Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah dan Akuntansi
Volume 3, Nomor 3, Mei 2026
e-ISSN: 3046-983X, p-ISSN: 3046-9015, Hal. 121-135
DOI: https://doi.org/10.61132/jiesa.v3i3.2250
Tersedia: https://ejournal.areai.or.id/index.php/JIESA

Pengembangan Kurikulum Bisnis Berbasis Syariah: Integrasi *Outcome-Based Education*, Kewirausahaan, dan *Maqashid* Syariah

Afidah Nur Aslamah[1*], Rangga Kusuma Putra[2]
[1,2] Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

[*]*Penulis Korespondensi: afidah.nur@unj.ac.id*

Abstract. *This conceptual article discusses the development of a sharia-based business curriculum in higher education by integrating outcome-based education, entrepreneurship pedagogy, digital business competence, updated Islamic economy data, and maqashid shariah values. The study is motivated by the growth of the global halal economy, the expansion of Islamic finance, and Indonesia's strategic position in the global Islamic economy ecosystem. Methodologically, the paper uses a structured literature review and conceptual synthesis of higher education curriculum guidelines, Islamic business education literature, policy documents, and recent industry reports. The analysis shows that a credible sharia business curriculum should redesign graduate profiles, learning outcomes, learning experiences, and assessment systems around trustworthiness, justice, transparency, social responsibility, data literacy, and consumer protection. The article contributes an updated integrative framework and visual data synthesis for universities, study programs, and lecturers who seek to strengthen sharia business education while maintaining academic quality, employability, and ethical competence.*

Keywords*: Business Curriculum; Islamic Business Education; Maqashid Syariah; Outcome-Based Education; Sharia Entrepreneurship.*

Abstrak. Artikel ini membahas pengembangan kurikulum bisnis berbasis syariah pada pendidikan tinggi dengan mengintegrasikan outcome-based education, pedagogi kewirausahaan, kompetensi bisnis digital, data terkini ekonomi syariah, dan nilai maqashid syariah. Kajian ini dilatarbelakangi oleh pertumbuhan ekonomi halal global, perluasan keuangan syariah, serta posisi strategis Indonesia dalam ekosistem ekonomi Islam dunia. Secara metodologis, artikel menggunakan structured literature review dan sintesis konseptual atas panduan kurikulum pendidikan tinggi, literatur pendidikan bisnis Islam, dokumen kebijakan, dan laporan industri terbaru. Hasil kajian menunjukkan bahwa kurikulum bisnis syariah yang kredibel perlu merancang ulang profil lulusan, capaian pembelajaran, pengalaman belajar, dan sistem asesmen berbasis amanah, keadilan, transparansi, tanggung jawab sosial, literasi data, dan perlindungan konsumen. Kontribusi artikel berupa kerangka konseptual mutakhir dan visualisasi data yang dapat digunakan perguruan tinggi, program studi, dan dosen untuk memperkuat pendidikan bisnis syariah yang unggul secara akademik, relevan bagi dunia kerja, dan kokoh secara etis.

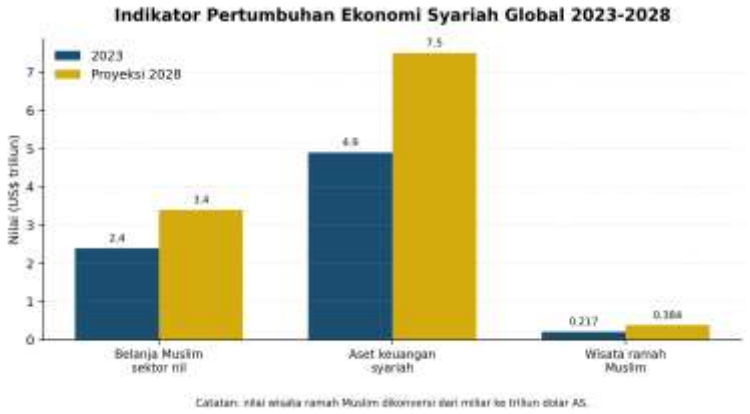
Kata kunci: Kewirausahaan Syariah; Kurikulum Bisnis; Maqashid Syariah; *Outcome-Based Education;* Pendidikan Bisnis Islam.

1. LATAR BELAKANG

Perubahan lanskap ekonomi halal, keuangan syariah, dan bisnis digital mendorong kebutuhan baru dalam pendidikan tinggi, khususnya pada program studi yang menyiapkan lulusan di bidang bisnis, manajemen, pemasaran, kewirausahaan, dan ekonomi Islam. Bisnis berbasis syariah tidak lagi terbatas pada pemahaman akad atau kepatuhan formal, tetapi berkembang menjadi ekosistem pengetahuan yang mencakup etika pasar, tata kelola, inovasi digital, keberlanjutan, dan perlindungan konsumen. Karena itu, kurikulum bisnis berbasis syariah perlu dirancang sebagai sistem pendidikan yang mampu mengintegrasikan kompetensi profesional dengan orientasi kemaslahatan (Aziz & Chok, 2013; DinarStandard, 2025; Zailani et al., 2015).

