

TREN INOVASI BISNIS SYARIAH: MENGGALI POTENSI PASAR DAN ETIKA BERBISNIS

Muhammad Hafiz¹, Rifqil Khairi², Merry Meilany³

^{1,2}Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, Bangkinang, Riau-Indonesia

³Institut Agama Islam Edi Haryono Madani, Riau-Indonesia

Email Korespondensi: muhammadhafizff@gmail.com

ABSTRAK

This study aims to identify innovation trends in sharia business, explore the potential of the sharia market, and examine the application of business ethics according to sharia principles. Through a qualitative approach with a literature study method, this study analyzes various sources from scientific journals and relevant articles to provide a comprehensive picture of the development of innovation, market opportunities, and ethical principles in sharia business. The results of the study indicate that digital innovation, especially through sharia fintech, plays an important role in increasing access to sharia financial services and expanding market reach. In addition, the potential for the sharia market is growing rapidly among Muslim and non-Muslim consumers who prioritize halal and ethical products. Sharia business is also considered to have its own appeal because it upholds ethical principles, such as fairness and transparency, which help build consumer trust. Overall, this study concludes that the combination of innovation and ethics is the key to the success and sustainability of sharia business. Businesses that are consistent in implementing these two elements have the potential to develop competitively and sustainably in the global market.

Keywords: Business, Sharia, Innovation, Ethics, Potential, Market

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tren inovasi dalam bisnis syariah, mengeksplorasi potensi pasar syariah, dan mengkaji penerapan etika bisnis sesuai prinsip syariah. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur, penelitian ini menganalisis berbagai sumber dari jurnal ilmiah dan artikel yang relevan untuk memberikan gambaran komprehensif terkait perkembangan inovasi, peluang pasar, dan prinsip etika dalam bisnis syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi digital, khususnya melalui fintech syariah, memainkan peran penting dalam meningkatkan akses layanan keuangan syariah dan memperluas jangkauan pasar. Selain itu, potensi pasar syariah berkembang pesat di kalangan konsumen Muslim maupun non-Muslim yang mengutamakan produk halal dan beretika. Bisnis syariah juga dinilai memiliki daya tarik tersendiri karena menjunjung tinggi prinsip etika, seperti keadilan dan transparansi, yang membantu membangun kepercayaan konsumen. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa kombinasi inovasi dan etika merupakan kunci keberhasilan dan keberlanjutan bisnis syariah. Bisnis yang konsisten dalam menerapkan kedua elemen ini berpotensi berkembang secara kompetitif dan berkelanjutan di pasar global.

Kata Kunci: Bisnis, Syariah, Inovasi, Etika, Potensi, Pasar

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, bisnis syariah telah mengalami perkembangan pesat di tengah masyarakat yang semakin sadar akan pentingnya prinsip bisnis yang beretika dan berkeadilan. Hal ini tidak hanya berlaku di negara-negara mayoritas Muslim, tetapi juga meluas ke berbagai negara dengan populasi Muslim yang lebih kecil. Menurut beberapa penelitian, sektor keuangan dan bisnis syariah di tingkat global menunjukkan peningkatan yang stabil dari tahun ke tahun, dengan fokus pada produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Al-Harbi, 2020). Sebagai contoh, laporan tahunan keuangan Islam menunjukkan bahwa perbankan syariah kini telah menjadi bagian penting dalam sistem ekonomi internasional, karena pendekatannya yang menghindari riba, gharar (ketidakpastian), dan maysir (spekulasi) (El-Zoghbi & Tarazi, 2013).

Potensi besar bisnis syariah tidak hanya terbatas pada sektor perbankan, tetapi juga meluas ke berbagai sektor lainnya seperti asuransi syariah (takaful), produk halal, pariwisata syariah, dan bahkan industri kreatif. Pasar ini diperkirakan akan terus tumbuh seiring dengan meningkatnya populasi Muslim di dunia dan kesadaran konsumen akan produk halal dan etis (Ali, 2020). Tren ini juga tercermin dalam data yang menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya mencari produk yang berorientasi pada nilai ekonomis, tetapi juga yang berlandaskan etika dan moral yang sejalan dengan nilai-nilai Islam. Penelitian oleh Wilson dan Liu (2017) menunjukkan bahwa bisnis berbasis nilai etika memiliki tingkat kepuasan konsumen yang lebih tinggi, yang menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas konsumen di pasar global.

