

MODERNISASI ISLAMIC ENTREPRENEURSHIP DI ERA TEKNOLOGI SESUAI DENGAN PRINSIP KEADILAN DAN KEJUJURAN

Samirah¹, Meliana Esmiralda Wijaya², Muhammad Wahyuddin Abdullah³

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Email: mirasah10@gmail.com¹, melianaesmiralda9@gmail.com², rwahyuddin.abdullah@uin-alauddin.ac.id³

Abstrak: Modernisasi kewirausahaan Islam (Islamic entrepreneurship) di era digital dengan menekankan prinsip keadilan dan kejujuran sebagai fondasi etika bisnis Islami. Berbasis metode studi pustaka dengan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini menganalisis literatur terkait perkembangan kewirausahaan Muslim yang memanfaatkan teknologi digital, termasuk e-commerce, media sosial, fintech, dan crowdfunding syariah. Hasil kajian menunjukkan bahwa Modernisasi digital menawarkan peluang signifikan bagi pelaku usaha Muslim dalam memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, serta memperkuat transparansi dan tanggung jawab sosial. Namun, tantangan seperti keterbatasan akses modal syariah, kesenjangan literasi digital, serta kepatuhan terhadap nilai-nilai syariah tetap menjadi hambatan yang perlu diatasi. Oleh karena itu, integrasi nilai-nilai tauhid, amanah, keadilan, dan kejujuran dalam praktik bisnis serta penguatan pendidikan kewirausahaan Islam menjadi kunci dalam membentuk ekosistem ekonomi syariah yang berkelanjutan dan berkeadilan di era digital.

Kata kunci: Islamic Entrepreneurship, Keadilan, Kejujuran, Digitalisasi, Ekonomi Syariah, Nilai Islam.

Abstract: Modernization of Islamic entrepreneurship in the digital era by emphasizing the principles of justice and honesty as the foundation of Islamic business ethics. Based on a literature study method with a qualitative descriptive approach, this study analyzes literature related to the development of Muslim entrepreneurship that utilizes digital technology, including e-commerce, social media, fintech, and sharia crowdfunding. The results of the study indicate that digital Modernization offers significant opportunities for Muslim business actors in expanding markets, increasing efficiency, and strengthening transparency and social responsibility. However, challenges such as limited access to sharia capital, digital literacy gaps, and compliance with sharia values remain obstacles that need to be overcome. Therefore, the integration of the values of tauhid, amanah, justice, and honesty in business practices and strengthening Islamic entrepreneurship education are key to forming a sustainable and equitable sharia economic ecosystem in the digital era.

Keywords: Islamic Entrepreneurship, Justice, Honesty, Digitalization, Sharia Economy, Islamic Values.

PENDAHULUAN

Kewirausahaan dalam Islam, atau yang sering dikenal dengan istilah "Islamic Entrepreneurship," mengacu pada praktik kewirausahaan yang berlandaskan pada prinsip-prinsip ajaran Islam. Konsep ini berfokus pada bagaimana menjalankan bisnis tidak hanya untuk meraih keuntungan, tetapi juga untuk memenuhi tanggung jawab sosial dan moral kepada masyarakat, serta untuk mencari keridhaan Allah. Dalam konteks ini, kewirausahaan tidak dapat dipisahkan dari nilai-nilai Islam yang menekankan integritas, keadilan, dan kepatuhan terhadap hukum syariah.

Karakteristik kewirausahaan dalam Islam seringkali ditandai dengan prinsip kejujuran, profesionalisme, dan komitmen terhadap kualitas dalam setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Hal ini merujuk pada teladan Nabi Muhammad SAW, yang dikenal sebagai pedagang yang jujur dan adil. Nabi Muhammad SAW menunjukkan bahwa kewirausahaan yang baik harus berorientasi pada kepuasan pelanggan dan hubungan kemitraan yang saling menguntungkan¹. Islam juga mendorong para wirausaha untuk tidak terjebak dalam praktik riba atau penipuan yang bertentangan dengan nilai-nilai syariah, demi menjaga keberkahan dalam bisnis².

Dari perspektif psikologis dan sosiologis, nilai-nilai Islam memiliki pengaruh signifikan terhadap niat dan sikap kewirausahaan di kalangan masyarakat Muslim. Penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam dapat meningkatkan motivasi dan keinginan individu untuk berwirausaha, dengan menekankan bahwa bisnis adalah satu bentuk ibadah yang dapat bernilai pahala jika dilakukan dengan niat yang benar. Kewirausahaan dalam konteks ini diharapkan bukan hanya menghasilkan produk dan layanan, tetapi juga memberikan dampak positif pada masyarakat, seperti dalam konteks kewirausahaan sosial yang banyak diminati oleh generasi muda Muslim saat ini³.

Ada kebutuhan mendesak untuk mengintegrasikan pendidikan kewirausahaan dengan nilai-nilai Islam di lembaga pendidikan, terutama di pesantren atau sekolah Islam. Pendidikan ini penting untuk mempersiapkan generasi muda agar mereka tidak hanya mampu berkompetisi di pasar global, tetapi juga mampu menjalankan usaha mereka dengan mempertimbangkan aspek etika dan tanggung jawab sosial. Kurikulum yang menggabungkan teori kewirausahaan dan aplikasi nilai-nilai Islam akan sangat berguna dalam membentuk karakter wirausahawan yang tidak hanya cakap dalam bisnis, tetapi juga taat pada ajaran agama⁴.

Dengan perkembangan teknologi dan digitalisasi, kewirausahaan Islam juga menghadapi tantangan dan peluang baru. Penggunaan teknologi digital dalam bisnis dapat menjadi alat yang kuat untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan efisiensi, namun harus dilakukan dalam kerangka yang memastikan semua aktivitas bisnis tetap sesuai dengan nilai-nilai Islam. Prinsip-prinsip seperti keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial harus senantiasa dijunjung, bahkan dalam konteks penggunaan teknologi yang cepat

¹ Abdul H Sirat et al., "Islamic Entrepreneur in the Business Concept of Prophet Muhammad SAW: A Conceptual Review," *International Journal of Social Science and Human Research* 07, no. 10 (2024), <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v7-i10-24>.

² Fatimatuz Zahro and Jamal Fakhri, "Al-Qur'an Perspective on the Concept of Islamicpreneurship in Economic Growth," *Jassp* 3, no. 1 (2023): 63–71, <https://doi.org/10.23960/jassp.v3i1.110>.

³ Yosa S Rosihaza et al., "Determinants of Social Entrepreneurship From Islamic Perspective," *I-IECONS*, 2023, 648–61, <https://doi.org/10.33102/iecons.v10i1.46>.

⁴ Muhammad Ardiansyah, Léo-Paul Dana, and Vanessa Raten, "Entrepreneurship of Islamic Business Management Students in Post-Graduation Business Practices," *Ijib* 1, no. 3 (2024): 223–33, <https://doi.org/10.62569/ijib.v1i3.40>.

berubah⁵.

Secara keseluruhan, kewirausahaan dalam Islam berpotensi untuk berkembang pesat jika dikelola dengan baik. Namun, hal ini memerlukan kesadaran dan komitmen dari para wirausaha untuk mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan praktik bisnis mereka agar dapat membangun ekonomi yang lebih berkeadilan dan berkelanjutan⁶. Kewirausahaan bukan hanya sekadar profesi, tetapi sebuah misi yang berorientasi pada manfaat jangka panjang bagi individu dan masyarakat sesuai dengan ajaran agama.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola kewirausahaan. Digitalisasi dalam bisnis telah mengubah cara wirausaha menjalankan dan mengelola usaha mereka, di mana teknologi seperti media sosial dan platform online telah mempermudah pemasaran produk dan akses pasar bagi wirausaha kecil dan menengah (UKM). Penelitian menunjukkan bahwa Modernisasi digital efektif dalam meningkatkan kinerja UKM di sektor kafe di Bandung, menggambarkan betapa penggunaan teknologi digital dapat memperkuat ketahanan bisnis di tengah krisis eksternal dan berkontribusi pada keberlanjutan nilai ekonomi⁷.

Namun, di tengah kemajuan ini, penting untuk mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam praktik kewirausahaan. Nilai-nilai tersebut berfungsi sebagai pedoman moral dan etika yang dapat membantu wirausaha menghadapi tantangan yang muncul dari penggunaan teknologi, termasuk isu privasi dan etika komunikasi. Dengan demikian, integrasi nilai-nilai Islam dapat membantu menciptakan tidak hanya usaha yang berkelanjutan, tetapi juga usaha yang bertanggung jawab dan mengedepankan keadilan sosial⁸. Melalui pendidikan dan implementasi nilai-nilai ini, para wirausaha dapat menghindari dampak negatif dari digitalisasi dan menciptakan masyarakat yang lebih inklusif dan berkeadilan.⁹

Selanjutnya, urgensi integrasi nilai-nilai Islam dalam kewirausahaan tidak hanya terbatas pada aspek moral, tetapi juga berkaitan dengan pembentukan karakter yang baik di era digital. Pendidikan Islam berfungsi tidak hanya untuk menanamkan ilmu, tetapi juga mengarahkan individu untuk berpegang pada prinsip-prinsip akhlak yang mulia dan tanggung jawab sosial. Hal ini mencerminkan perspektif bahwa kewirausahaan bukan hanya tentang mengejar keuntungan, tetapi juga tentang memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan di sekitarnya.¹⁰

Oleh karena itu, integrasi nilai-nilai Islam dalam kewirausahaan digital harus menjadi fokus penting dalam pendidikan dan pelatihan wirausaha saat ini. Ini memerlukan kolaborasi antara lembaga pendidikan dan industri untuk menciptakan kurikulum yang menyatukan aspek teknis dengan pendidikan karakter yang berbasis nilai-nilai Islam, yang pada gilirannya dapat membentuk wirausahawan yang tidak hanya sukses secara finansial, tetapi juga bertanggung jawab secara sosial¹¹.

