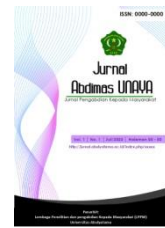


Available online at www.jurnal.abulyatama.ac.id/abdimas
ISSN 2747-1845 (Online)

Jurnal Abdimas UNAYA

(Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)



Sosialisasi Kewirausahaan melalui Pemanfaatan Media Sosial di Dayah Baburrahmah

Isthafan Najmi*¹, Azhari², Fazzan², Cut Delsie Hasrina³, Ade Irfan⁴, Lilis Masliyah¹,
Muhammad Nasir¹

¹Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abulyatama, Aceh Besar, 23372, Indonesia ²Program Studi Magister Hukum, Fakultas Hukum Universitas Abulyatama, Aceh Besar, 23372, Indonesia, ³Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Abilyatama, Aceh Besar, 23372, Indonesia, ⁴Program Studi Matematika, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Abulyatama, Aceh, 23372, Indonesia

*Email korespondensi: isthafannajmi@abulyatama.ac.id

Diterima 15 September 2022; Disetujui 15 Oktober 2022; Dipublikasi 10 November 2022

Abstract: *Community service carried out regarding the socialization of the development of an entrepreneurial spirit among students and the surrounding community have a strong interest and high motivation by the dayah environment to work and develop and produce goods in positive business practices so that social media becomes a solution in the promotion and marketing carried out. The method of implementing this service generally uses the concept of socialization which is carried out for one day with two sessions. In the first session, the service implementation team introduced the concept of entrepreneurship to the participants, including business planning and various types of business opportunities. In the second session, about the use of social media in doing entrepreneurship and business. It is hoped that the results of the socialization of creative entrepreneurship activities will become one of the solutions to earn income and increase income through social media platforms*

Keywords: *creative entrepreneurship, social media*

Abstrak: *Pengabdian masyarakat yang dilakukan mengenai sosialisasi pengembangan jiwa kewirausahaan di kalangan santri dan masyarakat sekitar mempunyai minat yang kuat dan motivasi yang tinggi oleh lingkungan dayah untuk berkarya dan mengembangkan serta menghasilkan suatu barang dalam praktik bisnis yang positif sehingga media sosial menjadi solusi didalam promosi dan pemasaran yang dilakukan. Metode pelaksanaan pengabdian ini secara garis besar menggunakan konsep sosialisasi yang dilaksanakan selama satu hari dengan dua sesi. Pada sesi pertama, tim pelaksana pengabdian memperkenalkan konsep berwirausaha kepada para peserta, meliputi perencanaan usaha dan berbagai jenis peluang usaha. Pada sesi kedua, mengenai pemanfaatan media sosial dalam melakukan kewirausahaan dan bisnis. Diharapkan dari hasil sosialisasi kegiatan kewirausahaan yang kreatif agar menjadi salah satu solusi untuk memperoleh penghasilan dan meningkatkan pendapatan melalui platform media sosial.*

Kata Kunci : *kewirausahaan kreatif, media social*

Dengan munculnya minat berwirausaha akan menjadikan seseorang lebih giat mencari dan memanfaatkan peluang usaha dengan mengoptimalkan potensi yang dimiliki. Adanya minat berwirausaha kreatif yang kuat merupakan keinginan, ketertarikan, serta kesediaan individu untuk bekerja keras dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa takut dengan resiko yang akan terjadi. Pada dasarnya peserta didik mempunyai dampak yang besar terhadap sikap dan perilaku terhadap sesuatu yang cenderung mempunyai ketertarikan untuk mengetahui dan mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan minat berwirausaha yang dari berbagai aspek kepribadian seperti watak, sikap dan perilaku seseorang. Dengan perkembangan dunia secara globalisasi dan digitalisasi ini kewirausahaan kreatif berbasis media sosial digital sedang digalakkan oleh pemerintah (Nia Juliawati, 2018). Selanjutnya menurut Israfil (2017) yang meneliti kewirausahaan di pesantren pedesaan lainnya dan mendukung peran figur pimpinan dalam menggagas kewirausahaan. Sehingga berbagai ilmu dan *knowledge* tentang bisnis syariah ini penting untuk menumbuhkan minat dan motivasi untuk menjadi wirausaha yang sesuai syariah (*shariapreneur*) (Siddiq et al., 2020)

