

Kumawula, Vol.9, No.2, Agustus 2026, 663 – 681

DOI: <https://doi.org/10.24198/kumawula.v9i2.69968>

ISSN 2620-844X (online)

ISSN 2809-8498 (cetak)

Tersedia online di <http://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/index>

PENERAPAN SEKOLAH KETERAMPILAN DAN KEWIRAUSAHAAN MENGUNAKAN KURIKULUM MUSLIMPRENEUR DAN SMART CLASS SYSTEM

Aisyah Tiar Arsyad^{1*}, Hanny Nurlatifah¹, Bambang Eko Samiono¹,
Andi Mukramin Yusuf², Achmad Shabir³

¹ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Al Azhar Indonesia, Indonesia

² Program Studi Gizi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Al Azhar Indonesia, Indonesia

³ Program Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Makassar, Indonesia

*Korespondensi : aisyah.tiar@uai.ac.id

ABSTRACT

This training program aims to increase the understanding and skills of Muslimpreneur value-based entrepreneurship among 100 participants from Pameungpeuk Subdistrict, Bandung Regency, the majority of whom are students and alumni of Al Marwah Vocational School. Activities include building smart-class-system-based classroom infrastructure, Muslimpreneur curriculum training, and pre-test and post-test surveys. The results of the training showed a significant increase in participants' understanding of aspects such as Muslimpreneur, entrepreneurship, marketing, halal products, and sharia finance, despite technical difficulties such as unstable electricity and licensing issues related to imported equipment. This program succeeded in producing 20 products with business concepts that were ready to be incubated at the Tajeer Incubator at Universitas Al Azhar Indonesia (UAI) and graduated 100 participants with competency certification, creating a strong foundation for the sustainability of micro-enterprises based on religious and technical values.

Keywords: *Muslimpreneur; entrepreneurship; training*

ABSTRAK

Program pelatihan ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan keterampilan kewirausahaan berbasis nilai Muslimpreneur bagi 100 peserta dari Kecamatan Pameungpeuk, Kabupaten Bandung, yang mayoritas merupakan siswa dan alumni SMK Al Marwah. Kegiatan mencakup pembangunan infrastruktur kelas berbasis smart class system, pelatihan kurikulum Muslimpreneur, dan survei pre-test serta post-test. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta pada aspek Muslimpreneur, kewirausahaan, pemasaran, produk halal, dan keuangan syariah, meskipun sempat terdapat kendala teknis seperti stabilitas listrik dan perizinan perangkat impor. Program ini berhasil menghasilkan 20 produk dengan konsep bisnis yang siap diinkubasi di Inkubator Tajeer Universitas Al Azhar Indonesia (UAI) dan meluluskan 100 peserta bersertifikasi kompetensi, menciptakan fondasi kuat untuk keberlanjutan usaha mikro berbasis nilai religius dan teknis.

Kata Kunci: *Muslimpreneur; kewirausahaan; training*

RIWAYAT ARTIKEL

Diserahkan : 25/02/2026

Diterima : 02/06/2026

Dipublikasikan : 07/08/2026

PENDAHULUAN

Pengangguran di Jawa Barat merupakan salah satu masalah terbesar yang perlu diatasi. Tingkat pengangguran terbuka di Kecamatan Pameungpeuk Kabupaten Bandung mencapai 5,3% dari total angkatan kerja atau sekitar 3.000 penduduk (BPS Kabupaten Bandung, 2022). Jika tidak segera ditangani, cepat atau lambat akan menyebabkan dampak sosial, termasuk meningkatkan risiko perilaku negatif (Purwanti & Widyaningsih, 2019).

Penciptaan lapangan kerja baru melalui pengembangan sektor wirausaha adalah solusi berkelanjutan bagi masalah pengangguran. Peningkatan jumlah wirausaha baru akan berdampak pada peningkatan permintaan tenaga kerja dan sekaligus meningkatkan kemandirian ekonomi lokal.

Kehadiran wirausahawan yang inovatif dan mandiri akan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan aktivitas produksi, distribusi, dan konsumsi yang memperkuat daya saing daerah dan fondasi ekonomi lokal (Lubis & Sinaga, 2023). Universitas Islam Al Azhar Indonesia (UAI) berupaya mendorong pertumbuhan sektor wirausaha dengan nilai-nilai islami melalui konsep *muslimpreneurship*.

Muslimpreneurship mengintegrasikan prinsip-prinsip Islam dalam menjalankan bisnis, dengan menekankan perilaku etis, tanggung jawab sosial, dan kesejahteraan masyarakat seperti yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW (Nurlatifah et al., 2022; Rafiki & Nasution, 2026). Konsep ini berdasar kepada empat elemen yaitu, aktivasi spiritual (*spiritual activation*), fondasi religius (*religious foundation*), interaksi manusia dan alam (*human and nature interaction*) serta panduan moral (*moral guidance*) (Nurlatifah et al., 2019).

Muslimpreneurship bukan sekedar varian kewirausahaan yang bernuansa agama layaknya *halalpreneurship* (Abdullah & Azam, 2020; Basir et al., 2026), melainkan paradigma bisnis yang menyelaraskan keuntungan materi,

spiritualitas dan keadilan sosial. *Muslimpreneur* berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, dan inklusi sosial, terutama di kalangan pemuda dan kelompok marginal (Awalluddin et al., 2025; Baharuddin & Ab Rahman, 2020; Sakai, 2022a).

Ada tiga pilar yang membedakan *muslimpreneurs* dengan wirausahawan konvensional: kepatuhan syariah yang mencakup pemasaran etis, perdagangan adil, dan menghindari transaksi riba (Faizal et al., 2021; Fathonih et al., 2019); tanggung jawab sosial dengan mengintegrasikan filantropi dan pemberdayaan masyarakat ke dalam model bisnis (Analiansyah et al., 2024); serta menerapkan praktik berkelanjutan untuk menjamin manfaat jangka panjang bagi lingkungan dan masyarakat (Rafiki & Nasution, 2026). Khadijah, istri pertama Nabi Muhammad SAW, adalah salah satu *role-model muslimpreneurs* yang sukses menyeimbangkan bisnis dengan kontribusi sosial (Sakai, 2022a, 2022b).

Sebagai negara dengan populasi muslim terbesar, implementasi *muslimpreneurship* sangat relevan dengan kondisi Indonesia. Utamanya dalam meningkatkan jumlah wirausahawan muslim di tengah peningkatan *demand* akan produk halal, fesyen muslim, dan layanan keuangan Islam (Ahmadiyah et al., 2022; Bariki et al., 2024; Ishak et al., 2024; Pratama et al., 2019).

Indonesia saat ini menempati peringkat kedua terendah dalam aktivitas kewirausahaan dibandingkan negara-negara ASEAN lainnya (Vydia et al., 2023). Dengan jumlah *entrepreneur* sekitar 3,47% dari total populasi, atau sekitar 9 juta orang (Nugroho, 2024). Angka ini jauh di bawah Singapura (8,5%) serta Malaysia dan Thailand (4,5%).

Karena itu diperlukan pendidikan kewirausahaan yang terarah (Novela et al., 2021), guna mengatasi tantangan spesifik yang dihadapi oleh wirausahawan muda, seperti keterbatasan finansial, kurangnya pengetahuan,

dan dilema etika dalam praktik bisnis (Abdul Ghani Azmi et al., 2024).

Pelatihan *muslimpreneurship* dibutuhkan untuk memanfaatkan potensi Indonesia dalam ekonomi halal, mempromosikan praktik bisnis yang etis, dan mengatasi kesenjangan sosial. Calon wirausahawan muslim perlu dibekali dengan keterampilan yang diperlukan untuk mengembangkan bisnis mereka, mendorong penciptaan lapangan kerja dan inovasi (Abdullah & Azam, 2020; Basir et al., 2026), namun dengan tetap mempertahankan paradigma bisnis sebagai bentuk dakwah dan pemberdayaan sosial (Yunita et al., 2025), bukan profit semata (Seun & Kalsom, 2015).

Penelitian menunjukkan bahwa program pelatihan *muslimpreneurship* sering kali menghasilkan keberlanjutan bisnis yang lebih tinggi dibandingkan dengan program non-religius. Sebagai contoh, pelatihan etika yang didasarkan pada nilai-nilai Islam terbukti meningkatkan integritas dan kinerja bisnis, terutama di pasar yang kompetitif (Panakaje et al., 2025).

