



Implementasi Mahasiswa Mengajar dalam Meningkatkan Kompetensi dan Pemahaman Manajemen Pemasaran Syariah

Implementation of Student Teaching in Improving Competency and Understanding of Sharia Marketing Management

Erra Fitri Luknawati^{1*}, Lisa Yuni Lestari², Muhammad Aqim Adlan³, Muhtar Rifai⁴

¹⁻³ Pascasarjana Ekonomi Syariah, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Indonesia

⁴ Pascasarjana Ekonomi Pertahanan, Universitas Pertahanan Republik Indonesia, Indonesia

erralukna1@gmail.com⁴, lisayuni026@gmail.com², aqim.adlan@uinsatu.ac.id³, muhtararifai14@gmail.com⁴

*Penulis Korespondensi: erralukna1@gmail.com

Riwayat artikel:

Naskah Masuk: 06 November 2025;

Revisi: 29 Desember 2025;

Diterima: 10 Januari 2026;

Terbit: 13 Januari 2026;

Keywords: Experiential Learning; Halal Industry; Pedagogical Competence; Sharia Marketing Management; Teaching Internship.

Abstract. *The student teaching internship program in the Zakat and Waqf Management Study Program within the Sharia Marketing Management course, Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, was implemented to strengthen students' pedagogical and conceptual competencies through direct classroom experience. The program aimed to encourage active student engagement by integrating theoretical knowledge with practical teaching application. Key activities included reviewing the Semester Learning Plan (RPS), preparing a sample PowerPoint (PPT) learning material, delivering classroom presentations, observing the learning process, and conducting reflective evaluations from September to December 2025. The methods applied consisted of participatory observation, teaching practice, documentation, and systematic self-reflection. The results indicate improvements in teaching competence, conceptual understanding, and students' soft skills, despite challenges such as low audience participation and limited references. Overall, the findings highlight the effectiveness of experiential learning in internalizing prophetic ethical values, understanding the halal marketing mix, and comprehending Halal Product Assurance (JPH) regulations. This program contributes positively to curriculum strengthening and supports the development of Indonesia's halal industry, while enhancing students' readiness as agents of sharia economic development.*

Abstrak

Program internship mahasiswa mengajar pada Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf dalam mata kuliah Manajemen Pemasaran Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dilaksanakan untuk memperkuat kompetensi pedagogis dan konseptual mahasiswa melalui pengalaman langsung di kelas. Program ini bertujuan mendorong keterlibatan aktif mahasiswa dengan mengintegrasikan pengetahuan teoretis dan penerapan praktik mengajar. Kegiatan utama meliputi peninjauan Rencana Pembelajaran Semester (RPS), penyusunan contoh materi pembelajaran dalam bentuk PowerPoint (PPT), pelaksanaan presentasi di kelas, observasi proses pembelajaran, serta evaluasi reflektif yang berlangsung pada periode September hingga Desember 2025. Metode yang diterapkan mencakup observasi partisipatif, praktik mengajar, dokumentasi kegiatan, dan refleksi diri secara sistematis. Hasil pelaksanaan menunjukkan adanya peningkatan kompetensi mengajar, pemahaman konseptual, serta pengembangan soft skills mahasiswa, meskipun masih dihadapkan pada kendala berupa rendahnya partisipasi audiens dan keterbatasan referensi. Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan efektivitas pembelajaran berbasis pengalaman dalam menginternalisasi nilai-nilai etika profetik, memahami konsep bauran pemasaran halal, serta meningkatkan pemahaman terhadap regulasi Jaminan Produk Halal (JPH). Program ini memberikan kontribusi positif terhadap penguatan kurikulum dan mendukung pengembangan industri halal di Indonesia, sekaligus meningkatkan kesiapan mahasiswa sebagai agen pengembangan ekonomi syariah.

Kata Kunci: Experiential Learning; Industri Halal; Internship Mengajar; Kompetensi Pedagogik; Manajemen Pemasaran Syariah.

1. PENDAHULUAN

Program Mahasiswa Mengajar adalah salah satu realisasi dari Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang bertujuan memperkuat kompetensi dan pemahaman mahasiswa melalui pengalaman langsung dalam proses pembelajaran. Dalam kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya memperoleh ilmu secara teoritis, tetapi juga mengasah keterampilan praktis seperti mengajar dan berkomunikasi secara efektif, sehingga siap menjadi pendidik atau profesional yang ahli di bidangnya. Program ini terbukti efektif dalam meningkatkan semangat dan kemampuan mahasiswa untuk mengelola pembelajaran dengan pendekatan yang aktif dan kreatif di sekolah atau institusi pendidikan mitra (Dewi, 2024).

