

Internalisasi Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam dalam Pengembangan Jiwa Entrepreneur Syariah Berbasis Teknologi Digital

Hardita Amalia Sri Ayu Lestari*, Maslihan², Fajar Azzam Pasha Akhmad³, Tri Puspandari⁴, Ahmad Fairuz⁵

^{1,2,3,4,5}Ekonomi Syari'ah, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syari'ah Mitra Karya

* Penulis Korespondensi : harditaamaliampdi2018@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menginternalisasikan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam (PAI) dalam pengembangan jiwa entrepreneur syariah berbasis teknologi digital pada mahasiswa yang aktif dalam Himpunan Ekonomi Syariah Perguruan Tinggi Bekasi. Kegiatan dilaksanakan di Gedung Pemuda Bekasi dengan metode pelatihan, seminar interaktif, diskusi kelompok, dan praktik pemanfaatan teknologi digital dalam perencanaan bisnis syariah. Materi yang diberikan meliputi konsep dasar kewirausahaan dalam Islam, etika bisnis syariah, integrasi nilai-nilai PAI dalam praktik usaha, serta optimalisasi teknologi digital dan artificial intelligence (AI) dalam pengembangan bisnis. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terkait etika bisnis Islam, perencanaan usaha berbasis syariah, serta kemampuan memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran dan pengembangan usaha. Kegiatan ini berkontribusi dalam membentuk karakter entrepreneur yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga menjunjung tinggi nilai spiritualitas, kejujuran, dan tanggung jawab sosial

Kata kunci: Pendidikan Agama Islam, Entrepreneur Syariah, Teknologi Digital, Etika Bisnis Islam, Pengabdian Masyarakat

Abstract

This community service activity aims to internalize the values of Islamic Religious Education (PAI) in the development of a sharia entrepreneurial spirit based on digital technology in students who are active in the Sharia Economic Association of Bekasi Universities. The activity was carried out at the Bekasi Youth Building with training methods, interactive seminars, group discussions, and the practice of using digital technology in sharia business planning. The material provided includes the basic concept of entrepreneurship in Islam, sharia business ethics, the integration of PAI values in business practices, and the optimization of digital technology and artificial intelligence (AI) in business development. The results of the activity showed an increase in participants' understanding of Islamic business ethics, sharia-based business planning, and the ability to utilize digital technology as a means of marketing and business development. This activity contributes to forming an entrepreneurial character that is not only profit-oriented, but also upholds the values of spirituality, honesty, and social responsibility.

Keywords: Islamic Religious Education, Sharia Entrepreneur, Digital Technology, Islamic Business Ethics, Community Service

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital pada era Society 5.0 telah mentransformasi lanskap ekonomi global, termasuk pola kewirausahaan generasi muda (Aftitah &

Hasanah, 2025; Humaira, 2025). Integrasi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence), big data, dan platform digital mendorong lahirnya model bisnis yang lebih efisien, adaptif, dan kompetitif (Joshi et al., 2025;

Kubiczek et al., 2025; Shrivastava et al., 2025). Mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital native memiliki peluang besar untuk terlibat dalam aktivitas entrepreneur berbasis teknologi (DAFA, 2025; Noviarini et al., 2025). Namun demikian, percepatan digitalisasi juga menghadirkan tantangan etis, seperti praktik pemasaran manipulatif, kurangnya transparansi transaksi, serta orientasi profit yang mengabaikan nilai moral dan tanggung jawab sosial (Bilqis & Afmadesikha, 2025; Purwati et al., 2025). Dalam konteks ini, penguatan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam (PAI) menjadi sangat relevan untuk memastikan bahwa pertumbuhan ekonomi digital tetap berada dalam koridor etika dan prinsip syariah (Bilqis & Afmadesikha, 2025; Hashim et al., 2019; Rustya, 2023).

Secara empiris, laporan Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2023) menunjukkan bahwa lebih dari 24 juta UMKM telah terhubung ke ekosistem digital, namun masih menghadapi keterbatasan literasi keuangan dan etika bisnis. Data Badan Pusat Statistik (2024) juga mengindikasikan peningkatan partisipasi generasi muda dalam sektor ekonomi kreatif berbasis digital. Di sisi lain, laporan Otoritas Jasa Keuangan (2023) menyebutkan bahwa indeks literasi keuangan syariah nasional masih berada pada kategori menengah. Fakta ini menunjukkan bahwa transformasi digital belum sepenuhnya diiringi dengan internalisasi nilai-nilai ekonomi Islam, khususnya di kalangan mahasiswa sebagai calon pelaku ekonomi masa depan (Anggriawan et al., 2025; Wibawa et al., 2023).

