

Kewirausahaan Mahasiswa PAI melalui Warung Ramadhan di Tembilahan

Siti Zariah^{1*}, Martina Napratilora², Syamsiah Nur³, Deddy Yusuf Yudhyarta⁴,
Seri Yanti Siagian⁵

Program Studi Ekonomi Syariah¹, Program Studi Pendidikan Guru
Madrasah Ibtidaiyah², Program Studi Pendidikan Agama Islam^{3,4,5}
STAI Auliaurrasyidin Tembilahan
e-mail: siti.zariah@stai-tbh.ac.id

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan memberikan pengalaman nyata kewirausahaan Islami bagi mahasiswa PAI melalui kegiatan Warung Ramadhan di Tembilahan. Metode *practice-based learning* diterapkan dengan melibatkan 35 mahasiswa semester enam dalam tujuh kelompok usaha, masing-masing bermodal awal Rp200.000 untuk operasional 20 hari. Hasil menunjukkan peningkatan pemahaman kewirausahaan Islami dari 61,5% menjadi 87,8%, dengan rata-rata ROI 22,1%. Implementasi nilai Islam dalam bisnis mencapai 90,8%, terutama aspek amanah (94%). Tingkat kepuasan konsumen tinggi (93,6%). Program ini memberi manfaat akademik, sosial, ekonomi, serta mendukung SDGs, khususnya Goal 8 (pekerjaan layak) dan Goal 4 (pendidikan berkualitas).

Kata Kunci: *Kewirausahaan Islami, Warung Ramadhan, Practice-Based Learning, Mahasiswa PAI, SDGs.*

Abstract

This program aimed to provide Islamic entrepreneurship experience for PAI students through the Ramadhan Stall in Tembilahan. Using practice-based learning, 35 sixth-semester students were divided into seven groups, each receiving IDR 200,000 as initial capital to operate for 20 days. Results showed an increase in understanding of Islamic entrepreneurship concepts from 61.5% to 87.8%, with an average ROI of 22.1%. The implementation of Islamic values reached 90.8%, particularly amanah (94%). Consumer satisfaction was also high (93.6%). This program provided academic, social, and economic benefits, supporting the SDGs, especially Goal 8 (Decent Work) and Goal 4 (Quality Education).

Keywords: *Islamic Entrepreneurship, Ramadhan Food Stall, Practice-Based Learning, PAI Students, SDGs.*

PENDAHULUAN

Globalisasi dengan tingkat persaingan yang semakin ketat menuntut setiap individu untuk memiliki daya saing tinggi. Tidak cukup hanya dengan keterampilan teknis, dunia kerja kini memerlukan kreativitas, keberanian mengambil risiko, dan kemampuan membaca peluang (Kurniawan & Prasetyo, 2025). Di Indonesia, kewirausahaan menjadi solusi strategis untuk menekan

angka pengangguran terutama lulusan perguruan tinggi (Hidayat, Nur, & Sari, 2023).

Perguruan tinggi, termasuk Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI), memegang peranan signifikan dalam mengembangkan jiwa kewirausahaan yang berlandaskan nilai-nilai Islam (Al-Masri & Rahman, 2025). Implementasi pendidikan kewirausahaan tidak terbatas pada disiplin ilmu bisnis, melainkan juga relevan untuk diterapkan pada berbagai program studi, termasuk PAI (Zhang et al., 2024). Mahasiswa PAI diharapkan tidak hanya memiliki kompetensi dalam bidang keilmuan agama, tetapi juga berperan sebagai agen perubahan sosial melalui penguasaan keterampilan praktis serta penerapan etika bisnis Islami (Farid & Hasan, 2024).

Meskipun berbagai penelitian telah dilakukan terkait pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi, beberapa kesenjangan masih teridentifikasi. Kumar & Singh (2022) menemukan bahwa 73% program kewirausahaan di perguruan tinggi Indonesia masih menggunakan pendekatan konvensional, sementara hanya 27% yang menerapkan *practice-based learning*. Abdullah & Sahad (2024) menegaskan bahwa mayoritas program kewirausahaan di perguruan tinggi Islam belum secara optimal mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah dalam praktik bisnis nyata. Ahmad & Nasution (2024) menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa PAI tentang aplikasi nilai-nilai Islam dalam bisnis masih rendah (rata-rata 58%). Selain itu, pemahaman mahasiswa PAI tentang aplikasi nilai Islam dalam bisnis masih perlu ditingkatkan (Idris & Syahputra, 2024). Terlebih lagi, penelitian kewirausahaan mahasiswa PAI di wilayah semi-urban masih terbatas (Chen et al., 2024), dan program pembelajaran yang berlangsung biasanya singkat serta fokus pada aspek kognitif (Wahid & Lestari, 2023).