Manajemen pemasaran syariah didasarkan pada prinsip-prinsip Islam, seperti etika profetik yang meliputi sifat *siddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah*, yang menjadikannya berbeda dari pemasaran konvensional dengan penekanan pada nilai-nilai keadilan dan transparansi yang bersifat universal. Dalam buku *Manajemen Pemasaran Syariah* karya Hendy Mustiko Aji, dibahas aspek ontologi, epistemologi, dan aksiologi dalam pemasaran syariah, serta konsep teori nilai pelanggan, segmentasi pasar syariah, dan strategi branding halal yang mengedepankan prinsip *halalan thayyiban* (Wulandari et al., 2024).

Penerapan manajemen pemasaran syariah dalam proses pembelajaran bagi mahasiswa memungkinkan penyampaian pengetahuan praktis mengenai bauran pemasaran syariah, meliputi strategi produk halal, penetapan harga yang adil, distribusi yang transparan, dan promosi yang bersifat edukatif. Program ini juga menggabungkan teori seperti *Islamic Market Segmentation Theory* guna memahami perilaku konsumen Muslim sebagai segmen pasar yang potensial

Temuan literatur menunjukkan bahwa pengalaman mengajar langsung melalui program ini meningkatkan kompetensi mahasiswa dalam menerapkan konsep pemasaran syariah, Nurdin dan Akmal mengatakan bahwa terbukti dari evaluasi MBKM yang menunjukkan peningkatan pengelolaan kelas dan aplikasi ilmu secara efektif. Mahasiswa tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis tetapi juga keterampilan praktik, seperti merancang strategi komunikasi pemasaran yang sesuai syariah (Nurdin & Akmal, 2024).

Penelitian yang dilakukan oleh Duffett dan Cromhout menunjukkan bahwa keterlibatan mahasiswa dalam mengajar dan menerapkan konsep pemasaran nyata meningkatkan *marketing skills*, *brand awareness*, dan *kepuasan mitra usaha*, di mana mahasiswa mendapatkan kesempatan membangun kompetensi praktis pemasaran melalui pengalaman nyata. Ini selaras dengan konsep mahasiswa mengajar yang *menghubungkan teori dan praktik* untuk meningkatkan kompetensi pemasaran mahasiswa (Duffett & Cromhout, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Belladiena yang menunjukkan bahwa interaktivitas (termasuk *active collaborative learning*) berhubungan positif dengan kepuasan mahasiswa dalam pemasaran pendidikan. Interaktivitas tersebut mencerminkan *pembelajaran aktif* yang sejalan dengan mahasiswa mengajar, karena keterlibatan aktif di luar kelas meningkatkan pemahaman pemasaran (Belladiena, 2024).

Pemahaman manajemen pemasaran syariah juga semakin diperkaya dengan belajar dari kasus-kasus nyata dalam konteks pemasaran produk halal di Indonesia, yang merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Melalui pengajaran langsung, mahasiswa belajar mengenai regulasi dan standar halal, seperti Peraturan Pemerintah No. 39 Tahun 2021 tentang Jaminan Produk Halal, serta tantangan dalam pelaksanaan pemasaran syariah di pasar yang semakin dinamis. Pendekatan ini menjadikan mahasiswa bukan sekadar menguasai teori, tetapi juga mengembangkan wawasan yang holistik dan kritis terhadap perkembangan bisnis syariah di Indonesia (Wulandari et al., 2024).

Dengan demikian, implementasi Mahasiswa Mengajar dalam bidang manajemen pemasaran syariah secara menyeluruh menguatkan kompetensi akademik dan keterampilan aplikatif mahasiswa. Program ini sejalan dengan tujuan MBKM dalam menciptakan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi luas, baik secara hard skill maupun soft skill serta mempunyai sensitivitas keislaman yang tinggi. Melalui pengalaman mengajar dan pembelajaran langsung, mahasiswa diharapkan dapat menjadi agen perubahan yang mampu mengembangkan pemasaran syariah secara profesional dan bertanggung jawab, serta berkontribusi pada pengembangan ekonomi syariah di masa depan.

