TAKHADUM
*Jurnal Penelitian & Pengabdian kepada Masyarakat*

Publish by: STIS Sultan Fatah
https://ejournal.sultanfatah.ac.id/index.php/TAKHADUM
Vol. 1 | No. 2 | Juli 2026 | Hal. 89-101 |
ISSN-ONLINE: 3163-8767

# Smart Arabic for Islamic Business
## *(Applied Arabic Language Training for Islamic Business Practices among Santripreneurs at Islamic Boarding Schools)*

**A. Nurtamim Amin**[1]

[1] STIS Sultan Fatah, Lampung Utara, Indonesia.

Mail:
[1] amintamim055@gmail.com

*Article received: (05 Juni 2026), Review process: (25 Juni 2026)*
*Article Accepted: (13 Juli 2026), Article published: (31 Juli 2026)*

**Abstract:** This community service program aimed to improve practical Arabic competence for Islamic business among santripreneurs at Futuhiyyah 1 Islamic Boarding School, Bukit Kemuning, North Lampung. The *Smart Arabic for Islamic Business* program was conducted from March to May 2026 using a *Participatory Action Research* (PAR) approach through preparation, training, simulation, evaluation, and follow-up stages. The participants were 20 final-year students who had basic Arabic proficiency and were involved in the boarding school's business units. The training covered business vocabulary, transactional dialogues, Islamic contract terminology, product promotion, digital business communication, and Islamic business ethics. The results showed increases of 84.2% in business vocabulary mastery, 95.8% in transactional dialogue skills, 78.2% in understanding Islamic contracts, and 41.9% in communication confidence. The bazaar simulation also demonstrated participants' ability to use Arabic for promotion and transactions. The program effectively strengthened santripreneurs' communicative, practical, and Sharia-based business competencies.

**Keywords:** Business Law, European Competition Law, Market, Predatory Pricing.

**Abstrak:** Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kompetensi bahasa Arab praktis untuk bisnis syariah bagi santripreneur di Pondok Pesantren Futuhiyyah 1, Bukit Kemuning, Lampung Utara. Program *Smart Arabic for Islamic Business* dilaksanakan pada Maret–Mei 2026 dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) melalui tahap persiapan, pelatihan, simulasi, evaluasi, dan tindak lanjut. Peserta berjumlah 20 santri tingkat akhir yang memiliki dasar bahasa Arab dan keterlibatan dalam unit usaha pesantren. Materi meliputi *mufradat* bisnis, *hiwar* transaksi, istilah akad syariah, promosi produk, komunikasi bisnis digital, dan etika bisnis Islam. Hasil menunjukkan peningkatan penguasaan *mufradat* sebesar 84,2%, kemampuan *hiwar* transaksi 95,8%, pemahaman akad syariah 78,2%, dan kepercayaan diri 41,9%. Simulasi bazar juga memperlihatkan kemampuan peserta menggunakan bahasa Arab dalam promosi dan transaksi. Program ini efektif memperkuat kompetensi santripreneur secara komunikatif, aplikatif, dan berbasis nilai bisnis syariah.

This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

**Kata Kunci:** *Bahasa Arab Bisnis, Santripreneur, Ekonomi Syariah, Pengabdian Masyarakat, Pondok Pesantren*.

## PENDAHULUAN

Pondok pesantren tidak lagi hanya diposisikan sebagai lembaga pendidikan keagamaan, tetapi juga berkembang menjadi salah satu basis pemberdayaan sosial dan ekonomi umat melalui berbagai unit usaha yang dikelola oleh pesantren maupun santri. Perkembangan tersebut melahirkan fenomena *santripreneur*, yakni santri yang mengintegrasikan kompetensi keagamaan dengan kemampuan kewirausahaan. Penguatan ekonomi pesantren juga menjadi bagian dari agenda pemerintah melalui Program Kemandirian Pesantren dan Bantuan Inkubasi Bisnis Pesantren yang diarahkan untuk membentuk, mengembangkan, dan memperkuat unit bisnis pesantren (Kementerian Agama RI, 2024). Studi mengenai pengembangan ekonomi pesantren menunjukkan bahwa program *santripreneur* dapat mendorong kreativitas, keterampilan usaha, pembentukan unit bisnis, dan kemandirian ekonomi santri maupun lembaga pesantren (Yamani & Faiz, 2022; Falach et al., 2023; Budimansyah & Hasyimi, 2024). Pada saat yang sama, pesantren memiliki modal akademik yang khas berupa tradisi pembelajaran bahasa Arab untuk memahami Al-Qur'an, hadis, fikih, dan literatur keislaman, sehingga kompetensi tersebut memiliki peluang untuk dikembangkan menuju kebutuhan yang lebih fungsional (Nisa & Arifin, 2020).

