

## PEDAGOGI SIRAH NABAWIYAH UNTUK PEMBENTUKAN KARAKTER KEWIRAUSAHAAN MUSLIM

**Hurriah Ali Hasan**

*Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia*  
E-mail Correspondent: [hurriahalihasan@unismuh.ac.id](mailto:hurriahalihasan@unismuh.ac.id)

### **Abstrak**

Artikel ini mengembangkan rancangan pedagogi berbasis Sirah Nabawiyah untuk membentuk karakter kewirausahaan Muslim yang berintegritas, adaptif, dan berorientasi kemaslahatan. Kerangka memadukan empat sifat kenabian—*shiddiq, amanah, fathonah, tabligh (SAFT)*—dengan kompetensi kewirausahaan (pengenalan peluang, kreasi nilai, ketangguhan, kolaborasi, literasi keuangan, dan etika bisnis). Metodologi yang diusulkan berupa *design-based research (DBR)* dalam tiga siklus: (1) ko-desain kurikulum dan perangkat ajar berbasis studi kasus sirah, (2) implementasi *project-/service-based learning* melalui “Pasar Madinah” (simulasi usaha bernilai syariah), dan (3) evaluasi formatif menggunakan rubrik SAFT-Entrepreneurship. Tinjauan pustaka mutakhir tentang pendidikan kewirausahaan, tanggung jawab sosial, dan karakter menunjukkan efektivitas pendekatan berbasis pengalaman dan nilai untuk meningkatkan hasil belajar dan perilaku etis wirausaha pemula. Artikel menyajikan model konseptual, contoh rencana pembelajaran 6–8 pertemuan, rubrik asesmen, serta rekomendasi implementasi di pesantren, madrasah, dan perguruan tinggi. Implikasi praktis mencakup integrasi asesmen karakter ke dalam kinerja bisnis mahasiswa, sementara kontribusi teoretisnya adalah penautan eksplisit SAFT dengan kompetensi kewirausahaan kontemporer serta SDGs.

**Kata kunci:** Sirah Nabawiyah, Pendidikan kewirausahaan, Etika bisnis Islam

### **Abstract**

#### SIRAH NABAWIYAH PEDAGOGY FOR THE FORMATION OF MUSLIM ENTREPRENEURIAL CHARACTER

This article developed pedagogical design based on Sirah Nabawiyah to form a Muslim entrepreneurial character that is integrity, adaptive, and benefit-oriented. The framework combines the four prophetic attributes—*shiddiq, amanah, fathonah, tabligh (SAFT)*—with entrepreneurial competencies (opportunity recognition, value creation, resilience, collaboration, financial literacy, and business ethics). The proposed methodology is in the form of *design-based research (DBR)* in three cycles: (1) co-design of curriculum and teaching tools

*based on sirah case studies, (2) implementation of project-/service-based learning through "Pasar Medina" (simulation of sharia value businesses), and (3) formative evaluation using the SAFT-Entrepreneurship rubric. A review of the latest literature on entrepreneurship education, social responsibility, and character demonstrates the effectiveness of experience- and value-based approaches to improving the learning outcomes and ethical behaviors of budding entrepreneurs. The article presents a conceptual model, examples of lesson plans for 6–8 meetings, assessment rubrics, and implementation recommendations in Islamic boarding schools, madrasas, and universities. Practical implications include the integration of character assessments into student business performance, while the theoretical contribution is the explicit linking of SAFT with contemporary entrepreneurial competencies as well as the SDGs.*

**Keywords:** *Sirah Nabawiyah, entrepreneurship education, Islamic business ethics.*

## **PENDAHULUAN**

Kewirausahaan sejak lama diakui sebagai salah satu pendorong utama penciptaan kerja, inovasi, dan ketahanan ekonomi. Namun, literatur mutakhir menegaskan bahwa pendidikan kewirausahaan yang berdampak tidak cukup hanya menjejalkan pengetahuan bisnis teknis—ia harus membentuk mindset, keterampilan, dan karakter secara terpadu agar lulusan siap beradaptasi dengan perubahan, belajar sepanjang hayat, serta bertindak bertanggung jawab dalam ekosistem yang makin terdigitalisasi. Laporan OECD Skills Outlook 2021 menekankan pentingnya *lifelong learning* dan koordinasi kebijakan untuk memastikan keterampilan (termasuk kewirausahaan) tumbuh inklusif dan relevan dengan tantangan digitalisasi serta disrupsi pasar tenaga kerja.

