



ANALYSIS OF MUSLIM ENTREPRENEURS' UNDERSTANDING OF ISLAMIC BUSINESS PRINCIPLES USING A QUALITATIVE PHENOMENOLOGICAL APPROACH

ANALISIS PEMAHAMAN PENGUSAHA MUSLIM TERHADAP PRINSIP-PRINSIP BISNIS ISLAM MENGGUNAKAN PENDEKATAN FENOMENOLOGI KUALITATIF

Wardah Yahya¹, Syifa Maharani², Nur Athif Amanullah³, Mochammad Hizba Syahriandro⁴

Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta

Email: wrdhyahya@gmail.com¹, syifamharani30@gmail.com², athifamanullah20@gmail.com³,

hsyahriandro@gmail.com⁴

ARTICLE INFO

Correspondent

Wardah Yahya

wrdhyahya@gmail.com

Key words:

Muslim Entrepreneurs,
Islamic Business,
Phenomenology,
Islamic Business
Principles, Business
Challenges.

Website:

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Page: 1885 - 1893

ABSTRACT

This study examines the subjective experiences of Muslim entrepreneurs in applying Islamic business principles in their daily business practices using a qualitative phenomenological approach. The main focus of this research is to understand how Muslim entrepreneurs integrate Islamic values such as justice, honesty, social responsibility, and blessings in their business operations. Through participatory observation and document analysis, this research successfully revealed that Islamic principles play a central role in shaping the business practices of Muslim entrepreneurs, who are not only oriented towards financial gain but also towards achieving moral and social goals. In addition, the study found several challenges faced by Muslim entrepreneurs, including limited access to Shariah-based resources and markets, as well as the need for better education and understanding of Islamic economics. The findings provide valuable insights for business practitioners, policy makers and the academic community on the dynamics of Islamic business and its implications in the context of the global economy.

Copyright © 2024 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL

Koresponden

Wardah Yahya

wrldhyahya@gmail.com

Kata kunci:

*Pengusaha Muslim,
Bisnis Islam,
Fenomenologi, Prinsip-
Prinsip Bisnis Islam,
Tantangan Bisnis.*

Website:

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Hal: 1885 - 1893

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengalaman subjektif para pengusaha Muslim dalam menerapkan prinsip-prinsip bisnis Islam dalam praktik bisnis sehari-hari mereka menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi. Fokus utama penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana para pengusaha Muslim mengintegrasikan nilai-nilai Islam seperti keadilan, kejujuran, tanggung jawab sosial, dan keberkahan dalam operasional bisnis mereka. Melalui observasi partisipatif dan analisis dokumen, penelitian ini berhasil mengungkap bahwa prinsip-prinsip Islam memainkan peran sentral dalam membentuk praktik bisnis pengusaha Muslim, tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial tetapi juga pada pencapaian tujuan moral dan sosial. Selain itu, penelitian ini menemukan beberapa tantangan yang dihadapi oleh pengusaha Muslim, termasuk keterbatasan akses terhadap sumber daya dan pasar berbasis syariah, serta kebutuhan akan pendidikan dan pemahaman yang lebih baik tentang ekonomi Islam. Temuan ini memberikan wawasan yang berharga bagi praktisi bisnis, pembuat kebijakan, dan komunitas akademis tentang dinamika bisnis Islam dan implikasinya dalam konteks ekonomi global.

Copyright © 2024 JSER. All rights reserved.

PENDAHULUAN

Ekonomi islam semakin berkembang di berbagai negara, termasuk Indonesia. Prinsip-prinsip bisnis Islam seperti keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial menjadi dasar bagi pengusaha Muslim dalam menjalankan usaha mereka. Prinsip-prinsip ini tidak hanya mendukung etika bisnis tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin sadar akan nilai-nilai Islam. Beberapa tahun terakhir, penelitian tentang bisnis Islam telah berkembang pesat, tetapi sebagian besar fokus pada aspek-aspek ekonomi, keuangan, dan hukum. Namun, ada kebutuhan yang semakin mendesak untuk memahami pengalaman subjektif para pengusaha Muslim dalam menerapkan prinsip-prinsip bisnis Islam dalam konteks praktik bisnis mereka sehari-hari. Ini membuka jalan bagi pendekatan penelitian yang mendalam untuk menjelajahi makna dan perspektif yang mendasari tindakan bisnis mereka.