⁵ Hendra Riofita, "Predicting Muslim MSMEs Customer Behavioral Intentions at Islamic Marketplaces Through Islamic Entrepreneurship Context and Principles," *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship* 27, no. 1 (2024): 110–25, <https://doi.org/10.1108/jrme-07-2023-0122>.

⁶ Khairul H Basir and Siti Fatimahwati Pehin Dato Musa, "An Islamic Perspective of Agripreneurs Motivation," *Journal of Enterprising Communities People and Places in the Global Economy* 16, no. 3 (2021): 402–20, <https://doi.org/10.1108/jec-08-2020-0147>.

⁷ Cut Zurnali and Wahjono Wahjono, "Dampak Transformasi Digital Terhadap Bisnis," *Jurnal Ilmiah Infokam* 19, no. 2 (2024), <https://doi.org/10.53845/infokam.v19i2.355>.

⁸ Taupik R Hakim, "Implementasi Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam Dalam Membina Moderasi Kehidupan Beragama," *Edukasiana Jurnal Inovasi Pendidikan* 1, no. 4 (2022): 192–200, <https://doi.org/10.56916/ejip.v1i4.188>.

⁹ Azka and Jenuri, "Urgensi Nilai Islam Dalam Menghadapi Tantangan Teknologi Kontemporer."

¹⁰ Azka and Jenuri, "Urgensi Nilai Islam Dalam Menghadapi Tantangan Teknologi Kontemporer."

¹¹ Iqbal Anas and Iswanti Iswanti, "Integrasi Nilai-Nilai Islam Dalam Kurikulum Berbasis STEM Di Sekolah Islam Terpadu," *Tadbiruna* 4, no. 1 (2024): 1–14, <https://doi.org/10.51192/jurnalmanajemenpendidikanislam.v4i1.828>.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam tulisan ini adalah metode studi pustaka (library research) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini mengkaji konsep Modernisasi kewirausahaan Islam di era digital melalui analisis berbagai sumber literatur ilmiah seperti jurnal, buku, artikel akademik, dan dokumen digital yang relevan, khususnya yang terbit dalam rentang 2018–2024. Data dianalisis secara mendalam untuk memahami penerapan prinsip-prinsip Islam seperti keadilan, kejujuran, tauhid, dan amanah dalam praktik kewirausahaan digital. Tujuan dari metode ini adalah untuk merumuskan landasan konseptual dan normatif yang dapat dijadikan rujukan dalam pengembangan Islamic entrepreneurship yang etis dan berkelanjutan.

HASIL PENELITIAN

A. Konsep Islamic Entrepreneurship

Entrepreneurship atau kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai proses di mana individu atau kelompok mengidentifikasi dan mengeksplorasi peluang untuk menciptakan nilai baru, baik melalui produk, proses, atau pasar. Definisi ini mencakup kegiatan inovatif yang dilakukan oleh pengusaha untuk mengenalkan sesuatu yang baru dalam ekonomi, yang berkontribusi pada perubahan sosial dan perekonomian berbasis inovasi. Kewirausahaan menggabungkan keberanian untuk mengambil risiko yang telah diperhitungkan dan kemampuan untuk mengorganisasi sumber daya yang terbatas demi mencapai tujuan ekonomi yang lebih besar.¹²

Prinsip dasar kewirausahaan mencakup beberapa konsep sentral. Pertama, kemandirian dan keberanian untuk berinovasi menjadi pendorong utama dalam menciptakan peluang usaha. Hal ini menunjukkan bahwa seorang entrepreneur harus memiliki motivasi yang kuat untuk berinovasi serta kemampuan untuk mengambil risiko dalam mengejar tujuan bisnisnya. Selain itu, kewirausahaan juga berorientasi pada pemecahan masalah dan penciptaan solusi yang bermanfaat bagi masyarakat, yang terintegrasi dalam prinsip social entrepreneurship.¹³

Di Indonesia, pentingnya penerapan prinsip kewirausahaan dalam pendidikan menjadi sorotan. Pendidikan kewirausahaan tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga membekali siswa dengan keterampilan praktis dan mentalitas yang dibutuhkan untuk berwirausaha di masa depan.¹⁴ Melalui berbagai program pendidikan, diharapkan siswa dapat memahami nilai-nilai kewirausahaan dan menerapkannya dalam konteks nyata. Penanaman nilai-nilai ini sejak usia dini akan membekali anak-anak dengan kemandirian dalam wirausaha dan keterampilan yang berguna untuk masa depan mereka.¹⁵

Kewirausahaan dalam perspektif Islam tidak hanya berfokus pada penciptaan keuntungan, tetapi juga harus berlandaskan pada prinsip-prinsip etika dan nilai-nilai moral yang tertuang dalam ajaran Islam. Tiga prinsip dasar yang sering dijadikan landasan dalam kewirausahaan Islami adalah tauhid, amanah, dan keadilan. Setiap prinsip ini memiliki signifikansi yang unik dan saling terkait dalam membentuk karakter seorang entrepreneur yang tidak hanya sukses secara ekonomi tetapi juga bertanggung jawab secara sosial.

¹² Aulia a. putri, “Makalah Definisi, Kriteria, Dan Konsep Umkm,” 2022, <https://doi.org/10.31219/osf.io/h72mr>.

¹³ Riska Setiawati and Deasy Tantriana, “Rekonstruksi Manajemen Pengelolaan Pesantren Berbasis Social Entrepreneurship Untuk Mendorong Kemandirian Pesantren (Studi Kasus Pondok Pesantren Sidogiri),” *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (Manova)* 7, no. 1 (2024): 117–29, <https://doi.org/10.15642/manova.v7i1.1634>.

¹⁴ Lucy Chairael, Lasti Y Hastini, and Mellyna E Y Fitri, “Evaluasi Pemahaman Tentang Kewirausahaan Studi Kasus Mahasiswa Universitas Dharma Andalas,” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas* 25, no. 2 (2023): 573–83, <https://doi.org/10.47233/jebd.v25i2.1000>.

¹⁵ Aminatus Zahriyah, “Penanaman Nilai Kewirausahaan Bagi Anak Usia Dini Melalui Pembelajaran Ekonomi Kreatif,” *Absorbent Mind* 2, no. 2 (2022): 75–85, https://doi.org/10.37680/absorbent_mind.v2i02.1722.

Prinsip tauhid menekankan pada keesaan Tuhan dan pengakuan bahwa segala sesuatu yang dilakukan adalah untuk mencapai ridha-Nya. Dalam kewirausahaan, prinsip ini mengingatkan pengusaha untuk bertindak dengan integritas dan kejujuran dalam setiap aspek bisnis.¹⁶ Mengimplementasikan tauhid berarti menjalankan bisnis dengan penuh kesadaran bahwa semua aktivitas usaha dipertanggungjawabkan kepada Allah, yang mencakup cara pemasaran, proses produksi, hingga pelayanan kepada pelanggan. Memiliki keyakinan bahwa Allah adalah pengatur segala sesuatu membuat pengusaha berkomitmen untuk tidak hanya mengejar profit, tetapi juga menciptakan manfaat bagi masyarakat.¹⁷

Selanjutnya, prinsip amanah atau kepercayaan menyiratkan tanggung jawab yang diemban oleh seorang entrepreneur. Seorang pengusaha harus amanah dalam menjalankan usaha, termasuk dalam pengelolaan sumber daya dan dalam memenuhi hak-hak karyawan dan pelanggan. Melaksanakan amanah mencakup aspek transparansi dan kejujuran dalam setiap transaksi, sehingga membangun kepercayaan di antara semua pihak yang terlibat.¹⁸

Prinsip keadilan dalam kewirausahaan selaras dengan tuntutan untuk memperlakukan semua pihak dengan adil, baik dalam pengambilan keputusan, distribusi keuntungan, maupun dalam perlakuan kepada karyawan. Mengutamakan keadilan dalam bisnis menghilangkan praktik-praktik yang merugikan pihak lain, seperti eksploitasi tenaga kerja dan penipuan pelanggan. Hal ini akan menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan berkelanjutan, yang pada akhirnya mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif.¹⁹

Secara keseluruhan, mengintegrasikan prinsip-prinsip tauhid, amanah, dan keadilan dalam kewirausahaan tidak hanya membentuk seorang entrepreneur yang sukses, tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan sosial dan pembangunan ekonomi yang adil dan berkelanjutan. Model bisnis yang berlandaskan pada nilai-nilai ini diharapkan dapat menghasilkan pertumbuhan yang bukan hanya menguntungkan secara monetari tetapi juga etis dan berkeadilan.²⁰

B. Perbedaan Dengan Entrepreneurship Konvensional.

Perbedaan antara entrepreneurship konvensional dan entrepreneurship sosial memiliki implikasi yang signifikan dalam konteks tujuan, pendekatan, dan hasil yang diharapkan. Entrepreneurship konvensional umumnya berfokus pada pencapaian keuntungan finansial dan pertumbuhan bisnis, sedangkan entrepreneurship sosial menekankan pemecahan masalah sosial dan menciptakan dampak positif bagi masyarakat. Oleh karena itu, perbedaan utama terletak pada misi; di mana entrepreneurship konvensional bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pasar dan menghasilkan laba, entrepreneurship sosial memprioritaskan kesejahteraan sosial dan lingkungan sebagai inti dari aktivitasnya. Dalam konteks ini, entrepreneurship sosial juga dihadapkan pada tantangan dalam hal pengukuran keberhasilan, yang tidak hanya diukur dari aspek finansial, tetapi juga dari dampak sosial yang

¹⁶ Jasmansyah et al., "Integrasi Nilai-Nilai Islam Dalam Etos Kerja Dan Profesionalisme Kerja: Sebuah Kajian Pustaka," *Jppai* 5, no. 1 (2024): 52–75, <https://doi.org/10.52030/manhajuna.v5i1.329>.

