di Kota Malang. Pelaksanaan dilakukan pada 24 November 2024 di Masjid Asyura, bertepatan dengan Silaturahmi Majelis Ekonomi dan Ketenagakerjaan (MEC) PCA/PRA se-PDA Kota Malang. Peserta berjumlah 42 kader ‘Aisyiyah dari berbagai cabang dan ranting. Metode meliputi pemaparan materi, diskusi interaktif, refleksi kelompok, dan penyusunan rencana aksi usaha. Kegiatan menghasilkan peningkatan motivasi berwirausaha, pemahaman karakter wirausaha Muslim (amanah, jujur, kerja keras, menghindari riba, dan berorientasi keberkahan), serta kesadaran kolektif membentuk inisiatif ekonomi komunitas. Peserta mengusulkan kelanjutan program berupa pelatihan teknis, manajemen keuangan mikro, pemasaran digital, dan akses permodalan syariah. Kegiatan ini memperkuat literatur pemberdayaan ekonomi berbasis etika Islam, menunjukkan bahwa integrasi spiritualitas, kewirausahaan, dan komunitas perempuan efektif dalam membangun ketahanan ekonomi lokal.

Kata kunci Jihad ekonomi, Kewirausahaan Islami, Karakter wirausaha Muslim, Pemberdayaan perempuan

A. PENDAHULUAN

Jihad ekonomi merupakan bagian dari perjuangan strategis yang dilakukan oleh ‘Aisyiyah dalam membangun kemandirian umat, khususnya perempuan. Melalui kegiatan kewirausahaan, perempuan tidak hanya didorong untuk mandiri secara ekonomi, tetapi juga menjadi agen perubahan dalam



keluarga dan masyarakat (Mulyani, 2024). Kemandirian ekonomi perempuan terbukti berkontribusi signifikan dalam mengurangi ketimpangan sosial dan meningkatkan ketahanan keluarga (Siregar, 2022). Kegiatan wirausaha yang dilandasi nilai-nilai keislaman juga menjadi sarana dakwah bil hal, di mana perempuan Muslimah tidak hanya menjalankan bisnis, tetapi juga menyebarkan nilai-nilai moral dan spiritual dalam praktik ekonomi (Iltiham & Rohtih, 2023).

Data statistik menunjukkan bahwa dari sekitar 65 juta pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, 64,5% di antaranya dikelola oleh perempuan, yang menjadikan mereka aktor utama dalam menopang perekonomian nasional (Damayanti, 2025). UMKM secara keseluruhan menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap hingga 96,9% tenaga kerja nasional. Secara khusus di Kota Malang, terdapat sekitar 80.000 pelaku UMKM, dan dari jumlah tersebut, 90% merupakan perempuan dan ibu rumah tangga, dengan mayoritas bergerak di sektor kuliner dan perdagangan (Indah, 2025). Fakta ini menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi perempuan, termasuk melalui organisasi perempuan seperti ‘Aisyiyah, merupakan langkah strategis untuk memperkuat ekonomi keluarga dan daerah.

Dalam rangka memperkokoh jihad ekonomi tersebut, dilaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat bertajuk “Memperkokoh Jihad Ekonomi ‘Aisyiyah dengan Berwirausaha” yang diselenggarakan pada 24 November 2024, bertepatan dengan agenda Silaturahmi Majelis Ekonomi dan Ketenagakerjaan (MEC) Pimpinan Cabang dan Ranting ‘Aisyiyah se-Pimpinan Daerah ‘Aisyiyah Kota Malang. Kegiatan ini dirancang sebagai wadah sinergi dan inspirasi untuk mendorong kader ‘Aisyiyah lebih aktif dalam mengembangkan potensi ekonomi berbasis komunitas. Partisipasi perempuan dalam kegiatan ekonomi lokal telah terbukti memperkuat pembangunan berkelanjutan di tingkat akar rumput (Setiawati et al., 2024).

Kegiatan ini menghadirkan narasumber inspiratif, Dr. Titiek Ambarwati, M.M., yang telah banyak berkecimpung dalam bidang pengembangan usaha dan pemberdayaan perempuan. Kegiatan ini diikuti oleh para kader ‘Aisyiyah dari berbagai cabang dan ranting di Kota Malang sebagai bentuk nyata komitmen kolektif dalam membangun kedaulatan ekonomi berbasis nilai Islam.