Seiring perkembangan revolusi industri 4.0, *entreprenurship* di pesantren atau dayah masih didominasi dengan pemanfaatan keunggulan geografis daerah pedesaan. sementara di wilayah perkotaan, pesantren sekarang semakin menjamur sehingga

memerlukan pengembangan diharapkan lebih fokus. Mengingat bahwa kewirausahaan dengan dukungan dari kebijakan ekonomi pemerintah dapat menjadi celah untuk dikembangkan (Sutomo 2010). Penelitian yang dilakukan oleh Nugroho (2017) menyatakan bahwasannya arti penting pesantren bagi pengembangan kesejahteraan masyarakat sekitarnya. Hal ini disebabkan wirausaha berorientasi pada tindakan pemasaran dan promosi. Sementara bisnis yang dilakukan mendayagunakan semua instrumen dan situasi kondisi untuk memasarkan produk atau jasa bisnis ke konsumen, secara virtual maupun aktual. Secara aktual akan menaikkan tingkat keuntungan bersih usaha dan dengan sendirinya menambah nilai aktiva (*asset/ harta kekayaan*) pelaku bisnis, yang disebut dengan substansi kewirausahaan. Sehingga pebisnis yang sukses memiliki daftar asset bersih dalam neraca usahanya. Secara garis besar mesti dikembangkan secara berkelanjutan dengan motivasi dan inovasi.

Masyarakat yang sudah menguasai digital yang mumpuni, sehingga istilah teknologi internet bukan menjadi sesuatu yang baru. Persaingan yang ketat menuntut manusia untuk melakukan berbagai aktifitas dengan mengoptimalkan semua sumber daya yang dimilikinya, termasuk perkembangan teknologi dan informasi. Pemanfaatan teknologi internet melalui bisnis daring atau *online shop* menjadi peluang bagi berkembangnya upaya pemberdayaan dan peningkatan ekonomi kerakyatan berbasis teknologi. Adapun contoh

peluang usaha yang dapat dilakukan oleh para pelajar seperti penulis *freelance*, bisnis tanaman, parcel, catering, membuka tempat les, jahit, kerajinan tangan, *reseller* barang serta kegiatan bisnis lainnya. Dengan banyaknya peluang usaha berbasis teknologi internet diatas dapat mendatangkan pendapatan tambahan bagi para pelajar, santri dan masyarakat. Dengan adanya bisnis melalui daring atau online shop yang tidak memerlukan modal uang yang banyak, cukup bermodalkan handphone atau gadget dengan berbagai aplikasi gambar-gambar yang dapat dilakukan di berbagai media sosial. Sehingga penjual dan pembeli tidak perlu saling bertatap muka untuk bertransaksi bagi yang berjauhan pun dapat melakukannya hanya dalam hitungan detik, tanpa harus lelah memilih, hanya dengan menggeserkan jari-jari tangan, barang yang disukai dapat dibeli dengan mudah.

Begitu banyaknya pebisnis muda yang sukses yang mengalami stagnasi (bisnis tidak berkembang), mereka menutup usahanya atau berpindah ke bisnis lain, kemudian berpindah lagi, inilah yang membuat orang takut menjadi pengusaha dan berfikir salah/keliru tentang kewirausahaan. Jiwa wirausaha memerlukan motivasi dengan tujuan untuk menumbuhkan dan mendorong keinginan untuk maju dalam mengembangkan ide kreatif untuk menciptakan sesuatu yang dapat menghasilkan dan menjual produk atau barang.

