



Dari FOMO Menuju Pemanfaatan Media Digital yang Produktif: Edukasi Kewirausahaan Digital Berbasis Nilai-nilai Islam bagi Siswa SMA

From FOMO to Productive Digital Engagement: An Islamic Values–Based Digital Entrepreneurship Education Program for High School Students

Norhaedah K*, Ernawati, Suci Susilawaty Muchtar, Ahmad Syidqi Ramadan, Natasya Putri

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Makassar, Indonesia

*e-mail: nurhaedah.dty@uim-makassar.ac.id

Received: 2026-04-21; Revised: 2026-07-03; Accepted: 2026-08-04

Abstract:

The rapid expansion of digital technology has intensified the phenomenon of Fear of Missing Out (FOMO) among adolescents, often encouraging patterns of social media use that are more consumptive than productive. At the same time, most digital entrepreneurship education initiatives continue to emphasize business competencies while giving limited attention to the ethical foundations needed to guide responsible digital engagement. This community engagement program was designed to enhance digital entrepreneurship literacy among high school students by integrating Islamic values into entrepreneurship education, enabling participants to transform digital trends into productive, creative, and ethically responsible business opportunities. The program was implemented at SMAN 18 Makassar and involved 45 eleventh-grade students. It adopted a participatory learning approach combined with experiential learning. Program activities included needs assessment, interactive lectures, group discussions, guided development of digital business ideas grounded in Islamic values, and evaluation through observation, reflective discussion, and questionnaires. The findings indicate substantial improvements across all measured dimensions of digital entrepreneurship literacy, including understanding of digital business opportunities, social media marketing, Islamic business ethics, the ability to identify entrepreneurial opportunities, and entrepreneurial motivation. The program also shifted participants' perspectives from passive and consumption-oriented engagement associated with FOMO toward a more productive use of digital media while strengthening their understanding of ethical business practices rooted in Islamic principles. This program contributes an integrated community engagement model that combines digital literacy, entrepreneurship education, and Islamic character formation, offering a practical framework for cultivating ethically grounded digital entrepreneurs among secondary school students.

Keywords: *Fear of Missing Out; digital entrepreneurship; digital literacy; Islamic values; high school students*

Abstrak:

Perkembangan teknologi digital telah mendorong meningkatnya fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) di kalangan remaja, yang cenderung mengarahkan penggunaan media sosial pada perilaku konsumtif daripada aktivitas produktif. Di sisi lain, berbagai program edukasi kewirausahaan digital umumnya masih berfokus pada penguatan kompetensi bisnis tanpa mengintegrasikan nilai-nilai Islam sebagai landasan etis dalam pemanfaatan teknologi digital.

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan literasi kewirausahaan digital siswa SMA melalui penguatan nilai-nilai Islam sehingga peserta mampu memanfaatkan tren digital sebagai peluang usaha secara produktif, kreatif, dan bertanggung jawab. Kegiatan dilaksanakan di SMAN 18 Makassar dengan melibatkan 45 siswa kelas XI menggunakan pendekatan *participatory learning* yang dipadukan dengan *experiential learning*. Metode pelaksanaan meliputi identifikasi kebutuhan, penyampaian materi, diskusi interaktif, praktik penyusunan ide bisnis digital berbasis nilai-nilai Islam, serta evaluasi melalui observasi, refleksi, dan kuesioner. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan literasi kewirausahaan digital peserta pada seluruh indikator, yaitu pemahaman peluang usaha digital, pemasaran media sosial, etika bisnis Islam, kemampuan mengidentifikasi peluang usaha, dan motivasi berwirausaha. Selain itu, kegiatan ini berhasil mengubah paradigma peserta dari perilaku FOMO yang konsumtif menuju pemanfaatan media digital yang lebih produktif serta memperkuat pemahaman mengenai etika bisnis Islam. Program ini berkontribusi dengan menawarkan model pengabdian yang mengintegrasikan literasi digital, kewirausahaan, dan pendidikan karakter Islami sebagai alternatif pengembangan kewirausahaan bagi siswa sekolah menengah.

Kata Kunci: *Fear of Missing Out*; kewirausahaan digital; literasi digital; nilai-nilai Islam; siswa SMA

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk pola komunikasi, aktivitas ekonomi, dan perilaku sosial generasi muda (Maryati & Masriani, 2019; Heriansyah et al., 2025). Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang utama dalam membentuk preferensi, gaya hidup, hingga keputusan ekonomi (Fauziah, et al., 2025). Di kalangan remaja, perkembangan tersebut melahirkan fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO), yaitu kecenderungan merasa cemas apabila tertinggal informasi, tren, atau aktivitas yang sedang populer di media digital. Apabila tidak disertai kemampuan literasi digital yang memadai, fenomena ini berpotensi mendorong perilaku konsumtif, budaya ikut-ikutan (*herd behaviour*), serta penggunaan media sosial yang kurang produktif (Lutfi & Maftuhah, 2024). Sebaliknya, perkembangan teknologi digital sesungguhnya dapat menjadi peluang untuk mengembangkan kreativitas, inovasi, dan kewirausahaan generasi muda melalui pemanfaatan platform digital sebagai media produksi, promosi, dan pemasaran usaha (Maryati & Masriani, 2019).

Dalam perspektif Islam, perkembangan teknologi merupakan bagian dari ikhtiar manusia untuk memakmurkan bumi (*isti'mār al-arḍ*) sebagai amanah kekhalifahan. Pemanfaatan teknologi dipandang sebagai instrumen untuk mewujudkan kemaslahatan sepanjang digunakan sesuai dengan prinsip maqāṣid al-shar'ah dan nilai-nilai etika Islam (Bashori et al., 2024; Elgharbawy et al., 2023). Al-Qur'an menegaskan bahwa manusia diperintahkan untuk memanfaatkan berbagai potensi kehidupan tanpa melupakan tanggung jawab moral dan spiritualnya. Allah Swt. berfirman:

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu kebahagiaan negeri akhirat, tetapi janglanlah kamu lupakan bagianmu di dunia...” (QS. Al-Qaṣaṣ [28]:77).

