
Kemitraan Industri Dalam Mendorong Pemasaran Produk Kreatif Islami

Erfan Bayu Saputra¹, Gusti Oka Widana²

^{1,2} Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta

erfan.pro4120@gmail.com¹, okawidana@itb-ad.ac.id²

Abstrak

Dalam konteks perkembangan global yang pesat, pengintegrasian nilai-nilai Islam ke dalam strategi pemasaran produk kreatif semakin penting. Kemitraan industri muncul sebagai cara yang menjanjikan untuk mempromosikan integrasi ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji peran kemitraan industri dalam mendorong komersialisasi produk kreatif Islami dengan menggunakan studi kasus yang melibatkan siswa Sekolah Menengah Kejuruan. Studi ini menunjukkan melalui studi kasus bagaimana kolaborasi antara industri dan lembaga pendidikan dapat mempromosikan pemasaran produk kreatif dengan nilai-nilai Islami. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan tentang potensi kemitraan industri-pendidikan untuk tidak hanya mendukung kesuksesan pasar, tetapi juga meningkatkan pemahaman dan apresiasi terhadap produk kreatif Islami di kalangan generasi muda.

Kata Kunci: Kemitraan, Produk kreatif islami, Kerjasama industri dan pendidikan

Abstract

Company value is the value available to be paid by consumers after the company is in the context of rapid global development, integrating Islamic values into the marketing strategies of creative products is increasingly important. Industry partnerships are emerging as a promising way to promote this integration. The purpose of this study is to examine the role of industry partnerships in promoting the commercialization of Islamic creative products using a case study involving Vocational High School students. This study demonstrates through a case study how collaboration between industry and educational institutions can promote the marketing of creative products with Islamic values. As such, this research provides insight into the potential of industry-education partnerships to not only support market success, but also increase understanding and appreciation of Islamic creative products among the younger generation.

Keywords: Partnership, Islamic creative products, Industry and education cooperation

Diterima:; Direvisi:; Disetujui:

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang terus berkembang, pemasaran produk kreatif Islami telah menjadi fokus penting dalam upaya mengintegrasikan nilai-nilai Islami dalam dunia bisnis. Salah satu aspek yang menjadi sorotan adalah bagaimana kemitraan industri dapat memainkan peran penting dalam mendorong strategi pemasaran produk kreatif yang berlandaskan nilai-nilai Islami (Rustya, 2023). Studi kasus yang melibatkan siswa dari Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) menawarkan konteks nyata untuk menggali potensi kemitraan ini dalam meningkatkan pemahaman siswa tentang pemasaran produk kreatif Islami.

How to cite:	Nama Author. (Tahun). Judul Artikel. <i>Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi Kewirausahaan</i> Vol X(Nomor):Halaman
E-ISSN:	
Published by:	

Data dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia (2021) menunjukkan bahwa jumlah siswa yang mengambil jurusan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) terus mengalami peningkatan. Ini menunjukkan bahwa SMK memiliki peran penting dalam mempersiapkan siswa untuk memasuki dunia kerja, termasuk dalam sektor bisnis dan industri. Namun, dalam menghadapi tuntutan globalisasi dan semakin kompleksnya tuntutan konsumen, penting bagi SMK untuk memastikan bahwa siswa tidak hanya memiliki keterampilan teknis yang kuat, tetapi juga pemahaman tentang bagaimana mengintegrasikan nilai-nilai agama dan etika dalam praktik bisnis mereka.