Pondok pesantren atau dayah merupakan pendidikan Islam tertua yang berfungsi sebagai salah satu benteng pertahanan umat Islam, pusat dakwah dan pengembangan masyarakat muslim di Indonesia (Nurhayati

2010). Dayah yang merupakan salah satu lembaga yang turut andil dalam menciptakan generasi yang harus mempunyai kemampuan spiritual dan intelektual yang baik sehingga mampu bersaing di dunia modern. Dewasa ini perhatian yang cukup signifikan terhadap pengembangan ekonomi dayah dan memberi motivasi dan minat terhadap para santri untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan di kalangan santri dan masyarakat sekitar. Dengan besarnya minat dan motivasi oleh lingkungan dayah untuk berkarya dan mengembangkan serta menghasilkan suatu barang, harus mempunyai minat berwirausaha dengan adanya motivasi akan mempunyai minat yang kuat untuk berbuat sesuatu terhadap wirausaha itu dengan perasaan senang karena membawa manfaat bagi dirinya.

Sudah merupakan kewajiban pengurus dayah harus mampu meningkatkan fungsi manajemen, menjadi kewajiban dari setiap pengurus untuk mendorong dan memotivasi setiap santrinya untuk mampu mengembangkan ide kreatif dan mempunyai usaha sehingga dapat mengembangkan kemauan dan bakat dalam diri santri tersebut. kemampuan seorang individu dibentuk oleh kualitas yang dimilikinya, seperti: pendidikan, pengalaman, dan karakter pribadi. Adanya daya dorong dipengaruhi oleh faktor-faktor internal yaitu dari diri seorang dan faktor eksternal yaitu hal-hal dari luar atau dari lingkungan dayah sekitarnya. Dayah dan santri dituntut untuk mempunyai motivasi tinggi guna menumbuhkan jiwa kemandirian dalam mewujudkan apa yang diinginkannya terutama dalam hal menjadi wirausaha yang mandiri.

KAJIAN PUSTAKA

a. Kewirausahaan

Motivasi berwirausaha didefinisikan sebagai sesuatu yang melatarbelakangi atau mendorong seseorang melakukan aktivitas dan memberi energi yang mengarah pada pencapaian kebutuhan, memberi kepuasan ataupun mengurangi ketidakseimbangan dengan membuka suatu usaha atau bisnis (Budiaty, Yani, and Univesari 2012).

b. Media Sosial

Sosial media adalah media untuk interaksi sosial menggunakan teknik mudah diakses dan dapat diperluas. Sosial media menggunakan teknologi web untuk berkomunikasi melalui dialog yang interaktif.. Menurut (Purnama, 2011) *social media* mempunyai beberapa karakteristik khusus diantaranya:

1. Jangkauan (*reach*): daya jangkauan *social media* dari skala kecil hingga khalayak global.
2. Aksesibilitas (*accessibility*): *social media* lebih mudah diakses oleh publik dengan biaya yang terjangkau.
3. Penggunaan (*usability*): *social media* relatif mudah digunakan karena tidak memerlukan keterampilan dan pelatihan khusus.
4. Aktualitas (*immediacy*): *social media* dapat memancing respon khalayak lebih cepat.
5. Tetap (*permanence*): *social media* dapat menggantikan komentar secara instan atau mudah melakukan proses pengeditan.

Selanjutnya menurut Mayfield yang di kutip oleh (Badri, 2011) menyebutkan saat ini ada tujuh jenis *social media*, namun inovasi dan

perubahan terus terjadi. *Social media* yang ada saat ini:

1. Jejaring sosial seperti *facebook*, *myspace* dan *bebo*. Situs ini memungkinkan orang untuk membantu halaman *web* pribadi dan terhubung dengan teman-temannya untuk berbagi konten komunikasi.
2. *Blog*, merupakan bentuk terbaik dari media sosial, berupa jurnal *online* dengan pemuatan tulisan terbaik, yaitu tulisan terbaru ada di halaman terdepan.
3. *Wikis* seperti *Wikipedia* dan ensiklopedia *online website*. *Wikis* memperoleh siapa saja untuk mengisi atau mengedit informasi didalamnya, bertindak sebagai sebuah dokumen atau database komunal.
4. *Podcasts*, menyediakan *file-file audio* dan *video* dengan berlangganan melalui layanan seperti *Itunes* dari *Apple*.
5. Forum, area untuk diskusi *online*, seputar topik dan minat tertentu. Forum sudah ada sebelum media sosial dan menjadi komunitas *online* yang kuat dan populer.
6. Komunitas konten seperti *flickr* (untuk berbagi foto), *del.icio.us* (*link bookmarked*) dan *youtube* (*video*). Komunitas ini mengatur dan berbagi jenis konten tertentu.
7. *Microblogging*, situs jejaring sosial dikombinasikan *blog*, dimana sejumlah kecil konten (*update*) didistribusikan secara *online* dan melalui jaringan *mobile phone*, *twitter* adalah pemimpin layanan ini.