Ayat tersebut menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi, termasuk kewirausahaan, merupakan bagian dari usaha mewujudkan kemaslahatan apabila dilakukan secara bertanggung jawab dan berlandaskan nilai-nilai Islam. Demikian pula firman Allah Swt. dalam QS. Al-Jumu'ah [62]:10 yang mendorong umat Islam untuk bertebaran di muka bumi

mencari karunia Allah setelah menunaikan ibadah (Aeni et al., 2024). Dengan demikian, kewirausahaan tidak hanya dipahami sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai bentuk ibadah dan pengabdian kepada masyarakat yang harus dilandasi kejujuran, amanah, kerja keras, dan tanggung jawab. Pandangan tersebut sejalan dengan Khasanah et al. (2025) dan Lutfi dan Maftuhah (2024) yang menegaskan bahwa kewirausahaan dalam perspektif pendidikan Islam harus dibangun di atas integrasi kompetensi bisnis, literasi digital, dan nilai-nilai akhlak sebagai fondasi perilaku ekonomi yang bertanggung jawab.

Fenomena FOMO pada remaja menjadi tantangan sekaligus peluang dalam pendidikan. Di satu sisi, tingginya intensitas penggunaan media sosial menyebabkan siswa lebih mudah terpengaruh oleh tren digital yang bersifat konsumtif. Namun di sisi lain, tren tersebut dapat diubah menjadi peluang ekonomi apabila siswa memiliki literasi digital dan wawasan kewirausahaan yang memadai (Rahman et al., 2026; Heriansyah et al., 2025). Islam sendiri melarang perilaku berlebih-lebihan (*isrāf*) dan pemborosan (*tabdhīr*) sebagaimana ditegaskan dalam QS. Al-Isrā' [17]:26–27, sehingga penggunaan media digital seharusnya diarahkan pada aktivitas yang produktif dan memberikan manfaat (*maṣlaḥah*) bagi diri sendiri maupun masyarakat. Oleh karena itu, transformasi dari perilaku FOMO menuju produktivitas merupakan bagian dari pendidikan karakter Islami yang menekankan keseimbangan antara pemanfaatan teknologi, etika bermedia digital, dan tanggung jawab sosial (Lutfi & Maftuhah, 2024; Khasanah et al., 2025).

Berbagai kegiatan edukasi kewirausahaan telah menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis pengalaman mampu meningkatkan kemampuan siswa dalam mengidentifikasi peluang usaha, mengembangkan kreativitas, serta memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran digital (Putri & Salsebela 2025; Delza et al., 2021; Sumarno et al., 2018). Namun demikian, beberapa kegiatan pengabdian sebelumnya masih berorientasi pada peningkatan kompetensi bisnis dan literasi digital tanpa memberikan perhatian yang memadai terhadap internalisasi nilai-nilai Islam sebagai landasan etis dalam berwirausaha (Naira et al., 2025; Subarkah & Hermawan, 2025). Akibatnya, keberhasilan kewirausahaan lebih sering diukur dari aspek ekonomi semata, sementara dimensi akhlak, tanggung jawab sosial, dan etika digital belum memperoleh porsi yang memadai dalam proses edukasi. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya model pendidikan kewirausahaan yang mengintegrasikan kompetensi digital dengan pembentukan karakter Islami sebagaimana mulai dikembangkan oleh Khasanah et al. (2025) dan Syifa et al. (2026).

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan kompetensi kewirausahaan digital siswa, tetapi juga mengintegrasikan nilai-nilai Islam sebagai landasan etis dalam pemanfaatan teknologi digital. Berbeda dengan berbagai kegiatan pengabdian sebelumnya yang berfokus pada peningkatan literasi digital atau keterampilan kewirausahaan secara terpisah, kegiatan ini mengintegrasikan literasi kewirausahaan digital dengan internalisasi nilai-nilai Islam dalam satu model sosialisasi berbasis karakter sehingga siswa tidak hanya memperoleh kompetensi digital, tetapi juga landasan etis dalam memanfaatkan teknologi untuk aktivitas ekonomi. Oleh karena itu, Tim Pengabdian Universitas Islam Makassar menyelenggarakan kegiatan “*Dari FOMO Menjadi Cuan: Sosialisasi Pemanfaatan Tren Digital untuk Kewirausahaan*

Berbasis Nilai-Nilai Islam bagi Siswa SMA” di SMAN 18 Makassar. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan literasi kewirausahaan digital siswa melalui penguatan nilai-nilai Islam agar mereka mampu mengidentifikasi peluang usaha dari tren digital, memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran yang efektif dan beretika, serta mengembangkan karakter kewirausahaan yang berlandaskan kejujuran (*ṣidq*), amanah, tanggung jawab (*mas’ūliyyah*), kerja keras (*ijtihād*), dan orientasi pada kemaslahatan (*maṣlaḥah*).

Melalui integrasi literasi digital dengan pendidikan karakter Islami, kegiatan ini bertujuan untuk mentransformasikan paradigma siswa dari perilaku FOMO yang cenderung konsumtif menuju pemanfaatan teknologi digital secara produktif, kreatif, inovatif, dan bertanggung jawab. Selain dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan berwirausaha, kegiatan ini juga diharapkan memperkuat integritas moral peserta sehingga aktivitas kewirausahaan dipahami tidak hanya sebagai sarana memperoleh keuntungan ekonomi, tetapi juga sebagai bentuk ikhtiar memperoleh rezeki yang halal, mewujudkan kemaslahatan, dan mengaktualisasikan nilai-nilai Islam dalam kehidupan bermasyarakat.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di SMAN 18 Makassar pada tanggal 20 April 2026 dengan sasaran 45 siswa kelas XI. Program dirancang menggunakan pendekatan *participatory learning* yang dipadukan dengan metode sosialisasi, diskusi partisipatif, dan praktik sederhana. Pendekatan tersebut dipilih untuk mendorong keterlibatan aktif peserta dalam memahami fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO), mengenali peluang kewirausahaan digital, sekaligus menginternalisasikan nilai-nilai Islam sebagai landasan etis dalam aktivitas kewirausahaan. Selain itu, pembelajaran mengadopsi prinsip *experiential learning*, sehingga peserta memperoleh pengalaman belajar melalui analisis kasus, diskusi, dan praktik pemanfaatan media digital sebagai sarana usaha (Mufidah et al., 2021).