Integrasi nilai-nilai Islam dalam pelatihan kewirausahaan memungkinkan para pelaku usaha untuk mempertahankan aktivitas wirausaha mereka di tengah hambatan akses permodalan dan sosial budaya (Prahara et al., 2026). Hal ini menunjukkan bahwa integrasi praktik-praktik etis dapat menjadi pembeda dalam keberhasilan bisnis.

Pelatihan berbasis praktik dan pendampingan berkesinambungan menjadi elemen penentu (Mof et al., 2026; Rosa et al., 2025). Bahkan dapat membangun ketahanan dan keberlanjutan kewirausahaan (Zaenuddin et al., 2023). Menggabungkan keterampilan bisnis dengan nilai-nilai Islam, memberikan peserta pengetahuan praktis dan akses ke sumber daya, yang secara signifikan akan meningkatkan kapasitas kewirausahaan mereka.

Berdasarkan *problem gap* tersebut, UAI melaksanakan pelatihan *muslimpreneur* atas sponsor Kemendikbud RI melalui program kedaireka di SMK Al Marwah, Kecamatan Pameungpeuk, Kabupaten Bandung. Program

ini merupakan kerjasama UAI dengan PT. Lintas Mediatama (LIMA) sebagai penyedia teknologi kreaviti™ *smart class system* yang digunakan dalam kegiatan pembelajaran *hybrid* (daring dan luring). Dengan tujuan utama meningkatkan kompetensi dan kapasitas peserta di bidang *muslimpreneurship*, kewirausahaan, strategi pemasaran, produk halal, dan keuangan berbasis syariah.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berbasis *smart classroom* ini (Gunarto et al., 2023), menggunakan kurikulum *muslimpreneur* dan metode *flipped class*, sebuah pendekatan pedagogi di mana siswa mempelajari materi terlebih dahulu di luar kelas, sehingga waktu di kelas digunakan untuk kegiatan belajar aktif yang berpusat pada siswa seperti diskusi, praktik, dan tanya jawab (Henderson, 2024). Metode ini terbukti efektif meningkatkan pemahaman, utamanya dalam pembelajaran praktik (Altemueller & Lindquist, 2017; Andrade-Castellanos & Yanowsky-Escatell, 2026; Sharma et al., 2025).

Integrasi tiga komponen tersebut: kurikulum *muslimpreneur*, pemanfaatan *smart class system*, serta penerapan metode *flipped classroom*, merupakan novelty atau kebaruan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini. Inovasi tersebut diharapkan mampu menghadirkan calon wirausahawan baru yang tidak semata mengejar profit namun juga menjunjung tinggi praktik bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam.

METODE

Metode pengabdian ini menggunakan pendekatan kuantitatif evaluatif dengan desain *pre-experimental* berupa *one-group pretest-posttest design*. Desain ini digunakan untuk mengevaluasi perubahan *perceived capability* peserta sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan *muslimpreneur* berbasis *smart classroom*. Program ini diikuti oleh 100 peserta yang merupakan warga Kecamatan Pameungpeuk Kabupaten Bandung sekaligus siswa SMK Al Marwah kelas XII dan beberapa alumni, didukung oleh 8 pendamping yang

telah dipersiapkan untuk mendukung kelancaran kegiatan.

Sebelum pelaksanaan, situasi kelas telah dipetakan, termasuk kesiapan infrastruktur seperti kelistrikan dan akses internet, untuk memastikan kelancaran pembangunan ruang *smart class* serta instalasi sistem yang dibutuhkan. Selain itu, materi pelatihan berupa modul pembelajaran dan panduan pendampingan telah disusun dengan baik dan siap digunakan selama kegiatan berlangsung.



Gambar 1. SMK Al Marwah

(Sumber: Dokumentasi Pengabdian, 2024)

Kick off program dimulai pada 21 September 2024 dengan bertujuan untuk memperkenalkan konsep Sekolah Keterampilan dan Kewirausahaan, Kurikulum *Muslimpreneur*, serta memastikan kesiapan semua pihak yang terlibat. Termasuk pelaksanaan renovasi ruang kelas untuk mendukung penerapan Kreativiti™ *smart class system*. Sehingga tercipta lingkungan belajar yang lebih modern, interaktif, dan sesuai dengan kebutuhan pendidikan kewirausahaan di era digital.

Dalam *Kick off* tersebut juga diperkenalkan *smart class system*, sebuah sistem pembelajaran inovatif yang mendukung metode *hybrid* dalam proses belajar mengajar, menggabungkan pendekatan digital dan konvensional untuk menciptakan pengalaman belajar yang lebih efektif dan interaktif.

Pada momen ini pula dilakukan survei awal (*pre-test*) dan pembagian kelompok. Peserta juga memperoleh penjelasan mengenai cara menavigasi modul ajar, serta teknik desain

poster produk inovatif yang akan dipresentasikan di akhir program sebagai tugas akhir.



Gambar 2. Proses renovasi ruangan pelatihan

(Sumber: Dokumentasi Pengabdian, 2024)

Pembelajaran melalui platform *e-learning* Sekolah Keterampilan dan Kewirausahaan dimulai pada 19 Oktober 2024 di mana kemajuan tugas siswa dipantau secara kontinu. Sesi diskusi dan tanya jawab dilaksanakan kemudian untuk merefleksi pemahaman atas materi serta bimbingan penyelesaian tugas akhir. Dalam kegiatan ini, guru dan siswa mulai menyesuaikan diri dengan sistem pembelajaran daring berbasis teknologi digital yang mengintegrasikan prinsip *Muslimpreneur*. Selain sebagai sarana adaptasi, sesi ini juga berfungsi sebagai uji coba untuk mengevaluasi efektivitas sistem sebelum penerapannya secara menyeluruh.

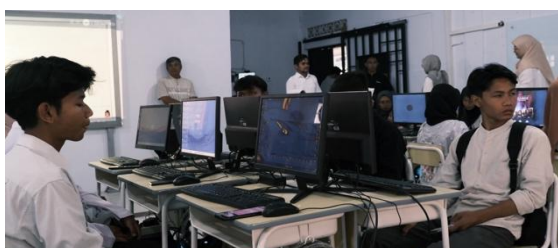
Selanjutnya dilaksanakan pendampingan guru pada 1 November 2024, yakni sesi pelatihan khusus bagi para pendidik dan teknisi sekolah dalam mengoperasikan *smart class system*. Berbeda dengan sesi pengenalan saat *kick off*, sesi ini memberikan panduan teknis dalam penggunaan berbagai fitur yang tersedia dalam sistem, termasuk pengelolaan perangkat, integrasi materi pembelajaran digital, serta *troubleshooting* dasar dalam penggunaannya. Dengan pelatihan ini, diharapkan para guru dapat lebih percaya diri dalam pengajaran berbantuan teknologi, sementara teknisi sekolah dapat memberikan dukungan yang diperlukan untuk memastikan kelancaran operasional sistem di ruang kelas.

Kegiatan berakhir pada sesi penutupan, 9 November 2024, diiringi evaluasi terhadap pelaksanaan program, menyoroti pencapaian yang telah diraih, serta mendiskusikan langkah tindak lanjut dalam pengembangan keterampilan dan kewirausahaan berbasis teknologi. Termasuk peluncuran buku *standard operating procedure* (SOP) *smart class system* sebagai panduan mandiri bagi guru dan siswa dalam mengoperasikan fasilitas yang telah disediakan tim selama masa pengabdian berlangsung.

Para sesi penutupan, peserta juga melakukan *showcase* atas produk hasil inovasi mereka yang sudah menerapkan konsep *Muslimpreneur* dalam proses produksi, pemasaran dan penjualan.

Alat dan Bahan

Program pelatihan ini didukung oleh berbagai alat dan bahan yang dirancang untuk meningkatkan efektivitas pembelajaran. Fasilitas yang digunakan meliputi 26 unit komputer yang memadai, akses internet yang stabil, serta software kreaviti™ *smart class system* untuk mendukung kegiatan belajar interaktif.



Gambar 3. Penggunaan perangkat keras
(Sumber: Dokumentasi Pengabdian, 2024)

Selain itu, perangkat tambahan seperti amplifier dan speaker juga digunakan untuk memastikan komunikasi yang efektif selama pelatihan. Kombinasi alat-alat ini diharapkan memberikan pengalaman belajar yang optimal dan mendukung pencapaian tujuan program secara keseluruhan.