¹⁷ Muttaqin Ahmad, "Al-Qur'an Dan Wawasan Ekologi," *Al-Dzikra Jurnal Studi Ilmu Al-Qur'an Dan Al-Hadits* 14, no. 2 (2020): 333–58, <https://doi.org/10.24042/al-dzikra.v14i2.7442>.

¹⁸ Aurellia N Kamila et al., "Pengaruh Penerapan Syariat Islam Terhadap Etika Bisnis Restoran," *Oetoesan-Hindia Telaah Pemikiran Kebangsaan* 6, no. 1 (2024): 1–10, <https://doi.org/10.34199/oh.v6i1.192>.

¹⁹ Tika Widiyan, Muli P A M, and Muhammad Rafi, "Etika Pengambilan Keputusan Dalam Islam: Relevansi Dan Aplikasinya Dalam Praktik Manajerial Kontemporer," *J.Alz* 3, no. 2 (2025): 948–59, <https://doi.org/10.61104/alz.v3i2.1210>.

²⁰ Umar Hamdan, Bariza N Azzulala, and Nasifah, "Urgensi Spiritual Marketing Dan Marketing Syariah Dalam Dunia Bisnis," *Iqtishadia Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 9, no. 1 (2022): 27–37, <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v9i1.5483>.

dihasilkan.²¹

Dari aspek pendekatan, entrepreneurship sosial sering memanfaatkan model bisnis inovatif yang mengintegrasikan keberlanjutan dan dampak sosial dalam strategi mereka. Ini berbeda dengan entrepreneurship konvensional yang lebih cenderung menggunakan pendekatan yang telah teruji, cenderung berorientasi jangka pendek, dan fokus pada efisiensi operasional untuk memaksimalkan keuntungan.²²

Dalam hal ini, peran entrepreneurship sosial sangat penting, terutama dalam menciptakan forum bagi bisnis untuk berkolaborasi dengan masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya guna menghadapi permasalahan sosial yang kompleks. Perbedaan fokus ini berarti bahwa meskipun tujuan akhir keduanya adalah untuk menciptakan nilai, nilai yang dimaksud dalam entrepreneurship sosial mencakup manfaat yang lebih luas di luar keuntungan finansial.²³

C. Prinsip Keadilan Dan Kejujuran Dalam Bisnis Islam

Terdapat beberapa dalil dalam Al-Qur'an dan Hadis yang membahas terkait keadilan dan kejujuran dalam praktek bisnis. Islam menekankan keadilan dan kejujuran sebagai landasan dasar dalam aktivitas bisnis. Dalam Al-Qur'an, beberapa ayat secara eksplisit memberikan petunjuk mengenai prinsip-prinsip tersebut. Ayat-ayat ini menjadi referensi utama dalam akuntansi syariah, menuntut adanya kejujuran dan pertanggungjawaban dalam setiap transaksi. Selain itu, Al-Qur'an juga melarang praktik riba dan penipuan yang dapat merugikan pihak lain, mendukung pembentukan sistem ekonomi yang adil dan inklusif.²⁴ seperti yang tertuang didalam surah An-Nahl ayat 90 telah menginstruksikan umat Islam untuk melakukan transaksi dengan transparansi dan keadilan

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ﴾

Terjemahnya: "Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat ihsan serta memberi kepada kaum kerabat, dan melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran." (QS. An-Nahl: 90).

Ayat ini merupakan landasan umum untuk segala bentuk keadilan, termasuk dalam muamalah atau kegiatan ekonomi. Dalam bisnis, keadilan berarti memberikan hak yang semestinya kepada konsumen, tidak memanipulasi harga, tidak mengeksploitasi, serta memperlakukan semua pihak secara setara. Ayat ini juga menjadi dalil bahwa dalam setiap interaksi sosial dan ekonomi, Islam menekankan etika dan tanggung jawab sosial.

Prinsip kejujuran dalam bisnis digariskan dalam banyak hadis yang menunjukkan bahwa setiap transaksi harus berlandaskan pada kepercayaan dan amanah (tanggung jawab). Hadis menyatakan bahwa penjual dan pembeli harus saling jujur dalam menyiapkan informasi mengenai produk dan layanan yang ditawarkan. Keluaran dari nilai-nilai ini adalah hubungan yang baik antara pelaku bisnis dan konsumen, yang menciptakan ekosistem perdagangan yang sehat dan berkelanjutan.²⁵ Kemudian ayat yang terkandung dalam surah At-Taubah ayat 119:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

²¹ Retnoningrum Hidayah et al., "Social Entrepreneurship Sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia* 2, no. 5 (2022): 537–45, <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.726>.

²² Matahari Farransahat et al., "Pengembangan Inovasi Sosial Berbasis Digital: Studi Kasus Pasarsambilegi.Id," *Journal of Social Development Studies* 1, no. 2 (2020): 14–26, <https://doi.org/10.22146/jdsd.670>.

²³ Reindrawati, "Tantangan Dalam Implementasi Social Entrepreneurship Pariwisata Di Pulau Madura."

²⁴ Sandriani, "Peran Ekonomi Islam Dalam Upaya Mencapai Keadilan Pada Etika Bisnis Perspektif Studi Qur'an Dan Hadist Ekonomi," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen Dan Ekonomi Islam (Jam-Ekis)* 8, no. 1 (2025): 483–96, <https://doi.org/10.36085/jamekis.v8i1.7612>.

²⁵ Dian P Kristiani et al., "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam: Implikasi Untuk Praktek Kontemporer," *Cc* 3, no. 2 (2024): 66–75, <https://doi.org/10.55904/cocreation.v3i2.1239>.

Terjemahnya: *"Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan jadilah kamu bersama orang-orang yang jujur."* (QS. A-Taubah: 119)

Ayat ini menegaskan pentingnya kejujuran (ash-shidq) dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam bisnis. Seorang Muslim harus menjadikan kejujuran sebagai prinsip utama dalam berdagang, bertransaksi, dan menjalin kepercayaan dengan mitra usaha. Kejujuran menciptakan rasa aman, menjaga reputasi, dan membawa keberkahan.

Rasulullah SAW juga telah menyampaikan dalam hadisnya tentang pentingnya kejujuran terutama dalam transaksi bisnis yang dilakukan sehari-hari. Seperti hadis yang diriwayatkan oleh Tirmidzi, Rasulullah SAW Bersabda:

"Pedagang yang jujur dan terpercaya akan Bersama para nabi, orang-orang benar, dan para syuhada." (HR. Tirmidzi No. 1209)

Hadis ini menunjukkan betapa tinggi derajat seorang pedagang yang berpegang teguh pada nilai kejujuran. Nabi Muhammad SAW tidak hanya mendorong umatnya menjadi jujur, tetapi menjanjikan derajat yang tinggi di akhirat sederajat dengan para nabi dan syuhada bagi mereka yang menjaga amanah dalam dunia bisnis.

Etika bisnis Islam, yang berasal dari ajaran syariah, juga menekankan pentingnya tidak hanya kejujuran tetapi juga keadilan dan tanggung jawab sosial. Dalam konteks ini, pelaku bisnis diwajibkan untuk menerapkan prinsip-prinsip keadilan baik dalam proses produksi maupun distribusi, menjauhkan diri dari segala bentuk penipuan dan ketidakadilan. Misalnya, konsep gharar (ketidakpastian) dan maysir (perjudian) dilarang keras, karena berpotensi menimbulkan ketidakadilan dalam transaksi.²⁶

Dalam bisnis, larangan ini berlaku terhadap segala bentuk penipuan, korupsi, manipulasi kontrak, atau penyalahgunaan sistem hukum untuk kepentingan pribadi. Harta yang diperoleh secara tidak sah, meskipun secara legal dibenarkan oleh keputusan manusia, tetap dipandang sebagai batil (tidak halal) jika dilakukan dengan niat jahat.

Implementasi dari nilai-nilai ini sangat relevan dalam praktik bisnis saat ini, termasuk dalam konteks digital dan e-commerce. Penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha di platform digital masih sering melanggar prinsip kejujuran dengan tidak memberikan informasi yang akurat tentang produk mereka. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada kesadaran mengenai prinsip-prinsip etika ini, tantangan dalam praktik nyata masih ada.²⁷

D. Implementasi nilai-nilai ini dalam praktik ekonomi.

Implementasi nilai-nilai keadilan dan kejujuran dalam praktik ekonomi, khususnya dalam konteks ekonomi syariah, menjadi semakin penting di tengah tatanan ekonomi global yang terus berubah. Praktik ekonomi syariah tidak hanya berfokus pada kepatuhan hukum, tetapi juga menekankan prinsip-prinsip etika seperti transparansi, akuntabilitas, dan tanggung jawab sosial.²⁸

Salah satu contoh nyata dari penerapan prinsip-prinsip ini adalah dalam pengembangan kebijakan ekonomi yang berbasis pada keadilan sosial. Implementasi prinsip-prinsip ekonomi syariah diharapkan dapat mencegah praktik korupsi serta menciptakan lingkungan bisnis yang bersih dan kompetitif. Studi juga menunjukkan bahwa integrasi prinsip keadilan dalam kebijakan bisnis dapat mengarah pada penguatan integritas di sektor ekonomi, sehingga

²⁶ Heriyanto Heriyanto and Taufiq Taufiq, "Nilai-Nilai Ekonomi Dan Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam," *Jimmi* 1, no. 1 (2024): 24–37, <https://doi.org/10.71153/jimmi.v1i1.99>.