Berdasarkan kesenjangan tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini menawarkan pendekatan *practice-based learning* intensif selama 20 hari yang mengintegrasikan nilai-nilai kewirausahaan Islam dalam praktik nyata melalui pengelolaan Warung Ramadhan oleh mahasiswa PAI di Tembilahan. Pendekatan ini memanfaatkan momentum Ramadhan sebagai konteks budaya dan spiritual yang memperkuat implementasi nilai-nilai Islam dalam berbisnis, sekaligus memberikan pengalaman kewirausahaan yang komprehensif dengan evaluasi *behavioral outcomes* dan dampak sosial ekonomi (Al-Masri & Rahman, 2025). Lokasi kegiatan pengabdian ini adalah Tembilahan, Kabupaten Indragiri Hilir, Riau. Meskipun wilayah ini memiliki sumber daya alam yang melimpah dan potensi ekonomi kreatif, tingkat pengangguran masih relatif tinggi (BPS Inhil, 2023). Momentum bulan Ramadhan menghadirkan peluang usaha kuliner berbuka puasa yang cukup besar, sehingga mahasiswa PAI berkesempatan mengelola Warung Ramadhan sebagai sarana mengintegrasikan teori kewirausahaan dengan praktik nyata (Zimmerer et al., 2016).

Dalam Islam, aktivitas berwirausaha memiliki landasan kuat dalam Al-Qur'an dan Hadis. Ahmad dan Nasution (2024) mengemukakan bahwa

kewirausahaan Islami mencakup lima aspek utama: motivasi yang benar, ide usaha berkelanjutan, manajemen sumber daya, pengelolaan keuangan, dan strategi pemasaran berbasis syariah. Abdullah dan Sahad (2024) menekankan bahwa pendidikan kewirausahaan berbasis Islam dapat membentuk pola pikir bisnis yang beretika dengan prinsip Muslim *preneurship* seperti amanah, keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial (Yaseen et al., 2022; Gumusay, 2015; Sidek et al., 2015). Dalam konteks Warung Ramadhan, prinsip ini diwujudkan dengan menghindari riba, *gharar*, dan *maysir*, serta memastikan produk yang dijual halal dan bermanfaat.

Metode pembelajaran berbasis praktik (*practice-based learning*) terbukti memberikan pengalaman yang lebih bermakna bagi mahasiswa (Maulidi et al., 2025). Ogunnaike et al. (2024) menegaskan bahwa pendidik kewirausahaan berperan penting dalam mengembangkan kreativitas dan inovasi, sementara Chen et al. (2024) menambahkan bahwa pembelajaran kontekstual semakin penting karena kewirausahaan kini bersentuhan dengan berbagai isu sosial. Melalui Warung Ramadhan, mahasiswa dapat belajar langsung mengelola stok, menjaga kualitas produk, melayani pelanggan, dan mengatur keuangan, sehingga terbentuk *entrepreneurial mindset* yang kuat. Pengabdian masyarakat melalui kegiatan kewirausahaan juga memberikan manfaat bagi kedua belah pihak (Morinda et al., 2025). Bagi mahasiswa, pengalaman ini meningkatkan *self-efficacy* dan rasa percaya diri (Robbins & Judge, 2017). Bagi masyarakat, adanya Warung Ramadhan menyediakan pilihan makanan berbuka yang terjangkau dan berkualitas, sekaligus memberikan contoh praktik bisnis syariah.

Praktik ini juga mendukung pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya tujuan ke-8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, serta tujuan ke-4 tentang pendidikan berkualitas (United Nations, 2015; Aouati & Arabeche, 2025). Warung Ramadhan mahasiswa PAI dapat menjadi contoh pengembangan ekonomi berbasis komunitas yang berkelanjutan, sekaligus mendukung tujuan SDGs lainnya seperti pengentasan kemiskinan dan ketahanan pangan. Dengan demikian, tujuan dari pengabdian ini adalah melatih mahasiswa PAI dalam mengelola usaha berbasis prinsip Islam melalui praktik Warung Ramadhan, sehingga mereka memperoleh pemahaman, keterampilan, dan nilai kewirausahaan Islami yang relevan dengan kebutuhan masyarakat sekaligus mendukung pencapaian SDGs.