Meskipun memiliki tradisi pembelajaran bahasa Arab yang kuat, pemanfaatan bahasa Arab di lingkungan pendidikan Islam masih banyak diarahkan pada kepentingan akademik dan keagamaan. Padahal, tujuan mempelajari bahasa Arab semakin beragam dan mencakup kebutuhan profesional, diplomasi, pariwisata, perdagangan internasional, serta komunikasi bisnis (Akram & Ahmad, 2022). Dalam konteks kewirausahaan syariah, santripreneur berhadapan dengan berbagai terminologi muamalah, seperti *murabahah*, *mudharabah*, *musyarakah*, *ijarah*, *salam*, dan *istisna'*, sekaligus kebutuhan untuk memperkenalkan produk, menjelaskan harga, melakukan komunikasi transaksi, serta menyusun materi promosi. Pembelajaran bahasa yang berorientasi pada kebutuhan khusus menjadi relevan karena materinya disusun berdasarkan situasi komunikasi yang benar-benar akan dihadapi oleh pengguna bahasa (Nisa & Arifin, 2020). Bahkan, penguasaan bahasa Arab untuk komunikasi bisnis dinilai dapat mendukung kemampuan pemasaran, transaksi, kewirausahaan, serta meningkatkan kepercayaan diri pengguna ketika berinteraksi dalam lingkungan bisnis yang menggunakan bahasa Arab (Habibullahi et al., 2025).

Persoalan tersebut juga ditemukan pada mitra kegiatan, yaitu Pondok Pesantren Futuhiyyah 1, Dusun Melungun Dalam, Muara Aman, Bukit Kemuning, Lampung Utara. Berdasarkan hasil observasi awal dan komunikasi tim pengabdian dengan pengurus pesantren, sebagian santri telah memiliki aktivitas maupun minat dalam bidang kewirausahaan, tetapi kemampuan bahasa Arab yang dimiliki belum banyak diarahkan pada komunikasi bisnis. Santri yang merintis usaha masih mengalami kesulitan dalam memahami dan menggunakan istilah akad syariah berbahasa Arab secara aplikatif, menyusun ungkapan sederhana dalam aktivitas jual beli, serta

menggunakan bahasa Arab untuk memperkenalkan maupun mempromosikan produk. Pengalaman komunikasi praktis yang masih terbatas juga menyebabkan sebagian santri belum percaya diri menggunakan bahasa Arab dalam konteks transaksi. Kondisi tersebut memperlihatkan adanya kesenjangan antara kompetensi bahasa Arab yang diperoleh dalam proses pendidikan pesantren dengan kebutuhan penggunaan bahasa Arab secara fungsional. Kebutuhan pembelajaran yang menghubungkan kompetensi bahasa dengan konteks pekerjaan semacam ini merupakan dasar penting pengembangan bahasa Arab untuk tujuan khusus (Nisa & Arifin, 2020; Akram & Ahmad, 2022).

Kajian mutakhir menunjukkan bahwa pembelajaran bahasa Arab telah mengalami perkembangan dari orientasi bahasa umum menuju *Arabic for Specific Purposes* (ASP), yaitu pembelajaran bahasa Arab yang materi, kosakata, keterampilan, dan situasi komunikasinya dirancang berdasarkan kebutuhan khusus pengguna. Nisa dan Arifin menemukan bahwa pembelajaran bahasa Arab untuk tujuan khusus telah dipraktikkan di Indonesia dan Malaysia dalam bidang akademik, pekerjaan, agama, bisnis, pariwisata, kesehatan, serta pelayanan haji dan umrah (Nisa & Arifin, 2020). Akram dan Ahmad memperkuat argumentasi tersebut dengan menjelaskan bahwa variasi tujuan pembelajar, mulai dari kebutuhan keagamaan hingga perdagangan internasional, menuntut pembelajaran bahasa Arab yang tidak berhenti pada kompetensi linguistik umum, tetapi mengarah pada kemampuan komunikasi sesuai konteks profesi (Akram & Ahmad, 2022). Perkembangan tersebut menunjukkan pergeseran paradigma pembelajaran bahasa Arab dari sekadar penguasaan struktur dan teks menuju kemampuan menggunakan bahasa sebagai alat komunikasi sesuai kebutuhan nyata pengguna.

Perkembangan ASP selanjutnya mulai didialogkan dengan dunia kewirausahaan. Muslimah et al. menemukan adanya potensi yang kuat untuk mengintegrasikan pembelajaran *Arabic for Specific Purposes* dengan kewirausahaan melalui pengembangan modul yang menghubungkan kompetensi bahasa Arab dan kebutuhan pasar (Muslimah et al., 2025). Namun, penelitian tersebut juga menunjukkan perlunya penguatan kemampuan komunikasi, kreativitas penyusunan materi, dan orientasi terhadap kebutuhan dunia usaha. Pada konteks komunikasi bisnis, Habibullahi et al. menunjukkan bahwa pembelajaran bahasa Arab untuk bisnis memiliki relevansi terhadap kewirausahaan, pemasaran, transaksi strategis, dan peningkatan kepercayaan diri pelaku usaha (Habibullahi et al., 2025). Sementara itu, kajian tentang *santripreneurship* menunjukkan orientasi yang berbeda. Yamani dan Faiz menekankan pemberdayaan santri melalui kreativitas produk dan pelatihan kewirausahaan (Yamani & Faiz, 2022), Falach et al. mengembangkan model *santripreneurship* melalui pembentukan, stabilisasi, pertumbuhan, dan sinergi bisnis (Falach et al., 2023), sedangkan Budimansyah dan Hasyimi menunjukkan bahwa program santripreneur di sejumlah pesantren Lampung berkontribusi terhadap penguatan unit usaha dan kemandirian ekonomi pesantren (Budimansyah & Hasyimi, 2024). Dengan demikian, studi ASP berkembang pada kompetensi bahasa profesional, sementara studi santripreneur lebih dominan bergerak pada penguatan produksi, pengelolaan usaha, kreativitas, pemasaran, dan kemandirian ekonomi.