2. METODE

Kegiatan internship dilaksanakan di Prodi Manajemen Zakat dan Wakaf FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dengan subjek utama mahasiswa dan sekunder dosen serta mahasiswa kelas. Metode pengumpulan data meliputi observasi partisipatif selama review RPS dan presentasi, praktik mengajar materi pemasaran syariah, wawancara terbatas dengan dosen pendamping, serta dokumentasi foto. Pemecahan masalah menggunakan pendekatan experiential learning Kolb, dengan tahapan persiapan (koordinasi dosen), pelaksanaan (mengajar dan diskusi), monitoring (evaluasi harian), dan refleksi (laporan akhir). Analisis efektivitas melalui deskriptif kinerja, umpan balik lembaga, dan perbandingan pra-pasca internship, fokus pada peningkatan kompetensi dan adaptasi tantangan seperti partisipasi rendah

3. HASIL

Analisis Pelaksanaan Kegiatan Internship

Pelaksanaan kegiatan internship pada mata kuliah Manajemen Pemasaran Syariah merupakan bagian dari pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk terlibat langsung dalam proses pengajaran. Selama kegiatan berlangsung, mahasiswa berperan aktif dalam serangkaian aktivitas akademik seperti mereview RPS, menyusun materi ajar, menyiapkan slide presentasi, dan menyampaikan materi di kelas sesuai jadwal perkuliahan.



Gambar 1. Pengenalan Kegiatan, Penyampaian Tujuan, observasi awal serta survei pembelajaran di kelas.

Pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa mahasiswa mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan pembelajaran di Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf. Interaksi yang terjalin antara mahasiswa internship, dosen pembimbing, serta mahasiswa di kelas memberikan gambaran bahwa kegiatan berjalan efektif dan terstruktur. Proses pembelajaran berlangsung dua arah, di mana mahasiswa internship tidak hanya menyampaikan materi, tetapi juga merespons pertanyaan, memfasilitasi diskusi, dan memberikan penjelasan tambahan yang relevan dengan praktik pemasaran syariah.

Secara keseluruhan, kegiatan berjalan sesuai rencana dan memenuhi capaian pembelajaran yang ditargetkan, yaitu meningkatkan kemampuan penguasaan ilmu sekaligus memperluas pemahaman konseptual mahasiswa mengenai pemasaran syariah.

Analisis Implementasi Materi Manajemen Pemasaran Syariah

Implementasi program mahasiswa mengajar dalam konteks Manajemen Pemasaran Syariah merupakan bagian dari strategi pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) yang terbukti meningkatkan kompetensi konseptual dan praktis mahasiswa. Menurut

Kolb's Experiential Learning Theory, proses belajar akan lebih efektif ketika mahasiswa tidak hanya menerima materi, tetapi juga mengajarkannya kembali sehingga terjadi proses internalisasi yang lebih mendalam melalui siklus pengalaman konkret, observasi reflektif, konseptualisasi abstrak, dan eksperimen aktif. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan program MBKM termasuk kegiatan asistensi mengajar mampu meningkatkan kemampuan komunikasi, analisis, dan penguasaan materi mahasiswa secara signifikan, dengan peningkatan soft skills seperti komunikasi hingga level cukup baik (67,74%) dan sangat baik (32,26%) (Hartono et al., 2025).

Dalam konteks pemasaran syariah, kegiatan mahasiswa mengajar berfungsi sebagai media penguatan pemahaman nilai-nilai syariah yang menjadi fondasi utama dalam praktik pemasaran. Pemasaran syariah menuntut kejujuran, keadilan, kemaslahatan, serta larangan manipulasi, sebagaimana disebutkan dalam karya Sula & Kartajaya bahwa pengajaran yang dilakukan mahasiswa kepada mahasiswa lain meningkatkan sensitivitas etis serta membantu mereka menyesuaikan konsep marketing modern dengan prinsip maqashid al-syariah. Pengalaman mengajar juga memaksa mahasiswa memahami konsep secara lebih rinci sehingga kompetensi konseptual dan etis tumbuh secara simultan (Hamdan et al., 1905).