²⁷ Eka Rahayu, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Optimalisasi Pengembangan UMKM," *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam* 1, no. 2 (2025): 76–88, <https://doi.org/10.58326/jai.v1i2.271>.

²⁸ Wardah Yahya et al., "Analisis Pemahaman Pengusaha Muslim Terhadap Prinsip-Prinsip Bisnis Islam Menggunakan Pendekatan Fenomenologi Kualitatif," *Journal of Social and Economics Research* 6, no. 1 (2024): 1885–93, <https://doi.org/10.54783/jser.v6i1.581>.

mengurangi kemungkinan adanya tindakan penipuan dan ketidakadilan dalam perdagangan.²⁹

E. Era Digitalisasi dalam Dunia Bisnis

Kewirausahaan digital mengacu pada proses penciptaan bisnis, produk, atau layanan baru yang didukung oleh teknologi internet. Definisinya mencakup baik startup yang menawarkan produk atau layanan digital ke pasar maupun Modernisasi digital dari bisnis yang telah ada. Dalam konteks ini, kewirausahaan digital berperan dalam memanfaatkan infrastruktur digital untuk mengoptimalkan bisnis dan meningkatkan efisiensi operasional.³⁰

Ciri-ciri kewirausahaan digital dapat dilihat dari beberapa aspek berikut:

1. Inovasi dan Kreativitas: Wirausahawan digital sering kali ditandai dengan kemampuan untuk menciptakan solusi baru yang memenuhi kebutuhan pasar. Mereka memiliki kemampuan untuk mengembangkan produk dan solusi yang berbasis teknologi yang dapat membawa inovasi ke dalam proses bisnis. Inovasi ini dapat mencakup penggunaan platform e-commerce untuk memperluas pasar dan meningkatkan visibilitas produk.
2. Pemanfaatan Teknologi Digital: Kewirausahaan digital sangat bergantung pada penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk menjalankan model bisnis. Ini termasuk penggunaan situs web, aplikasi mobile, media sosial, dan sistem pembayaran digital, yang semuanya memfasilitasi interaksi dengan pelanggan dan efisiensi operasional.
3. Fleksibilitas dan Adaptabilitas: Di tengah perubahan pasar yang cepat, wirausahawan digital harus mampu beradaptasi dengan cepat terhadap tren baru dan kebutuhan pelanggan. Fleksibilitas ini memungkinkan mereka untuk mengubah strategi bisnis dan produk yang ditawarkan demi menjaga daya saing dalam pasar yang selalu berubah.
4. Keberlanjutan dan Komunitas: Wirausaha digital sering kali berorientasi pada aspek keberlanjutan dan dampak sosial dari produk dan layanan yang mereka tawarkan. Banyak startup digital yang memfokuskan operasionalnya pada prinsip-prinsip keberlanjutan dan tanggung jawab sosial, yang semakin menjadi perhatian dalam bisnis modern.
5. Akses Pasar Global: Dengan adanya teknologi internet, kewirausahaan digital memberikan peluang untuk menjangkau pasar global, membebaskan wirausahawan dari batasan geografis yang biasanya dihadapi oleh bisnis tradisional. Ini memungkinkan wirausaha untuk menawarkan produk mereka kepada audiens yang lebih luas, bahkan di level internasional, yang tidak pernah mungkin dilakukan sebelumnya.³¹

F. Tantangan dan peluang yang dihadapi Muslim entrepreneur

Muslim entrepreneurs dihadapkan dengan berbagai tantangan dan peluang dalam menjalankan usaha mereka, yang sering kali dipengaruhi oleh konteks sosial, ekonomi, dan nilai religius. Pemahaman terhadap tantangan dan peluang ini penting untuk menentukan strategi dan langkah yang akan diambil dalam menjalankan bisnis. Adapun beberapa tantangan yang dihadapi muslim entrepreneur, antar lain:

1. Keterbatasan Akses Modal : Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh pengusaha Muslim adalah keterbatasan akses terhadap modal, terutama dalam konteks pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah. Banyak lembaga keuangan konvensional tidak menyediakan pinjaman yang sejalan dengan nilai-nilai Islam, sehingga menghambat pengusaha untuk mendapatkan pendanaan yang diperlukan.

²⁹ Muhammad Haris, "Peran Ekonomi Islam Dalam Mengatasi Krisis Global: Studi Kasus Pertumbuhan Ekonomi Syariah Di Indonesia," *Comserva Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat* 3, no. 11 (2024): 4517–25, <https://doi.org/10.59141/comserva.v3i11.1244>.

³⁰ Nobel Aqualdo, Cut E Kurniasih, and Rahmita Budiartiningsih, "Perluasan Pemasaran Produk Dengan Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Pada Usaha Masyarakat Kecamatan Singingi," *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 8, no. 2 (2024): 1581, <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i2.21477>.

³¹ Aqualdo, Kurniasih, and Budiartiningsih.

2. Persaingan yang Ketat : Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, pengusaha Muslim harus bersaing tidak hanya dengan sesama pengusaha Muslim, tetapi juga dengan pengusaha dari latar belakang lain. Hal ini menuntut inovasi dan daya saing yang tinggi untuk dapat bertahan dan berkembang di pasar.
3. Kepatuhan Terhadap Regulasi dan Nilai-Nilai Syariah : Mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis menjadi tantangan tersendiri. Para entrepreneur harus memastikan bahwa seluruh aspek usaha mereka, mulai dari sumber bahan baku hingga proses distribusi, memenuhi prinsip halal dan mendukung keberlanjutan bisnis tanpa melanggar norma agama.
4. Norma Sosial dan Budaya : Terutama bagi wanita pengusaha, tantangan dapat muncul dari norma sosial dan budaya yang tidak mendukung partisipasi mereka dalam bisnis. Dalam konteks masyarakat yang patriarkal, Muslimah pengusaha sering kali menghadapi hambatan struktural yang membatasi kebebasan dan kesempatan mereka dalam berwirausaha.³²

G. Peluang yang Dihadapi Muslim Entrepreneur

1. Kenaikan Permintaan untuk Produk Halal: Dengan semakin meningkatnya kesadaran global tentang makanan dan produk halal, terdapat peluang besar bagi pengusaha Muslim untuk memasuki pasar ini. Produk yang memenuhi syarat halal cenderung memiliki potensi pangsa pasar yang luas, baik di kalangan konsumen Muslim maupun non-Muslim.
2. Inovasi dalam Pariwisata Halal: Terdapat peluang signifikan di sektor pariwisata halal, di mana pengusaha Muslim bisa menciptakan layanan dan produk yang menarik bagi wisatawan Muslim. Pasar ini berkembang pesat dan memberikan ruang bagi inovasi dalam layanan, akomodasi, dan pengalaman wisata yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.
3. Penggunaan Teknologi Digital: Kewirausahaan digital membuka peluang baru bagi pengusaha Muslim untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis. Dengan memanfaatkan e-commerce dan platform digital lainnya, pengusaha dapat dengan mudah memasarkan produk mereka secara langsung kepada konsumen.
4. Dukungan Komunitas dan Jaringan: Terdapat banyak inisiatif oleh komunitas Muslim yang mendukung pengusaha lokal. Berbagai organisasi seringkali menyediakan pelatihan, pembiayaan, dan jaringan untuk membantu entrepreneur dalam mengembangkan usaha mereka.³³

H. Modernisasi Islamic Entrepreneurship di Era Digital

Modernisasi kewirausahaan Islam di era digital menciptakan kesempatan serta tantangan baru bagi para pengusaha yang berlandaskan pada prinsip syariah. Berikut adalah poin-poin yang menjelaskan Modernisasi tersebut:

1. Peningkatan Aksesibilitas Melalui Teknologi Digital: Platform digital seperti fintech, crowdfunding, dan e-commerce memungkinkan pengusaha Islam untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan platform digital meningkatkan inklusi keuangan di kalangan pengusaha Muslim, memfasilitasi akses yang lebih baik ke modal dan sumber daya. Selain itu, teknologi digital memudahkan proses transaksi yang lebih cepat dan transparan, sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.³⁴

³² Isnaini R Ummiroh, Andreas Schwab, and Wawan Dhewanto, "Women Social Entrepreneurs in a Muslim Society: How to Manage Patriarchy and Spouses," *Social Enterprise Journal* 18, no. 4 (2022): 660–90, <https://doi.org/10.1108/sej-11-2021-0092>.

³³ Darlin Rizki et al., "The Role of Indonesian Muslim Entrepreneurs Community for Home Industry Players in Empowering Women During the Pandemic," *International Journal of Islamic Economics* 4, no. 02 (2022): 91, <https://doi.org/10.32332/ijie.v4i2.5276>.

³⁴ Ifada Rahmayanti, Wardiyanta Wardiyanta, and Retty Ikawati, "Does Islamic Entrepreneurship Aligned With Digitalization Era?," *Jurnal Doktor Manajemen (Jdm)* 6, no. 2 (2023): 204, <https://doi.org/10.22441/jdm.v6i2.22475>.