Naskah Masuk: 12 Maret 2026; Revisi: 13 April 2026; Diterima: 17 Mei 2026; Terbit: 31 Mei 2026

Panduan Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi 2024 menegaskan pentingnya kurikulum berbasis capaian pembelajaran, keselarasan antara profil lulusan, CPL, bahan kajian, metode, dan asesmen, serta penjaminan mutu yang berkelanjutan (Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan, 2024). Prinsip tersebut sejalan dengan pendekatan outcome-based education (OBE), yaitu perancangan pembelajaran yang dimulai dari kompetensi akhir lulusan dan diturunkan ke pengalaman belajar serta asesmen. Dalam konteks bisnis syariah, OBE perlu dikaitkan dengan kemampuan memahami prinsip muamalah, etika bisnis Islam, literasi halal, keuangan syariah, manajemen risiko, dan pengambilan keputusan yang bertanggung jawab (Biggs, 1996; Harden et al., 1999; Spady, 1994).



Gambar 1. Indikator pertumbuhan ekonomi syariah global periode 2023-2028.

Sumber: diolah penulis berdasarkan DinarStandard (2025).

Kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) memberi ruang bagi mahasiswa untuk memperoleh pengalaman belajar di luar kelas melalui magang, proyek kemanusiaan, kewirausahaan, riset, studi independen, dan kolaborasi dengan mitra (Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, 2024). Dalam pendidikan bisnis syariah, ruang ini dapat dimanfaatkan untuk mempertemukan teori akad, fikih muamalah, pemasaran halal, administrasi usaha, dan praktik kewirausahaan dalam konteks riil. Dengan demikian, mahasiswa tidak hanya belajar definisi dan norma, tetapi juga mengalami proses membangun bisnis yang jujur, adil, transparan, dan memberi manfaat bagi masyarakat (Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, 2024; Neck & Greene, 2011).

Data terbaru menunjukkan urgensi kurikulum tersebut semakin kuat. State of the Global Islamic Economy Report 2024/2025 mencatat bahwa belanja Muslim pada enam sektor riil ekonomi halal mencapai US$2,4 triliun pada 2023 dan diproyeksikan menjadi US$3,4 triliun pada 2028. Pada periode yang sama, aset keuangan syariah global tercatat US$4,9 triliun dan diproyeksikan mencapai US$7,5 triliun pada 2028, sedangkan Indonesia mempertahankan

posisi ketiga dalam Global Islamic Economy Indicator setelah Malaysia dan Arab Saudi (DinarStandard, 2025).

Dalam konteks nasional, Snapshot Perbankan Syariah Indonesia Maret 2025 menunjukkan total aset keuangan syariah Indonesia mencapai Rp2.910,97 triliun, terdiri atas perbankan syariah Rp960,82 triliun, IKNB syariah Rp175,35 triliun, dan pasar modal syariah Rp1.774,80 triliun (Otoritas Jasa Keuangan, 2025a). Data tersebut memberi sinyal bahwa kurikulum bisnis syariah perlu menyiapkan lulusan yang memahami keuangan syariah, pasar modal syariah, tata kelola produk halal, dan relasi sektor riil secara lebih terintegrasi.

Arah pengembangan industri juga semakin menekankan digitalisasi dan pendalaman pasar. Dalam Indonesia Islamic Finance Summit 2025, OJK menekankan diversifikasi produk, penguatan koneksi dengan sektor riil dan komunitas umat, serta pemanfaatan teknologi digital sebagai jalan akselerasi yang harus tetap menjaga transparansi, efisiensi, dan kepercayaan (Otoritas Jasa Keuangan, 2025b). Oleh karena itu, mahasiswa perlu memahami pemasaran digital, e-commerce, data pelanggan, teknologi finansial, dan otomatisasi administrasi dengan batas etis yang jelas.

Secara teoritis, maqashid syariah relevan digunakan sebagai landasan pengembangan kurikulum karena memberi arah substantif bagi pembelajaran. Maqashid syariah tidak hanya berbicara tentang kepatuhan hukum, tetapi juga tujuan pendidikan untuk menjaga agama, jiwa, akal, harta, dan martabat manusia. Jika diterapkan dalam kurikulum bisnis, maqashid membantu dosen dan program studi merumuskan indikator pembelajaran yang menghubungkan kompetensi bisnis dengan kemaslahatan sosial (Chapra, 2008; Dusuki & Abdullah, 2007; Kamali, 2008).

Dengan pendekatan tersebut, kurikulum bisnis syariah dapat diposisikan sebagai jembatan antara kebutuhan pasar kerja dan pembentukan karakter profesional Muslim. Lulusan diharapkan mampu membaca peluang bisnis, menyusun model usaha, mengelola transaksi, menggunakan teknologi, dan mengevaluasi dampak sosial-ekonomi dari keputusan bisnis. Kemampuan tersebut penting agar pendidikan bisnis tidak berhenti pada transfer teori, tetapi menghasilkan agen perubahan yang etis dan produktif (Beekun, 1997; Dusuki, 2008).

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini bertujuan menyusun kerangka konseptual pengembangan kurikulum bisnis berbasis syariah yang mengintegrasikan OBE, MBKM, kewirausahaan, kompetensi digital, dan maqashid syariah. Fokus artikel diarahkan pada substansi kurikulum, strategi pengajaran, dan mekanisme asesmen yang dapat digunakan oleh program studi atau dosen dalam memperkuat pendidikan bisnis syariah.

