

IMPLEMENTASI KONSEP ISLAMIC TEACHERPRENEURSHIP DALAM PROGRAM MARKET DAY UNTUK MEMBENTUK KARAKTER ENTERPRENEUR MUSLIM.

Tri Widarti¹, Edy Dwi Kurniati², Raghusfi Bhuena Ventura³

Fakultas Agama Islam

Universitas Darul Ulum Centre Sudirman Guppi

E-mail :

triwidarti1453@gmail.com, kurni_edy@yahoo.co.id, raghusfibv@gmail.com

Abstrak

Penanaman karakter kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islam menjadi tantangan dan kebutuhan mendesak dalam dunia pendidikan Islam saat ini. Guru sebagai tokoh sentral dalam pendidikan diharapkan mampu berperan lebih dari sekadar pengajar, yaitu sebagai Islamic teacherpreneur yang mampu mengintegrasikan nilai-nilai syariah ke dalam praktik pembelajaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi konsep Islamic Teacherpreneurship dalam program Market Day dan perannya dalam membentuk karakter entrepreneur Muslim pada peserta didik di Sekolah Tahfidz Plus Khoiru Ummah Kabupaten Semarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa guru berperan aktif sebagai fasilitator dan teladan dalam menanamkan nilai-nilai kewirausahaan Islami, seperti kejujuran, amanah, kerja keras, dan kebermanfaatan. Program Market Day dijalankan secara terstruktur sebagai bagian dari pendidikan karakter berbasis pengalaman nyata. Peserta didik menunjukkan perkembangan positif dalam aspek tanggung jawab, kemandirian, empati sosial, dan keberanian mengambil inisiatif usaha. Temuan ini menegaskan bahwa integrasi Islamic Teacherpreneurship melalui kegiatan Market Day menjadi pendekatan yang efektif dalam membentuk karakter entrepreneur Muslim secara holistik. Penelitian ini memberikan kontribusi konseptual dan praktis dalam pengembangan model pendidikan Islam yang kontekstual dan transformatif.

Kata Kunci : *Islamic Teacherpreneurship, Market Day, Karakter Entrepreneur Muslim, Pendidikan Islam, Kewirausahaan Islami*

Abstract

Instilling entrepreneurial character based on Islamic values is a challenge and urgent need in the world of Islamic education today. Teachers as central figures in education are expected to be able to play a role more than just teachers, namely as Islamic teacherpreneurs who are able to integrate sharia values into learning practices. This study aims to analyze the implementation of the Islamic Teacherpreneurship concept in the Market Day program and its role in shaping the character of Muslim entrepreneurs in students at the Khoiru Ummah Tahfidz Plus School, Semarang Regency. This study uses a descriptive qualitative approach with a case study method. Data collection techniques are carried out through participatory observation, semi-structured interviews, and documentation. Data analysis uses the Miles and Huberman interactive model. The results of the study show that teachers play an active role as facilitators and role models in instilling Islamic entrepreneurial values, such as honesty, trustworthiness, hard work, and usefulness. The Market Day program is run in a structured manner as part of character education based on real experiences. Students show positive developments in aspects of responsibility, independence, social empathy, and courage to take business initiatives. These findings confirm that the integration of Islamic Teacherpreneurship through Market Day activities is an effective approach in shaping the character of Muslim entrepreneurs holistically. This research provides conceptual and practical contributions to the development of a contextual and transformative Islamic education model.

Keywords: *Islamic Teacherpreneurship, Market Day, Muslim Entrepreneur Character, Islamic Education, Islamic Entrepreneurship*

A. Pendahuluan

Peran guru dalam dunia pendidikan Islam tidak hanya sebagai penyampai ilmu, tetapi juga sebagai pembentuk karakter dan moralitas peserta didik. Salah satu tantangan yang dihadapi pendidikan Islam saat ini adalah bagaimana menghasilkan generasi yang tidak hanya cerdas secara intelektual, tetapi juga mandiri secara ekonomi dan kuat secara spiritual. Di tengah arus globalisasi dan kemajuan teknologi, keterampilan kewirausahaan menjadi salah satu kemampuan penting yang harus dimiliki oleh peserta didik sejak dini. Untuk menjawab tantangan ini, muncul konsep *Islamic Teacherpreneurship*, yakni penggabungan peran guru sebagai pendidik dan wirausahawan yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam setiap aktivitas kewirausah (Suryana, 2019, hal. 112).