2. Perubahan dalam Model Bisnis Tradisional: Dengan digitalisasi, model bisnis tradisional mengalami perubahan signifikan. Digital entrepreneurship menciptakan peluang baru untuk inovasi dan pengembangan produk, yang penting dalam menciptakan nilai tambah dalam kewirausahaan Islam. Kewirausahaan berbasis digital menawarkan platform untuk mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan teknik bisnis modern, menciptakan lingkungan yang berkelanjutan.³⁵
3. Pentingnya Pendidikan Kewirausahaan: Pendidikan kewirausahaan yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam mulai diperkenalkan lebih awal, khususnya di lembaga pendidikan Islam seperti pesantren. Program ini tidak hanya fokus pada keterampilan teknis tetapi juga membangun mentalitas kewirausahaan yang kuat, yang penting untuk menghadapi tantangan dunia bisnis yang kompetitif saat ini. Pendidikan semacam ini mendukung pengembangan karakter dan etika kerja yang diperlukan untuk meningkatkan kinerja bisnis.³⁶
4. Tantangan Dalam Implementasi Digitalisasi: Meskipun ada banyak peluang, tantangan tetap ada, termasuk risiko kepatuhan terhadap regulasi syariah dan kesenjangan dalam pengetahuan digital di antara pengusaha Islam. Penelitian menunjukkan bahwa adaptasi terhadap teknologi baru dan peningkatan keterampilan digital sangat diperlukan. Kewirausahaan Islam harus menghadapi tantangan ini dengan cara mengembangkan strategi yang berfokus pada inovasi dan kolaborasi dengan pemain teknologi.³⁷
5. Implementasi Blockchain dan Teknologi Baru: Teknologi blockchain menawarkan solusi untuk meningkatkan transparansi dan efisiensi dalam transaksi keuangan Islam. Ini juga dapat membantu mengurangi ketergantungan pada perantara, sesuai dengan prinsip syariah yang mendorong keadilan dan kejelasan dalam transaksi. Modernisasi digital yang mengadopsi teknologi baru ini diharapkan akan memicu pertumbuhan ekonomi dalam komunitas Islam.³⁸
6. Peran Nilai Islam Dalam Kewirausahaan: Nilai-nilai Islam berperan penting dalam membentuk sikap dan niat terhadap kewirausahaan. Kewirausahaan yang dipandu oleh prinsip Islam cenderung menekankan pada kejujuran, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan, yang relevan dalam konteks digital saat ini. Pengusaha yang berpegang pada nilai-nilai ini bisa menciptakan bisnis yang bukan hanya sukses secara ekonomi, tetapi juga memberi dampak positif bagi masyarakat.³⁹
7. Strategi Pemasaran Digital: Strategi pemasaran digital yang efektif menjadi semakin penting bagi pengusaha Islam untuk menarik konsumen di era digital. Pemasaran melalui media sosial dan platform digital lainnya memungkinkan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan dapat disesuaikan dengan pesan-pesan yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi harus dilakukan secara cerdas dan sesuai dengan etika Islam.⁴⁰

³⁵ Muhammad Ali, "Dimensions of Islamic Entrepreneurship Model: Evaluating the Elements of Entrepreneurial Ventures and Entrepreneurs From Islamic Perspective," *International Journal of Social Science & Entrepreneurship* 4, no. 2 (2024): 139–64, <https://doi.org/10.58661/ijssse.v4i2.273>.

³⁶ Mohammad Z Hoq, "The Academics' Perceptions of Islamic Entrepreneurship in the Kingdom of Saudi Arabia," *Jiem* 3, no. 1 (2023): 45–73, <https://doi.org/10.18326/jiem.v3i1.45-73>.

³⁷ Ana E P Morales, "Digital Marketing and Entrepreneurship in Women of El Porvenir District, Peru," *Asian Journal of Education and Social Studies*, 2023, 34–44, <https://doi.org/10.9734/ajess/2023/v38i1817>.

³⁸ Purnomo M Antara et al., "A Bibliometrics Analysis of Digital Entrepreneurship," *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 14, no. 5 (2024), <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v14-i5/21621>.

³⁹ Rahmayanti, Wardiyanta, and Ikawati, "Does Islamic Entrepreneurship Aligned With Digitalization Era?"

⁴⁰ Yusuf Hassan, "A Decade of Research on Muslim Entrepreneurship," *Journal of Islamic Marketing* 13, no. 6 (2021): 1288–1311, <https://doi.org/10.1108/jima-12-2019-0269>.

I. Adaptasi prinsip Islam dalam praktik digital

1. Kejujuran dalam Review

Menerapkan sistem review yang jujur dan transparan dapat direalisasikan melalui platform-platform seperti Google Reviews atau Yelp, yang mana konsumen dapat memberikan masukan tanpa intervensi dari pihak pengusaha. Penelitian menunjukkan bahwa ulasan yang jujur berhubungan positif dengan keputusan pembelian konsumen. Dalam konteks syariah, kejujuran dalam review adalah esensial untuk membangun kepercayaan dan komitmen dalam masyarakat Muslim.⁴¹

2. Transparansi Produk

Transparansi produk mengacu pada praktik memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk kepada konsumen. Hal ini meliputi deskripsi produk, bahan yang digunakan, cara pembuatan, dan sertifikasi halal atau lainnya jika relevan. Transparansi ini sangat penting dalam menghindari penipuan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Konsumen lebih cenderung memilih produk yang transparan mengenai informasi produk, yang menciptakan rasa percaya dan loyalitas.⁴²

3. Adil dalam Pembagian Keuntungan, Perlakuan Pada Mitra Usaha, serta Perlindungan Konsumen

Keadilan dalam bisnis adalah konsep yang sangat penting, terutama dalam konteks kewirausahaan Muslim, di mana nilai-nilai syariah menuntut keadilan dalam semua aspek transaksi dan hubungan bisnis. Tiga elemen utama dalam penerapan prinsip keadilan ini adalah pembagian keuntungan, perlakuan yang adil terhadap mitra usaha, dan perlindungan konsumen.

Pembagian keuntungan merupakan salah satu aspek penting dalam sebuah usaha yang melibatkan kerjasama antara para mitra. Dalam konteks syariah, pembagian keuntungan harus dilakukan dengan cara yang transparan dan berdasarkan kesepakatan yang telah dibuat sebelumnya. Prinsip ini diatur dalam akad yang jelas dan adil, di mana semua pihak yang terlibat harus mendapatkan porsi yang proporsional berdasarkan kontribusi mereka.

Salah satu contoh sistem pembagian keuntungan yang adil adalah pada model kerjasama musyarakah, di mana setiap mitra menyumbangkan modal dan akan membagi keuntungan sesuai dengan kesepakatan awal. Pentingnya kesepakatan yang jelas di antara mitra usaha dalam konteks pengembangan produk halal. Dengan melakukan pembagian yang adil, pelaku usaha dapat membangun kepercayaan yang lebih kuat di antara para mitra dan meningkatkan loyalitas.⁴³

4. Perlakuan Pada Mitra Usaha

Perlakuan adil terhadap mitra usaha juga merupakan elemen kunci dalam bisnis yang beretika. Hal ini mencakup menghormati hak dan kewajiban masing-masing pihak, menjaga komunikasi yang baik, serta menyelesaikan konflik dengan cara yang adil. Perlakuan ini tidak hanya membangun hubungan positif antar mitra, tetapi juga memperkuat ekosistem bisnis yang kolaboratif.

Pengusaha yang memperlakukan mitra usaha dengan adil dapat meningkatkan rasa memiliki dan partisipasi aktif di dalam usaha, yang berdampak positif terhadap produktivitas dan kinerja organisasi secara keseluruhan. Perlakuan yang adil juga mencakup dukungan terhadap keberlanjutan usaha mitra, seperti memberikan pelatihan atau akses ke jaringan

⁴¹ Heriyanto and Taufiq, "Nilai-Nilai Ekonomi Dan Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam."

⁴² Sahro, "KAJIAN TAFSIR TEMATIK: Jujur Dalam Mu'amalah Perspektif Al-Qur'an Dan Hadis."

⁴³ Zahrotul Muthafaticha, Trischa R Putra, and Tripitono A Prabowo, "Analisis Strategi Pengembangan Produk Halal Olahan Hasil Laut Di Kecamatan Sepuluh, Kabupaten Bangkalan," *Journal of Sciencetech Research and Development* 5, no. 2 (2023): 502–22, <https://doi.org/10.56670/jsrd.v5i2.233>.

distribusi yang lebih luas.⁴⁴

5. Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan aspek krusial yang berkaitan dengan keadilan dalam bisnis. Dalam konteks produk halal, perlindungan konsumen mencakup penyediaan informasi yang transparan mengenai produk, sertifikasi halal, serta kejelasan dalam kebijakan pengembalian dan penggantian produk. Sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai jaminan kehalalan, tetapi juga memberikan kepastian kepada konsumen bahwa sudut pandang syariah diterapkan.⁴⁵

J. Inovasi dengan nilai-nilai Islam

1. Penggunaan Teknologi untuk Dakwah dan Edukasi Kewirausahaan Syariah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini memberikan dampak yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dakwah dan edukasi kewirausahaan syariah. Teknologi tidak hanya memfasilitasi penyebaran informasi, tetapi juga memungkinkan interaksi yang lebih efektif dan menjangkau audiens yang lebih luas. Dalam konteks ini, berikut adalah beberapa cara penggunaan teknologi untuk dakwah dan edukasi kewirausahaan syariah.