2. KAJIAN TEORITIS

Pendidikan Bisnis Syariah dan Orientasi Kurikulum

Pendidikan bisnis syariah merupakan proses akademik yang mengembangkan pengetahuan, keterampilan, sikap, dan nilai untuk menjalankan aktivitas bisnis sesuai prinsip Islam. Fokusnya tidak hanya pada penguasaan konsep ekonomi Islam, tetapi juga pada kemampuan mengelola usaha, membaca pasar, berinovasi, berkomunikasi, dan mengambil keputusan yang tidak merugikan pihak lain. Literatur Islamic marketing menegaskan bahwa pemasaran dan pengelolaan bisnis Muslim perlu dilihat sebagai sistem nilai yang melampaui unsur bauran pemasaran teknis semata (Wilson, 2012; Hashim & Hamzah, 2014) (Beekun, 1997; Hashim & Hamzah, 2014; Wilson, 2012).

Dalam literatur pendidikan bisnis Islam, kewirausahaan dipahami sebagai aktivitas ekonomi yang menuntut kreativitas, keberanian mengambil risiko, tanggung jawab sosial, dan kepatuhan pada nilai halal. Ramadani et al. (2015) menunjukkan bahwa wirausaha Muslim dipengaruhi oleh nilai religius, norma sosial, dan orientasi kebermanfaatan. Nilai seperti shiddiq, amanah, tabligh, dan fathanah perlu diterjemahkan ke dalam pengalaman belajar yang konkret, misalnya simulasi akad, studi kasus sengketa bisnis, audit sederhana kepatuhan halal, dan proyek usaha mahasiswa (Fayolle & Gailly, 2015; Nabi et al., 2017; Ramadani et al., 2015).

Dengan demikian, kurikulum bisnis syariah perlu dipahami sebagai value-based curriculum sekaligus competency-based curriculum. Sebagai kurikulum berbasis nilai, ia menanamkan orientasi ibadah, kejujuran, keadilan, dan maslahat. Sebagai kurikulum berbasis kompetensi, ia memastikan lulusan memiliki kemampuan teknis yang relevan dengan dunia kerja, seperti analisis pasar, penyusunan rencana bisnis, komunikasi digital, administrasi transaksi, dan evaluasi kinerja usaha. Integrasi ini sejalan dengan etika pemasaran Islam yang menekankan nilai kejujuran, keadilan, dan maksimisasi kemaslahatan dalam transaksi (Saeed et al., 2001) (Saeed et al., 2001; Dusuki & Abdullah, 2007).

Outcome-*Based Education* dan MBKM dalam Pengembangan Kurikulum

Outcome-based education menempatkan capaian pembelajaran lulusan sebagai titik awal perancangan kurikulum. Dalam pendekatan ini, profil lulusan diturunkan ke capaian pembelajaran, lalu diterjemahkan ke bahan kajian, mata kuliah, metode pembelajaran, dan asesmen. Keunggulan OBE adalah kemampuannya menjaga keterkaitan antara tujuan program studi, proses pembelajaran, dan bukti ketercapaian kompetensi mahasiswa (Biggs, 1996; Biggs & Tang, 2011; Harden et al., 1999).

Pada kurikulum bisnis berbasis syariah, OBE dapat digunakan untuk memastikan bahwa kompetensi syariah tidak hanya muncul dalam satu atau dua mata kuliah, tetapi

terdistribusi secara sistematis. Misalnya, capaian mengenai etika transaksi dapat muncul pada mata kuliah fikih muamalah, pemasaran, kewirausahaan, akuntansi, dan administrasi usaha melalui indikator yang berbeda. Dengan demikian, mahasiswa belajar bahwa nilai syariah merupakan cara berpikir lintas fungsi bisnis, bukan materi yang terpisah dari praktik manajerial.

MBKM memperluas ruang pembelajaran melalui pengalaman di luar kelas. Dalam konteks bisnis syariah, kegiatan magang di lembaga keuangan syariah, UMKM halal, koperasi syariah, lembaga zakat, inkubator bisnis, atau perusahaan rintisan dapat memperkuat hubungan antara teori dan praktik (Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, 2024). Kegiatan tersebut perlu dirancang dengan rubrik yang jelas agar pengalaman mahasiswa dapat diakui sebagai bagian dari capaian pembelajaran, bukan sekadar aktivitas tambahan (Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, 2024; Tranfield et al., 2003).

Maqashid Syariah sebagai Landasan Pengajaran Bisnis

Maqashid syariah merujuk pada tujuan-tujuan pokok syariat untuk mewujudkan kemaslahatan dan mencegah kerusakan. Dalam pendidikan bisnis, maqashid dapat menjadi lensa untuk menilai apakah pembelajaran menghasilkan calon pelaku usaha yang melindungi agama, jiwa, akal, harta, dan martabat manusia. Pendekatan maqashid juga relevan dengan agenda keberlanjutan karena menempatkan aktivitas ekonomi dalam kerangka perlindungan manusia, lingkungan, dan keadilan sosial (Fauzia, 2016; Yuliana et al., 2024) (Auda, 2008; Chapra, 2008; Kamali, 2008).