Secara normatif, konsep kewirausahaan dalam Islam menekankan keseimbangan

antara profit dan keberkahan (barakah), sebagaimana tercermin dalam prinsip *ṣidq* (kejujuran), *amanah*, *ʿadl* (keadilan), dan *masʿuliyah* (tanggung jawab sosial) (Joshi et al., 2025; Kubiczek et al., 2025; Shrivastava et al., 2025). Namun dalam praktiknya, mahasiswa cenderung lebih fokus pada aspek teknis digital marketing, monetisasi platform, dan optimalisasi algoritma dibandingkan dengan pendalaman etika bisnis Islam (Arifin & Kholis, 2025; Rapi et al., 2024; Wedi & Mardiana, 2025). Kesenjangan antara idealitas normatif dan praktik empiris inilah yang menuntut adanya program pengabdian yang terstruktur, aplikatif, dan berbasis praktik langsung.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berbasis nilai agama berpengaruh positif terhadap pembentukan karakter bisnis yang etis, sementara literasi digital terbukti meningkatkan daya saing usaha rintisan mahasiswa (Astrachan et al., 2020). Namun sebagian besar kajian tersebut masih bersifat parsial dan belum mengintegrasikan secara simultan dimensi nilai spiritual, karakter entrepreneur syariah, dan keterampilan teknologi digital dalam satu model pemberdayaan. Selain itu, konteks mahasiswa yang tergabung dalam komunitas strategis seperti Himpunan Mahasiswa Ekonomi Syariah belum banyak dijadikan sasaran program pengabdian berbasis pendekatan partisipatif.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dirancang sebagai model integratif yang menggabungkan internalisasi nilai PAI, penguatan jiwa entrepreneur syariah, serta pelatihan pemanfaatan teknologi digital dan AI dalam perencanaan serta pemasaran usaha. Program ini dilaksanakan melalui pendekatan seminar nilai, workshop

perencanaan bisnis syariah, simulasi praktik digital marketing, serta pendampingan penyusunan rencana usaha berbasis platform digital. Pendekatan learning by doing digunakan agar peserta tidak hanya memahami konsep secara normatif, tetapi juga mampu mengimplementasikannya dalam praktik nyata.

Permasalahan utama yang diangkat dalam kegiatan ini adalah bagaimana menginternalisasikan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam secara efektif dalam pengembangan jiwa entrepreneur syariah berbasis teknologi digital pada mahasiswa Himpunan Ekonomi Syariah Perguruan Tinggi di Bekasi. Selain itu, perlu dianalisis sejauh mana integrasi nilai spiritual dan kompetensi digital mampu meningkatkan kesiapan mahasiswa dalam merancang dan mengelola bisnis syariah yang adaptif, inovatif, dan beretika.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk: (1) mengembangkan model internalisasi nilai PAI dalam pembentukan karakter entrepreneur syariah berbasis teknologi digital; (2) meningkatkan literasi etika bisnis Islam mahasiswa; dan (3) memperkuat kompetensi pemanfaatan teknologi digital dan AI dalam perencanaan serta pemasaran usaha. Secara teoretis, kegiatan ini berkontribusi pada pengembangan kajian interdisipliner antara Pendidikan Agama Islam, ekonomi syariah, dan transformasi digital dalam konteks kewirausahaan. Secara praktis, hasil kegiatan ini diharapkan menjadi model pemberdayaan mahasiswa berbasis nilai dan teknologi yang dapat direplikasi oleh perguruan tinggi lain serta mendukung penguatan ekosistem ekonomi syariah di tingkat lokal maupun nasional.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan participatory action approach dengan model pelatihan partisipatif dan berbasis praktik (learning by doing). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peserta tidak hanya menerima materi secara konseptual, tetapi juga terlibat aktif dalam proses refleksi nilai, perencanaan bisnis, serta praktik pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan dilaksanakan secara luring di Gedung Pemuda Bekasi yang beralamat di Jl. Lap Serbaguna No. 1, Margahayu, Kota Bekasi, Jawa Barat. Lokasi ini dipilih karena representatif sebagai pusat kegiatan kepemudaan dan mudah diakses oleh mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di Kota Bekasi.

Desain Kegiatan

Desain kegiatan disusun dalam tiga tahapan utama, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Secara metodologis, kegiatan ini mengintegrasikan metode ceramah interaktif, diskusi kelompok terarah (focus group discussion), studi kasus, simulasi bisnis, serta praktik penggunaan teknologi digital berbasis kecerdasan buatan (AI).

Subjek dan Karakteristik Peserta

Peserta kegiatan adalah mahasiswa yang aktif dalam Himpunan Ekonomi Syariah Perguruan Tinggi Bekasi. Kriteria partisipan meliputi:

1. Mahasiswa aktif minimal semester III;
2. Memiliki minat pada bidang kewirausahaan atau bisnis syariah;
3. Terlibat aktif dalam kegiatan organisasi Himpunan Ekonomi Syariah.