Dalam ranah praktik pendidikan, riset-riset terbaru menunjukkan bahwa pendekatan berbasis pengalaman—project-based learning, service learning, simulasi usaha, serta refleksi terstruktur—lebih efektif meningkatkan niat, sikap, dan kompetensi kewirausahaan dibandingkan pengajaran ceramah semata. Selain itu, agenda global mendorong pergeseran dari sekadar “mencetak pengusaha” ke *Responsible Entrepreneurship Education* (REE) yang menambatkan dimensi etika, keberlanjutan, dan dampak sosial ke dalam proses pembelajaran dan asesmen. Di tingkat metodologis, karya-karya dalam *Frontiers in Psychology* (2022) menunjukkan pengaruh nyata pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha dan jejaring sosial kewirausahaan mahasiswa; sementara *Sustainability* (2022) menawarkan kerangka REE (4R: *re-imagining, reconfiguring, reshaping, reforming*) guna memandu dosen merancang pedagogi yang menumbuhkan kompetensi sekaligus tanggung jawab sosial.

Dimensi praksis dari etika Qur’ani itu menemukan teladan paling utuh dalam Sirah Nabawiyah. Praktik dagang Nabi Muhammad SAW—bermitra, berdagang lintas kota, membangun reputasi al-Amīn, menata pasar Madinah—memberi rujukan pedagogis yang

konkret untuk menumbuhkan karakter dan kompetensi wirausaha Muslim. Empat sifat kenabian—shiddiq, amanah, fathonah, tabligh (SAFT)—relevan langsung dengan kejujuran promosi, akuntabilitas operasional, kecerdasan strategi/inovasi, dan komunikasi/layanan pelanggan. Bukti empiris terkini pada pelaku UMKM Muslim menunjukkan bahwa nilai-nilai profetik tersebut benar-benar memandu proses manajerial dan strategi; temuan kualitatif di Malaysia menggambarkan bagaimana SAFT terintegrasi di tahap perumusan-implementasi-evaluasi strategi, seraya menjaga standar etika bisnis.

Meski demikian, banyak kurikulum kewirausahaan (termasuk di lembaga pendidikan Islam) masih memisahkan etika dari kinerja bisnis: kemampuan menghitung break-even diajarkan, tetapi tidak selalu dipasangkan dengan standar halal compliance; pitching dipraktikkan, tetapi tidak selalu disertai rubrik yang menilai kejujuran klaim atau tanggung jawab sosial. Di sinilah pedagogi berbasis Sirah dapat berperan: bukan hanya menceritakan keteladanan, tetapi menterjemahkan SAFT menjadi indikator perilaku operasional dan metrik pembelajaran yang dapat diobservasi—misalnya, transparansi harga, ketepatan janji pengiriman, validasi pasar berbasis data, dan komunikasi empatik saat menangani komplain. Dengan demikian, learning outcomes karakter dapat diikat langsung pada key performance indicators (KPI) usaha mahasiswa.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Pendidikan kewirausahaan: bukti efektivitas dan arah mutakhir**

Telaah empiris tentang pendidikan kewirausahaan (*entrepreneurship education*), konsisten menunjukkan dampak positif terhadap niat, sikap, dan sebagian kompetensi praktis mahasiswa. Studi berbasis structural equation modeling dalam *Frontiers in Psychology* melaporkan bahwa keterpaparan pada mata kuliah/aktivitas kewirausahaan meningkatkan entrepreneurial intention, dengan variasi yang dipengaruhi karakter dan latar keluarga mahasiswa. Temuan ini menguatkan argumen bahwa intervensi kurikuler dapat memindahkan “mindset peluang” dari ruang teori ke ranah tindakan.

Seiring itu, tinjauan sistematis terkini menekankan bahwa pendekatan berbasis pengalaman—misalnya project-based learning, simulasi usaha, dan kolaborasi dengan mitra eksternal—lebih efektif dibanding ceramah tradisional untuk memantik niat dan jejaring kewirausahaan, termasuk di domain kewirausahaan sosial. Hal ini menyiratkan perlunya desain tugas otentik yang memungkinkan mahasiswa menguji ide, berinteraksi dengan pelanggan, dan merefleksikan kegagalan.

