

KEWIRAUSAHAAN SYARIAH

Tim Penulis:

Yuwan Ditra Krahara
Dahlia Tri Anggraini
Angga Hergastyasmawan
Siti Hartinah
Ahadiyah Agustina
Shopi Guspiati
Mogie Demsi Oemar
Titik Agus Setyaningsih
Mochamad Heru Riza Chakim
Ahmad Maulidizen
Lutfi Maulana
Husni Ahmad Sirojudin
Yayat Sudrajat
Karyono
Pathmi Noerhatini
Nolchi Yudian Languyu
Fitri Wulandari



KEWIRAUSAHAAN SYARIAH

**Yuwan Ditra Krahara
Dahlia Tri Anggraini
Angga Hergastyasmawan
Siti Hartinah
Ahadiyah Agustina
Shopi Guspiati
Mogie Demsi Oemar
Titik Agus Setyaningsih
Mochamad Heru Riza Chakim
Ahmad Maulidizen
Lutfi Maulana
Husni Ahmad Sirojudin
Yayat Sudrajat
Karyono
Pathmi Noerhatini
Nolchi Yudian Languyu
Fitri Wulandari**

KEWIRAUSAHAAN SYARIAH

Tim Penulis:

Yuwan Ditra Krahara
Dahlia Tri Anggraini
Angga Hergastyasmawan
Siti Hartinah
Ahadiyah Agustina
Shopi Guspiati
Mogie Demsi Oemar
Titik Agus Setiyaningsih
Mochamad Heru Riza Chakim
Ahmad Maulidizen
Lutfi Maulana
Husni Ahmad Sirojudin
Yayat Sudrajat
Karyono
Pathmi Noerhatini
Nolchi Yudian Languyu
Fitri Wulandari

Editor : Muhamad Rizal Kurnia, M.E., C.Ed.
Tata Letak : Asep Nugraha, S.Hum.
Desain Cover : Septimike Yourintan Mutiara, S.Gz.
Ukuran : UNESCO 15,5 x 23 cm
Halaman : viii, 262
ISBN : 978-623-8385-99-7
Terbit Pada : Oktober 2024
Anggota IKAPI : No. 073/BANTEN/2023

Hak Cipta 2024 @ Sada Kurnia Pustaka dan Penulis

Hak cipta dilindungi undang-undang dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit dan penulis.

PENERBIT PT SADA KURNIA PUSTAKA

Jl. Warung Selikur Km.6 Sukajaya – Carenang, Kab. Serang-Banten
Email : sadapenerbit@gmail.com
Website : sadapenerbit.com & repository.sadapenerbit.com
Telpon/WA : +62 838 1281 8431

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Alhamdulillah rabbil 'alamin, Puji Syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kekuatan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan buku yang berjudul **“Kewirausahaan Syariah”**. Buku ini dapat menjadi rujukan bagi para pembaca baik dibidang akademisi maupun praktisi yang ingin mengetahui lebih banyak terkait perkembangan kewirausahaan syariah.

Perlu diketahui bahwa Kewirausahaan Syariah adalah bentuk kegiatan usaha yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip Islam, yang menekankan pada etika, tanggung jawab sosial, dan keadilan dalam setiap aspeknya. Tujuannya tidak hanya untuk mencari keuntungan, tetapi juga memastikan bahwa semua aktivitas bisnis mematuhi syariah, serta memberikan manfaat sosial dan spiritual bagi masyarakat. Dalam kewirausahaan syariah, seorang wirausahawan harus menempatkan Tuhan sebagai pusat dalam hidupnya. Selain itu, wirausahawan juga harus menerapkan sikap-sikap yang diajarkan Rasulullah SAW, seperti jujur (*siddiq*), dipercaya (*amanah*), menyampaikan (*tabligh*), dan cerdas (*fathonah*). Mempelajari kewirausahaan syariah dapat membantu mengubah mindset dan mengatasi masalah. Kewirausahaan syariah juga dapat menjadi jalan untuk meningkatkan ekonomi dan memperkuat masyarakat madani.

Harapan kami sebagai penulis, buku ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca dan berkontribusi sebagai referensi khazanah keilmuan terkait kewirausahaan syariah. Ucapan terimakasih kami kepada Penerbit Sada Kurnia Pustaka sebagai fasilitator dalam penerbitan buku ini. Tentunya saran dan kritik dari semua pihak sangat kami harapkan agar menjadi perbaikan karya tulis ini dimasa yang akan datang. Semoga kita semua selalu dalam keberkahan Allah SWT. Aamiin.

Tim Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB 1 PRINSIP DASAR KEWIRAUSAHAAN SYARIAH.....	1
Pendahuluan	2
Definisi Kewirausahaan.....	2
Kewirausahaan dalam Islam	3
Kewirausahaan dalam Perspektif Al Quran	3
Kewirausahaan dalam Perspektif Hadits	4
Motivasi Wirausaha dalam Al Quran dan Hadits.....	4
Pengertian dan Prinsip-prinsip Kewirausahaan Syariah	5
Karakteristik Kewirausahaan	7
Inti dan Hakikat Kewirausahaan.....	7
Nilai-nilai Islam dalam Kewirausahaan Syariah	9
Etika dan Tanggung Jawab Sosial dalam Kewirausahaan Syariah	10
Penerapan Kewirausahaan Syariah di Dunia Bisnis Modern	11
Daftar Pustaka.....	12
Profil Penulis	13
BAB 2 ETIKA BISNIS DALAM ISLAM	14
Pendahuluan	15
Akhlak dan Ekonomi	15
Konsep Bisnis Berdasarkan Islam.....	17
Etika dalam Perdagangan	20
Daftar Pustaka	23
Profil Penulis.....	24
BAB 3 KONSEP HALAL DAN HARAM DALAM BISNIS	25
Pendahuluan	26
Definisi Halal dan Haram	26
Kriteria Halal dan Haram	27
Tinjauan Najis dan Suci	28
Jenis Transaksi Bisnis yang Diharamkan.....	30
Dampak Bisnis Haram Terhadap Fisik maupun Non Fisik	33

Daftar Pustaka	34
Profil Penulis	35
BAB 4 NILAI-NILAI ISLAM DALAM KEWIRAUSAHAAN.....	36
Pendahuluan	37
Konsep Ibadah Dalam Berwirausaha.....	38
Nilai-nilai Islami dalam konsep Kewirausahaan.....	41
Daftar Pustaka.....	49
Profil Penulis.....	50
BAB 5 MODEL BISNIS SYARIAH.....	51
Model dan Desain Bisnis Syariah.....	52
Ciri-ciri Utama Model Bisnis Syariah.....	54
Sejarah dan Perkembangan Bisnis Syariah di Dunia	55
Inovasi Digital dan Teknologi Dalam Bisnis Syariah	57
Perkembangan dan Tantangan Model Bisnis Syariah.....	58
Relevansi Model Bisnis Syariah Dalam Ekonomi Modern	59
Perbedaan Antara Bisnis Konvensional dan Bisnis Syariah	59
Landasan Filosofis dan Teologis Bisnis Syariah	61
Kesimpulan	63
Daftar Pustaka.....	65
Profil Penulis	66
BAB 6 MODAL DAN SUMBER PEMBIAYAAN SYARIAH.....	67
Pendahuluan	68
Modal Pembiayaan Syariah	69
Sumber Pembiayaan Syariah.....	70
Jenis Pembiayaan	71
Prinsip Pembiayaan Syariah	72
Kesimpulan	75
Daftar Pustaka.....	76
Profil Penulis	77
BAB 7 PENGELOLAAN RISIKO DALAM BISNIS SYARIAH.....	78
Pendahuluan	79
Pandangan Islam Terhadap Risiko	79
Pentingnya Manajemen Risiko dalam Bisnis Syariah	80
Prinsip Pengelolaan Risiko Bisnis Syariah.....	81
Jenis-jenis Risiko dalam Bisnis Syariah.....	83

Metode Identifikasi dan Pengukuran Risiko dalam Bisnis Syariah	84
Peran Pengawasan Syariah dalam Pengelolaan Risiko	87
Daftar Pustaka	90
Profil Penulis	91
BAB 8 PENGELOLAAN KEUANGAN DALAM KEWIRAUSAHAAN SYARIAH	93
Pendahuluan	94
Perencanaan Keuangan dalam Kewirausahaan Syariah.....	94
Akuntansi dan Pelaporan Keuangan	95
Akuntabilitas dalam Kewirausahaan Syariah	98
Daftar Pustaka	101
Profil Penulis	102
BAB 9 STRATEGI PEMASARAN SYARIAH	103
Pendahuluan	104
Konsep dan Prinsip Pemasaran Syariah.....	105
Strategi Pemasaran Syariah.....	107
Studi Kasus Penerapan Strategi Pemasaran Syariah.....	127
Daftar Pustaka	131
Profil Penulis	134
BAB 10 MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PERSPEKTIF ISLAM	135
Pendahuluan	136
Prinsip Dasar Manajemen SDM dalam Islam.....	137
Rekrutmen dan Pengembangan Karyawan	138
Pemberian Upah dan Kesejahteraan Karyawan.....	140
Penerapan Prinsip Islam dalam Manajemen SDM Modern	142
Kesimpulan	145
Daftar Pustaka	147
Profil Penulis	150
BAB 11 KELAYAKAN BISNIS SYARIAH	151
Definisi Studi Kelayakan Bisnis Syariah	152
Tujuan dan Manfaat Studi Kelayakan Bisnis Syariah	154
Aspek-aspek Penilaian dalam Kelayakan Bisnis Syariah.....	156
Metode Analisis Kelayakan Bisnis Syariah	157
Teknis Membuat Laporan Studi Kelayakan Bisnis Syariah	159

Daftar Pustaka.....	162
Profil Penulis.....	163
BAB 12 BENTUK-BENTUK ORGANISASI BISNIS	164
Definisi Organisasi Bisnis.....	165
Lingkungan dan Karakteristik Organisasi Bisnis.....	167
Komponen-komponen Organisasi Bisnis	168
Pertimbangan Dalam Mendirikan Organisasi Bisnis	169
Bentuk-bentuk Organisasi Bisnis	170
Daftar Pustaka.....	183
Profil Penulis	184
BAB 13 PENGEMBANGAN PRODUK HALAL	185
Pendahuluan	186
Strategi Pengembangan Industri Produk Halal	188
Model Pengembangan Produk Halal.....	193
Daftar Pustaka.....	197
Profil Penulis	198
BAB 14 CSR DALAM ISLAM.....	199
Pendahuluan	200
Konsep CSR dalam Islam.....	200
Tanggung Jawab Sosial dalam Islam	207
Praktik CSR dalam Perspektif Islam	208
Manfaat CSR dalam Islam bagi Perusahaan	209
Penutup	210
Daftar Pustaka.....	211
Profil Penulis	213
BAB 15 INOVASI DAN TEKNOLOGI DALAM KEWIRAUSAHAAN SYARIAH	214
Pendahuluan	215
Inovasi dalam Produk Halal: Pengembangan Produk yang Inovatif dan Sesuai dengan Kebutuhan Konsumen Modern ...	215
Teknologi Digital dan <i>Fintech</i> Syariah.....	219
<i>E-commerce</i> Berbasis Syariah	223
Analisis Data dan Kecerdasan Buatan (AI).....	224
<i>Internet of Things</i> (IoT)	226
Tantangan dalam Kewirausahaan Syariah.....	227
Kesimpulan	229