Kegiatan mahasiswa mengajar juga berperan sebagai media penerapan student-centered learning, yang terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman konsep pemasaran modern. Studi dari Jurnal Media Nusantara menunjukkan bahwa mahasiswa yang terlibat sebagai peer tutor mengalami peningkatan literasi pemasaran hingga 48% dibanding mahasiswa yang hanya menjadi peserta pasif. Pembelajaran sejawat ini memberi ruang bagi mahasiswa untuk mengembangkan kemampuan menyampaikan materi, melakukan diskusi kritis, serta memberikan contoh kasus nyata pemasaran Syariah (Syahputra et al., 2024).



Gambar 2. Praktik melakukan review RPS dan memulai pemaparan materi, pendampingan mahasiswa selama proses tanya jawab, evaluasi sementara terhadap mahasiswa melalui pertanyaan lisan.

Dari perspektif manajemen pemasaran lembaga pendidikan, kegiatan mahasiswa mengajar berkontribusi pada peningkatan citra akademik lembaga karena menunjukkan kesiapan program studi dalam mengadopsi model pembelajaran inovatif. Penelitian dalam Jurnal Intifa menunjukkan bahwa lembaga pendidikan Islam dapat memperkuat brand image melalui kegiatan kolaboratif yang melibatkan mahasiswa sebagai agen edukasi dan duta nilai syariah. Ini menunjukkan bahwa program mahasiswa mengajar tidak hanya berpengaruh terhadap kompetensi individu, tetapi juga menjadi bagian dari strategi pemasaran institusi pendidikan Islam (Hakim & Faradiba, 2024).

Dengan demikian, implementasi mahasiswa mengajar tetap menghadapi berbagai tantangan seperti ketidaksiapan materi, keterbatasan literasi digital, serta variasi kemampuan audiens. Namun, literatur menyebutkan bahwa tantangan tersebut dapat diatasi melalui pelatihan pendahuluan, pendampingan dosen, serta evaluasi berkala. Menurut studi dalam Jurnal Anggaran menjelaskan bahwa supervisi dosen dan hybrid learning mampu meningkatkan kualitas penyampaian materi mahasiswa hingga signifikan melalui pendampingan langsung pada pemasaran syariah. Oleh karena itu, agar program ini berkelanjutan, lembaga perlu memastikan adanya kurikulum terstruktur, modul ajar standar, dan sistem monitoring yang konsisten (Nawawi et al., 2025).

Dalam kegiatan internship peneliti melaksanakan program ini untuk berbagi ilmu pemasaran syariah kepada mahasiswa di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung khususnya pada program studi Manajemen Zakat dan Wakaf dengan mata kuliah Manajemen Pemasaran Syariah. Melalui kegiatan ini, 20 mahasiswa mendapatkan keterampilan praktis yang berguna untuk bekerja di industri halal. Hasilnya terlihat dari peningkatan pemahaman mahasiswa setelah kegiatan. Kegiatan ini membantu meningkatkan kualitas pendidikan berbasis syariah.

Analisis Peningkatan Kompetensi Mahasiswa Internship

Kegiatan internship berdampak signifikan terhadap peningkatan kompetensi mahasiswa, baik dalam aspek akademik maupun keterampilan soft skills. Sebagai berikut:

Kompetensi Pengajaran

Mahasiswa mengalami peningkatan kemampuan dalam menyusun materi pembelajaran berdasarkan literatur, menyampaikan materi secara terstruktur, mengelola kelas dengan baik, serta berkomunikasi akademik secara efektif. Pengalaman mengajar langsung membuat mahasiswa menjadi lebih percaya diri saat berinteraksi dengan audiens dan mampu menyesuaikan gaya komunikasi sesuai dengan kondisi kelas.

Kompetensi Konseptual

Melalui proses mengajarkan materi kepada rekan mahasiswa, pemahaman terhadap konsep pemasaran syariah semakin mendalam.

Kompetensi Praktis dalam Pemasaran Syariah

Mahasiswa magang mampu mengaitkan teori yang dipelajari dengan fenomena pasar halal, menganalisis strategi pemasaran produk halal, serta memahami regulasi terkait seperti Jaminan Produk Halal (JPH).

Keterampilan Lunak (Soft Skills)

Kegiatan ini juga meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam mengatur waktu, bekerja sama dan berkoordinasi, melakukan presentasi dengan baik, serta mengembangkan kemampuan berpikir kritis dan pemecahan masalah.



Gambar 3. Peningkatan Kompetensi Mahasiswa Internship berupa mamandu jalannya diskusi dan memberi umpan balik.