Namun, terdapat berbagai tantangan yang dihadapi oleh pelaku bisnis syariah, terutama dalam konteks inovasi produk dan layanan. Inovasi menjadi faktor yang sangat penting untuk mendukung daya saing di pasar global yang sangat dinamis. Akan tetapi, proses inovasi dalam bisnis syariah tidak hanya berfokus pada aspek teknis dan komersial, tetapi juga harus tetap berada dalam koridor syariah. Artinya, setiap inovasi yang dikembangkan harus tetap memperhatikan prinsip-prinsip utama dalam syariah, seperti keadilan, kejujuran, dan transparansi. Hal ini menjadi tantangan tersendiri karena tidak semua bentuk inovasi dapat langsung disesuaikan dengan aturan syariah tanpa mengalami modifikasi (Amin, 2020).

Penelitian menunjukkan bahwa pelaku bisnis syariah seringkali menghadapi dilema dalam menyeimbangkan antara kebutuhan untuk tetap kompetitif dengan kebutuhan untuk mematuhi prinsip-prinsip syariah. Misalnya, dalam upaya meningkatkan inklusi keuangan, banyak lembaga keuangan syariah yang mengadopsi teknologi digital untuk memberikan layanan lebih cepat dan efisien. Namun, adopsi teknologi ini menuntut penerapan kebijakan syariah yang ketat dalam hal keamanan data dan mekanisme transaksi agar tetap sesuai dengan prinsip keuangan Islam (Putri dan Hanif, 2024).

Etika bisnis Islami dalam e-commerce merupakan upaya untuk mengintegrasikan kemajuan teknologi dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan kejujuran, keadilan, transparansi, serta kepatuhan terhadap hukum Islam. Dalam konteks e-commerce, etika bisnis Islami mencakup larangan terhadap praktik riba (bunga), gharar (ketidakpastian atau ketidakjelasan dalam transaksi), dan maysir (spekulasi atau perjudian), sehingga setiap transaksi harus jelas dan transparan bagi kedua belah pihak. Prinsip ini menuntut pelaku bisnis untuk menyediakan informasi produk yang akurat, tidak melakukan penipuan atau manipulasi harga, serta memastikan kepuasan konsumen tanpa mengabaikan kehalalan produk atau layanan yang dijual. Penggunaan teknologi dalam e-commerce berbasis syariah juga difokuskan pada efisiensi transaksi yang mendukung inklusi

keuangan, terutama bagi masyarakat Muslim, tanpa mengorbankan aspek etika dan keberkahan. Dengan mengadopsi etika Islami, e-commerce dapat menjadi platform yang tidak hanya menguntungkan secara komersial, tetapi juga memiliki nilai sosial dan spiritual bagi semua pihak yang terlibat (Hidayati & Khairi, 2024).

Selain itu, kesenjangan antara teori dan praktik bisnis syariah juga menjadi salah satu masalah yang masih sering dihadapi. Keterbatasan pemahaman terhadap prinsip-prinsip dasar syariah serta minimnya tenaga profesional yang kompeten dalam mengelola bisnis syariah menyebabkan implementasi di lapangan sering kali menyimpang dari konsep ideal. Beberapa penelitian menyebutkan bahwa hal ini disebabkan oleh kurangnya akses terhadap pendidikan syariah yang komprehensif bagi para pelaku bisnis dan pekerja di industri ini (Astuti dan Faisal, 2023).

Tantangan lainnya adalah dalam hal akses pasar dan persaingan. Walaupun minat terhadap produk-produk syariah meningkat, namun pasar produk ini masih didominasi oleh produk-produk konvensional. Untuk itu, pengembangan inovasi yang mampu mengidentifikasi dan mengeksplorasi potensi pasar menjadi sangat penting. Inovasi yang digerakkan oleh nilai-nilai syariah juga dianggap dapat memberikan keunggulan kompetitif, terutama bagi perusahaan yang mampu mengintegrasikan nilai etika syariah dalam setiap aspek bisnisnya. Dengan demikian, para pelaku usaha syariah perlu memahami dinamika pasar dan tren kebutuhan konsumen untuk terus mengembangkan produk yang tidak hanya kompetitif tetapi juga mencerminkan prinsip-prinsip syariah (Hayat & ul Hameed, 2024).

Dalam konteks ini, tren inovasi dalam bisnis syariah yang mengedepankan etika dalam operasionalisasi bisnis tidak hanya membantu perusahaan dalam bersaing di pasar, tetapi juga berperan dalam membangun kepercayaan dan loyalitas dari konsumen. Keberhasilan dalam menggali potensi pasar serta menjaga integritas etika berbisnis akan menjadi faktor penting bagi pengembangan bisnis syariah ke depan.