Daftar Pustaka	230
Profil Penulis	232
BAB 16 ZAKAT, INFAQ DAN SEDEKAH DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI.....	233
Pendahuluan	234
Pengertian Zakat	234
Pengertian Infaq	236
Pengertian Sedekah	237
Perbedaan Zakat, Infaq dan Sedekah	238
Pemberdayaan Ekonomi Melalui Zakat, Infaq dan Sedekah ...	239
Masalah-masalah Dalam Pengelolaan Zakat, Infaq dan Sedekah	243
Daftar Pustaka	246
Profil Penulis	247
BAB 17 PERAN WAKAF DALAM PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN SYARIAH.....	248
Pendahuluan	249
Wakaf Dalam Perspektif Islam.....	250
Kewirausahaan Syariah.....	251
Wakaf Sebagai Sumber Modal Kewirausahaan Syariah.....	252
Model-Model Implementasi Wakaf Dalam Kewirausahaan Syariah.....	253
Mekanisme Pembiayaan Berbasis Wakaf untuk Bisnis Syariah	255
Kebijakan Pemerintah dan Pengembangan Wakaf untuk Kewirausahaan Syariah.....	257
Daftar Pustaka	260
Profil Penulis	262



BAB 1

PRINSIP DASAR

KEWIRAUSAHAAN

SYARIAH

Yuwan Ditra Krahara, M.M.
Politeknik Krakatau



4. Larangan Riba dan Judi

Praktik bisnis yang sesuai syariah juga menekankan perlunya menjaga kesadaran konstan terhadap kewajiban sosial seseorang terhadap komunitas dan lingkungan. Keyakinan Islam menekankan tanggung jawab sosial yang kuat, yang mencakup memberikan persentase kekayaan untuk amal, membagikan penghasilan, dan memberikan pekerjaan kepada orang-orang yang membutuhkan.

5. Penghargaan terhadap Ketenagakerjaan

Bisnis Syariah menghargai ketenagakerjaan. Karyawan harus diperlakukan dengan baik, memiliki hak-hak yang layak, dan mendapatkan kompensasi yang adil. Sebagai bagian penting dari mencapai tujuan bersama, kontribusi mereka terhadap pengembangan bisnis dihargai.

6. Menjaga Keberlanjutan Lingkungan

Kewirausahaan Syariah juga memperhatikan perlindungan lingkungan. Diharapkan bisnis beroperasi tanpa merusak lingkungan dan mengambil tindakan untuk menjaga kelestarian alam, sesuai dengan janji Islam sebagai khalifah di bumi.

7. Bersikap Santun dan Ramah dalam Berbisnis

Salah satu aspek penting dari kewirausahaan Syariah adalah etika berbisnis yang santun dan ramah. Para wirausahawan harus menjalin hubungan bisnis dengan sikap yang sopan dan penuh kasih sayang, sehingga mereka dapat menciptakan lingkungan yang harmonis dan penuh keberkahan.

Etika dan Tanggung Jawab Sosial dalam Kewirausahaan Syariah

Salah satu komponen terpenting dalam kewirausahaan syariah adalah etika. Selain memperoleh keuntungan, wirausahawan harus mempertimbangkan aspek moralitas bisnis mereka. Tanggung jawab sosial berarti melakukan hal-hal yang baik untuk masyarakat, menghindari hal-hal yang tidak baik, dan terlibat dalam hal-hal yang baik untuk kesejahteraan umum. Sebagai contoh, diharapkan wirausahawan syariah membantu fakir miskin dan komunitas lokal.

Penerapan Kewirausahaan Syariah di Dunia Bisnis Modern

Prinsip kewirausahaan syariah masih relevan hingga hari ini dan dapat diterapkan pada berbagai jenis bisnis. Bisnis syariah yang didasarkan pada prinsip kejujuran, keadilan, dan kehalalan semakin berkembang di industri perbankan dan asuransi. Dalam era globalisasi, salah satu masalah utama yang dihadapi oleh wirausahawan syariah adalah bagaimana mempertahankan integritas dan komitmen terhadap nilai-nilai syariah di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Meskipun demikian, banyak wirausahawan syariah telah menunjukkan bahwa mempertahankan prinsip-prinsip Islam memungkinkan perusahaan mereka untuk berkembang dengan cepat dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

Aprijon. (2013). *Kewirausahaan dan Pandangan Islam*.

Gugus Kriswahyudi. (2022). *MEMBANGUN KEWIRAUSAHAAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*. 1(1).
<https://doi.org/10.25217/srikandiv1i1.1335>

Ismail, N. (2023). *MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN DALAM PERSPEKTIF AL-QUR'AN DAN HADITS*. 9(2), 2548–5911.
<https://doi.org/10.55210/iqtishodiyah.v9i2.980>

Jannah, M., Sunan, U., & Surabaya, A. (2018). KEWIRAUSAHAAN DALAM PERSPEKTIF SYARI'AH Nur Ismi Febrianti Nur Lailatul Musyafaah. *Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 8(1).

Kewirausahaan Syariah: Pengertian, Nilai, Peluang dan Tantangannya. (n.d.). Retrieved October 4, 2024, from <https://www.shariaknowledgecentre.id/id/news/kewirausahaan-syariah/>

Soeharjoto, S., Ratnawati, N., Hubur, A. A., Sumiyarti, S., Santosa, W., Damayanti, S., & Tribudhi, D. A. (2023). KEWIRAUSAHAAN SYARIAH UNTUK KEMASLAHATAN BERSAMA. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 401–408.

PROFIL PENULIS



Yuwan Ditra Krahara, M.M.

Ketertarikan penulis terhadap Ilmu Manajemen Pemasaran di mulai sejak Tahun 2018, hal tersebut membuat Penulis memilih untuk masuk ke Sekolah Menengah Kejuruan di SMK YPW Krakatau Steel Cilegon dengan memilih Jurusan Teknik Otomotif (TO) dan berhasil lulus pada Tahun 2013. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi dan berhasil menyelesaikan studi S1 di Prodi Manajemen

Universitas Bina Bangsa Banten pada tahun 2018. Dua tahun kemudian, penulis melanjutkan dan menyelesaikan studi S2 di Prodi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Dan saat ini sedang melanjutkan Studi S3 di Prodi Doktor Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis memiliki keilmuan dibidang Consumer Behaviour dan bidang sustainable Marketing. Dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang keilmuannya tersebut kemudian sudah ada beberapa buku yang dibuat oleh penulis yaitu ekonomi moneter dan perilaku Konsumen, dan saat ini penulis merupakan Dosen tetap pada Prodi Relasi Industri Politeknik Krakatau kemudian beberapa penelitian sudah dipublikasikan di jurnal internasional. Selain mengajar penulis saat ini aktif sebagai Entrepreneur yang bergerak di bidang otomotif.

Email Penulis: yuwanditra820@gmail.com




BAB 2

ETIKA BISNIS DALAM

ISLAM

Dahlia Tri Anggraini, S.E., M.M.
Universitas Muhammadiyah Jakarta



Konsep Bisnis Berdasarkan Islam

Kegiatan usaha/bisnis berdasarkan hukum Islam adalah kegiatan yang tidak mengandung unsur:

1. *Maysir*

Merupakan segala bentuk perjudian (bermain kartu, dadu, mesin slot) yang menguntungkan satu pihak dan merugikan pihak lain. *Maysir* akan membuat diri seseorang menjadi tidak produktif karena hanya mengandalkan kemenangan dalam perjudian tanpa mau melakukan usaha secara riil. Saat ini banyak sekali bentuk *maysir* yang dibalut dalam game (permainan) online, undian, taruhan dalam pertandingan olah raga atau lainnya, sms berhadiah, dan bentuk lainnya. Apapun bentuknya Allah Swt tetap mengharamkan riba karena hasil akhir *maysir* ditentukan oleh keberuntungan bukan *knowledge* maupun *skill*. Hal ini ditekankan dengan firman Allah SWT pada QS. Al-Maidah ayat 90 yang berbunyi sebagai berikut: *“Wahai orang-orang yang beriman, sesungguhnya minuman keras, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan anak panah adalah perbuatan keji (dan) termasuk perbuatan setan”*.

2. *Asusila*

Islam melarang berbisnis secara asusila yaitu melanggar norma kesusilaan atau sosial. Saat ini banyak bisnis prostitusi yang dilakukan secara online. Hal ini menyebabkan bisnis haram ini mudah diakses dan tersebar secara luas. Islam dan semua agama melarang perbuatan asusila dan pelanggaran norma kesusilaan. Hal ini ditegaskan dalam QS. An-Nur ayat 30, Allah berfirman *“Katakanlah kepada laki-laki yang beriman, agar mereka menjaga pandangannya, dan memelihara kemaluannya; yang demikian itu, lebih suci bagi mereka. Sungguh, Allah Maha Mengetahui apa yang mereka perbuat”*.

3. *Gharar*

Gharar merupakan transaksi yang mengandung ketidakjelasan atau ketidaktransparanan sehingga berpeluang untuk merugikan pihak yang bertransaksi. Saat ini, *gharar* sering dijumpai dalam transaksi (jual beli) barang secara online. Terkadang, barang yang

perbuatan yang bathil dan menzalimi konsumen. Pedagang seharusnya menyadari bahwa sebesar apapun keuntungan yang didapatkan dengan cara yang zalim dan haram, tidak mendapatkan keberkahan dari Allah Swt.

Ketujuh pelarangan di atas, merupakan bentuk fokusnya Allah Swt kepada sektor perdagangan di mana termasuk dalam muamalah (hubungan manusia dengan sesamanya). Pelanggaran terhadap salah satunya akan menzalimi diri sendiri maupun orang lain dan akan berdampak buruk pada perekonomian negara.

