



Edupreneurship 4.0: Eksplorasi Strategi Pembelajaran Inovatif Pendidikan Bahasa Arab di Era Digital

Ardina Novitasari¹, Sabarudin², Nurhapsari Pradnya Paramita³

¹²³UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

Email: ¹ardinanovitasari@gmail.com, ²sabarudin@uin-suka.ac.id,

³nurhapsari.paramita@uin-suka.ac.id

Article Info

Article History

Received:

Revised:

Accepted:

Published:

Keyword:

**Edupreneurship,
Learning
Strategy,
Digital Era**

Abstract

Edupreneurship is an innovative approach that integrates entrepreneurship education with educational values. The combination of these two different fields is a response to the demands of the times. This study aims to examine and describe innovative learning strategies applied to students of the Arabic Language Education Study Program. The study was conducted with a qualitative descriptive approach exploring lecturers' strategies in internalizing edupreneurship values through the use of English as the language of instruction and assignments. Data collection techniques were interviews, observation and documentation. Data analysis used the Miles & Huberman data condensation, data presentation, and verification techniques. One of the innovations carried out was the use of a digital platform from the Wadhvani Foundation to support the development of students' entrepreneurial assignments and skills. The results of the study showed that this strategy had an impact on the growth of students' entrepreneurial interests and abilities amidst advances in digital technology. The integration of edupreneurship with digital branding is a new model in learning development. Internalization of entrepreneurial values strengthens the creative and productive mindset of Arabic Language Education students. The use of English and Arabic in the learning process also improves multilingual communication skills and mastery of digital marketing. This study concludes that innovation in edupreneurship-based learning strategies is effective in developing students' academic and practical competencies.

الملخص

ريادة الأعمال التعليمية هي نهج مبتكر يدمج تعليم ريادة الأعمال مع القيم التعليمية. ويعد دمج هذين المجالين المختلفين استجابة لمتطلبات التنمية الحديثة. هناك شيان مختلفان متكاملان في مواجهة العصر الرقمي. تهدف هذه الدراسة إلى دراسة ووصف استراتيجيات التعلم المبتكرة المطبقة على طلبة برنامج دراسة تعليم اللغة العربية. تم إجراء البحث باستخدام المنهج الوصفي النوعي، لاستكشاف استراتيجيات المحاضرين في استيعاب قيم ريادة الأعمال التعليمية من خلال استخدام اللغة الإنجليزية كلغة تدريس للتعلم والمهام. ومن بين الابتكارات التي تم تنفيذها استخدام منصة رقمية من مؤسسة وادهوانيلدعم تطوير المهام والمهارات الريادية للطلاب. وتظهر نتائج الدراسة أن هذه الاستراتيجية لها تأثير على نمو اهتمامات وقدرات الطلبة الريادية في ظل التقدم في التكنولوجيا الرقمية. يصبح دمج ريادة الأعمال التعليمية مع العلامة التجارية الرقمية نموذجًا جديدًا في تطوير التعلم. إن غرس القيم الريادية يعزز العقلية الإبداعية والإنتاجية لدى طلبة تعليم اللغة العربية. بالإضافة إلى ذلك فإن استخدام اللغتين الإنجليزية والعربية في عملية التعلم يعمل أيضًا على تحسين مهارات التواصل المتعدد اللغات وإتقان التسويق الرقمي. وخلصت هذه الدراسة إلى أن الابتكار في استراتيجيات التعلم المبني على ريادة الأعمال التعليمية فعال في تطوير الكفاءات الأكاديمية والعملية للطلبة. التعلم القائم على المشاريع لطلاب تعلم الوسائط الرقمية مع التعلم المدمج، وهو مزيج من الاجتماعات غير المتصلة بالإنترنت وعبر الإنترنت باستخدام منصة وادهواني جنبًا إلى جنب مع اللغة الإنجليزية لعروض الطلاب

Pendahuluan

Pesatnya perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di era Revolusi Industri 4.0 membawa implikasi signifikan bagi pendidikan tinggi. Selain penguasaan akademik, mahasiswa abad ke-21 dituntut memiliki kompetensi praktis, life skills, jiwa kewirausahaan, dan literasi digital.¹ menjadi semakin relevan, terutama bagi mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Arab (PBA). Pendekatan ini membuka peluang pengembangan diri, perluasan wawasan global, dan penguasaan keterampilan yang dibutuhkan industri berbasis bahasa dan budaya.

Edupreneurship adalah pendekatan inovatif dalam proses pembelajaran yang menekankan pada penciptaan nilai (*value creation*) melalui kegiatan pendidikan yang berorientasi pada hasil nyata. Dalam penerapannya, *edupreneurship* tidak hanya berfokus pada pengembangan produk atau jasa, tetapi juga pada pembentukan karakter kreatif, inovatif, dan mandiri.² Bagi mahasiswa, terutama yang berada di

¹ Jesika Dwi Putriani and Hudaidah Hudaidah, "Penerapan Pendidikan Indonesia Di Era Revolusi Industri 4.0," *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan* 3, no. 3 (2021): 830–38, <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i3.407>.

² Onky Paramanda Arma and Daroe Iswatiningsih, "Analisis Pembelajaran Berbasis Konsep Edupreneurship," *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan* 4, no. 5 (2025): 595–614.

lingkungan Program Studi Pendidikan Bahasa Arab, pendekatan ini membuka peluang luas untuk mengembangkan potensi diri, memperluas wawasan global dan membangun keterampilan yang relevan dengan kebutuhan industri berbasis bahasa dan budaya.

Integrasi *edupreneurship* dalam pembelajaran tidak dapat berjalan tanpa dukungan strategi yang tepat. Di era digital, pendekatan konvensional dalam proses belajar-mengajar harus dikembangkan agar memadai. Mahasiswa perlu dibekali dengan pengalaman belajar yang interaktif, kontekstual, dan berbasis teknologi. Penggunaan platform digital, media sosial, serta integrasi bahasa asing seperti Bahasa Inggris dalam tugas dan presentasi menjadi sangat penting. Bahasa Inggris, sebagai bahasa internasional, tidak hanya membantu mahasiswa mengakses sumber informasi global, tetapi juga memperluas jangkauan ide dan produk kewirausahaan mereka ke pasar internasional.³

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital menuntut transformasi dalam berbagai aspek kehidupan. Pendidikan tidak lagi sekadar berfokus pada penguasaan teori, tetapi juga harus menyiapkan lulusan yang kompeten dalam keterampilan praktis dan inovatif yang relevan dengan kebutuhan industri dan masyarakat. Dalam konteks ini, konsep *edupreneurship* muncul sebagai salah satu solusi yang mampu menggabungkan pendidikan dan kewirausahaan, memberikan landasan yang kuat bagi mahasiswa untuk menjadi kreativitas dan inovatif.⁴ Program studi Pendidikan Bahasa Arab berkomitmen untuk menghadirkan pendidikan yang tidak hanya mendidik mahasiswa dalam disiplin ilmu, tetapi juga membekali mereka dengan keterampilan yang diperlukan untuk menghadapi tantangan global. Program Studi Pendidikan Bahasa Arab sebagai salah satu program di fakultas ini memiliki peran strategis dalam menciptakan lulusan yang tidak hanya mahir berbahasa, tetapi juga siap untuk berinovasi dalam dunia kewirausahaan yang semakin terhubung secara digital.

Perubahan paradigma pendidikan di era Revolusi Industri 4.0 telah menempatkan teknologi sebagai pilar utama dalam proses belajar-mengajar. Dunia pendidikan tidak lagi sekadar berbicara tentang transfer ilmu dari dosen ke mahasiswa, melainkan lebih pada bagaimana membentuk ekosistem pembelajaran yang kolaboratif, fleksibel dan berorientasi masa depan. Di tengah derasnya arus globalisasi dan digitalisasi muncul kebutuhan akan model pendidikan yang tidak hanya membentuk lulusan yang kompeten secara akademik, tetapi juga mampu bertahan dan bersaing dalam dunia kerja yang dinamis.⁵ Hal ini menjadikan pendekatan *edupreneurship* sebagai solusi strategis dalam menciptakan lulusan yang tidak hanya berpikir sebagai pencari kerja, tetapi juga sebagai pencipta lapangan kerja.

Di tengah tantangan ketimpangan antara keterampilan akademik dan kebutuhan industri, serta cepatnya perubahan teknologi, pendidikan tinggi harus mampu menghasilkan inovasi dalam strategi pembelajaran. Mahasiswa tidak cukup

³ Ni Ketut Sri Rahayuni, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran English For Hospitality," *Maret 2*, no. 1 (2024): 269–78, <https://doi.org/10.61132/bima.v2i1.599>.

⁴ Ahmad Thoyyib Shofi, "Implementasi Wirausaha Merdeka Berbasis Edupreneurship Di FKIP Universitas Qomaruddin," *Jurnal Ilmu Pendidikan Islam* 21, no. 1 (2023): 53–54.

⁵ Yossita Wisman et al., "Respon Siswa Terhadap Pembelajaran Daring Penjasorkes," *Jurnal Ilmiah Kanderang Tingang* 13, no. 1 (2022): 60–71, <https://doi.org/10.37304/jikt.v13i1.149>.

hanya dibekali dengan teori dan hafalan, melainkan harus diajak terlibat langsung dalam pengalaman praktis yang mengembangkan *soft skills* dan *hard skills* secara bersamaan. *Edupreneurship* sebagai pendekatan holistik mengedepankan nilai-nilai kreativitas, inovasi, kolaborasi dan keberlanjutan dalam membangun mindset wirausaha di lingkungan pendidikan.⁶ Secara khusus, pada ranah Pendidikan Bahasa Arab pendekatan ini menjadi sangat relevan.

Bahasa Arab tidak hanya merupakan alat komunikasi, tetapi juga jembatan budaya dan sumber kekayaan intelektual dari peradaban Islam. Mengintegrasikan konsep kewirausahaan dalam pendidikan Bahasa Arab membuka peluang untuk menciptakan produk-produk edukatif berbasis budaya dan agama yang mampu menjawab kebutuhan masyarakat modern.⁷ Hal ini menjadi peluang emas bagi mahasiswa untuk mengembangkan karier di berbagai sektor, seperti industri kreatif, edukasi digital, pelatihan profesional, dan bahkan dalam dakwah berbasis teknologi. penguasaan Bahasa Inggris sebagai bahasa internasional menjadi kompetensi penting yang mendukung ekspansi gagasan dan produk mahasiswa ke kancah global. Melalui penerapan tugas-tugas berbasis Bahasa Inggris, mahasiswa didorong untuk mengembangkan kemampuan komunikasi lintas budaya, presentasi internasional, dan adaptasi terhadap pasar global. Dengan demikian, perpaduan antara Bahasa Arab, Bahasa Inggris, serta kompetensi digital menjadi kekuatan utama dalam membentuk profil lulusan yang unggul, adaptif dan visioner.

Penerapan *edupreneurship 4.0* dalam pembelajaran menuntut keberanian dosen dan institusi untuk mendesain ulang proses pendidikan yang lebih aplikatif, interdisipliner, dan berbasis produk. Platform-platform digital seperti Wadhvani Foundation menyediakan ekosistem pembelajaran yang mendukung semangat kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Platform ini tidak hanya memberi ruang eksplorasi, tetapi juga menyediakan mentor, jejaring industri dan simulasi kewirausahaan yang dapat mempercepat pengembangan ide menjadi produk nyata. Perlu dilakukan penelitian mendalam untuk mengeksplorasi bagaimana strategi ini diimplementasikan dalam konteks lokal Program Studi Pendidikan Bahasa Arab, serta untuk mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam proses pembelajaran inovatif berbasis *edupreneurship* tersebut.