Konsep *teacherpreneurship* pertama kali diperkenalkan dalam konteks pendidikan modern Barat sebagai bentuk inovasi kepemimpinan guru dalam mendesain pembelajaran dan menciptakan dampak yang luas melalui kewirausahaan pendidikan (Berry, 2015, hal. 150). Namun, dalam konteks Islam, konsep ini diperkaya dengan nilai-nilai tauhid, kejujuran (shidiq), amanah, dan keberkahan (barakah) yang menjadi pondasi moral dalam setiap aktivitas usaha. *Islamic Teacherpreneurship* bertujuan untuk membentuk ekosistem pendidikan yang produktif, mandiri, dan bernilai ibadah, di mana guru berperan aktif menciptakan peluang ekonomi sekaligus membentuk karakter kewirausahaan Islami pada peserta didik (Baidhawry, 2024, hal. 57).

Beberapa penelitian sebelumnya telah menunjukkan efektivitas pengintegrasian nilai kewirausahaan dalam dunia pendidikan. Misalnya, (Berry, 2015) menegaskan pentingnya kreativitas dan inovasi dalam peran guru sebagai agen perubahan. Di sisi lain, (Ajzen, 1991, hal. 180) melalui *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa intensi seseorang untuk berwirausaha dipengaruhi oleh sikap positif, norma sosial, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Namun, sebagian besar penelitian yang ada belum secara spesifik mengkaji penerapan konsep *Islamic Teacherpreneurship* dalam praktik nyata di sekolah berbasis Islam, terutama dalam konteks program edukatif seperti *Market Day*.

Market Day merupakan salah satu metode pembelajaran berbasis proyek yang memberikan pengalaman nyata kepada peserta didik dalam menjalankan kegiatan jual beli. Program ini dapat

dijadikan media strategis untuk menanamkan nilai-nilai kewirausahaan Islami seperti tanggung jawab, kejujuran, kemandirian, dan kepedulian sosial. Meskipun demikian, belum banyak studi yang mengaitkan implementasi Market Day secara spesifik dengan konsep Islamic Teacherpreneurship dalam membentuk karakter enterpreneur Muslim.

Penelitian ini dilakukan di Sekolah Tahfidz Plus Khoiru Ummah, Kabupaten Semarang, yang telah mengintegrasikan pembelajaran kewirausahaan dengan nilai-nilai Islam dalam program Market Day. Sekolah ini menjadi menarik untuk diteliti karena telah mengembangkan model pendidikan yang menggabungkan hafalan Al-Qur'an, pendidikan karakter, dan pembelajaran kewirausahaan secara harmonis. Namun, sejauh mana program ini mampu membentuk karakter kewirausahaan Islami pada peserta didik melalui pendekatan Islamic Teacherpreneurship belum banyak dikaji secara mendalam.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi konsep Islamic Teacherpreneurship dalam program Market Day dan mengevaluasi kontribusinya dalam membentuk karakter enterpreneur Muslim di Sekolah Tahfidz Plus Khoiru Ummah, Kabupaten Semarang.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus yang dilakukan di Sekolah Tahfidz Plus Khoiru Ummah, Kabupaten Semarang. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang implementasi konsep *Islamic Teacherpreneurship* dalam program *Market Day* serta kontribusinya terhadap pembentukan karakter *enterpreneur* Muslim (Creswell, 2016, hal. 185).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi. Observasi dilakukan selama pelaksanaan program *Market Day* untuk mengamati keterlibatan guru dan siswa, serta aktivitas kewirausahaan yang dilakukan. Wawancara dilakukan terhadap kepala sekolah, guru pelaksana program, dan lima siswa yang dipilih secara purposive berdasarkan keterlibatannya dalam kegiatan *Market Day*. Dokumentasi yang dianalisis meliputi modul pembelajaran kewirausahaan, laporan kegiatan, serta produk siswa yang dihasilkan selama program berlangsung.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan model interaktif dari (Miles & Huberman, 1994), yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Validitas data diuji melalui teknik triangulasi sumber dan metode (Patton, 2002, hal. 247), untuk memastikan konsistensi dan kredibilitas hasil temuan.