Karakteristik pelaksanaan kegiatan pengabdian dirangkum pada Tabel 1 yang memuat informasi mengenai mitra, waktu pelaksanaan, sasaran kegiatan, metode yang digunakan, bentuk evaluasi, serta luaran yang diharapkan.

Tabel 1. Karakteristik Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

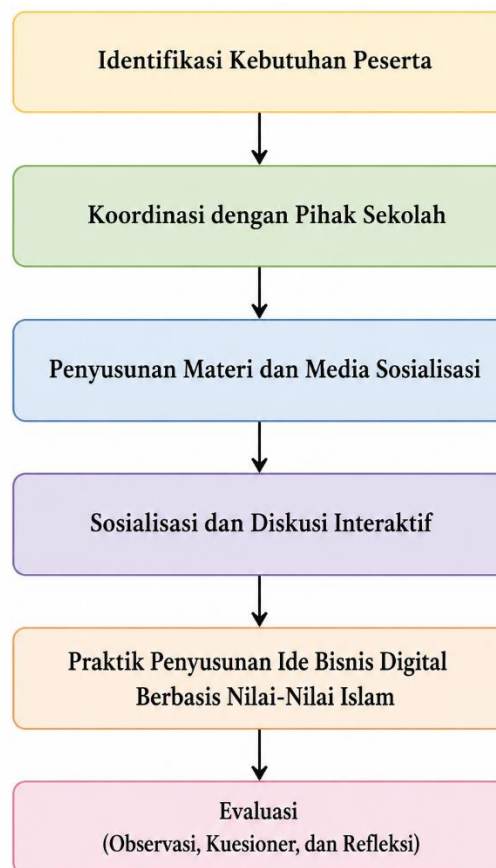
Aspek	Keterangan
Mitra	SMAN 18 Makassar
Waktu	20 April 2026
Peserta	45 siswa kelas XI
Durasi	4 jam
Metode	Sosialisasi, diskusi, praktik, refleksi
Evaluasi	Observasi, kuesioner, diskusi reflektif
Luaran	Peningkatan literasi kewirausahaan digital berbasis nilai Islam

Berdasarkan Tabel 1, kegiatan dilaksanakan dalam waktu satu hari dengan memadukan pendekatan edukatif dan partisipatif. Pemilihan metode tersebut dimaksudkan agar peserta tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual mengenai kewirausahaan digital, tetapi juga mampu menghubungkan materi yang diterima dengan pengalaman sehari-hari dalam menggunakan media sosial.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahap persiapan diawali dengan koordinasi bersama pihak sekolah, identifikasi kebutuhan peserta melalui observasi awal dan diskusi, penyusunan materi sosialisasi, serta penyiapan media pembelajaran. Tahap ini bertujuan memastikan materi yang diberikan sesuai dengan karakteristik peserta dan kebutuhan sekolah (Sugiono, 2021).

Tahap pelaksanaan dilakukan melalui penyampaian materi, diskusi interaktif, sesi tanya jawab, dan praktik sederhana. Materi yang diberikan meliputi pemahaman mengenai fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO), identifikasi peluang usaha berbasis tren digital, strategi pemasaran digital melalui media sosial, serta internalisasi nilai-nilai Islam dalam kewirausahaan yang mencakup prinsip *ṣidq*, *amanah*, *mas'ūliyyah*, *ijtihād*, dan *maṣlaḥah*. Peserta kemudian diminta menyusun ide usaha dan merancang konten promosi digital yang memperhatikan prinsip komunikasi yang jujur, bertanggung jawab, serta menghindari unsur penipuan (*tadlīs*) maupun informasi yang menyesatkan (Maryati & Masriani, 2019).

Untuk memberikan gambaran yang lebih sistematis mengenai tahapan pelaksanaan kegiatan, alur pengabdian disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Gambar 1 menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian dilaksanakan secara bertahap mulai dari identifikasi kebutuhan peserta hingga evaluasi akhir. Setiap tahapan saling berkaitan untuk memastikan bahwa proses pembelajaran tidak hanya meningkatkan

pemahaman peserta mengenai kewirausahaan digital, tetapi juga menanamkan nilai-nilai Islam sebagai dasar etika dalam memanfaatkan teknologi digital.

Tahap terakhir adalah evaluasi kegiatan yang dilakukan melalui observasi selama proses pembelajaran, diskusi reflektif, dan penyebaran kuesioner kepada seluruh peserta. Evaluasi diarahkan untuk mengukur perubahan pemahaman mengenai kewirausahaan digital, persepsi terhadap fenomena FOMO, serta pemahaman peserta terhadap penerapan nilai-nilai Islam dalam aktivitas kewirausahaan. Keberhasilan program diukur melalui empat indikator, yaitu: (1) meningkatnya pemahaman mengenai peluang usaha digital; (2) meningkatnya kesadaran terhadap etika bermedia sosial berdasarkan nilai-nilai Islam; (3) meningkatnya kemampuan peserta menyusun ide usaha berbasis tren digital; dan (4) tumbuhnya motivasi untuk memanfaatkan media digital secara produktif dan bertanggung jawab.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Studi

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menghasilkan beberapa temuan utama yang berkaitan dengan pelaksanaan program, peningkatan literasi kewirausahaan digital peserta, internalisasi nilai-nilai Islam dalam aktivitas kewirausahaan digital, serta tantangan yang dihadapi selama pelaksanaan kegiatan. Uraian hasil tersebut disajikan secara sistematis untuk menunjukkan ketercapaian tujuan pengabdian sekaligus membahas implikasinya berdasarkan kajian literatur yang relevan.