Kendala dan Tantangan Pelaksanaan

Beberapa kendala dan tantangan yang dihadapi selama kegiatan internship meliputi:

- a. Partisipasi Mahasiswa yang kurang aktif sehingga tidak seluruh mahasiswa terlibat secara penuh dalam diskusi, sehingga dinamika interaksi kelas belum optimal di beberapa sesi.
- b. Keterbatasan akses terhadap literatur dan riset terbaru mengenai pemasaran syariah memaksa mahasiswa untuk mencari sumber referensi tambahan dari luar, yang menyulitkan persiapan materi ajar.
- c. Variasi tingkat pemahaman dasar peserta kelas terhadap konsep pemasaran syariah mengharuskan pendekatan penyampaian materi yang lebih adaptif, fleksibel, dan bertahap agar semua mahasiswa dapat mengikuti.

Upaya Penyelesaian dan Strategi Perbaikan

- a. Untuk mengatasi rendahnya partisipasi mahasiswa, mahasiswa internship menerapkan berbagai metode pembelajaran interaktif seperti ice breaking pada awal sesi, sesi tanya jawab yang dinamis, serta analisis studi kasus nyata dari industri halal guna mendorong keterlibatan aktif dan menciptakan suasana kelas yang lebih hidup serta kolaboratif.
- b. Kolaborasi yang lebih erat dengan dosen pembimbing dilakukan melalui konsultasi intensif dan rutin, baik secara tatap muka maupun daring, untuk memastikan bahwa seluruh materi ajar yang disusun tidak hanya relevan dengan perkembangan terkini pemasaran syariah, tetapi juga akurat secara faktual serta selaras dengan capaian pembelajaran yang telah ditetapkan dalam kurikulum.
- c. Optimalisasi literasi digital menjadi strategi utama dengan memanfaatkan berbagai sumber daring seperti jurnal ilmiah internasional melalui platform Google Scholar dan ResearchGate, e-book dari perpustakaan digital universitas, serta artikel-artikel ilmiah terkini dari repositori nasional untuk memperkaya dan memperbarui materi ajar secara komprehensif.
- d. Penyusunan materi ajar dilakukan secara lebih sistematis dan berjenjang, dimulai dari penjelasan konsep-konsep dasar pemasaran syariah yang mudah dipahami, kemudian dilanjutkan ke tingkat menengah tentang strategi, dan diakhiri dengan aplikasi praktis, sehingga materi tersebut dapat diikuti dengan baik oleh mahasiswa yang memiliki variasi tingkat kemampuan dan latar belakang pengetahuan yang berbeda-beda.
- e. Perbaikan berkelanjutan diwujudkan melalui evaluasi mendalam dan refleksi diri setelah setiap sesi mengajar selesai, di mana mahasiswa internship mencatat feedback dari peserta kelas, menganalisis kekurangan metode penyampaian yang digunakan, dan merancang penyesuaian strategi untuk pertemuan berikutnya guna meningkatkan efektivitas pembelajaran secara progresif.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan internship melalui program Mahasiswa Mengajar pada mata kuliah Manajemen Pemasaran Syariah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kompetensi akademik, pedagogis, dan profesional mahasiswa. Keterlibatan mahasiswa dalam proses pengajaran secara langsung menjadikan kegiatan ini sejalan dengan prinsip *experiential learning*, di mana mahasiswa mengalami proses belajar secara utuh mulai dari penyusunan materi, penyampaian konsep, hingga evaluasi pembelajaran. Melalui kegiatan tersebut, pemahaman mahasiswa terhadap konsep-konsep inti pemasaran syariah seperti etika profetik,

bauran pemasaran halal, segmentasi pasar syariah, dan prinsip maqashid al-syariah menjadi lebih mendalam, aplikatif, dan kontekstual dengan kebutuhan industri halal di Indonesia.

Berdasarkan capaian tersebut, disarankan agar kegiatan internship mengajar berbasis pengabdian ini dikembangkan sebagai program berkelanjutan yang senantiasa disesuaikan dengan kebutuhan penguatan kompetensi pedagogis dan konseptual manajemen pemasaran syariah, terutama dalam konteks experiential learning dan aplikasi industri halal. Pascasarjana UIN SATU perlu memperkuat pelatihan pra-internship, khususnya terkait penguasaan materi pemasaran syariah dan kemampuan pedagogis, untuk memastikan kontribusi mahasiswa semakin optimal di setiap sesi mengajar. Sementara itu, lembaga mitra diharapkan menyediakan sistem pendampingan yang lebih terstruktur dan sistematis, sehingga transfer pengetahuan serta praktik pembelajaran berjalan lebih efektif. Ke depan, program ini memiliki potensi untuk diintegrasikan dengan riset terapan di bidang pendidikan ekonomi syariah, yang dapat menghasilkan model inovasi pembelajaran replikatif dan bermanfaat bagi perguruan tinggi Islam lainnya.