Penelitian ini merupakan adaptasi dari pendekatan studi kasus (Yin, 2014) yang menekankan pentingnya kontekstualisasi dalam memahami fenomena sosial secara mendalam, dengan modifikasi pada aspek partisipasi langsung peneliti dalam kegiatan lapangan guna menangkap proses implementasi secara nyata. Semua prosedur dilaksanakan sesuai dengan prinsip etika penelitian, termasuk persetujuan partisipan dan kerahasiaan data.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Islamic Teacherpreneurship

Konsep *Islamic Teacherpreneurship* merupakan sintesis antara peran pendidik (teacher) dan wirausahawan (entrepreneur) yang dijalankan berdasarkan nilai-nilai Islam. Dalam pandangan Islam, kewirausahaan tidak hanya dilihat sebagai aktivitas ekonomi, melainkan juga sebagai bagian dari ibadah dan sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. Oleh karena itu, seorang *Islamic teacherpreneur* adalah guru yang mampu mengembangkan usaha di bidang pendidikan secara kreatif dan inovatif, dengan tetap berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran (shidiq), amanah, profesionalisme (fathanah), dan transparansi (tabligh) (Suryana, 2019, hal. 112).

Secara terminologis, *teacherpreneurship* awalnya diperkenalkan oleh Berry (2015, hlm. 150), yang menggambarkan sebagai bentuk kepemimpinan guru dalam melakukan inovasi pendidikan serta menjalankan peran ganda sebagai pengajar dan pelopor transformasi sistem pembelajaran. Dalam versi Islam, konsep ini diperluas menjadi *Islamic teacherpreneurship*, yang tidak hanya menekankan pada aspek inovasi dan kepemimpinan pendidikan, tetapi juga pada nilai-nilai spiritual dan etika bisnis Islam.

Pengembangan *Islamic teacherpreneurship* sejalan dengan ajaran Islam yang menempatkan guru sebagai tokoh sentral dalam pendidikan moral dan peradaban umat. Rasulullah SAW sendiri merupakan teladan sempurna dalam hal ini. Sebelum menjadi nabi, beliau adalah seorang pedagang yang sukses dan terpercaya; setelah menjadi nabi, beliau berperan sebagai guru yang membimbing umatnya menuju jalan kebenaran. Etika bisnis beliau yang mencerminkan prinsip

Islamic entrepreneurship menjadi acuan penting bagi para pendidik Muslim dalam menjalankan usaha yang berkah dan memberi manfaat bagi masyarakat (Mustafa Kamal Rostan, 2025, hal. 34-40).

Kerangka teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*) yang dikembangkan oleh (Ajzen, 1991, hal. 179-180), niat seseorang untuk berwirausaha dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Dalam konteks *Islamic teacherpreneurship*, guru yang memiliki sikap positif terhadap wirausaha Islami, mendapat dukungan dari lingkungan sosial seperti sekolah, komunitas Muslim, dan keluarga, serta memiliki kepercayaan diri dan keterampilan, lebih besar kemungkinannya untuk mengembangkan usaha yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Teori ini menjelaskan bahwa perubahan perilaku dapat terjadi secara sistemik jika individu memiliki persepsi positif terhadap kemampuan dan manfaat dari tindakan yang akan diambil.

Implementasi *Islamic teacherpreneurship* juga mencakup pemanfaatan teknologi sebagai media usaha pendidikan. Liu & Chaemchoy (Liu & Chaemchoy, 2024, hal. 18) menunjukkan bahwa digitalisasi telah membuka peluang besar bagi guru untuk mengembangkan usaha berbasis teknologi, seperti e-learning, kursus daring Islami, dan aplikasi edukatif Islami. Hal ini memungkinkan seorang *teacherpreneur* untuk menjangkau peserta didik secara lebih luas dan efisien. Namun demikian, literasi digital dan dukungan institusional menjadi faktor krusial dalam keberhasilan implementasi strategi ini.