Evaluasi Program

Evaluasi keberhasilan program diukur melalui metode *gap analysis* dengan membandingkan hasil survei awal (*pre-test*) sebelum kegiatan dan survei akhir (*post-test*) setelah kegiatan (Adri, 2020). Data kemudian dianalisis menggunakan uji non-parametrik *Wilcoxon signed-rank test* karena data selisih (*post-pre*) tidak memenuhi asumsi normalitas untuk uji *paired t-test*.

Instrumen yang digunakan berupa angket *self-assessment* terdiri dari 15 item yang mencakup lima konstruk utama: *Muslimpreneur* (4 item), kewirausahaan (2 item), pemasaran (4 item), produk halal (3 item), dan keuangan syariah (2 item). Seluruh item menggunakan skala Likert 3 poin untuk mengukur persepsi peserta atas pemahamannya terhadap materi.

Skala 3 poin dipilih untuk memudahkan responden awam. Selain itu terdapat tambahan 11 item pertanyaan deskriptif untuk menggali informasi latar belakang peserta yang relevan dengan tujuan pengabdian. Tabel 1 menyajikan konstruk dari instrumen tersebut.

Tabel 1. Konstruk Instrumen Survei

Konstruk	Dimensi
<i>Muslimpreneur</i>	<i>Spiritual activation</i>
	<i>Religious foundation</i>
	<i>Moral guidance</i>
	<i>Human and environment interaction</i>
Kewirausahaan	<i>Product value</i>
	Model bisnis kanvas
Pemasaran	<i>Branding</i>
	<i>Sales</i>
	<i>Services</i>
	<i>Digital marketing</i>
Produk Halal	Konsep halal-haram
	Titik kritis haram
	Sistem jaminan halal
Keuangan Syariah	Konsep keuangan
	Syariah
	Produk keuangan Syariah

(Sumber: Penulis, 2024)

Instrumen non-tes dipilih sebagai alat ukur sebab persepsi siswa terhadap kapabilitas pemahamannya sendiri dapat diukur secara valid melalui instrumen *self-assessment* (Alaoutinen, 2012; Barana et al., 2022; Huu et al., 2024). Meski demikian harus diakui bahwa instrumen tes terstandarisasi lebih objektif dan akurat dalam mengukur kompetensi kognitif karena ketiadaan bias estimasi berlebih (Barana et al., 2022; León et al., 2023; Pinedo et al., 2026; Tashiro et al., 2021; Wykowski & Starks, 2025; Yates et al., 2022).

Selain itu, keterbatasan waktu pelaksanaan membuat tes objektif terstandarisasi (pilihan ganda atau esai) sulit dilaksanakan karena memerlukan waktu penyusunan, pengawasan, dan penskoran yang lebih lama. Pendekatan *self-assessment* juga lebih etis dalam konteks pengabdian masyarakat karena tidak membuat peserta merasa diuji.

Validitas isi diuji melalui *expert judgement* oleh tiga orang ahli yang menyatakan seluruh item mewakili konstruk yang diukur. Uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha pada data pre-test menghasilkan nilai $\alpha = 0,905$, menunjukkan konsistensi internal yang baik.

Sementara uji validitas butir menggunakan *corrected item-total correlation* terhadap 15 item pre-test menunjukkan bahwa sebagian besar item memiliki koefisien korelasi di atas 0,30 (rentang 0,374–0,769). Tetapi satu item yaitu '*branding*' memiliki koefisien yang lebih rendah (0,218).

Namun, karena secara substansi item tersebut merupakan bagian penting dari konstruk pemasaran dalam kurikulum Muslimpreneur, dan nilai Cronbach's Alpha keseluruhan tetap sangat baik ($\alpha = 0,905$), maka seluruh 15 item dipertahankan untuk analisis selanjutnya. Temuan ini mengindikasikan bahwa item '*branding*' perlu direvisi redaksinya sebelum diadopsi oleh pihak yang ingin mereplikasi pengabdian ini. Namun secara statistik koefisien item '*branding*' yang rendah tidak mengganggu reliabilitas instrumen secara signifikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagian besar peserta berdomisili di Kecamatan Pameungpeuk Kabupaten Bandung, peserta didominasi perempuan atau lebih dari 50%. Mayoritas peserta tidak memiliki usaha. Hanya sebagian kecil yang memiliki usaha (<15%) itupun dengan omset per bulan di bawah 500 ribu atau tergolong usaha mikro. Setengah dari populasi peserta pernah bekerja rerata satu tahun. Detil latar peserta disajikan pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Profil Peserta

Profil	Keterangan
Jenis kelamin	Pria: 40%
	Wanita: 60%
Kepemilikan usaha	Ya: 13,3%
	Tidak: 86,7%
Lama berusaha	1 tahun: 95,6%
	1–5 tahun: 4,4%
Omzet per bulan	< Rp500.000: 95,6%
	> Rp500.000: 4,4%
Memiliki pekerjaan (selain usaha)	Ya: 55,6%
	Tidak: 44,4%
Lama kerja	1 tahun: 88,9%
	1–5 tahun: 4,4%
	>5 tahun: 6,7%

(Sumber: Diolah dari pengabdian, 2024)

Pembangunan infrastruktur dan instalasi sistem

Infrastruktur *smart class system* dengan desain kelas berkelompok telah dibangun dengan baik guna mendukung metode pembelajaran yang lebih interaktif dan kolaboratif. Dalam pelaksanaannya, PT. LIMA selaku mitra strategis berperan dalam menyediakan berbagai peralatan pendukung yang telah disepakati dalam proposal kerja sama.

Peralatan tersebut mencakup 26 unit komputer dengan spesifikasi yang sesuai untuk kebutuhan akademik, serta akses internet yang stabil dan memadai. Seluruh fasilitas ini dirancang untuk memastikan kelancaran proses pembelajaran, memungkinkan peserta didik dan tenaga pengajar memanfaatkan teknologi

secara optimal guna meningkatkan efektivitas dan kualitas pendidikan.



Gambar 2. Penggunaan infrastruktur
(Sumber: Dokumentasi Pengabdian, 2024)

Survei awal (*pre-test*)

Dalam survei awal (*pre-test*) peserta ditanyakan tentang topik-topik yang relevan dengan kegiatan utama. Hasil dari *pre-test* dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Hasil *Pre-test*

Konstruk/Item	Tidak Paham	Agak Paham	Paham
Rerata Konsep Muslimpreneur	56,1	35	8,9
<i>Spiritual Activation</i>	60	33,3	6,7
<i>Religious Foundation</i>	42,2	48,9	8,9
<i>Moral Guidance</i>	62,2	28,9	8,9
<i>Human and Environment Interaction</i>	60	28,9	11,1
Rerata Kewirausahaan	18,9	61,1	20
Pemahaman produk yang bernilai	37,8	44,4	17,8
Pemahaman model bisnis kanvas	0	77,8	22,2
Rerata Pemasaran	24,5	47,8	27,7
Pemahaman <i>branding</i>	40	48,9	11,1
Pemahaman <i>sales</i>	17,8	42,2	40
Pemahaman <i>services</i>	24,4	48,9	26,7
Pemahaman pemasaran digital	15,6	51,1	33,3

Konstruk/Item	Tidak Paham	Agak Paham	Paham
Rerata Konsep Produk Halal	31,1	39,3	29,6
Pemahaman konsep halal-haram	0	37,8	62,2
Pemahaman pengetahuan titik kritis haram	51,1	37,8	11,1
Pemahaman penyusunan sistem jaminan halal	42,2	42,2	15,6
Rerata Keuangan Syariah	51,1	36,7	12,2
Pemahaman konsep keuangan syariah	44,4	42,3	13,3
Pemahaman Produk keuangan Syariah	57,8	31,1	11,1
Rerata Keseluruhan	37	43	20

(Sumber: Diolah dari pengabdian, 2024)

Berdasarkan Tabel 3, secara umum tingkat pemahaman peserta terhadap seluruh materi pelatihan masih tergolong rendah. Secara keseluruhan, hanya 20% peserta yang menyatakan "paham", sementara 43% masih dalam kategori "agak paham" dan 37% "tidak paham".

Di antara kelima konstruk yang diukur, pemahaman tertinggi terdapat pada konstruk Produk Halal (29,6% paham) dan Pemasaran (27,8% paham). Sebaliknya, pemahaman terendah ditemukan pada konstruk *Muslimpreneur* (hanya 8,9% paham) dan Keuangan Syariah (12,3% paham). Pada konstruk *Muslimpreneur*, lebih dari separuh peserta (56,1%) menyatakan tidak paham. Sementara itu, konstruk Kewirausahaan memiliki proporsi "agak paham" tertinggi (61,1%) meskipun hanya 20% yang benar-benar paham.