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema “*Dari FOMO Menjadi Cuan: Sosialisasi Pemanfaatan Tren Digital untuk Kewirausahaan Berbasis Nilai-Nilai Islam bagi Siswa SMA*” dilaksanakan di SMAN 18 Makassar dengan melibatkan 45 siswa kelas XI sebagai peserta. Pelaksanaan kegiatan berlangsung sesuai dengan tahapan yang telah dirancang, yaitu penyampaian materi, diskusi interaktif, praktik penyusunan ide bisnis digital, serta evaluasi melalui refleksi dan kuesioner. Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi, terutama pada sesi diskusi mengenai peluang usaha yang muncul dari berbagai tren digital yang berkembang di media sosial. Dokumentasi pelaksanaan kegiatan disajikan pada Gambar 2 dan 3 berikut.



Gambar 2. Penyampaian Materi Sosialisasi



Gambar 3. Dokumentasi Bersama Peserta Sosialisasi

Gambar 2 memperlihatkan proses penyampaian materi mengenai pemanfaatan tren digital sebagai peluang kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islam. Pada sesi ini peserta diajak mengidentifikasi berbagai fenomena digital yang berkembang di media sosial, kemudian menganalisis potensinya sebagai peluang usaha yang produktif dengan tetap menjunjung tinggi prinsip-prinsip etika Islam, seperti kejujuran (*sidq*), amanah, dan tanggung jawab (*mas'ūliyyah*). Diskusi interaktif yang berlangsung selama penyampaian materi mendorong peserta untuk memahami bahwa tren digital tidak hanya menjadi konsumsi informasi, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana pengembangan usaha yang bernilai ekonomi dan sosial.

Gambar 3 memperlihatkan dokumentasi bersama peserta setelah pelaksanaan sosialisasi. Dokumentasi tersebut mencerminkan keterlibatan aktif peserta selama seluruh rangkaian kegiatan sekaligus menunjukkan bahwa tahapan pengabdian telah terlaksana sesuai dengan perencanaan. Antusiasme peserta selama diskusi dan praktik menjadi indikator awal tercapainya tujuan kegiatan, yaitu meningkatkan literasi kewirausahaan digital melalui penguatan nilai-nilai Islam.

Sebagai penutup kegiatan, tim pengabdian menyerahkan cinderamata kepada Kepala SMAN 18 Makassar sebagai bentuk apresiasi atas dukungan dan kerja sama yang telah terjalin selama pelaksanaan program. Penyerahan cinderamata ini tidak hanya bersifat simbolis, tetapi juga merepresentasikan komitmen bersama antara Universitas Islam Makassar dan SMAN 18 Makassar untuk memperkuat sinergi dalam pengembangan program literasi digital, kewirausahaan, dan pendidikan karakter berbasis nilai-nilai Islam secara berkelanjutan. Dokumentasi kegiatan tersebut disajikan pada Gambar 4.



Gambar 4. Penyerahan Cinderamata kepada Kepala SMAN 18 Makassar

Berdasarkan rangkaian pelaksanaan kegiatan tersebut, dapat diidentifikasi bahwa sosialisasi tidak hanya terlaksana sesuai dengan tahapan yang telah dirancang, tetapi juga memberikan dampak terhadap peningkatan literasi kewirausahaan digital peserta. Dampak tersebut diidentifikasi melalui hasil observasi, refleksi peserta, dan kuesioner evaluasi yang selanjutnya dianalisis pada subbagian berikut.

Peningkatan Literasi Kewirausahaan Digital

Hasil observasi dan evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan. Sebelum pelaksanaan sosialisasi, sebagian besar siswa memanfaatkan media sosial hanya sebagai sarana hiburan dan mengikuti tren digital tanpa tujuan yang produktif. Setelah mengikuti kegiatan, peserta mulai memahami bahwa tren digital dapat dimanfaatkan sebagai peluang usaha melalui pemasaran digital, pembuatan konten kreatif, maupun pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Ringkasan hasil evaluasi peserta disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Literasi Kewirausahaan Digital Peserta

Indikator	Sebelum (%)	Sesudah (%)	Peningkatan
Memahami peluang usaha digital	38	89	+51
Memahami pemasaran media sosial	42	91	+49
Memahami etika bisnis Islam	36	94	+58
Mampu mengidentifikasi peluang usaha	47	87	+40
Motivasi berwirausaha	55	93	+38

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner peserta (2026)

Berdasarkan hasil kuesioner pada Tabel 2, seluruh indikator mengalami peningkatan setelah pelaksanaan sosialisasi. Peningkatan terbesar terjadi pada pemahaman etika bisnis Islam (+58%), yang menunjukkan bahwa materi mengenai prinsip-prinsip syariah dalam kewirausahaan mudah diterima dan dipahami oleh peserta. Sebaliknya, peningkatan motivasi berwirausaha (+38%) merupakan yang paling rendah dibandingkan indikator lainnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa pembentukan motivasi memerlukan proses pendampingan yang lebih berkelanjutan dibandingkan peningkatan pengetahuan. Sementara itu, pemahaman mengenai peluang usaha digital meningkat dari 38% menjadi 89%, yang menunjukkan bahwa siswa mulai mampu melihat media sosial tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media produktif untuk mengembangkan usaha.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa pendekatan *participatory learning* yang dipadukan dengan *experiential learning* efektif dalam meningkatkan literasi kewirausahaan digital peserta. Peningkatan pemahaman mengenai peluang usaha digital, pemasaran melalui media sosial, dan etika bisnis Islam mengindikasikan bahwa keterlibatan aktif peserta dalam diskusi dan praktik sederhana mampu memperkuat proses pembelajaran serta mengubah cara pandang mereka terhadap pemanfaatan teknologi digital.

Hasil pengabdian ini sejalan dengan penelitian Mufidah et al. (2021) yang menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) mampu meningkatkan kreativitas dan kemampuan peserta dalam mengembangkan peluang usaha. Temuan ini juga memperkuat hasil penelitian Sugiono (2021) yang menjelaskan bahwa pelatihan kewirausahaan berbasis praktik memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi dan kesiapan peserta dalam mengembangkan ide bisnis. Selain itu, perubahan cara pandang peserta terhadap media sosial sebagai sarana pengembangan usaha selaras dengan temuan Maryati dan Masriani (2019) serta Heriansyah et al. (2025) yang menegaskan bahwa pemanfaatan media digital secara produktif merupakan salah satu kompetensi penting dalam pengembangan kewirausahaan di era digital. Adapun peningkatan pemahaman mengenai etika bisnis Islam mendukung hasil pengabdian Ma'sah dan Suyoto (2026) serta

Khasanah et al. (2025) yang menunjukkan bahwa integrasi nilai-nilai Islam dalam pendidikan kewirausahaan mampu memperkuat karakter dan integritas peserta didik.