2. Dakwah Melalui Media Digital

Penggunaan media digital seperti website, media sosial, dan aplikasi mobile telah menjadi cara yang efektif untuk melakukan dakwah. Misalnya, komik digital dan webtoon dapat digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan cara yang menarik dan mudah dipahami oleh generasi muda. Platform-platform ini memudahkan jangkauan kepada kalangan yang lebih luas, termasuk remaja dan orang dewasa yang mungkin tidak dapat menghadiri kegiatan dakwah secara tatap muka.⁴⁶

Lebih lanjut, platform-platform media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok menyediakan sarana bagi para ulama dan da'i untuk berbagi video pendek yang berisi pesan-pesan keagamaan, tutorial, dan pengetahuan tentang kewirausahaan syariah. Konten ini dapat menginspirasi pemuda untuk berwirausaha dengan prinsip-prinsip syariah.⁴⁷

3. Edukasi Kewirausahaan Syariah Melalui E-Learning

Platform e-learning dapat digunakan untuk memberikan pendidikan tentang kewirausahaan, khususnya mengenai prinsip-prinsip kewirausahaan syariah. Melalui kursus online, webinar, dan pelatihan jarak jauh, individu dapat belajar tentang aspek-aspek penting dalam menjalankan bisnis syariah, seperti manajemen keuangan halal, etika bisnis, dan strategi pemasaran. Di dalam konteks ini, strategi informasi dapat memperkuat kemampuan pengusaha dengan pengetahuan yang relevan.⁴⁸

Hadirnya teknologi juga memudahkan akses ke sumber daya pendidikan yang berkualitas tanpa batasan geografis. Banyak universitas dan lembaga pendidikan menawarkan program online yang fokus pada kewirausahaan syariah, memungkinkan siapa saja untuk belajar di mana saja dan kapan saja.

⁴⁴ Fitria Esfandiari et al., "Pendampingan Akad Dan Sertifikasi Halal MUI Serta Edukasi Jaminan Produk Halal Pada Minuman Cengkeh Di Mergosono Kota Malang," *Jurnal Dedikasi Hukum* 1, no. 2 (2021): 87–99, <https://doi.org/10.22219/jdh.v1i2.17607>.

⁴⁵ Ariyanti Ariyanti, "Pencantuman Label Halal Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Produk Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah," *Nomos* 5, no. 1 (2025): 173–83, <https://doi.org/10.56393/nomos.v5i1.3101>.

⁴⁶ Radimin, "Landasan Ilahiyah Akuntansi Syariah: Studi Analisis Qs. Al-Baqarah / 2: 282," *JoIEaF* 1, no. 4 (2025): 342–55, <https://doi.org/10.70248/joieaf.v1i4.2204>.

⁴⁷ Ridwan Tabe, "Manifestasi Akuntansi Syariah Dalam Etika Bisnis Islam," *Jurnal Ilmiah Al-Syir Ah* 10, no. 1 (2012), <https://doi.org/10.30984/as.v10i1.156>.

⁴⁸ Tabe.

4. Fintech sebagai Alat Edukasi Keuangan Syariah

Fintech syariah memainkan peran penting dalam memberikan edukasi keuangan kepada masyarakat, khususnya di kalangan pengusaha kecil dan menengah (UKM). Melalui aplikasi fintech, pengguna bisa mendapatkan informasi mengenai produk keuangan syariah, mempelajari cara mengelola keuangan, dan memahami cara kerja sistem perbankan syariah. Hal ini semakin penting, mengingat banyaknya individu yang belum mendapatkan pemahaman yang cukup tentang produk keuangan yang sesuai syariah.⁴⁹

Digitalisasi layanan perbankan syariah melalui fintech juga meningkatkan aksesibilitas, yang memudahkan pelaku bisnis untuk mendapatkan pembiayaan yang sesuai syariah tanpa harus pergi ke bank fisik. Inovasi dalam fintech mempercepat proses edukasi kewirausahaan dengan menyediakan berbagai layanan yang membantu pengusaha untuk lebih memahami manfaat dan risiko dalam dunia bisnis.⁵⁰

5. Penerapan Teknologi dalam Crowdfunding Syariah

Crowdfunding syariah yang berbasis platform digital menyediakan alternatif pembiayaan bagi UKM dengan prinsip-prinsip syariah. Dengan memanfaatkan teknologi, platform crowdfunding ini memungkinkan para pengusaha untuk menjangkau investor yang memahami dan berkomitmen pada nilai-nilai syariah. Hal ini menciptakan ekosistem yang saling menguntungkan antara investor dan pengusaha.⁵¹

Platform ini juga menyediakan sistem transparansi yang dapat meningkatkan kepercayaan di kalangan investor dan peminjam, sehingga memfasilitasi edukasi lanjut mengenai kewirausahaan syariah dalam konteks pengumpulan modal yang sesuai syariah. Di era digital saat ini, penggunaan teknologi dalam pengelolaan zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF) semakin meningkat. Platform digital menawarkan banyak keuntungan dalam menghimpun dan menyalurkan dana ZISWAF, serta mendukung pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) halal. Berikut adalah beberapa aspek penting mengenai penggunaan platform digital untuk ZISWAF dan UMKM halal.

a. Digitalisasi ZISWAF

Platform digital telah menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengumpulan dan penyaluran ZISWAF. Dengan adanya aplikasi dan website yang ramah pengguna, masyarakat dapat dengan mudah melakukan donasi. Misalnya, BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional) telah meluncurkan platform digital yang memungkinkan individu untuk memberikan zakat secara langsung melalui aplikasi mobile. Ini tidak hanya mempermudah transaksi tetapi juga memberikan transparansi mengenai penggunaan dana. Implementasi fitur seperti "ZISWAF Sharing" pada aplikasi perbankan juga mendorong lebih banyak orang untuk berkontribusi, terutama di kalangan generasi milenial yang cenderung lebih nyaman menggunakan teknologi.⁵²

b. Edukasi Melalui Platform Digital

Sebagian besar platform digital juga menyediakan konten edukatif yang berkaitan dengan kewirausahaan syariah dan pengelolaan ZISWAF. Misalnya, webinar dan kursus online yang membahas tentang pentingnya zakat, infak, sedekah, dan wakaf dalam meningkatkan ekonomi umat dapat diakses oleh masyarakat luas. Penggunaan teknologi dalam strategi dakwah dan edukasi ini tidak hanya meningkatkan pemahaman masyarakat

⁴⁹ Sandriani, "Peran Ekonomi Islam Dalam Upaya Mencapai Keadilan Pada Etika Bisnis Perspektif Studi Qur'an Dan Hadist Ekonomi."

⁵⁰ Tabe, "Manifestasi Akuntansi Syariah Dalam Etika Bisnis Islam."

⁵¹ Sahro, "KAJIAN TAFSIR TEMATIK: Jujur Dalam Mu'amalah Perspektif Al-Qur'an Dan Hadis."

⁵² Lali' L Faradisa and Muhtadin Amri, "The Influence of Gender as a Moderating Variable on the Decision to Contribute to ZISWAF via ZISWAF Sharing Feature: Determining Factors and Implications," *Icip* 1 (2023): 101–9, <https://doi.org/10.24090/icip.v1i1.307>.

tentang ZISWAF, tetapi juga membangun kesadaran akan kewirausahaan syariah.⁵³

c. Fintech dan ZISWAF

Sektor fintech juga memainkan peran krusial dalam meningkatkan efisiensi pengumpulan dan penyaluran ZISWAF. Dengan sistem pembayaran digital, para donatur dapat dengan mudah mentransfer dana zakat, infak, dan sedekah mereka tanpa harus berurusan dengan metode pembayaran tradisional yang kurang efisien. Selain itu, fintech menyediakan laporan yang transparan dan akuntabel mengenai penggunaan dana ZISWAF, yang meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga-lembaga yang mengelola dana tersebut.⁵⁴

d. Peran Platform dalam Mendukung UMKM Halal

Platform digital juga menjadi medium penting untuk mempromosikan dan mendukung UMKM halal. Banyak platform e-commerce kini menyediakan kategori khusus untuk produk halal, memungkinkan pengusaha lokal untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, dukungan yang diberikan oleh organisasi sosial yang menggunakan ZISWAF untuk investasi dalam bisnis UMKM halal menjadi terwujud. Dengan mengintegrasikan dukungan finansial dari ZISWAF, pengusaha dapat memperoleh modal awal untuk memulai atau mengembangkan usaha mereka.⁵⁵

e. Pengelolaan Akun dan Keterhubungan

Melalui platform digital, berbagai lembaga dan organisasi yang mengelola ZISWAF bisa lebih terhubung satu sama lain, berbagi informasi dan sumber daya. Ini termasuk kemudahan akses data untuk analisa pengeluaran dan pemasukan, serta memfasilitasi kerjasama antara lembaga amil zakat dan UMKM dalam menciptakan dampak sosial yang lebih besar. Pelaporan akuntabilitas juga menjadi lebih transparan, mengikuti standar akuntansi syariah yang terindividualisasi dan dikategorikan berdasarkan PSAK 109.⁵⁶

KESIMPULAN

Islamic entrepreneurship merupakan model kewirausahaan yang menekankan nilai-nilai spiritual, keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial dalam praktik bisnis. Dalam menghadapi era digital, Modernisasi ini menuntut pelaku usaha Muslim untuk tetap menjunjung prinsip syariah dalam seluruh aktivitas ekonomi, termasuk dalam memanfaatkan teknologi informasi, media sosial, e-commerce, hingga fintech. Keberhasilan Islamic entrepreneurship di era digital tidak hanya diukur dari aspek keuntungan material, tetapi juga sejauh mana bisnis tersebut memberikan manfaat sosial dan menciptakan keadilan bagi seluruh pemangku kepentingan.

Pendidikan kewirausahaan yang berbasis nilai-nilai Islam, peran teknologi digital dalam mendukung transparansi dan dakwah ekonomi syariah, serta kolaborasi antara lembaga pendidikan, industri, dan komunitas Muslim menjadi pilar penting dalam mendorong kewirausahaan Islam yang berkelanjutan. Dengan memperkuat nilai tauhid, amanah, dan keadilan dalam praktik bisnis, pelaku usaha Muslim dapat membangun ekosistem ekonomi yang inklusif dan membawa keberkahan bagi masyarakat luas.

⁵³ Afidatul Asmar and Lira Yuanita, "Strategi Dakwah Dalam Digitalisasi Ziswaf Di Era Pandemi," *Journal of Islamic Management* 2, no. 2 (2022): 68–95, <https://doi.org/10.15642/jim.v2i2.996>.