Etika dalam Perdagangan

Bisnis dan etika harus dijalankan secara selaras. Bisnis merupakan simbol urusan duniawi serta dianggap juga sebagai kesatuan dari urusan akhirat apabila diniatkan sebagai bagian dari ibadah kepada Sang Pencipta. Secara bahasa, etika berasal dari kata ethos (Yunani) yang memiliki arti sikap, cara berpikir, kebiasaan, adat, akhlak, perasaan, dan watak kesusilaan (Nawatmi, 2010). Etika berperan sebagai rambu-rambu yang dapat mengingatkan dan membimbing anggotanya kepada suatu tindakan yang terpuji (Joni, 2023). Terdapat syarat bahwa penjual dan pembeli harus sudah aqil dan baligh dalam melakukan perdagangan. Hal ini bertujuan untuk melindungi keduanya dari Tindakan negatif saat bertransaksi yang akan merugikan satu sama lain. Dalam perdagangan, baik penjual dan pembeli wajib mempunyai etika sebagai berikut:

1. *Shiddiq* (jujur)

Pihak yang melakukan perdagangan harus memiliki sifat jujur yaitu tidak berbohong, tidak berkhianat (ingkar janji), tidak menipu, dan lain sebagainya. Kejujuran akan memberikan manfaat bagi penjual maupun pembeli. Manfaat kejujuran bagi penjual dan keluarganya yaitu perdagangan akan menjadi pintu rizki yang penuh berkah karena setiap perilaku jujur akan mendatangkan pahala dari Allah Swt. Pembeli akan loyal (setia) kepada penjual yang jujur karena selalu mengatakan hal yang sebenarnya dan tidak mengada-ada serta memberikan timbangan yang cukup. Bagi pembeli, kejujuran diterapkan dalam tidak meminta dilebihkan saat melakukan

tanpa paksaan dan rasa iri dengki. Pembeli akan merasa nyaman bila bertransaksi dengan penjual tersebut. Penjual dan pembeli hendaknya melaksanakan perniagaan dengan suka cita karena mereka saling membutuhkan dan tidak ada salah satu pihak yang posisinya lebih tinggi daripada yang lain. Rasulullah SAW bersabda, *“Allah berbelas kasihan kepada orang yang murah hati ketika ia menjual, bila membeli dan atau ketika menuntut hak”*. (HR. Bukhari).

6. Senantiasa Mengingat Akhirat

Perniagaan merupakan urusan dunia. Namun kita harus ingat bahwa yang membukakan pintu rizki hanyalah Allah Swt. Oleh karenanya, ibadah kepada Allah Swt haruslah didahulukan dibandingkan urusan dunia. Shalat merupakan ibadah yang paling wajib dibandingkan ibadah lainnya. Ibadah inilah yang pertama kali dihisab di yaumul akhir. Sehingga sesibuk apapun diri kita jika sudah waktunya shalat maka kita wajib meninggalkan pekerjaan kita sebentar. Jika urusan akhirat sudah selesai maka kita boleh kembali ke urusan dunia. Karena sejatinya tugas manusia di bumi hanyalah untuk mengabdikan kepada Allah Swt bukan untuk melakukan urusan lain.

Daftar Pustaka

- Joni, H.M. 2023. Pasar Modal Syariah. Hal 11-25. Bandung: Penerbit Widina
- Nawatmi, S. 2010. Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. Fokus Ekonomi Vol. 9 No. 1. Hal. 50-58

PROFIL PENULIS



Dahlia Tri Anggraini, S.E., M.M.

Penulis mulai tertarik terhadap ilmu Akuntansi dan Manajemen Keuangan Syariah saat mengenyam bangku Pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jakarta pada tahun 2008 silam. Di mana penulis memfokuskan diri pada skripsi dengan tema Perlakuan Akuntansi Dana Tabarru' pada Asuransi Syariah. Setelah menempuh program S1, penulis menjadi karyawan di Bank Muamalat Indonesia (2010-2017). Tahun 2015, penulis menyelesaikan studi S2 di prodi Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Pamulang. Dan saat ini penulis sedang meneruskan Pendidikan di Program Doktor Ilmu Akuntansi Universitas Ageng Tirtayasa. Penulis memiliki kepakaran di bidang Manajemen Keuangan dan Akuntansi Syariah. Dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang yang sesuai dengan kepakaran tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi. Selain meneliti, penulis juga berupaya untuk aktif dalam menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini.

Email Penulis: d.trianggraini@umj.ac.id



BAB 3

KONSEP HALAL DAN HARAM DALAM BISNIS

Angga Hergastyasmawan, S.E.I., M.E.
Politeknik Negeri Samarinda



Pendahuluan

Indonesia merupakan negara dengan jumlah populasi penduduk muslim terbesar di dunia. Hal ini, sangat mendukung bahwasanya Indonesia menjadi negara yang memiliki potensi besar pada penerapan ekosistem ekonomi syariah. Terbukti berdasarkan laporan dari *Global Islamic Economy Report 2023/2024*, Indonesia berada pada posisi ke 3 di dunia, sebagai nominasi negara yang memiliki perkembangan ekosistem ekonomi syariah urutan ketiga di dunia (DinasStandard, 2024).

Pada kondisi dimana populasi masyarakat muslim besar, maka tentunya kebutuhan akan ketersediaan pasar produk halal akan besar pula. Negara akan membaca kondisi ini sebagai sebuah peluang untuk meningkatkan perekonomian negara melalui aspek ekonomi syariah. Negara akan hadir untuk menyediakan pemenuhan produk halal di pasar dengan membentuk lembaga yang bertugas untuk memverifikasi dan menyatakan kehalalan suatu produk. Di Indonesia lembaga tersebut bernama Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) di bawah naungan kementerian Agama.

Melihat potensi pangsa pasar produk halal yang besar, maka pebisnis muslim hendaknya tidak mengabaikan status kehalalan produknya. Karena masyarakat muslim di Indonesia cukup selektif dan sangat berhati-hati dalam membeli produk, tidak mudah mengabaikan status kehalalan produk. Tingkat kepatuhan mereka terhadap instruksi untuk mengonsumsi produk halal tidak diragukan lagi.

Hal ini dapat direpresentasikan misalnya pada kasus yang sedang hangat diperbincangkan terkait gerakan boikot produk yang mendukung genosida, terbukti masyarakat muslim di Indonesia langsung menerapkannya. Hal ini berimbas pada beberapa gerai yang memiliki afiliasi terhadap negara yang melakukan genosida, banyak yang tutup gerainya di Indonesia.

Definisi Halal dan Haram

Status halal dan haram sangatlah penting bagi masyarakat muslim. Karena hal itu merupakan acuan bagi mereka untuk melakukan segala kegiatan, terlebih mengonsumsi makanan. Kegiatan konsumsi tentu

Dampak Bisnis Haram Terhadap Fisik maupun Non Fisik

Bisnis haram, yang tidak sesuai dengan ajaran Allah, membawa dampak buruk bagi fisik dan psikis manusia. Rezeki yang diperoleh dari cara yang tidak halal, seperti korupsi, penipuan, atau manipulasi, dapat mempengaruhi perilaku orang tersebut dan keluarganya. Makanan yang dikonsumsi dari rezeki haram berpotensi membuat anak-anak menjadi tidak diridhai Allah dan cenderung nakal. Selain itu, bisnis haram juga membuat hidup keluarga tersebut jauh dari keberkahan, dengan harta yang mudah didapat tapi cepat habis tanpa memberikan ketenangan.

Dampak lain dari bisnis haram adalah terjadinya penyakit yang menguras kekayaan, sebagai bentuk hukuman dari Allah. Banyak orang kaya yang akhirnya kehilangan hartanya karena harus mengobati penyakit berat yang sulit disembuhkan. Al-Qur'an bahkan menggambarkan para pelaku ekonomi ribawi sebagai orang yang akan mengalami tekanan fisik dan psikis, seolah-olah kesurupan setan. Di dunia, mereka tidak akan pernah merasa tenteram, selalu dihantui oleh rasa bersalah dan ketakutan, meskipun mereka tampak kuat di hadapan orang lain.

Adapun pada praktik riba dapat memberikan dampak negatif pada psikis, seperti menumbuhkan rasa tamak, permusuhan, penimbunan kekayaan, dan ketidakadilan dalam distribusi kekayaan. Riba membuat kekayaan hanya terkonsentrasi di tangan pemilik modal, menghambat investasi produktif, dan menimbulkan ketidaksenangan dalam masyarakat. Akhirnya, mereka yang terlibat dalam bisnis ribawi ini akan mengalami kehampaan batin, kehilangan arah, dan bisnis mereka mengalami kerugian besar.

Selain riba, bisnis haram lainnya seperti *gharar* (spekulasi) dan penipuan juga dapat menimbulkan konflik dan permusuhan antara pelaku bisnis. Ketidakpastian dan kecurangan dalam transaksi menyebabkan salah satu pihak merasa dirugikan, yang pada akhirnya memicu perselisihan dan ketidakpercayaan di antara mereka (Zumaroh, 2018).

Daftar Pustaka

- Gateway, S. (2024). State of the Global Islamic Economy Report 2023-2024. *DinarStandard*, 1-40. <https://haladinar.io/hdn/doc/report2018.pdf>
- Mundir, A., Mufida, M. S., & Robby, N. M. F. (2024). STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS HALAL DI INDONESIA. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 5(1), 55-63.
- Rukmanasari, I., Silondae, P. A., Muin, R., Haddade, A. W., & others. (2024). Praktik Bisnis yang Dilarang dalam Islam: Perspektif Etika dan Hukum. *Al-Buhuts*, 20(1), 50-61.
- Sakinah, G., Hidayat, N. N., & Ponirah, A. (2024). KEDUDUKAN BARANG SUCI DAN BARANG NAJIS DALAM JUAL BELI. *Equality: Journal of Islamic Law (EJIL)*, 2(1), 11-19.
- Zumaroh, Z. (2018). Bisnis Haram Dan Pengaruhnya Terhadap Fisik Dan Psikis Manusia. *Jurnal Ilmiah Mizani: Wacana Hukum, Ekonomi Dan Keagamaan*, 4(2), 149. <https://doi.org/10.29300/mzn.v4i2.1019>

PROFIL PENULIS



Angga Hergastyasmawan, S.E.I., M.E.

Ketertarikan penulis terhadap ilmu Ekonomi Syariah dimulai pada tahun 2010 silam. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk masuk ke program studi Ekonomi Syariah di Universitas Darussalam Gontor. Penulis banyak belajar dari berbagai dosen yang luar biasa yang bukan hanya memiliki limpahan ilmu teoritis namun juga memiliki perkembangan keilmuan yang *up to date* sesuai dengan perkembangan yang berada di masyarakat. Sehingga penulis semakin memiliki ketertarikan yang mendalam terhadap ilmu Ekonomi Syariah dengan melakukan berbagai kajian, diskusi, seminar tentang keilmuan tersebut. Penulis memiliki kepakaran di bidang Ekonomi Islam dan Etika Bisnis Islam. Dan untuk mewujudkan karier sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga Kemenristek DIKTI. Selain peneliti, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini.

