



## Penguatan Kapasitas Wirausaha Islami Santri Wanita 'Aisyiyah Boarding School melalui Business Model Canvas Menuju Peningkatan Pemberdayaan Perempuan

Rivaldi Arissaputra<sup>1\*</sup>, Maisa Azizah Asmara<sup>2</sup>, Tiara Felinda<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Perdagangan Internasional, Fakultas Ekonomi, Bisnis, dan Ilmu Sosial, Universitas 'Aisyiyah Bandung, Indonesia, 40299

E-mail:\* [rivaldi.arissaputra@unisa-bandung.ac.id](mailto:rivaldi.arissaputra@unisa-bandung.ac.id)

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v6i4.2727>

---

### Info Artikel:

Diterima :  
2025-09-16

Diperbaiki :  
2025-09-20

Disetujui :  
2025-09-21

**Kata Kunci:** Wirausaha,  
Pemasaran, Perempuan,  
Syariah, *Business Model Canvas*

**Abstrak:** Peran perempuan dalam pembangunan ekonomi keluarga dan masyarakat sangat penting, termasuk di lingkungan pesantren. Namun, santri perempuan masih menghadapi keterbatasan dalam pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan Islami. Program pengabdian ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas wirausaha Islami santri perempuan 'Aisyiyah Boarding School melalui penyuluhan, simulasi, dan pelatihan penyusunan *Business Model Canvas* (BMC) berbasis syariah. Metode yang digunakan adalah pendidikan berbasis komunitas dengan pendekatan partisipatif, melibatkan santri sebagai subjek aktif serta mahasiswa sebagai fasilitator. Kegiatan meliputi penyuluhan kewirausahaan Islami dan pelatihan BMC. Hasil menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman santri mengenai prinsip-prinsip wirausaha Islami dan penerapannya dalam rancangan bisnis. Seluruh santri yang dibagi menjadi lima kelompok berhasil menyusun serta mempresentasikan model bisnis sesuai syariat, sehingga program ini berdampak pada peningkatan kemandirian ekonomi dan pemberdayaan perempuan berbasis pesantren.

**Abstract:** The role of women in family and community economic development is very important, including in Islamic boarding schools. However, female students still face limitations in Islamic entrepreneurship knowledge and skills. This community service program aims to strengthen the Islamic entrepreneurial capacity of female students at 'Aisyiyah Boarding School through counseling, simulation, and training in the preparation of a Sharia-based Business Model Canvas (BMC). The method used

**Keywords:** *Entrepreneurship, Marketing, Women, Sharia, Business Model Canvas*

*is community-based education with a participatory approach, involving students as active subjects and university students as facilitators. Activities included Islamic entrepreneurship counseling and BMC training. The results showed a significant increase in the students' understanding of Islamic entrepreneurial principles and their application in business design. All students, divided into five groups, successfully developed and presented business models in accordance with sharia, so that this program had an impact on increasing economic independence and women's empowerment based on Islamic boarding schools.*

---

## **Pendahuluan**

Perempuan memiliki kontribusi penting dalam pembangunan ekonomi keluarga maupun masyarakat. Di Indonesia, pemberdayaan perempuan menjadi salah satu fokus pembangunan, terutama melalui program kewirausahaan (Kowarin et al., 2024). Namun demikian, perempuan masih menghadapi berbagai tantangan dalam memulai dan mengelola usaha. Hal ini semakin kompleks bagi santri wanita muslim yang memiliki peran ganda sebagai pelajar dan anggota masyarakat (Muhammad et al., 2019; Whittle, 2019). Salah satu kendala utama adalah keterbatasan akses terhadap pengetahuan kewirausahaan berbasis nilai Islami, yang dapat mendukung praktik usaha berkelanjutan sekaligus sesuai dengan syariat Islam (Machmud & Hidayat, 2020).

Meskipun terdapat hambatan, potensi perempuan dalam memberikan kontribusi nyata terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan cukup besar (Jabeen et al., 2020). Perempuan sering menjadi penggerak utama dalam ekonomi keluarga, baik melalui usaha kecil maupun pengelolaan keuangan rumah tangga (Mehtap et al., 2019; Okolie et al., 2022; Shastri et al., 2019). Namun, keterbatasan pemahaman tentang kewirausahaan Islami menjadikan banyak usaha yang dijalankan belum berorientasi pada keberlanjutan dan belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip agama. Padahal, dengan penguatan keterampilan kewirausahaan yang dilandasi nilai Islam, perempuan dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga (Ummiroh et al., 2022) sekaligus berkontribusi pada terciptanya masyarakat yang lebih harmonis dan berkelanjutan (Polas et al., 2022).