Dialog antar-*state of the art* tersebut menunjukkan adanya kesenjangan pengabdian (*service gap*) yang masih terbuka. Kesenjangan tersebut bukan terletak

pada ketiadaan program kewirausahaan untuk santri atau ketiadaan konsep bahasa Arab untuk tujuan khusus, melainkan pada masih terbatasnya program yang mempertemukan kedua bidang tersebut dalam satu model pemberdayaan yang aplikatif. Kegiatan santripreneur terdahulu lebih banyak menitikberatkan pada pembentukan jiwa kewirausahaan, produksi, kreativitas produk, pemasaran, dan pengelolaan unit usaha (Yamani & Faiz, 2022; Falach et al., 2023; Budimansyah & Hasyimi, 2024). Sebaliknya, kajian ASP dan bahasa Arab bisnis lebih banyak diarahkan pada kebutuhan mahasiswa, kurikulum pendidikan bahasa, tenaga profesional, dan pelaku perdagangan secara umum (Nisa & Arifin, 2020; Muslimah et al., 2025; Habibullahi et al., 2025). Dengan demikian, masih terdapat ruang pengembangan program yang secara spesifik menjadikan bahasa Arab sebagai kompetensi fungsional santripreneur sekaligus mengintegrasikannya dengan terminologi akad, komunikasi transaksi, promosi produk halal, dan etika bisnis syariah.

Berangkat dari kesenjangan tersebut, Sekolah Tinggi Ilmu Syariah (STIS) Sultan Fatah Lampung Utara melalui civitas akademika Program Studi Hukum Keluarga Islam dan Hukum Ekonomi Syariah mengembangkan program pengabdian bertajuk *Smart Arabic for Islamic Business: Pelatihan Bahasa Arab Praktis Bisnis Syariah bagi Santripreneur di Pondok Pesantren*. Kebaruan program ini terletak pada integrasi empat kompetensi dalam satu model pelatihan, yaitu penguasaan *mufradat* bisnis, komunikasi transaksi dalam bahasa Arab, pemahaman terminologi akad syariah, serta keterampilan menyusun materi promosi produk berbahasa Arab. Integrasi antara pembelajaran bahasa dan kewirausahaan memiliki dasar akademik karena pengembangan ASP yang berbasis kebutuhan mampu mengarahkan peserta pada kompetensi bahasa yang lebih kontekstual, sedangkan integrasinya dengan kewirausahaan memberikan ruang bagi bahasa Arab untuk digunakan sebagai kompetensi produktif di luar kepentingan akademik-keagamaan (Nisa & Arifin, 2020; Muslimah et al., 2025). Dengan demikian, bahasa Arab dalam program ini tidak hanya ditempatkan sebagai bahasa untuk memahami literatur keislaman, tetapi juga sebagai modal komunikatif santripreneur dalam mendukung aktivitas bisnis syariah.

Program *Smart Arabic for Islamic Business* selanjutnya dirancang melalui pendekatan pembelajaran praktis dan partisipatif. Materi tidak berhenti pada pengenalan kosakata, melainkan diarahkan pada situasi komunikasi yang mungkin ditemui santripreneur, seperti menyebutkan nama dan karakteristik produk, menanyakan dan menyampaikan harga, melakukan percakapan antara penjual dan pembeli, memahami istilah akad, menyusun deskripsi produk, membuat promosi sederhana dalam bahasa Arab, serta melakukan simulasi transaksi. Orientasi semacam ini sejalan dengan prinsip ASP yang menempatkan kebutuhan konkret pengguna sebagai dasar pemilihan materi dan keterampilan bahasa (Nisa & Arifin, 2020; Akram & Ahmad, 2022). Pendekatan tersebut juga relevan dengan temuan Habibullahi et al. bahwa penggunaan materi bisnis yang nyata, komunikasi transaksi, dan pemasaran merupakan komponen penting dalam pengembangan bahasa Arab bisnis (Habibullahi et al., 2025). Pelatihan selanjutnya diintegrasikan dengan nilai *shidq*, amanah, transparansi, tanggung jawab, serta penghindaran terhadap riba, *gharar*, dan praktik usaha yang merugikan pihak lain sehingga penguatan kompetensi bahasa tetap berada dalam kerangka bisnis syariah.

Dengan konstruksi tersebut, *Smart Arabic for Islamic Business* diarahkan bukan sekadar sebagai pelatihan bahasa Arab, melainkan sebagai program pemberdayaan yang mempertemukan kompetensi kebahasaan, literasi ekonomi syariah, keterampilan kewirausahaan, dan kebutuhan nyata mitra. Model ini diharapkan dapat memperluas pemanfaatan bahasa Arab di lingkungan pesantren dari bahasa akademik-keagamaan menuju bahasa yang produktif dan aplikatif dalam pengembangan usaha. Pengembangan keterampilan komunikasi berbasis profesi dapat memperbesar relevansi pembelajaran bahasa terhadap kehidupan peserta, sedangkan pemberdayaan kewirausahaan pesantren dapat memperkuat kemandirian ekonomi santri dan lembaga (Akram & Ahmad, 2022; Falach et al., 2023; Budimansyah & Hasyimi, 2024). Oleh karena itu, kegiatan ini diharapkan memberikan kontribusi ganda, yaitu penguatan kapasitas individu santripreneur sekaligus pengembangan ekosistem kewirausahaan syariah di lingkungan Pondok Pesantren Futuhiyyah 1.