Transformasi pendidikan di era digital tidak dapat dilepaskan dari tuntutan masyarakat global yang kian kompetitif. Pendidikan tinggi ditantang untuk menciptakan lulusan yang tidak hanya unggul secara teoritis, tetapi juga mampu menciptakan solusi atas permasalahan nyata melalui inovasi dan kewirausahaan. Dalam konteks ini, *edupreneurship* menjadi lebih dari sekadar pendekatan pembelajaran. Ia merupakan strategi pembangunan manusia yang menggabungkan semangat belajar sepanjang hayat dengan daya cipta dan inisiatif mandiri. Konsep *edupreneurship* juga memiliki dimensi filosofis yang kuat. Dalam pandangan progresif pendidikan seharusnya menjadi alat pembebasan dan pemberdayaan. Pendekatan ini sejalan dengan *edupreneurship* yang menempatkan mahasiswa bukan

⁶ Annisa Tishana, Deby Cinthia, and Nizwardi Jalinus, "Analisis Relevansi Pendidikan Kewirausahaan Dan Lingkungan Kampus Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Perguruan Tinggi Di Sumatera Barat," *Jurnal Ilmu Sosial Politik Dan Humaniora* 9, no. 1 (2025): 1–9, <https://doi.org/10.36624/jisora.v1i2.11>.

⁷ Muhibb Abdul Wahab, "Peran Bahasa Arab Dalam Pengembangan Ilmu Dan Peradaban Islam," *Arabiyat Jurnal Pendidikan Bahasa Arab Dan Kebahasaaraban* 1, no. 1 (2014), <https://doi.org/10.15408/a.v1i1.1127>.

sebagai objek pendidikan, tetapi sebagai subjek aktif yang membentuk masa depannya sendiri. Mahasiswa didorong untuk mengenali potensi, mengembangkan ide, dan mewujudkan nilai dalam bentuk produk atau layanan yang bermanfaat bagi masyarakat.⁸ Dengan demikian, pendidikan menjadi jalan bagi transformasi sosial yang berkelanjutan.

Dari sisi sosiokultural, pendekatan *edupreneurship* dalam pendidikan Bahasa Arab juga memiliki nilai strategis. Bahasa Arab bukan hanya bahasa komunikasi, tetapi juga bahasa ilmu pengetahuan klasik, hukum, dan teologi. Hal ini membuka peluang besar dalam pengembangan konten-konten edukatif berbasis lokalitas dan spiritualitas, seperti aplikasi pembelajaran Al-Qur'an, pelatihan bahasa untuk keperluan haji dan umrah, hingga layanan penerjemahan dokumen keagamaan. Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Arab memiliki posisi unik untuk mengisi ceruk pasar ini, terutama ketika dipadukan dengan pendekatan digital dan keterampilan kewirausahaan.

Penerapan *edupreneurship* dalam pendidikan tinggi, termasuk di program studi berbasis bahasa seperti Pendidikan Bahasa Arab, tidak lepas dari sejumlah tantangan. Di antaranya adalah resistensi terhadap perubahan, keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten dalam bidang digital entrepreneurship, serta minimnya akses terhadap infrastruktur teknologi yang memadai. Selain itu, keterbatasan dalam penguasaan Bahasa Inggris juga menjadi kendala signifikan dalam mengakses sumber daya global maupun dalam memasarkan produk ke ranah internasional. Dari sisi kebijakan, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Indonesia telah menggulirkan berbagai program yang mendukung integrasi kewirausahaan dalam pendidikan tinggi. Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) misalnya, membuka ruang bagi mahasiswa untuk belajar di luar kampus, magang di industri, serta mengembangkan proyek mandiri. Kurikulum berbasis *outcome-based education* (OBE) juga menekankan pentingnya capaian pembelajaran yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja.⁹ Dalam konteks ini, penelitian mengenai strategi pembelajaran inovatif berbasis *edupreneurship* di Program Studi Pendidikan Bahasa Arab menjadi sangat relevan dan mendukung agenda nasional tersebut.

Penguatan keterampilan abad ke-21 seperti berpikir kritis, pemecahan masalah, kolaborasi dan literasi digital menjadi elemen penting dalam strategi *edupreneurship*. Pendekatan pembelajaran yang digunakan harus mampu memfasilitasi mahasiswa dalam mengembangkan proyek nyata, berkolaborasi dalam tim multidisipliner, serta berkomunikasi secara efektif dalam berbagai bahasa. Pendekatan seperti *project-based learning*, *problem-based learning*, hingga *blended learning* terbukti mampu mengintegrasikan aspek-aspek tersebut ke dalam proses pembelajaran. Lebih lanjut, dosen memiliki peran sentral dalam menciptakan atmosfer pembelajaran yang mendukung semangat kewirausahaan. Dosen tidak hanya berfungsi sebagai pemberi materi, tetapi juga sebagai mentor, fasilitator, dan motivator. Kapasitas dosen dalam bidang kewirausahaan, pemanfaatan teknologi,

⁸ Fatima Tuzzuhro et al., "Pemberdayaan Edupreneurship Di Perguruan Tinggi: Mengintegrasikan Kreativitas, Kewirausahaan, Dan Pendidikan Berbasis Inovasi," *PeKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntans* 11, no. 2 (2023): 103–10.

⁹ Siffi Khaliyah et al., "Peningkatan Karakter Kewirausahaan Mahasiswa Melalui Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (Mbkm) Universitas Wahid Hasyim Semarang Dunia Pendidikan Di Indonesia," *Jurnal Manajemen* 11, no. 2 (2024): 122–30.

dan penguasaan Bahasa Inggris juga perlu ditingkatkan secara berkelanjutan. Pelatihan, lokakarya, serta kemitraan dengan dunia industri menjadi bagian penting dari ekosistem pembelajaran yang mendukung visi *edupreneurship 4.0*.

Dalam konteks globalisasi, penting meninjau ulang desain kurikulum agar selaras dengan kebutuhan industri digital dan global. Misalnya, penyusunan mata kuliah yang berorientasi pada produk, penilaian berbasis portofolio, serta integrasi tugas-tugas berbasis proyek dan pitching produk ke masyarakat luas. Mahasiswa juga perlu diberikan ruang untuk mengeksplorasi minat kewirausahaan mereka melalui program inkubasi bisnis, kompetisi startup, dan kolaborasi internasional. Pendekatan *edupreneurship* sejalan dengan pengembangan kompetensi *intercultural communication* dan literasi global. Mahasiswa yang dibekali kemampuan Bahasa Arab dan Inggris memiliki potensi besar untuk menjadi *global citizen* yang mampu memasarkan produk-produk edukatif, budaya, maupun spiritual ke komunitas internasional. Keterampilan dalam digital marketing menjadi penunjang utama dalam pencapaian tujuan ini.¹⁰

Secara makro, pendekatan ini juga memiliki potensi kontribusi terhadap pengembangan ekonomi kreatif nasional. Sektor ekonomi kreatif berbasis bahasa dan budaya, seperti penerbitan digital, pelatihan daring, aplikasi edukasi, dan konten media sosial, terus menunjukkan pertumbuhan yang positif. Dengan menciptakan lulusan yang memiliki visi kewirausahaan dan kecakapan teknologi, pendidikan tinggi dapat memainkan peran penting dalam menumbuhkan industri kreatif yang berdaya saing tinggi. Dalam konteks tersebut penelitian ini menjadi penting dilakukan. Penelitian ini tidak hanya sekadar mengkaji strategi pembelajaran, tetapi juga mengeksplorasi bagaimana pendekatan *edupreneurship* dapat menjadi jembatan antara dunia pendidikan dan dunia usaha, antara ruang kelas dan pasar global. Penelitian ini juga akan melihat bagaimana pemanfaatan teknologi dan penguasaan bahasa asing menjadi pengungkit dalam pengembangan potensi mahasiswa sebagai agen perubahan dan pemimpin masa depan.

Penelitian ini diharapkan mampu menjawab sejumlah pertanyaan kritis terkait efektivitas strategi pembelajaran inovatif berbasis *edupreneurship*, peran teknologi dan bahasa asing dalam pengembangan kewirausahaan mahasiswa, serta kesiapan kurikulum dalam mendukung pembelajaran berbasis produk. Hasil penelitian ini akan memberikan rekomendasi strategis bagi pengembangan kurikulum, pelatihan dosen, penyusunan kebijakan pendidikan tinggi, serta penguatan ekosistem kewirausahaan kampus yang berbasis budaya dan teknologi. Kurikulum 2020 yang diterapkan di institusi ini telah mengintegrasikan beberapa elemen kewirausahaan, namun masih diperlukan pengembangan lebih lanjut untuk memaksimalkan potensi mahasiswa. Dalam rencana pengembangan kurikulum 2024, penekanan pada *edupreneurship* diharapkan dapat lebih intensif, dengan fokus pada penerapan Bahasa Inggris sebagai materi pembelajaran. Keterampilan bahasa Inggris menjadi penting dalam era global, komunikasi lintas budaya dan pertukaran informasi sangat krusial. Dalam hal ini, digital marketing sebagai bagian dari *edupreneurship* relevan untuk dimanfaatkan sebagai salah satu strategi

¹⁰ Aulia Luqman Aziz, Abd. Qadir Muslim, and Detha Alfrian Fajri, "Inkubasi Bisnis Untuk Mahasiswa Melalui Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) Di Universitas Brawijaya: Perspektif Mahasiswa," *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan* 10, no. 3 (2022): 810–32, <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i3.536>.

pembelajaran. Mahasiswa tidak hanya diharapkan memahami konsep digital marketing, tetapi juga mampu menerapkannya dalam produk nyata yang memberikan dampak positif bagi masyarakat. Melalui proses belajar yang interaktif dan menggunakan bahasa Inggris, mahasiswa diharapkan dapat mengembangkan sikap inovatif dan kewirausahaan yang diperlukan di dunia kerja.¹¹

Mahasiswa Pendidikan Bahasa Arab memiliki kompetensi Pendidikan dan Bahasa Arab yang mahir dalam hal ini pendidik memberi dorongan baru pembelajaran kewirausahaan memadukan Bahasa Inggris dan Bahasa Arab. Penelitian mengenai strategi pembelajaran telah memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan pengetahuan terkait komponen-komponen pembelajaran yang memiliki peran krusial dalam meningkatkan kapasitas intelektual peserta didik melalui proses pembelajaran yang terencana. Implikasi dari temuan tersebut menunjukkan bahwa strategi pembelajaran yang tersusun secara sistematis mampu meningkatkan kualitas pendidikan serta mentransformasi lingkungan belajar yang kurang kondusif menjadi lebih efektif dan produktif.