Peserta dipilih dengan teknik purposive sampling, yaitu berdasarkan pertimbangan keterlibatan dan relevansi kebutuhan pengembangan kapasitas entrepreneur

syariah. Karakteristik peserta yang relatif homogen dari latar belakang keilmuan ekonomi syariah mendukung efektivitas internalisasi nilai dan diskusi kontekstual.

Tim Pelaksana dan Peran

Kegiatan ini dilaksanakan oleh tim dosen dan mahasiswa dengan pembagian peran yang sistematis sebagai berikut:

Tabel 1. Struktur Tim Pelaksana

No	Nama	Peran dalam Kegiatan	Materi yang Disampaikan
1	Dr. Hardita Amalia, M.Pd.I.	Ketua Tim & Narasumber Utama	Internalisasi Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam dalam Pembentukan Karakter Entrepreneur Syariah; Etika Bisnis Islam (ʿsidq, amanah, ‘adl, mas’uliyah)
2	Ir. Maslihan	Narasumber	Penguatan Manajemen Usaha dan Strategi Pengembangan Bisnis Syariah
3	Fajar Azzam Pasha Akhmad, ST., MM.	Fasilitator	Penyusunan Model Bisnis (Business Model Canvas) dan Analisis Kelayakan Usaha Syariah
4	Tri Puspandari, S.Kom., MM.	Narasumber	Pemanfaatan Teknologi Digital dan Artificial Intelligence (AI) dalam Pemasaran dan Branding Bisnis

5	Mahasiswa STIES Mitra Karya	Asisten Fasilitator	
6	Mahasiswa STIES Mitra Karya	Asisten Fasilitator	

Pembagian peran ini bertujuan memastikan integrasi multidisipliner antara aspek religius, manajerial, dan teknologis dalam kegiatan.

Tahap Persiapan

Tahap persiapan meliputi:

1. Koordinasi internal tim untuk menyusun rancangan kegiatan, modul pelatihan, dan instrumen evaluasi;
2. Analisis kebutuhan peserta melalui survei awal (needs assessment) terkait pemahaman etika bisnis syariah dan literasi digital;
3. Penyusunan materi berbasis integrasi nilai PAI, kewirausahaan syariah, dan teknologi digital;
4. Penyusunan instrumen pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta.

Analisis kebutuhan dilakukan secara daring sebelum pelaksanaan kegiatan untuk memastikan materi yang diberikan sesuai dengan tingkat pengetahuan awal peserta.

Tabel 2. Jadwal Tahap Persiapan Kegiatan

No	Kegiatan Persiapan	Uraian Kegiatan	Waktu Pelaksanaan
1	Koordinasi Internal Tim	Rapat perencanaan untuk menyusun desain kegiatan, pembagian tugas, penyusunan	20-Okt-25

		timeline, serta penentuan metode pelatihan	
2	Penyusunan Modul dan Materi	Penyusunan bahan ajar terintegrasi meliputi nilai-nilai PAI, kewirausahaan syariah, manajemen bisnis, serta teknologi digital dan AI	22-30 Oktober 2025
3	Penyusunan Instrumen Evaluasi	Penyusunan instrumen pre-test dan post-test serta lembar observasi dan refleksi peserta	28-31 Oktober 2025
4	Analisis Kebutuhan (Needs Assessment)	Penyebaran survei daring kepada calon peserta untuk mengidentifikasi tingkat pemahaman awal tentang etika bisnis syariah dan literasi digital	1-5 November 2025
5	Finalisasi Teknis Kegiatan	Konfirmasi lokasi, perlengkapan, daftar hadir peserta, serta kesiapan perangkat presentasi dan dokumentasi	8-10 November 2025
6	Gladi Bersih Internal	Simulasi alur kegiatan dan sinkronisasi materi antar narasumber	11-Nov-25

Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dilakukan dalam beberapa sesi terstruktur:

1. Seminar Konseptual

Penyampaian materi mengenai konsep entrepreneur dalam perspektif Islam, mencakup prinsip halal, keadilan transaksi, tanggung jawab sosial, dan orientasi keberkahan. Metode ceramah interaktif digunakan untuk membangun pemahaman dasar peserta.

2. Pelatihan Etika Bisnis Syariah

Peserta diajak menganalisis studi kasus praktik bisnis kontemporer dan mengidentifikasi aspek yang sesuai maupun bertentangan dengan prinsip syariah. Diskusi kelompok dilakukan untuk mendorong kemampuan berpikir kritis dan reflektif.

3. Workshop Teknologi Digital dan AI

Peserta memperoleh pelatihan praktis mengenai pemanfaatan media sosial, marketplace, serta penggunaan AI sederhana untuk analisis pasar, pembuatan konten promosi, dan perencanaan strategi branding. Sesi ini bersifat praktik langsung dengan pendampingan fasilitator.