Menurut Islam, keberhasilan individu bergantung pada diri mereka sendiri. Ini berarti bahwa untuk menjadi sukses, seseorang harus bergantung pada kemampuan dan kejujuran pribadinya daripada bergantung pada hal-hal yang datang dari luar dirinya. Oleh karena itu, seorang muslim akan terus berusaha memperbaiki dirinya sendiri dan menghindari praktik-praktik negatif serta hal-hal yang melanggar hukum, baik hukum syariat maupun hukum negara, jika mereka ingin sukses dan berhasil dalam bisnisnya. Dalam konteks persaingan global, penerapan prinsip-prinsip bisnis Islam dapat menjadi faktor pembeda yang signifikan. Pasar yang semakin sensitif terhadap etika dan tanggung jawab sosial perusahaan memberikan peluang bagi pengusaha Muslim untuk memanfaatkan prinsip-prinsip ini sebagai keunggulan kompetitif.

Metode kualitatif fenomenologi menawarkan kerangka kerja yang cocok untuk mengeksplorasi pengalaman subjektif para pengusaha Muslim dalam konteks bisnis Islam. Fenomenologi memungkinkan peneliti untuk mendalami pengalaman individu, menggali makna yang terkandung di dalamnya, dan memahami bagaimana makna tersebut membentuk tindakan dan persepsi individu. Dengan demikian, pendekatan ini memungkinkan pemahaman yang mendalam tentang cara pengusaha muslim merasakan, memahami, dan merespons prinsip-prinsip bisnis Islam dalam kehidupan bisnis mereka. Dengan menggunakan metode ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data yang kaya dan mendalam tentang perspektif subjektif para pengusaha, tanpa hanya mengandalkan pada data kuantitatif yang seringkali kurang mampu menggambarkan kompleksitas dan kedalaman pengalaman individu.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana pengusaha Muslim menerapkan prinsip-prinsip bisnis Islam dalam praktik sehari-hari. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan wawasan berharga bagi pengusaha Muslim, praktisi bisnis, dan akademisi tentang kompleksitas moral dan spiritual dalam bisnis Islam. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi pada literatur tentang bisnis Islam dan fenomenologi, serta membuka peluang untuk penelitian lanjutan dalam bidang ini.

Pengembangan Bisnis Islam tidak hanya mencerminkan sebuah tren, melainkan juga menjadi refleksi dari tuntutan moral dan etika dalam dunia bisnis yang semakin kompleks. Para pengusaha Muslim dihadapkan pada dilema moral yang unik, di mana mereka harus mengintegrasikan prinsip-prinsip Islam dalam pengambilan keputusan bisnis mereka tanpa mengorbankan efisiensi dan keberlanjutan bisnis. Dalam konteks ini, penelitian tentang pengalaman pengusaha Muslim dalam menerapkan prinsip-prinsip bisnis Islam menjadi semakin penting untuk memahami dinamika bisnis yang berkembang di dunia Islam.

Studi sebelumnya telah menyoroti berbagai aspek prinsip-prinsip bisnis Islam, seperti akad yang sesuai syariah, larangan riba, dan konsep keadilan ekonomi. Namun, masih ada kekurangan dalam pemahaman tentang bagaimana prinsip-prinsip ini tercermin dalam pengalaman dan tindakan sehari-hari para pengusaha Muslim. Menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah ini dengan mengeksplorasi pengalaman subjektif para pengusaha dalam menerapkan prinsip-prinsip bisnis Islam dalam praktik bisnis mereka.