Email Penulis: anggahergas@polnes.ac.id



BAB 4

NILAI-NILAI ISLAM DALAM KEWIRAUSAHAAN

Siti Hartinah, S.E., M.Ak.
Universitas Muhammadiyah Jakarta



Pendahuluan

Dalam Islam, berbisnis merupakan salah satu bentuk dari bermuamalah yang diajarkan kepada umat muslim yang terdapat pada Al Qur'an dan Hadist sebagai salah satu bentuk pedoman hidup (*way of life*). Maka dalam Al Qur'an dan Hadits terdapat petunjuk bagaimana manusia terutama umat Islam bersikap dan menjalankan kehidupan sehari-hari. Hal ini bertujuan untuk mewujudkan keberhasilan hidup didunia dan kebahagiaan hidup di akhirat. Berdagang atau berbisnis merupakan salah satu konsep bermuamalah yang dibahas dalam Al Qur'an dan Hadist. Seiring dengan perkembangan zaman, bermula dari bisnis yang dilakukan secara manual dengan tatap muka antar penjual dan pembeli di pasar dan saat ini berbisnis menggunakan teknologi dan informasi sehingga menciptakan jaringan bisnis yang luas hingga mancanegara, hal ini mengakibatkan adanya pergeseran nilai yang terkandung dan visi bertransaksi.

Pergeseran makna nilai dan visi bertransaksi mengarah kepada nilai-nilai kapitalisme dan bertujuan untuk memperoleh laba sebanyak-banyaknya dengan berbagai macam cara untuk menempuhnya. Salah satu dampak yang dirasakan dari adanya pergeseran nilai tersebut adalah dengan adanya praktik riba dalam perbankan yang lama kelamaan akan mengakibatkan krisis keuangan yang pernah kita rasakan di tahun 1998 krisis moneter dan tahun 2008 krisis keuangan. Para ekonomi muslim ingin mengembalikan paradigma berwirausaha secara Islami dengan menerapkan nilai-nilai Islami pada wirausaha atau bermuamalah. Maka dari itu, nilai Islami tercermin pada bentuk muamalah merupakan konsep dan keyakinan yang terkandung dalam ajaran agama Islam yang dijadikan sebagai pedoman atau panduan dalam berperilaku, baik nilai yang berasal dari anjuran Allah SWT yaitu Alquran dan ajaran Rasul dalam Hadist maupun hasil dari integrasi manusia yang sesuai pada syariat (Handayani, 2018).

Berwirausaha atau berbisnis sesuai syariat bukan hanya aktivitas bidang ekonomi yang berfokus untuk memperoleh keuntungan dalam bentuk materi saja. Akan tetapi, terdapat hubungan antara nuansa

3. Nilai Keadilan dan Kesetaraan

Sikap *'adl* (keadilan) menyatakan semua orang sama didepan Tuhan-Nya dan mempunyai hak yang sama dalam melaksanakan kebajikan, yang membedakan hanya dari nilai takwa terhadap Allah SWT. Islam memfokuskan manusia supaya mempunyai sikap yang seimbang dan adil dalam konteks hubungan antara manusia baik dengan diri sendiri maupun orang lain, yang dapat mempengaruhi lingkungan dan setiap klien atau pelanggan. Prinsip keadilan yang dimaksud dalam ekonomi Islam adalah pemenuhan kebutuhan pokok yang menyeluruh bagi setiap masyarakat, sehingga ekonomi dapat berkembang dengan baik dan stabil (Handayani, 2018). Sebagaimana tercermin dalam surat Al-Al-A'nam ayat 152 sebagai berikut:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا
الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ
فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذِكْرًا لَّعَلَّكُمْ
تَذَكَّرُونَ

Janganlah kamu mendekati (menggunakan) harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, sampai dia mencapai (usia) dewasa. Sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak membebani seseorang melainkan menurut kesanggupannya. Apabila kamu berbicara, lakukanlah secara adil sekalipun dia kerabat(-mu). Penuhilah pula janji Allah. Demikian itu Dia perintahkan kepadamu agar kamu mengambil pelajaran."

Implikasi ayat ini meliputi segala usaha dan interaksi antara manusia yang dilakukan dengan perantara perkataan, seperti kesaksian, pemberian keputusan, pemberian rekomendasi, penyampaian tuduhan, musyawarah, perdamaian diantara manusia, dan penyampaian keadaan barang-barang dalam suatu muamalat seperti keadaan barang jualan, barang sewaan, dan

Daftar Pustaka

- Aeni, U., Rahmawati, I. D., Zakiyah, U., Nisa, Z., Arifin, M. S., Muryadi, M., & Rahmawati, I. D. (2024). *Concept of Islamic Values in Entrepreneurship Implementation Pendahuluan*. 6(2), 1–10.
- Asnawi, H. F. (2012). Revitalisasi Nilai-Nilai Islam dalam Membangun Jiwa Kewirausahaan. *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 3(1), 75–84. <https://doi.org/10.18592/taradhi.v3i1.580>
- Hamzah. (2021). Nilai-Nilai Spiritual Entrepreneurship (Kewirausahaan) Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Syari'e*, 4(1), 43–53.
- Handayani, L. (2018). Nilai-Nilai Ekonomi dan Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *EL-Iqtishod*, 2(1), 14–25.
- Musfialdy, & Soim, M. (2016). Peranan Nilai-nilai Islam dalam Meningkatkan Kewirausahaan dan Kinerja Usaha Mikro (Studi Di Kota Pekanbaru Provinsi Riau). *Kutubkhanah: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 19(1), 80–93.
- Muyassaroh, L. Y., & Farwati, S. (2023). Penanaman Nilai-Nilai Kewirausahaan Prespektif Islam. *Ilmu Al-Qur'an (IQ) Jurnal Pendidikan Islam*, 6(01), 127–140.
- Prasetyani, D. (2015). *Kewirausahaan Islam* (Cetakan 1). CV. Djiwa Amarta.
- Rimiyati, H., & Munawaroh, M. (2016). Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Kewirausahaan Islami Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Pengusaha UMKM Muslim Di Kota Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(2), 130–157.
- Supriyanto, A. (2020). Peran Nilai-Nilai Islam dalam Kewirausahaan Untuk Menunjang Sebuah Kinerja Bisnis. *EL-Hekam : Jurnal Studi Keislaman*, 14, 51–69.
- Syarofi, A. M. (2016). Nilai-Nilai Ekonomi Islam Dalam Berwirausaha. *Iqtishoduna*, 5(1), 64–89.

PROFIL PENULIS



Siti Hartinah, S.E., M.Ak.

Ketertarikan penulis terhadap ilmu Akuntansi dimulai pada tahun 2006 silam. Hal ini yang mendorong penulis dalam memilih untuk masuk ke Universitas Muhammadiyah Jakarta, Fakultas Ekonomi, Program Studi Akuntansi lulus pada tahun 2010. Meskipun tidak sejalan dengan Jurusan Ilmu Pengetahuan Alam yang penulis tempuh di SMA Negeri 1 Serang. Penulis kemudian bekerja di Bank Swasta selama 1 tahun dan berhenti karena ditawarkan menjadi Asisten Dosen Tahun 2011 di Universitas Muhammadiyah Jakarta. Selain itu, penulis juga diperbantukan menjadi staf Akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Kemudian, melanjutkan Pendidikan program S2 Universitas Muhammadiyah Jakarta dan berhasil menyelesaikan studi S2 di prodi Magister Akuntansi pada tahun 2018. Pada tahun 2018, Penulis diangkat sebagai Dosen Tetap Universitas Muhammadiyah Jakarta dan bertugas di Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Penulis memiliki kepakaran dibidang Akuntansi Keuangan, Perpajakan dan Pemeriksaan Akuntansi. Dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi. Selain peneliti, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi kecerdasan bangsa dan negara serta bermanfaat bagi Masyarakat luas.

Email Penulis: siti.hartinah@umj.ac.id




BAB 5

MODEL BISNIS

SYARIAH

Ahadiah Agustina, S.E.Sy., M.E.
Universitas Muhammadiyah Mataram



Penerapannya tidak terbatas pada negara-negara dengan mayoritas Muslim, melainkan telah diadopsi secara global, mencerminkan universalitas nilai-nilai yang dibawanya. Adapun saran sebagai bahan kajian di buku selanjutnya adalah:

1. **Peningkatan Literasi dan Edukasi:** Untuk memperluas jangkauan dan pemahaman tentang model bisnis syariah, penting untuk meningkatkan literasi di kalangan masyarakat, pelaku bisnis, dan lembaga keuangan. Program edukasi, seminar, serta kurikulum pendidikan yang mencakup prinsip-prinsip bisnis syariah harus diperkuat di berbagai tingkatan, termasuk di institusi pendidikan dan organisasi bisnis.
2. **Pengembangan Teknologi dalam Bisnis Syariah:** Teknologi seperti fintech syariah menawarkan potensi besar untuk meningkatkan inklusi keuangan dan mempermudah akses terhadap produk syariah. Investasi dalam pengembangan teknologi harus diprioritaskan untuk memastikan bahwa layanan keuangan syariah dapat diakses oleh masyarakat luas, terutama di negara-negara berkembang.
3. **Inovasi Produk Syariah:** Agar tetap kompetitif di pasar global, diperlukan inovasi yang berkelanjutan dalam produk dan layanan syariah. Produk-produk keuangan syariah harus terus disesuaikan dengan kebutuhan zaman, seperti dalam bidang investasi berkelanjutan, ekonomi hijau, dan sektor teknologi tinggi.
4. **Kolaborasi Global:** Dunia bisnis syariah dapat memperoleh manfaat besar dari kolaborasi internasional antara negara-negara Muslim dan non-Muslim. Kolaborasi ini bisa memperkuat standarisasi internasional dalam bisnis syariah, meningkatkan kepercayaan global terhadap produk dan layanan syariah, serta membuka peluang baru di pasar internasional.
5. **Penguatan Regulasi dan Pengawasan:** Agar model bisnis syariah berkembang dengan stabil dan berkelanjutan, pengawasan oleh lembaga syariah harus diperkuat. Regulator di tingkat nasional dan internasional harus memastikan bahwa setiap produk bisnis dan keuangan syariah benar-benar sesuai dengan prinsip syariah, sekaligus melindungi konsumen dari risiko penipuan atau penyalahgunaan.

Daftar Pustaka

- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Ascarya. (2007). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Chapra, M. U. (1992). *Islam and the Economic Challenge*. Leicester: Islamic Foundation.
- El-Gamal, M. A. . (2006). *Islamic Finance: Law, Economics, and Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Iqbal, Munawar, & P. M. (2005). *Thirty Years of Islamic Banking: History, Performance, and Prospects*. New York: Palgrave Macmillan.
- Jumat, S. H. K. & Z. H. (2023). *Islamic Finance, FinTech, and the Road to Sustainability: Reframing the Approach in the Post-Pandemic Era*. Germany: Springer International Publishing.
- Karim, A. A. (2001). *Ekonomi Islam: Suatu Kajian Ekonomi Makro*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Mannan, M. A. (1986). *Islamic Economics: Theory and Practice*. Cambridge: Islamic Academy.
- Miah, Y. S. & M. D. (2022). *Digital Transformation in Islamic Finance: A Critical and Analytical View*. United Kingdom: Taylor & Francis.
- Obaidullah, M. (2005). *Islamic Financial Services*. Jeddah: Islamic Research and Training Institute, Islamic Development Bank.
- Siddiqi, M. N. (1983). *Banking Without Interest*. Leicester: Islamic Foundation.
- Unal, I. M., & Aysan, A. F. (2022). Fintech, Digitalization, and Blockchain in Islamic Finance: Retrospective Investigation. *FinTech*, 1(4), 388–398. <https://doi.org/10.3390/fintech1040029>
- Warde, I. (2000). *Islamic Finance in the Global Economy*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

PROFIL PENULIS



Ahadiah Agustina, S.E.Sy., M.E.