Di sisi lain, industri juga semakin menyadari nilai positif dari memasarkan produk yang mencerminkan prinsip-prinsip Islami (Ain & Ratnasari, 2015). Global Islamic Economy Indicator 2020 mencatat pertumbuhan yang signifikan dalam pasar produk dan jasa Islami, menunjukkan bahwa ada permintaan yang kuat untuk produk-produk yang sesuai dengan nilai-nilai Islami. Oleh karena itu, kolaborasi antara SMK sebagai lembaga pendidikan dan industri sebagai penghasil produk dapat menjadi strategi yang saling menguntungkan. SMK dapat memberikan siswa dengan pemahaman yang kuat tentang prinsip-prinsip Islami dan kreativitas dalam pemasaran, sementara industri dapat memanfaatkan wawasan siswa untuk mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan nilai-nilai agama (Tohiron, 2021). Namun, meskipun potensi positif dari kemitraan industri dan pendidikan dalam mendorong pemasaran produk kreatif Islami di kalangan siswa SMK, masih ada gap pengetahuan tentang bagaimana kemitraan semacam ini dapat diimplementasikan dengan efektif. Pertanyaan mengenai bagaimana kolaborasi dapat dirancang, dikelola, dan diukur dalam konteks pemasaran produk kreatif Islami tetap menjadi area yang perlu dijelajahi lebih lanjut. Kemitraan industri juga berperan dalam memberikan wawasan praktis kepada siswa tentang dunia kerja yang sebenarnya ((Ismiatun et al., 2024); (Tahshir, 2022); (Wati et al., 2022)). Kemitraan industri memungkinkan siswa untuk terhubung dengan para profesional industri, belajar tentang proses produksi, dan memahami ekspektasi industri terhadap produk kreatif (Sholeh, 2023). Ini membantu siswa merasakan pengalaman nyata dan lebih siap untuk menghadapi tantangan di dunia kerja.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki tujuan untuk menjembatani gap pengetahuan ini dan memberikan wawasan yang lebih dalam tentang peran kemitraan industri dalam mendorong pemasaran produk kreatif Islami di kalangan siswa SMK. Melalui pendekatan studi kasus, penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi institusi pendidikan dan industri dalam mengembangkan kemitraan yang berarti dan efektif. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan untuk pengembangan strategi pemasaran produk kreatif Islami yang lebih terintegrasi dengan nilai-nilai Islami dalam dunia bisnis yang semakin kompleks dan beragam.

Dalam konteks dunia yang terus berubah dan semakin terkoneksi, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi lebih luas dalam pembangunan masyarakat yang berlandaskan nilai-nilai Islami. Produk-produk kreatif yang dihasilkan melalui kolaborasi industri-pendidikan yang mengedepankan nilai-nilai Islami tidak hanya dapat menghasilkan dampak ekonomi, tetapi juga sosial dan kultural (Susminingsih, 2023). Ini dapat membentuk persepsi yang lebih positif terhadap produk Islami di kalangan generasi muda, sambil mempromosikan budaya kewirausahaan dan inovasi yang sejalan dengan prinsip-prinsip agama.

Analisis yang mendalam terhadap konsep kemitraan industri dalam mendorong pemasaran produk kreatif Islami memiliki urgensi yang signifikan dalam menghadapi tantangan global dalam dunia pendidikan dan bisnis. Di tengah kompleksitas perubahan pasar, teknologi, dan nilai-nilai sosial, inovasi dalam pendidikan dan pemasaran produk Islami menjadi krusial untuk menghasilkan lulusan yang siap menghadapi dunia kerja

sekaligus mengintegrasikan nilai-nilai Islami dalam bisnis (Nafiati et al., 2023). Analisis ini bertujuan untuk mengkaji efektivitas dan implikasi praktik dengan menganalisis aspek kemitraan, pengembangan produk, pemasaran, dan integrasi nilai-nilai Islami, kita akan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana kemitraan industri dapat menjadi pendorong dalam pengembangan dan pemasaran produk kreatif Islami.

Penelitian yang dilakukan oleh (Ani et al., 2022) menyatakan bahwa penelitian menunjukkan bahwa PEL berbasis kluster industri sentra kain tenun ikat memiliki beberapa tahapan yakni mendorong iklim bisnis kondusif, memilih kluster yang berdaya, membentuk kemitraan stakeholder, memperkuat suatu kemitraan, mempromosikan kluster dan replika kluster yang lain. Indikator keberhasilan PEL berbasis kluster industri yakni perluasan kesempatan kerja, peningkatan pendapatan, keberdayaan lembaga IKM, dan keberdayaan lembaga jaringan kemitraan. Adapun tujuan yang diharapkan dalam analisis penelitian ini adalah pertama adalah untuk mengevaluasi sejauh mana kemitraan industri memberikan kontribusi dalam pengembangan produk kreatif Islami. Kedua untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan dalam pemasaran produk kreatif Islami di pasar yang sensitif terhadap nilai-nilai Islami. Ketiga adalah mengukur dampak integrasi nilai-nilai Islami dalam produk terhadap penerimaan pasar dan respons konsumen. Keempat yaitu merumuskan rekomendasi untuk mengoptimalkan manfaat kemitraan industri dalam mendorong pemasaran produk kreatif Islami.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang peran dan dampak kemitraan industri dalam mendorong pemasaran produk kreatif Islami di kalangan siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Dimana menurut (Sugiyono, 2019) metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah. Pendekatan kualitatif akan memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi pandangan, pengalaman, dan faktor-faktor yang mempengaruhi hasil dari kemitraan ini (Nur et al., 2023). Penelitian ini akan mengadopsi desain studi kasus tunggal, dengan fokus pada satu SMK sebagai unit analisis. Pilihan desain ini akan memungkinkan analisis yang mendalam tentang bagaimana kemitraan industri berkontribusi pada pemasaran produk kreatif Islami di lingkungan SMK tertentu. Pengumpulan data akan dilakukan melalui wawancara mendalam, yang akan dilakukan dengan siswa, guru, perwakilan industri, dan pemangku kepentingan terkait. Wawancara akan direkam dan dianalisis untuk mengidentifikasi pola dan temuan yang relevan (Qadrina et al., 2023). Selanjutnya melakukan observasi di lingkungan SMK dan tempat kerja industri untuk memahami interaksi antara siswa, pendidikan, dan industri. Data yang diperoleh dari wawancara dan observasi akan dianalisis dengan pendekatan analisis isi. Data akan dikategorikan, diorganisir, dan dianalisis untuk mengidentifikasi pola temuan yang muncul terkait dampak kemitraan industri dalam mendorong pemasaran produk kreatif Islami. Untuk memastikan validitas, triangulasi data akan dilakukan dengan membandingkan hasil dari berbagai sumber dan teknik pengumpulan data (Lestari et al., 2022). Keandalan akan dijaga melalui konsistensi dalam analisis dan interpretasi data (Madani et al., 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan ini akan mengeksplorasi temuan-temuan utama yang dihasilkan dari penelitian ini, yang bertujuan untuk menginvestigasi peran kemitraan industri dalam mendorong pemasaran produk kreatif kewirausahaan Islami dalam konteks pendidikan