Mitra yang didampingi dalam kegiatan ini adalah 'Aisyiyah Boarding School yang terletak di Wargamekar, Kec. Baleendah, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Pondok ini memiliki 61 santri perempuan yang mayoritas berasal dari keluarga dengan pendapatan rendah hingga menengah. Profil mitra menunjukkan bahwa sebagian besar santri memiliki ketertarikan untuk belajar wirausaha, tetapi belum

mendapatkan wawasan yang memadai. Selain itu, pondok pesantren ini juga memiliki program pemberdayaan ekonomi sederhana berupa unit usaha pesantren dan pelatihan keterampilan seperti menjahit dan memasak. Namun, program-program tersebut belum mampu memberikan dampak signifikan terhadap kemandirian ekonomi santri karena kurangnya fokus pada penyuluhan nilai Islami dalam kewirausahaan.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya isu utama yang harus diatasi, yaitu minimnya integrasi nilai Islami dalam pembekalan kewirausahaan serta lemahnya kemampuan santri dalam strategi pemasaran dan manajemen usaha berbasis syariah. Oleh karena itu, fokus pengabdian ini diarahkan pada penguatan pemahaman kewirausahaan Islami, peningkatan keterampilan dalam penyusunan model bisnis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC), serta pendampingan strategi pemasaran Islami yang kontekstual.

Pemilihan santri wanita sebagai subyek pengabdian didasarkan pada potensi mereka sebagai agen perubahan sosial-ekonomi sekaligus keterbatasan akses yang masih dihadapi. Perubahan sosial yang diharapkan dari kegiatan ini meliputi meningkatnya kemandirian ekonomi santri, terbentuknya pola usaha yang sesuai dengan prinsip syariah, serta tumbuhnya kontribusi nyata bagi pemberdayaan perempuan di lingkungan pesantren.

Program ini juga sejalan dengan kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang melibatkan mahasiswa dalam proses pengabdian, serta mendukung pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi melalui keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan nyata di masyarakat (Kardaya, 2022). Selain itu, kegiatan ini mendukung *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya poin 5 tentang kesetaraan gender dan poin 8 mengenai pekerjaan layak serta pertumbuhan ekonomi (Alcántara-Rubio et al., 2022).

Dengan pendekatan tersebut, diharapkan santri wanita tidak hanya memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru, tetapi juga mampu mengimplementasikannya secara berkelanjutan. Program ini ditujukan untuk memperkuat kapasitas wirausaha Islami di lingkungan pesantren sekaligus menciptakan dampak sosial-ekonomi yang lebih luas.

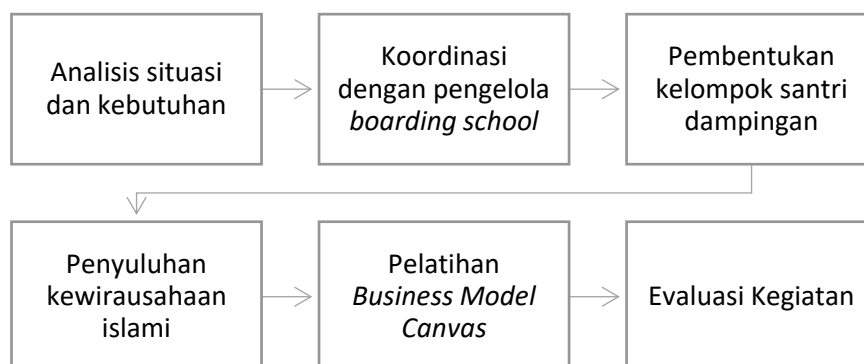
## **Metode**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di 'Aisyiyah Boarding School dengan peserta sebanyak 20 santri perempuan kelas 12. Subyek pengabdian dipilih karena santri memiliki potensi besar untuk menjadi agen

pemberdayaan ekonomi berbasis pesantren, namun masih menghadapi keterbatasan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan Islami. Proses perencanaan program dilakukan secara partisipatif melalui koordinasi dengan pengelola pesantren, diskusi kelompok terarah (FGD), serta observasi lapangan guna mengidentifikasi kebutuhan, potensi, dan hambatan yang dihadapi santri (Afandi, 2022). Pengorganisasian komunitas melibatkan pembentukan kelompok kerja santri sebagai dampingan aktif, sementara mahasiswa berperan sebagai fasilitator yang membantu penyampaian materi, pendampingan praktik, dan evaluasi program.