⁵⁴ Nur A Indarningsih, Muhammad A F Ma'wa, and Muh. N Waliyuddinsyah, "Zakat, Infaq, Shadaqah, and Waqf Using Financial Technology: Millennial Generation Perspective," *Review of Islamic Social Finance and Entrepreneurship*, 2023, 13–28, <https://doi.org/10.20885/risfe.vol2.iss1.art2>.

⁵⁵ Iqbal Imari et al., "Peran ZISWAF Untuk Penguatan Ekonomi Umat Dan Aplikasinya Dalam Pendampingan Perencanaan Keuangan Islam Bersama PCIM Malaysia," *Surya Abdimas* 8, no. 1 (2024): 34–47, <https://doi.org/10.37729/abdimas.v8i1.3687>.

⁵⁶ Asiska N Abidah et al., "The Implementation of PSAK No. 109 on the Accounting of ZIS Institutions in Indonesia," *Perisai Islamic Banking and Finance Journal* 8, no. 1 (2024): 54–74, <https://doi.org/10.21070/perisai.v8i1.1687>.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidah, Asiska N, Putri Pratiwi, Ulil Albab, and Binti N Asiyah. "The Implementation of PSAK No. 109 on the Accounting of ZIS Institutions in Indonesia." *Perisai Islamic Banking and Finance Journal* 8, no. 1 (2024): 54–74. <https://doi.org/10.21070/perisai.v8i1.1687>.
- Ahmad, Muttaqein. "Al-Qur'an Dan Wawasan Ekologi." *Al-Dzikra Jurnal Studi Ilmu Al-Qur'an Dan Al-Hadits* 14, no. 2 (2020): 333–58. <https://doi.org/10.24042/al-dzikra.v14i2.7442>.
- Ali, Muhammad. "Dimensions of Islamic Entrepreneurship Model: Evaluating the Elements of Entrepreneurial Ventures and Entrepreneurs From Islamic Perspective." *International Journal of Social Science & Entrepreneurship* 4, no. 2 (2024): 139–64. <https://doi.org/10.58661/ijssse.v4i2.273>.
- Al-Mubarak, Fauzi. "Keadilan Dalam Perspektif Islam." *Journal Istighna* 1, no. 2 (2018): 115–43. <https://doi.org/10.33853/istighna.v1i2.6>.
- Anas, Iqbal, and Iswantir Iswantir. "Integrasi Nilai-Nilai Islam Dalam Kurikulum Berbasis STEM Di Sekolah Islam Terpadu." *Tadbiruna* 4, no. 1 (2024): 1–14. <https://doi.org/10.51192/jurnalmanajemenpendidikanislam.v4i1.828>.
- Antara, Purnomo M, Aini H Musa, Sarah M Selamat, Farrah N Baharuddin, Asiah Ali, and Raja Mayang Delima Mohd Beta. "A Bibliometrics Analysis of Digital Entrepreneurship." *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 14, no. 5 (2024). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v14-i5/21621>.
- Aqualdo, Nobel, Cut E Kurniasih, and Rahmita Budiartiningih. "Perluasan Pemasaran Produk Dengan Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Pada Usaha Masyarakat Kecamatan Singingi." *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 8, no. 2 (2024): 1581. <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i2.21477>.
- Ardiansyah, Muhammad, Léo-Paul Dana, and Vanessa Raten. "Entrepreneurship of Islamic Business Management Students in Post-Graduation Business Practices." *Iijb* 1, no. 3 (2024): 223–33. <https://doi.org/10.62569/iijb.v1i3.40>.
- Ariyanti, Ariyanti. "Pencantuman Label Halal Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Produk Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah." *Nomos* 5, no. 1 (2025): 173–83. <https://doi.org/10.56393/nomos.v5i1.3101>.
- Asmar, Afidatul, and Lira Yuanita. "Strategi Dakwah Dalam Digitalisasi Ziswaf Di Era Pandemi." *Journal of Islamic Management* 2, no. 2 (2022): 68–95. <https://doi.org/10.15642/jim.v2i2.996>.
- Azka, Muhammad Y R, and Jenuri Jenuri. "Urgensi Nilai Islam Dalam Menghadapi Tantangan Teknologi Kontemporer." *Muttaqien Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies* 5, no. 2 (2024): 189–200. <https://doi.org/10.52593/mtq.05.206>.
- Basir, Khairul H, and Siti Fatimahwati Pehin Dato Musa. "An Islamic Perspective of Agripreneurs Motivation." *Journal of Enterprising Communities People and Places in the Global Economy* 16, no. 3 (2021): 402–20. <https://doi.org/10.1108/jec-08-2020-0147>.
- Beddu, Megawati, Ades Asike, Nur A d. Adelianna, and Muh. M A qadri. "PKM Pelatihan Literasi Kewirausahaan Bagi Siswa SMKN 7 Ujung Lero Pinrang." *Acsj* 2, no. 2 (2024): 95–99. <https://doi.org/10.62861/acsj.v2i2.348>.
- Chairoel, Lucy, Lasti Y Hastini, and Mellyna E Y Fitri. "Evaluasi Pemahaman Tentang Kewirausahaan Studi Kasus Mahasiswa Universitas Dharma Andalas." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas* 25, no. 2 (2023): 573–83. <https://doi.org/10.47233/jebd.v25i2.1000>.
- Esfandiari, Fitria, Sholahuddin Al-Fatih, Firyal A Nasera, Taufiqur R Shaleh, Angelina L Rahmawati, Fatha K A Elfauzi, and Luthfillah A Zainsyah. "Pendampingan Akad Dan Sertifikasi Halal MUI Serta Edukasi Jaminan Produk Halal Pada Minuman Cangloh Di Mergosono Kota Malang." *Jurnal Dedikasi Hukum* 1, no. 2 (2021): 87–99. <https://doi.org/10.22219/jdh.v1i2.17607>.
- Faradisa, Lali' L, and Muhtadin Amri. "The Influence of Gender as a Moderating Variable on the Decision to Contribute to ZISWAF via ZISWAF Sharing Feature: Determining Factors and Implications." *Icip* 1 (2023): 101–9. <https://doi.org/10.24090/icip.v1i1.307>.
- Farransahat, Matahari, Acniah Damayanti, Hempri Suyatna, Puthut Indroyono, and Rindu S M Firdaus. "Pengembangan Inovasi Sosial Berbasis Digital: Studi Kasus Pasarsambilegi.Id."

- Journal of Social Development Studies* 1, no. 2 (2020): 14–26. <https://doi.org/10.22146/jsds.670>.
- Hakim, Taupik R. “Implementasi Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam Dalam Membina Moderasi Kehidupan Beragama.” *Edukasiana Jurnal Inovasi Pendidikan* 1, no. 4 (2022): 192–200. <https://doi.org/10.56916/ejip.v1i4.188>.
- Hamdan, Umar, Bariza N Azzulala, and Nasifah. “Urgensi Spiritual Marketing Dan Marketing Syariah Dalam Dunia Bisnis.” *Iqtishadia Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 9, no. 1 (2022): 27–37. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v9i1.5483>.
- Haris, Muhammad. “Peran Ekonomi Islam Dalam Mengatasi Krisis Global: Studi Kasus Pertumbuhan Ekonomi Syariah Di Indonesia.” *Comserva Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat* 3, no. 11 (2024): 4517–25. <https://doi.org/10.59141/comserva.v3i11.1244>.
- Hassan, Yusuf. “A Decade of Research on Muslim Entrepreneurship.” *Journal of Islamic Marketing* 13, no. 6 (2021): 1288–1311. <https://doi.org/10.1108/jima-12-2019-0269>.
- Heriyanto, Heriyanto, and Taufiq Taufiq. “Nilai-Nilai Ekonomi Dan Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam.” *Jimmi* 1, no. 1 (2024): 24–37. <https://doi.org/10.71153/jimmi.v1i1.99>.
- Hidayah, Retnoningrum, Dhini Suryandari, Trisni Suryarini, Sukirman Sukirman, and Fian T Rohmah. “Social Entrepreneurship Sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia* 2, no. 5 (2022): 537–45. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.726>.
- Hoq, Mohammad Z. “The Academics’ Perceptions of Islamic Entrepreneurship in the Kingdom of Saudi Arabia.” *Jiem* 3, no. 1 (2023): 45–73. <https://doi.org/10.18326/jiem.v3i1.45-73>.
- Ikhsan, Muhammad. “Dimensi Nilai Tauhid Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat.” *Kasbana Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 4, no. 1 (2024): 31–39. <https://doi.org/10.53948/kasbana.v4i1.107>.
- Imari, Iqbal, Hartomi Maulana, M Abadi, Muhammad Ridlo, Ahmad Suminto, Soritua A R Harahap, and Mochammad K Taufani. “Peran ZISWAF Untuk Penguatan Ekonomi Umat Dan Aplikasinya Dalam Pendampingan Perencanaan Keuangan Islam Bersama PCIM Malaysia.” *Surya Abdimas* 8, no. 1 (2024): 34–47. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v8i1.3687>.
- Indarningsih, Nur A, Muhammad A F Ma’wa, and Muh. N Waliyuddinsyah. “Zakat, Infaq, Shadaqah, and Waqf Using Financial Technology: Millennial Generation Perspective.” *Review of Islamic Social Finance and Entrepreneurship*, 2023, 13–28. <https://doi.org/10.20885/risfe.vol2.iss1.art2>.
- Irfan, Saiful, Maria V Roesminingsih, and Mudjito Mudjito. “Crafting an Entrepreneurship Strategic Planning Model for Islamic Boarding Schools Through a Comprehensive Literature Review.” *Ijorer International Journal of Recent Educational Research* 5, no. 1 (2024): 42–63. <https://doi.org/10.46245/ijorer.v5i1.539>.
- Jasmansyah, Moh. A Najib, Ridhawati, Herwan, and Elih Yuliah. “Integrasi Nilai-Nilai Islam Dalam Etos Kerja Dan Profesionalisme Kerja: Sebuah Kajian Pustaka.” *Jppai* 5, no. 1 (2024): 52–75. <https://doi.org/10.52030/manhajuna.v5i1.329>.
- Kambali, Kambali, Ilma Ayunina, and Akhmad Mujani. “TUJUAN PENDIDIKAN ISLAM DALAM MEMBANGUN KARATER SISWA DI ERA DIGITAL (Studi Analisis Pemikiran Pendidikan Islam Abuddin Nata).” *Risalah Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam* 6, no. 1 (2019): 1–19. https://doi.org/10.31943/jurnal_risalah.v6i1.106.
- Kamila, Aurellia N, Christine Y Emaldy, Jocelyn A Purnama, Putri N Nurnazhifah, and Yasmin M Salina. “Pengaruh Penerapan Syariat Islam Terhadap Etika Bisnis Restoran.” *Oetoesan-Hindia Telaah Pemikiran Kebangsaan* 6, no. 1 (2024): 1–10. <https://doi.org/10.34199/oh.v6i1.192>.
- Kristiani, Dian P, Fitria Reni, Lala Nurlaila, and Mgs. M F Abdillah. “Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam: Implikasi Untuk Praktek Kontemporer.” *Cc* 3, no. 2 (2024): 66–75. <https://doi.org/10.55904/cocreation.v3i2.1239>.
- Latifah, Sofi. “Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.” *Nuansa* 3, no. 2 (2025): 151–67. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v3i2.1736>.
- Morales, Ana E P. “Digital Marketing and Entrepreneurship in Women of El Porvenir District, Peru.” *Asian Journal of Education and Social Studies*, 2023, 34–44. <https://doi.org/10.9734/ajess/2023/v38i1817>.