Pendekatan fenomenologi memungkinkan peneliti untuk memahami realitas subjektif individu melalui pengamatan langsung, refleksi, dan analisis mendalam. Dalam konteks penelitian ini, akan dilakukan observasi partisipatif di lingkungan bisnis para pengusaha Muslim, di mana peneliti akan menjadi bagian dari situasi bisnis untuk memahami secara lebih intim dinamika yang terlibat. Selain itu, peneliti juga akan melakukan analisis dokumen terkait prinsip-prinsip bisnis Islam untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang konteks normatif di mana para pengusaha beroperasi.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan pada literatur tentang bisnis Islam dan fenomenologi. Dengan memperdalam pemahaman tentang pengalaman pengusaha Muslim dalam menerapkan prinsip-prinsip bisnis Islam, penelitian ini juga dapat memiliki implikasi praktis yang penting bagi pengusaha Muslim, praktisi bisnis, dan pembuat kebijakan. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu memperluas pemahaman tentang hubungan antara agama dan

bisnis dalam konteks Islam, yang relevan tidak hanya untuk komunitas Muslim, tetapi juga untuk masyarakat global yang semakin terhubung secara ekonomi dan sosial.

Dalam menjalankan bisnis mereka, para pengusaha Muslim dihadapkan pada pertimbangan yang melampaui sekadar mencari keuntungan materi. Mereka berusaha untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip moral dan etika Islam dalam setiap aspek keputusan bisnis mereka. Namun, bagaimana prinsip-prinsip tersebut tercermin dalam praktik bisnis sehari-hari mereka masih merupakan area penelitian yang berkembang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menjelajahi pengalaman subjektif para pengusaha Muslim dalam menerapkan prinsip-prinsip bisnis Islam.

Metode kualitatif fenomenologi dipilih karena memberikan pendekatan yang mendalam untuk memahami pengalaman individu tanpa membatasi diri pada kerangka kerja yang telah ada sebelumnya. Dengan memusatkan perhatian pada makna yang terkandung dalam pengalaman subjektif, penelitian ini akan membantu mengungkapkan bagaimana para pengusaha Muslim merespons dan mempraktikkan prinsip-prinsip Islam dalam kehidupan bisnis mereka sehari-hari. Observasi partisipatif di lingkungan bisnis mereka akan memungkinkan peneliti untuk memperoleh wawasan yang lebih dalam tentang interaksi mereka dengan prinsip-prinsip tersebut dalam situasi nyata. Implikasi praktis dari temuan ini juga dapat membantu pengusaha Muslim dalam menghadapi dilema bisnis yang kompleks dengan mempertimbangkan nilai-nilai Islam dalam pengambilan keputusan mereka. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya akan memperdalam pemahaman tentang hubungan antara agama dan bisnis dalam konteks Islam, tetapi juga akan membuka jalan bagi penelitian lebih lanjut dalam bidang ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi dengan studi literatur, menggunakan data sekunder dari jurnal akademik, artikel, dan buku relevan. Data tersebut dianalisis secara sistematis untuk mengidentifikasi tema utama yang berkaitan dengan prinsip-prinsip bisnis Islam. Analisis literatur ini membantu peneliti memahami kerangka konseptual yang ada dan merumuskan pertanyaan penelitian yang relevan. Pendekatan ini dipilih karena memberikan ruang untuk pemahaman yang mendalam tentang pengalaman dan persepsi para pengusaha Muslim dalam menjalankan bisnis mereka dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip Islam. Penggunaan metode kualitatif ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi kerumitan dan konteks yang terlibat dalam praktik bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai agama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan dari penelitian ini mengungkap beragam temuan yang relevan dengan praktik bisnis para pengusaha Muslim dalam konteks prinsip-prinsip Islam. Salah satu temuan utama adalah bahwa prinsip-prinsip Islam memainkan peran sentral dalam mengatur dan membentuk praktik bisnis para pengusaha Muslim. Prinsip-prinsip seperti keadilan, kejujuran, tanggung jawab sosial, dan keberkahan merupakan landasan yang kuat dalam pengambilan keputusan dan operasional bisnis mereka. Hal ini tercermin dalam berbagai aspek praktik bisnis

mereka, mulai dari manajemen keuangan yang bebas riba hingga penerapan etika bisnis yang tinggi dalam hubungan dengan karyawan, pelanggan, dan mitra bisnis.

Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa pengusaha Muslim cenderung memprioritaskan tujuan non-keuangan dalam menjalankan bisnis mereka. Meskipun tujuan finansial tetap menjadi faktor penting, pengusaha Muslim juga mengutamakan pencapaian tujuan yang lebih luas, seperti memberikan manfaat bagi masyarakat, menjaga lingkungan, dan memperjuangkan keadilan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa praktik bisnis mereka tidak hanya didorong oleh motif ekonomi semata, tetapi juga oleh nilai-nilai moral dan etika yang didasarkan pada ajaran agama Islam.

Penelitian ini mengidentifikasi tantangan yang dihadapi pengusaha Muslim dalam menerapkan prinsip bisnis Islam. Tantangan utama adalah keterbatasan sumber daya dan akses ke pasar atau pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah. Meskipun banyak institusi keuangan menawarkan produk berbasis syariah, hambatan regulasi, infrastruktur, dan kesadaran pasar masih mempengaruhi kemampuan pengusaha Muslim untuk mengaksessnya.

Penelitian ini juga menyoroti pentingnya pendidikan dan pemahaman yang lebih baik tentang prinsip-prinsip Islam dalam bisnis. Meskipun banyak pengusaha Muslim yang berusaha untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip Islam dalam praktik bisnis mereka, masih ada kebutuhan untuk meningkatkan pemahaman tentang bagaimana menerapkan prinsip-prinsip ini secara efektif dan praktis dalam situasi bisnis yang kompleks. Ini mencakup pemahaman yang lebih baik tentang prinsip-prinsip ekonomi Islam, praktik keuangan yang sesuai dengan syariah, dan strategi manajemen yang berbasis pada nilai-nilai Islam.

Pembahasan hasil penelitian ini mencakup refleksi tentang implikasi temuan untuk praktik bisnis, kebijakan publik, dan penelitian di masa depan. Hasil penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi pengusaha Muslim, praktisi bisnis, dan pembuat kebijakan dalam memahami praktik bisnis yang sesuai dengan prinsip Islam. Selain itu, penelitian ini memperkaya literatur bisnis Islam dengan memberikan pemahaman mendalam tentang penerapan prinsip-prinsip Islam dalam praktik bisnis. Temuan dan diskusi penelitian ini memiliki relevansi luas dan memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman bisnis berbasis nilai-nilai agama.

Sangatlah pentingnya untuk terus mengembangkan infrastruktur ekonomi Islam yang mendukung praktik bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip agama. Temuan bahwa masih ada tantangan dalam akses terhadap pasar dan pembiayaan yang sesuai dengan syariah menyoroti perlunya kerjasama antara sektor publik dan swasta untuk menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif bagi pengusaha Muslim. Langkah-langkah seperti penyediaan infrastruktur keuangan yang lebih inklusif, fasilitasi akses pasar yang lebih luas, dan penguatan regulasi yang mendukung praktik bisnis berbasis syariah dapat membantu mengatasi hambatan-hambatan tersebut.

Pentingnya pendidikan dan kesadaran akan prinsip-prinsip Islam dalam bisnis juga harus diperhatikan lebih lanjut. Program pendidikan yang memadai tentang ekonomi Islam dan praktik bisnis yang sesuai dengan syariah perlu dikembangkan untuk mempersiapkan generasi pengusaha Muslim masa depan. Selain itu, upaya untuk meningkatkan kesadaran pasar tentang produk dan layanan berbasis syariah

juga penting agar permintaan dan penawaran dapat sejalan untuk mendukung pertumbuhan bisnis Islam yang berkelanjutan.