Metode yang digunakan adalah pendidikan berbasis komunitas dengan pendekatan penyuluhan, simulasi, dan praktik langsung (Afandi, 2022). Strategi ini dipilih agar santri dapat memperoleh pengalaman belajar yang aplikatif dengan prinsip *learning by doing*. Tahapan kegiatan meliputi: (1) penyuluhan kewirausahaan Islami melalui diskusi interaktif dan studi kasus; (2) simulasi strategi pemasaran Islami, termasuk pemanfaatan media digital yang sesuai dengan prinsip syariah; (3) pelatihan penyusunan Business Model Canvas (BMC) berbasis syariah sebagai alat perencanaan usaha; dan (4) pendampingan serta monitoring oleh mahasiswa untuk memastikan ketercapaian keterampilan sekaligus mengevaluasi program.

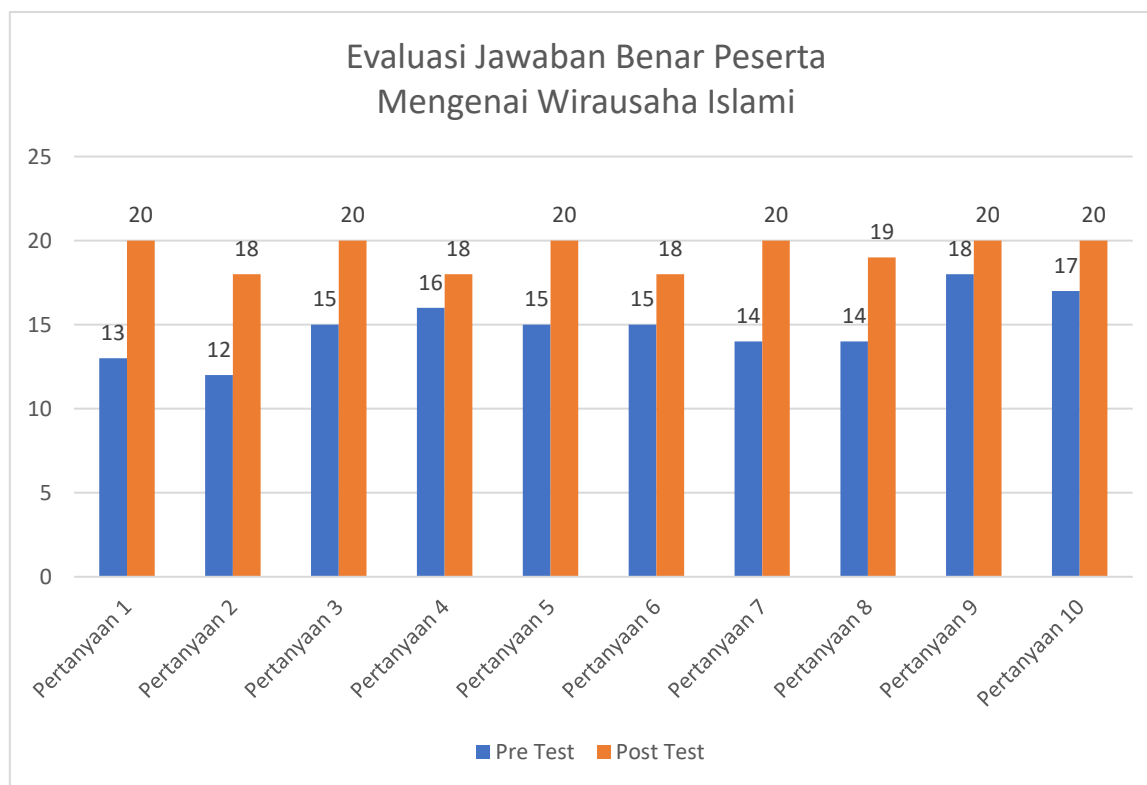
Berikut adalah diagram alir yang menggambarkan proses kegiatan:



Gambar 1. Diagram Alir Kegiatan

## Hasil dan Pembahasan

## Penyuluhan Wirausaha Islami



Gambar 2. Hasil Evaluasi Penyuluhan Wirausaha Islami

Hasil evaluasi *pre-test* dan *post-test* menunjukkan adanya peningkatan pemahaman santri perempuan mengenai konsep dasar wirausaha Islami setelah diberikan penyuluhan dan pendampingan. Pada saat *pre-test*, jumlah jawaban benar berkisar antara 12–18 santri dari total 20. Setelah program dilaksanakan, hasil *post-test* menunjukkan peningkatan signifikan, dengan hampir seluruh pertanyaan dijawab benar oleh 18–20 santri. Peningkatan yang paling jelas terlihat pada pertanyaan mengenai *Value Proposition* dalam perspektif Islami (Pertanyaan 1 dan 7). Pada *pre-test* hanya 13–14 santri yang mampu menjawab dengan benar, sedangkan pada *post-test* meningkat menjadi 20 santri. Hal ini menunjukkan bahwa santri semakin memahami bahwa nilai yang ditawarkan dalam usaha harus tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan keberkahan, keadilan, dan kemaslahatan sesuai ajaran Islam. Hasil ini mendukung pandangan yang menekankan bahwa keberhasilan usaha Islami ditentukan oleh keselarasan antara nilai spiritual dan aktivitas bisnis (Hijriah, 2016).

Pada aspek *Customer Relationship* (Pertanyaan 2 dan 8), santri perempuan juga mengalami peningkatan signifikan. Sebelum intervensi, hanya 12–14 santri yang memahami pentingnya membangun hubungan pelanggan sesuai adab Islami,

sedangkan setelah kegiatan meningkat menjadi 18–20 santri. Hal ini menegaskan bahwa santri mulai menyadari pentingnya prinsip kejujuran, pelayanan yang baik, dan kepedulian sosial dalam menjalin hubungan dengan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Winarsih & Fasa (2024) yang menyatakan bahwa pemasaran Islami harus berlandaskan etika dan tanggung jawab sosial. Selanjutnya, pemahaman tentang Key Partnerships dan Cost Structure (Pertanyaan 3 dan 4) juga meningkat. Pada pre-test, 15–16 santri dapat menjawab dengan benar, sedangkan pada post-test jumlahnya meningkat menjadi 18–20 santri. Hal ini menunjukkan bahwa santri semakin memahami prinsip kemitraan Islami yang harus menghindari praktik riba, gharar, maupun bentuk kerja sama yang merugikan, serta pentingnya struktur biaya yang transparan dan sesuai syariat. Temuan ini sejalan dengan penelitian Kholis et al. (2019) yang menegaskan bahwa praktik bisnis Islami harus berlandaskan keadilan, transparansi, dan menjauhi akad yang bersifat spekulatif atau merugikan salah satu pihak.

Aspek *Revenue Streams* dan Promosi Islami (Pertanyaan 5 dan 6) memperlihatkan hal serupa. Jumlah jawaban benar meningkat dari 14–15 santri pada *pre-test* menjadi 18–20 pada *post-test*. Hal ini membuktikan bahwa santri semakin memahami konsep pendapatan yang halal dan berkah, serta pentingnya promosi usaha yang tidak menipu dan tidak manipulatif. Hasil ini sejalan dengan (Altsaury et al., 2024), yang menekankan bahwa pemasaran Islami harus menolak praktik penipuan (*tadlis*) dan manipulasi informasi, serta mengedepankan kejujuran sebagai strategi keberhasilan jangka panjang. Selain itu, pemahaman mengenai *Customer Pains and Gains* (Pertanyaan 9) meningkat dari 18 santri pada *pre-test* menjadi 20 santri pada *post-test*. Hal ini menunjukkan kesadaran santri tentang pentingnya memahami kebutuhan dan masalah konsumen agar dapat menghadirkan solusi Islami yang relevan. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang menjelaskan bahwa penggunaan BMC memungkinkan wirausaha untuk lebih fokus pada penciptaan nilai sesuai kebutuhan pelanggan (Aisiyah, 2024), sehingga dalam konteks Islami dapat dipadukan dengan prinsip keadilan dan tanggung jawab sosial (Maulena et al., 2024).