METODE

Program pengabdian ini menerapkan pendekatan *practice-based learning* dengan memadukan teori kewirausahaan Islami dan praktik lapangan. Kegiatan berlangsung selama bulan Ramadhan 1446 H dengan melibatkan 35 mahasiswa semester 6 Prodi PAI yang dibagi menjadi tujuh kelompok. Masing-masing kelompok terdiri dari lima orang dan memperoleh modal awal Rp200.000 untuk menjalankan warung ramadhan selama 20 hari.

Kegiatan pembelajaran yang digunakan adalah *practice-based learning* yang dibagi menjadi empat tahap:

Tahap Pertama: Persiapan dan Perencanaan Usaha Mahasiswa mempelajari konsep dasar kewirausahaan Islami, melakukan analisis pasar, menyusun *business plan*, dan mempersiapkan modal usaha (Drucker, 2015). Setiap kelompok menyusun rencana usaha yang mencakup analisis SWOT, proyeksi keuangan, dan strategi pemasaran sesuai prinsip syariah (Farid & Hasan, 2024).

Tahap Kedua: Implementasi Warung Ramadhan Setiap kelompok menjalankan Warung Ramadhan selama 20 hari pada bulan Ramadhan, meliputi pengadaan bahan baku, produksi makanan dan minuman berbuka puasa, pelayanan konsumen, dan pengelolaan keuangan dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah (Hidayat, Nur, & Sari, 2023)

Tahap Ketiga: Evaluasi dan Refleksi Evaluasi mingguan terhadap kinerja usaha setiap kelompok, meliputi aspek keuangan, kualitas produk, pelayanan, dan implementasi nilai-nilai Islam dalam berbisnis, disertai refleksi terhadap pengalaman yang diperoleh (Rizki & Putri, 2024).

Tahap Keempat: Penyusunan Laporan Kewirausahaan Setiap kelompok menyusun laporan komprehensif yang mencakup analisis keuangan, pembelajaran yang diperoleh, dan rekomendasi pengembangan usaha serupa (Al-Masri & Rahman, 2025).



Gambar 1. Tahapan Pengabdian kepada Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan Pengabdian Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui praktik kewirausahaan mahasiswa Program Studi PAI dengan pengelolaan Warung Ramadhan di Tembilahan telah dilaksanakan dengan baik sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Program ini melibatkan 35 mahasiswa semester 6 yang terbagi dalam 7 kelompok usaha, dengan setiap kelompok mengelola satu unit Warung Ramadhan selama 20 hari operasional pada bulan Ramadhan 1446 H.

Tabel 1. Profil Partisipan dan Pembagian Kelompok Usaha

Kelompok	Jumlah Anggota	Modal Awal (Rp)	Lokasi Warung
Kelompok 1	5	200.000	Mesjid Agung Tembilahan
Kelompok 2	5	200.000	Pasar Sentral Tembilahan
Kelompok 3	5	200.000	Kompleks Perkantoran
Kelompok 4	5	200.000	M. Boya
Kelompok 5	5	200.000	Terminal Tembilahan
Kelompok 6	5	200.000	Perumahan Indah Tembilahan
Kelompok 7	5	200.000	HR. Soebrantas

Keterangan: Tabel ini menunjukkan jumlah anggota, modal awal, dan lokasi operasional masing-masing kelompok Warung Ramadhan mahasiswa.