Ketertarikan penulis terhadap Ekonomi Syariah dimulai sejak tahun 2010. Hal tersebut membuat penulis mengambil jurusan ekonomi syariah. Pada tahun 2010 penulis menempuh jenjang Pendidikan S1 di IAIN Mataram dengan mengambil jurusan Ekonomi syariah konsentrasi perbankan syariah, penulis menjadi salah satu wisudawati tercepat dengan menyelesaikan masa studi S1 3,5 tahun dan kemudian langsung melanjutkan studi S2 pada Universitas UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan mengambil program studi magister Ekonomi Syariah Konsentrasi Perbankan Syariah dan selesai tahun 2018, selanjutnya penulis menjadi dosen di Universitas Muhammadiyah Mataram, selain menjadi dosen penulis juga mewakili kampus menjadi duta kampus merdeka untuk MBKM, dan sebagai asesor RPL. Penulis juga sebagai ketua unit kendali mutu prodi ekonomi syariah pada fakultas agama islam universitas Muhammadiyah mataram. Penulis memiliki kepakaran dibidang perbankan syariah. Dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga Kemenristek DIKTI. Penulis juga aktif melakukan pengabdian kepada masyarakat. Selain peneliti, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini. Atas dedikasi dan kerja keras dalam menulis buku.

Email Penulis:

ahadiah.agustina92@gmail.com/ahadiah.agustina@ummat.ac.id



BAB 6

MODAL DAN SUMBER PEMBIAYAAN SYARIAH

Shopi Guspiati, S.E.I., M.Si.
Institut Nahdlatul Ulama (INU) Tasikmalaya



Pendahuluan

Salah satu tujuan lembaga keuangan, terutama bank syariah, adalah memberikan pembiayaan. Dalam hal ini pembiayaan atau *financing* memberikan pendanaan kepada pihak lain dengan tujuan memberikan dukungan investasi yang telah direncanakan baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Menurut M. Syafi'I Antonio menjelaskan bahwa tugas pokok bank adalah pemberian dana sebagai fasilitas yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang mengalami kekurangan. Sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perbankan No. Pada tahun 1998, pembiayaan didefinisikan sebagai penyediaan uang atau instrumen yang dapat disamakan, yang diberikan oleh bank kepada pihak yang menerima pembiayaan dengan kewajiban untuk mengembalikan dana dalam jangka waktu yang telah ditentukan, disertai dengan imbalan atau bagi hasil.

Kaitannya dengan syariah adalah bahwa lembaga pembiayaan, sebagai *shahibul maal*, memberikan kepercayaan (*trust*) Kepada pihak yang ditugaskan untuk memenuhi kewajiban yang diberikan. Dana harus digunakan dengan benar, adil, dan dilengkapi dengan ketentuan dan syarat yang jelas. demi keuntungan bersama, yakni pihak bank dan nasabah. Dengan kata lain bahwa pembiayaan dapat dimaknai sebuah aktivitas bank syariah dalam penyaluran pendanaannya berdasarkan pada prinsip syari'at.

Konsep pembiayaan ini bertujuan guna menyalurkan dana kepada pihak yang kekurangan dana dari pihak yang memiliki kelebihan dana. Berbagai upaya berupa produk pembiayaan telah dikembangkan oleh perbankan syariah, salah satunya adalah produk pembiayaan dengan akad *mudharabah*.

Dalam konteks keuangan syariah, modal memiliki arti yang serupa dengan konteks konvensional. Yaitu, modal sebagai sumber dana yang digunakan untuk mendukung suatu usaha atau kegiatan. Namun, ada beberapa karakteristik khusus yang membedakan modal syariah dengan modal konvensional. Dengan memahami perbedaan antara konvensional dan syariah adalah tertuju pada akad atau perjanjian antara pihak bank dan nasabah. Yakni mengetahui akan pemahaman modal dan sumber pembiayaan syariah yang berdasar pada instrumen dan skema yang sesuai dengan prinsip syariah.

yang terus berbunga. Terlepas dari itu, konsep tersebut terus berkembang, meskipun dengan kecepatan yang lambat. Berbagai upaya dilakukan oleh pendiri bank Islam untuk mengembangkan infrastruktur sistem perbankan yang bebas bunga. Pembiayaan syariah tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga mempertimbangkan aspek keadilan, transparansi, dan kemanfaatan bersama bagi semua pihak yang terlibat.

Kesimpulan

Pemaparan diatas, penulis menyimpulkan bahwa konsep pembiayaan dalam perbankan syariah melibatkan transaksi berupa *sharing* modal, jual beli dengan *margin* keuntungan, sewa, dan *fee* untuk transaksi jasa, bukan melalui utang piutang dengan bunga. Disamping itu, pembiayaan syariah juga menyediakan opsi pendanaan menarik bagi pengusaha yang ingin beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dengan berbagai sumber pembiayaan dan prinsip-prinsip yang jelas, pembiayaan syariah dapat menjadi solusi bagi mereka yang mencari pembiayaan yang adil dan berkelanjutan.

Sistem ekonomi yang dibangun oleh perbankan syariah sangat berbeda dari sistem ekonomi yang ada di luarnya. Syariah berdasar atas dasar ekonomi Islam, jadi itulah alasan yang mendasari pelaku bisnis khususnya bagi orang muslim dalam menjalankan bisnisnya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa hal terpenting dalam menjalankan prakteknya, bank syariah harus memperhatikan dua pokok utama yaitu pada saat melakukan pembiayaan. Pertama, bank syariah harus mengikuti prinsip-prinsip syariah Islam saat memberikan pembiayaan kepada nasabah. Hal ini termasuk larangan terhadap unsur *maysir*, *gharar*, riba, dan bisnis yang tidak halal. Kedua, unsur ekonomi, yaitu mempertahankan keuntungan bank syariah dan nasabahnya. Selain itu, Bank syariah beroperasi berdasarkan tiga prinsip yang terdiri dari prinsip bagi hasil, jual beli, sewa menyewa, dan pinjam meminjam.

Harapannya adalah dengan adanya modal dan sumber pembiayaan syariah akan menumbuhkan pertumbuhan ekonomi yang lebih berkeadilan serta memperluas akses masyarakat terhadap layanan keuangan berbasis keuangan. Selain itu dapat

mengembangkan pelaku UMKM terlebih akan kepercayaan publik terhadap bank syariah yang memiliki tanggung jawab dan amanah yang harus dijaga. Tentunya hal ini akan berdampak positif pada ranah sosial. Pada intinya adalah dengan modal dan sumber pembiayaan syariah ini akan menjadikan pilar utama dalam mewujudkan ekonomi yang adil, berkelanjutan, dan sejalan dengan nilai nilai Islam.

Daftar Pustaka

- Asiyah, bintu Nur, (2015). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, Yogyakarta: Kalimedia.
- Muhammad, (2005) *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Muhammad Syafi'i Antonio, (2001). *Bank Syariah: dari Teori ke Praktik* Jakarta: Gema Insani Press.
- Rahadi Kristiyanto, SH, (2001) *Jurnal Law reform* April 2010. Vol. 5. No.1 Konsep, dan Aplikasi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tim Pengembangan Perbankan Syariah Institut Bankir Indonesia, Bank Syariah (2001). *Konsep, Produk dan Implementasi Operasional*, Penerbit Djambatan, Jakarta.
- UU RI Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan atas UU Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan
- Wirdayani Wahab (2016) "Pengaruh tingkat bagi hasil terhadap minat menabung di bank syariah" *JEBI Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.

PROFIL PENULIS




Shopi Guspiati, S.E.I., M.Si.

Penulis tertarik terkait bidang pendidikan saat lulus S1 di tahun 2008. Hal tersebut ditunjang karena penulis mempunyai yayasan lembaga pendidikan PAUD/KOBER. Disamping itu dari keturunan Kakek pun mempunyai yayasan pendidikan tingkat MI. maka penulis memiliki keinginan mendalami bidang pendidikan. Oleh karena itu penulis menempuh pendidikan S1 di salah satu perguruan Tinggi di Yogyakarta dan berhasil menyelesaikan studi S1 di Prodi Keuangan Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2008, sepuluh tahun silam tepatnya di tahun 2017, penulis melanjutkan studi S2 di Prodi Administrasi dan Kebijakan Pendidikan Program Pasca Sarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Priatim Kota Tasikmalaya dan selesai pada tahun 2020.

Selain sebagai dosen penulis pun aktif di Madrasah Ibtidaiyah selama 15 tahun mengabdikan sampai sekarang, selanjutnya penulis juga sebagai salah satu guru MTs di awal tahun 2008. Pada tahun 2019 penulis pernah menjadi asisten dosen, setelahnya lulus S2 diangkat menjadi dosen di salah satu Universitas tepatnya di INU Tasikmalaya tentunya untuk menunjang karir tersebut penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang pendidikan, dan saat ini penulis mencoba menggali lebih mendalam terkait bidang ekonomi. salah satu penelitian yang pernah penulis teliti yaitu terkait kebijakan sertifikasi guru karena penulis memandang adanya pergeseran makna akan tujuan kebijakan tersebut. Selain itu penulis pun meneliti terkait peran warung pesantren dalam ekonomi santri.

Penulis juga pernah menjadi bagian dari buku ontologi dari beberapa penulis lainnya, alhamdulillah buku Ontologi tersebut telah terbit di tahun 2021. Selanjutnya di tahun 2023 penulis juga menjadi bagian buku terkait pendidikan. Saat ini penulis dipercayai menjadi penyuluh agama non PNS di Kementerian Agama Kota Tasikmalaya. Aktifnya penulis dalam menulis buku, dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif dan bermanfaat bagi bangsa dan Negara.



BAB 7

PENGELOLAAN RISIKO

DALAM BISNIS

SYARIAH

Dr. Mogie Demsi Oemar, S.E., M.E., CBPA., AWP., CDMP.
STIES Gasantara – Sukabumi



Pendahuluan

Risiko sering dijadikan alasan atas kegagalan sebuah usaha atau dianggap sebagai hambatan dalam setiap langkah bisnis. Meskipun hal ini tidak selalu benar, bagi para pengusaha yang sukses, risiko justru seperti garam dalam masakan; tanpa risiko, aktivitas bisnis tidak akan mungkin berhasil.