Gambar 3. Kegiatan Penyuluhan Wirausaha Islami

#### Pembuatan *Business Model Canvas*

Sebagai tindak lanjut dari pemahaman wirausaha islami, seluruh peserta perempuan dibagi menjadi lima kelompok kecil. Setiap kelompok difasilitasi untuk menerapkan hasil penyuluhan kewirausahaan Islami dalam praktik penyusunan BMC. Proses ini dilakukan secara bertahap, dimulai dengan identifikasi *customer segment* dan *value proposition*, kemudian dilanjutkan ke aspek *key resources*, *key activities*, *revenue streams*, hingga *cost structure* yang sesuai dengan prinsip syariah (Ulya, 2025). Hasilnya, seluruh kelompok berhasil menyusun rancangan BMC yang mencerminkan penerapan prinsip kewirausahaan Islami. Lebih dari itu, setiap kelompok juga mampu mempresentasikan hasil kerja mereka di hadapan kelompok lain dan fasilitator. Presentasi ini menunjukkan bahwa santri tidak hanya memahami konsep kewirausahaan Islami secara teoritis, tetapi juga dapat mengaplikasikannya dalam bentuk model bisnis yang lebih terstruktur.



Gambar 4. Kegiatan presntasi *Business Model Canvas*

## Kesimpulan

Kegiatan penyuluhan kewirausahaan Islami yang dilaksanakan di 'Aisyiyah Boarding School' berhasil meningkatkan pemahaman santri perempuan terhadap prinsip-prinsip kewirausahaan Islami, yang mencakup aspek *Value Proposition*, *Customer Relationship*, *Key Partnerships*, *Cost Structure*, *Revenue Streams*, promosi Islami, serta pentingnya memahami *Customer Pains and Gains*. Hasil evaluasi *pre-test* dan *post-test* menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada hampir seluruh indikator pemahaman kewirausahaan Islami. Selain peningkatan pemahaman, seluruh santri perempuan yang dibagi ke dalam lima kelompok berhasil menyusun dan mempresentasikan rancangan *Business Model Canvas* berbasis syariah. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif melalui penyuluhan, simulasi, dan praktik langsung efektif dalam menumbuhkan keterampilan kewirausahaan Islami sekaligus menanamkan nilai keberkahan, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam pengelolaan usaha.

Kegiatan pengabdian ini memberikan gambaran bahwa penyuluhan kewirausahaan Islami efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan santri perempuan, namun masih diperlukan tindak lanjut agar hasil yang dicapai dapat berkelanjutan. Oleh karena itu, pendampingan lanjutan perlu difokuskan pada praktik nyata kewirausahaan, mulai dari proses produksi, strategi pemasaran, hingga pengelolaan keuangan berbasis syariah. Dengan demikian, santri tidak hanya memahami konsep secara teoritis, tetapi juga mampu mengimplementasikannya dalam usaha riil yang berdaya saing. Lembaga pendidikan pesantren diharapkan dapat mengintegrasikan program serupa ke dalam kurikulum atau kegiatan

ekstrakurikuler sehingga penguatan kapasitas kewirausahaan Islami menjadi bagian dari proses pembelajaran formal. Bagi peneliti berikutnya, disarankan untuk melakukan kajian jangka panjang mengenai efektivitas model pelatihan berbasis *Business Model Canvas* Islami, khususnya dalam mengukur keberhasilan usaha santri setelah kegiatan pengabdian berakhir. Implikasi dari temuan ini juga penting untuk dijadikan rujukan dalam merancang model pemberdayaan perempuan berbasis pesantren yang lebih sistematis, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) dalam aspek kesetaraan gender dan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan.

## Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas 'Aisyiyah Bandung yang telah memberikan dukungan pendanaan serta fasilitasi dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini. Dukungan tersebut menjadi faktor penting yang memungkinkan kegiatan penyuluhan kewirausahaan Islami dan pelatihan *Business Model Canvas* dapat terlaksana dengan baik. Selain itu, apresiasi juga disampaikan kepada pihak pesantren 'Aisyiyah Boarding School beserta para santri perempuan yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap tahapan kegiatan, sehingga program ini dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan.