LITERATUR REVIEW

Konsep bisnis syariah saat ini tidak hanya fokus pada kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam, tetapi juga bagaimana mengintegrasikan inovasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen modern di pasar global. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fazil (2018), bisnis syariah telah berkembang pesat dalam beberapa dekade terakhir dengan adanya permintaan yang semakin meningkat untuk produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Pertumbuhan ini juga didorong oleh peningkatan populasi Muslim di dunia yang mencari alternatif bisnis dan keuangan yang lebih etis, tanpa riba dan gharar (ketidakpastian)ang keuangan syariah, penelitian yang dilakukan oleh Al-Harbi, (2020) menyoroti bahwa institusi keuangan syariah telah berusaha untuk bersaing dengan lembaga keuangan konvensional dengan berfokus pada inovasi produk yang sesuai dengan syariah. Inovasi ini mencakup produk seperti pembiayaan tanpa bunga dan investasi berbasis kemitraan yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam. Menurutnya, inovasi menjadi tantangan besar karena harus menyesuaikan dengan perkembangan teknologi dan digitalisasi, namun tetap menjaga kepatuhan pada hukum syariah yang ketat .

Putri dan Hanif, (2024) menekankan pentingnya peran teknologi digital dalam pengembangan bisnis syariah. Menurut mereka, teknologi digital seperti fintech (financial technology) memiliki potensi besar untuk meningkatkan akses layanan keuangan syariah bagi masyarakat yang sebelumnya tidak terlayani oleh sistem keuangan konvensional. Namun, penggunaan teknologi ini memerlukan pengawasan ketat untuk memastikan bahwa transaksi yang dilakukan tidak melanggar prinsip-prinsip syariah, seperti riba dan spekulasi berlebihan (maysir) .

Sementara itu, mengkaji tren pasar halal di negara-negara non-Muslim dan menemukan bahwa minat terhadap produk-produk halal terus meningkat, bahkan di kalangan non-Muslim. Menurut penelitian ini, konsumen non-Muslim juga mulai mempertimbangkan produk halal karena alasan kesehatan dan etika. Hal ini menunjukkan bahwa pasar untuk produk syariah dapat berkembang tidak hanya di negara mayoritas Muslim, tetapi juga di negara-negara lain yang memiliki populasi non-Muslim yang signifikan. Dalam hal ini, pengembangan inovasi produk halal dianggap penting untuk mempertahankan daya saing di pasar global yang semakin dinamis.

Lebih lanjut, Astuti dan Faisal, (2023) mengidentifikasi bahwa masih terdapat kesenjangan antara prinsip-prinsip syariah dalam teori dan implementasi di lapangan. Menurut penelitian mereka, pelaku bisnis syariah sering kali mengalami kendala dalam menemukan tenaga kerja yang memiliki pemahaman mendalam mengenai prinsip-prinsip syariah, yang akhirnya menghambat proses inovasi. Mereka merekomendasikan bahwa pendidikan dan pelatihan khusus bagi tenaga kerja di sektor ini diperlukan untuk mendukung pengembangan bisnis syariah yang berkelanjutan.

Hayat dan ul Hameed, (2024) juga membahasi inovasi dalam bisnis syariah dan pentingnya integrasi antara kebutuhan pasar dengan prinsip syariah. Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang berhasil mengintegrasikan nilai etika dan prinsip syariah dalam inovasi produk dan layanan cenderung lebih mudah memperoleh kepercayaan dari konsumen. Menurut Hameed, kesuksesan bisnis syariah ke depan sangat bergantung pada kemampuannya untuk terus berinovasi dalam mengidentifikasi peluang pasar yang relevan dan berpegang pada prinsip-prinsip etis dalam setiap aspek operasionalnya.

Secara keseluruhan, literatur menunjukkan inovasi dalam bisnis syariah memainkan peran penting dalam mengembangkan pasar yang lebih luas, tidak hanya di negara-negara mayoritas Muslim tetapi juga di negara-negara non-Muslim. Dengan meningkatnya permintaan untuk produk yang etis dan berkelanjutan, bisnis syariah diharapkan dapat terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen global sambil tetap mematuhi prinsip-prinsip syariah yang mendasarinya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (literature review) dan analisis deskriptif (Sugiyono, 2017). Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai untuk mengkaji fenomena inovasi dalam bisnis syariah serta prinsip etika yang terkait, yang bersifat konseptual dan interpretatif.

Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari jurnal ilmiah, artikel, buku, laporan tahunan, dan publikasi dari lembaga-lembaga terkait bisnis dan keuangan syariah. Database seperti Google Scholar, ProQuest, dan ResearchGate akan menjadi sumber utama dalam mengakses referensi terkait topik inovasi bisnis syariah. Referensi yang dikumpulkan difokuskan pada tren inovasi produk, strategi pasar, serta prinsip etika dalam bisnis syariah.

Analisis Data

Analisis dilakukan secara deskriptif dengan teknik analisis isi (content analysis) untuk mengidentifikasi tema-tema utama terkait inovasi, potensi pasar, dan etika dalam bisnis syariah. Data yang diperoleh akan diorganisasikan dan dianalisis untuk mengidentifikasi tren, tantangan, dan peluang dalam bisnis syariah. Kode-

kode tematik akan diterapkan untuk merangkum informasi, yang kemudian akan diinterpretasikan berdasarkan prinsip syariah dan etika bisnis.

Prosedur Analisis Data

a. Reduksi Data

Semua data yang telah dikumpulkan akan direduksi untuk memilih informasi yang relevan sesuai dengan tujuan penelitian. Proses ini mencakup penyaringan artikel dan publikasi yang mendalam dan valid dalam menjelaskan inovasi dan tren bisnis syariah.

b. Kategorisasi dan Tema

Setelah data direduksi, peneliti akan mengkategorikan informasi berdasarkan tema utama, yaitu (1) inovasi bisnis syariah, (2) potensi pasar syariah, dan (3) etika dalam bisnis syariah. Kategorisasi ini membantu memudahkan analisis dan penarikan kesimpulan yang lebih spesifik.

Validasi Data

Untuk meningkatkan validitas data, penelitian ini menggunakan metode triangulasi sumber. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber sekunder seperti jurnal ilmiah dan buku untuk memastikan keakuratan dan konsistensi data yang diambil. Selain itu, berbagai pandangan dari pakar bisnis dan etika syariah akan dikaji untuk memberikan perspektif yang holistik.

Teknik Penarikan Kesimpulan

Hasil analisis data akan disajikan dalam bentuk narasi deskriptif untuk memberikan pemahaman menyeluruh mengenai tren inovasi dan tantangan dalam bisnis syariah. Kesimpulan ditarik berdasarkan hasil analisis yang menunjukkan bagaimana inovasi dapat mendorong perkembangan bisnis syariah secara etis dan berkelanjutan, serta strategi yang dapat diadopsi untuk menggali potensi pasar secara maksimal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tren Inovasi dalam Bisnis Syariah

Berdasarkan hasil analisis literatur, terdapat beberapa tren utama dalam inovasi bisnis syariah, yang meliputi pengembangan produk keuangan syariah, teknologi digital, dan pemasaran berbasis etika. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmi et al., (2020) menunjukkan bahwa inovasi produk, seperti pembiayaan berbasis kemitraan dan skema bagi hasil, semakin diminati oleh konsumen yang mencari alternatif keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Di sektor perbankan syariah, produk seperti *murabahah* (jual beli) dan *mudharabah* (kemitraan) diadaptasi menjadi lebih fleksibel untuk memenuhi kebutuhan pasar yang beragam (Rahmi et al., 2020).

Selain itu, fintech syariah telah menjadi tren signifikan dalam industri ini. Fintech memberikan akses layanan keuangan yang lebih mudah dan transparan, terutama bagi mereka yang tidak terjangkau oleh layanan perbankan konvensional. Studi dari Saba et al., (2019) menekankan bahwa fintech syariah tidak hanya menarik bagi konsumen Muslim, tetapi juga kalangan yang mengutamakan etika dalam layanan keuangan mereka. Teknologi ini memungkinkan peningkatan efisiensi dalam transaksi syariah, serta membuka peluang bagi pelaku bisnis untuk menyediakan layanan yang lebih inovatif.

Potensi Pasar Bisnis Syariah

Bisnis syariah memiliki potensi pasar yang sangat besar, baik di negara-negara mayoritas Muslim maupun di negara-negara dengan populasi non-Muslim yang semakin tertarik pada produk halal. Studi dari Abdullah, (2018) menunjukkan bahwa pasar produk halal global diperkirakan akan tumbuh pesat, didorong oleh peningkatan kesadaran konsumen terhadap produk yang etis dan berkualitas. Negara-negara seperti Indonesia, Malaysia, dan Arab Saudi merupakan pasar utama, tetapi juga mulai terlihat adanya minat terhadap produk halal di negara-negara Barat (Abdullah, 2018).