Dengan demikian, *Islamic teacherpreneurship* bukan hanya mencerminkan semangat inovatif guru, tetapi juga menjadi solusi untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka, serta memperluas pengaruh nilai-nilai Islam melalui pendidikan berbasis kewirausahaan.

2. Program Market Day

Market Day merupakan sebuah metode pembelajaran kontekstual berbasis proyek (*project-based learning*) yang dirancang untuk melatih peserta didik dalam merancang, memproduksi, memasarkan, dan menjual produk atau jasa dalam simulasi pasar nyata. Melalui kegiatan ini, peserta didik tidak hanya belajar tentang proses ekonomi secara langsung, tetapi juga membangun keterampilan sosial, tanggung jawab, dan kreativitas. Dalam konteks pendidikan Islam, *Market Day* dapat dimaknai sebagai wadah untuk menanamkan nilai-nilai kewirausahaan Islami sejak dini.

Program *Market Day* telah banyak diterapkan di berbagai sekolah untuk mengembangkan karakter kewirausahaan peserta didik. Model ini mendorong keterlibatan aktif siswa dalam setiap proses, mulai dari ide hingga eksekusi. Hal ini sejalan dengan teori *Experiential Learning* dari (Kolb, 1984) yang menekankan bahwa pengalaman langsung adalah kunci dalam pembelajaran yang bermakna. Dalam praktiknya, *Market Day* memungkinkan peserta didik mengalami siklus pembelajaran secara utuh: concrete experience, reflective observation, abstract conceptualization, dan active experimentation.

Dalam konteks Islamic Teacherpreneurship, *Market Day* menjadi media strategis untuk mengimplementasikan nilai-nilai kewirausahaan Islami secara praktis. Guru bertindak sebagai fasilitator sekaligus model peran (*role model*) dalam menanamkan etika bisnis yang Islami. Nilai-nilai seperti jujur dalam berdagang, tidak menipu, bersikap adil, dan menjunjung tinggi akhlak mulia diajarkan secara langsung melalui interaksi peserta didik dalam kegiatan jual beli. Dengan cara ini, *Market Day* tidak hanya menjadi kegiatan ekonomi semata, tetapi juga sarana pendidikan karakter berbasis Islam.

Menurut (Mulyadi, 2020, hal. 56), kegiatan seperti *Market Day* yang didampingi oleh guru dengan orientasi *Islamic teacherpreneurship* memiliki dampak positif dalam menumbuhkan kesadaran bisnis Islami sejak dini. Hal ini menjadi bentuk pembelajaran holistik yang menggabungkan aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik dalam kerangka nilai-nilai syariah.

Adapun keberhasilan implementasi *Market Day* sangat dipengaruhi oleh keterlibatan guru dalam merancang dan mengarahkan kegiatan agar tetap berada dalam koridor Islam. Produk yang dijual harus halal, cara promosi tidak boleh manipulatif, serta transaksi harus dilakukan dengan kejujuran dan kesepakatan yang jelas. Hal ini sesuai dengan ajaran Rasulullah SAW yang melarang praktik jual beli yang mengandung unsur gharar (ketidakjelasan) dan riba.

Dengan demikian, *Market Day* adalah media aplikatif yang efektif dalam menginternalisasi nilai-nilai kewirausahaan Islami sekaligus membentuk pengalaman belajar yang bermakna dan relevan dengan dunia nyata.

3. Karakter Enterpreneur Muslim

Karakter *enterpreneur Muslim* merujuk pada seperangkat nilai, sikap, dan perilaku yang mencerminkan etos kerja Islami dalam aktivitas kewirausahaan. Karakter ini bukan hanya dilihat dari kemampuan menghasilkan keuntungan, tetapi juga dari sejauh mana seorang pelaku usaha

berpegang pada prinsip-prinsip Islam dalam menjalankan aktivitas bisnis. Hal ini sejalan dengan sabda Rasulullah SAW: “*Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain*” (HR. Ahmad, No. 23408).

Karakter *entrepreneur Muslim* mencakup beberapa dimensi utama: integritas (shidiq), tanggung jawab (amanah), keberanian mengambil risiko secara terukur, kerja keras (*mujahadah*), serta orientasi pada kemaslahatan umat. Semua karakter ini dibentuk tidak secara instan, melainkan melalui proses pendidikan yang konsisten dan teladan yang baik dari para guru dan lingkungan sekitar (Baidhaw, 2024, hal. 57).