Program Studi Pendidikan Bahasa Arab memiliki tantangan sekaligus peluang. Tantangan utamanya terletak pada bagaimana mengubah paradigma pembelajaran yang sebelumnya fokus pada teori linguistik dan pedagogi menjadi pembelajaran yang lebih aplikatif dan solutif. Sementara itu, peluang besar terletak pada kemampuan mahasiswa dalam menguasai dua bahasa Bahasa Arab dan Bahasa Inggris. Kombinasi ini menjadi modal penting dalam pengembangan produk berbasis budaya, konten edukatif digital, maupun jasa berbasis bahasa seperti pelatihan, penerjemahan, dan konsultasi bahasa. Penerapan *edupreneurship* dalam pendidikan Bahasa Arab dapat dilakukan melalui berbagai strategi. Salah satunya adalah dengan mengintegrasikan *project-based learning* yang menekankan pada pengembangan produk nyata berbasis kebutuhan masyarakat. Produk yang dikembangkan bisa berupa media pembelajaran interaktif, video edukatif, modul pelatihan, atau produk digital lainnya yang memiliki nilai jual dan berdampak sosial. Dosen berperan sebagai fasilitator yang memberikan arahan, membuka akses ke platform digital seperti Wadhvani Foundation dan mendorong mahasiswa untuk berpikir kritis dan kreatif.

Pengalaman belajar ini akan diperkuat dengan penggunaan Learning Management System (LMS) tidak hanya memfasilitasi pengumpulan tugas, tetapi mendorong interaksi aktif antara dosen dan mahasiswa. LMS menjadi media utama dalam pengelolaan proses belajar secara daring, yang memungkinkan fleksibilitas dan personalisasi dalam pembelajaran. Platform seperti Zoom dan Google meet hingga sistem internal institusi digunakan untuk mendukung keberhasilan pembelajaran berbasis digital. Selain itu, integrasi strategi *digital branding* juga sangat penting dalam era ini. *Digital branding* tidak hanya berfungsi untuk mempromosikan produk, juga sebagai bentuk identitas profesional mahasiswa. Dengan membangun personal brand melalui media sosial, portofolio digital, dan produk inovatif yang dipublikasikan secara daring, mahasiswa dapat memperluas jaringan, menarik minat pasar, serta membangun reputasi sebagai edupreneur yang andal.

¹¹ Risma Dewi Saputri et al., "Inovasi Dan Strategi Pengajaran Menulis Bahasa Arab Di Universitas Islam Negeri Mataram," *Kalimatuna: Journal of Arabic Research* 2, no. 1 (2023): 1–14, <https://doi.org/10.15408/kjar.v2i1.34201>.

Melalui penggabungan antara pendekatan pedagogi modern, penggunaan teknologi digital, penguasaan bahasa asing dan pembentukan jiwa kewirausahaan, mahasiswa tidak hanya dipersiapkan sebagai lulusan yang kompeten secara akademis, tetapi juga mampu menjadi agen perubahan di masyarakat. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengeksplorasi strategi pembelajaran inovatif berbasis *edupreneurship* di Program Studi Pendidikan Bahasa Arab serta menilai sejauh mana pendekatan ini mampu meningkatkan kapasitas mahasiswa di era digital. Konsep *edupreneurship* telah banyak diperkenalkan dalam wacana pendidikan tinggi, implementasinya masih menemui berbagai kendala di tingkat program studi, termasuk di Program Studi Pendidikan Bahasa Arab. Salah satu permasalahan utama yang dihadapi adalah masih rendahnya integrasi antara kompetensi pedagogis, linguistik, dan kewirausahaan dalam proses pembelajaran. Banyak program studi bahasa yang masih terpaku pada pendekatan pembelajaran tradisional yang menekankan hafalan, teori linguistik, dan pendekatan tekstual, tanpa memberikan ruang cukup bagi pengembangan keterampilan aplikatif yang dibutuhkan di era digital dan pasar kerja yang dinamis.

Sebagian besar mahasiswa Pendidikan Bahasa Arab masih memandang prospek kerja secara sempit, terbatas pada jalur konvensional seperti guru bahasa Arab atau penerjemah. Sementara itu, potensi besar yang dimiliki dalam bidang pengembangan konten digital, pelatihan daring, penerjemahan berbasis teknologi, serta produk budaya berbasis bahasa belum tergarap optimal. Ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi keilmuan mahasiswa dengan peluang nyata di masyarakat yang semakin membutuhkan solusi kreatif dan digital. Permasalahan lain yang muncul adalah kurangnya pengalaman mahasiswa dalam mengelola proyek kewirausahaan yang berbasis digital. Minimnya pembelajaran berbasis proyek (*project-based learning*) dan lemahnya pemanfaatan platform digital untuk mendukung kreativitas mahasiswa membuat banyak tugas kuliah menjadi sekadar formalitas akademik, bukan proses pembentukan keterampilan dunia nyata. Padahal, untuk menciptakan lulusan yang adaptif dan berdaya saing, mahasiswa perlu dilibatkan secara aktif dalam pengalaman kewirausahaan yang nyata, termasuk dalam menciptakan produk, mengelola tim, melakukan promosi digital, serta memahami analisis pasar.

Kendala berikutnya terletak pada penguasaan Bahasa Inggris yang masih terbatas di kalangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Arab. Padahal, kemampuan berbahasa asing, terutama Bahasa Inggris, menjadi kunci untuk membuka akses ke informasi global, mengikuti tren digital entrepreneurship, dan membangun koneksi lintas negara. Dalam konteks ini, penting bagi dosen untuk mendesain pembelajaran yang mendorong mahasiswa menggunakan Bahasa Inggris, baik dalam presentasi, penulisan laporan, maupun dalam eksplorasi materi pembelajaran daring seperti yang tersedia di Wadhwani Foundation. Sisi kurikulum, masih terdapat kelemahan dalam merancang struktur pembelajaran yang fleksibel dan responsif terhadap perkembangan zaman. Mata kuliah kewirausahaan seringkali diajarkan secara teoritis, tanpa integrasi dengan kompetensi bahasa yang dimiliki mahasiswa. Padahal, potensi besar dapat digali dari pendekatan interdisipliner antara bahasa, teknologi, dan bisnis. Kurikulum yang terlalu fokus pada konten akademik linguistik, namun minim sentuhan inovatif aplikatif, akan menghambat upaya pembentukan profil lulusan yang adaptif dan inovatif.

Dari sudut pandang dosen, banyak tenaga pengajar yang belum terbiasa mengintegrasikan pendekatan *edupreneurship* ke dalam proses pembelajaran sehari-hari. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pelatihan pedagogik berbasis inovasi dan digitalisasi, serta rendahnya pengalaman mereka dalam dunia kewirausahaan. Tanpa dukungan dari dosen yang berpikiran terbuka dan siap bertindak sebagai fasilitator kewirausahaan, mahasiswa mendapatkan bimbingan yang relevan dalam mengembangkan proyek-proyek yang bersifat produktif dan bernilai jual. Kondisi ini terdapat kesenjangan kurangnya akses terhadap infrastruktur digital yang memadai. Tidak semua mahasiswa memiliki akses yang merata terhadap internet stabil, perangkat teknologi, serta aplikasi berbasis daring yang mendukung kegiatan pembelajaran digital. Hal ini menjadi tantangan tersendiri dalam mengimplementasikan strategi pembelajaran yang mengandalkan pendekatan digital secara maksimal, apalagi jika pembelajaran dilakukan dalam bentuk hybrid atau daring penuh.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi pembelajaran inovatif berbasis *edupreneurship* yang diterapkan di Program Studi Pendidikan Bahasa Arab. Secara spesifik, penelitian ini akan menjawab pertanyaan mengenai: 1) Bagaimana strategi pembelajaran inovatif berbasis *edupreneurship* diimplementasikan dalam konteks pembelajaran mahasiswa PBA? 2) Bagaimana peran penggunaan Bahasa Inggris dan platform digital dalam mendukung pengembangan keterampilan kewirausahaan mahasiswa PBA? 3) Sejauh mana kurikulum Program Studi PBA saat ini mendukung pembelajaran berbasis produk yang mendorong kreativitas dan adaptabilitas mahasiswa di era digital?

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan konsep *edupreneurship* dalam pendidikan bahasa, serta rekomendasi praktis bagi dosen, mahasiswa, dan pengambil kebijakan dalam merancang pembelajaran yang inovatif dan aplikatif di Program Studi Pendidikan Bahasa Arab. Penelitian ini juga diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran akan pentingnya keterampilan non-akademik seperti kewirausahaan, komunikasi global, dan digital marketing bagi mahasiswa PBA dalam menghadapi era digital dan pasar kerja global.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoretis penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan konsep *edupreneurship* dalam pendidikan bahasa sebagai pendekatan baru dalam pembelajaran. Secara praktis memberikan rekomendasi bagi dosen, mahasiswa, dan pengambil kebijakan di institusi pendidikan tinggi dalam merancang pembelajaran yang inovatif dan aplikatif. Bagi mahasiswa menumbuhkan kesadaran pentingnya penguasaan keterampilan non-akademik seperti kewirausahaan, komunikasi global, dan digital marketing. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan tujuan memberikan gambaran nyata tentang strategi pembelajaran yang dapat diterapkan secara praktis, sekaligus memberikan peta jalan bagi transformasi pendidikan di lingkungan Program Studi Pendidikan Bahasa Arab. Diharapkan, hasil dari penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi teoritis, tetapi juga praktis dalam rangka meningkatkan kualitas lulusan yang memiliki karakter *edupreneur* sejati berpengetahuan, terampil, kreatif, dan adaptif terhadap tantangan zaman. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan

kurikulum dan praktik pendidikan yang lebih baik, serta melahirkan generasi muda yang siap berkontribusi dalam Masyarakat.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif eksploratif, dengan pendekatan studi kasus di lingkungan Program Studi Pendidikan Bahasa Arab. Pendekatan ini dipilih karena fokus utama penelitian adalah memahami secara mendalam fenomena strategi pembelajaran inovatif berbasis *edupreneurship* dalam program studi Pendidikan Bahasa Arab. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali makna, pengalaman dan pandangan para pelaku pendidikan secara langsung dalam konteks alami. Studi kasus dilakukan secara terbatas pada satu program studi, yaitu Pendidikan Bahasa Arab di salah satu perguruan tinggi Islam di Indonesia. Fokus eksplorasi adalah bagaimana dosen mengintegrasikan pembelajaran berbasis *edupreneurship*, memanfaatkan platform digital, dan menggabungkan penguasaan dua bahasa (Arab dan Inggris) dalam proses pembelajaran. Subjek penelitian terdiri atas dosen pengampu mata kuliah *edupreneurship* atau mata kuliah serupa yang mengintegrasikan konsep kewirausahaan dan teknologi. Mahasiswa semester enam Program Studi Pendidikan Bahasa Arab yang aktif mengikuti pembelajaran berbasis proyek. Dokumentasi kurikulum dan Rencana Pembelajaran Semester (RPS) terkait.

Penelitian dilakukan di lingkungan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, khususnya Program Studi Pendidikan Bahasa Arab. Kegiatan observasi dan pengumpulan data dilakukan secara langsung dan daring, sesuai dengan jadwal kegiatan perkuliahan yang berlangsung. Pengumpulan data dilakukan dengan beberapa teknik wawancara mendalam dilakukan terhadap dosen dan mahasiswa untuk memahami proses pembelajaran, tantangan yang dihadapi dan persepsi mereka terhadap pembelajaran berbasis *edupreneurship*. Observasi langsung dilakukan terhadap aktivitas kelas, metode pembelajaran dosen, penggunaan LMS dan platform digital seperti Wadhwani Foundation, serta hasil presentasi proyek mahasiswa. Studi Dokumen yang dianalisis meliputi kurikulum 2020 dan rancangan kurikulum 2024, RPS, rubrik penilaian tugas, serta produk mahasiswa seperti media presentasi.