Temuan ini mengindikasikan bahwa sebelum mengikuti program pelatihan, peserta memiliki bekal pengetahuan yang sangat terbatas terutama pada nilai-nilai dasar *Muslimpreneur* dan konsep keuangan syariah.

Hal ini sekaligus memperkuat urgensi pelaksanaan program pelatihan Sekolah Keterampilan dan Kewirausahaan berbasis kurikulum *Muslimpreneur*.

Pendampingan smart class system

Untuk memastikan kelancaran implementasi Kreativiti™ *smart class system* dalam program ini, dibentuk tim pendamping serta pelaksana lapangan yang memiliki kompetensi dalam pengoperasian sistem serta pemahaman mendalam mengenai metode pembelajaran *flipped class*. Tim terdiri dari delapan orang yang berasal dari internal SMK Al Marwah, yang mencakup unsur guru dan teknis.

Para anggota tim bertanggung jawab dalam berbagai aspek teknis dan pedagogis, termasuk pengelolaan perangkat dan pemantauan efektivitas sistem dalam kegiatan belajar mengajar.



Gambar 3. Pendampingan smart class system

(Sumber: Dokumentasi Pengabdian, 2024)

Pelatihan Kurikulum *Muslimpreneur*

Dalam upaya meningkatkan kompetensi masyarakat Kecamatan Pameungpeuk, diselenggarakan program pelatihan yang mencakup berbagai indikator penting. Pelatihan ini meliputi pemahaman tentang konsep *Muslimpreneur*, kewirausahaan, strategi pemasaran, konsep produk halal, serta pengelolaan keuangan berbasis syariah. Melalui program ini, diharapkan masyarakat dapat mengembangkan pengetahuan dan keterampilan yang relevan untuk menciptakan

peluang usaha yang berdaya saing atau untuk bekerja di berbagai sektor industri yang sesuai dengan prinsip syariah, sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi di lingkungan sekitar (Rahman et al., 2023).

Muslimpreneur

Muslimpreneur merupakan konsep wirausaha berbasis nilai-nilai Islam yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial tetapi juga pada tanggung jawab sosial, etika, dan keberkahan (Rafiki & Nasution, 2026; Seun & Kalsom, 2015). *Muslimpreneur* berdasarkan kepada 4 elemen. (1) Aktivasi spiritual yang berarti mengutamakan kehalalan dalam seluruh aspek bisnis, mulai dari persiapan, penyediaan bahan baku, proses produksi, penjualan, hingga transaksi keuangan; (2) fondasi religious dengan memiliki keyakinan kepada Allah SWT dan menerapkan ajaran-Nya dalam setiap pengambilan keputusan bisnis; (3) panduan moral yang berarti menjunjung tinggi integritas, kejujuran, menjalankan bisnis secara beretika, dan berkomitmen untuk berbagi dengan sesama; (4) interaksi manusia dan alam yang diterapkan melalui praktek bisnis yang ramah lingkungan dan berkelanjutan (Nurlatifah et al., 2019, 2022).

Menjadi seorang *Muslimpreneur* yang sukses diawali dengan pernyataan visi dan misi usaha yang sejalan dengan nilai-nilai Islam. Pelaku usaha harus meyakini bahwa produk yang dijual adalah halal dan bermanfaat, didukung dengan praktik keuangan syariah dengan transaksi yang adil dan terhindar dari riba. *Muslimpreneur* turut peduli pada sesama, dengan secara sadar dan aktif menyisihkan sebagian keuntungannya untuk zakat dan sedekah (Nurlatifah et al., 2019, 2022).

Kewirausahaan

Wirausaha adalah pelaku utama dalam pembangunan ekonomi dan fungsinya untuk melakukan inovasi atau kombinasi-kombinasi yang baru untuk sebuah inovasi (Reuvid, 2009). Dalam konteks ini, kewirausahaan menjadi sarana untuk meningkatkan

kemandirian ekonomi, membuka lapangan kerja, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif melalui pendekatan kreatif dan strategis. Kewirausahaan melibatkan identifikasi peluang bisnis, pengambilan resiko untuk mengejar peluang tersebut, dan pengelolaan sumber daya secara efektif untuk mencapai tujuan bisnis.

Salah satu aspek penting dalam kewirausahaan adalah menciptakan produk yang bernilai, yaitu produk yang mampu memenuhi kebutuhan atau menyelesaikan masalah konsumen dengan cara yang lebih efektif, inovatif, atau efisien dibandingkan dengan alternatif yang sudah ada (Firmansyah & Roosmawarni, 2019). Produk yang bernilai memberikan keunggulan kompetitif dan meningkatkan peluang keberhasilan bisnis di pasar. Seorang wirausaha perlu memiliki kemampuan manajerial yang baik, jiwa pemimpin, kreatif dan inovatif, analitis, serta memahami teknologi digital yang mendukung operasional usaha.

Era digital saat ini memberikan tantangan khusus bagi para pelaku usaha untuk terus berinovasi, terlebih dengan bergesernya peran pelanggan dari konsumen pasif ke *influencer* yang turut terlibat dalam inovasi itu sendiri (Carlgren et al., 2016). Dalam menciptakan ide bisnis atau produk baru, seorang wirausaha dapat menggunakan metode *design thinking*. Metode ini didasari dengan konsep berulang untuk memahami keinginan konsumen secara mendalam, berasumsi akan tantangan yang akan dihadapi dalam usaha, dan mendefinisikan ulang masalah yang dihadapi (Nakata & Hwang, 2020; Pous, 2026).

Konsep *design thinking* diawali dengan tahap *empathize* yaitu mendapatkan pemahaman empatik dari masalah yang dihadapi oleh konsumen. Pelaku usaha dapat melakukan observasi maupun wawancara untuk memahami keinginan konsumen serta masalah yang dialaminya saat ini. Kemudian pelaku usaha melakukan analisis dari seluruh data dan informasi yang sudah dikumpulkan dan menetapkan masalah utama yang akan dipecahkan oleh produk baru yang ditawarkan.

Selanjutnya adalah tahap menghasilkan ide dengan bertukar pikiran. Setelah beberapa ide telah diidentifikasi sebagai alternatif yang potensial, langkah berikutnya adalah membuat prototipe dari solusi tersebut. Terakhir, dilakukan pengujian kepada masyarakat atau calon pengguna untuk mendapatkan umpan balik. Proses ini berjalan secara iteratif hingga diperoleh suatu produk yang diinginkan oleh konsumen (Ford & Yoho, 2025). *Design thinking* terbukti bermanfaat pada bisnis rintisan dalam menghadapi tantangan di dunia bisnis (Widiyanti & Sukmadewi, 2024).

Selain itu, dalam merancang dan mengembangkan bisnis, wirausahawan dapat menggunakan konsep *business model canvas* (BMC) sebagai alat bantu strategis (Diderich, 2020). BMC membantu dalam memvisualisasikan dan menganalisis berbagai elemen kunci bisnis, seperti proposisi nilai, segmen pelanggan, saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, kemitraan, dan struktur biaya. Dengan pendekatan ini, wirausahawan dapat lebih mudah mengembangkan strategi bisnis yang efektif dan berkelanjutan (Aini, 2025).

Pemasaran

Pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat luas (Kotler et al., 2022). Pemasaran tidak hanya sebatas transaksi jual beli, tetapi juga mencakup upaya membangun hubungan yang berkelanjutan dengan berbagai pemangku kepentingan guna menciptakan nilai yang lebih besar. Dalam pembelajaran, program ini berfokus kepada *branding*, *sales*, *services*, dan pemasaran digital.

Merek, lebih dari sekedar simbol, secara tidak langsung merupakan janji penjual untuk pembeli. *Branding* yang kuat membantu setiap produk maupun jasa untuk membedakan diri dari pesaing serta membangun hubungan yang positif dengan konsumen. Merek adalah

kumpulan ekspektasi, kenangan, cerita, dan hubungan yang secara simultan mempengaruhi keputusan konsumen. Bagi penjual, merek memberikan manfaat dalam (1) membantu perusahaan dalam mengenalkan produk dan membuat strategi pemasaran, (2) membantu perusahaan meningkatkan pengawasan terhadap barang yang dijual, dan (3) membantu perusahaan dalam menjaga stabilitas harga maupun perluasan pangsa pasar (Kotler et al., 2022). Maka, pelaku usaha perlu membuat suatu merek dengan suatu makna dan visual yang menarik.