Selanjutnya media sosial mampu bersaing dengan berbagai komunikasi lainnya, bahkan memberi manfaat yang sangat penting. Berikut beberapa manfaat media social menurut

(Puntoadi, 2011) sebagai berikut:

1. *Personal branding is not only figure, it's for everyone.* Berbagai media sosial seperti Facebook, Twitter, YouTube dapat menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi, bahkan mendapatkan popularitas di sosial media. Keunggulan membangun personal branding melalui sosial media adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audiensnya lah yang akan menentukan (Puntoadi, 2011).
2. *Fantastic marketing result throught social media. People don't watch TV's anymore, they watch their mobile phones.* Fenomena dimana cara hidup masyarakat saat ini cenderung lebih memanfaatkan telepon genggam mereka yang sudah terkenal dengan sebutan "*smartphones*". Dengan *smartphone*, kita dapat melihat berbagai informasi (Puntoadi, 2011).
3. Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan bentuk komunikasi yang lebih individual, personal dan dua arah. Melalui media sosial para pemasar dapat mengetahui kebiasaan konsumen mereka dan melakukan interaksi secara personal serta membangun keterikatan yang lebih dalam (Puntoadi, 2011).

Media sosial memiliki sifat viral. Viral menurut (Puntoadi, 2011) berarti memiliki sifat seperti virus yaitu menyebar dengan cepat. Informasi yang muncul dari suatu produk dapat tersebar dengan cepat karena para penghuni sosial media memiliki

karakter berbagi

METODE PELAKSANAAN

Jenis kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan berupa sosialisasi kewirausahaan dan manfaat media sosial. Adapun tema kegiatannya adalah sosialisasi kewirausahaan melalui pemanfaatan media sosial di Dayah Baburrahmah. Kegiatan berlangsung pada tanggal 27 Agustus 2022. Pendekatan yang digunakan berupa pemaparan materi, diskusi, dan tanya jawab. Ada beberapa tahap sosialisasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini kepada semua pihak yang terkait dan berkepentingan. *Pertama* adalah sosialisasi kepada pihak pengelola dan pengasuh pesantren mitra pengabdian masyarakat ini. Sosialisasi ini mutlak diperlukan sebagai jalan untuk membuka relasi dan kerja sama yang sangat diperlukan dalam proses-proses berikutnya.

Sosialisasi *kedua*, adalah sosialisasi kepada segenap santri dan ibu-ibu masyarakat sekitar pengajian pada Dayah Baburrahmah yang merupakan subjek kegiatan pengabdian masyarakat. Diharapkan menerima manfaat dari pengetahuan maupun *soft skill* yang dihasilkan dari kegiatan yang akan dilaksanakan ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Gambaran Umum Dayah Baburrahmah

Dayah Babur Rahmah Merupakan salah satu dayah yang terletak di Desa Lamblang Trieng kecamatan Darul Imarah, Kabupaten Aceh Besar, Indonesia. Dayah Babur Rahmah merupakan sebuah tempat menimba ilmu agama

atau sekolah ilmu agama Islam, Dayah Babur Rahmah memiliki santri sebanyak 35 santri. Selain itu, Dayah Babur Rahmah memiliki sarana dan prasarana yang tergolong memadai seperti Akses jalan menuju Dayah Babur Rahmah, meunasah, balai pengajian, fasilitas mengajar dan beberapa fasilitas lainnya yang dapat dimanfaatkan dan berguna untuk masyarakat sekitar Gampong Lamblang Trieng.