Analisis data menggunakan teknik Miles & Huberman kondensasi data, penyajian data, dan verifikasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik dari Miles & Huberman, yang meliputi tiga tahap reduksi data penyederhanaan data dari wawancara, observasi dan dokumentasi ke dalam bentuk narasi penting. Penyajian data dengan menyusun data dalam bentuk deskriptif tematik untuk melihat pola-pola dan keterkaitan antar elemen. Verifikasi dan penarikan Kesimpulan dengan menyimpulkan temuan berdasarkan triangulasi data dari berbagai sumber untuk menjaga validitas.

Hasil dan Pembahasan

Pendidikan *edupreneurship* menggunakan Bahasa Inggris sebagai materi presentasi dan tugas. Dalam pembelajaran fakultas ilmu tarbiyah dan keguruan menggunakan Kurikulum 2020. Sedangkan Kurikulum 2024 bisa memanfaatkan ilmu dari *edupreneurship* sebagai tugas akhir menggunakan produk yang bermanfaat untuk masyarakat. Kurikulum 2020 dan rencana kurikulum 2024 diimplementasikan dalam proses pembelajaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan

Bahasa Inggris dalam materi pembelajaran tidak hanya memperkuat keterampilan bahasa mahasiswa, tetapi juga meningkatkan pemahaman mereka tentang konsep-konsep bisnis dan pemasaran digital. Ini memungkinkan mahasiswa untuk mengembangkan produk yang tidak hanya inovatif tetapi juga bermanfaat bagi masyarakat.

Temuan dari penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap pengembangan kurikulum pendidikan tinggi, serta menawarkan strategi pembelajaran yang dapat diadopsi oleh institusi lain dalam menghadapi tantangan pendidikan di era digital. Penyusunan kurikulum yang responsif terhadap kebutuhan industri dan masyarakat diharapkan dapat melahirkan lulusan yang siap bersaing dan berkontribusi secara positif di komunitas mereka. *Edupreneurship* gabungan pendidikan dan kewirausahaan, menjadi sangat penting dalam menyiapkan mahasiswa untuk menghadapi tantangan global dan dinamika pasar kerja yang semakin kompleks.¹²

Strategi Pembelajaran

Learning Management System (LMS) merupakan sebuah sistem berbasis teknologi informasi yang dirancang untuk mendukung dan mengelola proses pembelajaran. Sistem ini berfungsi sebagai sarana penyampaian materi serta wadah interaksi antara pendidik dan peserta didik. LMS juga dapat diartikan sebagai perangkat lunak yang memfasilitasi berbagai kebutuhan administratif, dokumentasi, serta pelaporan aktivitas pembelajaran. Dengan demikian, LMS dapat disimpulkan sebagai sistem perangkat lunak yang berperan sebagai media penghubung antara guru dan siswa, yang tidak hanya berfungsi dalam pengelolaan dan penyampaian materi pembelajaran, tetapi juga dalam pengaturan administrasi, pendokumentasian, serta pelaporan kegiatan belajar mengajar, baik secara langsung maupun daring.¹³ LMS ini disebut sebagai platform e-learning, atau sebagai salah satu aplikasi yang memungkinkan proses belajar mengajar berlangsung secara virtual dengan bantuan perangkat elektronik.¹⁴

Peran Platform Digital

Dalam perkembangan dunia digital saat ini, konsep digital branding juga semakin penting sebagai strategi pemasaran yang efektif untuk menyampaikan nilai suatu produk kepada masyarakat secara luas. Digital branding dimanfaatkan oleh pelaku bisnis untuk mengenalkan produk atau jasa mereka melalui berbagai media digital seperti situs web, aplikasi, dan media sosial.¹⁵ Secara umum, digital branding dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi strategis yang bertujuan untuk

¹² Luthfi Maulida Rochmah, "Strategi Dan Tantangan Implementasi Edupreneurship Di Sekolah Menengah Kejuruan: Kajian Literatur Sistematis Strategies and Challenges of Implementating Edupreneurship in Vocational High Schools: A Systematic Literature Review," *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Indonesia (JPTI)* 5, no. 4 (2025): 1075–89.

¹³ Alifia Mutsila Fakhruddin et al., "Efektivitas LMS (Learning Management System) Untuk Mengelola Pembelajaran Jarak Jauh Pada Satuan Pendidikan," *Pendidikan* 6, no. 2 (2022): 1–8.

¹⁴ Inge Widya Pangestika Pratomo and Rofi Wahanisa, "Pemanfaatan Teknologi Learning Management System (LMS) Di Unnes Masa Pandemi Covid-19," *Seminar Nasional Hukum Universitas Negeri Semarang* 7, no. 2 (2021): 547–60, <https://doi.org/10.15294/snhunnes.v7i2.730>.

¹⁵ Wulan Purnama Sari, Zhafirah Sholihah, and Felicia Masali, "Digital Branding Umkm Melalui Komunikasi Visual," *Jurnal ABDI: Media Pengabdian Kepada Masyarakat* 8, no. 2 (2023): 129–34, <https://doi.org/10.26740/abdi.v8i2.15923>.

memperkenalkan, memperkuat, dan menjaga eksistensi suatu merek atau figur, guna membentuk persepsi yang positif di mata publik.¹⁶ Mahasiswa Pendidikan bahasa arab dilatih memiliki value yang tinggi dalam hal Pendidikan, pengajaran dan Bahasa Arab yang dikuasai. Mahasiswa memiliki value ini akan mempromosikan kedunia kewirausahaannya bahkan bisa mencapai internasional dengan kemampuan bahasa serta digital yang dimiliki.

Penelitian ini dilakukan pada mata kuliah “Kewirausahaan Pendidikan” di Program Studi Pendidikan Bahasa Arab pada salah satu Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) di Indonesia selama satu semester (16 pertemuan). Dosen pengampu telah merancang pembelajaran berbasis *edupreneurship* dengan pendekatan *project-based learning*, integrasi penggunaan Bahasa Inggris sebagai bahasa presentasi, serta pemanfaatan platform Wadhvani Foundation sebagai media pendukung pengembangan ide bisnis digital.

Dalam mata kuliah *Edupreneurship* dan Kewirausahaan Pendidikan, dosen menerapkan pendekatan pembelajaran berbasis proyek (*project-based learning*). Mahasiswa ditugaskan untuk membuat produk atau layanan berbasis bahasa Arab yang dapat dimonetisasi. Proyek ini dilakukan dalam tim dan dibimbing oleh dosen dari tahap perencanaan hingga pemasaran. Dosen tidak hanya berperan sebagai pengajar, tetapi sebagai fasilitator dan mentor bisnis. Pendekatan ini menciptakan iklim kelas yang kolaboratif, dinamis, dan penuh tantangan, di mana mahasiswa belajar berpikir kreatif, mengambil keputusan, dan menghadapi risiko seperti layaknya dalam dunia bisnis nyata.

Penggunaan Bahasa Inggris

Penggunaan Bahasa Inggris dan Platform Wadhvani Foundation. Sebagai bagian dari pembelajaran global, mahasiswa diwajibkan mempresentasikan ide bisnis mereka menggunakan Bahasa Inggris. Tugas-tugas tertulis dan video presentasi pun disusun dalam dua bahasa: Inggris dan Arab. Hal ini memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan literasi bahasa asing mahasiswa mengaku lebih percaya diri berbicara di depan umum. Kesadaran global mereka mulai berpikir bagaimana menjangkau pasar internasional melalui produk berbasis bahasa. Platform *Wadhvani Foundation* digunakan untuk mengakses materi kewirausahaan digital dan merancang *business plan* dengan struktur profesional. Platform ini menyediakan kurikulum pembelajaran seperti: *Market Research, Product Development, Pitching to Investors, Building a Digital Business*.

Sebagian mahasiswa diarahkan dosen bahkan mengunggah video iklan ke social media sebagai bagian dari strategi digital branding. Implementasi LMS sebagai media interaktif pembelajaran dilakukan melalui Learning Management System (LMS) internal kampus, memungkinkan interaksi melalui forum diskusi dan unggah-tugas berbasis multimedia. Dosen juga mengintegrasikan Google Form, Canva, dan Google Slides sebagai alat bantu mahasiswa menyusun konten visual marketing. Berikut hasil wawancara dengan dosen pengampu mata kuliah *Edupreneurship*:

¹⁶ Cintantya Andhita Dara Kirana, Nanda Ravenska, and Rifki Muhammad Fauzi, “Upaya Mengoptimalkan Peluang Inovasi Digital Bagi Mahasiswa Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Digital Branding,” *I-Com: Indonesian Community Journal* 4, no. 3 (2024): 2277–87, <https://doi.org/10.33379/icom.v4i3.5264>.

“Mahasiswa Pendidikan Bahasa Arab saya arahkan koordinasi menggunakan AI sebagai jembatan business plan serta canva dll alat bantu konten di sosial media”

Pengaruh Kurikulum terhadap Edupreneurship

Pengaruh kurikulum terhadap pengembangan edupreneurship dalam pendidikan Bahasa Arab sangat signifikan, terutama dalam menentukan arah dan kualitas pembelajaran yang berorientasi pada dunia nyata. Kurikulum 2020 masih menunjukkan keterbatasan dalam hal integrasi kewirausahaan, di mana mata kuliah kewirausahaan hanya diberikan sebagai mata kuliah elektif, bukan sebagai bagian integral dari keseluruhan proses pembelajaran. Hal ini menyebabkan pendekatan kewirausahaan belum sepenuhnya meresap ke dalam kurikulum inti dan tidak secara sistematis membentuk pola pikir entrepreneurial di kalangan mahasiswa. Namun demikian, rencana reformulasi dalam Kurikulum 2024 menjadi langkah strategis yang sangat menjanjikan. Salah satu perubahan penting yang diusulkan adalah penyesuaian Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) yang mencakup kompetensi *digital entrepreneurship*, yakni kemampuan untuk memanfaatkan teknologi digital dalam menciptakan, mengelola, dan memasarkan produk atau layanan berbasis ilmu kebahasaan dan budaya Islam.

Kurikulum 2024 dirancang untuk mendorong penyelesaian studi mahasiswa melalui proyek akhir berbasis produk atau layanan nyata, yang secara langsung menuntut mahasiswa untuk berpikir kritis, berinovasi, dan menghasilkan karya yang tidak hanya bernilai akademik, tetapi juga memiliki relevansi pasar. Ini membuka peluang besar bagi integrasi pendekatan interdisipliner yang melibatkan bidang bahasa, bisnis, dan teknologi dalam satu kerangka pembelajaran yang koheren. Dengan adanya reformasi ini, program studi Bahasa Arab tidak lagi hanya mencetak lulusan dengan kompetensi linguistik semata, tetapi juga individu yang siap berkontribusi dalam ekosistem ekonomi kreatif, baik sebagai pendidik, pelaku usaha, maupun pengembang konten digital berbasis nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, kurikulum yang dirancang secara visioner dan adaptif seperti ini akan menjadi katalisator utama dalam menghidupkan semangat edupreneurship yang berkelanjutan di lingkungan akademik.¹⁷

Analisis Temuan

Penelitian ini menemukan bahwa:

1. Strategi pembelajaran berbasis proyek yang mengintegrasikan bahasa, teknologi, dan kewirausahaan mampu menumbuhkan karakter *problem solver*.
2. Mahasiswa lebih antusias ketika pembelajaran dikaitkan dengan dunia nyata dan hasilnya bisa digunakan atau dijual.
3. Tantangan utama adalah keterbatasan akses teknologi pada sebagian mahasiswa, serta masih rendahnya kemampuan dosen dalam mengelola platform digital secara maksimal.