Secara operasional, hifz al-din dapat diterjemahkan ke dalam pembelajaran tentang kepatuhan syariah dan integritas akad. Hifz al-nafs terkait dengan perlindungan keselamatan konsumen dan tanggung jawab produk. Hifz al-aql menuntut komunikasi yang edukatif dan bebas manipulasi. Hifz al-mal menekankan keadilan harga, pengelolaan keuangan, dan perlindungan aset. Sementara itu, hifz al-nasl atau perlindungan martabat mengarahkan bisnis agar tidak mengeksploitasi kelompok rentan dan menjaga kehormatan manusia dalam komunikasi maupun pelayanan.

Dengan kerangka tersebut, maqashid syariah dapat berfungsi sebagai dasar penyusunan CPL, bahan ajar, tugas proyek, dan rubrik evaluasi. Mahasiswa tidak hanya ditanya apakah suatu transaksi halal secara formal, tetapi juga diminta menganalisis dampak transaksi terhadap konsumen, karyawan, pemasok, lingkungan, dan keberlanjutan usaha. Pembelajaran semacam ini mendorong kemampuan berpikir kritis dan reflektif.

Relasi antara OBE, MBKM, dan maqashid syariah bersifat saling melengkapi. OBE menyediakan struktur capaian, MBKM menyediakan ruang pengalaman, sedangkan maqashid

memberi orientasi nilai dan tujuan. Integrasi ketiganya memungkinkan kurikulum bisnis syariah bergerak dari daftar mata kuliah menuju ekosistem pembelajaran yang lebih utuh (Biggs & Tang, 2011; Auda, 2008).

Strategi Pengajaran Bisnis Berbasis Syariah

Strategi pengajaran dalam kurikulum bisnis syariah perlu menggabungkan ceramah konseptual, diskusi kasus, project-based learning, problem-based learning, simulasi, praktik administrasi, dan refleksi etis. Ceramah tetap diperlukan untuk membangun dasar konseptual, tetapi tidak cukup untuk membentuk keterampilan bisnis. Mahasiswa perlu diberi tugas yang mengharuskan mereka menganalisis masalah nyata, merancang solusi, dan mempertanggungjawabkan keputusan berdasarkan prinsip syariah (Fayolle & Gailly, 2015; Nabi et al., 2017; Neck & Greene, 2011).

Studi kasus dapat digunakan untuk membahas persoalan riba, gharar, maysir, kejujuran promosi, konflik kepentingan, perlindungan konsumen, dan tanggung jawab sosial perusahaan. Project-based learning dapat digunakan untuk menyusun rencana bisnis halal, membuat kampanye pemasaran etis, merancang sistem administrasi transaksi, atau mengembangkan prototipe layanan berbasis syariah. Simulasi akad dan negosiasi membantu mahasiswa memahami konsekuensi bahasa kontrak dan kejelasan hak-kewajiban. Pada konteks layanan dan lembaga keuangan syariah, penilaian etis dari perspektif pelanggan juga memperlihatkan pentingnya konsistensi antara janji nilai dan pengalaman aktual (Ibrahim & Kamri, 2017) (Ibrahim & Kamri, 2017; Saeed et al., 2001; Ashford-Rowe et al., 2014).

Selain itu, pembelajaran reflektif perlu menjadi bagian dari strategi pengajaran. Mahasiswa dapat diminta menulis refleksi tentang dilema etis dalam bisnis, membandingkan keputusan konvensional dan keputusan berbasis maqashid, serta mengevaluasi dampak sosial dari ide usaha. Refleksi ini penting agar nilai syariah tidak berhenti sebagai hafalan, melainkan menjadi kebiasaan berpikir dalam pengambilan keputusan.

Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan

Literatur mengenai Islamic entrepreneurship menegaskan bahwa kewirausahaan dalam perspektif Islam memiliki karakter unik karena menggabungkan penciptaan nilai ekonomi dengan tanggung jawab moral dan sosial. Kajian Ramadani et al. (2015) menunjukkan bahwa wirausaha Muslim dipengaruhi oleh nilai religius, norma sosial, dan orientasi kebermanfaatan. Temuan ini mendukung pentingnya kurikulum yang mengajarkan bisnis sebagai sarana produktivitas sekaligus ibadah sosial.

Penelitian tentang Islamic business ethics menekankan pentingnya keadilan, kejujuran, amanah, dan tanggung jawab dalam transaksi (Saeed et al., 2001). Nilai-nilai

tersebut perlu masuk ke dalam desain pembelajaran, terutama pada mata kuliah pemasaran, kewirausahaan, manajemen operasi, akuntansi, dan administrasi bisnis. Dengan cara ini, etika tidak ditempatkan sebagai topik tambahan, tetapi sebagai prinsip yang melekat pada setiap keputusan bisnis.

Pada konteks nasional, penguatan literasi ekonomi syariah dan kebutuhan SDM industri halal menuntut kurikulum yang responsif terhadap dinamika kebijakan dan pasar. Roadmap Pengembangan dan Penguatan Perbankan Syariah Indonesia 2023-2027 menempatkan penguatan karakteristik syariah, digitalisasi, tata kelola, dan literasi sebagai agenda pengembangan industri (Otoritas Jasa Keuangan, 2023). Namun, literatur masih menunjukkan celah dalam bentuk model kurikulum yang secara eksplisit mengintegrasikan OBE, MBKM, kewirausahaan, kompetensi digital, dan maqashid syariah.