Etika bisnis Islam berlandaskan pada keyakinan bahwa Islam adalah agama yang sempurna, dengan aturan dan nilai-nilai yang membawa kebahagiaan di dunia dan akhirat (profit and falah oriented). Bisnis dalam Islam memiliki etika dan prinsip dasar yang berlandaskan nilai-nilai Alquran (Rahmah, 2020). Etika ini mengarahkan kaum Muslim untuk bertindak sesuai dengan apa yang dibolehkan dan dilarang oleh Allah SWT, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Manusia bebas melakukan kegiatan ekonomi untuk meningkatkan taraf hidupnya, namun etika bisnis berfungsi untuk membantu pebisnis memecahkan masalah moral dalam praktik bisnis mereka (Setyawan & Wahyudi, 2022).

Berdasarkan Ramadhany et al., (2023) menjelaskan bahwa terdapat beberapa prinsi dalam berbisnis sesuai dengan etika atau syariah islam, antara lain:

1. Prinsip Kesatuan

Prinsip kesatuan dalam etika bisnis Islam didasarkan pada konsep ketauhidan, yang berarti bahwa semua tindakan harus sesuai dengan kehendak Allah SWT. Segala kegiatan bisnis harus mencerminkan prinsip dan tujuan Allah SWT. Lestari dan Jubaedah (2023) menyatakan bahwa prinsip kesatuan ini mencerminkan monoteisme yang mengintegrasikan semua aspek kehidupan Muslim ekonomi, politik, dan sosial sebagai satu kesatuan yang koheren. Prinsip ini menekankan pentingnya keteraturan dan keselarasan dalam menjalankan bisnis yang terintegrasi secara vertikal dan horizontal

2. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan berarti berperilaku adil, tidak memihak, dan berpegang pada kebenaran. Dalam konteks bisnis, keadilan mengharuskan pelaku bisnis untuk tidak melakukan penipuan, seperti mengurangi timbangan atau ukuran produk. Al-Quran menekankan pentingnya menimbang dan mengukur secara akurat. Penipuan komersial merusak prinsip keadilan dan dilarang keras dalam Islam.

3. Prinsip Kehendak Bebas

Meskipun hukum dan nilai-nilai Islam membatasi kebebasan individu, Islam memberikan kebebasan untuk mengoptimalkan sumber daya demi mencapai kemakmuran. Namun, kebebasan ini tidak berarti persaingan bebas yang merusak. Allah SWT melarang persaingan tidak sehat yang bertentangan dengan prinsip muamalah Islam. Pasar dalam Islam diatur untuk mencapai kesejahteraan umum, dengan intervensi hanya dilakukan jika ada praktik yang merugikan atau tidak adil.

4. Prinsip Tanggung Jawab

Tanggung jawab dalam etika bisnis Islam meliputi tanggung jawab vertikal kepada Allah SWT dan tanggung jawab horizontal kepada masyarakat atau konsumen. Pelaku bisnis harus menjalankan usahanya dengan keterbukaan, integritas, dan pelayanan yang optimal. Dalam Islam, tanggung jawab mencakup kewajiban kepada diri sendiri, kepada Allah SWT, dan kepada lingkungan sekitar. Hal ini penting untuk memastikan bahwa bisnis dijalankan dengan cara yang etis dan tidak merugikan pihak lain.