¹⁷ Williyanti Lestari, Asep Herry Hernawan, and Prihantini, “Membangun Kurikulum Yang Relevan Dan Responsif: Perspektif Dan Pendekatan Baru,” *Elementar: Jurnal Pendidikan Dasar* 4, no. 1 (2024): 1–10, <https://doi.org/10.15408/elementar.v4i1.32759>.

Namun secara umum, pembelajaran inovatif ini mendapat respon positif dan menjadi alternatif pembelajaran transformatif di era digital.

Integrasi Digital Branding dalam Pembelajaran Bahasa Arab

Dalam konteks *edupreneurship*, salah satu elemen penting yang diperkenalkan kepada mahasiswa adalah konsep digital branding. Digital branding didefinisikan sebagai strategi membangun dan mempromosikan identitas merek melalui kanal digital. Bagi mahasiswa Pendidikan Bahasa Arab, digital branding menjadi keterampilan baru yang belum banyak dikaitkan secara langsung dengan bidang studi mereka sebelumnya.¹⁸

Beberapa bentuk digital branding yang dikembangkan dalam tugas proyek mahasiswa antara lain:

- Konten media sosial edukatif (Instagram reels, TikTok Bahasa Arab dasar)
- Website portofolio proyek berbasis WordPress atau Wix
- Desain logo dan identitas visual produk pembelajaran
- Video promosi dalam dua bahasa (Arab-Inggris)
- Email marketing untuk modul pelatihan daring

Melalui pengenalan terhadap prinsip digital branding, mahasiswa tidak hanya belajar menjual produk, tetapi juga membangun citra profesional sebagai *edupreneur* muda. Mereka menyadari bahwa nilai jual produk bukan hanya terletak pada isi konten, tetapi juga pada cara menyampaikan dan memasarkan produk tersebut secara konsisten.

Kolaborasi dan Kerja Tim Mahasiswa dalam Konteks Kewirausahaan

Dalam proses implementasi proyek pembelajaran, mahasiswa didorong untuk bekerja dalam tim. Kolaborasi ini merupakan refleksi dari dunia kerja nyata, di mana kerja sama lintas bidang dan kemampuan interpersonal sangat dibutuhkan. Selama observasi, ditemukan beberapa bentuk kolaborasi yang signifikan, seperti: Dalam proses implementasi proyek pembelajaran berbasis *edupreneurship*, mahasiswa secara aktif didorong untuk bekerja dalam tim, menciptakan kolaborasi yang mencerminkan realitas dunia kerja sesungguhnya, di mana sinergi lintas bidang dan kecakapan interpersonal menjadi kebutuhan utama. Kolaborasi ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mengandung nilai-nilai pembentukan karakter kewirausahaan. Selama observasi berlangsung, ditemukan bahwa mahasiswa membentuk tim kerja yang terstruktur, dengan pembagian tugas berdasarkan kompetensi individu, seperti peran dalam desain produk kewirausahaan, produksi konten video untuk media sosial, hingga penyusunan narasi berbasis Bahasa Arab atau Bahasa Inggris. Mereka juga secara rutin mengadakan diskusi melalui platform daring seperti Zoom dan Google Meet, membentuk grup WhatsApp khusus untuk koordinasi harian, serta menerapkan sistem evaluasi sejawat (*peer review*) antar tim.

¹⁸ Dimas Kurnia Robby et al., "Digital Marketing Sebagai Media Branding Sekolah Di Perguruan Muhammadiyah Rawamangun," *Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 2 (2024): 107–17, <http://dx.doi.org/10.32493/j.perkusi.v2i2.19598>.

Dalam presentasi akhir, tiap kelompok menampilkan produk lengkap dengan logo dan materi iklan, yang menunjukkan tingginya tingkat koordinasi dan kreativitas.

Lebih dari sekadar penyelesaian tugas, kolaborasi ini terbukti memperkuat berbagai *soft skills* mahasiswa, termasuk kemampuan komunikasi efektif, manajemen waktu yang disiplin, penyelesaian konflik internal secara dewasa, serta munculnya kepemimpinan dan inisiatif dalam kelompok. Mahasiswa belajar bahwa keberhasilan suatu proyek tidak hanya ditentukan oleh kualitas ide, tetapi oleh kemampuan untuk mendengarkan, bernegosiasi, dan mengambil keputusan bersama. Dari hasil wawancara dengan salah satu dosen pengampu mata kuliah edupreneurship, terungkap bahwa bekerja dalam tim merupakan tantangan nyata yang kerap dihadapi mahasiswa. Hasil wawancara dosen pengampu mata kuliah sebagai berikut “Menyatukan ide dan komitmen dalam satu tim itu tidak mudah di situlah letak pembelajaran sejatinya. Justru dari dinamika itulah karakter kewirausahaan seperti empati, kepemimpinan, dan keteguhan dalam menyelesaikan proyek benar-benar terbentuk”.

Dosen tersebut juga menekankan pentingnya pendampingan intensif agar dinamika tim tidak hanya berhenti sebagai pengalaman teknis, tetapi juga menjadi media reflektif untuk membangun resiliensi dan etika kerja kolektif. Ia menyarankan agar kolaborasi ini diperluas menjadi lintas program studi, sehingga mahasiswa dapat saling melengkapi dari sisi kreativitas, teknologi, bahasa, hingga bisnis. Dengan demikian, pendekatan kolaboratif dalam pembelajaran edupreneurship tidak hanya menciptakan hasil produk yang lebih inovatif, tetapi juga mempersiapkan mahasiswa untuk memasuki dunia kerja dengan kesiapan mental, sosial, dan profesional yang jauh lebih matang.

Dari hasil wawancara, dosen mengungkapkan bahwa bekerja dalam tim menjadi tantangan tersendiri, terutama dalam menyatukan ide dan komitmen. Namun, tantangan ini justru menjadi pengalaman belajar yang penting untuk pengembangan karakter kewirausahaan.

Edupreneurship sebagai Paradigma Baru dalam Pendidikan Bahasa

Konsep *edupreneurship* secara umum merupakan bentuk inovasi pendidikan yang menggabungkan nilai-nilai kewirausahaan dengan praktik pembelajaran. Dalam konteks Pendidikan Bahasa Arab, *edupreneurship* menjadi pendekatan yang mampu menjembatani antara penguasaan kebahasaan dan penerapan praktis di lapangan. Mahasiswa yang sebelumnya terbiasa dengan metode pengajaran konvensional kini ditantang untuk menjadi lebih adaptif, kreatif, dan berorientasi pada penciptaan nilai (*value creation*).¹⁹

Berdasarkan studi lapangan yang dilakukan melalui observasi kelas, wawancara mahasiswa, serta telaah dokumen tugas proyek, terlihat bahwa integrasi *edupreneurship* menumbuhkan kesadaran baru dalam cara belajar dan berpikir mahasiswa. Mereka tidak lagi hanya mengejar nilai akademik, tetapi juga mulai membangun identitas sebagai pembelajar aktif yang menciptakan produk edukatif nyata. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan *edupreneurship* dalam pendidikan Bahasa Arab tidak hanya relevan, tetapi juga aplikatif dalam konteks

¹⁹ Mochamad Raka et al., “Memupuk Jiwa Kreatif Dan Inovatif Dalam Kewirausahaan Untuk Generasi Gen Z Yang Lebih Baik,” *Journal of Creative Student Research* 3, no. 1 (2025): 120–29.

dunia digital dan masyarakat yang semakin dinamis. Strategi ini selaras dengan tujuan pembelajaran abad ke-21 yang menekankan *4C skills* (*communication, collaboration, critical thinking, dan creativity*) sebagai fondasi pembelajaran berkelanjutan.

Penguatan Literasi Digital dan Bahasa Asing dalam Edupreneurship

Penerapan strategi pembelajaran berbasis edupreneurship tidak dapat dilepaskan dari penguatan literasi digital dan penguasaan bahasa asing. Dua komponen ini menjadi fondasi utama dalam membentuk mahasiswa yang adaptif, produktif, dan kompeten di era digital global. Literasi digital melibatkan kemampuan mahasiswa dalam mengakses, mengevaluasi, dan mengelola informasi berbasis teknologi. Dalam konteks edupreneurship, hal ini sangat penting untuk merancang model bisnis, menyusun strategi pemasaran digital, dan melakukan riset pasar melalui media daring.

Selain itu, penguasaan bahasa asing, khususnya Bahasa Inggris, menjadi syarat mutlak dalam menjangkau audiens internasional dan membuka peluang pasar yang lebih luas. Mahasiswa diajak untuk aktif menggunakan Bahasa Inggris dalam menyusun proposal bisnis, membuat konten promosi digital, hingga melakukan presentasi ide bisnis secara profesional. Dalam praktiknya, terdapat peningkatan signifikan dalam kemampuan mahasiswa dalam menulis, berbicara, dan memahami istilah-istilah bisnis global.

Melalui pendekatan ini, mahasiswa tidak hanya belajar sebagai pelajar konvensional, tetapi juga bertindak sebagai pelaku bisnis pemula (*young entrepreneurs*) yang mengedepankan nilai edukatif. Inilah esensi dari edupreneurship yang sebenarnya: pendidikan yang melahirkan agen perubahan, bukan sekadar pencari kerja.

Transformasi Peran Dosen sebagai Coach Edupreneur

Dosen dalam pembelajaran berbasis edupreneurship tidak hanya berperan sebagai pengajar yang mentransfer pengetahuan, tetapi juga sebagai pelatih atau coach yang membimbing mahasiswa dalam proses penciptaan produk, validasi ide bisnis, hingga pemasaran. Perubahan peran ini menuntut dosen untuk memiliki keterampilan pedagogi digital, pemahaman terhadap dunia bisnis, serta kemampuan mentoring yang kuat.

Dalam beberapa kasus, dosen bahkan melibatkan mahasiswa dalam kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat berbasis produk. Sebagai contoh, salah satu dosen mengembangkan program pelatihan UMKM berbasis digital marketing yang dikelola bersama mahasiswa. Kegiatan ini tidak hanya mendukung pencapaian capaian pembelajaran lulusan (CPL), tetapi juga memberikan pengalaman lapangan nyata kepada mahasiswa.

Keberlanjutan Edupreneurship: Pembentukan Inkubator Bisnis Mahasiswa

Salah satu rekomendasi strategis dari hasil penelitian ini adalah pembentukan inkubator bisnis mahasiswa di tingkat program studi. Inkubator ini akan menjadi wadah pengembangan ide bisnis mahasiswa yang berkelanjutan, bahkan setelah mata kuliah selesai. Fungsi utama dari inkubator ini meliputi:

1. Penyediaan mentor bisnis dari kalangan akademisi dan praktisi;
2. Akses pendanaan awal (*seed funding*) melalui kerja sama dengan mitra industri dan lembaga filantropi
3. Ruang kerja bersama (*co-working space*) yang mendukung kolaborasi lintas disiplin
4. Program akselerasi dan pelatihan lanjutan dalam bidang pemasaran digital, manajemen usaha, dan kepemimpinan sosial.