Pemasaran digital adalah penggunaan *platform* digital untuk mempromosikan produk, layanan, merek, atau ide kepada audiens target dengan memanfaatkan internet, perangkat seluler, media sosial, mesin pencari, email, konten, dan saluran digital lainnya untuk terhubung dengan konsumen. Pemahaman akan pemasaran digital membantu UMKM dalam meningkatkan dan mengembangkan eksistensi UMKM (Sundari & Lestari, 2022). Hal ini terlihat dari semakin meningkatnya jumlah UMKM yang memanfaatkan *marketplace* maupun media sosial dalam memasarkan dan menjual produknya (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Proses produk halal

Proses ini mencakup serangkaian langkah untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar kehalalan sesuai dengan syariat Islam. Dalam berusaha, pelaku perlu mengetahui dan menghindari titik-titik dalam proses produksi atau bahan baku yang berpotensi tidak sesuai dengan syariat Islam (Bariki et al., 2024; Basir et al., 2026; Ishak et al., 2024). Produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan aturan agama Islam. Hal ini tidak hanya berlaku pada makanan, tetapi juga mencakup berbagai jenis produk lainnya (Ismail et al., 2023). Dengan demikian, proses ini menghasilkan produk yang tidak hanya berkualitas tetapi juga sesuai dengan standar halal konsumen Muslim (Ahmadiyah et al., 2022).

Keuangan syariah

Keuangan syariah adalah sistem pengelolaan keuangan yang berdasarkan prinsip-prinsip syariat Islam, seperti menghindari riba, *gharar* (ketidakpastian), dan *maysir* (perjudian) (Basir & Abarahan, 2026; Ilias, 2011; Syah & Rahmadani, 2024). Keuangan syariah menekankan pada keadilan, kerja sama, dan transparansi dalam semua transaksi keuangan, serta mendorong investasi pada sektor-sektor yang bermanfaat secara sosial dan ekonomi, sehingga mendukung pertumbuhan usaha yang berkelanjutan dan etis.

Sekolah Keterampilan dan Kewirausahaan melatih dan meluluskan 100 peserta pelatihan dengan sertifikasi kompetensi sebagai bukti keterampilan kerja yang tentunya akan memudahkan peserta untuk mencari pekerjaan.



Gambar 4. Pemberian sertifikat kompetensi
(Sumber: Dokumentasi Pengabdian, 2024)



Gambar 5. Presentasi produk peserta
(Sumber: Dokumentasi Pengabdian, 2024)

Penyusunan SOP dan pengoperasian *smart class system*

Menyusun buku prosedur standar pembelajaran dan pengoperasian *smart class system* merupakan langkah penting untuk memastikan kemudahan penggunaan serta

keberlanjutan rekacipta dalam lingkungan pendidikan. Buku ini dirancang sebagai panduan komprehensif yang mencakup prosedur pembelajaran berbasis teknologi serta tata cara pengoperasian perangkat dan sistem pendukung di dalam *Smart Class*. Diharapkan dengan adanya buku SOP *smart class system*, tenaga pendidik dan peserta didik dapat memahami serta memanfaatkan fasilitas yang tersedia secara optimal, sehingga proses pembelajaran dapat berlangsung lebih efektif, efisien, dan berkelanjutan.



Gambar 6. Workshop penyusunan SOP dan pengoperasian *smart class system*
(Sumber: Dokumentasi Pengabdian, 2024)

Survei akhir (*Post-test*)

Hasil *post-test* pada Tabel 4 menunjukkan ada peningkatan positif atas persepsi peserta mengenai pemahaman mereka terhadap kelima konstruk yang diukur. Data yang diperoleh dari evaluasi analisis deskriptif ini mengindikasikan adanya peningkatan dalam pemahaman peserta, terutama pada aspek *Muslimpreneur*, kewirausahaan, pemasaran, produk halal, dan keuangan syariah.

Tabel 4. Hasil *Post-test*

Konstruk/Item	Tidak Paham	Agak Paham	Paham
Rerata Konsep <i>Muslimpreneur</i>	20,8	56,3	22,9
<i>Spiritual Activation</i>	25	50	25
<i>Religious Foundation</i>	20,8	54,2	25
<i>Moral Guidance</i>	12,5	66,7	20,8

Konstruk/Item	Tidak Paham	Agak Paham	Paham
<i>Human and Environment Interaction</i>	25	54,2	20,8
Rerata Kewirausahaan	4,2	54,2	41,6
Pemahaman produk yang bernilai	8,3	58,3	33,3
Pemahaman model bisnis kanvas	0	50	50
Rerata Pemasaran	5,2	47,9	46,9
Pemahaman <i>branding</i>	8,3	50	41,7
Pemahaman <i>sales</i>	0	41,7	58,3
Pemahaman <i>services</i>	12,5	45,8	41,7
Pemahaman pemasaran digital	0	54,2	45,8
Rerata Konsep Produk Halal	12,5	41,7	45,8
Pemahaman konsep halal-haram	4,2	41,7	54,2
Pemahaman pengetahuan titik kritis haram	16,7	45,8	37,5
Pemahaman penyusunan sistem jaminan halal	16,7	37,5	45,8
Rerata Keuangan Syariah	10,4	50	39,6
Pemahaman konsep keuangan syariah	8,3	54,2	37,5
Pemahaman Produk keuangan Syariah	12,5	45,8	41,7
Rerata Keseluruhan	11,4	50	38,6

(Sumber: Diolah dari pengabdian, 2024)

Temuan ini dikonfirmasi hasil uji *Wilcoxon Signed Rank* di mana skor total pemahaman peserta sebelum dan sesudah pelatihan dibandingkan secara statistik. Hasil analisis menunjukkan peningkatan skor yang signifikan antara *pre-test* dan *post-test* ($Z = -3,069$, $p = 0,002$). Di mana sebanyak 71 peserta mengalami peningkatan, 12 menurun, dan 17

peserta tidak mengalami perubahan (lihat Tabel 5).

Tabel 5. Hasil Wilcoxon Signed Rank Test

Positive Ranks	Negative Ranks	Ties	Z	Sig.
71	12	17	-3,069	0,002

(Sumber: Diolah dari pengabdian, 2024)

Dengan demikian, program pelatihan terbukti efektif meningkatkan pemahaman peserta secara signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa program yang telah dilaksanakan berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan *perceived capability* peserta pada bidang *muslimpreneurship*, kewirausahaan, strategi pemasaran, produk halal, dan keuangan berbasis syariah.

Berdasarkan perbandingan Tabel 3 dan Tabel 4, terjadi peningkatan pemahaman peserta pada seluruh konstruk. Rata-rata peserta yang paham meningkat dari 20,0% menjadi 38,6% (+18,6 poin), sementara yang tidak paham menurun dari 37,0% menjadi 11,4% (-25,6 poin).

Peningkatan tertinggi terjadi pada konstruk Keuangan Syariah (+27,4 poin), diikuti Kewirausahaan (+21,6 poin), Pemasaran (+19,2 poin), Produk Halal (+16,2 poin), dan Muslimpreneur (+14,0 poin). Penurunan ketidakpahaman paling drastis juga pada Keuangan Syariah (-40,7 poin). Secara umum, program pelatihan efektif meningkatkan pemahaman peserta di semua aspek.

Selain itu, evaluasi ini juga berfungsi sebagai alat ukur efektivitas dan efisiensi metode pembelajaran yang digunakan, serta sebagai bahan masukan untuk perbaikan dan pengembangan program di masa mendatang. Dengan pendekatan berbasis data ini, penyelenggara dapat terus menyempurnakan materi dan strategi pelatihan agar semakin relevan dan memberikan dampak maksimal bagi peserta.

Namun meskipun hasil statistik menunjukkan peningkatan, model evaluasi berbasis *self-assessment* yang digunakan

memiliki beberapa kelemahan pengukuran dibandingkan model tes standar tradisional.

Self-assessment atau penilaian diri tidak mengukur kemampuan kognitif aktual, namun sekedar refleksi persepsi individu tentang kemampuannya sendiri (Davis et al., 2023; Freund & Kasten, 2012; Yates et al., 2022). Sehingga temuan dari evaluasi pengabdian ini tidak dapat dijamin selaras dengan performa kognitif aktual peserta pelatihan.