Berdasarkan permasalahan mitra, perkembangan literatur, *state of the art*, serta kesenjangan pengabdian tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk: (1) meningkatkan penguasaan *mufradat* dan pola komunikasi bahasa Arab bisnis pada santripreneur; (2) meningkatkan pemahaman santripreneur terhadap istilah akad dan literasi ekonomi syariah dalam bahasa Arab secara aplikatif; (3) meningkatkan keterampilan santripreneur dalam menyusun dan mempraktikkan materi promosi produk menggunakan bahasa Arab; serta (4) meningkatkan kepercayaan diri santripreneur dalam menggunakan bahasa Arab pada konteks transaksi dan aktivitas bisnis nyata. Pencapaian tujuan tersebut diharapkan menghasilkan santripreneur yang tidak hanya memahami bahasa Arab sebagai bahasa ilmu keislaman, tetapi juga mampu memanfaatkannya sebagai keterampilan praktis dalam mendukung pengembangan usaha dan kemandirian ekonomi pesantren.

## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR), yang menempatkan santripreneur sebagai peserta aktif dalam proses identifikasi kebutuhan, pelaksanaan pelatihan, praktik, evaluasi, dan refleksi program. Pendekatan PAR relevan untuk kegiatan pemberdayaan karena menekankan partisipasi mitra melalui tahapan perencanaan, tindakan, observasi, dan refleksi (MacDonald, 2012; Kemmis et al., 2014).

Kegiatan dilaksanakan di Pondok Pesantren Futuhiyyah 1, Dusun Melungun Dalam, Muara Aman, Kecamatan Bukit Kemuning, Kabupaten Lampung Utara, pada Maret–Mei 2026. Peserta berjumlah 20 santri tingkat akhir yang memiliki dasar bahasa Arab dan terlibat atau memiliki minat dalam pengelolaan unit usaha pesantren, seperti kantin, konveksi, dan katering. Pemilihan materi diawali dengan *needs analysis* agar isi pelatihan sesuai dengan kebutuhan komunikatif dan aktivitas usaha peserta (Hutchinson & Waters, 1987; Nisa & Arifin, 2020).

**Tahapan Pelaksanaan**

Pelaksanaan kegiatan terdiri atas empat tahap utama. Pertama, tahap persiapan meliputi koordinasi dengan mitra, analisis kebutuhan, pemetaan kemampuan awal, serta penyusunan modul *Smart Arabic for Islamic Business*. Kedua, tahap pelatihan dilaksanakan menggunakan pendekatan *Communicative Language Teaching* melalui ceramah interaktif, *drilling* kosakata, praktik *hiwar*, *role-play*, dan latihan promosi produk. Pendekatan komunikatif digunakan agar peserta tidak hanya memahami kosakata, tetapi mampu menggunakan bahasa Arab dalam konteks transaksi nyata (Richards, 2006; Habibullahi et al., 2025).

Ketiga, tahap simulasi dilakukan melalui praktik bazar santripreneur berbahasa Arab. Peserta berlatih memperkenalkan produk, menyebutkan harga, merespons pertanyaan pembeli, melakukan percakapan transaksi, dan mempromosikan produk. Keempat, tahap evaluasi dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test*, lembar observasi, angket respons peserta, serta refleksi bersama mitra. Evaluasi diarahkan pada empat aspek utama, yaitu penguasaan *mufradat* bisnis, pemahaman istilah akad syariah, kemampuan komunikasi transaksi, dan keterampilan promosi produk berbahasa Arab.

Instrumen yang digunakan meliputi lembar *pre-test* dan *post-test*, rubrik praktik komunikasi lisan, lembar observasi selama simulasi, angket respons peserta menggunakan skala Likert 1–5, serta pedoman refleksi. Data kuantitatif dianalisis secara deskriptif melalui perbandingan nilai sebelum dan sesudah pelatihan, sedangkan data observasi dan refleksi dianalisis secara deskriptif kualitatif.

**Table 1.** Jadwal dan Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

| Tahap | Kegiatan | Waktu |
|---|---|---|
| Persiapan | Koordinasi mitra, *needs analysis*, pemetaan kemampuan awal, penyusunan modul dan instrumen *pre-test/post-test* | Maret 2026 |
| Pelaksanaan I | Sesi 1–3: *mufradat* dasar muamalah, *hiwar* jual beli, dan bahasa promosi produk | April 2026 |
| Pelaksanaan II | Sesi 4–6: akad syariah, komunikasi bisnis digital, dan etika bisnis Islam | April 2026 |
| Simulasi Terapan | Praktik bazar santripreneur berbahasa Arab dan observasi performa peserta | Mei 2026 |
| Evaluasi | *Post-test*, angket respons peserta, evaluasi praktik, dan refleksi bersama mitra | Mei 2026 |
| Tindak Lanjut | Pendampingan penggunaan bahasa Arab pada produk dan media promosi usaha santri | Mei 2026 |

Source: Primary Data, 2017 (Edited).