Pada aras kebijakan, OECD Skills Outlook 2021 menempatkan lifelong learning dan pembelajaran yang adaptif sebagai prasyarat bagi ketahanan ekonomi masyarakat. Laporan tersebut menekankan orkestrasi kebijakan dan kemitraan lintas sektor agar kapasitas wirausaha tumbuh inklusif dan relevan terhadap disrupsi pasar tenaga kerja.

Di level institusi pendidikan vokasi dan tinggi, UNESCO-UNEVOC menerbitkan panduan praktis untuk mengarusutamakan entrepreneurial learning melalui kemitraan industri, penugasan bernilai tambah nyata, serta asesmen autentik—kondisi yang selaras dengan kebutuhan experiential learning dalam kewirausahaan.

Literatur terbaru menggeser fokus dari “mencetak pebisnis” ke kewirausahaan yang bertanggung jawab—yang menautkan kompetensi ventura dengan dampak sosial, tata kelola, dan keberlanjutan. Igwe dkk. mengusulkan kerangka 4R (*re-imagining, reconfiguring, reshaping, reforming*) untuk memandu dosen merancang pedagogi, konten, dan asesmen yang menyeimbangkan know-how bisnis dengan know-why etika. Dalam kerangka ini, indikator kinerja usaha (omzet, retensi pelanggan) perlu dibaca bersama indikator karakter dan dampak sosial.

Al-Qur’an menghubungkan kerja produktif dengan ibadah serta mengatur rambu muamalah. Islam telah menegaskan kewajiban umatnya untuk bekerja, yang disampaikan dalam QS. Al-Jumu’ah 62:10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemahnya:

*Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.*

Selain perintah bekerja, Islam juga mewajibkan umatnya untuk bersikap adil dan bertanggungjawab, sebagaimana perintah dalam QS. Al-Baqarah 2:282:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۚ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ ۚ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ ۚ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا ۚ فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ

Terjemahnya:

*Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. Jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya*

*atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur.*

## 2. Sirah Nabawiyah, SAFT, dan perilaku wirausaha

Dimensi praksis dari etika Qur'ani terwujud dalam Sirah Nabawiyah. Teladan Nabi sebagai al-Amīn dalam praksis dagang, kemitraan, dan penataan pasar Madinah sering diposisikan sebagai arketipe etika pasar yang mendorong keadilan informasi dan daya saing sehat. Kajian historis-normatif tentang pasar Madinah menyoroti prinsip kebersihan praktik (anti-kecurangan/ikhtikar), keadilan takaran, dan peran regulasi untuk kemaslahatan.

Di ranah manajerial, riset mutakhir memetakan keterterapan empat sifat kenabian—shiddiq, amanah, fathonah, tabligh (SAFT)—pada proses strategik UMKM Muslim: dari perumusan, implementasi, hingga evaluasi strategi. Bukti kualitatif menunjukkan SAFT berkontribusi pada reputasi merek, kepercayaan pelanggan, serta keberlanjutan keputusan bisnis.

Sementara itu, literatur tematik tentang strategi bisnis Nabi menyoroti prinsip kejujuran, kemitraan, keberanian mengambil risiko terukur, dan servant leadership sebagai rujukan bagi pendidikan karakter wirausaha, termasuk implikasi desain pembelajaran dan rubrik penilaian.

## 3. Pendidikan kewirausahaan berlandaskan nilai Islam: bukti dan celah riset

Kajian empiris menunjukkan nilai Islam memoderasi atau memediasi pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap niat dan perilaku berusaha (mis. di kalangan mahasiswa PTKIN/pondok pesantren). Dengan mengukur inspirasi/jejaring kewirausahaan, studi-studi tersebut menemukan jalur pengaruh yang menguatkan integrasi dimensi spiritual-etis dalam kurikulum.

Di sisi lain, penelitian pada perspektif maqāsid memperluas ukuran kinerja: kesuksesan wirausaha Muslim tidak semata finansial, tetapi juga pertumbuhan personal, kesejahteraan keluarga, dan akumulasi aset yang halal. Indeks Asnaf Muslimpreneur Success (AMSi) menawarkan alat ukur praktis yang potensial diintegrasikan ke asesmen proyek mahasiswa.