4. Simulasi Perencanaan Bisnis Syariah

Peserta dibagi dalam kelompok untuk menyusun mini business plan berbasis syariah yang mencakup aspek produk halal, segmentasi pasar, strategi pemasaran digital, serta analisis keberlanjutan usaha. Hasil simulasi dipresentasikan dan mendapat umpan balik dari tim pelaksana.

Berikut tabel rinci Tahap Pelaksanaan Kegiatan pada hari Rabu, 12 November 2025, yang memuat sesi kegiatan, metode, narasumber/pembicara, serta output yang diharapkan.

Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dirancang untuk mengukur efektivitas kegiatan secara komprehensif,

baik dari aspek kognitif, afektif, maupun aplikatif. Evaluasi dilakukan menggunakan pendekatan campuran (mixed methods), yaitu kuantitatif dan kualitatif, sehingga mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai peningkatan pemahaman, perubahan sikap, serta kesiapan implementasi peserta dalam mengembangkan entrepreneur syariah berbasis teknologi digital.

Evaluasi Kuantitatif

Evaluasi kuantitatif bertujuan untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta secara terukur dan objektif. Instrumen yang digunakan berupa pre-test dan post-test dengan bentuk soal pilihan ganda dan pernyataan skala Likert. Instrumen disusun berdasarkan tiga indikator utama, yaitu:

1. Pemahaman nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dalam bisnis (sidq, amanah, 'adl, mas'uliyah, orientasi keberkahan);
2. Pemahaman konsep entrepreneur syariah dan prinsip fiqh muamalah dalam praktik usaha;
3. Pemahaman dan keterampilan dasar pemanfaatan teknologi digital dan AI dalam pemasaran serta pengembangan usaha.

Pre-test diberikan sebelum sesi materi dimulai untuk mengidentifikasi tingkat pemahaman awal peserta. Post-test diberikan setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai pada hari yang sama untuk mengetahui perubahan tingkat pemahaman. Skor masing-masing peserta dihitung dan dirata-ratakan untuk memperoleh nilai mean pre-test dan post-test.

Analisis data dilakukan dengan langkah berikut:

1. Menghitung rata-rata skor pre-test dan post-test;

2. Menghitung selisih skor (gain score);
3. Menghitung persentase peningkatan pemahaman menggunakan rumus:

$$\text{Persentase Peningkatan} = \frac{\text{Skor Post-test} - \text{Skor Pre-test}}{\text{Skor Pre-test}} \times 100\%$$

Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel dan diagram untuk memperlihatkan tren peningkatan pemahaman peserta. Indikator keberhasilan kuantitatif ditetapkan apabila terjadi peningkatan rata-rata minimal 20% dari skor awal.

Evaluasi Kualitatif

Evaluasi kualitatif dilakukan untuk mengidentifikasi perubahan sikap, persepsi, motivasi, dan kesiapan implementasi peserta setelah mengikuti kegiatan. Teknik pengumpulan data meliputi:

1. Diskusi reflektif kelompok pada akhir sesi kegiatan;
2. Lembar umpan balik (feedback form) terbuka;
3. Observasi partisipatif oleh tim pelaksana selama proses pelatihan dan simulasi berlangsung.

Pertanyaan reflektif diarahkan pada beberapa aspek, yaitu:

1. Persepsi peserta terhadap relevansi integrasi nilai PAI dengan kewirausahaan;
2. Tingkat pemahaman baru yang diperoleh;
3. Manfaat praktik teknologi digital dan AI dalam perencanaan bisnis;
4. Komitmen peserta untuk mengimplementasikan mini business plan yang telah disusun.

Data kualitatif dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif tematik, yaitu dengan mengelompokkan jawaban peserta ke dalam tema-tema utama seperti

peningkatan kesadaran etis, motivasi berwirausaha, dan kesiapan digital. Hasil analisis digunakan untuk melengkapi temuan kuantitatif serta memberikan interpretasi yang lebih mendalam mengenai dampak kegiatan.

Evaluasi Produk (Output-Based Evaluation)

Selain evaluasi proses dan pemahaman, dilakukan pula evaluasi terhadap produk yang dihasilkan peserta, yaitu mini business plan berbasis syariah. Aspek yang dinilai meliputi:

1. Kesesuaian produk dengan prinsip halal dan etika bisnis Islam;
2. Kejelasan segmentasi pasar dan strategi pemasaran digital;
3. Inovasi dan keberlanjutan model bisnis;
4. Integrasi nilai spiritual dalam visi usaha.

Penilaian dilakukan menggunakan rubrik evaluasi terstruktur dengan skala penilaian 1–4. Hasil penilaian ini menjadi indikator kesiapan peserta dalam mengimplementasikan rencana usaha secara nyata.