Berdasarkan Tabel 1, pelaksanaan kegiatan dilakukan secara bertahap mulai dari persiapan pada Maret 2026, pelatihan inti pada April 2026, hingga simulasi, evaluasi, dan tindak lanjut pada Mei 2026. Susunan tahapan tersebut dirancang agar proses pelatihan tidak berhenti pada penyampaian materi, tetapi berlanjut pada praktik, evaluasi capaian, serta pendampingan penerapan bahasa Arab dalam aktivitas usaha santri. Pola ini juga mencerminkan prinsip *Participatory Action Research* yang menekankan keterlibatan peserta dalam proses perencanaan, tindakan, observasi, dan refleksi (MacDonald, 2012; Kemmis et al., 2014).

Materi pelatihan disusun dalam modul *Smart Arabic for Islamic Business* yang terdiri atas enam unit tematik. Setiap unit dikembangkan berdasarkan kebutuhan peserta dan mengintegrasikan kompetensi kebahasaan, literasi ekonomi syariah, serta praktik bisnis santri (Nisa & Arifin, 2020; Muslimah et al., 2025).

**Table 2.** Struktur Modul Pelatihan *Smart Arabic for Islamic Business*

| Unit | Tema | Kompetensi Kebahasaan | Konteks Bisnis Syariah |
|---|---|---|---|
| 1 | *Mufradat* Dasar Muamalah | Menguasai kosakata inti seperti بيع, شراء, ربح, رأس المال, dan بضاعة | Transaksi harian unit usaha pesantren |
| 2 | *Hiwar* Jual Beli (البيع والشراء) | Pola tanya-jawab harga, jumlah, permintaan, dan penawaran | Simulasi penjual dan pembeli |
| 3 | Bahasa Promosi Produk | Menyusun kalimat deskriptif dan persuasif sederhana | Promosi makanan, katering, dan konveksi |
| 4 | Akad Syariah dalam Bahasa Arab | Memahami istilah *murabahah, mudharabah, musyarakah,* dan *ijarah* | Identifikasi dan simulasi transaksi syariah |
| 5 | Korespondensi dan Media Sosial Bisnis | Menulis pesan pendek, deskripsi produk, dan *caption* promosi | Promosi melalui WhatsApp dan Instagram |
| 6 | Etika Bisnis Islami (*Akhlaq al-Tijarah*) | Kosakata tentang kejujuran, amanah, riba, dan *gharar* | Studi kasus etika transaksi dan perdagangan |

Berdasarkan Tabel 2, struktur modul *Smart Arabic for Islamic Business* disusun secara bertahap dari penguasaan *mufradat* dasar menuju keterampilan komunikasi bisnis yang lebih aplikatif. Enam unit tersebut mengintegrasikan kemampuan bahasa Arab, pemahaman akad syariah, promosi produk, komunikasi digital, dan etika bisnis Islam. Struktur ini disesuaikan dengan kebutuhan santripreneur agar bahasa Arab tidak hanya dipahami secara teoritis, tetapi dapat digunakan dalam aktivitas usaha, transaksi, dan promosi produk secara nyata (Nisa & Arifin, 2020; Muslimah et al., 2025).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program *Smart Arabic for Islamic Business* di Pondok Pesantren Futuhiyyah 1, Bukit Kemuning, Lampung Utara, melibatkan 20 santri tingkat akhir dan dilaksanakan pada Maret–Mei 2026. Evaluasi program dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test*, observasi praktik, angket respons peserta, serta refleksi bersama mitra. Hasil kegiatan disajikan berdasarkan empat tujuan program, yaitu peningkatan penguasaan *mufradat* dan komunikasi bahasa Arab bisnis, pemahaman istilah akad syariah, keterampilan promosi produk berbahasa Arab, serta kepercayaan diri peserta dalam berkomunikasi pada konteks bisnis.

### Peningkatan Penguasaan *Mufradat* dan Komunikasi Bahasa Arab Bisnis

Hasil *pre-test* menunjukkan bahwa kemampuan awal peserta dalam menggunakan bahasa Arab pada konteks bisnis masih terbatas. Meskipun peserta

telah memiliki dasar bahasa Arab melalui pembelajaran kitab kuning, kosakata yang dikuasai lebih banyak berkaitan dengan konteks keagamaan dan belum diarahkan secara khusus pada aktivitas usaha. Kondisi tersebut memperkuat pentingnya pembelajaran bahasa Arab berbasis kebutuhan karena pemilihan materi harus disesuaikan dengan konteks penggunaan bahasa oleh peserta (Hutchinson & Waters, 1987; Nisa & Arifin, 2020).

Pelatihan dilakukan melalui pengenalan *mufradat* bisnis, latihan *hiwar*, *drilling*, tanya jawab, dan *role-play* transaksi. Hasil perbandingan *pre-test* dan *post-test* menunjukkan peningkatan pada seluruh indikator yang diukur sebagaimana disajikan pada Tabel 3.