Peserta bisa saja salah menilai kemampuan mereka karena motivasi peningkatan diri (*self-enhancement*) (Kim et al., 2016). Utamanya pada kasus *Dunning-Kruger effect* di mana individu mempersepsikan kemampuannya lebih tinggi dari kondisi aktual dan meremehkan kemampuan orang lain (Adamecz et al., 2025; Knof et al., 2024; Wykowski & Starks, 2025). Sebaliknya, individu yang berkinerja tinggi mungkin meremehkan kemampuan mereka sendiri karena bias estimasi (Barana et al., 2022; Pinedo et al., 2026; Tashiro et al., 2021).

Misalnya pada kasus 12 *negative ranks* pada temuan ini. Penulis yakin 12 peserta tersebut, bukan mengalami penurunan kognisi pasca pelatihan. Namun *over-estimate* dalam menilai kemampuannya pada saat *pre-test*. Sebab itu mereka mengoreksi estimasinya pada *post-test*.

Meskipun penilaian diri memberikan wawasan tentang konsep diri dan persepsi individu, penilaian diri bukanlah pengganti yang andal untuk tes kognitif objektif. Penilaian diri lebih sesuai untuk memahami pengalaman subjektif atau memandu intervensi yang bertujuan meningkatkan kesadaran diri.

Selain itu, waktu pelaksanaan pengabdian yang terbatas juga berpengaruh. Tidak hanya pada jenis evaluasi yang digunakan, tetapi juga pada kedalaman materi yang diperoleh peserta. Ditambah jumlah peserta yang cukup besar sehingga kurang efektif jika digelar dalam satu rombongan belajar.

Kami telah berupaya memitigasi kelemahan ini dengan menerapkan metode *flipped classroom*. Namun metode tersebut hanya akan berfungsi optimal jika peserta

memiliki kesadaran dalam melakukan regulasi diri dan manajemen waktu, serta memiliki motivasi belajar mandiri yang tinggi mengingat proses pembelajaran bersifat *self-paced* (Pilu et al., 2025; Sandhu et al., 2021; Wang et al., 2024).

Kapasitas listrik sekolah yang kurang memadai juga menjadi kendala yang cukup mengganggu kelancaran pelatihan. Apalagi perangkat digital merupakan bagian integral yang tidak dapat dipisahkan dari metode *flipped class*. Di sisi lain, perizinan impor perangkat digital juga sempat menghambat kegiatan ini.

Penyerapan tenaga kerja (lulusan SKK)

Produk-produk yang dihasilkan oleh lulusan Sekolah Keterampilan dan Kewirausahaan Universitas Al Azhar Indonesia (UAI) diinkubasi oleh Inkubator Tajeer UAI, hal ini tentunya akan meningkatkan kesempatan kesuksesan produk-produk yang dihasilkan oleh peserta SKK (Shaliza & Hasanah, 2024). Selain itu, beberapa peserta juga mendapatkan kesempatan untuk magang di perusahaan mitra (PT. LIMA), sebagai bekal dan peluang bagi peserta untuk mendapatkan pengalaman kerja nyata (Gohae, 2020).



Gambar 7. Inovator dan Direktur PT. LIMA

(Sumber: Dokumentasi Pengabdian, 2024)



Gambar 8. Salah Satu Produk peserta yang dilanjutkan ke Inkubator Tajeer UAI
(Sumber: Dokumentasi Pengabdian, 2024)

Monitoring & evaluasi

Program pelatihan berjalan dengan baik dan tepat waktu sesuai dengan yang direncanakan. Seluruh peserta mengikuti program dengan sangat antusias. Tidak hanya menggali berbagai ide produk baru yang potensial, pelatihan ini turut membantu peserta dalam meningkatkan literasi akan pentingnya konsep *Muslimpreneur* dalam menjalankan usaha.

SIMPULAN

Program pengabdian masyarakat dengan judul Penerapan Sekolah Keterampilan dan Kewirausahaan Menggunakan Kurikulum *Muslimpreneur* dan *Smart Class System* berhasil dalam tujuannya untuk meningkatkan pemahaman, wawasan, dan keterampilan para peserta dalam aspek *Muslimpreneur*, kewirausahaan, pemasaran, produk halal, dan keuangan syariah sekaligus menjadi pemberdaya masyarakat dalam bidang kewirausahaan bagi warga Kecamatan Pameungpeuk, Kabupaten Bandung.

Program ini terbukti efektif meningkatkan pemahaman peserta secara signifikan pada kelima konstruk yang diukur berdasarkan

uji *Wilcoxon Signed Rank Test* ($Z = -3,069$, $p = 0,002$). Secara kuantitatif, rata-rata peserta yang menyatakan "paham" meningkat dari 20,0% menjadi 38,6% (+18,6 poin), sementara "tidak paham" menurun dari 37,0% menjadi 11,4% (-25,6 poin). Berdasarkan ranking, peningkatan tertinggi terjadi pada konstruk Keuangan Syariah, diikuti Kewirausahaan, Pemasaran, Produk Halal, dan terakhir Muslimpreneur.

Selain itu, program ini juga berhasil menciptakan 20 produk bisnis siap inkubasi untuk ditindak lanjuti oleh Inkubator Tajeer UAI. Selain itu 100 lulusan bersertifikasi kompetensi juga dapat langsung dimanfaatkan oleh mitra industri (PT. LIMA).

Untuk mendapatkan efek yang lebih luas, program perlu dilanjutkan dengan melibatkan lebih banyak masyarakat umum yang ikut dalam program Sekolah Keterampilan dan Kewirausahaan, baik mereka yang sudah berwirausaha, dan yang terlebih bagi mereka yang belum memiliki usaha atau belum bekerja.

Pengembangan metode dan modul pembelajaran yang berkelanjutan akan membantu meningkatkan kinerja program di masa yang akan datang. Sehingga model pelatihan dapat diadopsi oleh sekolah kejuruan atau lembaga pelatihan lain yang ingin mengintegrasikan nilai-nilai keislaman ke dalam kurikulum kewirausahaan.

Tidak hanya itu monitoring dan evaluasi juga harus ditingkatkan demi menjaga kinerja pendampingan *smart class system*. Diharapkan program ini terus mendidik dan memberdayakan masyarakat demi kesejahteraan dan kemandirian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana kegiatan mengucapkan terima kasih kepada Program Kedaireka atas dukungan pendanaan yang telah memfasilitasi terlaksananya program pengabdian masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada PT. LIMA yang telah menyediakan sistem informasi dan perangkat komputer

sebagai mitra strategis UAI. Apresiasi diberikan kepada delapan pendamping dari SMK Al Marwah yang telah berperan aktif mendampingi peserta selama kegiatan berlangsung. Terima kasih juga disampaikan kepada rekan dosen Universitas Al Azhar Indonesia yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat di Kecamatan Pameungpeuk. Semoga kolaborasi ini dapat terus berlanjut dan memberikan dampak positif yang lebih luas bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghani Azmi, I., Mohamed, H. A.-B., & Kassim, Z. (2024). Islamic Business in Malaysia: Scenario and Challenges. In A. Rafiki, V. Ramadan, L.-P. Dana, & S. E. Hidayat (Eds), *Strategic Islamic Business and Management* (pp. 201–218). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-61778-2_11
- Abdullah, M. A., & Azam, M. S. E. (2020). Halal entrepreneurship from Maqasid-al-Sharia'h perspective: Inseparable concept for Halalpreneurs. *Food Research*, 4(S1), 34–42. [https://doi.org/10.26656/fr.2017.4\(S1\).S07](https://doi.org/10.26656/fr.2017.4(S1).S07)
- Adamecz, A., Ilieva, R., & Shure, N. (2025). Revisiting the Dunning-Kruger effect: Composite measures and heterogeneity by gender. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 116, 102362. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2025.102362>
- Adri, R. F. (2020). Pengaruh pre-test terhadap tingkat pemahaman mahasiswa program studi ilmu politik pada mata kuliah ilmu alamiah dasar. *Menara Ilmu: Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 14(1).
- Ahmadiyah, A. S., Kinanggit, F. D. M., & Sungkono, K. R. (2022). Predicting Halal Critical Control Points of Microbial-based Ingredients: A Self-Assessment for MSMEs. *2022 5th International Seminar on Research of Information Technology and Intelligent Systems (ISRITI)*, 356–361. <https://doi.org/10.1109/ISRITI56927.2022.10053043>
- Aini, N. (2025). Green business model canvas: A framework for sustainable business