Celah tersebut menjadi dasar pengembangan artikel ini. Kurikulum bisnis syariah membutuhkan kerangka konseptual yang dapat digunakan oleh program studi untuk memetakan profil lulusan, CPL, metode pembelajaran, asesmen, dan penjaminan mutu. Kerangka semacam ini penting agar pendidikan bisnis syariah tidak terjebak pada simbolisasi, tetapi menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi profesional dan tanggung jawab etik.

3. METODE PENELITIAN

Artikel ini merupakan conceptual paper berbasis studi kepustakaan dengan pendekatan deskriptif-analitis. Fokus artikel bukan pada pengumpulan data lapangan primer, melainkan pada penyusunan sintesis konseptual mengenai kurikulum bisnis berbasis syariah melalui telaah literatur pendidikan tinggi, pendidikan bisnis Islam, kewirausahaan syariah, maqashid syariah, dan dokumen kebijakan yang relevan (Snyder, 2019; Torraco, 2005).

Strategi Penelusuran Literatur dan Kriteria Inklusi

Penelusuran literatur dilakukan secara terarah pada artikel jurnal internasional dan nasional yang membahas Islamic business education, Islamic entrepreneurship, curriculum development, outcome-based education, MBKM, maqashid syariah, halal industry, dan etika bisnis Islam. Dokumen kebijakan yang digunakan mencakup panduan kurikulum pendidikan tinggi, panduan MBKM, Roadmap Pengembangan dan Penguatan Perbankan Syariah Indonesia 2023-2027, Snapshot Perbankan Syariah Indonesia Maret 2025, serta State of the Global Islamic Economy Report 2024/2025 (DinarStandard, 2025; Otoritas Jasa Keuangan, 2023, 2025a) (Snyder, 2019; Tranfield et al., 2003; Webster & Watson, 2002).

Kriteria inklusi meliputi: (1) relevansi dengan pengembangan kurikulum atau pembelajaran bisnis, (2) keterkaitan dengan nilai syariah, maqashid, atau etika bisnis Islam, (3)

kontribusi terhadap perumusan kompetensi lulusan, metode pembelajaran, atau asesmen, dan (4) keterpakaian untuk menyusun kerangka konseptual. Literatur yang hanya membahas bisnis syariah secara umum tanpa implikasi pendidikan tidak dijadikan sumber utama.

Teknik Pengumpulan dan Ekstraksi Data Literatur

Data yang dikumpulkan berupa konsep kunci, model kurikulum, prinsip OBE, bentuk kegiatan MBKM, nilai-nilai maqashid, strategi pembelajaran, indikator asesmen, rekomendasi penguatan SDM bisnis syariah, dan data industri terkini. Data kuantitatif sekunder digunakan secara deskriptif untuk membuat visualisasi kebutuhan kurikulum, bukan untuk menguji hipotesis statistik.

Teknik Analisis Konseptual

Analisis dilakukan melalui lima tahap: (1) reduksi literatur berdasarkan relevansi tema, (2) pengelompokan konsep ke dalam domain kurikulum, pengajaran, dan asesmen, (3) pemetaan data industri dan kebijakan ke kebutuhan kompetensi lulusan, (4) pemetaan konsep ke dimensi maqashid syariah, dan (5) perumusan proposisi serta implikasi praktis bagi program studi dan dosen (Torraco, 2005; Whetten, 1989).

Untuk meningkatkan ketajaman analitis, sintesis membedakan antara input kurikulum, proses pembelajaran, output kompetensi, dan outcome kemaslahatan. Input mencakup kebutuhan industri, nilai syariah, dan karakteristik mahasiswa. Proses mencakup mata kuliah, metode, pengalaman MBKM, dan interaksi dosen-mahasiswa. Output mencakup kompetensi lulusan, sedangkan outcome mencakup dampak lulusan terhadap bisnis etis, perlindungan konsumen, dan pemberdayaan ekonomi masyarakat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sintesis Temuan: Kurikulum Bisnis Syariah sebagai Sistem Kompetensi dan Nilai

Sintesis literatur menunjukkan bahwa kurikulum bisnis syariah yang kuat harus bekerja sebagai sistem kompetensi dan nilai. Kompetensi diperlukan agar lulusan mampu bersaing di pasar kerja, mengelola usaha, memahami teknologi, dan menyelesaikan masalah bisnis. Nilai syariah diperlukan agar kompetensi tersebut digunakan secara bertanggung jawab. Pertumbuhan ekonomi halal global dan aset keuangan syariah Indonesia memperlihatkan bahwa kebutuhan kompetensi tidak hanya normatif, tetapi juga berbasis permintaan industri yang nyata (DinarStandard, 2025; Otoritas Jasa Keuangan, 2025a) (DinarStandard, 2025; Otoritas Jasa Keuangan, 2025a; Zailani et al., 2015).

Kurikulum bisnis syariah karena itu perlu dirancang secara integratif. Profil lulusan dapat dirumuskan sebagai analis bisnis syariah, pengelola UMKM halal, wirausaha sosial, staf

administrasi lembaga keuangan syariah, pemasar digital halal, atau konsultan kepatuhan sederhana bagi usaha kecil. Setiap profil lulusan harus memiliki konsekuensi terhadap CPL, mata kuliah, metode pembelajaran, dan bentuk asesmen.