Di Indonesia, literatur tentang niat kewirausahaan Islami menegaskan pentingnya motivasi ibadah dan internalisasi karakter SAFT; temuan ini memperkuat argumen bahwa pedagogi berbasis Sirah dapat mengikat tujuan (niat), nilai (akhlak), dan kompetensi (keterampilan) secara sekaligus.

## 4. Sirah sebagai kerangka pedagogi dan kurikulum

Riset kurikulum berbasis Sirah Nabawiyah pada pendidikan karakter menunjukkan hasil positif—memberi bukti awal bahwa sirah bukan hanya narasi moral, melainkan dapat ditanamkan sebagai struktur belajar (tema, studi kasus, indikator perilaku) lintas mata

kuliah. Studi JIECR (2023) menunjukkan model integratif bersirah berdampak pada pembentukan kebiasaan nilai dan disiplin belajar; transposisinya ke kewirausahaan membuka peluang merumuskan learning outcomes yang mengikat SAFT pada kompetensi teknis seperti akuntansi sederhana, opportunity recognition, dan layanan pelanggan.

Sejumlah karya terkini juga mulai merumuskan model kewirausahaan Nabi untuk pendidikan tinggi—mengelompokkan prinsip, nilai, kepemimpinan, stakeholder-centricity, dan etika. Ini dapat diterjemahkan menjadi perangkat ajar: case library Sirah, pitch deck berbasis nilai, dan audit etika pada simulasi “pasar” kampus.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan Design-Based Research (DBR) dengan rancangan mixed methods (kuantitatif–kualitatif) yang tertanam dalam tiga siklus perbaikan kurikulum selama satu semester. Satuan pendidikan Islam (pesantren/madrasah/PTKIN) yang menyelenggarakan mata kuliah/kelas kewirausahaan. Subjek penelitian adalah mahasiswa/santri tingkat akhir yang mengambil mata kuliah tersebut; pemilihan partisipan dilakukan secara purposive berdasarkan keikutsertaan aktif dalam proyek kelas. DBR dimulai dari asesmen kebutuhan dan co-design bersama dosen/guru dan mitra UMKM halal untuk mengintegrasikan nilai SAFT (shiddiq, amanah, fathonah, tabligh) ke dalam capaian pembelajaran, materi, dan instrumen asesmen. Etika penelitian dijaga melalui persetujuan sadar (informed consent), kebijakan anonimisasi data, dan koordinasi dengan otoritas akademik setempat.

Prosedur tiap siklus meliputi: (1) Ko-desain perangkat ajar berbasis studi kasus Sirah Nabawiyah (praktik dagang Nabi dan pasar Madinah), rubrik SAFT-Entrepreneurship, serta panduan proyek project/service-based learning “Pasar Madinah”; (2) Implementasi di kelas: mahasiswa bekerja dalam tim merancang produk/jasa bernilai kemaslahatan, menyusun SOP etika (kejujuran promosi, kepatuhan halal, layanan), dan menjalankan simulasi bazar internal/marketplace; (3) Evaluasi formatif dan refleksi untuk perbaikan perangkat ajar. Data kuantitatif dikumpulkan melalui pretest–posttest (niat berwirausaha, literasi keuangan dasar, dan skala etika bisnis Islami), skor kinerja proyek (omzet bersih halal, repeat rate, kepuasan pelanggan sederhana/NPS), serta rubrik SAFT yang diisi oleh dosen dan asisten. Data kualitatif mencakup lembar observasi berstruktur, portofolio tim (pitch, SOP, pembukuan sederhana), jurnal refleksi yang menautkan pengalaman dengan ayat/hadis, dan FGD pasca-proyek dengan mahasiswa dan mitra.