- Mukhyar, and Yenda Puspita. "Analisis Ekonomi Entrepreneurship." *Ar-Ribhu* 5, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.46781/ar-ribhu.v5i2.658>.
- Muthafaticha, Zahrotul, Trischa R Putra, and Tripitono A Prabowo. "Analisis Strategi Pengembangan Produk Halal Olahan Hasil Laut Di Kecamatan Sepuluh, Kabupaten Bangkalan." *Journal of Scientech Research and Development* 5, no. 2 (2023): 502–22. <https://doi.org/10.56670/jsrd.v5i2.233>.
- Praditya, Alvin, Ibrahim B Pamungkas, and Nanda Rodiyana. "TINJAUAN LITERATUR: Pendidikan Entrepreneur Mahasiswa." *Scientific Journal of Reflection Economic Accounting Management and Business* 7, no. 4 (2024): 993–1007. <https://doi.org/10.37481/sjr.v7i4.949>.
- putri, Aulia a. "Makalah Definisi,Kriteria,Dan Konsep Umkm," 2022. <https://doi.org/10.31219/osf.io/h72mr>.
- Putri, Mediany K, and Muhammad F Najib. "Pengaruh Adopsi Teknologi Digital Dan Value Creation Terhadap SME Performance Pada UMKM Cafe Di Kota Bandung." *Jppi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)* 10, no. 2 (2024): 677. <https://doi.org/10.29210/020243028>.
- Radimin. "Landasan Ilahiyah Akuntansi Syariah: Studi Analisis Qs. Al-Baqarah / 2: 282." *JoIEaF* 1, no. 4 (2025): 342–55. <https://doi.org/10.70248/joieaf.v1i4.2204>.
- Rahayu, Eka. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Optimalisasi Pengembangan UMKM." *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam* 1, no. 2 (2025): 76–88. <https://doi.org/10.58326/jai.v1i2.271>.
- Rahmayanti, Ifada, Wardiyanta Wardiyanta, and Retty Ikawati. "Does Islamic Entrepreneurship Aligned With Digitalization Era?" *Jurnal Doktor Manajemen (Jdm)* 6, no. 2 (2023): 204. <https://doi.org/10.22441/jdm.v6i2.22475>.
- Raza, Mohsin, Muhammad Khaliq, Rimsha Khalid, Jati Kasuma, Waqas Ali, and Kareem M Selem. "Achieving SMEs' Excellence: Scale Development of Islamic Entrepreneurship From Business and Spiritual Perspectives." *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 16, no. 1 (2023): 86–106. <https://doi.org/10.1108/jiabr-02-2023-0060>.
- Reindrawati, Dian Y. "Tantangan Dalam Implementasi Social Entrepreneurship Pariwisata Di Pulau Madura." *Masyarakat Kebudayaan Dan Politik* 30, no. 3 (2017): 215. <https://doi.org/10.20473/mkp.v30i32017.215-228>.
- Riofita, Hendra. "Predicting Muslim MSMEs Customer Behavioral Intentions at Islamic Marketplaces Through Islamic Entrepreneurship Context and Principles." *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship* 27, no. 1 (2024): 110–25. <https://doi.org/10.1108/jrme-07-2023-0122>.
- Rizki, Darlin, Fauzul H N Athief, Mega M Atika, and Annisa U Lathifah. "The Role of Indonesian Muslim Entrepreneurs Community for Home Industry Players in Empowering Women During the Pandemic." *International Journal of Islamic Economics* 4, no. 02 (2022): 91. <https://doi.org/10.32332/ijie.v4i2.5276>.
- Rosihaza, Yosa S, Mutiara B Admeinasthi, Imo Gandakusuma, Sri Daryanti, and Liyu A K Sulung. "Determinants of Social Entrepreneurship From Islamic Perspective." *I-IECONS*, 2023, 648–61. <https://doi.org/10.33102/iecons.v10i1.46>.
- Sahro, Khoirus. "KAJIAN TAFSIR TEMATIK: Jujur Dalam Mu'amalah Perspektif Al-Qur'an Dan Hadis." *Muta Allim Jurnal Pendidikan Agama Islam* 3, no. 4 (2024): 211–26. <https://doi.org/10.18860/mjpai.v3i4.10822>.
- Sandriani. "Peran Ekonomi Islam Dalam Upaya Mencapai Keadilan Pada Etika Bisnis Perspektif Studi Qur'an Dan Hadist Ekonomi." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen Dan Ekonomi Islam (Jam-Ekis)* 8, no. 1 (2025): 483–96. <https://doi.org/10.36085/jamekis.v8i1.7612>.
- Setiawati, Riska, and Deasy Tantriana. "Rekonstruksi Manajemen Pengelolaan Pesantren Berbasis Social Entrepreneurship Untuk Mendorong Kemandirian Pesantren (Studi Kasus Pondok Pesantren Sidogiri)." *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (Manova)* 7, no. 1 (2024): 117–29. <https://doi.org/10.15642/manova.v7i1.1634>.
- Sirat, Abdul H, Rusandry Rusandry, Gunawan Baharuddin, and Bayu T Possumah. "Islamic Entrepreneur in the Business Concept of Prophet Muhammad SAW: A Conceptual Review." *International Journal of Social Science and Human Research* 07, no. 10 (2024). <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v7-i10-24>.
- Sulistiyowati, Raya, Farij I Maula, Angga M Mahendra, and A'rasy Fahrullah. "Ecosystems and

- Entrepreneurial Intention Among Students: The Mediating Role of Islamic Values.” *Perspectives of Science and Education* 69, no. 3 (2024): 113–29. <https://doi.org/10.32744/pse.2024.3.7>.
- Tabe, Ridwan. “Manifestasi Akuntansi Syariah Dalam Etika Bisnis Islam.” *Jurnal Ilmiah Al-Syir Ah* 10, no. 1 (2012). <https://doi.org/10.30984/as.v10i1.156>.
- Ummiroh, Isnaini R, Andreas Schwab, and Wawan Dhewanto. “Women Social Entrepreneurs in a Muslim Society: How to Manage Patriarchy and Spouses.” *Social Enterprise Journal* 18, no. 4 (2022): 660–90. <https://doi.org/10.1108/sej-11-2021-0092>.
- Widiyan, Tika, Muli P A M, and Muhammad Rafi. “Etika Pengambilan Keputusan Dalam Islam: Relevansi Dan Aplikasinya Dalam Praktik Manajerial Kontemporer.” *J.Alz* 3, no. 2 (2025): 948–59. <https://doi.org/10.61104/alz.v3i2.1210>.
- Yahya, Wardah, Syifa Maharani, Nur A Amanullah, and Mochammad H Syahriandro. “Analisis Pemahaman Pengusaha Muslim Terhadap Prinsip-Prinsip Bisnis Islam Menggunakan Pendekatan Fenomenologi Kualitatif.” *Journal of Social and Economics Research* 6, no. 1 (2024): 1885–93. <https://doi.org/10.54783/jser.v6i1.581>.
- Zahriyah, Aminatus. “Penanaman Nilai Kewirausahaan Bagi Anak Usia Dini Melalui Pembelajaran Ekonomi Kreatif.” *Absorbent Mind* 2, no. 2 (2022): 75–85. https://doi.org/10.37680/absorbent_mind.v2i02.1722.
- Zahro, Fatimatuz, and Jamal Fakhri. “Al-Qur’an Perspective on the Concept of Islamicpreneurship in Economic Growth.” *Jassp* 3, no. 1 (2023): 63–71. <https://doi.org/10.23960/jassp.v3i1.110>.
- Zurnali, Cut, and Wahjono Wahjono. “Dampak Tranformasi Digital Terhadap Bisnis.” *Jurnal Ilmiah Infokam* 19, no. 2 (2024). <https://doi.org/10.53845/infokam.v19i2.355>.