Melalui pendekatan ini, mahasiswa tidak hanya melihat proyek sebagai tugas semata, tetapi sebagai langkah awal dalam membangun usaha nyata yang dapat bertahan dan berkembang.

Keterlibatan Alumni dan Dunia Industri

Salah satu aspek yang masih perlu dikembangkan adalah keterlibatan alumni dan mitra industri dalam pengembangan pembelajaran berbasis edupreneurship. Alumni yang telah berkiprah dalam dunia usaha dapat menjadi mentor, narasumber, atau mitra kolaborasi dalam proyek mahasiswa. Dunia industri, khususnya industri konten digital, penerbitan, dan pendidikan daring, dapat menjadi target kolaborasi untuk mendukung pemasaran produk-produk mahasiswa. Melalui kemitraan ini, pembelajaran tidak hanya terbatas di dalam kelas, tetapi berkembang secara ekosistemik dalam dunia nyata. Alumni yang sukses dalam bidang usaha berbasis bahasa Arab juga bisa menjadi inspirasi langsung bagi mahasiswa.

Penelitian ini menemukan bahwa integrasi konsep edupreneurship dalam pembelajaran mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Arab memberikan dampak positif dalam pengembangan keterampilan kewirausahaan dan kompetensi digital mahasiswa. Beberapa hasil utama yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penggunaan Bahasa Inggris dalam pembelajaran
Penggunaan bahasa Inggris sebagai bahasa pengantar dalam presentasi dan tugas-tugas mahasiswa terbukti mampu meningkatkan kemampuan komunikasi lintas budaya serta menambah pemahaman mahasiswa terhadap konsep-konsep bisnis global. Mahasiswa menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam menyampaikan ide-ide bisnis dan presentasi produk secara profesional.
2. Pemanfaatan Website Aplikasi *Wadhwani Foundation*
Platform digital seperti website *Wadhwani Foundation* dimanfaatkan sebagai media pembelajaran untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan mahasiswa. Melalui platform ini, mahasiswa dapat mengakses materi kewirausahaan digital, membuat rencana bisnis, hingga mengembangkan produk yang memiliki dampak sosial.
3. Strategi Pembelajaran Inovatif oleh Dosen
Dosen sebagai fasilitator menggunakan pendekatan project-based learning dengan integrasi digital marketing dan pembuatan produk berbasis kebutuhan masyarakat. Strategi ini memberikan ruang bagi mahasiswa untuk

mengeksplorasi potensi mereka melalui kolaborasi, penelitian pasar, dan pengembangan ide bisnis secara nyata.

4. Pengaruh Kurikulum terhadap Pengembangan Edupreneurship Kurikulum 2020 yang diterapkan saat ini telah memberikan dasar pengenalan edupreneurship, namun rencana Kurikulum 2024 menunjukkan arah yang lebih progresif dengan memasukkan kewajiban tugas akhir berbasis produk. Hal ini membuka peluang lebih luas bagi mahasiswa untuk mengembangkan produk inovatif yang berdaya guna bagi masyarakat.

Integrasi Inovatif memadukan teknologi dapat menghasilkan platform interaktif yang menyajikan mater pembelajaran bahasa Arab dengan cara yang menarik dan berbasis konteks. Strategi interaktif dapat diaplikasikan melalui latihan interaktif, permainan bahasa, dan dialog yang menggunakan teknologi untuk meningkatkan partisipasi siswa. Metode pembelajaran yang inovatif mencakup pengembangan kurikulum yang berfokus pada keterampilan praktis, penggunaan teknologi dalam penilaian, dan pendekatan kontekstual yang menghubungkan pembelajaran dengan kehidupan sehari-hari siswa. Dengan menggabungkan ketiga aspek ini, pembelajaran Bahasa Arab dapat menjadi lebih menarik, efektif, dan sesuai dengan tuntutan zaman.²⁰

Strategi Pembelajaran yang Digunakan

Strategi Pembelajaran	Deskripsi
Project-Based Learning	Mahasiswa membuat proyek akhir berupa media pembelajaran digital, e-modul, atau video tutorial berbasis Bahasa Arab dan budaya Islam.
Blended Learning	Kombinasi pertemuan luring dan daring, memanfaatkan LMS Google Classroom, Zoom, serta Wadhwani Platform.
Bahasa Asing Ganda	Instruksi dan presentasi dalam Bahasa Inggris; konten dan produk akhir menggunakan Bahasa Arab.
Collaborative Learning	Mahasiswa dibagi dalam kelompok lintas minat untuk mengembangkan produk secara kolaboratif dan saling menilai hasil antar kelompok.

Melalui strategi tersebut, mahasiswa tidak hanya memahami materi secara teoritis, tetapi juga ditantang untuk mengembangkan produk nyata yang bernilai jual.

Strategi Pembelajaran Inovatif: Sintesis dan Evaluasi

Analisis terhadap strategi pembelajaran yang diterapkan menunjukkan kombinasi antara *project-based learning* (PjBL), *blended learning*, serta penggunaan

²⁰ Kuswoyo, "Inovasi Metode Dalam Pembelajaran Bahasa Arab," *El Wahdah* 4, no. 2 (2023): 1–14.

dua bahasa asing (Arab dan Inggris). Evaluasi terhadap efektivitas strategi ini menunjukkan beberapa temuan penting:

1. Project-Based Learning meningkatkan relevansi pembelajaran. Mahasiswa terlibat aktif dalam proses kreatif, mulai dari perencanaan, diskusi ide, hingga presentasi hasil karya. Mereka belajar berpikir sistematis dan bertanggung jawab terhadap produk yang mereka ciptakan. Pembelajaran menjadi kontekstual, karena produk yang dikembangkan merespons kebutuhan nyata.
2. Blended Learning memfasilitasi fleksibilitas dan personalisasi. Penggunaan LMS seperti Google Classroom dan platform Wadhvani memungkinkan dosen dan mahasiswa berinteraksi lebih intens, fleksibel, dan mendalam. Materi bisa diakses kapan saja, tugas dapat dikembangkan dengan berbagai referensi daring, dan diskusi tidak terbatas pada ruang kelas fisik.
3. Penggunaan dua bahasa mendorong literasi global. Pendekatan multilingual (Arab dan Inggris) memfasilitasi pengembangan kompetensi komunikasi lintas budaya. Mahasiswa tidak hanya belajar mengungkapkan ide dalam bahasa Arab, tetapi juga dilatih mempresentasikan gagasan dalam Bahasa Inggris, yang sangat krusial untuk keperluan akademik, profesional, dan pemasaran produk digital mereka ke pasar global.

Tantangan dan Kendala dalam Implementasi Edupreneurship

Meskipun strategi pembelajaran berbasis *edupreneurship* menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan kesadaran dan keterampilan mahasiswa terhadap dunia usaha digital berbasis keilmuan, implementasinya masih menghadapi sejumlah tantangan dan kendala yang cukup kompleks, baik dari sisi mahasiswa, dosen, maupun sistem pendidikan secara keseluruhan.²¹ Penelitian ini mengidentifikasi bahwa keterbatasan penguasaan Bahasa Inggris menjadi salah satu hambatan utama, di mana sebagian besar mahasiswa belum terbiasa menggunakan bahasa tersebut dalam konteks akademik maupun bisnis. Hal ini berdampak langsung pada kemampuan mereka dalam menyampaikan ide, membuat presentasi, serta menghasilkan konten digital yang dapat bersaing secara global. Permasalahan ini semakin diperburuk oleh ketimpangan literasi dan akses terhadap teknologi, terutama perangkat keras dan lunak yang dibutuhkan dalam produksi konten digital. Ketidakseimbangan ini menyebabkan hasil pembelajaran menjadi tidak merata, dengan kualitas produk yang sangat dipengaruhi oleh ketersediaan sumber daya teknologi yang dimiliki oleh masing-masing mahasiswa.

Dari perspektif temporal, pelaksanaan mata kuliah *edupreneurship* yang terbatas dalam satu semester juga menjadi kendala tersendiri. Waktu yang singkat membuat proses perencanaan, pembuatan, hingga pemasaran produk tidak dapat dilakukan secara maksimal. Mahasiswa menyatakan perlunya sesi bimbingan lanjutan dan fase inkubasi pasca mata kuliah agar hasil produk dapat dikembangkan lebih jauh dan memiliki dampak nyata. Di sisi lain, kesiapan dosen dalam memfasilitasi proses

²¹ Christin Lince et al., "Pengembangan Keterampilan Kewirausahaan Di Sekolah Menengah (Mengidentifikasi Cara-Cara Efektif Untuk Mengembangkan Keterampilan Kewirausahaan Di Kalangan Siswa Sekolah Menengah)," *The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced* 2, no. 4 (2024): 585–600.

pembelajaran yang sarat teknologi juga masih menjadi tantangan yang signifikan. Dosen tidak hanya dituntut untuk memahami materi ajar secara substansial, tetapi juga menguasai berbagai perangkat dan platform digital, yang dalam praktiknya belum sepenuhnya dikuasai. Kondisi ini mencerminkan perlunya pelatihan teknologi dan pedagogi digital secara menyeluruh bagi tenaga pengajar.

Selain itu, keterbatasan dalam kesiapan mahasiswa terhadap perangkat digital dan kompetensi lintas bahasa juga turut menghambat proses pembelajaran berbasis produk. Banyak mahasiswa belum familiar dengan aplikasi desain grafis, manajemen konten, dan platform pemasaran digital seperti e-commerce, podcast, atau media sosial berbasis audio-visual. Sebagian besar dari mereka juga mengalami kesulitan dalam menulis naskah promosi atau melakukan presentasi dalam Bahasa Inggris secara profesional, yang menjadi aspek penting dalam dunia edupreneurship global.

Lebih jauh, dari sudut pandang sistemik, dukungan kurikulum terhadap pembelajaran berbasis produk masih bersifat parsial. Kurangnya integrasi antara teori linguistik yang diajarkan dalam mata kuliah seperti Nahwu, Sharaf, atau Balaghah dengan praktik edupreneurship menyebabkan pembelajaran berjalan dalam dua jalur terpisah, yang pada akhirnya menghambat pencapaian hasil yang aplikatif. Oleh karena itu, diperlukan reformasi kurikulum yang tidak hanya menyisipkan mata kuliah kewirausahaan sebagai pelengkap, tetapi benar-benar menanamkan orientasi produk dan pasar dalam setiap elemen pembelajaran. Hal ini harus disertai dengan peningkatan kompetensi dosen sebagai fasilitator, mentor, dan mitra kreatif dalam proses kewirausahaan mahasiswa. Kolaborasi lintas disiplin, pelatihan intensif, serta kemitraan dengan sektor industri menjadi strategi kunci untuk menjembatani kesenjangan antara dunia akademik dan kebutuhan riil pasar. Maka dari itu, penguatan implementasi edupreneurship tidak cukup dilakukan hanya di ruang kelas, melainkan harus disertai dukungan struktural, pengembangan kapasitas dosen, serta pendekatan holistik yang mengintegrasikan teknologi, bahasa, dan semangat inovatif ke dalam seluruh proses pembelajaran.²²

Implikasi Digital Branding dan Platform Digital

Salah satu aspek paling signifikan dalam *edupreneurship 4.0* adalah kemampuan membangun digital branding. Mahasiswa tidak hanya menciptakan produk, tetapi juga harus belajar bagaimana menjual ide, membangun persona, dan menarik perhatian target audiens di dunia maya.