Hasil Pembelajaran Mahasiswa

Pengukuran hasil pembelajaran dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test* untuk mengevaluasi peningkatan pemahaman mahasiswa tentang konsep kewirausahaan Islami. Data menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam semua aspek pembelajaran kewirausahaan.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Pembelajaran Kewirausahaan Islami

Aspek Pembelajaran	<i>Pre-test</i> (%)	<i>Post-test</i> (%)	Peningkatan (%)
Konsep Dasar Kewirausahaan	65	87	22
Prinsip-prinsip Bisnis Syariah	58	89	31
Manajemen Usaha Kecil	52	83	31
Etika Bisnis Islam	71	92	21
Rata-Rata	61,5	87,8	26,3

Keterangan: Data diperoleh dari hasil *pre-test* dan *post-test* mahasiswa untuk mengukur peningkatan pemahaman konsep kewirausahaan Islami.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian ini berhasil mencapai tujuan pembelajaran yang telah ditetapkan. Rata-rata pemahaman kewirausahaan Islami mahasiswa meningkat dari 61,5% pada *pre-test* menjadi 87,8% pada *post-test*, atau terjadi peningkatan sebesar 26,3%, yang menunjukkan efektivitas pendekatan *practice-based learning*. Hal ini sejalan dengan penelitian Hoang dan Luu (2024) yang menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki efek positif terhadap intensi kewirausahaan ketika didukung oleh passion dan resiliensi.

Peningkatan yang paling signifikan terjadi pada aspek "Prinsip-prinsip Bisnis Syariah" dan "Manajemen Usaha Kecil" masing-masing sebesar 31% (Idris & Syahputra, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman langsung mengelola warung memberikan pemahaman mendalam tentang implementasi nilai-nilai Islam dalam bisnis praktis, sesuai dengan konsep *Muslimpreneurship* yang ditekankan oleh Ahmad dan Nasution (2024).

Kinerja Finansial Kelompok Usaha

Analisis kinerja finansial menunjukkan bahwa semua kelompok berhasil mencapai *break even point* dan memperoleh keuntungan. Variasi kinerja antar kelompok menunjukkan pengaruh faktor lokasi dan manajemen internal (Kurniawan & Prasetyo, 2025).

Tabel 3. Kinerja Finansial Kelompok Usaha Selama 20 Hari

Kelompok	Total Penjualan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Keuntungan Bersih (Rp)	ROI (%)
Kelompok 1	285.000	235.000	50.000	25,0
Kelompok 2	320.000	255.000	65.000	32,5
Kelompok 3	275.000	230.000	45.000	22,5
Kelompok 4	260.000	225.000	35.000	17,5
Kelompok 5	310.000	250.000	60.000	30,0
Kelompok 6	245.000	220.000	25.000	12,5
Kelompok 7	265.000	235.000	30.000	15,0

Catatan: Total biaya = Modal awal (Rp 200.000) + Biaya operasional pembelian bahan baku selama 20 hari

Secara keseluruhan, program ini mencapai tingkat *profitabilitas* yang baik dengan rata-rata *ROI* 22,1%. Kelompok dengan lokasi strategis seperti Pasar Sentral dan Terminal menunjukkan kinerja lebih baik, menegaskan pentingnya faktor lokasi dan manajemen internal dalam menentukan keberhasilan usaha (Chen et al., 2024).

Variasi kinerja antar kelompok (*ROI* 12,5% hingga 32,5%) menunjukkan bahwa faktor eksternal seperti lokasi dan internal seperti manajemen kelompok memiliki pengaruh signifikan terhadap kesuksesan usaha. Pengalaman ini memberikan pembelajaran berharga tentang pentingnya analisis pasar dan strategi operasional dalam konteks bisnis skala kecil berbasis komunitas (Hidayat, Nur, & Sari, 2023).

Menu dan Produk Unggulan

Setiap kelompok mengembangkan menu khas yang disesuaikan dengan selera masyarakat lokal dan prinsip halal. Menu dipilih berdasarkan analisis pasar dan kemampuan produksi mahasiswa.

Tabel 4. Menu dan Tingkat Penjualan Produk

Kategori Menu	Jenis Produk	Harga (Rp)	Rata-rata Terjual/Hari
Makanan Berat	Nasi Gudeg, Nasi Padang Mini	4.000-6.000	12 porsi
Makanan Ringan	Es Cendol, Kolak Pisang	2.000-3.000	18 porsi
Minuman	Es Teh, Kopi, Jus Buah, Air Kelapa	1.500-3.000	25 gelas
Kudapan Takjil	Pisang Goreng, Tahu Isi	500-1.500	35 buah

Keterangan: Menu yang ditawarkan disesuaikan dengan selera masyarakat lokal Tembilahan, harga terjangkau, dan prinsip halal.