(Ajzen & Fishbein, 2010) menyebutkan bahwa pembentukan niat dan perilaku wirausaha sangat dipengaruhi oleh norma-norma sosial dan pengalaman masa kanak-kanak. Oleh karena itu, pendidikan kewirausahaan sejak dini sangat penting untuk membentuk pola pikir dan karakter kewirausahaan yang Islami. Dalam konteks ini, program seperti *Market Day* memiliki potensi besar untuk menjadi media internalisasi nilai dan pembentukan karakter.

Penanaman karakter *entrepreneur Muslim* harus dilakukan secara terstruktur dan berkelanjutan. Guru sebagai agen perubahan harus mampu membimbing siswa tidak hanya dari aspek teknis bisnis, tetapi juga dari aspek spiritualitas dan etika Islam. Hal ini mencerminkan peran ganda guru sebagai pendidik dan penggerak ekonomi umat yang dicerminkan dalam konsep *Islamic teacherpreneurship*.

Penelitian (Liu & Chaemchoy, 2024), menemukan bahwa integrasi nilai agama dalam pendidikan kewirausahaan berkontribusi secara signifikan dalam membentuk mentalitas bisnis yang bertanggung jawab, jujur, dan berorientasi pada kesejahteraan sosial. Peserta didik yang terpapar nilai-nilai kewirausahaan Islami sejak dini cenderung memiliki kesadaran tinggi terhadap pentingnya kejujuran, pelayanan yang baik, dan tanggung jawab sosial dalam menjalankan usaha.

Dengan karakter tersebut, *entrepreneur Muslim* diharapkan menjadi individu yang mampu mengembangkan potensi ekonomi sekaligus menjadi pelopor perubahan sosial yang positif, menciptakan keadilan, dan memperkuat nilai-nilai Islam di tengah masyarakat..

4. Guru sebagai Islamic Teacherpreneur: Figur Teladan dan Inisiator Transformasi

Guru di Sekolah Tahfidz Plus Khoiru Ummah tidak hanya menjadi penyampai ilmu, tetapi juga bertindak sebagai pelaku transformasi nilai dan ekonomi melalui peran *Islamic teacherpreneur*. Mereka membimbing, mengarahkan, dan mencontohkan bagaimana nilai-nilai

Islam seperti kejujuran (*shidiq*), amanah, serta keberkahan dalam mencari rezeki dapat diintegrasikan dalam praktik kewirausahaan peserta didik. Guru berfungsi sebagai pembimbing spiritual dan mentor bisnis, yang menjadikan aktivitas ekonomi sebagai bagian dari pembelajaran nilai (Suryana, 2019, hal. 112).

Konsep ini memperluas model *teacherpreneurship* yang digagas oleh (Berry, 2015, hal. 150), yang menekankan pada inovasi dan kepemimpinan guru dalam sistem pendidikan. Dalam konteks Islam, pendekatan ini diperkaya dengan nilai-nilai tauhid, kebermanfaatan bagi umat, dan pencapaian keseimbangan dunia-akhirat. Guru dalam hal ini menjadi subjek utama dalam penciptaan ekosistem pembelajaran yang mendorong peserta didik untuk menjadi pribadi yang produktif secara ekonomi dan tetap taat secara moral (Baidhaw, 2024, hal. 57).

Guru tidak hanya mengajar tentang teori bisnis Islami, melainkan juga menjadi pelaku aktif yang menunjukkan bahwa usaha dalam pendidikan dan kegiatan ekonomi bisa dijalankan selaras. Pendekatan ini mencerminkan model Rasulullah SAW, yang sebelum menjadi nabi adalah pedagang jujur dan profesional (Mustafa Kamal Rostan, 2025, hal. 34-40), dan dalam Islam, sosok guru ideal adalah yang mampu mengintegrasikan antara ilmu, amal, dan kontribusi terhadap kemaslahatan umat (Al-Ghazali, 2018, hal. 72).