**Table 3.** Perbandingan Hasil *Pre-Test* dan *Post-Test* Peserta

| Aspek yang Diukur | Rerata *Pre-Test* | Rerata *Post-Test* | Peningkatan |
|---|---|---|---|
| Penguasaan *Mufradat* Bisnis | 42,5 | 78,3 | 84,2% |
| Kemampuan *Hiwar* Transaksi | 38,1 | 74,6 | 95,8% |
| Pemahaman Istilah Akad Syariah | 45,0 | 80,2 | 78,2% |
| Kepercayaan Diri Berkomunikasi | 3,1/5 | 4,4/5 | 41,9% |

*Source: Primary Data, 2017 (Edited).*

Berdasarkan Tabel 3, penguasaan *mufradat* bisnis meningkat dari rerata 42,5 menjadi 78,3, atau sebesar 84,2%. Peningkatan paling tinggi terdapat pada kemampuan *hiwar* transaksi, yaitu dari 38,1 menjadi 74,6, atau sebesar 95,8%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa latihan komunikasi yang dilakukan secara berulang dan dikaitkan langsung dengan aktivitas jual beli dapat membantu peserta menggunakan kosakata secara lebih fungsional.

Temuan ini sejalan dengan prinsip *Communicative Language Teaching* yang menekankan penggunaan bahasa dalam interaksi nyata, bukan sekadar penguasaan kaidah dan hafalan kosakata (Richards, 2006). Nisa dan Arifin juga menjelaskan bahwa pembelajaran bahasa Arab untuk tujuan khusus akan lebih relevan ketika kosakata dan pola komunikasi disesuaikan dengan kebutuhan pengguna (Nisa & Arifin, 2020). Dengan demikian, penggunaan *drilling*, *hiwar*, dan simulasi transaksi dalam kegiatan ini berkontribusi terhadap penguatan kompetensi bahasa Arab bisnis peserta.



**Gambar 1.** Pelaksanaan pelatihan *mufradat* dan *hiwar* bahasa Arab bisnis bagi santripreneur.

**Peningkatan Pemahaman Istilah Akad dan Literasi Ekonomi Syariah dalam Bahasa Arab**

Tujuan kedua kegiatan adalah meningkatkan kemampuan peserta memahami istilah akad syariah dalam bahasa Arab secara aplikatif. Pada tahap awal, peserta umumnya telah mengenal istilah seperti *murabahah*, *mudharabah*, *musyarakah*, dan *ijarah* melalui kajian fikih muamalah, tetapi pemahamannya masih lebih bersifat konseptual. Peserta belum seluruhnya mampu menghubungkan istilah tersebut dengan bentuk transaksi usaha yang mereka praktikkan.

Materi akad syariah kemudian diberikan melalui contoh transaksi yang dekat dengan aktivitas usaha santri, seperti jual beli makanan, jasa konveksi, dan pengelolaan usaha bersama. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa rerata pemahaman istilah akad syariah meningkat dari 45,0 pada *pre-test* menjadi 80,2 pada *post-test*, atau mengalami peningkatan sebesar 78,2%. Capaian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan kasus konkret membantu peserta memahami istilah muamalah tidak hanya sebagai kosakata, tetapi sebagai konsep yang dapat diterapkan dalam kegiatan ekonomi.

Temuan tersebut mendukung kajian Muslimah et al. yang menunjukkan bahwa pengembangan *Arabic for Specific Purposes* dapat diintegrasikan dengan kewirausahaan agar kompetensi bahasa berhubungan langsung dengan kebutuhan profesional dan aktivitas ekonomi (Muslimah et al., 2025). Integrasi ini juga memperlihatkan bahwa bahasa Arab dapat menjadi sarana untuk memperkuat literasi ekonomi syariah karena banyak konsep muamalah menggunakan terminologi Arab sebagai istilah dasarnya.

Melalui proses tersebut, peserta tidak hanya mengetahui arti istilah akad, tetapi mulai mampu mengidentifikasi perbedaan penggunaan akad berdasarkan bentuk transaksi. Hal ini menjadi salah satu karakter pembeda program *Smart Arabic for Islamic Business*, yaitu mengintegrasikan dimensi kebahasaan dengan pemahaman transaksi syariah secara kontekstual.



**Gambar 2.** Penyampaian materi istilah akad syariah dan praktik identifikasi transaksi dalam bahasa Arab.

### Peningkatan Keterampilan Menyusun dan Mempraktikkan Promosi Produk Berbahasa Arab

Tujuan ketiga kegiatan adalah meningkatkan keterampilan peserta dalam menyusun dan mempraktikkan promosi produk menggunakan bahasa Arab. Pelatihan pada aspek ini meliputi penyusunan nama produk, deskripsi sederhana, penyampaian harga, keunggulan produk, serta pembuatan *caption* promosi. Materi disesuaikan dengan jenis usaha yang dekat dengan aktivitas peserta, terutama makanan olahan, katering, dan konveksi busana muslim.