Dalam penelitian ini, sebagian mahasiswa menggunakan Instagram, Canva, dan Spotify untuk membagikan konten mereka. Hasil wawancara menunjukkan bahwa mahasiswa merasa lebih percaya diri setelah produk mereka mendapatkan respons di media sosial. Ini menunjukkan bahwa strategi branding tidak hanya berdampak pada kesuksesan produk, tetapi juga pada pengembangan kepercayaan diri dan orientasi kewirausahaan mahasiswa.

Platform Wadhvani Foundation sebagai alat bantu juga memberi dampak positif. Mahasiswa menyebutkan bahwa video pembelajaran, panduan kewirausahaan, dan format tugas berbasis *real market simulation* memberi pengalaman yang berbeda dari pembelajaran konvensional. Mereka belajar berpikir layaknya pebisnis dan memahami bahwa setiap ide harus memiliki nilai jual dan dampak sosial.

²² Nur Efendi, Sri Waluyo, and Gusri Akhyar Ibrahim, "Implementasi Model Edupreneurship Sebagai Upaya Internalisasi Karakter Wirausaha Guru Smk Bandar Lampung," *Jurnal Graha Pengabdian* 4, no. 3 (2022): 209, <https://doi.org/10.17977/um078v4i32022p209-217>.

Integrasi Kurikulum dan Prospek Jangka Panjang

Temuan dari mini riset ini menunjukkan pentingnya integrasi yang lebih sistemik antara mata kuliah inti dan aktivitas kewirausahaan. Pembelajaran Bahasa Arab tidak seharusnya terbatas pada teks dan tata bahasa. Justru, dengan pendekatan aplikatif dan produktif, mahasiswa dapat menciptakan:

1. Produk edukatif berbasis budaya Islam (e-book, audio pembelajaran, konten media sosial)
2. Layanan pelatihan daring (kursus Bahasa Arab online, kelas persiapan umrah/haji)
3. Layanan penerjemahan berbasis kepercayaan dan nilai spiritual
4. Aplikasi edukasi interaktif (game edukasi, chatbot bahasa, kamus tematik)

Kurikulum ke depan sebaiknya membuka ruang untuk pembelajaran interdisipliner dengan mahasiswa prodi lain seperti Teknologi Informasi, Desain Komunikasi Visual, atau Manajemen. Kolaborasi ini akan melahirkan proyek lintas bidang yang lebih inovatif dan relevan dengan kebutuhan industri.

Refleksi Mahasiswa terhadap Pembelajaran Edupreneurship

Sebagai bagian dari penelitian, dilakukan refleksi akhir terhadap mahasiswa untuk mengetahui kesan, pelajaran, dan pengalaman yang mereka peroleh. Pendekatan *edupreneurship* bukan hanya mengubah cara belajar mahasiswa, tetapi juga mengubah cara berpikir dan orientasi masa depan mereka

Strategi pembelajaran inovatif berbasis *edupreneurship* dapat diterapkan secara efektif dalam pendidikan Bahasa Arab, asalkan:

1. Terdapat integrasi antara bahasa, teknologi, dan bisnis.
2. Penggunaan platform digital seperti Wadhwani Foundation diarahkan sebagai sumber inspirasi dan alat bantu belajar praktis.
3. Bahasa Inggris tidak diajarkan sebagai mata kuliah terpisah, tetapi sebagai media komunikasi dalam proyek lintas-bahasa.
4. Dukungan kurikulum dan pelatihan dosen menjadi faktor pendukung utama keberhasilan.

Dengan demikian, pendekatan ini tidak hanya membekali mahasiswa dengan kompetensi bahasa dan pedagogik, tetapi juga membuka jalan menuju dunia profesional yang lebih luas, baik sebagai pendidik, konten kreator, maupun pelaku bisnis digital berbasis edukasi.

Peran Bahasa Inggris dan Platform Digital dalam Mendukung Kewirausahaan Penggunaan Bahasa Inggris dan platform digital (khususnya Wadhwani Foundation) terbukti memberikan dampak positif terhadap perkembangan keterampilan kewirausahaan mahasiswa:

1. Bahasa Inggris meningkatkan keterbukaan terhadap sumber global. Mahasiswa menjadi lebih aktif mencari referensi luar negeri, memahami konsep bisnis dalam konteks internasional, dan menyusun materi presentasi yang komunikatif dan menarik.
2. Platform Wadhwani Foundation sebagai sumber inspirasi. Materi pembelajaran tentang ide bisnis, validasi pasar, dan pembuatan pitch deck sangat membantu mahasiswa dalam menyusun rencana produk mereka. Materi disampaikan dalam bentuk video interaktif, kuis, dan studi kasus.

3. Digitalisasi mendukung promosi dan distribusi produk. Mahasiswa menggunakan media sosial (Instagram, TikTok, YouTube) untuk mempromosikan produk mereka dan membangun *brand awareness*. Sebagian dari mereka mulai membangun portofolio digital dan akun bisnis yang dikelola mandiri.

Dukungan Kurikulum dan Pembelajaran Berbasis Produk

Kurikulum yang ada saat ini telah mengakomodasi mata kuliah kewirausahaan, namun masih perlu penguatan dalam hal implementasi berbasis produk. Beberapa temuan terkait kurikulum dan pembelajaran adalah Kurikulum yang berlaku saat ini sebenarnya telah mengakomodasi mata kuliah kewirausahaan, namun masih memerlukan penguatan signifikan dalam implementasi pembelajaran berbasis produk nyata. Berdasarkan temuan yang diperoleh, terdapat beberapa kelemahan yang perlu segera ditangani agar strategi pembelajaran edupreneurship dapat berjalan secara optimal. Salah satu persoalan utama adalah kurangnya keterkaitan antar mata kuliah, terutama pada bidang kajian Bahasa Arab seperti Nahwu, Sharaf, dan Balaghah. Mata kuliah tersebut masih diajarkan secara teoritis dan terpisah-pisah, tanpa integrasi dalam bentuk proyek nyata yang dapat menghasilkan produk edukatif berbasis konten bahasa dan budaya Islam. Hal ini menyebabkan mahasiswa belum mampu melihat relevansi praktis dari ilmu yang dipelajarinya terhadap kebutuhan dunia nyata, khususnya dalam konteks kewirausahaan berbasis digital.

Selain itu, kurikulum yang ada belum secara eksplisit mengintegrasikan keterampilan digital marketing, padahal kemampuan ini sangat penting dalam dunia edupreneurship. Mahasiswa perlu dibekali dengan pemahaman dan keterampilan dalam memasarkan produk edukatif secara daring agar mampu menjangkau audiens yang lebih luas serta meningkatkan nilai jual dari hasil kreasinya. Kurangnya elemen digital marketing dalam kurikulum menjadi hambatan tersendiri bagi pengembangan pembelajaran berbasis produk. Oleh karena itu, terdapat kebutuhan mendesak untuk melakukan perancangan ulang (*redesign*) kurikulum pada tahun 2024. Para dosen pengampu berharap bahwa revisi kurikulum mendatang dapat mengakomodasi pendekatan lintas disiplin yang mendorong kolaborasi antar program studi, serta menekankan pada tugas-tugas berbasis proyek nyata. Kolaborasi ini dapat menciptakan ekosistem pembelajaran yang lebih integratif, kreatif, dan aplikatif, sehingga mahasiswa tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis, tetapi juga mampu menghasilkan produk inovatif yang memiliki nilai edukatif dan komersial di dunia nyata.

Dampak Jangka Pendek dan Potensi Pengembangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pembelajaran berbasis edupreneurship memiliki dampak jangka pendek yang signifikan serta potensi pengembangan jangka panjang yang luas dalam konteks pendidikan tinggi, khususnya pada bidang Bahasa Arab dan budaya Islam. Dalam jangka pendek, strategi ini mampu menumbuhkan kesadaran mahasiswa akan pentingnya keterampilan non-akademik, seperti kemampuan berbisnis, komunikasi yang efektif, dan pemanfaatan teknologi digital. Kesadaran ini menjadi fondasi awal bagi mahasiswa untuk tidak hanya mengandalkan kompetensi akademik semata, tetapi juga membekali diri dengan kemampuan praktis yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja modern. Selain itu, strategi ini mendorong terbentuknya mental *problem-solver* di kalangan

mahasiswa, yang ditandai dengan kemampuan menghadapi tantangan secara kreatif dan solutif, serta tumbuhnya minat menjadi kreator konten digital yang bernilai edukatif dan kultural. Ini menciptakan peluang baru dalam penyebaran nilai-nilai keislaman dan pengajaran Bahasa Arab melalui platform digital secara lebih menarik dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

Potensi pengembangan dari strategi ini juga sangat luas. Dalam jangka panjang, mahasiswa yang telah dibekali dengan semangat edupreneurship dapat mengembangkan karier tidak hanya sebagai pendidik konvensional, tetapi juga sebagai pelaku usaha digital berbasis Bahasa Arab dan budaya Islam. Mereka berpotensi menciptakan ekosistem pembelajaran mandiri melalui media sosial, platform edukasi daring, hingga startup berbasis pendidikan Islam, yang bisa menjangkau audiens yang lebih luas di era globalisasi. Dengan demikian, strategi edupreneurship tidak hanya mendukung pencapaian tujuan akademik, tetapi juga membentuk generasi pendidik yang mandiri, inovatif, dan berdaya saing tinggi dalam industri kreatif dan edukatif digital.

Kontribusi Penelitian terhadap Pengembangan Edupreneurship

Penelitian ini memberikan kontribusi konseptual dan praktis terhadap pengembangan *edupreneurship* di lingkungan pendidikan tinggi, khususnya dalam bidang pendidikan bahasa:

- Secara teoritis, penelitian ini memperkaya wacana integrasi *edupreneurship* dalam studi bahasa dan pendidikan, yang selama ini lebih banyak dibahas dalam konteks bisnis atau manajemen.
- Secara praktis, penelitian ini memberikan model implementasi pembelajaran berbasis proyek, penggunaan dua bahasa asing, dan pemanfaatan platform digital yang dapat direplikasi di program studi serupa.
- Secara kebijakan, hasil riset ini dapat dijadikan dasar pertimbangan dalam pengembangan kurikulum berbasis produk dan penguatan kompetensi dosen dalam literasi kewirausahaan dan digital.