Bagi seorang pengusaha, manajemen adalah faktor kunci yang menentukan keberhasilan atau kegagalan bisnis. Manajemen berperan sebagai inti penggerak dan motivator utama dalam menjalankan usaha. Saat membuat keputusan, pengusaha sering dihadapkan pada keputusan yang pasti (*certainty*) dan yang tidak pasti (*uncertainty*). Meskipun keputusan yang pasti sangat diharapkan, keputusan dalam kondisi ketidakpastian sering dihindari. Di sinilah manajemen risiko berperan penting dalam menilai peluang sukses atau kegagalan dalam bisnis atau usaha lainnya. Lalu, apakah dalam akad syariah mungkin ada risiko atau tanpa risiko, dan bagaimana pandangan Islam tentang risiko tersebut?

Pandangan Islam Terhadap Risiko

Dalam mencari rezeki, seorang muslim sering kali dihadapkan pada ketidakpastian mengenai apa yang akan terjadi. Kita boleh merencanakan sebuah usaha atau investasi, tetapi hasil akhirnya, apakah untung atau rugi tidak bisa dipastikan. Ketidakpastian ini merupakan bagian dari sunnatullah dan ketetapan Allah. Seperti yang disampaikan kepada kita semua pada surat Lukman ayat 34 sebagai berikut:

..وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ مَّاذَا تَكْسِبُ غَدًا.....

.....*Tidak ada seorang pun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan dia kerjakan besok.....*

Ayat tersebut menjadi dasar pemikiran konsep risiko dalam Islam, khususnya dalam usaha dan investasi. Konsep ketidakpastian dalam ekonomi Islam menjadi salah satu elemen penting dalam manajemen risiko berbasis syariah. Secara alami, tidak ada individu yang menginginkan usaha atau investasinya mengalami kerugian.

fidusia mereka, yang dapat mengakibatkan kerugian bagi nasabah atau pemilik dana.

7. Risiko Komersial yang Tergeser (*Displaced Commercial Risk*)

Risiko ini timbul ketika lembaga keuangan syariah menghadapi tekanan untuk memberikan hasil yang kompetitif dibandingkan lembaga keuangan konvensional, sehingga mereka mungkin menggunakan dana pemegang saham untuk menstabilkan keuntungan nasabah demi mempertahankan daya saing.

8. Risiko Syariah (*Shariah Non-Compliance Risk*)

Risiko ini terjadi ketika produk atau aktivitas bisnis melanggar prinsip-prinsip syariah, baik secara langsung maupun tidak langsung. Ketidakpatuhan ini bisa merusak reputasi dan menyebabkan penarikan dana oleh nasabah.

9. Risiko Penarikan Dana (*Withdrawal Risk*)

Ini terjadi ketika nasabah menarik dananya dalam jumlah besar dari lembaga keuangan syariah, yang dapat mengganggu stabilitas keuangan dan likuiditas perusahaan.

Manajemen risiko dalam bisnis syariah berfokus pada kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam, seperti keadilan, transparansi, dan penghindaran riba (bunga) dan *gharar* (ketidakpastian atau spekulasi).

Metode Identifikasi dan Pengukuran Risiko dalam Bisnis Syariah

Dalam bisnis syariah, metode identifikasi dan pengukuran risiko dilakukan dengan pendekatan yang tidak hanya mematuhi prinsip-prinsip manajemen risiko umum, tetapi juga sesuai dengan aturan dan nilai-nilai syariah. Berikut ini adalah metode yang digunakan dalam identifikasi dan pengukuran risiko di bisnis syariah:

1. Identifikasi Risiko

Identifikasi risiko merupakan langkah awal untuk mengenali potensi risiko yang bisa terjadi dalam bisnis syariah. Beberapa metode yang digunakan adalah:

a. Analisis Dokumen dan Kontrak Syariah

Meninjau kontrak dan dokumen yang digunakan dalam transaksi untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip-

6. Meningkatkan Kepercayaan Stakeholder

Adanya pengawasan syariah yang kuat meningkatkan kepercayaan para stakeholder, termasuk investor, nasabah, dan masyarakat umum, terhadap integritas dan komitmen lembaga keuangan syariah dalam mematuhi hukum Islam. Hal ini juga mengurangi risiko reputasi bagi perusahaan syariah.

7. Pendidikan dan Pelatihan

Pengawas syariah memberikan arahan dan pelatihan kepada manajemen dan karyawan terkait penerapan prinsip syariah dalam aktivitas bisnis sehari-hari. Ini membantu mengurangi risiko ketidakpatuhan dan membangun kesadaran akan pentingnya pengelolaan risiko dalam perspektif syariah.

8. Rekomendasi untuk Pengembangan Produk dan Sistem

DPS juga berperan dalam memberikan saran strategis bagi pengembangan produk baru dan sistem manajemen risiko yang sesuai dengan perkembangan industri keuangan syariah dan aturan syariah yang berlaku, sehingga risiko yang muncul di masa depan dapat diantisipasi.

9. Pengelolaan Risiko Reputasi

Risiko reputasi dapat muncul ketika lembaga keuangan syariah diketahui tidak patuh terhadap prinsip-prinsip syariah. Pengawasan syariah yang efektif membantu menjaga nama baik lembaga dengan memastikan semua aktivitas sesuai dengan hukum Islam.

Dengan adanya pengawasan syariah, manajemen risiko dalam bisnis syariah dapat lebih terarah dan terstruktur, sehingga lembaga keuangan syariah tidak hanya menghasilkan keuntungan, tetapi juga menjaga kepatuhan terhadap ajaran Islam dan kepercayaan masyarakat.

Daftar Pustaka

- Abad, C., Thore, S. A., & Laffarga, J. (2004). Fundamental analysis of stocks by two-stage DEA. *Managerial and Decision Economics*, 25(5), 231- 241.
- Bačun, D. (2015). Collaborative Risk Management Framework with Modifiable Risk Register Structure. In *DIEM: Dubrovnik International Economic Meeting* (Vol. 2, No. 1, pp. 404-417). Sveučilište u Dubrovniku.
- Bergman, B. (1985). On reliability theory and its application. *Scandinavian Journal of Statistics*, 12(1), 1-41.
- El Khatib, M., Al Zeyoudi, A., & Shaqar, S. B. (2020). The influence of integrating ISO and TQM on project risk management. *American Journal of Industrial and Business Management*, 10(12), 1886.
- Lai, Fong Woon., & A. Samad, Fazilah. (2010). Enterprise Risk Management Framework and The Empirical Determinants of Its Implementation.
- Pickard, K., Muller, P., & Bertsche, B. (2005). Multiple failure mode and effects analysis-an approach to risk assessment of multiple failures with FMEA. In *Annual Reliability and Maintainability Symposium, 2005. Proceedings.* (pp. 457-462). IEEE.
- Pyle, D.H. 1997. Bank Risk Management: Theory. Working Paper. Research Program in Finance. UC Berkeley.
- Sahebjamnia, N., Torabi, S. A., & Mansouri, S. A. (2015). Integrated business continuity and disaster recovery planning: Towards organizational resilience. *European Journal of Operational Research*, 242(1), 261-273.
- Shevchenko, P.V. *Operational risk*. In Baker, H. K., & Filbeck, G. (Eds.). (2014). *Investment risk management*. Oxford University Press.
- Sunarjo, S., & Yuniarti, S. (2017). Sistem Pengendalian Risiko Operasional Pada Bank Perkreditan Rakyat Dengan Pendekatan Indikator Dasar. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 21(1), 96-104.

PROFIL PENULIS




**Dr. Mogie Demsi Oemar, S.E., M.E.,
CBPA., AWP., CDMF.**

Sekolah Dasar Budi Luhur di Kota Tangerang: Sejak masa sekolah dasar, penulis telah menunjukkan pendidikan dasar di salah satu sekolah favorit di Kota Tangerang. SMPN 07 di Balikpapan Kalimantan Timur: Penulis melanjutkan pendidikan menengahnya di sekolah negeri SMPN 07 di kota Balikpapan, Kalimantan Timur. Selama masa SMP, ia semakin mengembangkan minatnya dalam berbagai mata pelajaran, termasuk ekonomi. SMUN 05 di Balikpapan Kota Kalimantan Timur: Pada tingkat sekolah menengah atas, Penulis tetap setia dengan sekolah favoritnya di Kalimantan Timur. Di sinilah ia mulai merancang masa depannya dalam dunia akademis dan ekonomi. S1 Ekonomi di ABFI Intitute Banking Jakarta (2004): Setelah menyelesaikan pendidikan menengahnya, penulis melanjutkan studi S1 di bidang Manajemen Ekonomi di Jakarta pada tahun 2004. Selama kuliah, ia mengejar pengetahuan dalam berbagai aspek ekonomi, dan aktif sebagai aktivis ekonomi yang kemudian menjadi dasar pemahamannya yang kuat tentang disiplin ilmu ini. S2 Ekonomi Syariah di Universitas Trisakti Jakarta (2010): Setelah meraih gelar S1, penulis memutuskan untuk melanjutkan pendidikan tinggi dengan mengambil gelar S2 di bidang Ekonomi Syariah. Pada tahun 2010-2012, ia berhasil menyelesaikan program S2-nya di salah satu perguruan tinggi terkemuka di Jakarta. Di sinilah ia semakin memfokuskan penelitiannya pada ekonomi Islam.

Kemudian S3 Ekonomi Syariah di Universitas Ibn Khaldun Bogor (2022): Dengan semangat yang tak pernah padam dalam menjalani pendidikan, penulis meneruskan studinya dengan mengambil gelar S3 di bidang Ekonomi Syariah. Selama studi S3-nya, ia melakukan penelitian mendalam tentang keterkaitan antara ekonomi dan ajaran Islam, yang kemudian menjadi penulis buku. Penulis memiliki kepakaran dibidang Ekonomi Syariah Dan untuk mewujudkan karier

sebagai dosen profesional, dan Praktisi Bekerja di Perbankan Syariah swasta. Saat ini mengajar di STIES Gasantara Sukabumi dan menjadi Kaprodi Perbankan Syariah S1 di Kampus tersebut.

Email: oemarmogie@gmail.com



BAB 8


PENGELOLAAN

KEUANGAN DALAM

KEWIRAUSAHAAN

SYARIAH

Dr. Titik Agus Setyaningsih, S. Sos., M.Si.
Universitas Muhammadiyah Jakarta



Pendahuluan

Kewirausahaan adalah suatu usaha yang dilakukan orang yang bertujuan untuk kemakmuran masyarakat pada umumnya. Dalam Islam kewirausahaan tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan individu, masyarakat maupun negara tetapi juga mempunyai tujuan untuk mendekatkan diri kepada Allah yaitu sebagai ibadah. Berbicara terkait kewirausahaan tidak akan terlepas dari ajaran yang disampaikan oleh Nabi Muhammad, SAW melalui suri teladan kepada pengikutnya berupa perdagangan yang sudah dilakukan oleh beliau sejak masih kecil.