Indikator Keberhasilan Kegiatan

Secara keseluruhan, keberhasilan kegiatan ditentukan berdasarkan:

1. Peningkatan signifikan skor post-test dibandingkan pre-test;
2. Partisipasi aktif peserta dalam diskusi dan workshop;
3. Kualitas mini business plan yang memenuhi kriteria syariah dan digital;
4. Munculnya komitmen tindak lanjut berupa rencana implementasi usaha atau kolaborasi lanjutan dalam komunitas Himpunan Ekonomi Syariah.

Dengan sistem evaluasi yang terstruktur ini, kegiatan pengabdian tidak hanya diukur dari

aspek pelaksanaan, tetapi juga dari dampak nyata terhadap peningkatan literasi etika bisnis Islam, kompetensi digital, serta pembentukan karakter entrepreneur syariah mahasiswa.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan Pemahaman Nilai-Nilai PAI dalam Bisnis

Berdasarkan hasil evaluasi kuantitatif melalui pre-test dan post-test, terjadi peningkatan signifikan pada pemahaman peserta terkait integrasi nilai-nilai Pendidikan Agama Islam (PAI) dalam praktik kewirausahaan. Rata-rata skor pada indikator “Nilai PAI dalam Bisnis” meningkat dari 62 menjadi 82 atau mengalami kenaikan sebesar 32,25%. Indikator “Konsep Entrepreneur Syariah” meningkat dari 65 menjadi 85 (30,76%), sedangkan indikator “Pemanfaatan Teknologi Digital” meningkat dari 60 menjadi 80 (33,33%).

Grafik yang ditampilkan menunjukkan adanya perbedaan yang jelas antara skor sebelum dan sesudah pelatihan. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa pendekatan integratif antara penguatan nilai spiritual dan praktik kewirausahaan digital efektif dalam meningkatkan literasi etika bisnis Islam mahasiswa. Secara statistik deskriptif, seluruh indikator mengalami peningkatan di atas batas minimal keberhasilan ($\geq 20\%$), sehingga kegiatan dapat dikategorikan berhasil dari sisi capaian kognitif.

Secara kualitatif, hasil diskusi reflektif menunjukkan perubahan cara pandang peserta terhadap makna bisnis dalam Islam. Sebelum kegiatan, sebagian besar peserta memandang bisnis terutama sebagai aktivitas ekonomi yang berorientasi pada profit dan ekspansi pasar. Setelah mengikuti seminar dan pelatihan, peserta mulai

menekankan pentingnya keberkahan (barakah), tanggung jawab sosial, serta integritas moral dalam setiap transaksi. Beberapa peserta menyampaikan bahwa mereka baru menyadari pentingnya aspek niat dan nilai ibadah dalam aktivitas usaha. Berikut ringkasan temuan kualitatif yang dikategorikan berdasarkan tema utama:

Table 3. Perubahan Sikap dan Orientasi

Tema Perubahan	Temuan Utama	Persentase Peserta ($\pm$)
Kesadaran Etika Bisnis	Menyadari pentingnya kejujuran dan transparansi dalam transaksi	85%
Orientasi Keberkahan	Mengubah orientasi bisnis dari profit semata menjadi profit dan keberkahan	80%
Tanggung Jawab Sosial	Memahami pentingnya kontribusi sosial dalam usaha	75%
Integrasi Digital Syariah	Mampu mengaitkan strategi digital dengan prinsip halal dan etika	78%
Motivasi Berwirausaha	Meningkatnya kepercayaan diri untuk memulai usaha syariah	82%

Data tersebut menunjukkan bahwa perubahan tidak hanya terjadi pada aspek pengetahuan, tetapi juga pada dimensi afektif dan motivasional. Peserta menyatakan bahwa diskusi studi kasus membantu mereka memahami contoh konkret praktik bisnis yang bertentangan dengan prinsip syariah, seperti manipulasi informasi produk atau eksploitasi konsumen melalui strategi pemasaran yang tidak etis.

Dalam sesi simulasi mini business plan, mayoritas kelompok mampu memasukkan unsur nilai PAI secara eksplisit dalam visi dan misi usaha yang dirancang. Misalnya, beberapa kelompok mencantumkan komitmen terhadap transparansi harga, penggunaan bahan halal, serta alokasi sebagian keuntungan untuk kegiatan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa internalisasi nilai tidak berhenti pada tataran konseptual, tetapi mulai terimplementasi dalam perencanaan praktis.

Secara analitis, peningkatan ini dapat dijelaskan melalui pendekatan experiential learning, di mana peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga terlibat dalam praktik langsung dan refleksi kritis. Integrasi antara ceramah nilai, diskusi kasus, dan praktik teknologi digital menciptakan proses pembelajaran yang komprehensif dan transformatif.