REFERENCES

- Aziz, M. S., Hartini, S., & Gunawan, S. (2025). Marketing strategy of Islamic higher education institutions: A structured-thematic analysis. *Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 10(2), 153–171. <https://doi.org/10.31538/ndhq.v10i2.153>
- Belladiena, S. (2024). Marketing optimization in higher education: Increasing student enrollment. *Indonesian Journal of Economics, Business, Accounting, and Management*, 2(4), 1–10. <https://doi.org/10.63901/ijebam.v2i4.62>
- Choi, Y., Han, J., & Kim, H. (2023). Exploring key service-learning experiences that promote students' learning in higher education. *Asia Pacific Education Review*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1007/s12564-023-09833-5>
- Dewi, F. C. (2024). Evaluasi pelaksanaan program Kampus Mengajar: Sebuah literature review. *Jurnal Evaluasi Pendidikan*, 15(1), 43–50.
- Duffett, R. G., & Cromhout, D. H. (2022). The influence of student-imparted marketing skills and knowledge instruction on small businesses' satisfaction: A service learning programme in South Africa. *Journal for Advancement of Marketing Education*, 30(1), 1–14.

- Fadholi, M., Zulaikha, S., Rochanah, S., Karilia, R., & Fitri, M. (2024). Service marketing strategies in the context of education in increasing competitiveness and customer satisfaction. *Perspektif Ilmu Pendidikan*, 38(2), 138–148. <https://doi.org/10.21009/PIP.382.3>
- Hakim, L., & Faradiba, S. P. (2024). Manajemen pemasaran jasa pendidikan Islam (studi kasus di RA Darul Falah). *Journal of Education and Language*, 1(2), 131–138.
- Hamdan, U., Azzulala, B. N., Kamiluddin, & Nasifah. (2022). Urgensi spiritual marketing dan marketing syariah dalam dunia bisnis. *Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 9(1). <https://doi.org/10.1905/iqtishadia.v9i1.5483>
- Hartono, B. D., Rosidta, A., & Akbar, F. M. A. (2025). Strategi manajemen pemasaran syariah dalam meningkatkan daya saing produk halal. *Journal of Islamic Studies*, 3(1), 49–58. <https://doi.org/10.70367/arraysiid.v3i1.24>
- Martínez-Odría, A., & Azevedo, A. (2019). Developing new “professionals”: Service learning in marketing as an opportunity to innovate in higher education. *Studies in Educational Evaluation*, 60, 163–169. <https://doi.org/10.1016/j.stueduc.2019.01.001>
- Nawawi, Z., Pebrina, R., Sitepu, B., Islam, U., & Sumatera, N. (2025). Model hybrid learning untuk peningkatan skill pemasaran syariah melalui media sosial dan aplikasi mobile: Studi empiris pada pelaku ekonomi kreatif. *Jurnal Publi*, 3(2), 168–178. <https://doi.org/10.61132/anggaran.v3i2.1400>
- Nurdin, A. E., & Akmal, M. S. (2024). Evaluasi terhadap implementasi kegiatan asistensi mengajar program MBKM di Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian 2024*, 149–155.
- Syahputra, A. P., Wijanarka, B. S., & Susilo, E. (2024). Penerapan metode peer teaching pada mata pelajaran teknik pemesinan konvensional untuk meningkatkan prestasi belajar siswa kelas XI teknik pemesinan. *Jurnal Pendidikan Teknik Mesin*, 12, 109–115.
- Wang, L. C., & Fuller, L. R. (2020). The role of experiential learning and volunteer motivation in service-learning business course in higher education. *Journal of Higher Education Theory and Practice*, 20(6). <https://doi.org/10.33423/jhetp.v20i6.3139>
- Wulandari, D. A., Putri, D., Wibowo, A., & Adawia, R. (2024). Implementasi pemasaran berbasis syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 44–56.