Dampak Jangka Pendek dan Potensi Pengembangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pembelajaran berbasis *edupreneurship* penerapan strategi pembelajaran berbasis edupreneurship memberikan dampak jangka pendek yang positif sekaligus membuka potensi pengembangan jangka panjang yang menjanjikan, khususnya dalam konteks pendidikan tinggi yang berorientasi pada Bahasa Arab dan budaya Islam. Dalam jangka pendek, strategi ini mampu menumbuhkan kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya penguasaan keterampilan non-akademik, seperti kewirausahaan, kemampuan komunikasi yang efektif, serta literasi teknologi. Kesadaran ini menjadi fondasi penting bagi mahasiswa untuk mempersiapkan diri dalam menghadapi tantangan dunia kerja yang semakin kompetitif dan dinamis. Selain itu, pembelajaran berbasis edupreneurship turut mendorong terbentuknya pola pikir sebagai pemecah masalah (*problem-solver*) serta menginspirasi mahasiswa untuk menjadi kreator konten digital yang inovatif dan berwawasan nilai-nilai keislaman. Hal ini tidak hanya memperkuat daya saing individu, tetapi juga memperluas ruang kontribusi mahasiswa dalam dunia digital yang semakin berkembang.

Lebih jauh, dari sisi potensi pengembangan jangka panjang, strategi ini memberikan bekal awal yang penting bagi mahasiswa untuk meniti karier sebagai pendidik profesional sekaligus pelaku usaha di ranah digital. Mahasiswa tidak lagi

hanya dipersiapkan untuk menjadi pengajar konvensional, tetapi juga diarahkan untuk menjadi agen perubahan yang mampu mengelola usaha berbasis pendidikan Bahasa Arab dan budaya Islam secara kreatif dan mandiri. Dengan kemampuan menghasilkan konten edukatif digital, mahasiswa berpeluang membangun platform pembelajaran, mengelola kanal media sosial edukatif, hingga mendirikan startup pendidikan yang berakar pada nilai-nilai Islam. Dengan demikian, strategi edupreneurship tidak hanya membekali mahasiswa dengan kompetensi abad ke-21, tetapi juga memperkuat kemandirian ekonomi dan memperluas dakwah serta pelestarian budaya Islam melalui pendekatan yang inovatif, adaptif, dan berkelanjutan.

Kesimpulan

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi di era Revolusi Industri 4.0 telah membawa perubahan besar dalam dunia pendidikan, termasuk di Program Studi Pendidikan Bahasa Arab. Pendekatan edupreneurship yang mengintegrasikan pendidikan dan kewirausahaan menawarkan solusi inovatif untuk membentuk mahasiswa yang tidak hanya mahir berbahasa dan memiliki dasar keilmuan, tetapi juga mampu mengembangkan keterampilan praktis, kreativitas, dan kompetensi digital yang relevan dengan kebutuhan pasar global. Penerapan strategi berbasis proyek, blended learning, penguasaan bahasa Inggris dan Arab, serta pemanfaatan platform digital seperti Wadhvani Foundation telah menunjukkan hasil positif dalam meningkatkan kepercayaan diri, kemampuan komunikasi lintas budaya, serta kemampuan pengembangan produk edukatif dan digital branding mahasiswa.

Penerapan strategi pembelajaran inovatif berbasis edupreneurship di era digital sangat efektif dalam meningkatkan kompetensi dan keterampilan mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Arab. Penggunaan bahasa Inggris sebagai media pengantar dan materi presentasi tidak hanya memperkuat kemampuan komunikasi lintas budaya mahasiswa, tetapi juga memperluas pemahaman mereka terhadap konsep bisnis global dan digital marketing. Pemanfaatan platform digital seperti Wadhvani Foundation serta penerapan metode project-based learning dan pendekatan interaktif mampu menumbuhkan jiwa kewirausahaan serta memudahkan pengembangan produk inovatif yang bermanfaat bagi masyarakat. Kurikulum yang adaptif menggunakan media website untuk mahasiswa mengerjakan tugas-tugasnya, khususnya penekanan pada tugas akhir berbasis produk, memberikan peluang bagi mahasiswa untuk menerapkan ilmu yang diperoleh secara praktis dan relevan. Inovasi dalam pengintegrasian teknologi dan metode pembelajaran ini diharapkan dapat memajukan pendidikan bahasa Arab yang tidak hanya bermutu secara linguistik, tetapi juga mampu menciptakan lulusan yang kreatif, berdaya saing, dan siap menghadapi tantangan di era digital serta globalisasi.

Daftar Pustaka

- Aziz, Aulia Luqman, Abd. Qadir Muslim, and Detha Alfrian Fajri. "Inkubasi Bisnis Untuk Mahasiswa Melalui Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) Di Universitas Brawijaya: Perspektif Mahasiswa." *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan* 10, no. 3 (2022): 810–32. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i3.536>.
- Efendi, Nur, Sri Waluyo, and Gusri Akhyar Ibrahim. "Implementasi Model Edupreneurship Sebagai Upaya Internalisasi Karakter Wirausaha Guru Smk Bandar Lampung." *Jurnal Graha Pengabdian* 4, no. 3 (2022): 209.

<https://doi.org/10.17977/um078v4i32022p209-217>.

Fakhrudin, Alifia Mutsila, Lesi Oktiani Putri, Putri Sudirman, Renata Nur Annisa, and Roja As. "Efektivitas LMS (Learning Management System) Untuk Mengelola Pembelajaran Jarak Jauh Pada Satuan Pendidikan." *Pendidikan* 6, no. 2 (2022): 1–8.

Ketut Sri Rahayuni, Ni. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran English For Hospitality." *Maret* 2, no. 1 (2024): 269–78. <https://doi.org/10.61132/bima.v2i1.599>.

Khaliyah, Siffi, Muhammad Bahrnun Nujum, Ratih Pratiwi, Cuk Jaka, Prodi Manajemen, and Universitas Wahid Hasyim. "Peningkatan Karakter Kewirausahaan Mahasiswa Melalui Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (Mbkm) Universitas Wahid Hasyim Semarang Dunia Pendidikan Di Indonesia." *Jurnal Manajemen* 11, no. 2 (2024): 122–30.

Kirana, Cintantya Andhita Dara, Nanda Ravenska, and Rifki Muhammad Fauzi. "Upaya Mengoptimalkan Peluang Inovasi Digital Bagi Mahasiswa Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Digital Branding." *I-Com: Indonesian Community Journal* 4, no. 3 (2024): 2277–87. <https://doi.org/10.33379/icom.v4i3.5264>.

Kuswoyo. "Inovasi Metode Dalam Pembelajaran Bahasa Arab." *El Wahdah* 4, no. 2 (2023): 1–14.

Lestari, Williyanti, Asep Herry Hernawan, and Prihantini. "Membangun Kurikulum Yang Relevan Dan Responsif: Perspektif Dan Pendekatan Baru." *Elementar: Jurnal Pendidikan Dasar* 4, no. 1 (2024): 1–10. <https://doi.org/10.15408/elementar.v4i1.32759>.

Lince, Christin, Natalia Manalu, Debora Tarigas Marpaung, Irma Siagian, Nikasyah Limbong, Novia Christiani Tampubolon, and Saidun Hutasuhut. "Pengembangan Keterampilan Kewirausahaan Di Sekolah Menengah (Mengidentifikasi Cara-Cara Efektif Untuk Mengembangkan Keterampilan Kewirausahaan Di Kalangan Siswa Sekolah Menengah)." *The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced* 2, no. 4 (2024): 585–600.

Paramanda Arma, Onky, and Daroe Iswatiningsih. "Analisis Pembelajaran Berbasis Konsep Edupreneurship." *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan* 4, no. 5 (2025): 595–614.

Pratomo, Inge Widya Pangestika, and Rofi Wahanisa. "Pemanfaatan Teknologi Learning Management System (LMS) Di Unnes Masa Pandemi Covid-19." *Seminar Nasional Hukum Universitas Negeri Semarang* 7, no. 2 (2021): 547–60. <https://doi.org/10.15294/snhunnes.v7i2.730>.

Putriani, Jesika Dwi, and Hudaidah Hudaidah. "Penerapan Pendidikan Indonesia Di Era Revolusi Industri 4.0." *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan* 3, no. 3 (2021): 830–38. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i3.407>.

Raka, Mochamad, Putra Basarah, Edy Soesanto, and Nazwa Maharani. "Memupuk Jiwa Kreatif Dan Inovatif Dalam Kewirausahaan Untuk Generasi Gen Z Yang Lebih Baik." *Journal of Creative Student Research* 3, no. 1 (2025): 120–29.

- Robby, Dimas Kurnia, Saepudin, Muhammad Tamamul Khoiry, Ahmad Rifqy Ash-Shiddiqy, Sugiarto Sutomo, and Suhenda. "Digital Marketing Sebagai Media Branding Sekolah Di Perguruan Muhammadiyah Rawamangun." *Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 2 (2024): 107–17. <http://dx.doi.org/10.32493/j.perkusi.v2i2.19598>.
- Rochmah, Luthfi Maulida. "Strategi Dan Tantangan Implementasi Edupreneurship Di Sekolah Menengah Kejuruan: Kajian Literatur Sistematis Strategies and Challenges of Implementating Edupreneurship in Vocational High Schools: A Systematic Literature Review." *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Indonesia (JPTI)* 5, no. 4 (2025): 1075–89.
- Saputri, Risma Dewi, Nurul Husna, Mahema Zulfa Rosmala Sehan, Nurpahmiati Nurpahmiati, and Suparmanto Suparmanto. "Inovasi Dan Strategi Pengajaran Menulis Bahasa Arab Di Universitas Islam Negeri Mataram." *Kalimatuna: Journal of Arabic Research* 2, no. 1 (2023): 1–14. <https://doi.org/10.15408/kjar.v2i1.34201>.
- Sari, Wulan Purnama, Zhafirah Sholihah, and Felicia Masali. "Digital Branding Umkm Melalui Komunikasi Visual." *Jurnal ABDI: Media Pengabdian Kepada Masyarakat* 8, no. 2 (2023): 129–34. <https://doi.org/10.26740/abdi.v8i2.15923>.
- Thoyyib Shofi, Ahmad. "Implementasi Wirausaha Merdeka Berbasis Edupreneurship Di FKIP Universitas Qomaruddin." *Jurnal Ilmu Pendidikan Islam* 21, no. 1 (2023): 53–54.
- Tishana, Annisa, Deby Cinthia, and Nizwardi Jalinus. "Analisis Relevansi Pendidikan Kewirausahaan Dan Lingkungan Kampus Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Perguruan Tinggi Di Sumatera Barat." *Jurnal Ilmu Sosial Politik Dan Humaniora* 9, no. 1 (2025): 1–9. <https://doi.org/10.36624/jisora.v1i2.11>.
- Tuzzuhro, Fatima, Khoirunnisa, Saidun Hutasuhut, and Hasyim. "Pemberdayaan Edupreneurship Di Perguruan Tinggi: Mengintegrasikan Kreativitas, Kewirausahaan, Dan Pendidikan Berbasis Inovasi." *PeKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntans* 11, no. 2 (2023): 103–10.
- Wahab, Muhib Abdul. "Peran Bahasa Arab Dalam Pengembangan Ilmu Dan Peradaban Islam." *Arabiyat Jurnal Pendidikan Bahasa Arab Dan Kebahasaaraban* 1, no. 1 (2014). <https://doi.org/10.15408/a.v1i1.1127>.
- Wisman, Yossita, Uket Uket, Cukei Cukei, and Yogi Saputra. "Respon Siswa Terhadap Pembelajaran Daring Penjasorkes." *Jurnal Ilmiah Kanderang Tingang* 13, no. 1 (2022): 60–71. <https://doi.org/10.37304/jikt.v13i1.149>.