5. Market Day: Media Integratif Nilai Islam dan Praktik Kewirausahaan

Program *Market Day* di Sekolah Khoiru Ummah telah berkembang menjadi media pembelajaran kontekstual berbasis nilai-nilai Islam. Kegiatan ini tidak hanya berfokus pada praktik jual beli, tetapi mengintegrasikan pelajaran akhlak, fiqh muamalah, serta nilai-nilai etika bisnis Islam. Siswa dilatih sejak awal untuk merancang produk, menghitung biaya modal, menentukan harga, melakukan promosi, hingga bertransaksi dengan pelanggan. Guru membimbing proses tersebut dengan penekanan pada aspek halal, kejujuran, tanggung jawab, dan niat ibadah dalam berdagang (Mulyadi, 2020, hal. 56).

Pembelajaran yang terjadi melalui *Market Day* mencerminkan pendekatan *experiential learning* (Kolb, 1984), yang menekankan pentingnya pembelajaran berbasis pengalaman nyata. Dalam praktik ini, siswa tidak hanya menerima informasi, tetapi mengalami langsung proses bisnis secara utuh dengan pendekatan Islam. Mereka belajar bahwa dalam Islam, setiap aktivitas ekonomi harus bebas dari unsur riba, gharar, dan maisir (Al-Qur'anul Karim, 2021, hal. 47), serta

berlandaskan pada nilai tolong-menolong (*ta'awun*) dan tidak merugikan pihak lain (QS. Al-Qashash: 77; (Al-Qur'anul Karim, 2021, hal. 394)).

Dalam kegiatan ini, ditemukan pula bahwa siswa mampu menunjukkan tanggung jawab dalam manajemen waktu, pengelolaan modal, dan komunikasi. Bahkan, beberapa siswa memutuskan untuk menyisihkan keuntungan sebagai bentuk infak. Ini menunjukkan bahwa kegiatan *Market Day* menjadi wahana aktualisasi nilai Islami secara nyata, serta membuka kesadaran spiritual siswa terhadap fungsi sosial dari bisnis.

6. Karakter Entrepreneur Muslim: Terbentuk Melalui Teladan dan Pengalaman

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakter *entrepreneur Muslim* pada peserta didik mulai tumbuh dari aspek sikap, kebiasaan, hingga orientasi hidup. Karakter ini ditunjukkan melalui beberapa indikator: tanggung jawab terhadap tugas bisnis, kejujuran dalam transaksi, keberanian mengambil risiko, kerja keras, serta kesadaran untuk memberi manfaat kepada orang lain. Salah satu contohnya adalah inisiatif siswa untuk berbagi hasil penjualan dengan teman yang kurang mampu atau menggunakan keuntungan untuk kepentingan sosial kelas.

Pembentukan karakter tersebut selaras dengan hadis Nabi Muhammad SAW: “*Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain*” (HR. Ahmad, No. 23408; (Ahmad bin Hanbal, (n.d.), hal. 191)). Konsep kebermanfaatan dalam bisnis menjadi orientasi moral utama dalam membentuk karakter *entrepreneur Muslim*. Siswa mulai menyadari bahwa kewirausahaan dalam Islam tidak hanya mengejar keuntungan materi, tetapi juga sarana mencari berkah, menebar manfaat, dan memperkuat solidaritas sosial (Hidayat, 2021, hal. 52).

Teori *Planned Behavior* oleh Ajzen (Ajzen, 1991, hal. 180) juga mendukung temuan ini. Ketika siswa memiliki sikap positif terhadap aktivitas wirausaha Islami, mendapat dukungan dari lingkungan guru, dan merasa mampu menjalankannya, maka kecenderungan untuk membentuk karakter wirausaha yang Islami akan meningkat. Lingkungan sekolah yang kondusif, peran guru sebagai model peran, serta penguatan nilai melalui praktik, menjadi pendorong utama terbentuknya niat dan perilaku kewirausahaan Islami.

7. Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu dan Signifikansi Ilmiah

Berbeda dengan penelitian Liu dan Chaemchoy (Liu & Chaemchoy, 2024, hal. 18) yang menekankan pentingnya literasi digital dalam pengembangan *teacherpreneurship*, penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis nilai dan interaksi langsung dengan siswa dapat

memberikan hasil yang lebih mendalam dalam pembentukan karakter. Keterbatasan akses teknologi di Sekolah Khoiru Ummah tidak menjadi kendala, karena proses pembelajaran bersifat langsung, dialogis, dan didampingi secara intensif.

Studi ini juga memperluas pandangan (Berry, 2015, hal. 150) yang menekankan peran guru dalam inovasi pendidikan, dengan menunjukkan bahwa inovasi tidak selalu harus berbasis teknologi atau sistemik, tetapi bisa berbasis nilai dan praktik nyata yang sesuai konteks. Dalam hal ini, integrasi nilai-nilai Islam ke dalam praktik kewirausahaan membentuk kerangka baru dalam pendidikan Islam kontemporer.

Keunggulan ilmiah dari penelitian ini adalah keberhasilannya menunjukkan bahwa *Islamic Teacherpreneurship* dapat menjadi pendekatan transformatif dalam pendidikan Islam berbasis karakter. Bukan hanya meningkatkan keterampilan kewirausahaan, tetapi juga memperkuat nilai-nilai tauhid, etika bisnis, dan tanggung jawab sosial. Ini merupakan kontribusi baru dalam pengembangan model pendidikan Islam yang tidak hanya normatif, tetapi juga aplikatif.

8. Implikasi Praktis dan Rekomendasi

Implikasi praktis dari temuan ini sangat relevan bagi pengembangan kebijakan pendidikan Islam dan pembinaan guru. Pertama, sekolah Islam perlu mengintegrasikan kewirausahaan Islami ke dalam kurikulum sebagai bagian dari pendidikan karakter. Kedua, guru perlu didorong dan dilatih untuk menjadi *Islamic teacherpreneur*, baik dari aspek kompetensi bisnis maupun spiritualitas. Ketiga, model *Market Day* perlu dijadikan strategi pembelajaran yang sistematis, berkelanjutan, dan terukur dalam membentuk karakter siswa.

Lebih lanjut, pendekatan ini dapat direplikasi di sekolah Islam lain dengan menyesuaikan konteks dan sumber daya yang tersedia. Dengan membangun sistem pendidikan berbasis nilai, praktik, dan keteladanan, maka akan terbentuk generasi yang tidak hanya cerdas secara intelektual, tetapi juga tangguh secara ekonomi, dan kokoh secara spiritual.

D. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi konsep *Islamic Teacherpreneurship* dalam program *Market Day* di Sekolah Tahfidz Plus Khoiru Ummah Kabupaten Semarang berhasil menjadi pendekatan strategis dalam membentuk karakter *entrepreneur Muslim* sejak dini. Guru

di sekolah ini tidak hanya berfungsi sebagai pengajar, tetapi juga sebagai teladan dan fasilitator nilai-nilai kewirausahaan Islami. Mereka menjalankan peran *Islamic teacherpreneur* dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran, amanah, tanggung jawab, dan kebermanfaatan umat ke dalam praktik kegiatan ekonomi siswa.

Program *Market Day* terbukti menjadi media pembelajaran yang efektif dan bermakna. Kegiatan ini memungkinkan siswa untuk mengalami proses kewirausahaan secara langsung sambil menginternalisasi nilai-nilai Islam dalam setiap tahapan. Siswa tidak hanya belajar menjual produk, tetapi juga dilatih untuk jujur dalam transaksi, mandiri dalam pengambilan keputusan, serta peduli terhadap sesama. Karakter *entrepreneur Muslim* yang terbentuk meliputi aspek spiritual, sosial, dan emosional yang selaras dengan prinsip-prinsip pendidikan Islam.

Temuan penelitian ini juga memberikan kontribusi ilmiah dengan memperluas pemahaman tentang *teacherpreneurship* dalam perspektif Islam, serta menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis pengalaman dan nilai dapat menjadi sarana efektif dalam pendidikan karakter. Dengan demikian, *Islamic Teacherpreneurship* melalui *Market Day* bukan hanya sebagai kegiatan pelengkap, tetapi bagian integral dari strategi pendidikan Islam yang kontekstual, aplikatif, dan transformatif.