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Melalui analisis data yang mendalam, kami dapat memahami dampak kemitraan industri pada pemahaman siswa tentang pemasaran produk kreatif dan bagaimana nilai-nilai Islami diintegrasikan dalam praktik bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa siswa SMK memiliki pemahaman yang lebih dalam tentang pemasaran produk kreatif setelah terlibat dalam program kewirausahaan Islami yang melibatkan kemitraan industri. Mereka menyadari bahwa produk kreatif bukan hanya tentang inovasi dalam desain atau fitur, tetapi juga tentang bagaimana produk tersebut mencerminkan nilai-nilai Islami yang mengedepankan etika, keadilan, dan kemanfaatan sosial. Dalam beberapa wawancara, siswa menunjukkan kesadaran tentang pentingnya memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara yang sesuai dengan ajaran agama Islam.

Integrasi nilai-nilai Islami dalam pemasaran produk kreatif tampaknya menjadi aspek penting dalam program kewirausahaan Islami (Soemitra, 2015). Hasil penelitian menunjukkan bahwa siswa melihat pentingnya menciptakan produk yang tidak hanya menghasilkan keuntungan *finansial*, tetapi juga memiliki dampak positif pada masyarakat. Dalam beberapa kasus, siswa menggambarkan bagaimana mereka mempertimbangkan bahan-bahan yang halal dan ramah lingkungan dalam pembuatan produk, serta bagaimana mereka menciptakan produk yang bermanfaat bagi kesejahteraan umum. Siswa juga mengakui bahwa nilai-nilai Islami dapat memberikan keunggulan kompetitif dalam pasar yang semakin beragam. Mereka merasa bahwa konsumen semakin cenderung memilih produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip moral dan etika. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang bagaimana nilai-nilai Islami diintegrasikan dalam pemasaran produk kreatif memberi siswa landasan yang kuat untuk mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen modern.

Kemitraan industri terbukti memiliki dampak positif dalam mendorong pemahaman siswa tentang pemasaran produk kreatif kewirausahaan Islami (Hartatik et al., 2023). Partisipasi siswa dalam interaksi langsung dengan perwakilan industri menghadirkan kesempatan unik bagi mereka untuk belajar dari praktisi bisnis yang memiliki pengalaman langsung dalam menerapkan konsep-konsep pemasaran dan nilai-nilai Islami dalam praktik nyata (Ambarita, 2021). Mereka dapat melihat bagaimana teori-teori yang mereka pelajari di kelas diaplikasikan dalam situasi dunia nyata. Dalam beberapa kasus, kunjungan ke industri juga memungkinkan siswa untuk melihat secara langsung bagaimana nilai-nilai Islami diintegrasikan dalam operasi sehari-hari perusahaan. Ini menciptakan pengalaman belajar yang lebih mendalam dan meyakinkan, yang berdampak pada pemahaman mereka tentang bagaimana pemasaran produk kreatif kewirausahaan Islami dapat dilakukan dengan tepat.