Tujuan Kegiatan

1. Memberikan motivasi kepada kader ‘Aisyiyah untuk memulai dan mengembangkan usaha.
2. Menanamkan pemahaman tentang karakteristik wirausaha Muslim sebagai bagian dari nilai-nilai Islam.
3. Mendorong terbentuknya jaringan usaha di kalangan anggota ‘Aisyiyah.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

1. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan di Majid Asyura Kota Malang pada tanggal 24 November 2024, bertepatan dengan acara Silaturahmi Majelis Ekonomi dan Ketenagakerjaan (MEC) Pimpinan Cabang dan Ranting ‘Aisyiyah se-Pimpinan Daerah ‘Aisyiyah Kota Malang.

2. Subjek Kegiatan

Subjek kegiatan adalah para kader dan anggota ‘Aisyiyah dari berbagai cabang dan ranting di lingkungan PDA Kota Malang yang mengikuti kegiatan silaturahmi dan pelatihan. Jumlah peserta yang hadir secara langsung adalah 42 orang.

3. Metode Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk:

- a) Pemaparan materi oleh narasumber, Dr. Titiek Ambarwati, M.M., yang membahas motivasi berwirausaha dan karakteristik wirausaha Muslim.
- b) Diskusi interaktif antara narasumber dan peserta untuk menggali pengalaman, tantangan, dan solusi dalam praktik wirausaha di lingkungan kader ‘Aisyiyah.



- c) Refleksi kelompok, di mana peserta diajak untuk menyusun rencana aksi atau ide usaha yang mungkin dikembangkan di komunitas masing-masing.
- d) Materi Kegiatan
- 1) Motivasi Berwirausaha

Dalam sesi ini, Dr. Titiek Ambarwati mengajak peserta untuk menyadari pentingnya peran ekonomi dalam memperkuat ketahanan keluarga dan organisasi. Beliau menekankan bahwa wirausaha bukan hanya soal keuntungan finansial, tetapi juga tentang keberanian, kemandirian, dan kontribusi nyata kepada umat. Kegiatan ekonomi yang dikelola oleh perempuan, khususnya anggota ‘Aisyiyah, dapat menjadi pilar kekuatan dakwah sosial ekonomi yang berbasis nilai-nilai Islam (Shofira et al., 2025). Motivasi ini juga diperkuat dengan kisah-kisah inspiratif para pengusaha Muslimah yang sukses membangun bisnis dari nol. Dr. Titiek menyampaikan bahwa setiap anggota ‘Aisyiyah, tanpa memandang latar belakang pendidikan maupun usia, memiliki potensi besar untuk menjadi pelaku usaha yang tangguh.

2) Karakteristik Wirausaha Muslim

Karakter wirausaha Muslim dibahas sebagai fondasi moral dan spiritual dalam menjalankan bisnis (Maimun & Munawir, 2022; Saputra, 2021). Beberapa karakter utama yang disampaikan antara lain:

- (a) Amanah: Menjalankan usaha dengan kejujuran dan tanggung jawab.
- (b) Jujur dan transparan: Dalam pengelolaan keuangan dan interaksi dengan pelanggan.
- (c) Kerja keras dan istiqamah: Tidak mudah menyerah, selalu berinovasi dan bersungguh-sungguh.
- (d) Menghindari riba dan praktik curang: Menjunjung tinggi etika dalam bertransaksi.
- (e) Berorientasi pada keberkahan: Tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga manfaat dan keberkahan untuk masyarakat.

Pemateri menekankan bahwa karakter ini harus menjadi landasan dalam setiap kegiatan bisnis yang dilakukan oleh anggota ‘Aisyiyah. Dengan karakter yang kuat, usaha yang dirintis akan menjadi wasilah kebaikan bagi banyak orang

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian yang diselenggarakan pada tanggal 24 November 2024 telah menghasilkan berbagai dampak positif, baik secara individual maupun kolektif terhadap kader ‘Aisyiyah di Kota Malang. Penguatan kesadaran dan semangat berwirausaha yang ditanamkan melalui pendekatan spiritual dan kontekstual menjadi kunci utama keberhasilan kegiatan ini. Keberhasilan tersebut ditunjukkan oleh antusiasme peserta dalam mengikuti sesi paparan, diskusi interaktif, dan refleksi rencana tindak lanjut, yang mengindikasikan adanya sense of ownership terhadap pentingnya peran ekonomi dalam dakwah dan pemberdayaan komunitas.