Internalisasi Nilai-nilai Islam dalam Kewirausahaan Digital

Salah satu temuan penting dari kegiatan ini adalah meningkatnya pemahaman peserta mengenai pentingnya etika Islam dalam pemanfaatan media digital sebagai sarana kewirausahaan. Berdasarkan hasil kuesioner lanjutan dan diskusi reflektif, sebagian besar peserta menyatakan bahwa promosi produk melalui media sosial harus dilakukan secara jujur, transparan, dan tidak mengandung informasi yang menyesatkan. Peserta juga mengidentifikasi bahwa prinsip kejujuran (*ṣidq*), amanah, tanggung jawab (*mas'ūliyyah*), kerja keras (*ijtihād*), dan orientasi kemaslahatan (*maṣlahah*) merupakan fondasi penting dalam membangun kepercayaan konsumen. Sebelum mengikuti kegiatan, sebagian besar peserta memandang media sosial hanya sebagai ruang untuk mengikuti tren yang sedang viral. Namun, setelah memperoleh materi dan mengikuti diskusi interaktif, mereka mulai memahami bahwa media digital dapat dimanfaatkan secara produktif sebagai sarana membangun usaha sekaligus mengimplementasikan nilai-nilai Islam dalam aktivitas ekonomi.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa proses internalisasi nilai tidak hanya berlangsung melalui penyampaian materi, tetapi juga melalui refleksi kritis terhadap pengalaman peserta dalam menggunakan media sosial. Proses reflektif tersebut membantu peserta mengubah orientasi penggunaan media sosial dari sekadar konsumsi informasi menuju pemanfaatan yang lebih produktif, bertanggung jawab, dan memberikan manfaat bagi orang lain. Perubahan cara pandang ini mengindikasikan bahwa integrasi materi kewirausahaan dengan nilai-nilai Islam tidak hanya meningkatkan aspek pengetahuan, tetapi juga membentuk kesadaran etis peserta dalam memanfaatkan teknologi digital.

Hasil pengabdian ini sejalan dengan teori pendidikan karakter yang menyatakan bahwa internalisasi nilai akan lebih efektif apabila peserta didik tidak hanya menerima informasi secara kognitif, tetapi juga diberikan kesempatan untuk merefleksikan pengalaman dan menghubungkannya dengan praktik kehidupan sehari-hari (Yamin, 2007). Temuan ini juga memperkuat hasil penelitian Mufidah et al. (2021) yang menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) mampu meningkatkan kreativitas dan kemampuan peserta dalam mengembangkan peluang usaha. Demikian pula, Maryati dan Masriani (2019) menjelaskan bahwa media sosial memiliki potensi besar sebagai sarana pemasaran digital apabila dimanfaatkan secara strategis dan produktif.

Meskipun demikian, kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi yang berbeda dibandingkan penelitian sebelumnya karena tidak hanya berfokus pada peningkatan kompetensi kewirausahaan digital, tetapi juga mengintegrasikan nilai-nilai Islam sebagai fondasi etis dalam setiap aktivitas kewirausahaan. Hasil ini mendukung temuan Khasanah et al. (2025) yang menegaskan bahwa pendidikan kewirausahaan Islam di era digital perlu mengintegrasikan kompetensi digital dengan pembentukan karakter Islami. Senada dengan itu, Ma'sah dan Suyoto (2026) menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islam mampu memperkuat karakter, tanggung jawab, dan integritas peserta didik. Oleh karena itu, penggunaan media sosial tidak semata-mata diarahkan untuk memperoleh keuntungan ekonomi, tetapi juga untuk membangun praktik bisnis yang berintegritas dan

memberikan kemaslahatan bagi masyarakat, sebagaimana juga dilaporkan oleh Syifa et al. (2026) dan Novitasari et al. (2025) dalam program pengembangan kewirausahaan syariah dan *halal entrepreneurship*.

Temuan tersebut selaras dengan konsep etika bisnis Islam yang menempatkan *ṣidq*, amanah, dan *maṣlahah* sebagai prinsip utama dalam aktivitas muamalah. Menurut perspektif ekonomi Islam, keberhasilan usaha tidak hanya diukur berdasarkan keuntungan finansial, tetapi juga pada sejauh mana aktivitas ekonomi dijalankan secara jujur, adil, bertanggung jawab, dan memberikan manfaat bagi orang lain (Lutfi & Maftuhah, 2024; Khasanah et al., 2025). Prinsip tersebut sejalan dengan firman Allah Swt. dalam QS. Al-Qaṣaṣ [28]:77 yang memerintahkan manusia untuk mencari kebahagiaan akhirat tanpa melupakan bagian kehidupannya di dunia, sehingga aktivitas ekonomi dipandang sebagai bagian dari ikhtiar mewujudkan kemaslahatan. Selain itu, hadis Nabi Muhammad saw. yang menyatakan bahwa “Pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada” (HR. al-Tirmizi) semakin menegaskan bahwa kejujuran merupakan fondasi utama dalam praktik kewirausahaan menurut ajaran Islam.

Berdasarkan temuan tersebut dapat dipahami bahwa transformasi dari *Fear of Missing Out* (FOMO) menuju produktivitas tidak hanya merupakan perubahan perilaku dalam memanfaatkan media digital, tetapi juga proses internalisasi nilai-nilai Islam yang membentuk karakter kewirausahaan peserta. Oleh karena itu, integrasi literasi digital dengan pendidikan karakter Islami menjadi strategi yang relevan untuk menyiapkan generasi muda yang tidak hanya memiliki kompetensi kewirausahaan digital, tetapi juga integritas moral dalam menjalankan aktivitas ekonomi di era digital. Temuan ini sekaligus memperluas hasil pengabdian Rahman et al. (2026), Alwi et al. (2026), dan Bur et al. (2026) yang menunjukkan bahwa penguatan kewirausahaan digital berbasis nilai-nilai Islam mampu mendorong terbentuknya generasi muda yang produktif, adaptif, dan berkarakter.