- practice. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1441(1), 012029. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1441/1/012029>
- Alaoutinen, S. (2012). Evaluating the effect of learning style and student background on self-assessment accuracy. *Computer Science Education*, 22(2), 175–198. <https://doi.org/10.1080/08993408.2012.692924>
- Altemueller, L., & Lindquist, C. (2017). Flipped classroom instruction for inclusive learning. *British Journal of Special Education*, 44(3), 341–358. <https://doi.org/10.1111/1467-8578.12177>
- Analiansyah, A., Furqani, H., Mulia, R., Yulindawati, Y., Afriani, S., & Juliansyah, R. (2024). Techno-Sociopreneurship in Practice by Strengthening Mosque-Based Islamic Philanthropy Management: A Case in Thailand. In A. Rafiki, B. A. A. Alserhan, & K. Bayram (Eds), *Advances in Human Resources Management and Organizational Development* (pp. 213–231). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-3530-7.ch011>
- Andrade-Castellanos, C. A., & Yanowsky-Escatell, F. G. (2026). Impact of the Flipped Classroom on Medical Education: A Systematic Review with Meta-Analysis. *Revista Médica de Chile*, 154(1), 1–12. <https://doi.org/10.4067/s0034-98872026001010001>
- Awalluddin, M. A., Maznorbalia, A. S., & Yasid, A. F. M. (2025). Islamic Brotherhood and Business Social Responsibility (BSR) In Malaysia: A Qualitative Exploration of Islamic Faith-Based Business Practices. *Hamdard Islamicus*, 48(2). <https://doi.org/10.57144/hi.v48i2.954>
- Baharuddin, G., & Ab Rahman, A. (2020). Aligning Entrepreneurial Intention Towards Sustainable Development Among Muslim Youth in Indonesia. *JOURNAL OF INDONESIAN ISLAM*, 14(2), 407. <https://doi.org/10.15642/JIIS.2020.14.2.407-430>
- Barana, A., Boetti, G., & Marchisio, M. (2022). Self-Assessment in the Development of Mathematical Problem-Solving Skills. *Education Sciences*, 12(2), 81. <https://doi.org/10.3390/educsci12020081>
- Bariki, Y., Ma'rifah, A. N., & Polish Academy of Sciences. (2024). Halal Symbols in Muslim Community Businesses. *Dialogue and Universalism*, 34(2), 265–277. <https://doi.org/10.5840/du202434230>
- Basir, K. H., & Abarahan, A. (2026). Islamic Crowdfunding: Principles, Practices, and Impact on Business Management. In *International Encyclopedia of Business Management* (pp. 242–247). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-443-13701-3.00518-1>
- Basir, K. H., Raffi, R. M., & Mahmud, H. (2026). Halal Entrepreneurship. In *International Encyclopedia of Business Management* (pp. 193–199). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-443-13701-3.00294-2>
- BPS Kabupaten Bandung. (2022). *Kecamatan Pameungpeuk Dalam Angka 2022* (32040.2223). Badan Pusat Statistik. <https://bandungkab.bps.go.id/id/publication/2022/09/26/875457a91fc7dadb77c8a98e/kecamatan-pameungpeuk-dalam-angka-2022.html>
- Carlgren, L., Elmquist, M., & Rauth, I. (2016). The Challenges of Using Design Thinking in Industry – Experiences from Five Large Firms. *Creativity and Innovation Management*, 25(3), 344–362. <https://doi.org/10.1111/caim.12176>
- Davis, K. A., Grote, D., Mahmoudi, H., Perry, L., Ghaffar zadegan, N., Grohs, J., Hosseinichimeh, N., Knight, D. B., & Triantis, K. (2023). Comparing Self-Report Assessments and Scenario-Based Assessments of Systems Thinking Competence. *Journal of Science Education and Technology*, 32(6), 793–813. <https://doi.org/10.1007/s10956-023-10027-2>
- Diderich, C. (2020). Revisiting the Business Model Canvas as a Common Language. In C. Diderich, *Design Thinking for Strategy* (pp. 29–45). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-25875-7_3
- Faizal, P. R. M., Suhaida, M. A., Norizah, D., & Afifa, N. N. (2021). *Applying Islamic marketing ethics in marketing digitalization during the COVID-19 MCO period in Malaysia: A guide to small-scale*

- Muslimpreneurs*. 020283.
<https://doi.org/10.1063/5.0052041>
- Fathonih, Ah., Anggadwita, G., & Ibraimi, S. (2019). *Sharia venture capital as financing alternative of Muslim entrepreneurs: Opportunities, challenges and future research directions. Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 13(3), 333–352.
<https://doi.org/10.1108/JEC-11-2018-0090>
- Febriyantor, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76.
<https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Firmansyah, M. A., & Roosmawarni, A. (2019). *Kewirausahaan (Dasar dan konsep)*. Penerbit Qiara Media.
- Ford, R. C., & Yoho, K. D. (2025). Design thinking: Executing your organization's commitment to customer centricity. *Organizational Dynamics*, 54(1), 101077.
<https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2024.101077>
- Freund, P. A., & Kasten, N. (2012). How smart do you think you are? A meta-analysis on the validity of self-estimates of cognitive ability. *Psychological Bulletin*, 138(2), 296–321. <https://doi.org/10.1037/a0026556>
- Gohae, A. S. (2020). Pengalaman Magang, Minat Kerja dan Pengaruhnya terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 4(3), 1954–1964.
<https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss3.pp1954-1964>
- Gunarto, E., Huriyah, H., & Rosidin, D. N. (2023). Manajemen Pembelajaran Berbasis Smart Classroom untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa SMA. *JIEM (Journal of Islamic Education Management)*, 7(1), 63.
<https://doi.org/10.24235/jiem.v7i1.13295>
- Henderson, W. (2024). Flipped Classroom. In W. Henderson, *Effective Teaching* (1st edn, pp. 73–100). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781003523956-5>
- Huu, P. N., Tangworakitthaworn, P., & Gilbert, L. (2024). Self-assessment model for achieving the intended learning outcomes. *E-Learning and Digital Media*, 20427530241310537.
<https://doi.org/10.1177/20427530241310537>
- Ilias, S. (2011). Islamic finance: Overview and policy concerns. In *Modern Islam: Traditions and Concerns* (pp. 21–33). Scopus.
<https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84895395218&partnerID=40&md5=4971e29a58ea4dba08b99c530588ecdf>
- Ishak, D., Akmal, F. A., & Halide, N. (2024). Generation Z Involvement in Halal Ecosystem. *Jurnal Al-Dustur*, 7(2), 211–221.
<https://doi.org/10.30863/aldustur.v7i2.7199>
- Ismail, V. Y., Roswiem, A., & Suseno, D. (2023). Pemberdayaan Pelaku Usaha Mikro dan Kecil dalam Sertifikasi Produk Halal di Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Universitas Al Azhar Indonesia*, 5(3), 144.
<https://doi.org/10.36722/jpm.v5i3.1430>
- Kim, Y.-H., Kwon, H., Lee, J., & Chiu, C.-Y. (2016). Why Do People Overestimate or Underestimate Their Abilities? A Cross-Culturally Valid Model of Cognitive and Motivational Processes in Self-Assessment Biases. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 47(9), 1201–1216.
<https://doi.org/10.1177/0022022116661243>
- Knof, H., Berndt, M., & Shiozawa, T. (2024). Prevalence of Dunning-Kruger effect in first semester medical students: A correlational study of self-assessment and actual academic performance. *BMC Medical Education*, 24(1), 1210.
<https://doi.org/10.1186/s12909-024-06121-7>
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (Sixteenth edition, global edition). Pearson.
- León, S. P., Panadero, E., & García-Martínez, I. (2023). How Accurate Are Our Students? A Meta-analytic Systematic Review on Self-assessment Scoring Accuracy. *Educational Psychology Review*, 35(4), 106.
<https://doi.org/10.1007/s10648-023-09819-0>
- Lubis, P. S. A., & Sinaga, S. S. (2023). Inovasi Teknologi dan Transformasi Ekonomi: Peran Kewirausahaan dalam Pembangunan Ekonomi Daerah. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 281–290.