Integrasi Data Industri dan Maqashid Syariah ke dalam Capaian Pembelajaran

Integrasi maqashid syariah ke dalam CPL dapat dilakukan dengan menurunkan setiap dimensi maqashid menjadi kompetensi yang dapat diamati sekaligus dikaitkan dengan data industri. Hifz al-din dapat diterjemahkan menjadi kemampuan mengevaluasi kepatuhan akad dan integritas proses bisnis. Hifz al-nafs menjadi kemampuan menilai keamanan produk dan perlindungan konsumen. Hifz al-aql menjadi kemampuan menyusun komunikasi bisnis yang informatif dan tidak manipulatif. Hifz al-mal menjadi kemampuan mengelola transaksi secara adil dan akuntabel. Hifz al-nasl atau martabat menjadi kemampuan menjaga etika relasi bisnis dan tanggung jawab sosial.

Penerjemahan tersebut penting agar maqashid tidak hanya menjadi konsep normatif, tetapi hadir dalam rubrik penilaian. Misalnya, tugas rencana bisnis mahasiswa dapat dinilai berdasarkan kelayakan pasar, model pendapatan, kepatuhan syariah, dampak sosial, transparansi biaya, dan perlindungan konsumen. Dengan demikian, mahasiswa belajar bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya diukur dari laba, tetapi juga dari kualitas proses dan kemaslahatan yang dihasilkan.

Integrasi maqashid juga dapat dilakukan melalui mapping mata kuliah. Mata kuliah fikih muamalah dapat menekankan analisis akad; pemasaran digital dapat menekankan kejujuran klaim dan perlindungan data; administrasi usaha dapat menekankan dokumentasi transaksi; kewirausahaan dapat menekankan model bisnis halal dan pemberdayaan; sedangkan manajemen keuangan dapat menekankan penghindaran riba dan pengelolaan risiko. Data pertumbuhan pasar dapat digunakan untuk memilih studi kasus yang aktual, misalnya pasar modal syariah, bank syariah, UMKM halal, fintech syariah, atau wisata ramah Muslim.

Strategi Pengajaran dan Asesmen Otentik

Pengajaran bisnis berbasis syariah perlu bergerak dari pembelajaran pasif menuju pembelajaran aktif. Project-based learning dapat digunakan untuk membuat rencana bisnis halal, kampanye pemasaran syariah, atau sistem administrasi UMKM. Case-based learning dapat digunakan untuk menganalisis konflik akad, misleading advertising, pengelolaan komplain, dan tata kelola keuangan. Simulasi dapat digunakan untuk melatih negosiasi, penyusunan kontrak, dan pelayanan pelanggan. Agar lebih aktual, dosen dapat menggunakan data industri pada Gambar 1 dan Gambar 2 sebagai bahan interpretasi pasar dan perumusan peluang bisnis mahasiswa (Fayolle & Gailly, 2015; Neck & Greene, 2011).

Asesmen otentik diperlukan karena kompetensi bisnis tidak cukup diukur melalui ujian tertulis. Bentuk asesmen dapat berupa portofolio bisnis, laporan magang, presentasi pitch deck, rubrik etika, jurnal refleksi, studi kasus, audit sederhana dokumen usaha, dan evaluasi mitra. Asesmen semacam ini memberi bukti yang lebih kuat tentang kemampuan mahasiswa menerapkan konsep syariah dalam situasi nyata (Ashford-Rowe et al., 2014; Gulikers et al., 2004).

Peran dosen dalam strategi ini bergeser dari sumber informasi tunggal menjadi fasilitator pembelajaran, evaluator kompetensi, dan pembimbing refleksi etis. Dosen perlu menyediakan kasus yang aktual, menghubungkan mahasiswa dengan mitra, memberi umpan balik berbasis rubrik, serta menuntun mahasiswa memahami konsekuensi maqashid dari keputusan bisnis. Dengan cara ini, kelas bisnis syariah menjadi ruang latihan profesional dan moral sekaligus.

Model Konseptual Integratif dan Proposisi

Berdasarkan sintesis literatur dan data industri terkini, artikel ini mengusulkan model konseptual bahwa kualitas kurikulum bisnis syariah dipengaruhi oleh integrasi empat komponen: input nilai dan kebutuhan, desain kurikulum, proses pembelajaran aktif, serta output dan outcome kemaslahatan. Maqashid syariah berfungsi sebagai lensa pengarah pada setiap komponen, sedangkan OBE memastikan hubungan yang logis antara profil lulusan, CPL, metode, dan asesmen.

Model integratif ini menghasilkan empat proposisi konseptual. P1: semakin jelas keselarasan antara profil lulusan, CPL, dan kebutuhan industri syariah, semakin relevan kurikulum bagi mahasiswa dan dunia kerja. P2: semakin kuat integrasi maqashid ke dalam bahan ajar dan rubrik asesmen, semakin tinggi internalisasi etika bisnis Islam. P3: semakin intensif penggunaan pembelajaran berbasis proyek, kasus, dan MBKM, semakin tinggi kesiapan praktik mahasiswa. P4: semakin konsisten penjaminan mutu kurikulum berbasis umpan balik mitra dan alumni, semakin adaptif kurikulum terhadap perubahan ekonomi syariah dan digitalisasi (Biggs, 1996; Gulikers et al., 2004; Whetten, 1989).