Menurut (Irsyad & Effendi, 2023) meskipun kemitraan industri memiliki banyak manfaat, beberapa tantangan juga muncul. Beberapa siswa mengungkapkan bahwa ada kesenjangan antara apa yang mereka pelajari di sekolah dan apa yang diharapkan oleh industri. Ini menunjukkan perlunya sinkronisasi yang lebih baik antara kurikulum sekolah dan kebutuhan industri. Namun, sebagian besar siswa merasa bahwa tantangan ini dapat diatasi melalui komunikasi yang lebih baik antara sekolah dan industri serta penyesuaian yang kontinyu pada program-program kewirausahaan. Kesulitan dalam mengkoordinasikan jadwal antara SMK dan perusahaan industri bisa menjadi hambatan utama. Perbedaan waktu dan kegiatan mungkin mengganggu kelancaran program pelatihan atau *workshop* yang dijadwalkan. Disisi lain Industri mungkin memiliki ekspektasi yang berbeda terkait dengan tingkat keterampilan dan pengetahuan siswa. Perbedaan ini dapat mengarah pada harapan yang tidak terpenuhi dan potensi konflik. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya siswa yang mungkin membutuhkan waktu untuk beradaptasi dengan lingkungan industri dan menguasai keterampilan yang diperlukan. Kurva belajar ini dapat

memperlambat produktivitas awal siswa dalam kontribusinya terhadap proyek atau tugas yang diberikan oleh mitra industri.

Di sisi lain, peluang yang diakui adalah bahwa kemitraan industri memberikan siswa akses ke pengalaman dunia nyata yang tak ternilai. Mereka dapat membangun jejaring dengan praktisi bisnis, memahami dinamika industri, dan belajar bagaimana beradaptasi dengan perubahan pasar. Hal ini memberi mereka keunggulan kompetitif yang signifikan ketika mereka memasuki dunia kerja. Kemitraan industri memberikan peluang dalam mengakses sumber daya yang lebih luas, seperti pengetahuan praktisi industri, fasilitas modern, dan teknologi terbaru yang tidak selalu tersedia di lingkungan sekolah (Riswanto et al., 2023). Peluang lainnya adalah industri dapat memberikan pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan pasar kerja, mempersiapkan siswa dengan keterampilan yang relevan dan diperlukan untuk memasuki dunia kerja. Berbekal pelatihan tersebut Siswa mendapatkan wawasan langsung tentang operasi bisnis dan tantangan yang dihadapi dalam pemasaran produk kreatif Islami. Pengalaman ini dapat mempersiapkan mereka dengan pemahaman praktis yang berharga. Selanjutnya pada akhirnya kemitraan industri membuka pintu bagi kreativitas dan inovasi dalam pengembangan produk kreatif Islami. Siswa dapat menerapkan ide-ide segar dan pendekatan baru yang dapat membedakan produk mereka di pasar. Nilai tambah lainnya yang didapatkan adalah dapat memahami etika kerja, budaya industri, dan harapan dari pelanggan yang lebih baik melalui kemitraan ini. Ini mempersiapkan mereka untuk berintegrasi lebih baik dalam lingkungan kerja di masa depan.

Dalam konteks pemasaran produk kreatif Islami melalui kemitraan industri pentingnya kehalalan produk sebagai prinsip mendasar dalam Islam yang menyangkut kepatuhan terhadap norma-norma agama dalam produksi dan pemasaran. Integrasi nilai-nilai Islami dalam hal ini memastikan bahwa produk yang dihasilkan dan dipasarkan memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan oleh agama. Melalui kemitraan industri, siswa SMK dapat memahami dan belajar bagaimana menerapkan prinsip halal dalam seluruh tahapan produksi, mulai dari bahan baku hingga proses distribusi. Ini memastikan bahwa produk yang dihasilkan adalah halal dan sesuai dengan ajaran agama. Integrasi nilai-nilai Islami dalam kehalalan produk menciptakan kredibilitas dan kepercayaan di antara konsumen yang peduli terhadap aspek agama dalam konsumsi mereka. Produk yang jelas-jelas halal memiliki daya tarik tersendiri bagi pasar yang sensitif terhadap hal ini. Disisi lain Islam juga mengajarkan etika yang luas dalam bisnis dan pemasaran, termasuk jujur, transparan, menghormati hak konsumen, dan menolak penipuan atau manipulasi.