5. Prinsip Kebenaran

Kebenaran dalam bisnis Islam berarti memiliki tujuan, sikap, dan perilaku yang benar serta jujur dalam semua aspek profesional. Prinsip ini menekankan pada kebajikan dan kejujuran dalam setiap interaksi bisnis. Kebenaran harus dipraktikkan dalam semua prosedur bisnis tanpa sedikit pun ketidakjujuran. Etika bisnis Islam melindungi semua pihak yang terlibat dalam transaksi, kerjasama, atau perjanjian komersial dengan menerapkan prinsip kebenaran. Kebenaran dalam bisnis mencakup niat, sikap, dan tindakan yang tepat dalam setiap proses, termasuk transaksi, pengadaan produk, pengembangan produk, dan pengambilan keuntungan.

Bisnis syariah berusaha mengarahkan pelaku bisnis dan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan tanpa merugikan pihak lain. Berikut adalah pedoman utama dalam menjalankan bisnis syariah menurut Kasim (2023):

a. Pemanfaatan Sumber Daya

Sumber daya yang tersedia dianggap sebagai anugerah Tuhan dan harus digunakan secara efisien dan optimal, dengan penuh tanggung jawab.

b. Pandangan terhadap Harta

Islam memandang harta dengan batasan tertentu, selama penggunaannya tidak melanggar hak orang lain.

c. Kerja Tim

Kekuatan bisnis yang paling penting adalah kerja tim dalam kesepakatan bisnis.

d. Harta sebagai Modal Produktif

Harta harus dilihat sebagai modal produktif untuk meningkatkan produksi nasional dan kesejahteraan masyarakat, sehingga kepemilikan pribadi tidak dapat hanya dimiliki oleh elit tertentu.

e. Kepemilikan dan Penggunaan Komunal

Islam menjamin kepemilikan dan penggunaan komunal atas harta.

f. Perlakuan Adil dan Larangan Eksploitasi

Islam tidak mendukung keuntungan yang berlebihan, perdagangan yang tidak adil, perlakuan diskriminatif, dan penindasan.

g. Zakat

Islam mewajibkan pembayaran zakat setahun sekali untuk amal dan tujuan keagamaan.

h. Larangan Riba

Islam mengharamkan praktik riba dalam segala bentuknya.

Hasil penelitian ini juga memiliki implikasi yang relevan untuk praktik bisnis di luar konteks Muslim. Prinsip-prinsip seperti keadilan, keberkahan, dan tanggung jawab sosial yang ditemukan dalam praktik bisnis para pengusaha Muslim dapat menjadi inspirasi bagi praktisi bisnis lainnya untuk mempertimbangkan nilai-nilai moral dan etika dalam pengambilan keputusan bisnis mereka. Dengan memperkuat kesadaran akan pentingnya integritas dan nilai-nilai yang baik dalam bisnis, dapat dibangun budaya bisnis yang lebih berkelanjutan dan inklusif di seluruh dunia.

Penelitian ini membuka peluang untuk studi lebih lanjut dalam bisnis Islam. Potensi penelitian meliputi manajemen risiko syariah, inovasi produk dan layanan berbasis syariah, serta dampak ekonomi dari praktik bisnis sesuai prinsip Islam. Penelitian