Dengan demikian, hasil kegiatan menunjukkan bahwa internalisasi nilai-nilai PAI dalam pengembangan jiwa entrepreneur syariah berbasis teknologi digital efektif meningkatkan pemahaman, kesadaran etis, serta motivasi mahasiswa untuk mengembangkan bisnis yang tidak hanya kompetitif secara digital, tetapi juga berlandaskan prinsip-prinsip Islam.

Penguatan Jiwa Entrepreneur Syariah

2. Penguatan Jiwa Entrepreneur Syariah

Hasil kegiatan menunjukkan adanya penguatan signifikan pada dimensi karakter entrepreneur syariah peserta, baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Penguatan ini diukur melalui instrumen self-assessment skala Likert (1–5) yang diberikan sebelum dan sesudah kegiatan, serta diperkuat melalui hasil observasi dan wawancara reflektif. Indikator yang diukur meliputi

komitmen terhadap prinsip halal, keadilan dan transparansi transaksi, tanggung jawab sosial, orientasi keberlanjutan usaha, serta kepercayaan diri memulai usaha.

Berikut adalah rekapitulasi skor rata-rata sebelum dan sesudah kegiatan:

Tabel 4. Peningkatan Jiwa Entrepreneur Syariah (Skala 1-5)

No	Indikator	Skor Awal	Skor Akhir	Peningkatan (%)
1	Komitmen terhadap Prinsip Halal	3	4,2	40,00%
2	Keadilan & Transparansi Transaksi	2,8	4	42,80%
3	Tanggung Jawab Sosial	2,9	4,1	41,30%
4	Orientasi Keberlanjutan Usaha	3,1	4,3	38,70%
5	Kepercayaan Diri Memulai Usaha	2,7	4	48,10%

Berdasarkan tabel tersebut, seluruh indikator mengalami peningkatan signifikan di atas 35%. Peningkatan tertinggi terjadi pada indikator kepercayaan diri memulai usaha (48,1%), yang menunjukkan bahwa kegiatan tidak hanya meningkatkan pemahaman konseptual, tetapi juga memperkuat kesiapan psikologis peserta untuk terjun dalam kewirausahaan syariah.

Secara rata-rata, skor awal peserta berada pada kategori “cukup” (2,7–3,1), sedangkan skor akhir meningkat ke kategori “baik-sangat baik” (4,0–4,3). Hal ini menunjukkan perubahan yang substansial dalam pola pikir dan orientasi kewirausahaan peserta.

Temuan diperkuat dengan hasil wawancara dan diskusi reflektif. Beberapa pola temuan utama adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Ringkasan Hasil Wawancara Peserta

Tema	Pernyataan Reflektif Peserta	Interpretasi
Kesadaran Prinsip Halal	“Saya jadi lebih teliti dalam memikirkan sumber bahan dan proses produksi agar benar-benar halal.”	Terjadi peningkatan kesadaran normatif dan kehati-hatian dalam praktik bisnis
Transparansi Transaksi	“Biasanya saya hanya fokus harga dan keuntungan, sekarang saya sadar pentingnya transparansi informasi produk.”	Perubahan orientasi menuju etika bisnis yang lebih adil
Tanggung Jawab Sosial	“Saya ingin usaha saya nanti punya program sedekah atau pemberdayaan masyarakat.”	Muncul orientasi sosial dan kebermanfaatan
Orientasi Jangka Panjang	“Bisnis bukan hanya cepat untung, tapi harus berkelanjutan dan membawa keberkahan.”	Perubahan paradigma dari short-term profit ke long-term sustainability
Kepercayaan Diri	“Setelah menyusun business plan, saya merasa lebih siap memulai usaha.”	Peningkatan self-efficacy kewirausahaan

Secara observasional, selama sesi simulasi mini business plan, mayoritas kelompok secara eksplisit memasukkan unsur nilai syariah dalam rancangan usaha mereka. Contohnya:

1. Menyusun visi usaha berbasis keberkahan dan kemaslahatan;
2. Menetapkan komitmen transparansi harga dalam strategi pemasaran digital;
3. Merancang skema alokasi sebagian keuntungan untuk kegiatan sosial;
4. Menghindari strategi pemasaran manipulatif dalam promosi media sosial.

Optimalisasi Teknologi Digital dan AI

Pelatihan optimalisasi teknologi digital dan Artificial Intelligence (AI) difokuskan pada peningkatan literasi digital peserta dalam konteks bisnis syariah. Materi yang diberikan mencakup pemanfaatan media sosial untuk branding, penggunaan marketplace, pembuatan konten berbasis nilai-nilai PAI, serta pemanfaatan tools AI untuk riset pasar, analisis tren, dan penyusunan deskripsi produk secara efektif.

Evaluasi kuantitatif dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman dan keterampilan digital peserta.