## Referensi

- Afandi, A. (2022). Metodologi pengabdian masyarakat. Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam Direktorat Jenderal Pendidikan ....
- Aisyah, M. P. (2024). Peningkatan Pemahaman Analisis Pasar Berbasis Business Model Canvas (BMC) bagi Santri Pondok Pesantren Al-Muhajirin III Bahrul Ulum Jombang. *BUDIMAS: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 6(3).
- Alcántara-Rubio, L., Valderrama-Hernández, R., Solís-Espallargas, C., & Ruiz-Morales, J. (2022). The implementation of the SDGs in universities: a systematic review. *Environmental Education Research*, 28(11), 1585–1615.
- Altsaury, R. A. A., Hidayatullah, M. S., Lutfi, J., & As' ad, A. (2024). Analisis Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 Dalam Menjawab Tantangan Etika Dan Transparansi Transaksi Virtual: Studi Kasus Pada Platform E-Commerce Shopee Dan Tokopedia. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah: AICONOMIA*, 3(2), 79–91.
- Hijriah, H. Y. (2016). Spiritualitas Islam dalam kewirausahaan. *Tsaqafah*, 12(1), 187–208.

- Jabeen, S., Haq, S., Jameel, A., Hussain, A., Asif, M., Hwang, J., & Jabeen, A. (2020). Impacts of rural women's traditional economic activities on household economy: Changing economic contributions through empowered women in rural Pakistan. *Sustainability*, 12(7), 2731.
- Kardaya, D. (2022). Strategi Pengembangan Program Pembelajaran MBKM Dalam Rangka Peningkatan Indikator Kinerja Utama Perguruan Tinggi. *Jurnal Sosial Humaniora*, 13(1), 71–81.
- Kowarin, L. R. N., Fitriana, F., & Santoso, R. A. (2024). PEMBERDAYAAN PEREMPUAN PAPUA UNTUK KEMAJUAN EKONOMI LOKAL. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(2), 1882–1898.
- Machmud, A., & Hidayat, Y. M. (2020). Characteristics of Islamic entrepreneurship and the business success of SMEs in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship Education*, 23(2), 1–16.
- Maulena, M., Zulkarnain, T., & Mariana, M. (2024). Transformasi Bisnis dengan Etika Bisnis Islam: Keadilan dan Tanggung Jawab dalam Ekonomi Syariah. *Jurnal Sosial Humaniora Sigli*, 7(2).
- Mehtap, S., Ozmenekse, L., & Caputo, A. (2019). "I'ma stay at home businesswoman": an insight into informal entrepreneurship in Jordan. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 11(1), 44–65.
- Muhammad, N., Robinson, D., & Nisar, M. (2019). The influence of Muslim marriages on entrepreneurial intentions of women entrepreneurs: Evidence from Pakistan. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(7), 1389–1409.
- Okolie, U. C., Ehiobuche, C., Igwe, P. A., Agha-Okoro, M. A., & Onwe, C. C. (2022). Women entrepreneurship and poverty alleviation: Understanding the economic and socio-cultural context of the Igbo Women's basket weaving enterprise in Nigeria. In *Entrepreneurship and the Informal Sector* (pp. 8–27). Routledge.
- Polas, M. R. H., Raju, V., Muhibbullah, M., & Tabash, M. I. (2022). Rural women characteristics and sustainable entrepreneurial intention: a road to economic growth in Bangladesh. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 16(3), 421–449.
- Shastri, S., Shastri, S., & Pareek, A. (2019). Motivations and challenges of women entrepreneurs: Experiences of small businesses in Jaipur city of Rajasthan. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 39(5/6), 338–355.

- Ulya, S. (2025). PENERAPAN MODEL BISNIS KANVAS DALAM WIRAUSAHA HALAL BERBASIS PESANTREN. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 118–143.
- Ummiroh, I. R., Schwab, A., & Dhewanto, W. (2022). Women social entrepreneurs in a Muslim society: how to manage patriarchy and spouses. *Social Enterprise Journal*, 18(4), 660–690.
- Whittle, J. (2019). A critique of approaches to ‘domestic work’: Women, work and the pre-industrial economy. *Past & Present*, 243(1), 35–70.
- Winarsih, S., & Fasa, M. I. (2024). Penerapan etika bisnis Islam dalam strategi pemasaran syariah. *Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara*, 1(5), 7730–7739.