lebih lanjut dapat memberikan wawasan mendalam tentang penerapan prinsip Islam dalam berbagai konteks bisnis dan dampaknya pada kesejahteraan ekonomi dan sosial.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa prinsip-prinsip bisnis Islam, seperti keadilan, kejujuran, tanggung jawab sosial, dan keberkahan, memainkan peran sentral dalam praktik bisnis para pengusaha Muslim, memberikan keunggulan kompetitif dan mendukung tujuan non-keuangan seperti manfaat sosial dan lingkungan. Namun, tantangan terkait akses sumber daya dan pembiayaan syariah, serta kebutuhan akan pendidikan dan pemahaman yang lebih baik tentang prinsip-prinsip ini, menggarisbawahi perlunya kerjasama lintas sektor untuk menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif dan inklusif, yang tidak hanya relevan bagi pengusaha Muslim tetapi juga dapat menginspirasi praktik bisnis etis secara global.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyono, Joko. (2020). Analisis Dokumen Kebijakan Ekonomi Terkait Implementasi Prinsip-Prinsip Bisnis Berbasis Islam: Studi Komparatif di Negara-Negara ASEAN. *Jurnal Kajian Ekonomi ASEAN*, 7(2), 56-70.
- Hidayat, Andi. (2021). Peran Kerjasama Internasional dalam Memperkuat Implementasi Prinsip-Prinsip Bisnis Berbasis Islam: Perspektif Indonesia. *Jurnal Hubungan Internasional*, 15(2), 88-102.
- Indah, Dewi. (2021). Pendidikan dan Kesadaran tentang Prinsip-Prinsip Bisnis Berbasis Islam: Studi Kasus di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 101-115.
- Jaharuddin, dkk. (2023). *Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga. H. 40-41
- Jaharuddin, dkk. (2023). *Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga. H. 46
- Jaharuddin, dkk. (2023). *Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga. H. 22
- Kasim, A. (2023). Prinsip-Prinsip Hukum Islam dalam Kegiatan Bisnis Islam. *Al-'Aqdu: Journal of Islamic Economics Law*, 3(1), 58-67.
- Lestari, P. S., & Jubaedah, D. (2023). Prinsip-Prinsip Umum Etika Bisnis Islam. *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Budaya Islam*, 8(2), 220-232.
- Lubis, J. W., & Asril, A. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Mahasiswa Non-Muslim Memilih Studi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*.
- Ningseh, A. R. S. W. (2021). Analisis Penerapan Prinsip Good Corporate Governance dalam Perspektif Syariat Islam pada Bank Muamalat Indonesia. *MARGIN ECO*.
- Pratama, A. H., Eprianti, N., & Nurrachmi, I. (2021). Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Jual Beli Anak Ayam Warna-Warni. *Jurnal*.
- Putra, Dharma. (2020). Etika Bisnis Berbasis Islam dalam Praktik Bisnis Global: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Etika Bisnis*, 7(1), 54-68.
- Rahayu, Adi. (2020). Prinsip-Prinsip Bisnis Berbasis Islam dan Kinerja Ekonomi Global: Tinjauan Kritis. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 8(3), 67-79.

- Ramadhany, N. P., Aravik, H., & Choirunnisak, C. (2023). Analisis penerapan prinsip etika bisnis islam terhadap usaha mikro kecil dan menengah (umkm) pada rozza bakery palembang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(1), 13-26.
- Rahmah, S. (2020). Prinsip-Prinsip Dasar Ekonomi Islam Dalam Bisnis. *Jurnal Ar-Ribh*, 3(2).
- Santoso, Eko. (2020). Teknologi Blockchain dalam Mendukung Transaksi Keuangan Syariah: Perspektif Pengembangan Ekonomi Digital. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 3(2), 78-92.
- Setyawan, H. N., & Wahyudi, A. (2022). Tinjauan prinsip-prinsip etika bisnis islam dalam praktik pemasaran bawang merah di pasar malon, sukorejo, ponorogo. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(2), 305-332.
- Sutopo, Budi. (2021). Prinsip-Prinsip Bisnis Berbasis Islam dalam Konteks Ekonomi Global: Tinjauan Literatur. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(2), 45-58.
- Susanto, Rini. (2021). Teknologi dan Inovasi dalam Mendukung Implementasi Prinsip-Prinsip Bisnis Berbasis Islam: Peluang dan Tantangan. *Prosiding Konferensi Internasional Ekonomi dan Bisnis*, 2021, 112-125.
- Utama, Gita. (2021). Inovasi Teknologi Keuangan dalam Memfasilitasi Praktik Bisnis Berbasis Islam: Studi Kasus di Malaysia. *Jurnal Inovasi Teknologi Keuangan*, 6(1), 33-47.
- Wijaya, Anwar. (2020). Implementasi Prinsip-Prinsip Bisnis Berbasis Islam dalam Praktik Bisnis Global: Studi Kasus di Sektor Perbankan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(1), 23-35.