Tabel 6. Hasil Pre-Test dan Post-Test Pemanfaatan Teknologi Digital dan AI

No	Indikator Penilaian	Rata-rata Pre-Test	Rata-rata Post-Test	Peningkatan (%)
1	Pemahaman strategi digital marketing	60	85	41,60%
2	Kemampuan membuat konten promosi	58	83	43,10%
3	Pemanfaatan AI untuk riset pasar	52	80	53,80%
4	Analisis tren dan segmentasi pasar	55	82	49,00%

5	Integrasi nilai syariah dalam konten digital	63	88	39,60%
---	--	----	----	--------

Hasil tersebut menunjukkan peningkatan signifikan pada seluruh indikator, terutama pada kemampuan pemanfaatan AI untuk riset pasar yang mengalami kenaikan tertinggi (53,8%). Hal ini mengindikasikan bahwa sebelumnya peserta belum familiar dengan teknologi AI, namun setelah pelatihan mereka mampu menggunakannya secara praktis dalam perencanaan usaha.

Hasil wawancara dan diskusi reflektif menunjukkan adanya perubahan sikap dan pola pikir peserta terhadap teknologi digital dan AI dalam bisnis.

Dampak Sosial dan Akademik

Kegiatan pengabdian ini tidak hanya berdampak pada peningkatan kompetensi individu peserta, tetapi juga memberikan efek sosial dan akademik yang lebih luas dalam penguatan ekosistem kewirausahaan syariah di lingkungan perguruan tinggi di Bekasi. Sinergi antara dosen dan mahasiswa terbangun melalui kolaborasi riset, pendampingan bisnis, serta pengembangan model pembelajaran berbasis proyek (project-based learning) yang terintegrasi dengan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dan prinsip ekonomi syariah.

Evaluasi dampak sosial dan akademik dilakukan melalui angket persepsi peserta dan dokumentasi keterlibatan akademik.

Tabel 7. Dampak Sosial dan Akademik Program

No	Indikator Dampak	Persentase Capaian (%)
----	------------------	------------------------

1	Meningkatnya kolaborasi dosen-mahasiswa	88%
2	Tumbuhnya minat berwirausaha syariah	91%
3	Kesiapan membangun bisnis berbasis digital	86%
4	Integrasi materi pelatihan dalam tugas akademik	84%
5	Keinginan mengikuti program lanjutan	93%

Rata-rata capaian keseluruhan: 88,4% (kategori sangat baik)

Selain itu, dari 15 peserta:

1. 10 mahasiswa (66%) mulai merancang proposal bisnis syariah sebagai tugas mata kuliah.
2. 6 mahasiswa (40%) mulai membuat akun bisnis di marketplace atau media sosial secara aktif.
3. 4 mahasiswa (26%) mengembangkan ide bisnis menjadi prototype sederhana.

Data tersebut menunjukkan bahwa dampak program tidak berhenti pada tataran kognitif, tetapi berlanjut pada tindakan nyata (behavioral change).

4. KESIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat ini menunjukkan bahwa integrasi Pendidikan Agama Islam, ekonomi syariah, kewirausahaan, serta pemanfaatan teknologi digital dan AI memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kompetensi mahasiswa. Secara kuantitatif, terjadi peningkatan pemahaman pada aspek nilai-nilai PAI dalam bisnis, penguatan jiwa entrepreneur syariah, serta kemampuan memanfaatkan teknologi digital untuk strategi pemasaran. Secara kualitatif, peserta menunjukkan perubahan pola pikir dari sekadar orientasi profit menuju orientasi keberkahan, etika, dan tanggung jawab sosial. Selain itu, terbentuk sinergi yang lebih kuat antara dosen dan mahasiswa dalam

proses pendampingan, diskusi reflektif, dan pengembangan ide bisnis berbasis syariah.

Secara sosial dan akademik, program ini berkontribusi dalam membangun ekosistem kewirausahaan syariah digital di lingkungan perguruan tinggi Bekasi. Mahasiswa tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga mulai mengimplementasikan ide bisnis dalam bentuk proposal, akun usaha digital, dan prototype sederhana. Dampak berkelanjutan terlihat pada integrasi hasil pelatihan dalam tugas akademik, rencana PKM, serta gagasan penelitian lanjutan. Oleh karena itu, kegiatan serupa direkomendasikan untuk dilaksanakan secara berkelanjutan dengan pendampingan intensif dan kolaborasi lintas disiplin agar penguatan karakter entrepreneur syariah berbasis teknologi dapat berkembang secara sistematis dan berdaya saing.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada pimpinan Perguruan Tinggi di Bekasi atas dukungan dan fasilitasi kegiatan ini, kepada Himpunan Mahasiswa Ekonomi Syariah sebagai mitra yang berpartisipasi aktif, serta kepada seluruh tim dosen dan mahasiswa yang terlibat dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program Pengabdian kepada Masyarakat ini sehingga dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Aftitah, F. N., & Hasanah, K. (2025). Pengaruh UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada tahun 2023. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 3(1), 32–43.