Potensi pasar ini semakin luas dengan meningkatnya permintaan untuk produk yang tidak hanya halal tetapi juga thayyib (baik dan bermanfaat). Produk makanan dan minuman halal, kosmetik halal, serta pariwisata halal merupakan segmen yang mengalami pertumbuhan signifikan. Penelitian ini juga menemukan bahwa strategi yang tepat dalam menangkap potensi pasar tersebut melibatkan edukasi konsumen dan sertifikasi produk halal yang transparan.

Etika dalam Bisnis Syariah

Aspek etika merupakan komponen penting dalam bisnis syariah, di mana semua kegiatan bisnis harus mematuhi prinsip-prinsip syariah seperti larangan riba, gharar, dan maysir (spekulasi berlebihan). Penelitian yang dilakukan oleh El-Zoghbi dan Tarazi, (2013) menunjukkan bahwa perusahaan yang berhasil mengintegrasikan prinsip-prinsip etika Islam dalam kegiatan bisnis mereka cenderung mendapatkan kepercayaan yang lebih tinggi dari konsumen. Etika dalam bisnis syariah mencakup keadilan dalam transaksi, kejujuran dalam pemasaran, dan transparansi dalam layanan. Dengan mengutamakan etika, bisnis syariah tidak hanya mampu menarik pelanggan Muslim tetapi juga konsumen global yang mengutamakan kepercayaan dan keadilan.

Namun, tantangan utama dalam implementasi etika syariah adalah bagaimana memastikan bahwa setiap lini operasional tetap mematuhi prinsip-prinsip tersebut, terutama di era digitalisasi dan globalisasi. Banyak perusahaan menghadapi kesulitan dalam mengintegrasikan prinsip syariah secara konsisten ketika berhadapan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar yang dinamis. Dalam konteks ini, penelitian menemukan bahwa pentingnya regulasi dan audit internal untuk memantau kepatuhan etika dan syariah dalam setiap proses bisnis.

Pemahaman pedagang terhadap tata cara berdagang berbasis ekonomi Islam mencakup pengetahuan dan penerapan prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas jual beli. Pada dasarnya, ekonomi Islam menekankan pada kejujuran, transparansi, keadilan, dan larangan praktik riba (bunga), gharar (ketidakjelasan), serta maysir (spekulasi). Dalam praktiknya, pedagang yang memahami ekonomi Islam akan menjaga integritas dalam menetapkan harga, menghindari penipuan, dan memastikan transaksi dilakukan dengan ridha (kerelaan) dari kedua belah pihak. Selain itu, mereka diharapkan memberikan informasi yang jelas tentang kualitas dan kondisi barang dagangan serta tidak melakukan monopoli atau penimbunan yang dapat merugikan konsumen. Pemahaman yang baik terhadap prinsip-prinsip ini tidak hanya membangun kepercayaan dengan pelanggan tetapi juga dianggap sebagai bagian dari ibadah, karena berdagang sesuai dengan nilai-nilai Islam dapat mendatangkan berkah dan keberkahan dalam usaha (Winario, 2017).

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa inovasi dalam bisnis syariah merupakan faktor krusial dalam menghadapi persaingan pasar global

yang semakin ketat. Dengan perkembangan teknologi dan akses informasi yang semakin luas, perusahaan syariah diharapkan mampu beradaptasi dan terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam. Fintech syariah, misalnya, dapat menjadi solusi untuk menjangkau konsumen yang tidak terlayani oleh sistem perbankan konvensional, sehingga mendukung inklusi keuangan.

Dari sisi potensi pasar, bisnis syariah memiliki prospek yang menjanjikan, tidak hanya terbatas pada pasar Muslim, tetapi juga bagi konsumen yang peduli akan etika dan keberlanjutan. Oleh karena itu, edukasi konsumen dan transparansi dalam sertifikasi halal menjadi penting untuk memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk syariah.