Kewirausahaan syariah merupakan suatu usaha berlandaskan prinsip-prinsip syariah yang tidak boleh bertentangan dengan Al-Qur'an dan Al Hadist, termasuk dalam hal tata kelola. Supaya tujuan dari berwirausaha tersebut tercapai, maka perlu diperhatikan prinsip-prinsip dan mekanisme tata kelola yang baik. Prinsip-prinsip tata kelola yang baik tersebut harus memenuhi 5 hal yaitu Transparansi, Akuntabilitas, Responsibilitas, Independensi dan Keadilan. Begitupun dalam pengelolaan keuangan, maka perlu diperhatikan kelima prinsip tersebut dalam hal pencatatan dan pelaporannya.

Pengelolaan keuangan menjadi bagian penting dalam suatu usaha atau bisnis, karena pencapaian tujuan usaha akan dapat tercapai dengan pengelolaan keuangan yang baik. Supaya tujuan usaha tercapai, semua pihak yang terlibat juga harus berperan aktif dalam hal pengelolaan tersebut. Pengelolaan keuangan tersebut dimulai dari perencanaan sampai ke pengendalian, dengan menggunakan prinsip-prinsip tata kelola yang baik, serta berdasarkan nilai-nilai syariah.

Perencanaan Keuangan dalam Kewirausahaan Syariah

Perencanaan keuangan dalam kewirausahaan syariah adalah proses menyusun dan mengelola strategi keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Untuk perencanaan keuangan diperlukan strategi pencapaian tujuan, baik tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan jangka pendek mencakup kebutuhan operasional sehari-hari, sedangkan tujuan jangka panjang terkait dengan ekspansi maupun pembelian aset.

Sehubungan dengan tujuan-tujuan tersebut, maka perlu diperhatikan keputusan-keputusan yang diambil oleh orang yang

yang akan menjadi pertanggungjawaban seseorang atas segala yang diperbuat, dalam hal ini berwirausaha.

Jadi akuntabilitas dalam kewirausahaan syariah, tidak hanya akuntabilitas keuangan saja, tetapi non keuangan juga. Akuntabilitas keuangan sudah dijelaskan sebelumnya harus sesuai dengan PSAK, sedangkan akuntabilitas non keuangan harus disesuaikan dengan Al-Qur'an, Al Hadist dan aturan-aturan dalam masyarakat baik yang dibuat oleh pemerintah ataupun norma-norma yang sudah ada. Akuntabilitas non keuangan, jika dilihat dari sisi agama, berarti pertanggungjawaban pengelola kepada Allah SWT, sebagai bentuk keimanan hamba kepada Rabbnya. Allah SWT sejatinya merupakan pemangku kepentingan tertinggi. Allah SWT yang memberikan amanah kepada manusia untuk mengelola bumi beserta isinya. Sebagai seorang muslim, kita harus percaya bahwa setiap perbuatan yang kita lakukan akan dimintai pertanggungjawaban. Termasuk dalam kegiatan bermuamalah, karena selain ada interaksi manusia dengan Tuhannya ada juga interaksi dengan sesama manusia.

Daftar Pustaka

- Ashraf, Mohammad Ali. (2019). Theory of Islamic Entrepreneurship: A Conceptual Paper. *International Journal of Enterprenership*. Volume 23 Issue 3
- Gitman, Lawrence J. & Zutter, Chad J. (2010). *Principles of Managerial Finance 13th Edition*
- IAI, 2017, SAK Standar Akuntansi Keuangan Syariah
- Ismail, Nurmahmudi. (2023). Manajemen Kewirusahaan Dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hadits. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 2 No. 9
- Kamaruddin, Muhammad IH. & Auzair, Sofiah Md. (2019). Integrated Islamic Financial Accountability Model for Islamic Social Enterprise (ISE). *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*. Vol.16 No. 1
- Mebroui, Tayeb & Mosbah, Aissa. (2019). Islamic Entrepreneurship: Issues and Debates. *International Journal of Management and Commerce Innovation*. Vol.7 Issue 2. Pp 461-468. Month: October 2019- March 2020.
- Priharta, Andry, Setiyaningsih, Titik Agus & Rahayu, Dewi Puji. (2018). Pengantar Akuntansi Berbasis PSAK Terbaru. In Media. Jakarta
- Reeve, James M, Warren, Carl S., Duchac, Jonathan E, Wahyuni, Ersa Tri, Soepriyanto, Gatot, Jusuf, Amir Abadi & Djakman, Chaerul D. (2013). *Pengantar Akuntansi Adaptasi Indonesia, Principles of Accounting_ Indonesia Adaptation*, Buku 1, Penerbit Salemba Empat

PROFIL PENULIS



Dr. Titik Agus Setiyaningsih, S. Sos., M. Si.
Ketertarikan penulis terhadap kewirausahaan dimulai pada tahun 1997 silam, sedangkan ilmu Akuntansi Syariah dimulai tahun 2014. Pada saat penulis diberikan kesempatan untuk mengampu mata kuliah Akuntansi Syariah dan Manajemen Keuangan Syariah. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk meneruskan studi lanjut strata tiga di

Universitas Brawijaya program studi Doktor Ilmu Akuntansi dan konsentrasi Akuntansi Syariah, pada tahun 2019. Penulis memiliki kepakaran dibidang Akuntansi Manajemen Syariah. Dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti dibidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi. Selain peneliti, penulis juga menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini.

Email Penulis: tia_titik@yahoo.co.id



BAB 9

STRATEGI PEMASARAN

SYARIAH

Dr. Ir. Mochamad Heru Riza Chakim, M.M.
Universitas Raharja



Konsep dan Prinsip Pemasaran Syariah

Pemasaran Syariah merupakan penerapan konsep dan prinsip pemasaran yang sesuai dengan nilai-nilai dan aturan Islam. Konsep ini tidak hanya menekankan pada upaya untuk mencapai keuntungan, tetapi juga memastikan bahwa semua proses pemasaran dilakukan dengan cara yang etis, adil, dan mengutamakan kebaikan bersama sesuai syariah (Yulitasari, Febriandika and Rosyadi, 2020).

Pemasaran syariah adalah konsep pemasaran yang berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam (syariah), yang menekankan aspek kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam setiap kegiatan pemasaran. Tujuan utama pemasaran syariah bukan hanya untuk mendapatkan keuntungan semata, tetapi juga untuk mencapai keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan kepatuhan terhadap nilai-nilai etika serta moral yang sesuai dengan ajaran Islam (Tayob, 2012).

Pemasaran syariah merupakan pendekatan pemasaran yang didasarkan pada prinsip-prinsip Islam, yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga mempertimbangkan nilai-nilai etika, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Pemasaran syariah menekankan hubungan yang harmonis antara produsen, konsumen, dan masyarakat secara keseluruhan, dengan tujuan menciptakan keadilan dan kesejahteraan (Setiawan, Yulianto and Kusumawati, 2020; Abdullah, Wahab and Hamid Habbe, 2021). Berikut adalah beberapa konsep dan prinsip dalam pemasaran syariah:

1. Halal dan *Thayyib*

Dalam konteks pemasaran syariah, produk atau jasa yang ditawarkan harus memenuhi dua kriteria utama: halal dan *thayyib*. Halal berarti produk tersebut sesuai dengan aturan Islam, tidak mengandung unsur haram, dan tidak melibatkan praktik yang dilarang oleh agama, seperti perjudian atau riba. *Thayyib* berarti produk tersebut baik, sehat, dan berkualitas. Hal ini memastikan bahwa produk yang ditawarkan tidak hanya halal, tetapi juga bermanfaat bagi konsumen.

2. Kejujuran (*Shiddiq*)

Kejujuran adalah landasan utama dalam pemasaran syariah. Penjual harus transparan tentang kualitas, manfaat, dan kondisi

Langkah pertama yang sangat penting adalah memastikan bahwa produk memiliki sertifikasi halal dari lembaga yang diakui, seperti MUI (Majelis Ulama Indonesia). Sertifikasi halal merupakan jaminan kepada konsumen bahwa produk tersebut telah memenuhi standar kehalalan sesuai syariat Islam. Setelah mendapatkan sertifikasi halal, penting untuk menonjolkan label halal di kemasan, iklan, dan semua materi promosi. Ini membantu konsumen mengenali bahwa produk tersebut telah diverifikasi sebagai halal dan aman dikonsumsi.

b. Penekanan pada Aspek *Thayyib*

Produk harus dipromosikan tidak hanya sebagai halal, tetapi juga *thayyib*, yang berarti sehat, aman, dan berkualitas tinggi. Penekanan pada proses produksi yang higienis, penggunaan bahan-bahan alami atau organik, serta keamanan pangan adalah bagian dari strategi pemasaran *thayyib*. Meningkatkan pemahaman konsumen mengenai pentingnya mengonsumsi produk yang tidak hanya halal, tetapi juga *thayyib*, misalnya dengan menjelaskan manfaat kesehatan dari produk tersebut melalui kampanye kesehatan dan gaya hidup.

c. Target Pasar yang Luas

Produk halal dan *thayyib* secara khusus ditujukan untuk konsumen Muslim, yang memiliki kebutuhan akan produk yang sesuai dengan syariat. Namun, ada juga potensi besar di kalangan konsumen non-Muslim yang peduli terhadap produk organik, sehat, dan berkualitas. Pemasaran produk halal dan *thayyib* dapat diekspor ke pasar internasional, terutama di negara-negara dengan populasi Muslim yang besar seperti Timur Tengah, Asia Selatan, atau negara-negara yang memiliki komunitas Muslim signifikan.

d. Promosi yang Etis dan Jujur

Dalam promosi, perusahaan harus jujur tentang bahan-bahan yang digunakan dan metode produksi. Hindari klaim yang berlebihan dan fokus pada nilai-nilai kejujuran dan keterbukaan dalam berkomunikasi dengan konsumen. Gunakan pendekatan iklan yang sopan dan sesuai dengan nilai-nilai syariah. Hindari penggunaan gambar atau kata-kata yang tidak sesuai dengan

konsumen harus jelas dan lengkap, sehingga konsumen dapat membuat keputusan pembelian yang tepat. Tidak ada unsur penipuan, kecurangan, atau eksploitasi dalam pemasaran produk. Pemasaran syariah menekankan pentingnya persaingan bisnis yang sehat. Perusahaan tidak boleh memonopoli pasar atau melakukan praktik bisnis yang merugikan pesaing secara tidak adil. Persaingan yang sehat akan mendorong inovasi dan memberikan pilihan lebih banyak bagi konsumen.