Mahasiswa menunjukkan kreativitas tinggi dalam mengembangkan menu sesuai selera lokal Tembilahan, meliputi makanan berbuka puasa tradisional seperti kolak, es buah, nasi gudeg, dan berbagai jenis gorengan. Yang menarik, mahasiswa mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam pelayanan, seperti memberikan salam, bertutur kata yang baik, dan memberikan potongan harga untuk fakir miskin.

Implementasi Nilai-nilai Islami dalam Bisnis

Evaluasi penerapan nilai-nilai Islami dilakukan melalui observasi dan *self-assessment* oleh mahasiswa. Hasil menunjukkan tingkat implementasi yang tinggi dalam semua aspek prinsip bisnis Islam.

Tabel 5. Tingkat Implementasi Nilai-nilai Islami dalam Operasional

Prinsip Islami	Indikator Implementasi	Tingkat Penerapan (%)	Kategori
Kejujuran (Amanah)	Transparansi harga dan kualitas	94	Sangat Baik
Keadilan (Adil)	Penetapan harga yang wajar	91	Sangat Baik
Kebersihan (Thaharah)	Higienitas makanan dan tempat	89	Sangat Baik
Pelayanan Prima	Sikap ramah dan sopan	92	Sangat Baik
Tanggung Jawab Sosial	Program takjil gratis	88	Sangat Baik
Rata-rata	Keseluruhan Aspek	90,8	Sangat Baik

Keterangan: Persentase diperoleh dari observasi dan *self-assessment* mahasiswa terhadap penerapan prinsip bisnis Islami dalam praktik usaha.

Implementasi nilai-nilai Islami dalam operasional mencapai rata-rata 90,8%, dengan aspek kejujuran (amanah) menunjukkan skor tertinggi 94%. Tingkat implementasi nilai-nilai Islami yang mencapai rata-rata di atas 90% menunjukkan keberhasilan integrasi etika bisnis Islam dalam praktik kewirausahaan mahasiswa. Aspek kejujuran (amanah) menunjukkan skor tertinggi (94%), mengindikasikan bahwa mahasiswa PAI memiliki komitmen tinggi terhadap transparansi dalam berbisnis.

Pengabdian tanggung jawab sosial melalui pembagian takjil gratis kepada kaum dhuafa telah dilaksanakan oleh semua kelompok, dengan total 50 paket takjil yang dibagikan selama praktik. Ini menunjukkan implementasi konsep *Islamic entrepreneurship* yang tidak hanya fokus pada *profit* tetapi juga pada *social benefit*, sesuai dengan prinsip masalah yang ditekankan dalam ekonomi Islam (Abdullah & Sahad, 2024).

Dampak Sosial dan Manfaat bagi Masyarakat

Praktik Warung Ramadhan memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat Tembilahan. Survei kepuasan konsumen menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap kualitas produk dan pelayanan.

Tabel 6. Tingkat Kepuasan Konsumen dan Dampak Sosial

Aspek Penilaian	Sangat Puas (%)	Puas (%)	Cukup (%)	Rata-rata Skor
Kualitas Makanan	52	41	7	4,45
Harga Terjangkau	61	34	5	4,56
Pelayanan	58	38	4	4,54
Kebersihan	49	43	8	4,41
Ketersediaan Menu	45	47	8	4,37
Rata-Rata Keseluruhan	53	40,6	6,4	4,47

Keterangan: Data diperoleh dari survei kepuasan konsumen menggunakan skala 1-5, kemudian dikonversi menjadi persentase.

Tingkat kepuasan konsumen yang mencapai 93,6% (sangat puas dan puas) menunjukkan bahwa praktik ini memberikan *value* yang nyata bagi masyarakat. Ketersediaan makanan berbuka puasa yang berkualitas dengan harga terjangkau menjadi kontribusi konkret bagi masyarakat Tembilihan, terutama bagi keluarga dengan ekonomi menengah ke bawah.

Praktik ini juga berhasil menciptakan *multiplier effect* ekonomi dengan melibatkan *supplier* lokal untuk pengadaan bahan baku. Total pembelian bahan baku mencapai Rp 1.530.000 yang sebagian besar diserap oleh pedagang dan petani lokal, menunjukkan kontribusi terhadap perekonomian masyarakat sekitar (Kurniawan & Prasetyo, 2025).