Pada aspek etika, bisnis syariah perlu mempertahankan komitmen mereka terhadap prinsip-prinsip syariah di tengah perubahan pasar yang cepat. Integrasi etika dalam inovasi bisnis syariah menunjukkan bahwa bisnis yang berpegang pada prinsip-prinsip Islam tidak hanya dapat bersaing secara efektif tetapi juga menawarkan alternatif yang lebih etis dan berkelanjutan di pasar global.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa bisnis syariah memiliki potensi besar untuk tumbuh melalui inovasi, terutama dengan memanfaatkan teknologi digital dan memenuhi kebutuhan pasar yang semakin peduli pada etika dan keberlanjutan. Inovasi terbukti menjadi elemen krusial dalam pengembangan bisnis syariah, terutama melalui digitalisasi layanan keuangan seperti fintech syariah. Teknologi ini tidak hanya memungkinkan inklusi keuangan tetapi juga memperluas jangkauan layanan ke kalangan masyarakat yang selama ini kurang terlayani oleh sistem perbankan konvensional. Inovasi yang adaptif terhadap teknologi memberikan nilai tambah yang signifikan dan meningkatkan daya saing bisnis syariah di pasar global. Pasar syariah menawarkan peluang besar, tidak hanya di kalangan konsumen Muslim tetapi juga bagi mereka yang peduli pada produk halal dan etika bisnis. Pasar produk halal seperti makanan, kosmetik, dan pariwisata mengalami pertumbuhan yang pesat. Sertifikasi halal dan *thayyib* (baik) serta edukasi konsumen sangat penting dalam menjaga kepercayaan dan memperkuat posisi produk syariah di pasar. Etika dalam bisnis syariah menjadi elemen pembeda yang penting di tengah kompetisi pasar yang ketat. Kepatuhan terhadap prinsip syariah seperti keadilan, kejujuran, dan transparansi membantu membangun kepercayaan konsumen dan menjaga reputasi bisnis syariah sebagai pilihan yang lebih etis. Namun, implementasi etika dalam praktik tetap menantang, khususnya dalam menjaga kepatuhan di berbagai aspek operasional seiring dengan tuntutan inovasi. Bisnis syariah yang menggabungkan inovasi dengan etika memiliki potensi untuk berkembang secara berkelanjutan. Pendekatan ini memungkinkan bisnis syariah menjadi lebih kompetitif tanpa mengorbankan prinsip-prinsip syariah yang dipegangnya. Dengan memprioritaskan inovasi yang berbasis teknologi serta berpegang pada nilai-nilai syariah, bisnis syariah dapat menjadi alternatif yang menarik bagi konsumen yang mengutamakan produk dan layanan yang lebih etis dan berkualitas.

REFERENSI

- Abdullah, M. A. (2018). Halal Small and Medium Enterprises (SMEs) in Direct Selling Industry: Scenario in Malaysia. *Journal of Halal Industry & Services*, 1(1).
- Al-Harbi, A. (2020). The effect of conversion of conventional banks to Islamic banks: Evidence from GCC Countries. *International Journal of Islamic Business*, 5(1), 1–35.

- Amin, H. (2020). Examining the influence of factors critical for the consumer to accept the offered Islamic home financing. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(7), 1379–1402.
- Astuti, A. R. T., & Faisal, A. (2023). Islamic marketing and customer interest: Bridging theory and practice from an Islamic economic perspective. *AL MA'ARIEF: Jurnal Pendidikan Sosial Dan Budaya*, 5(1), 51–61.
- El-Zoghbi, M., & Tarazi, M. (2013). Trends in Sharia-compliant financial inclusion. *Focus Note*, 84, 1–11.
- Hayat, R., & ul Hameed, W. (2024). Exploring the role of Islamic FinTech innovation trialability and compatibility in enhancing Islamic financial inclusion: a data-driven approach. *The Asian Bulletin of Big Data Management*, 4(1), Science-4.
- Hidayati, Q., & Khairi, R. (2024). Etika Bisnis Islami Dalam E-Commerce: Mengintegrasikan Teknologi Dan Nilai-Nilai Syariah. *Journal of Economic, Management, Business, Accounting Sustainability*, 1(2), 29–35.
- Putri, M. E., & Hanif, H. (2024). The Role Of Financial Technology In Promoting Growth In Islamic Finance In The Digital Era. *Al Fiddhoh: Journal of Banking, Insurance, and Finance*, 5(1), 35–39.
- Rahmi, M., Azma, N., Obad, F. M., Zaim, M., & Rahman, M. (2020). Perceptions of Islamic banking products: Evidence from Malaysia. *Asian Journal of Business Environment*, 10(3), 35–42.
- Saba, I., Kouser, R., & Chaudhry, I. S. (2019). FinTech and Islamic finance-challenges and opportunities. *Review of Economics and Development Studies*, 5(4), 581–890.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Winario, M. (2017). Pemahaman Pedagang Terhadap Tata Cara Berdagang Berbasis Ekonomi Islam. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(2), 844–877.