Secara substantif, kegiatan ini berhasil menyentuh tiga dimensi utama dalam pemberdayaan ekonomi perempuan, yaitu motivasi internal, nilai-nilai etika Islam dalam kewirausahaan, serta kolaborasi komunitas. Pemaparan dari narasumber, Dr. Titiek Ambarwati, M.M., tidak hanya memberikan inspirasi, tetapi juga memperluas horizon berpikir peserta bahwa kegiatan usaha merupakan bentuk amal jama'i yang memiliki dimensi spiritual dan sosial yang kuat. Hal ini sejalan dengan pandangan (2024), yang menyatakan bahwa motivasi spiritual berbasis ajaran Islam mampu menjadi pendorong utama dalam membangun ketahanan ekonomi keluarga dan organisasi perempuan berbasis komunitas.

Lebih lanjut, penekanan pada karakteristik wirausaha Muslim seperti amanah, kejujuran, kerja keras, dan orientasi keberkahan, memperlihatkan pendekatan etis yang menjadi pembeda signifikan antara praktik ekonomi konvensional dengan wirausaha berbasis Islam. Studi dari Rafiki & Nasution (2019) menunjukkan bahwa penerapan prinsip etika Islam dalam kewirausahaan memiliki korelasi positif terhadap keberlanjutan



usaha dan loyalitas konsumen, karena adanya persepsi nilai tambah dari dimensi moral dan tanggung jawab sosial.

Kegiatan ini juga memberikan hasil nyata dalam bentuk kesadaran kolektif peserta untuk membentuk inisiatif ekonomi berbasis komunitas, seperti kelompok usaha bersama, program mentoring antaranggota, serta rencana kerja sama lintas cabang dan ranting. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan penguatan ekonomi melalui organisasi perempuan seperti ‘Aisyiyah memiliki potensi sebagai model pemberdayaan partisipatif yang relevan dan adaptif terhadap dinamika lokal (Isnaini et al., 2024).

Beberapa peserta juga mengusulkan perlunya kelanjutan program dalam bentuk pelatihan teknis seperti manajemen keuangan mikro, strategi pemasaran digital, dan akses permodalan syariah (Kurniasih, 2023; Merdasari et al., 2024). Ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian ini bukan hanya bersifat ceremonial, melainkan mampu memicu kebutuhan lanjutan terhadap pembangunan kapasitas (capacity building) dan penguatan struktur dukungan ekonomi secara sistematis. Hal tersebut sejalan dengan temuan (Setiawati et al., 2024) yang menekankan pentingnya pendekatan pelatihan berkelanjutan dalam meningkatkan efektivitas program pemberdayaan ekonomi perempuan berbasis komunitas.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini memberikan bukti empirik bahwa jihad ekonomi yang digagas oleh ‘Aisyiyah dapat dikembangkan sebagai gerakan sistemik yang tidak hanya bersifat simbolik, tetapi juga strategis dan transformasional. Pendekatan yang menggabungkan spiritualitas Islam, semangat kewirausahaan, dan kekuatan komunitas perempuan terbukti efektif dalam memperkuat fondasi ekonomi umat (Amry et al., 2024). Oleh karena itu, kegiatan serupa perlu direplikasi secara luas dengan dukungan model pendampingan jangka panjang dan kolaborasi lintas sektor, termasuk dengan pemerintah daerah, lembaga keuangan syariah, dan platform digital pemasaran

D. PENUTUP

Simpulan

Kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi positif dalam upaya pemberdayaan perempuan melalui penguatan kapasitas kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islam. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan motivasi dan pemahaman peserta mengenai pentingnya peran perempuan dalam ekonomi, tetapi juga menanamkan karakter wirausaha Muslim yang beretika, amanah, dan berorientasi pada keberkahan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa kader ‘Aisyiyah memiliki potensi besar untuk menjadi pelaku usaha yang produktif dan mandiri, serta mampu mengerakkan ekonomi komunitas secara berkelanjutan.

Partisipasi aktif peserta serta munculnya inisiatif tindak lanjut pasca-kegiatan menjadi indikator keberhasilan kegiatan ini dalam membangun kesadaran kolektif terhadap pentingnya jihad ekonomi di lingkungan organisasi perempuan Islam. Dalam konteks pembangunan ekonomi lokal dan nasional, penguatan kapasitas usaha perempuan khususnya di level komunitas akar rumput seperti cabang dan ranting ‘Aisyiyah merupakan strategi yang tepat dan relevan, sejalan dengan data bahwa mayoritas pelaku UMKM di Indonesia dan Kota Malang adalah perempuan.