Praktik utama dilakukan melalui simulasi bazar santripreneur. Peserta diminta berperan sebagai penjual dan pembeli serta menggunakan bahasa Arab untuk memperkenalkan produk, menjelaskan karakteristik produk, menyampaikan harga, merespons pertanyaan konsumen, dan menutup transaksi. Berdasarkan lembar observasi, sebagian besar peserta telah mampu menyusun promosi sederhana dengan memuat unsur nama produk, harga, karakteristik, dan keunggulan produk. Namun, beberapa peserta masih membutuhkan bantuan dalam aspek pengucapan (*nutq*) dan penyusunan kalimat spontan ketika pertanyaan pembeli berada di luar pola yang telah dilatih.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pembelajaran bahasa berbasis praktik memberikan ruang bagi peserta untuk menggunakan beberapa kompetensi secara bersamaan. Pada simulasi bazar, peserta tidak hanya menggunakan *mufradat* bisnis, tetapi juga menerapkan *hiwar* transaksi, istilah muamalah, serta bahasa promosi dalam satu situasi komunikasi. Habibullahi et al. menjelaskan bahwa penguasaan bahasa Arab untuk komunikasi bisnis perlu diarahkan pada kegiatan pemasaran, promosi, dan transaksi agar bahasa memiliki fungsi praktis dalam dunia usaha (Habibullahi et al., 2025). Temuan ini juga sejalan dengan Muslimah et al. yang menegaskan bahwa integrasi bahasa Arab dan kewirausahaan mampu memperluas fungsi pembelajaran bahasa menjadi kompetensi produktif (Muslimah et al., 2025).

Berbeda dengan tiga indikator lainnya, keterampilan promosi produk pada kegiatan ini belum diukur menggunakan skor *pre-test* dan *post-test* tersendiri, tetapi dievaluasi melalui observasi performa peserta dalam simulasi. Oleh karena itu, pembahasan aspek ini didasarkan pada capaian praktik dan catatan observasi, sehingga tidak menggunakan persentase yang tidak berasal dari instrumen pengukuran.



**Gambar 3.** Praktik komunikasi penjual dan pembeli dalam simulasi transaksi berbahasa Arab.

**Peningkatan Kepercayaan Diri Santripreneur dalam Komunikasi Bisnis Berbahasa Arab**

Tujuan keempat program adalah meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam menggunakan bahasa Arab pada aktivitas bisnis. Pada awal kegiatan, sebagian peserta masih menunjukkan keraguan ketika diminta melakukan percakapan transaksi. Peserta cenderung bergantung pada teks, berhenti cukup lama ketika menyusun respons, serta kembali menggunakan bahasa Indonesia ketika mengalami kesulitan menemukan kosakata.

Setelah mengikuti latihan *hiwar*, *role-play*, praktik promosi, dan simulasi bazar, terjadi peningkatan pada aspek kepercayaan diri. Skor rata-rata meningkat dari 3,1

menjadi 4,4 pada skala 5, atau sebesar 41,9%. Perubahan tersebut juga tampak selama simulasi, ketika peserta mulai berani menawarkan produk, menjawab pertanyaan, dan mempertahankan komunikasi sederhana dalam bahasa Arab tanpa sepenuhnya bergantung pada teks.

Selain pengukuran tersebut, angket respons peserta menunjukkan bahwa program memperoleh penilaian positif. Hasilnya disajikan pada Tabel 4.

**Table 4.** Respons Peserta terhadap Pelaksanaan Program

| Indikator | Rerata Skor | Persentase dari Skor Maksimum | Kategori |
|---|---|---|---|
| Relevansi materi dengan kebutuhan peserta | 4,5/5 | 90% | Sangat Baik |
| Metode penyampaian dan praktik | 4,3/5 | 86% | Sangat Baik |

*Source: Primary Data, 2017 (Edited).*

Berdasarkan Tabel 4, relevansi materi memperoleh skor rata-rata 4,5 dari 5 atau 90% dari skor maksimum, sedangkan metode penyampaian memperoleh skor 4,3 dari 5 atau 86%. Data tersebut memperlihatkan bahwa peserta menilai pelatihan sesuai dengan kebutuhan mereka serta memberikan pengalaman belajar yang lebih praktis. Tingginya penilaian terhadap relevansi materi menunjukkan pentingnya pendekatan berbasis kebutuhan dalam pembelajaran bahasa untuk tujuan khusus (Hutchinson & Waters, 1987; Nisa & Arifin, 2020).

Peningkatan kepercayaan diri peserta juga berkaitan dengan intensitas praktik. Pendekatan komunikatif memberikan ruang kepada peserta untuk mencoba, melakukan kesalahan, menerima koreksi, dan mengulang kembali pola bahasa pada situasi yang menyerupai penggunaan nyata (Richards, 2006). Dengan demikian, *role-play* dan simulasi bazar tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis, tetapi juga membantu mengurangi keraguan peserta ketika menggunakan bahasa Arab dalam aktivitas bisnis.