Dayah Babur Rahmah meliputi lahan persawahan, berdekatan dengan kantor Desa Lamblang Trieng, serta dikelilingi oleh rumah rumah warga Desa Lamblang Trieng. Jarak dan luas Dayah Babur Rahmah ke pusat kota kurang lebih 4 km dari pusat kota, dengan total luas keseluruhan Dayah Babur Rahmah diperkirakan berkisar 3000 meter.

Dilihat dari keadaan fisik kondisi kebiasaan dan tingkah laku para santri maupun tenaga pengajar dapat dikategorikan sangat aktif dalam melakukan rangkaian kegiatan internal yang ada di dalam Dayah Babur Rahmah. dan juga kesehatan para santri maupun tenaga pengajar sangat baik. Pengaruh masyarakat sekitar sangat positif terhadap dayah tersebut, terlihat dari seringnya masyarakat ikut berpartisipasi aktif dalam membangun dayah tersebut, terlihat dari segi kerjasama maupun gotong royong yang sering terlibat masyarakat sekitar saat agenda tertentu dan juga hal penting lainnya.

b. Motivasi Kewirausahaan

Pengabdian kepada masyarakat ini dimulai dengan memberikan arahan pemahaman kepada para saantri tentang potensi kewirausahaan dan bagaimana menjadi muslim

mandiri. Selanjutnya dilakukan analisis motivasi santri dalam berwirausaha dengan pertanyaan interaktif.

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan dalam mengumpulkan data dengan tujuan untuk menyempurnakan laporan pengabdian maka dapat dianalisis untuk mengetahui motivasi santriwan dan santriwati dalam berwirausaha sehingga mempunyai motivasi yang tinggi untuk menumbuhkan jiwa kemandirian dalam mewujudkan keinginan dalam berwirausaha sehingga menjadi wirausahawan yang berkompeten dan mampu mengembangkan usahanya.

Seorang wirausahawan harus mempunyai rasa percaya diri, membantu orang lain, dapat menarik minat pembeli namun sesuai dengan syariat Islam, mampu bersosialisasi terhadap masyarakat dan tumbuh berkembang menjadi manusia yang mempunyai kompetensi yang baik dan profesional di segala bidang serta mengetahui usaha yang mengikuti perkembangan zaman sehingga dapat menarik minat orang lain untuk membeli barang yang dijualnya dan makanan yang ia buat. Kebutuhan yang mempengaruhi santriwan dan santriwati untuk berwirausaha antara lain:

Kebutuhan internal yaitu kebutuhan yang berasal dari dalam diri seseorang. Tingkat kematangan pribadi, tingkat pendidikan, keinginan dan harapan pribadi untuk masa depannya, kebutuhan, kesenangan dalam melakukan sesuatu hal dan kebosanan sehingga dapat menciptakan produk atau hal yang lain untuk berbuat sesuatu hal yang positif:

Beberapa hal yang disampaikan pada

pelatihan ini yaitu mengenai motivasi berwirausaha dan perencanaan usaha (*bisnis plan*) sebagai berikut;

- a. Bagaimana memotivasi diri untuk memulai berwirausaha;
- b. Cara memilih produk yang mudah diterima pasar;
- c. Strategi menangkap peluang usaha, baik bagi yang belum memiliki usaha sebelumnya atau sudah memiliki (Suwarni dan Handayani 2020);
- d. Menyusun rencana usaha yang akan dilakukan;
- e. Mengetahui resiko berwirausaha serta siap dengan semua resiko tersebut;
- f. Cara Memasarkan produk
- g. Cara mengembangkan usaha (Sari dan Sukmasari 2018);
- h. Teknik menjalankan usaha berbasis online dengan memanfaatkan sosial media atau situs-situs jual beli lainnya (Ahmad dkk, 2018).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Dari uraian yang telah dijelaskan, dapat diambil beberapa kesimpulan melalui Kewirausahaan di dayah menjadi lebih relevan bila telah disesuaikan dengan kondisi sosial yang berkembang di lingkungan dayah telah menyadari dampak dari berkembangnya teknologi komunikasi dalam media sosial. Pengaruhnya bisa baik dalam segi positif maupun negatif. Terlebih lagi setiap industri memerlukan metode

untuk memasarkan produk atau jasanya dengan sedemikian rupa, mulai dari cara yang tradisional maupun modern yang berbasis internet. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan informasi. Informasi yang sesuai dengan latarbelakang budaya masyarakat akan diterima, sedangkan yang tidak sesuai akan cenderung diabaikan atau bahkan ditolak.