2. Saran

- a. Bagi Sekolah dan Guru: Sekolah Islam, khususnya yang berbasis tahfidz, disarankan untuk menjadikan program *Market Day* sebagai kegiatan rutin dan terstruktur dalam kurikulum pembelajaran. Guru perlu dilatih dan diberdayakan sebagai *Islamic teacherpreneur* agar mampu mengarahkan siswa tidak hanya pada capaian akademik, tetapi juga pada pembentukan karakter dan keterampilan kewirausahaan berbasis nilai Islam.
- b. Bagi Pemerintah dan Lembaga Pendidikan Islam: Dinas pendidikan dan Kementerian Agama perlu memberikan dukungan kebijakan dan pendampingan untuk mengembangkan model pendidikan kewirausahaan berbasis nilai Islam di sekolah-sekolah. Penyusunan modul, pelatihan guru, dan pemberian insentif bagi sekolah yang berhasil mengembangkan model *Islamic Teacherpreneurship* perlu menjadi perhatian agar pendekatan ini dapat direplikasi lebih luas.

- c. Bagi Peneliti Selanjutnya: Penelitian lanjutan dapat memperluas cakupan pada pengembangan indikator evaluasi karakter *entrepreneur Muslim* secara kuantitatif, atau mengkaji efektivitas program serupa di jenjang pendidikan yang berbeda, serta menggali pengaruh media digital dalam penguatan peran *Islamic teacherpreneur* di era teknologi.
- d. Bagi Orang Tua dan Komunitas: Orang tua dan komunitas Muslim perlu dilibatkan secara aktif dalam kegiatan seperti *Market Day* untuk memperkuat dukungan lingkungan terhadap pembentukan karakter kewirausahaan anak. Keterlibatan ini akan memperkuat sinergi antara pendidikan formal dan pembinaan karakter di rumah dan masyarakat.

Daftar Pustaka

- Ahmad bin Hanbal. ((n.d.)). *Musnad Ahmad bin Hanbal*. Beirut: ar Al-Fikr.
- Ajzen & Fishbein, M. (2010). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. New York: Psychology Press. doi:<https://doi.org/10.4324/9780203838020>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. doi: [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Al-Ghazali. (2018). *Ihya' Ulumuddin*. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Al-Qur'anul Karim. (2021). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Baidhaw, Z. (2024). *Penguatan Karakter Kewirausahaan Islam di Lembaga Pendidikan Islam*. Yogyakarta: LKiS.
- Berry, B. (2015). *Teacherpreneurs: Cultivating and Scaling Up a Bold Brand of Teacher Leadership*. San Francisco: Jossey-Bass. Retrieved from <https://www.wiley.com/en-us/Teacherpreneurs%3A+Cultivating+and+Scaling+Up+a+Bold+Brand+of+Teacher+Leadership-p-9781118456194>
- Creswell, J. W. (2016). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.)*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Hidayat, R. (2021). *Kewirausahaan dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice Hall.
- Liu & Chaemchoy, S. (2024). Digitalization and teacherpreneurship in Islamic education: Challenges and innovations. *Journal of Islamic Education and Innovation*, 12(1), 15–24. Retrieved from <https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/jiei>
- Miles & Huberman. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook (2nd ed.)*. Thousand Oaks, California, Amerika Serikat: SAGE Publications. Retrieved from <https://us.sagepub.com/en-us/nam/qualitative-data-analysis/book208963>
- Mulyadi, A. (2020). *Kewirausahaan dalam Pendidikan Islam: Integrasi Nilai, Inovasi, dan Etika*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Mustafa Kamal Rostan. (2025). *Bisnis Ala Nabi: Meneladani Strategi Dagang Rasulullah SAW*. Jakarta: Karya Cendekia.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods (3rd ed.)*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications. . Retrieved from <https://us.sagepub.com/en-us/nam/qualitative-research-evaluation-methods/book232962>)
- Suryana, Y. (2019). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Bandung: Salemba Empat.
- Yin, R. K. (2014). *Case study research: Design and methods (5th ed.)*. Los Angeles: SAGE Publications. Retrieved from <https://us.sagepub.com/en-us/nam/case-study-research-and-applications/book250150>