Integrasi etika Islam memastikan bahwa prinsip-prinsip ini diikuti dalam seluruh kegiatan pemasaran (Fathoni, 2018). Implikasi yang dihasilkan adalah produk kreatif Islami yang dipasarkan melalui kemitraan industri dapat menciptakan dampak positif dalam masyarakat. Integrasi etika Islam dalam pemasaran dapat mendorong peningkatan nilai-nilai kebaikan, seperti memberikan kontribusi pada amal atau mengadvokasi masalah sosial. Studi ini memberikan kontribusi penting terhadap pemahaman tentang peran kemitraan industri dalam mendorong pemasaran produk kreatif kewirausahaan Islami. Dengan fokus pada siswa SMK, studi ini mengungkapkan bahwa kemitraan industri dapat menjadi jembatan yang kuat antara pendidikan dan dunia kerja. Melalui interaksi langsung dengan industri, siswa dapat memahami bagaimana penerapan nilai-nilai Islami dalam praktik bisnis dapat menghasilkan produk yang memiliki dampak lebih besar pada masyarakat dan lingkungan.

Studi ini juga menggarisbawahi pentingnya integrasi nilai-nilai Islami dalam pemasaran produk kreatif. Ini menunjukkan bahwa etika dan moralitas memiliki tempat yang signifikan dalam bisnis modern. Produk yang mencerminkan nilai-nilai positif dan mengutamakan keadilan dan kemanfaatan sosial memiliki potensi untuk menarik

pelanggan yang lebih sadar dan mendukung pembangunan berkelanjutan. Untuk mewujudkan kemitraan industri yang berhasil dalam mendorong pemasaran produk kreatif Islami di kalangan siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), serangkaian langkah strategis perlu dilaksanakan dengan seksama. Langkah-langkah ini memainkan peran krusial dalam merancang, mengimplementasikan, dan memantau kolaborasi antara lembaga pendidikan dan industri demi mencapai hasil yang optimal. Dalam pembahasan ini, akan dijelaskan secara mendalam tentang langkah-langkah konkrit yang harus diambil untuk mencapai tujuan ini.

- a. Identifikasi dan Seleksi Mitra Industri yang Tepat:
Langkah awal adalah mengidentifikasi dan memilih mitra industri yang sejalan dengan nilai-nilai Islami serta tujuan pendidikan SMK. Seleksi ini memerlukan kajian mendalam tentang kesesuaian visi, misi, dan komitmen dalam mendorong produk kreatif Islami.
- b. Penyusunan Rencana Kemitraan:
Setelah mitra industri dipilih, rencana kemitraan yang komprehensif harus dirancang. Hal ini mencakup tahapan-tahapan kerja, tanggung jawab masing-masing pihak, alokasi sumber daya, serta tujuan yang ingin dicapai dalam jangka pendek dan panjang.
- c. Pengembangan Kurikulum Terintegrasi:
Pendidikan tentang pengembangan produk kreatif Islami harus diintegrasikan dalam kurikulum SMK. Materi pembelajaran harus mencakup nilai-nilai Islami, teknik pengembangan produk, pemasaran Islami, serta etika bisnis.
- d. Pelatihan Keterampilan dan Pendidikan Islami:
Siswa perlu mendapatkan pelatihan yang komprehensif dalam mengembangkan produk kreatif Islami, mulai dari konseptualisasi hingga produksi dan pemasaran. Pendidikan Islami juga perlu diperkuat untuk membentuk pemahaman yang lebih mendalam.
- e. Pengembangan Produk Kreatif:
Siswa SMK harus didorong untuk mengembangkan produk-produk kreatif yang menggabungkan inovasi, kreativitas, dan nilai-nilai Islami. Proses ini memerlukan bimbingan dari para praktisi industri dan pendidik.
- f. Pelaksanaan Program Magang dan Praktek Industri:
Program magang di mitra industri memberikan pengalaman langsung kepada siswa tentang lingkungan industri, praktik kerja, dan penerapan ilmu yang mereka pelajari. Hal ini memungkinkan siswa melihat dan merasakan proses produksi dan pemasaran secara nyata.
- g. Pengembangan Rencana Pemasaran:
Tim pemasaran harus merencanakan strategi pemasaran yang mempertimbangkan aspek kreatif dan nilai-nilai Islami yang ditanamkan dalam produk. Pemasaran dapat dilakukan melalui platform online, pameran, atau kerjasama dengan lembaga-lembaga Islami.
- h. Monitoring dan Evaluasi Berkelanjutan:
Proses kemitraan harus secara berkala dimonitor dan dievaluasi untuk memastikan tujuan dan target tercapai. Tanggapan dari siswa, pendidik, dan mitra industri dapat menjadi bahan pertimbangan untuk perbaikan.
- i. Diseminasi Hasil dan Pengalaman:
Hasil kolaborasi dan produk kreatif Islami dapat diumumkan melalui berbagai platform. Pengalaman sukses ini dapat dijadikan contoh inspiratif bagi lembaga pendidikan lain dan industri yang ingin mengadopsi kemitraan serupa.
- j. Pengembangan Jejaring dan Kolaborasi yang Lebih Luas:

Hasil positif dari kemitraan industri dapat menjadi pijakan untuk mengembangkan jejaring dan kolaborasi lebih luas dengan mitra industri lain, universitas, komunitas Islam, serta instansi terkait.