2. Dalam penggunaan media sosial dituntut agar dapat memahami dimana mereka akan menyebarkan informasi atau mengetahui khalayak sarannya sekaligus latar agama dan budaya yang dimiliki dalam pemanfaatan media social serta kuatnya pondasi ilmu dan agama yang dimiliki seorang remaja dapat menjadi benteng dari pengaruh negative yang didapatkan, selain itu dapat memberikan pengaruh positif kepada siswa/santri untuk dapat memanfaatkan media social sebagai tempat untuk mengembangkan bakat yang ada ataupun dapat digunakan sebagai alat berwirausaha.

Saran

Berdasarkan kajian sebelumnya, yang telah dijelaskan pada bagian kesimpulan, maka dapat dikemukakan beberapa saran baik untuk kepentingan praktis maupun untuk pengembangan penelitian selanjutnya dengan adanya semakin berkembangnya social media

dan teknologi informasi diharapkan adanya edukasi dan pengawasan secara berkala kepada para siswa/santri didalam penggunaan media social secara cerdas, tepat dan bermanfaat sehingga dalam melakukan aplikasi kewirausahaan kreatif dan membetuk jiwa berwira usaha yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Badri, M. 2011. *Corporate and Marketing Communication*. Jakarta: Universitas Mercu Buana.
- Budiati, Y., T. E. Yani, and N. Univesari. 2012. "Minat Mahasiswa Menjadi Wirausaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Semarang)." *Jurnal Dinamika Sosbud* 14(1):89–101.
- Juliawati, Nia. 2018 "Membangun Kewirausahaan: antara Digital Ekonomy dan Human Economy" (2018): 1–24.
- Israfil Israfil, 2017 "Pesantren dan Kewirausahaan (Studi terhadap Pesantren Darul Khair Masing Kabupaten Banggai)," *Equilibrium: Jurnal Pendidikan* 5, no. 2 (Januari 2017): 160–168.
- Soetomo, 2010, *Strategi Pembangunan Masyarakat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010).
- Taufik Nugroho, 2017 "Reorientasi Peranan Pesantren Pada Era Pembangunan Menuju Partisipasi Pemberdayaan Masyarakat Bawah," *Ulumuddin: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman* 7, no. 2 (2017): 147–155.
- Nurhayati, Anin. 2010. *Inovasi Kurikulum: Telaah Terhadap Pengembangan Kurikulum Pesantren*. Yogyakarta: Teras.
- E. Suwarni and M. A. Handayani, 2020 "Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Kanvas," *MBIA*, vol. 19, no. 3, pp. 320–330, 2020, doi: <https://doi.org/10.33557/mbia.v19i3.1177>.
- T. D. R. Sari and D. Sukmasari, 2018 "Does Organizational Learning and Innovation Influence Performance?," *J. Behav. Econ. Financ. Entrep. Account. Transp.*, vol. 6, no. 1, pp. 22–25, 2018, [Online]. Available: <http://repository.lppm.unila.ac.id/id/eprint/10303>
- . I. Ahmad, P. Prasteyawan, and T. D. R. Sari, 2019 "Penerapan Algoritma Rekomendasi Pada Aplikasi Rumah Madu Untuk Perhitungan Akuntansi Sederhana Dan Marketing Digital," in *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 2019, pp. 38–45, [Online]. Available: <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/PSND/article/view/1746>.
- Puntoadi, D. 2011. *Menciptakan Penjualan melalui social media*. Jakarta: PT. elex Media Komputindo.
- Siddiq, I., Juliana, J., & Adirestuty, F. (2020). Shariapreneur interest: analysis of sharia business knowledge and motivation (studies on students of the islamic economics study program Bandung city universities. *Review of Islamic Economics and Finance*, 3(2), 80-90.