Analisis data dilakukan secara konvergen: kuantitatif (statistik deskriptif; uji peningkatan pre–post dengan paired t-test atau Wilcoxon; bila tersedia kelas pembanding, analisis quasi-eksperimen difference-in-differences) dan kualitatif (thematic analysis terhadap jurnal/FGD untuk mengekstrak tema transfer nilai Sirah ke keputusan bisnis). Keandalan instrumen diperiksa melalui Cronbach’s alpha (skala sikap/niat), inter-rater

reliability (Cohen's kappa/ICC) untuk rubrik SAFT, serta validitas isi oleh panel ahli (pendidikan Islam, kewirausahaan, fikih muamalah); bila ukuran sampel memadai, dilakukan CFA/Rasch eksploratif pada rubrik. Triangulasi sumber (skor rubrik, metrik bisnis, narasi refleksi) dan member-checking pada ringkasan temuan memastikan keterpercayaan. Keberhasilan desain dievaluasi melalui (a) peningkatan skor SAFT dan indikator kinerja proyek, (b) konsistensi bukti kualitatif tentang internalisasi nilai, dan (c) umpan balik pemangku kepentingan yang menilai keterpakaianya dalam pembelajaran nyata.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian yang dilaksanakan selama satu semester, sebanyak 86 mahasiswa yang dibagi dalam 18 kelompok, diberikan tugas membuka suatu usaha kecil di pasar yang nyata. Selama melaksanakan kegiatan usaha, terhadap kelompok tersebut dilakukan penilaian yang dilakukan oleh pelanggan, berdasarkan empat karakter utama dari teladan Nabi yaitu SAFT (Shiddiq, Amanah, Fathonah dan Tabligh) sekaligus melihat hasil bisnisnya (omzet, pelanggan kembali, kepuasan).

Hasil temuan menunjukkan bahwa seluruh tim pelaku usaha sangat menjaga amanah (menepati janji, tepat waktu, menjaga mutu) dan tabligh (cara berkomunikasi & melayani). Pelaku usaha sangat disiplin dalam mengirim pesanan sesuai janji dan menanggapi keluhan dengan baik. Fathonah (cerdas membaca peluang) ditunjukkan di mana tim pelaku usaha belajar melakukan survei kecil dan mencoba variasi produk sebelum produksi besar. Shiddiq (kejujuran promosi) ditunjukkan oleh tim pelaku usaha dengan banyak belajar dalam berpromosi yang jujur sesuai dengan klaim yang ada buktinya.

Kemampuan tim pelaku usaha dalam menjaga SAFT, telah memberi dampak nyata pada hasil bisnis. Ketika karakter SAFT diterjemahkan menjadi standar kerja yang sederhana, misalnya ketepatan janji pengiriman, standar kualitas, dan kebijakan retur, proses bisnis mengalami perkembangan. Tim pelaku usaha juga berupaya menjaga konsistensi produk, sehingga mendapatkan banyak pelanggan yang kembali secara berulang. Hal tersebut diperkuat dengan cara berkomunikasi dengan pelanggan yang baik. Dalam proses belajar berwirausaha dengan menerapkan prinsip SAFT, tim pelaku usaha mengakui bahwa momen belajar mereka dapatkan pada saat menghadapi komplain. Dalam kondisi mendapatkan komplain tersebut, tim pelaku usaha menyebutkan bahwa saat seperti itu amanah dan tabligh mereka diuji.

Nilai-nilai Sirah Nabawiyah menjadi nyata ketika diturunkan ke rutinitas operasional yang spesifik dan terukur. Dalam praktik, amanah dan tabligh tidak hanya dimaknai secara normatif, tetapi dioperasionalkan sebagai janji layanan yang eksplisit—misalnya penetapan SLA (waktu kirim), standar mutu produk, tata cara membalas pesan

pelanggan, serta protokol service recovery yang mewajibkan permintaan maaf sebelum penjelasan kebijakan. Standar tersebut kemudian dibakukan dalam SOP, skrip layanan, dan daftar periksa kualitas, sehingga setiap anggota tim memiliki acuan kerja yang sama. Ketika prosedur ini dijalankan konsisten, pelanggan merasakan kejelasan, ketertiban, dan penghargaan atas hak mereka; persepsi risiko menurun, dan kepercayaan meningkat.

Peningkatan kepercayaan tersebut biasanya tercermin pada indikator sederhana namun strategis: repeat purchase yang lebih tinggi, menurunnya tingkat komplain, pemendekan waktu penyelesaian keluhan, serta kenaikan skor kepuasan (misalnya NPS). Dengan kata lain, karakter profetik menjadi keunggulan layanan karena menyentuh momen-momen kritis dalam pengalaman pelanggan—dari keakuratan informasi, ketepatan pengiriman, hingga empati saat terjadi masalah. Dampak jangka panjangnya adalah reputasi merek yang lebih kokoh dan biaya akuisisi pelanggan yang lebih efisien. Maka, menghidupkan nilai Sirah dalam perilaku kerja bukan sekadar “ajaran moral” di ruang kelas, melainkan strategi bisnis yang langsung terbaca pada kinerja dan keberlanjutan usaha.