Gambar 2. Perkembangan aset keuangan syariah Indonesia 2020-Mar 2025.

Sumber: diolah penulis berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan (2025a).



Gambar 3. Model integratif kurikulum bisnis berbasis syariah berbasis data industri dan maqashid syariah

Sumber: disusun penulis berdasarkan sintesis literatur dan data sekunder.

Implikasi Praktis dan Agenda Riset

Bagi program studi, artikel ini merekomendasikan penyusunan peta kurikulum yang memperlihatkan hubungan antara profil lulusan, CPL, mata kuliah, metode pembelajaran, dan asesmen. Peta tersebut perlu menunjukkan di mana nilai maqashid diajarkan, dilatih, dan diukur. Dengan peta yang jelas, program studi dapat menghindari tumpang tindih materi sekaligus memastikan setiap kompetensi penting memiliki ruang pembelajaran (Biggs & Tang, 2011; Harden et al., 1999).

Bagi dosen, pembelajaran bisnis syariah perlu diperkuat melalui kasus aktual, proyek kolaboratif, simulasi akad, tugas portofolio, dan refleksi etis. Dosen juga perlu mengembangkan rubrik yang menilai aspek teknis dan aspek nilai secara seimbang. Misalnya, tugas pemasaran digital halal tidak hanya dinilai dari kreativitas konten, tetapi juga dari akurasi informasi, etika persuasi, transparansi harga, perlindungan konsumen, dan kemampuan membaca data pasar.

Bagi mitra industri, keterlibatan dalam kurikulum dapat dilakukan melalui kuliah tamu, magang, proyek riil, evaluasi portofolio, dan penyediaan studi kasus. Kolaborasi ini penting agar kurikulum tidak terputus dari kebutuhan dunia kerja. Di sisi lain, mitra juga memperoleh manfaat berupa akses terhadap calon talenta yang memahami nilai syariah dan kebutuhan operasional bisnis modern.

Pada level penelitian, model konseptual ini dapat diuji melalui survei terhadap mahasiswa, dosen, alumni, dan mitra industri. Penelitian berikutnya dapat menguji pengaruh integrasi data industri dan maqashid dalam kurikulum terhadap ethical decision-making, kesiapan kerja, intensi berwirausaha, literasi bisnis syariah, dan kemampuan analisis pasar. Studi multi-kasus pada program studi ekonomi Islam, manajemen, bisnis digital, dan

administrasi juga dapat memperkaya pemahaman tentang variasi implementasi (Nabi et al., 2017; Snyder, 2019).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Artikel ini menegaskan bahwa pengembangan kurikulum bisnis berbasis syariah perlu dilakukan secara integratif, bukan sekadar menambahkan mata kuliah bernuansa Islam pada kurikulum bisnis konvensional. Kurikulum yang kuat harus menghubungkan profil lulusan, CPL, bahan kajian, pengalaman belajar, asesmen, data industri, dan penjaminan mutu dengan nilai maqashid syariah serta kebutuhan industri halal, keuangan syariah, dan bisnis digital.

Kontribusi konseptual artikel ini terletak pada perumusan kerangka yang mengintegrasikan OBE, MBKM, kewirausahaan, kompetensi digital, dan maqashid syariah. Kerangka ini menempatkan mahasiswa sebagai calon profesional dan wirausaha yang tidak hanya cakap secara teknis, tetapi juga mampu mengambil keputusan bisnis yang adil, transparan, bertanggung jawab, dan memberi maslahat.

Secara praktis, program studi perlu menyusun peta kurikulum berbasis maqashid, mengembangkan pembelajaran aktif, memperkuat kemitraan industri, dan menggunakan asesmen otentik. Dosen perlu didukung dengan pelatihan penyusunan rubrik, pengembangan studi kasus, dan integrasi teknologi pembelajaran. Perguruan tinggi juga perlu menjalankan evaluasi kurikulum secara periodik melalui tracer study, umpan balik mitra, dan kajian perubahan kebutuhan industri.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memvalidasi indikator kurikulum bisnis syariah melalui pendekatan kuantitatif, kualitatif, maupun mixed methods. Pengembangan instrumen evaluasi, indeks kesiapan kurikulum, model asesmen berbasis maqashid, dan dashboard data kurikulum dapat menjadi agenda riset penting agar pendidikan bisnis syariah memiliki dasar pengukuran yang lebih kuat dan dapat dibandingkan antar-institusi (Ashford-Rowe et al., 2014; Snyder, 2019; Webster & Watson, 2002).

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada jajaran Dekanat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta (FEB UNJ) atas dukungan akademik-institusional dalam pengembangan kajian pendidikan bisnis syariah. Apresiasi juga disampaikan kepada lingkungan akademik yang mendorong kolaborasi interdisipliner antara ekonomi Islam, pemasaran digital, administrasi, dan pendidikan tinggi.

DAFTAR REFERENSI

Ashford-Rowe, K., Herrington, J., & Brown, C. (2014). Establishing the critical elements that determine authentic assessment. Assessment & Evaluation in Higher Education, 39(2), 205-222. https://doi.org/10.1080/02602938.2013.819566

Auda, J. (2008). Maqasid al-Shariah as philosophy of Islamic law: A systems approach. International Institute of Islamic Thought.