- <https://doi.org/10.58192/ebismen.v3i1.1792>
- Mof, Y., Ramadan, W., & Mizani, H. (2026). Evaluating the Effectiveness of the Santripreneur Program in Islamic Boarding School: A CIPP-Based Qualitative Assessment of Screenprinting Training. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(1), 141–156. <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v6i4.2435>
- Nakata, C., & Hwang, J. (2020). Design thinking for innovation: Composition, consequence, and contingency. *Journal of Business Research*, 118, 117–128. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.038>
- Novela, S., Syarief, R., Fahmi, I., & Arkeman, Y. (2021). Creating a University-Based Entrepreneurial Ecosystem in Indonesia. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 10(1), 174. <https://doi.org/10.36941/ajis-2021-0015>
- Nurlatifah, H., Saefuddin, A., Nanere, M., & Ratten, V. (2022). Muslimpreneur: Entrepreneur Potential Characteristics in Indonesia as the Country with the Largest Muslim Population in the World. In V. Ratten (Ed.), *Entrepreneurial Innovation* (pp. 129–139). Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-16-4795-6_12
- Nurlatifah, H., Syahriar, A., Lubis, A. H., & Parwati, N. (2019). *The Development of Muslimpreneurship Model in Indonesia*. 1–10.
- Panakaje, N., Zuha, A., Parvin, S. M. R., Sheikh, N., Shaid, M., Irfana, S., & V, M. (2025). Exploring the role of islamic ethical training and business integrity in shaping ethical decision-making and business performance: A mediated–moderated analysis. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 1–33. <https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2025-0099>
- Pilu, R., Jabu, B., & Sulaiman, I. (2025). Flipped learning and its challenges: Understanding students’ struggles in Indonesian EFL contexts from teachers’ viewpoint. *Frontiers in Education*, 10, 1575385. <https://doi.org/10.3389/feduc.2025.1575385>
- Pinedo, L., Panadero, E., Fernández-Ruiz, J., García-Pérez, D., & Brown, G. T. L. (2026). The affective cost of miscalibration: Effects of discovering self-assessment accuracy on emotions and self-efficacy. *European Journal of Psychology of Education*, 41(2), 67. <https://doi.org/10.1007/s10212-026-01087-0>
- Pous, G. D. (2026). Design Thinking (intrapreneurial toolkit). In B. Véronique (Ed.), *Elgar Encyclopedia of Corporate Entrepreneurship and Intrapreneurship* (pp. 436–439). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781035338054.00079>
- Prahara, R. S., Burhan, M. U., Manzilati, A., & Ekawaty, M. (2026). Islamic Educational Leadership and Women’s Entrepreneurial Empowerment: A Pathway to Alleviating Extreme Poverty in Mojokerto, Indonesia. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(1), 60–76. <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v7i1.1941>
- Pratama, A. P., Disemadi, H. S., & Prananingtyas, P. (2019). Existence and Position of Islamic Economic Laws in Indonesia. *Legality : Jurnal Ilmiah Hukum*, 27(2), 222. <https://doi.org/10.22219/jihl.v27i2.10159>
- Purwanti, E. Y., & Widyaningsih, E. (2019). Analisis Faktor Ekonomi yang Mempengaruhi Kriminalitas di Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi-Qu*, 9(2). <https://doi.org/10.35448/jequ.v2i2.7165>
- Rafiki, A., & Nasution, M. D. T. P. (2026). Muslimpreneurs. In *International Encyclopedia of Business Management* (pp. 248–254). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-443-13701-3.00106-7>
- Rahman, Z. D., Aam, A., & Harpon, P. (2023). Workshop Pembekalan Memasuki Dunia Kerja Bagi Santri dan Santriwati Yayasan Rumah Gemilang Indonesia. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Universitas Al Azhar Indonesia*, 5(2), 126. <https://doi.org/10.36722/jpm.v5i2.1326>
- Reuvid, J. (2009). *Working for yourself: An entrepreneur’s guide to the basics* (26th ed (Online-Ausg.)). Kogan Page.
- Rosa, K. S., Tadjuddin, N., Safari, Amirudin, & Akmansyah, M. (2025). Entrepreneurship Education Management

- in State Islamic Senior High Schools: Findings from Indonesia. *International Research Journal of Multidisciplinary Scope*, 06(04), 313–325. <https://doi.org/10.47857/irjms.2025.v06i04.05851>
- Sakai, M. (2022a). Exemplifying Muslim Mompreneurs in Indonesia. In M. Sakai & A. Fauzia, *Women Entrepreneurs and Business Empowerment in Muslim Countries* (pp. 169–206). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-05954-4_5
- Sakai, M. (2022b). To Be or Not to Be a Muslim Mompreneur in Indonesia. In M. Sakai & A. Fauzia, *Women Entrepreneurs and Business Empowerment in Muslim Countries* (pp. 207–243). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-05954-4_6
- Sandhu, N., Singh, D., & Sharma, S. (2021). Flipping the Business Classroom: Benefits and Challenges. *International Journal of Sociotechnology and Knowledge Development*, 13(3), 60–76. <https://doi.org/10.4018/IJSKD.2021070104>
- Seun, A. O., & Kalsom, A. W. (2015). New venture creation determinant factors of social Muslimpreneurs. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 23(July), 17–32. Scopus.
- Shaliza, F., & Hasanah, N. (2024). Peran Inkubator Bisnis untuk Menghasilkan Keuntungan (Profit) Bagi Kelompok Pemuda. *Jurnal Pengabdian Masyarakat STIA LK (PESAT)*, 3(1), 146–151.
- Sharma, M., Prakash, A., & Chahal, U. (2025). Impact of Flipped Classroom Approach: Teaching and Learning Motivation for Engineering Education. In S. Mishra, A. Kothiyal, S. Iyer, S. Sahasrabudhe, A. Lingnau, & R. Kuo (Eds), *Proceedings of the International Conference on Technology 4 Education 2024, Volume 2* (pp. 304–311). Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-95-1734-3_36
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 225(87), 48-61.
- Sundari, S., & Lestari, H. D. (2022). Pemasaran Digital dalam Kewirausahaan. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 94–99. <https://doi.org/10.56681/wikuacitya.v1i1.23>
- Syah, D., & Rahmadani, G. (2024). The Profit-Sharing System in Financing Islamic Banking. *Qubahan Academic Journal*, 4(1), 300–309. <https://doi.org/10.48161/qaj.v4n1a198>
- Tashiro, J., Parga, D., Pollard, J., & Talanquer, V. (2021). Characterizing change in students' self-assessments of understanding when engaged in instructional activities. *Chemistry Education Research and Practice*, 22(3), 662–682. <https://doi.org/10.1039/D0RP00255K>
- Vydia, V., Cholil, S. R., & Christanto, F. W. (2023). Comparison between Rough Set and Naive Bayesian in Determining the Feasibility of Potential Entrepreneurial Types. *2023 International Conference on Technology, Engineering, and Computing Applications (ICTECA)*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/ICTECA60133.2023.10490885>
- Wang, Y., Wang, G.-J., Yan, L.-J., Gao, J., Fu, C., & Ren, H.-M. (2024). Qualitative research on the flipped classroom cognition of undergraduate nursing students. *BMC Medical Education*, 24(1), 1460. <https://doi.org/10.1186/s12909-024-06426-7>
- Widiyanti, D. Y., & Sukmadewi, R. (2024). Analisis Pengaruh Penerapan Design Thinking pada Bisnis Rintisan (Studi Kasus: Wirausaha Merdeka Universitas Padjadjaran). *JURNAL LENTERA BISNIS*, 13(1), 349. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i1.1025>
- Wykowski, J. H., & Starks, H. (2025). What Type of Self-Assessment Is Best for Your Educational Activity? A Review of Pre-Post, Now-Then, and Post-Only Designs. *Journal of General Internal Medicine*, 40(5), 1010–1015. <https://doi.org/10.1007/s11606-024-09176-w>
- Yates, N., Gough, S., & Brazil, V. (2022). Self-assessment: With all its limitations, why are we still measuring and teaching it? Lessons from a scoping review. *Medical Teacher*, 44(11), 1296–1302. <https://doi.org/10.1080/0142159X.2022.2093704>

- Yunita, W., Rozimela, Y., & Zainil, Y. (2025). Transforming Entrepreneurship Education Through Islamic Values: A Needs Assessment at an Islamic Higher Education Institution in Indonesia. *Nazhruna: Jurnal Pendidikan Islam*, 8(2), 480–495. <https://doi.org/10.31538/nzh.v8i2.224>
- Zaenuddin, K., Nurlinah, N., & Syamsu, S. (2023). Resilience of MSME Actors in Bantaeng Regency during the Covid-19 Pandemic. *Journal La Bisecoman*, 4(4), 141–147. <https://doi.org/10.37899/journallabisecom.an.v4i4.999>