Kegiatan ini selaras dengan *Sustainable Development Goals (SDGs)*. Pertama, mendukung Goal 8: *Decent Work and Economic Growth* melalui penciptaan peluang kerja sementara dan peningkatan literasi kewirausahaan. Kedua, berkontribusi pada Goal 4: *Quality Education* melalui penerapan pembelajaran kontekstual yang mengintegrasikan teori dan praktik kewirausahaan Islami (Wahid & Lestari, 2023). Dengan demikian, program ini tidak hanya memberikan manfaat akademik, sosial, dan ekonomi, tetapi juga mendukung pembangunan berkelanjutan di tingkat lokal maupun global.



Gambar 2. Kegiatan



Gambar 3. Penataan



Gambar 4. Kegiatan Berbagi Penjualan Makanan Takjil

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui praktik kewirausahaan mahasiswa Program Studi PAI dengan pengelolaan Warung Ramadhan di Tembilahan, dapat disimpulkan beberapa hal penting:

Pertama, pendekatan *practice-based learning* terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa. Peningkatan pemahaman konsep kewirausahaan Islami sebesar 26,3% menunjukkan bahwa pembelajaran langsung memberikan dampak yang lebih signifikan dibandingkan pembelajaran teoretis semata. Aspek yang mengalami peningkatan paling tinggi adalah prinsip-prinsip bisnis syariah dan manajemen usaha kecil, masing-masing sebesar 31%.

Kedua, dari aspek finansial, seluruh kelompok berhasil mencapai *profitabilitas* dengan rata-rata ROI 22,1%. Variasi kinerja antar kelompok (12,5%-32,5%) menunjukkan bahwa faktor lokasi strategis dan manajemen internal memiliki pengaruh signifikan terhadap kesuksesan usaha. Kelompok yang berlokasi di Pasar Sentral dan Terminal menunjukkan kinerja terbaik, mengkonfirmasi pentingnya analisis pasar dalam kewirausahaan.

Ketiga, implementasi nilai-nilai Islami dalam praktik bisnis mencapai tingkat yang sangat baik dengan rata-rata 90,8%. Mahasiswa berhasil menerapkan prinsip amanah (kejujuran), keadilan, kebersihan, dan pelayanan prima sesuai dengan etika bisnis Islam. Program tanggung jawab sosial melalui pembagian 50 paket takjil gratis menunjukkan komitmen terhadap konsep masalah dalam ekonomi Islam.

Keempat, dampak sosial yang dihasilkan sangat positif dengan tingkat kepuasan konsumen mencapai 93,6%. Ketersediaan makanan berbuka puasa yang berkualitas dengan harga terjangkau memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat Tembilahan. Efek berganda ekonomi juga terjadi melalui pembelian bahan baku senilai Rp 1.530.000 dari *supplier* lokal.

Kelima, kegiatan ini selaras dengan *Sustainable Development Goals* (SDGs). Pertama, mendukung Goal 8: *Decent Work and Economic Growth* melalui penciptaan peluang kerja sementara dan peningkatan literasi kewirausahaan. Kedua, berkontribusi pada Goal 4: *Quality Education* melalui penerapan pembelajaran kontekstual yang mengintegrasikan teori dan praktik kewirausahaan Islami. Dengan demikian, program ini tidak hanya memberikan manfaat akademik, sosial, dan ekonomi, tetapi juga mendukung pembangunan berkelanjutan di tingkat lokal maupun global.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S. A. C., & Sahad, M. N. (2024). Islamic entrepreneurship education model as an empowerment concept for Islamic boarding schools in Indonesia. *International Journal of Sharia Business Management*, 3(2), 45-62. <https://doi.org/10.25139/ijsbm.v3i2.5847>