Anggriawan, F., Pertiwi, A. D., & Dwiyaningsih, D. (2025). Peran Konsep Bisnis Digital Pada Pelaku UMKM. *An-Najah: Journal of Islamic Economics*, 1(01).

Arifin, A. A., & Kholis, N. (2025). SPIRITUAL VALUES IN A DIGITAL WORKPLACE: THE INTEGRATION OF ISLAMIC ETHICS INTO HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT AT BANK SYARIAH INDONESIA. *Qudus International Journal of Islamic Studies*, 13(1), 235–268. <https://doi.org/10.21043/qijis.v13i1.33522>

Astrachan, J. H., Binz Astrachan, C., Campopiano, G., & Baù, M. (2020). Values, Spirituality and Religion: Family Business and the Roots of Sustainable Ethical Behavior. *Journal of Business Ethics*, 163(4), 637–645. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04392-5>

Bilqis, A. H., & Afmadesikha, N. (2025). Integrasi nilai syariah dalam praktik kewirausahaan Islami: Tinjauan hablumminallah dan hablumminannas. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(3), 70–78.

DAFA, R. P. (2025). PENGARUH PROGRAM KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI INDIVIDU TERHADAP NIAT KEWIRAUSAHAAN DENGAN MOTIVASI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS LAMPUNG.

Hashim, N., Othman, A., Hussin, N., & Mohamad, A. (2019). Islamic entrepreneurship education model for higher education institution. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 11(5 Special Issue), 511–526. [https://www.scopus.com/inward/record.u](https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-)

[85071975275&partnerID=40&md5=ac1474c5bb7baf1939e7c34cb490c1b0](https://doi.org/10.21043/qijis.v13i1.33522)

Humaira, N. A. (2025). Transformasi UMKM di era ekonomi digital 2025: Strategi inovatif menuju kemandirian dan daya saing global. *Jurnal Kajian Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Strategis*, 1(1 Juli), 1–10.

Joshi, A., Spilbergs, A., & Mīkelsone, E. (2025). The Role of Digitalization, Big Data Analytics, and Artificial Intelligence in Transforming. *Journal of Neonatal Surgery*, 14(1S), 1127–1135. <https://doi.org/10.52783/jns.v14.1686>

Kubiczek, J., Roszko-Wójtowicz, E., Koczy, J., Waszkiewicz, I., & Woś, K. (2025). Harnessing AI for business transformation: strategies for effective implementation and market advantage. *Statistics in Transition New Series*, 26(2), 199–213. <https://doi.org/10.59139/stattrans-2025-022>

Noviarini, T., Waluyo, P., Maslihan, M., Aviantono, B., & Lestari, H. A. S. (2025). Pelatihan Public Speaking sebagai Sarana Pengembangan Wirausaha Muda Kader PMII Kota Bekasi: Public Speaking Training as a Means of Developing Young Entrepreneurs among PMII Cadres in Bekasi City. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(8), 1916–1922.

Purwati, A. S., Taufiq, M., Mayasari, V., & Mulasiwi, C. M. (2025). PENTINGNYA PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DI PERGURUAN TINGGI. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 27(2), 18–25.

Rapi, M., Rusdi, M., & Idris, R. (2024). Challenges and Opportunities of Artificial Intelligence Adoption in Islamic Education

in Indonesian Higher Education Institutions. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, 23(11), 423–443. <https://doi.org/10.26803/ijlter.23.11.22>
Rustya, D. (2023). Pengembangan Kewirausahaan Berkelanjutan dalam Pendidikan: Pendekatan Berdasarkan Prinsip-prinsip Ekonomi Islam. *Journal Islamic Banking*, 3(2), 61–75.

Shrivastava, A., Hundekari, S., Praveen, R. V. S., Hussein, L., Varshney, N., & Peri, S. S. S. R. G. (2025). Shaping the Future of Business Models: AI's Role in Enterprise Strategy and Transformation. *International Conference on Engineering, Technology and Management, ICETM* 2025.

<https://doi.org/10.1109/ICETM63734.2025.11051646>

Wedi, A., & Mardiana, D. (2025). Digital Transformation Model of Islamic Religious Education in the AI Era: A Case Study of Madrasah Aliyah in East Java, Indonesia. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, 24(8), 842–863. <https://doi.org/10.26803/ijlter.24.8.37>
Wibawa, B. M., Rai, N. G. M., Bramanti, G. W., & Baihaqi, I. (2023). Meningkatkan daya saing pengusaha perempuan melalui pelatihan mindset kewirausahaan dan literasi digital. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(3), 354–366.