Tantangan dan Implikasi

Meskipun kegiatan pengabdian terlaksana sesuai dengan rencana, pelaksanaannya masih menghadapi beberapa tantangan yang berpotensi memengaruhi efektivitas pembelajaran. Tantangan tersebut terutama berkaitan dengan perbedaan tingkat literasi digital peserta, keterbatasan waktu pelaksanaan, serta minimnya pengalaman siswa dalam mengembangkan ide usaha berbasis digital. Kondisi tersebut menyebabkan proses penyampaian materi dan praktik memerlukan penyesuaian agar seluruh peserta dapat mengikuti kegiatan secara optimal. Ringkasan kendala yang dihadapi beserta strategi penyelesaiannya disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Kendala dan Strategi Penyelesaian

Kendala	Strategi Penyelesaian
Perbedaan tingkat literasi digital peserta	Pendampingan dalam kelompok kecil sesuai tingkat kemampuan
Waktu pelaksanaan terbatas	Penyediaan modul digital sebagai bahan belajar mandiri
Sebagian peserta belum memiliki pengalaman berwirausaha	Simulasi penyusunan ide bisnis dan praktik sederhana

Sumber: Analisis data lapangan oleh penulis (2026)

Berdasarkan Tabel 3, kendala utama bukan terletak pada rendahnya antusiasme peserta, melainkan pada heterogenitas kemampuan literasi digital. Oleh karena itu, strategi pembelajaran partisipatif melalui pendampingan kelompok dinilai efektif untuk memfasilitasi peserta dengan tingkat kemampuan yang berbeda. Penyediaan modul digital juga menjadi alternatif agar peserta dapat mempelajari kembali materi secara mandiri setelah kegiatan berakhir, sedangkan praktik penyusunan ide bisnis membantu peserta yang belum memiliki pengalaman kewirausahaan untuk memahami langkah-langkah dasar dalam merancang usaha berbasis media digital.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan program pengabdian tidak hanya ditentukan oleh kualitas materi yang disampaikan, tetapi juga oleh kemampuan fasilitator dalam menyesuaikan metode pembelajaran dengan karakteristik peserta. Pendampingan yang bersifat partisipatif memungkinkan peserta yang memiliki kemampuan literasi digital lebih rendah tetap dapat mengikuti proses pembelajaran melalui diskusi kelompok dan praktik sederhana. Di sisi lain, keterbatasan waktu pelaksanaan mengindikasikan bahwa penguatan kompetensi kewirausahaan digital memerlukan proses pembelajaran yang berkelanjutan agar pengetahuan yang diperoleh dapat berkembang menjadi keterampilan yang aplikatif.

Hasil pengabdian ini sejalan dengan penelitian Maryati dan Masriani (2019) yang menegaskan bahwa keberhasilan pengembangan kewirausahaan digital tidak hanya ditentukan oleh penguasaan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan memanfaatkan media digital secara strategis dan berkelanjutan. Temuan ini juga memperkuat hasil penelitian Diana et al. (2023) yang menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan akan memberikan dampak yang lebih optimal apabila disertai pendampingan lanjutan sehingga peserta mampu mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh dalam praktik nyata. Senada dengan itu, Sugiono (2021) dan Nugrohowati dan Rudatin (2021) menjelaskan bahwa pendekatan pembelajaran yang bersifat partisipatif dan berbasis praktik mampu meningkatkan keterlibatan peserta sekaligus memperkuat pemahaman terhadap materi kewirausahaan. Oleh karena itu, kegiatan sosialisasi yang bersifat satu kali perlu diikuti dengan program pembinaan yang berkesinambungan agar kompetensi kewirausahaan digital peserta dapat berkembang secara optimal.

Dari perspektif pendidikan Islam, temuan tersebut menunjukkan bahwa pembentukan karakter kewirausahaan tidak cukup dilakukan melalui transfer pengetahuan, tetapi memerlukan proses pembiasaan (*ta'dib*) dan pendampingan secara berkelanjutan. Pandangan ini sejalan dengan Khasanah et al. (2025) yang menekankan pentingnya integrasi pendidikan kewirausahaan dengan pembentukan karakter Islami di era digital. Demikian pula, Lutfi dan Maftuhah (2024) menjelaskan bahwa literasi digital dalam pendidikan Islam harus diarahkan untuk membangun perilaku ekonomi yang produktif sekaligus berlandaskan nilai-nilai syariah. Hasil pengabdian ini juga mendukung temuan Ma'sah dan Suyoto (2026), Syifa et al. (2026), Subarkah dan Hermawan (2025), serta Bur et al. (2026) yang menunjukkan bahwa penguatan kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islam mampu meningkatkan kompetensi kewirausahaan sekaligus membentuk karakter peserta didik yang jujur, bertanggung jawab, dan berorientasi pada kemaslahatan. Dengan demikian, model pengabdian ini memiliki

potensi untuk direplikasi di sekolah lain sebagai salah satu bentuk penguatan literasi digital, pendidikan karakter, dan kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islam.

Berdasarkan keseluruhan temuan tersebut, kegiatan pengabdian ini tidak hanya menunjukkan keberhasilan dalam meningkatkan literasi kewirausahaan digital peserta, tetapi juga memberikan kontribusi yang lebih luas terhadap pengembangan praktik pembelajaran, penguatan konsep pendidikan kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islam, serta penyusunan strategi pengembangan program di lingkungan sekolah. Oleh karena itu, hasil pengabdian ini memiliki implikasi pada aspek praktis, teoretis, dan kebijakan yang dapat menjadi rujukan bagi berbagai pemangku kepentingan dalam mengembangkan pendidikan kewirausahaan digital berbasis nilai-nilai Islam.