Perubahan pada shiddiq menyingkap pelajaran kunci tentang praktik promosi yang bertanggung jawab. Banyak pelaku usaha terjebak pada klaim hiperbolik—“paling enak”, “paling murah”—yang sulit diverifikasi dan cenderung menciptakan kesenjangan ekspektasi (expectation–performance gap). Pendekatan berbasis pembuktian klaim (claim substantiation)—misalnya menampilkan komposisi, hasil uji rasa (blind test sederhana), perbandingan harga di wilayah yang relevan, serta testimoni yang dapat diverifikasi—mengubah promosi menjadi pernyataan faktual yang dapat dipertanggungjawabkan. Secara praktis, transparansi ini menurunkan asimetri informasi, mengurangi potensi kekecewaan, keluhan, dan pengembalian barang; sekaligus meningkatkan kepercayaan, *willingness-to-pay*, dan niat beli ulang. Dengan demikian, kejujuran tidak mengurangi “daya jual”, melainkan mempertebal reputasi merek dan ketahanan relasi dengan pelanggan.

Agar shiddiq benar-benar terinternalisasi, prinsip tersebut perlu diterjemahkan ke dalam tata kelola promosi yang operasional: checklist pra-publikasi untuk bukti klaim, prosedur audit konten (menghindari superlatif tanpa dasar), konsistensi label–etalase daring, serta pelibatan verifikasi pihak ketiga (mis. sertifikasi halal/lab mutu). Testimoni harus disertai bukti persetujuan dan keaslian; perbandingan harga wajib memuat cakupan area dan periode yang jelas; dan setiap perubahan formulasi/layanan didokumentasikan agar komunikasi kepada pelanggan akurat. Pelatihan singkat bagi tim pemasaran—disertai indikator kinerja seperti complaint rate, refund rate, dan customer lifetime value—membantu memastikan bahwa shiddiq menjadi kebiasaan operasional, bukan sekadar jargon etis. Hasil akhirnya adalah promosi yang kredibel, risiko reputasi yang lebih rendah, dan kinerja bisnis yang lebih stabil.

Prinsip fathonah dapat muncul ketika tim pelaku usaha belajar untuk memperhatikan data dan informasi yang sering dianggap sepele, namun sangat relevan dengan tujuan usaha yang dijalankan. Melalui komunikasi dengan pelanggan, tim pelaku

usaha bisa mendapatkan informasi dan harapan pelanggan tentang apa yang mereka harapkan dan tidak mereka inginkan dari produk yang ingin mereka beli. Informasi berbasis data sederhana tersebut dapat mempercepat perbaikan produk dan menghemat biaya eksperimen. Dengan demikian, keputusan bisnis tidak bergantung pada perasaan semata, tetapi pada temuan lapangan yang nyata. Ini mengajarkan bahwa kecerdasan strategis tidak selalu datang dari riset besar; yang terpenting adalah kebiasaan mengamati, mencatat, dan menindaklanjuti.

Keteladanan Nabi yang dirumuskan dalam prinsip SAFT (shiddiq, amanah, fathonah, tabligh) menjadi efektif ketika diwujudkan sebagai kebiasaan kerja yang sederhana, konsisten, dan terstandar. Implementasi nilai tersebut—misalnya transparansi informasi, pemenuhan janji layanan, pengambilan keputusan berbasis data, serta komunikasi yang empatik—berkorelasi dengan perbaikan indikator kinerja usaha: meningkatnya kepercayaan pelanggan, stabilitas penjualan, dan efisiensi penanganan keluhan. Dengan demikian, etika tidak berposisi sebagai beban normatif, melainkan berfungsi sebagai mekanisme penggerak yang memperkuat proses dan hasil bisnis.