Kegiatan serupa perlu terus dikembangkan secara sistematis dan berkelanjutan, dengan melibatkan berbagai pihak dalam bentuk pelatihan tematik, pendampingan usaha, serta fasilitasi akses pasar dan permodalan. Dengan demikian, jihad ekonomi yang diusung oleh ‘Aisyiyah dapat bertransformasi menjadi gerakan pemberdayaan ekonomi yang strategis, terukur, dan berdampak luas bagi peningkatan kesejahteraan umat dan kemandirian organisasi.

E. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Amry, A. D., Hardiyanti, S. R., Faruq, R. Al, Saputra, M. A. I., Stiandri, R., & Kunci, K. (2024). Peran Kewirausahaan Islam Dalam Pengembangan Ekonomi Regional. *Indonesian Journal of Economics , Management , and Accounting*, 1(6), 462–470.
- [2] Cresy Lorenza, Romi Adetio Setiawan, Yenti Sumarni, & Nilay Shah. (2024). Work Motivation Women Entrepreneurs in Islamic Economic Perspective. *Journal of Islamic Economics Perspectives*, 6(1), 63–83. <https://doi.org/10.35719/jiep.v6i1.127>



- [3] Damayanti, A. (2025). 64,5% UMKM di RI Dilakukan Perempuan. Detik Finance. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7936544/64-5-umkm-di-ri-dilakukan-perempuan>
- [4] Iltiham, M. F., & Rohtih, W. A. (2023). Inspiring Entrepreneurial Spirit to Achieve Economic Independence for the Community Based on the Foundation of Islamic Boarding Schools. Malia (Terakreditasi), 15(1), 94–104. <https://doi.org/10.35891/ml.v15i1.4915>
- [5] Indah, L. (2025). Diskopindag Kota Malang Dukung Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Melalui Sektor UMKM. ketik.co.id. <https://ketik.co.id/berita/diskopindag-kota-malang-dukung-pemberdayaan-ekonomi-perempuan-melalui-sektor-umkm>
- [6] Isnaini, N., Fadllan, & Haryanto, R. (2024). Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Berbasis Komunitas. Alifba Media.
- [7] Kurniasih, N. (2023). Pemberdayaan Perempuan Di Era Digital Bunda Cerdas Cakap Digital. Communny Development Journal, 4(3), 6053–6059.
- [8] Maimun, M. H., & Munawir, H. (2022). Peran Karakteristik Kewirausahaan Islam dan Modal Sosial Islam Untuk Resiliensi UMKM. Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis, 7(1), 93–100. <https://doi.org/10.23917/benefit.v7i1.19873>
- [9] Merdasari, I., Antoni, D., & Oktala, R. (2024). Pemberdayaan Perempuan Di Era Digital Melalui Pelayanan Marketing Digital , Service Digital Dan Komunikasi Digital Menuju Desa. Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia, 5(4).
- [10] Mulyani, D. K. (2024). Peran Pengusaha Muslimah dalam Ekonomi Syariah. Education Journal, 3(1).
- [11] Rafiki, A., & Nasution, F. N. (2019). Business success factors of Muslim women entrepreneurs in Indonesia. Journal of Enterprising Communities, 13(5), 584–604. <https://doi.org/10.1108/JEC-04-2019-0034>
- [12] Saputra, M. N. A. (2021). Karakter Entrepreneur Dalam Islam. Jurnal Studi Keislaman, 7(1), hal 9-17. <http://www.wahanaislamika.ac.id/index.php/WahanaIslamika/article/view/149/69>
- [13] Setiawati, H., Firmansyah, I., Salsabila, R. M., & Purwanto, E. (2024). Komunikasi Pembangunan Berbasis Komunitas dalam Upaya Pemberdayaan Perempuan. INTERACTION: Communication Studies, 1(4), 1–20.
- [14] Shofira, N., Sari, J., Rifqi, M., & Rawali, A. (2025). Strategi Penerapan Etika Bisnis Islam untuk Meningkatkan Kelayakan UMKM Halal di Indonesia Strategy for Implementing Islamic Business Ethics to Increase the Eligibility of Halal MSMEs in Indonesia. JIIC: Jurnal Intelek Insan Cendikia, 8470–8475.
- [15] Siregar, I. P. (2022). Perempuan Dan Ketahanan Ekonomi Keluarga (Studi Di Kota Padangsidimpuan). Journal of Gender and Social Inclusion in Muslim Societies, 2(2), 67. <https://doi.org/10.30829/jgsims.v2i2.10452>