Secara praktis, hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa integrasi literasi digital dengan nilai-nilai Islam dapat diterapkan sebagai model pembelajaran kontekstual dalam kegiatan kokurikuler maupun ekstrakurikuler di tingkat SMA. Pendekatan ini memberikan alternatif bagi guru dan sekolah dalam mengembangkan pendidikan kewirausahaan yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan keterampilan bisnis digital, tetapi juga pada pembentukan karakter peserta didik yang beretika.

Secara teoretis, kegiatan ini memperkuat gagasan bahwa pendidikan kewirausahaan digital akan lebih efektif apabila dipadukan dengan pendidikan karakter Islami melalui pendekatan *participatory learning* dan *experiential learning*. Temuan ini sejalan dengan Mufidah et al. (2021) yang menunjukkan efektivitas pembelajaran berbasis pengalaman dalam meningkatkan kreativitas dan kemampuan peserta, serta mendukung pandangan Khasanah et al. (2025) bahwa pendidikan kewirausahaan Islam di era digital perlu mengintegrasikan kompetensi digital dengan pembentukan karakter Islami. Temuan ini memperluas model pengabdian kewirausahaan yang selama ini lebih banyak menitikberatkan pada aspek teknis dan ekonomi dengan menambahkan dimensi etika Islam sebagai bagian integral dari proses pembelajaran.

Dari sisi kebijakan, hasil pengabdian ini memberikan rekomendasi kepada sekolah untuk mengintegrasikan literasi digital, kewirausahaan, dan pendidikan karakter Islam ke dalam program penguatan profil pelajar maupun kegiatan pengembangan diri peserta didik. Selain itu, perguruan tinggi dapat menjadikan model ini sebagai bentuk kemitraan berkelanjutan dengan sekolah melalui program pendampingan kewirausahaan digital, sehingga kegiatan pengabdian tidak berhenti pada sosialisasi satu kali, tetapi berkembang menjadi program pembinaan yang berkesinambungan.

PENUTUP

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program “*Dari FOMO Menjadi Cuan: Sosialisasi Pemanfaatan Tren Digital untuk Kewirausahaan Berbasis Nilai-Nilai Islam bagi Siswa SMA*” di SMAN 18 Makassar berhasil meningkatkan literasi kewirausahaan digital peserta sekaligus memperkuat pemahaman mereka terhadap etika bisnis Islam. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai peluang usaha berbasis tren digital, pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran yang produktif, serta pentingnya menerapkan nilai-nilai kejujuran (*sidq*), amanah, tanggung jawab

(*mas'ūliyyah*), kerja keras (*ijtihād*), dan orientasi kemaslahatan (*maṣlahah*) dalam aktivitas kewirausahaan digital.

Pengabdian ini menunjukkan bahwa integrasi literasi digital dengan pendidikan karakter Islam mampu mentransformasikan cara pandang peserta terhadap penggunaan media sosial, dari perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) yang cenderung konsumtif menuju pemanfaatan teknologi digital secara lebih produktif, kreatif, dan bertanggung jawab. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa pendidikan kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islam tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan kompetensi kewirausahaan digital, tetapi juga memperkuat pembentukan karakter peserta dalam menghadapi tantangan ekonomi digital.

Sebagai tindak lanjut, program serupa perlu dikembangkan melalui pendampingan yang berkelanjutan serta kolaborasi antara sekolah, perguruan tinggi, dan pemangku kepentingan lainnya agar kompetensi kewirausahaan digital yang telah diperoleh peserta dapat diimplementasikan secara nyata dan berkelanjutan. Model pengabdian ini juga berpotensi direplikasi pada sekolah lain sebagai alternatif penguatan literasi digital, pendidikan karakter, dan kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islam.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi kepada SMAN 18 Makassar atas kerja sama dan partisipasinya selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Terima kasih juga disampaikan kepada pimpinan Universitas Islam Makassar atas dukungan terhadap penyelenggaraan kegiatan ini, serta kepada seluruh siswa, guru, dan tim pelaksana yang telah berkontribusi sehingga seluruh rangkaian kegiatan dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, U., Nurhayati, E., Zakiyah, U., Nisa, Z., Arifin, M. S., Muryadi, M., & Rahmawati, I. D. (2024). Concept of Islamic values in entrepreneurship implementation. *Journal of Islamic and Muhammadiyah Studies*, 6(2). <https://doi.org/10.21070/jims.v6i2.1591>
- Alwi, A., Armin, D. A., Rusli, M., Kartono, A. F., & Ghifari, M. (2026). Mengubah hobi jadi cuan dengan BMC Islamic di SMA 22 Kota Makassar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 105–110. <https://doi.org/10.59562/abdimas.v4i1.12564>
- Bashori, Y. A., Umami, K., & Wahid, S. H. (2024). *Maqasid shariah*-based digital economy model: Integration, sustainability and transformation. *Malaysian Journal of Syariah and Law*, 12(2), 405–425. <https://doi.org/10.33102/mjsl.vol12no2.647>
- Bur, M. Y., Syalsabila, A., Zidan, M. S., Kamal, A., & Yuyung, P. N. (2026). Seminar kewirausahaan berbasis keislaman modern pada siswa-siswi MAS Muallimin Cabang Makassar. *Jurnal Teras Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 35–39. <https://doi.org/10.64479/jtpm.v2i1.50>
- Delza, D. G., Perwira, H., Ahyani, I., Siregar, Y. H., & Vebrianto, R. (2021). Build an entrepreneurial spirit in society. *Tasnim Journal for Community Service*, 2(1), 9–19. <https://doi.org/10.55748/tasnim.v2i1.55>
- Diana, Y., Rahayu, S., & Zannah, A. (2023). Pengaruh pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital terhadap peningkatan ekonomi masyarakat di Desa Kelambir Lima.

- Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 6(1), 1–14.
<https://doi.org/10.30596/maneggio.v6i1.14534>
- Elgharbawy, A. A. M., Azam, M. S. E., & Kartika, B. (2023). Halal digital entrepreneurship and disruptive technologies from the lenses of *maqasid al-shari'ah*. In L. Raimi, S. M. Adekunle, & M. S. Shabbir (Eds.), *Contemporary discourse of halal and Islamic entrepreneurship: Trends and future opportunities* (pp. 179–197). Springer.
https://doi.org/10.1007/978-981-99-6427-7_12
- Fauziah, D. A., Mardhika, W. F., Nayonis, N., Basti, R. N. C., Leona, D. F., Zuhry, M. N., & Akbar, A. (2025). Edukasi penggunaan *gadget* guna menanamkan *mindset entrepreneur* usia remaja pada SMAS Islam Diponegoro Desa Gondang. *Journal of Empowerment Indonesia*, 1(2), 107–116. <https://doi.org/10.64118/jei.v1i2.113>
- Heriansyah, K., Widyaningsih, M., Harsono, H., Satria, I., Nugroho, A., Tsani, I. A., & Raharjo, D. Y. (2025). Edukasi pemanfaatan teknologi informasi dalam kewirausahaan di kalangan siswa SMK Generasi Z di Depok. *Journal of Human and Education (JAHE)*, 5(1), 449–456. <http://www.jahe.or.id/index.php/jahe/article/view/2214>
- Khasanah, A., Widiastuti, E., & Noviarita, H. (2025). Islamic education entrepreneurship in the digital era: Opportunities, challenges, and innovations. *FAJAR: Jurnal Pendidikan Islam*, 5(1), 1–12. <https://ejurnal.uij.ac.id/index.php/FAJ/article/view/3614>
- Lutfi, L., & Maftuhah, M. (2024). Transformasi bisnis di era digital melalui literasi *entrepreneur* sebagai pendekatan Islami dalam pendidikan agama Islam. *MUMTAZ: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 4(1), 53–67. <https://ejournal.uniib.ac.id/index.php/mumtaz/article/view/2894>
- Maryati, W., & Masriani, I. (2019). Peluang bisnis di era digital bagi generasi muda dalam berwirausaha: Strategi menguatkan perekonomian. *Jurnal Mebis*, 4(2), 125–130. <https://doi.org/10.33005/mebis.v4i2.62>
- Ma'sah, Z., & Suyoto, A. W. (2026). Membangun jiwa *entrepreneur* muda melalui pelatihan berbasis nilai-nilai Islam di lembaga pendidikan SMA/SMK/MA Wilayah Kecamatan Paciran. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 3(8), 793–808. <https://doi.org/10.59837/4ddewe54>
- Mufidah, Z. R., Iswara, P. D., & Hermanto, F. Y. (2021). Mengembangkan ekoliterasi dan ekopreneurship siswa sekolah dasar melalui pembelajaran tematik berbasis model *Project Based Learning* (PjBL). *At-Thullab: Jurnal Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah*, 5(1), 75. <https://doi.org/10.30736/atl.v5i1.509>
- Naira, F., Siahaan, M., Novasari, H., Devi, M. S., & Novrismi, N. (2025). Mendorong pengembangan kewirausahaan Islam dan kemandirian siswa di SMA Al-Jamiyatul Washliyah. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 116–123. <https://ejurnal.suaninstitute.org/index.php/JUPEMAS/article/view/216>
- Novitasari, D., Muttaqi'in, N., Meutia, N. S., & Putra, R. S. (2025). *Santripreneur*: Digital transformation in halal *start-up* management for Islamic boarding school students [*Santripreneur*: Transformasi digital dalam manajemen *start-up* halal bagi santri]. *Indonesia Berdaya*, 6(4), 1183–1188. <https://ukinstitute.org/journals/ib/article/view/1312>
- Nugrohowati, R. N. I., & Rudatin, A. (2021). Menciptakan *entrepreneur* mandiri melalui pelatihan kewirausahaan bagi generasi muda. *Abdimas Unwahas*, 6(2). <https://doi.org/10.31942/abd.v6i2.5697>

- Putri, P. L., & Salsebela, R. N. (2025). *Sociopreneur muda: Program pelatihan kewirausahaan sosial untuk meningkatkan jiwa usaha dan kepedulian sosial siswa SMA Islam Andalusia Kebasen*. *ARDHI: Jurnal Pengabdian dalam Negeri*, 3(3), 270–282. <https://doi.org/10.61132/ardhi.v3i3.1381>
- Rahman, A., Gintings, A. S., Banurea, A. F., Andini, Y., Purba, M. C., Hutagaol, A. R., & Agus, R. (2026). Transformasi kewirausahaan digital pada siswa-siswi MAN 3 Kwala Bingai. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(12), 6942–6951. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i12.3950>
- Sakdiyah, T. L., & Fauzi, S. (2025). Pemberdayaan siswa SMA PGRI Sendang melalui *workshop entrepreneurship* untuk membangun mental *digitalpreneur* di era Society 5.0. *Jurnal ETAM*, 5(3), 88–97. <https://doi.org/10.46964/etam.v5i3.1516>
- Subarkah, M. A., & Hermawan, D. (2025). Pemberdayaan siswa SMAN 20 Kabupaten Tangerang melalui pelatihan UMKM berbasis nilai-nilai pendidikan Islam. *Sosial Horizon: Jurnal Pendidikan Sosial*, 12(3), 220–230. <https://doi.org/10.31571/sosial.v12i3.9478>
- Sugiono, A. (2021). Pelatihan *creative design thinking start up entrepreneur* di kalangan siswa kelas XII SMK Industri Kreatif Kota Bandar Lampung. *BERNAS: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 317–323. <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/bernas/article/view/510>
- Sumarno, S., Gimin, G., Haryana, G., & Saryono, S. (2018). Desain pendidikan kewirausahaan mahasiswa berbasis *technopreneurship*. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 6(2), 171–186. <https://doi.org/10.26740/jepk.v6n2.p171-186>
- Syifa, D. M., Anggraini, L. P., Juniwanti, A., Amini, A., Lathifa, H. Z., Ika, N., & Rahmaniah, A. (2026). Upaya peningkatan literasi keuangan syariah dan kewirausahaan halal pada siswa SMA IT Assalam Martapura melalui sosialisasi dengan pendekatan *financial mindset*. *KOMUNITA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 369–377. <https://doi.org/10.60004/komunita.v5i1.495>
- Yamin, M. (2007). *Strategi pembelajaran berbasis kompetensi*. Gaung Persada Press.