Secara pedagogis, Pedagogi Sirah berperan sebagai jembatan antara nilai dan praktik melalui penerjemahan SAFT ke dalam SOP, rubrik perilaku, dan metrik kinerja yang dapat diaudit. Pendekatan ini memastikan bahwa wirausahawan muda tidak sekadar menguasai keterampilan teknis, tetapi juga menginternalisasi karakter profetik yang berdampak sosial—mengarahkan pembelajaran kewirausahaan pada capaian yang simultan: kompetensi, integritas, dan kemaslahatan.

## **PENUTUP**

### **1. Kesimpulan**

Pedagogi berbasis Sirah Nabawiyah yang mengoperasionalkan prinsip SAFT (shiddiq, amanah, fathonah, tabligh) ke dalam SOP, rubrik perilaku, dan indikator kinerja usaha terbukti memadukan pembentukan karakter dengan capaian bisnis. Ketika nilai dijabarkan menjadi praktik operasional—transparansi klaim, ketepatan layanan, keputusan berbasis data, serta komunikasi empatik—kepercayaan pelanggan meningkat, keluhan menurun, dan indikator seperti repeat purchase serta kepuasan (NPS) membaik. Ayat-ayat Al-Qur'an berfungsi sebagai jangkar disiplin yang menata pembukuan, standar mutu, dan etos kerja, sehingga spiritualitas menjadi tata kelola yang dapat diaudit.

Secara teoretis, model ini menjembatani kesenjangan antara pendidikan karakter dan pendidikan kewirausahaan dengan menautkan nilai ↔ kompetensi ↔ kinerja dalam satu ekosistem pembelajaran. Secara praktis, pendekatan design-based research menunjukkan kelayakan implementasi di bidang pendidikan seperti di pesantren, madrasah, dan perguruan tinggi, meski masih terdapat keterbatasan seperti potensi novelty/Hawthorne effect dan variasi kualitas fasilitasi. Sekalipun demikian, bukti awal

konsisten mengindikasikan bahwa etika profetik bukan beban normatif, melainkan mekanisme penggerak keunggulan layanan dan keberlanjutan usaha.

## 2. Rekomendasi

Bagi pendidik dan institusi, pengarusutamaan prinsip SAFT dalam dokumen RPS dipandang strategis untuk memastikan koherensi antara capaian pembelajaran, proses, dan asesmen. Penyusunan rubrik SAFT-Entrepreneurship yang terhubung dengan indikator kinerja usaha (misalnya omzet bersih halal, repeat rate, dan kepuasan) dapat dipertimbangkan sebagai mekanisme penilaian autentik. Penguatan integritas promosi melalui praktik pembuktian klaim (pencantuman komposisi, uji produk, pembandingan harga, serta testimoni tervalidasi) selaras dengan etika muamalah dan akuntabilitas publik. Di tingkat operasional, keberadaan SOP layanan dengan SLA pengiriman, protokol penanganan komplain ( $\leq 12$  jam), serta dashboard literasi data ( arus kas, margin per SKU, retensi pelanggan) berpotensi meningkatkan konsistensi mutu layanan. Penggunaan jurnal refleksi yang menautkan pengalaman proyek dengan ayat/hadis dapat dilihat sebagai wahana internalisasi nilai, sementara kemitraan dengan UMKM halal menyediakan umpan balik pasar yang lebih autentik.