Secara keseluruhan, pelaksanaan program didukung oleh keterlibatan pengasuh dan pengurus pesantren, kemampuan dasar bahasa Arab peserta, serta tingginya antusiasme santri karena materi berkaitan langsung dengan aktivitas usaha. Kendala utama terletak pada keterbatasan waktu latihan, khususnya untuk membentuk kemampuan berbicara spontan atau *muhadatsah hurrah*. Oleh karena itu, pendampingan lanjutan pada Mei 2026 diarahkan pada penggunaan bahasa Arab dalam deskripsi produk dan media promosi usaha santri.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa *Smart Arabic for Islamic Business* mampu memperluas fungsi bahasa Arab di lingkungan pesantren dari bahasa yang dominan digunakan untuk kajian keagamaan menjadi keterampilan komunikatif yang relevan dengan aktivitas ekonomi. Peningkatan sebesar 84,2% pada penguasaan *mufradat* bisnis, 95,8% pada kemampuan *hiwar* transaksi, 78,2% pada pemahaman akad syariah, serta 41,9% pada kepercayaan diri memperlihatkan capaian positif program. Temuan tersebut menguatkan pandangan bahwa pembelajaran bahasa Arab berbasis kebutuhan dan konteks kewirausahaan dapat menghasilkan kompetensi yang lebih aplikatif (Nisa & Arifin, 2020; Muslimah et al., 2025; Habibullahi et al., 2025).

## KESIMPULAN

Program *Smart Arabic for Islamic Business* terbukti mampu memperkuat kompetensi bahasa Arab praktis santripreneur di Pondok Pesantren Futuhiyyah 1 melalui integrasi kebahasaan, literasi ekonomi syariah, dan praktik kewirausahaan. Capaian program terlihat dari peningkatan penguasaan *mufradat* bisnis sebesar 84,2%, kemampuan *hiwar* transaksi sebesar 95,8%, pemahaman istilah akad syariah sebesar 78,2%, serta kepercayaan diri berkomunikasi sebesar 41,9%. Simulasi bazar juga menunjukkan bahwa peserta telah mampu menerapkan bahasa Arab untuk memperkenalkan produk, menyampaikan harga, merespons pertanyaan konsumen, dan melakukan promosi sederhana. Temuan ini menegaskan bahwa pembelajaran bahasa Arab berbasis kebutuhan nyata lebih efektif dalam membentuk kompetensi fungsional dibandingkan pembelajaran yang terpisah dari konteks penggunaannya. Meskipun demikian, kemampuan berbicara spontan dan ketepatan pengucapan masih memerlukan pendampingan lanjutan. Oleh karena itu, program ini layak dikembangkan secara berkelanjutan dan direplikasi pada pesantren lain sebagai model penguatan santripreneur yang komunikatif, produktif, dan berorientasi pada nilai-nilai bisnis syariah.

## REFERENSI

Akram, A., & Ahmad, Z. (2022). Teaching Arabic language for specific purposes. *International Journal of Islamic Business, Administration and Social Sciences (JIBAS), 2*(2), 1–10.

Budimansyah, B., & Hasyimi, D. M. (2024). Pemberdayaan ekonomi berbasis pondok pesantren melalui program santripreneur di pondok pesantren. *Jurnal Ilmiah Edunomika, 8*(4). https://doi.org/10.29040/jie.v8i4.15147

Falach, A. N., Ridwan, M., & Zenrif, M. F. (2023). Santripreneurship in practice: A model of entrepreneurship development at Sunan Drajat Islamic Boarding School, Lamongan. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam, 14*(2), 205–225. https://doi.org/10.21580/economica.2023.14.2.26006

Habibullahi, A.-H., Muhammed, S. A., & AbdulRafih, A.-F. S. (2025). Arabic for effective business communication and marketing promotion: A town and gown analysis in Nigeria context. *Social Empowerment Journal, 7*(2), 52–69. https://doi.org/10.34118/sej.v7i2.4276

Hutchinson, T., & Waters, A. (1987). *English for specific purposes: A learning-centred approach*. Cambridge University Press.

Kementerian Agama Republik Indonesia. (2024). *Bantuan inkubasi bisnis pesantren tahun anggaran 2024*. Direktorat Pendidikan Diniyah dan Pondok Pesantren, Direktorat Jenderal Pendidikan Islam, Kementerian Agama Republik Indonesia.

Kemmis, S., McTaggart, R., & Nixon, R. (2014). *The action research planner: Doing critical participatory action research*. Springer.

MacDonald, C. (2012). Understanding participatory action research: A qualitative research methodology option. *The Canadian Journal of Action Research, 13*(2), 34–50. https://doi.org/10.33524/cjar.v13i2.37

Muslimah, M., Afyuddin, M. S., Cahyono, M. E., & Pradana, S. A. (2025). Bridging language learning and entrepreneurship: Examining Arabic language students' potential in developing "Arabic for Specific Purposes" module projects. *Journal of Arabic Language Learning and Teaching, 3*(1), 13–32. https://doi.org/10.23971/jallt.v3i1.294

Nisa, M., & Arifin, S. (2020). Bahasa Arab untuk tujuan khusus di Indonesia dan Malaysia: Tinjauan normatif dan empiris. *Buletin Al-Turas, 26*(1), 37–53. https://doi.org/10.15408/bat.v26i1.13303

Richards, J. C. (2006). *Communicative language teaching today*. Cambridge University Press.

Yamani, A. Z., & Faiz, M. N. (2022). Penguatan santripreneur melalui pemberdayaan ekonomi di lingkungan pondok pesantren. *Madani: Indonesian Journal of Civil Society, 4*(2), 88–94. https://doi.org/10.35970/madani.v4i2.1456.