Aziz, Y. A., & Chok, N. V. (2013). The role of halal awareness, halal certification, and marketing components in determining halal purchase intention among non-Muslims in Malaysia. Journal of International Food & Agribusiness Marketing, 25(1), 1-23. https://doi.org/10.1080/08974438.2013.723997

Beekun, R. I. (1997). Islamic business ethics. International Institute of Islamic Thought.

Biggs, J. (1996). Enhancing teaching through constructive alignment. Higher Education, 32(3), 347-364. https://doi.org/10.1007/BF00138871

Biggs, J., & Tang, C. (2011). Teaching for quality learning at university (4th ed.). Open University Press.

Chapra, M. U. (2008). The Islamic vision of development in the light of maqasid al-Shariah. Islamic Research and Training Institute.

DinarStandard. (2025). State of the Global Islamic Economy Report 2024/2025. DinarStandard.

Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi. (2024). Buku Panduan Merdeka Belajar Kampus Merdeka 2024. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.

Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan. (2024). Panduan Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi 2024. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi.

Dusuki, A. W. (2008). What does Islam say about corporate social responsibility? Review of Islamic Economics, 12(1), 5-28.

Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). Maqasid al-Shariah, maslahah, and corporate social responsibility. The American Journal of Islamic Social Sciences, 24(1), 25-45.

Fauzia, I. Y. (2016). Urgensi implementasi green economy perspektif pendekatan maqashid syariah. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 2(1), 87-104.

Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. Journal of Small Business Management, 53(1), 75-93. https://doi.org/10.1111/jsbm.12065

Gulikers, J. T. M., Bastiaens, T. J., & Kirschner, P. A. (2004). A five-dimensional framework for authentic assessment. Educational Technology Research and Development, 52(3), 67-86. https://doi.org/10.1007/BF02504676

Harden, R. M., Crosby, J. R., & Davis, M. H. (1999). AMEE Guide No. 14: Outcome-based education: Part 1 - An introduction to outcome-based education. Medical Teacher, 21(1), 7-14. https://doi.org/10.1080/01421599979969

Hashim, N., & Hamzah, M. I. (2014). 7P's: A literature review of Islamic marketing and contemporary marketing mix. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 130, 155-159. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.019

Ibrahim, A., & Kamri, N. A. (2017). The ethical practices of Islamic banking: An analysis from customers' perspective. Journal of Islamic Accounting and Business Research, 8(4), 392-411. https://doi.org/10.1108/JIABR-04-2015-0018

Kamali, M. H. (2008). Maqasid al-Shariah made simple. International Institute of Islamic Thought.

Nabi, G., Liñan, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. Academy of Management Learning & Education, 16(2), 277-299. https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026

Neck, H. M., & Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship education: Known worlds and new frontiers. Journal of Small Business Management, 49(1), 55-70. https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00314.x

Otoritas Jasa Keuangan. (2023). Roadmap Pengembangan dan Penguatan Perbankan Syariah Indonesia 2023-2027. OJK.

Otoritas Jasa Keuangan. (2025a). Snapshot Perbankan Syariah Indonesia Maret 2025. OJK.

Otoritas Jasa Keuangan. (2025b). OJK akselerasi pengembangan dan penguatan keuangan syariah, OJK gelar International Islamic Finance Summit (IIFS) 2025. OJK.

Ramadani, V., Dana, L. P., Ratten, V., & Tahiri, S. (2015). The context of Islamic entrepreneurship and business: Concept, principles and perspectives. International Journal of Business and Globalisation, 15(3), 244-261. https://doi.org/10.1504/IJBG.2015.071906

Saeed, M., Ahmed, Z. U., & Mukhtar, S. M. (2001). International marketing ethics from an Islamic perspective: A value-maximization approach. Journal of Business Ethics, 32(2), 127-142. https://doi.org/10.1023/A:1010718817155

Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. Journal of Business Research, 104, 333-339. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039

Spady, W. G. (1994). Outcome-based education: Critical issues and answers. American Association of School Administrators.

Torraco, R. J. (2005). Writing integrative literature reviews: Guidelines and examples. Human Resource Development Review, 4(3), 356-367. https://doi.org/10.1177/1534484305278283

Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. British Journal of Management, 14(3), 207-222. https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375

Webster, J., & Watson, R. T. (2002). Analyzing the past to prepare for the future: Writing a literature review. MIS Quarterly, 26(2), xiii-xxiii.

Whetten, D. A. (1989). What constitutes a theoretical contribution? Academy of Management Review, 14(4), 490-495. https://doi.org/10.5465/amr.1989.4308371

Wilson, J. A. J. (2012). Looking at Islamic marketing, branding and Muslim consumer behaviour beyond the 7P's. Journal of Islamic Marketing, 3(3), 212-216. https://doi.org/10.1108/17590831211259718

Yuliana, I., Wahyuni, N., & Sawitri, D. (2024). Strategi pengembangan industri halal di Indonesia berbasis maqashid syariah dan etika bisnis Islami. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 10(3), 3075-3086.

Zailani, S., Iranmanesh, M., Aziz, A. A., & Kanapathy, K. (2015). Halal logistics opportunities and challenges. Journal of Islamic Marketing, 6(2), 292-306. https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2014-0028