Bagi pembuat kebijakan, pengelola inkubator, dan peneliti, pengembangan standar nasional mengenai rubrik karakter-kinerja berlandaskan nilai Islam layak ditempatkan sebagai prioritas untuk mendorong kesetaraan mutu lintas satuan pendidikan. Skema pembiayaan/inkubasi yang menempatkan transparansi dan kepatuhan halal sebagai prasyarat diperkirakan memperkuat tata kelola serta kepercayaan pemangku kepentingan. Dari sisi evidensi, rancangan studi kuasi-eksperimental multi-situs dengan pelacakan longitudinal ( $\pm 3-12$  bulan) relevan untuk menilai retensi nilai dan keberlanjutan kinerja pasca-kelas. Ketersediaan perangkat digital (template SOP, modul audit etika, dan alat pemantau KPI) beserta insentif akreditasi dipandang kondusif bagi adopsi Pedagogi Sirah secara sistemik, sehingga ekosistem pendidikan lebih berpeluang melahirkan wirausahawan muda yang kompeten, berintegritas, dan berorientasi kemaslahatan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abd Rahman, S. S., Nadzri, S., & Che Senik, Z. (2024). The Practice of Prophetic Leadership in Strategic Management Process: Reflection of Muslim SME Entrepreneurs. *Journal of Management & Muamalah*, 14(2), 88–97. <https://doi.org/10.53840/jmm.v14i2.219>
- Ahmed, R., et al. (2024). Metaverse integration in halal marketing: Charting new avenues for ethical engagement. *Journal of Islamic Marketing*.
- Almulhim, A. (2024). The roles of word-of-mouth and religiosity toward halal cosmetics purchase intention. *Journal of Islamic Marketing*, 15(?).
- Amin, H. (2022). Examining new measure of asnaf muslimpreneur success model: A Maqasid perspective. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(4), 596–622.
- Badar, K., et al. (2024). Does employee relations climate mediate the effect of Islamic work ethics on organizational performance? *Journal of Islamic Accounting and Business Research*.
- Gao, Y., et al. (2022). A systematic literature review on entrepreneurial intentions. *Frontiers in Psychology*.
- Hasan, H. A. (2020). Pendidikan kewirausahaan: Konsep, karakteristik dan Implikasi dalam Memandirikan generasi Muda. *Pilar*, 11(1).
- Hassan, H.M.K., & co-authors. (2022). Entrepreneurship Education and Social Entrepreneurial Intention. *Frontiers in Psychology*, 13, 860273. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.860273>
- Igwe, P. A., Madichie, N. O., Rahman, M., & Uzuegbunam, I. (2022). Pedagogical Approaches to Responsible Entrepreneurship Education (REE). *Sustainability*, 14(15), 9440. <https://doi.org/10.3390/su14159440>
- Jia, H., et al. (2023). Impacts of religiosity and spiritual intelligence on social entrepreneurial intentions. *PLOS ONE*, 18(5).
- Khoiriyah, N., et al. (2023). Integrated Curriculum Model in Character Development Based on Sirah Nabawiyah. *Journal of Innovation in Educational and Cultural Research*, 4(1), 122–129.
- Khuram, S., et al. (2022). The impact of entrepreneurial education on venture capital intention: The mediating role of financial self-efficacy. *Frontiers in Psychology*, 13, 1046293.
- Liu, Y., Lin, C., & Zhao, G. (2022). The impact of entrepreneurship education on college students' entrepreneurial intentions. *Frontiers in Psychology*, 13, 978480. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.978480>
- Martínez-Gregorio, S., et al. (2021). Effect of entrepreneurship education on students: Evidence from pre–post studies with control groups. *The International Journal of Management Education*, 19(3).
- McIntyre, N., et al. (2023). Investigating the impact of religiosity on social entrepreneurial intentions: A Self-Determination Theory perspective. *Journal of Business Research*, 156.

- Motta, V. F., & Galina, S. V. R. (2023). Experiential learning in entrepreneurship education: A systematic literature review. *Teaching and Teacher Education*.
- Nugraha, D., et al. (2025). The impact of habit and halal involvement on intention to purchase foreign halal food brands among Gen Z. *Journal of Islamic Marketing*.
- OECD. (2021). *OECD Skills Outlook 2021: Learning for Life*. Paris: OECD Publishing.
- Pasar Madinah dan etika pasar awal Islam: *ENM Journal (IIUM) – kajian historis normatif*.
- Putri, D. A., et al. (2024). Investigating e-WOM and halal product knowledge on Gen-Z's halal cosmetics purchase intention. *Journal of Islamic Marketing*.
- Rajendran, S. D., & Hirawaty, N. (2024). The mediating role of halal supply chain integrity in enhancing performance for halal herbal-based food SMEs. *Journal of Islamic Marketing*, 15(12).
- Topcan, O., et al. (2025). How Islamic work ethics predict work engagement: A double-mediation model. *South Asian Journal of Business Studies*, 19(4), 743-??.
- UNESCO-UNEVOC. (2020). *Entrepreneurial Learning for TVET Institutions: A Practical Guide*. Bonn: UNESCO-UNEVOC.
- Yasin, N. A., et al. (2025). Prophet Muhammad's Prophetic Business Strategy: Comparison with Management Theory and Character Education Implications. *Journal of Economics & Organization*.