Pengembangan produk yang tidak hanya kreatif tetapi juga terintegrasi dengan nilai-nilai Islami menjadi landasan untuk menciptakan produk selain menarik konsumen, tetapi juga sesuai dengan prinsip-prinsip agama (Nurbeti et al., 2023). Dalam pembahasan ini, pentingnya pengembangan produk kreatif dan inovatif Islami dalam konteks kemitraan industri dapat dilakukan dengan strategi yang tepat.

a. Meningkatkan Keterampilan Kreatif dan Inovatif Siswa:

Pengembangan produk kreatif Islami melibatkan penerapan kreativitas dan inovasi dalam menghasilkan solusi yang unik dan menarik. Melalui proses ini, siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) akan dilatih untuk berpikir out-of-the-box, mencari solusi alternatif, dan menggabungkan elemen-elemen Islami dalam desain dan konsep produk.

b. Menanamkan Nilai-nilai Islami dalam Produk:

Produk kreatif Islami harus mencerminkan nilai-nilai agama, etika, dan moral dalam desain, bahan, dan tujuan penggunaannya. Dalam konteks ini, pengembangan produk tidak hanya berfokus pada aspek estetika dan fungsional, tetapi juga mengutamakan kesesuaian dengan prinsip-prinsip Islam.

c. Mendorong Penerimaan Produk oleh Masyarakat:

Produk kreatif Islami yang inovatif memiliki potensi untuk menarik perhatian pasar yang sensitif terhadap aspek agama. Produk-produk ini mungkin memberikan solusi unik yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat serta nilai-nilai yang mereka anut.

d. Menyebarkan Pesan-pesan Islami Melalui Produk:

Produk kreatif dan inovatif Islami dapat menjadi sarana efektif untuk menyebarkan pesan-pesan Islami kepada masyarakat yang lebih luas. Desain, nama produk, dan kemasan dapat digunakan untuk mengkomunikasikan nilai-nilai agama dan mengajak refleksi spiritual.

e. Merangsang Kewirausahaan Islami:

Pengembangan produk kreatif dan inovatif Islami memberikan kesempatan bagi siswa SMK untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan Islami. Mereka dapat belajar tentang proses produksi, manajemen bisnis, dan prinsip-prinsip bisnis yang sesuai dengan etika Islam.

f. Membuka Peluang Pasar Baru:

Dalam pemasaran produk kreatif Islami yang inovatif, peluang untuk memasuki pasar khusus yang mencari produk dengan nilai-nilai Islami dapat terbuka. Ini dapat menghasilkan keunggulan kompetitif bagi produk dan meningkatkan daya tarik pada segmen pasar tertentu.

g. Mendukung Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat:

Produk kreatif Islami yang berkualitas dan inovatif dapat memberikan dampak positif terhadap ekonomi masyarakat. Dengan memanfaatkan kemitraan industri, produk-produk ini dapat dihasilkan secara lebih efisien dan didistribusikan ke pasar yang lebih luas.

Pembahasan

peran kemitraan industri dalam mendorong pemasaran produk kreatif kewirausahaan Islami di kalangan siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Dengan melalui pendekatan studi kasus yang mendalam, kami dapat menyusun kesimpulan utama sebagai berikut:

a. Integrasi Nilai-nilai Islami dalam Pemasaran Produk Kreatif: Hasil penelitian

menunjukkan bahwa integrasi nilai-nilai Islami menjadi faktor penting dalam pemasaran produk kreatif. Para siswa yang terlibat dalam program kewirausahaan Islami mengembangkan pemahaman yang lebih dalam tentang pentingnya etika dan moralitas dalam bisnis. Pemasaran produk kreatif yang berdasarkan pada prinsip-prinsip Islami tidak hanya menciptakan produk yang inovatif, tetapi juga bermanfaat secara sosial dan sesuai dengan ajaran agama.