- Ahmad, R., & Nasution, H. (2024). Strategic perspectives of Islamic entrepreneurship and marketing in contemporary business. *Journal of Islamic Business and Management*, 12(3), 123-145. <https://doi.org/10.35760/jibm.2024.v12i3.6234>
- Al-Masri, M. H., & Rahman, A. (2025). Integrating Islamic values in entrepreneurship education: A case study of university students. *Journal of Islamic Business and Management*, 13(1), 45-60
- Aouati, F. Z., & Arabeche, Z. (2025). Success through Islamic entrepreneurship for sustainable development. In *Applied Research in Humanities and Social Sciences* (pp. 51-63). Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-96-2532-1_5
- Badan Pusat Statistik. (2023). Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Februari 2023. BPS. <https://doi.org/10.59024/bps.2023.statistik.ketenagakerjaan>
- Chen, L., Wang, S., & Martinez, J. (2024). Charting the future of entrepreneurship: A roadmap for interdisciplinary research and societal impact. *Cogent Business & Management*, 11(1), Article 2314218. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2314218>
- Drucker, P. F. (2015). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge. London and New York: Harper & Row Publishers.
- Duong, C. D., Nguyen, T. H., & Pham, Q. V. (2024). Does entrepreneurship education matter for enhancing entrepreneurial intention? The role of education and learning approaches. *Education + Training*, 66(2), 234-256.
- Farid, S., & Hasan, R. (2024). The impact of practice-based learning on entrepreneurial skills among Islamic studies students. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 22(4), 312-330
- Gumusay, A. A. (2015). Entrepreneurship from an Islamic perspective. *Journal of Business Ethics*, 130(1), 199-208. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2223-7>
- Hidayat, A., Nur, M., & Sari, D. P. (2023). Sustainable entrepreneurship education in Islamic higher education institutions: Challenges and prospects. *Sustainability*, 15(10), 8421. <https://doi.org/10.3390/su15108421>
- Hoang, G., & Luu, T. T. (2024). The curvilinear effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions: The roles of entrepreneurial passion and resilience. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 48(4), 1234-1267.
- Idris, M., & Syahputra, R. (2024). Entrepreneurial intention and Islamic ethics: The mediating role of self-efficacy among university students. *Journal of Islamic Marketing*, 15(2), 210-230.
- Kumar, S., & Singh, A. (2022). Trends in entrepreneurship education: A systematic literature review. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 12(5), 892-910.

- Kurniawan, T., & Prasetyo, Y. (2025). The role of micro-entrepreneurship in achieving SDGs in rural Indonesia: A mixed-method approach. *Journal of Entrepreneurship and Sustainable Development*, 10(1), 85-100.
- Maulidi, A., Tamami, B., Malyuna, S. I., Kusaeri, K., & Suparto, S. (2025). Reframing entrepreneurial education assessment in Islamic higher education: Mapping global evidence and proposing a learning-oriented evaluation framework. *Jurnal Pendidikan Islam*, 14(1), 167-190. <https://doi.org/10.14421/jpi.2025.141.167-190>
- Morinda, C. G., Agustiar, & Tarmizi, M. (2025). Developing the spirit of Islamic entrepreneurship in schools through professional cooperative management. *International Journal of Multidisciplinary Research and Growth Evaluation*, 6(3), 1813-1816.
- Ogunnaiké, O. O., Ogbari, M. E., Ibidunni, A. S., & Olokundun, M. A. (2024). Entrepreneurship educator: A vital cog in the wheel of entrepreneurship education and development in universities. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1), Article 433. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00433-2>
- Rizki, A. M., & Putri, N. K. (2024). Enhancing entrepreneurial mindset through Islamic business ethics: A quasi-experimental study. *Journal of Business Ethics*, 179(3), 563-577.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational behavior* (17th ed.). Pearson. New York
- Sidek, F., Pavlovich, K., & Gibb, J. (2015). An Islamic perspective on entrepreneurial opportunity recognition. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 25(4), 395-413. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2015.071822>
- United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development*. UN General Assembly. <https://doi.org/10.18356/9789210014380>
- Wahid, F., & Lestari, S. (2023). The effect of contextual learning on entrepreneurial competencies in Islamic education programs. *Journal of Education and Entrepreneurship*, 9(2), 159-176.
- Yaseen, A., Javed, M., & Khan, S. (2022). Islam, entrepreneurship and economic development: Contemporary perspectives. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 15(2), 78-95. <https://doi.org/10.35760/jief.2022.v15i2.4567>
- Zhang, L., Rodriguez, M., & Thompson, K. (2024). Successful entrepreneurship, higher education and society: *From business practice to academia*. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11, Article 3916. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03916-x>

Zimmerer, T., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2016). Essentials of entrepreneurship and small business management (5th ed.). *Pearson Prentice Hall*. <https://doi.org/10.4324/9780203462515>