- b. Dampak Positif pada Persepsi Konsumen: Integrasi nilai-nilai Islami dalam produk kreatif juga berdampak positif pada persepsi konsumen. Konsumen semakin cenderung memilih produk yang mencerminkan prinsip-prinsip moral dan etika Islam. Ini menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai Islami dalam bisnis bukan hanya relevan dalam konteks agama, tetapi juga memiliki dampak yang nyata pada perilaku konsumen.
- c. Peran Kemitraan Industri dalam Pendidikan Kewirausahaan: Kemitraan industri memiliki peran sentral dalam membawa teori ke dalam praktik. Interaksi langsung dengan praktisi bisnis membantu siswa memahami bagaimana konsep-konsep pemasaran produk kreatif dan nilai-nilai Islami dapat diimplementasikan dalam lingkungan bisnis nyata. Pengalaman ini memberi siswa pemahaman yang lebih komprehensif dan perspektif yang lebih luas mengenai dinamika bisnis.
- d. Tantangan dan Peluang: Penelitian ini mengidentifikasi tantangan dalam implementasi kemitraan industri, seperti kesenjangan antara teori dan praktik yang dirasakan beberapa siswa. Namun, tantangan ini juga membawa peluang untuk perbaikan melalui penyesuaian kurikulum dan komunikasi yang lebih baik antara sekolah dan industri. Ini menunjukkan perlunya kolaborasi yang terus-menerus dalam memastikan relevansi pendidikan dengan kebutuhan pasar kerja.
- e. Pengembangan Keterampilan dan Pemahaman: Program kewirausahaan Islami yang melibatkan kemitraan industri berpotensi memberikan siswa SMK dengan keterampilan dan pemahaman yang lebih baik tentang pemasaran produk kreatif yang beretika. Integrasi nilai-nilai Islami dan interaksi langsung dengan industri membantu siswa membangun fondasi etika yang kuat dalam memasuki dunia kerja dan menghadapi tantangan bisnis dengan pendekatan yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan bahwa untuk mencapai keberhasilan dari kemitraan industri, maka perlunya pendidik mendapatkan pelatihan yang berkaitan dengan perkembangan terkini dalam industri dan produk kreatif Islami. Ini akan membantu mereka mengajar siswa dengan lebih efektif dan relevan. Dilanjutkan sekolah dan industri perlu menjalin kolaborasi yang lebih erat, mungkin melalui program magang, lokakarya, atau pelatihan. Hal ini akan membantu siswa memahami lebih baik dunia industri dan mengembangkan keterampilan yang relevan. Hal ini dapat terwujud apabila Pendidik dapat mengembangkan materi kurikulum yang lebih berfokus pada nilai-nilai Islami, pemasaran, dan kewirausahaan. Ini akan membantu siswa mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antara aspek agama dan dunia bisnis. Disamping itu Industri dapat berperan dalam membantu promosi dan pemasaran produk kreatif Islami yang dihasilkan oleh siswa. Ini dapat membantu produk-produk tersebut mendapatkan eksposur yang lebih luas di pasar. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa kemitraan industri memiliki peran penting dalam mendorong pemahaman siswa tentang pemasaran produk kreatif kewirausahaan Islami. Integrasi nilai-nilai Islami dalam pemasaran produk kreatif memberikan landasan etika yang kokoh, sementara

kemitraan industri membawa dimensi praktis yang diperlukan. Dengan pendekatan ini, program kewirausahaan Islami dapat membekali siswa dengan keterampilan dan pemahaman yang relevan dalam menghadapi tantangan bisnis modern yang mempertimbangkan etika dan nilai-nilai Islami. Implikasi dari penelitian kemitraan industri dalam mendorong pemasaran produk kreatif Islami memiliki peran penting dalam membentuk arah dan hasil program adanya potensi peningkatan dalam daya saing produk-produk ini di pasar. Hal ini dapat terjadi, kemitraan industri mempengaruhi peningkatan kompetensi dan kesiapan siswa dalam menghadapi dunia kerja. Yang pada akhirnya membantu siswa mengenali dan memahami kebutuhan pasar, sehingga mereka lebih siap untuk memasuki dunia kerja.

BIBLIOGRAFI

- Ain, N., & Ratnasari, R. T. (2015). Pengaruh Citra Merek Melalui Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang Pada Produk Busana Muslim Zoya Di Surabaya1. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori & Terapan*, 2(7), 553–569.
- Ambarita, J. (2021). *PENDIDIKAN KARAKTER KOLABORATIF: Sinergitas Peran Orang Tua, Guru Pendidikan Agama Kristen dan Teknologi*. CV Interactive Literacy Digital.
- Ani, I. I., Suharso, P., & Hartanto, W. (2022). PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL BERBASIS KLUSTER SENTRA INDUSTRI KAIN TENUN IKAT BANDAR KIDUL DI KOTA KEDIRI. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 16(1), 125–137.
- Fathoni, M. A. (2018). Konsep pemasaran dalam perspektif hukum Islam. *Jurisdiction: Jurnal Hukum Dan Syariah*, 9(1), 128–146.
- Hartatik, H., Rukmana, A. Y., Efitra, E., Mukhlis, I. R., Aksenta, A., Ratnaningrum, L. P. R. A., & Efdison, Z. (2023). *TREN TECHNOPRENEURSHIP: Strategi & Inovasi Pengembangan Bisnis Kekinian dengan Teknologi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Irsyad, I., & Effendi, A. F. (2023). Manajemen Teaching factory di SMK; Masalah dan Tantangannya. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 11338–11346.
- Ismiatun, S. R., Neliwati, N., & Khairuddin, K. (2024). Manajemen Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Kerja Sama dengan Dunia Industri. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(1), 61–72.
- Lestari, R., Digdowiseiso, K., & Safrina, D. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA TERHADAP TINGKAT PENJUALAN MELALUI DIGITAL MARKETING UMKM INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN DI KECAMATAN PANCORAN JAKARTA SELATAN SAAT PANDEMI COVID-19. *Journal of Syntax Literate*, 7(3).
- Madani, A. U., Karyatun, S., & Digdowiseiso, K. (2023). The influence of product quality, brand image, and price perception on the purchase decision of Honda Vario Motorcycles in Depok. *International Journal of Economics, Management, Business, And Social Science (Ijembis)*, 3(1), 169–176.
- Nafiati, D., Karina, A., & Digdowiseiso, K. (2023). Pengaruh Beban Pajak, Exchange Rate Dan Perencanaan Pajak Terhadap Keputusan Melakukan Transfer Pricing. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 8662–8671.

- Nur, M., Molina, M., Indriyanto, E., Digdowiseiso, K., & Hashim, H. A. (2023). Determinants of the Selection of Accounting Conservatism in Indonesia: A Systematic Literature Review Approach. *Global Journal of Business, Economics & Social Development*, 1(2), 64–77.
- Nurbeti, M., Karina, A., & Digdowiseiso, K. (2023). THE INFLUENCE OF INDEPENDENCE, PROFESSIONAL SKEPTISM AND PROFESSIONAL ETHICS ON AUDITOR PERFORMANCE (Empirical Study at a Public Accounting Firm in South Jakarta). *Jurnal Ekonomi*, 12(02), 1954–1969.
- Qadrina, S., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minuman Boba Pada Usaha Aus di Bangka, Pela Mampang, Jakarta Selatan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 8996–9005.
- Riswanto, A., Zafar, T. S., Sunijati, E., Harto, B., Boari, Y., Astaman, P., Dassir, M., & Hikmah, A. N. (2023). *EKONOMI KREATIF: Inovasi, Peluang, dan Tantangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rustya, D. (2023). Pengembangan Kewirausahaan Berkelanjutan dalam Pendidikan: Pendekatan Berdasarkan Prinsip-prinsip Ekonomi Islam. *Journal Islamic Banking*, 3(2), 61–75.
- Sholeh, M. I. (2023). Menghadapi Persaingan Sengit Lembaga Pendidikan: Strategi Diferensiasi dalam Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam di Indonesia. *AKSI: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(3), 192–222.
- Soemitra, A. (2015). *Kewirausahaan Berbasis Syari'ah*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Susminingsih, M. A. (2023). *Pembangunan Peradaban dan Spirit Etika Bisnis Islam*. Penerbit NEM.
- Tahshir, M. (2022). *Manajemen Kerjasama Sekolah dengan DUDI (PT. AHM) dalam Meningkatkan Mutu Lulusan pada SMKN 1 Padang Cermin*. UIN RADEN INTAN LAMPUNG.
- Tohiron, A. (2021). *Pembelajaran Berbasis Kearifan Lokal Gusjigang dalam Menumbuhkan Karakter Enterprenuership di SMK NU Ma'arif 3 Kudus*. IAIN KUDUS.
- Wati, F. M., Budiantoro, H., Karina, A., Lapae, K., & Ningsih, H. A. T. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Pergantian Manajemen, Financial Distress, Opini Audit dan Ukuran Kap Terhadap Auditor Switching. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(4), 6603–6610.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)