g. Melindungi Hak-Hak Konsumen

Pemasaran syariah mengutamakan kepuasan konsumen dengan menyediakan produk yang berkualitas tinggi dan pelayanan yang baik. Konsumen harus diperlakukan dengan adil, mendapatkan layanan purna jual yang memadai, serta memiliki akses untuk menyampaikan keluhan. Untuk menjamin kesejahteraan konsumen, perusahaan dapat memberikan jaminan produk yang jelas, seperti garansi atau kebijakan pengembalian barang yang adil. Ini menunjukkan bahwa perusahaan bertanggung jawab atas produk yang dijual dan menghargai hak konsumen.

h. Meningkatkan Kesadaran Sosial Melalui Promosi

Pemasaran syariah harus menghindari taktik promosi yang manipulatif atau menyesatkan. Promosi yang dilakukan harus berlandaskan etika, jujur, dan tidak mengeksploitasi kelemahan konsumen. Kampanye promosi juga dapat menyertakan pesan sosial, seperti kepedulian terhadap lingkungan atau pentingnya membantu sesama. Perusahaan bisa menjalankan kampanye promosi yang dihubungkan dengan kegiatan sosial, misalnya dengan menyumbangkan sebagian keuntungan dari penjualan produk tertentu untuk proyek sosial, seperti bantuan bencana atau pembangunan infrastruktur sosial.

i. Menciptakan Dampak Sosial Positif melalui Inovasi

Perusahaan dapat melakukan inovasi produk atau layanan yang berfokus pada memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Misalnya, menciptakan teknologi yang ramah lingkungan, solusi kesehatan yang terjangkau, atau aplikasi digital yang mempermudah akses ke pendidikan dan layanan publik. Produk

2. Bank Syariah Indonesia (BSI)

BSI adalah bank syariah terbesar di Indonesia yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam operasional dan layanannya. BSI menawarkan produk perbankan yang bebas riba dan sesuai dengan hukum Islam, seperti pembiayaan murabahah (jual beli dengan margin) dan ijarah (sewa-menyewa).

Strategi Pemasaran Syariah:

- a. Edukasi Nasabah: BSI secara aktif mengedukasi nasabah tentang pentingnya transaksi finansial yang halal dan bebas riba. Edukasi ini dilakukan melalui seminar, webinar, dan konten digital.
- b. Teknologi Berbasis Syariah: BSI juga menyediakan aplikasi mobile banking yang menawarkan layanan finansial berbasis syariah. Melalui teknologi ini, nasabah dapat melakukan transaksi secara etis dan transparan.

3. Sari Roti

Sari Roti, meskipun bukan merek yang khusus berbasis syariah, telah menunjukkan kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam pemasaran produknya. Sari Roti memastikan bahwa semua produk rotinya memiliki sertifikasi halal, sehingga dapat diterima oleh konsumen Muslim.

Strategi Pemasaran Syariah:

- a. Keterbukaan Mengenai Sertifikasi Halal: Sari Roti dengan jelas menampilkan sertifikasi halal di kemasan produknya dan secara transparan berkomunikasi melalui iklan dan kampanye pemasaran.
- b. Kampanye yang Beretika: Sari Roti menghindari promosi yang memicu persaingan tidak sehat atau mengeksploitasi konsumen. Mereka fokus pada komunikasi yang jujur tentang kualitas dan keamanan produk.

4. *Ethis Crowdfunding*

Ethis adalah platform crowdfunding berbasis syariah yang menawarkan investasi dalam proyek-proyek properti halal. Model bisnis ini menerapkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*) dan menghindari transaksi berbasis bunga atau riba.

- b. Penggunaan Influencer yang Beretika: Elzatta menggunakan influencer Muslimah yang dikenal menjaga etika dalam berpakaian, membantu memperkuat pesan brand tentang kesopanan dan kepatuhan terhadap syariat.

Daftar Pustaka

- Aam S. Rusydiana and Irman Firmansyah (2018) 'STRATEGI PENGEMBANGAN LEMBAGA KEUANGAN MIKRO SYARIAH DI INDONESIA: PENDEKATAN MATRIKS IFAS EFAS', *Jurnal Ekonomi Islam* [Preprint].
- Abdullah, R., Wahab, A. and Hamid Habbe, A. (2021) 'Implementation Sharia of Marketing in Islamic Concept', *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.38035/dijefa.v2i5.1052>.
- Alserhan, B.A. (2020) *The Principles of Islamic Marketing, The Principles of Islamic Marketing*. Available at: <https://doi.org/10.4324/9781003075110>.
- Asmuni, A. and Hasibuan, N. (2017) 'Sharia Based Marketing Analysis Communication and Education Affiliates to Customer Satisfaction and Loyalty on Inpatient Services Unit Jakarta Islamic Hospital 2016', in. Available at: <https://doi.org/10.2991/ichlas-17.2017.14>.
- El-Omari, H.A. (2019) 'Marketing information, management and use: the case of Saudi Arabia', *Journal of Islamic Marketing* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2017-0071>.
- Firdausi, F.N. and Ardyansyah, F. (2023) 'Implementation of Sharia Marketing Strategy as a Solution to Increase Linkaja Syariah Consumer Loyalty', *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* [Preprint]. Available at: [https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13\(1\).74-81](https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13(1).74-81).
- Handayani, T., HS, S. and Priyatno, P.D. (2022) 'Digital Marketing Development Strategy of Sharia Cooperative', *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOB)* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.52218/ijbtob.v2i6.248>.
- Khairuddin, K. and Jafar, W.A. (2021) 'Dropshipping on Sale Transactions of Sharia Economic Perspective', *Madania: Jurnal*

- Kajian Keislaman* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.29300/madania.v25i2.5457>.
- Mujibno and Sasi Rohmah Awalia (2022) 'Marketing Strategy of Sharia Pawn Products in Attracting Customer Interest', *EKSYAR : Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.54956/eksyar.v9i2.348>.
- Musthofa, R.Z. and Aminah, S. (2023) 'Strategi Pemasaran di Toserba Sunan Drajat Perspektif Ekonomi Syariah', *Al-Muzdahir : Jurnal Ekonomi Syariah* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.55352/ekis.v5i2.610>.
- Prasetyowati, R.A., Hamid, A. and Trisasmita, R. (2020) 'Strengthening Macroeconomics Through Of Zakah As Social Business Finance', *AZKA International Journal of Zakat & Social Finance* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.51377/azjaf.vol1no01.14>.
- Rosadi, D. and Muslim (2018) 'Improved structural pricing model for the fair market price of Sukuk Ijarah in Indonesia', in *Journal of Physics: Conference Series*. Available at: <https://doi.org/10.1088/1742-6596/943/1/012006>.
- Setiawan, A.M., Yulianto, E. and Kusumawati, A. (2020) 'A Review of Concept of Sharia Marketing, Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty', *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.20476/jbb.v27i1.11618>.
- Syafril, S. and Hadziq, M.F. (2021) 'Islamic Principles in Marketing: An Overview of Islamic Marketing mix in Social-Media Campaign', *El-Qish: Journal of Islamic Economics* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.33830/elqish.v1i1.1568.2021>.
- Tamimah, T. *et al.* (2018) 'HALALAN THAYYIBAN: THE KEY OF SUCCESSFUL HALAL FOOD INDUSTRY DEVELOPMENT', *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.36420/ju.v4i2.3501>.
- Tayob, S. (2012) 'The South African Halal Industry: A Case of Cultural

Intermediaries', *Annual Review of Islam in Africa* [Preprint].

The Principles of Islamic Marketing (2013) *European Journal of Marketing* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.1108/ejm-06-2012-0356>.

Wilantini, C. and Mabruroh Halida, U. (2022) 'Sharia Marketing Management Strategy in the Online Buying and Selling Mechanism', *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.21070/perisai.v6i1.1579>.

Yulitasari, N.S., Febriandika, N.R. and Rosyadi, I. (2020) 'Implementation and Development of Halal', *International Conference on Islamic Economics, Islamic Finance, & Islamic Law (ICIEIFIL)* [Preprint].

PROFIL PENULIS




Dr. Ir. Mochamad Heru Riza Chakim, M.M.

Ketertarikan penulis terhadap Manajemen Perbankan Syariah diawali dari pemahaman bahwa adanya pergeseran khususnya penganut agama Islam yang ingin menjalankan kehidupan yang sesuai dengan syariat agama islam untuk mendukung operasional bisnisnya maupun pengelolaan penyimpanan dana yang dimilikinya, sehingga individu atau perusahaan yang dikelola dapat dijalankan sesuai syariat agama yang dianutnya dalam persaingan bisnis atau ekosistem bisnis untuk mendukung kemajuan dan perkembangan perusahaan secara berkelanjutan.

Pada saat sekolah SD Negeri Sultan Agung Ponorogo lulus tahun 1973. Tahun 1975 lulus dari SMP Negeri 1 Ponorogo dan tahun 1979 lulus dari SMA Negeri I Ponorogo. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi dan berhasil menyelesaikan studi S1 di prodi Teknik Kimia Institut Teknologi Bandung 1985. Kemudian melanjutkan pendidikan Magister Manajemen di prodi Magister Bisnis Administrasi Teknologi Institut Teknologi Bandung lulus tahun 1999, sesuai harapan saya di bidang manajemen serta pendidikan doktoral di prodi Bisnis Administrasi Universitas Padjadjaran lulus tahun 2021.

Penulis memiliki kepakaran dibidang strategi korporat dan bisnis korporat. Pada tahun 2014 penulis diangkat menjadi Direktur Komersial PT SUCOFINDO (Persero) dibidang jasa yang sangat tergantung pada SDM yang kompeten. Saat ini penulis juga mengelola Yayasan Sosial Abdul Chakim yang bergerak di bidang Pendidikan dan sosial, serta menjadi Ketua Bidang Pendidikan di Yayasan Masjid As Sajadah, dosen di Universitas Raharja dan Universitas Padjadjaran. Penulis aktif melakukan penelitian dan juga diterbitkan pada jurnal nasional maupun internasional.

Email Penulis: heruriza11@gmail.com.



BAB 10
MANAJEMEN SUMBER
DAYA MANUSIA DALAM
PERSPEKTIF ISLAM

Ahmad Maulidizen
Universitas Ary Ginanjar



Pendahuluan

Manajemen sumber daya manusia (SDM) adalah elemen kunci dalam memastikan efisiensi dan produktivitas sebuah organisasi. Proses manajemen ini mencakup pengelolaan tenaga kerja mulai dari rekrutmen, pelatihan, pengembangan, hingga kesejahteraan karyawan. Dalam organisasi modern, kemampuan untuk mengelola SDM dengan baik sangat menentukan pencapaian tujuan perusahaan. Namun, perspektif manajemen SDM yang berlandaskan etika dan nilai spiritual, seperti yang diajarkan dalam Islam, memberikan dimensi tambahan yang penting untuk dipertimbangkan (Maulidizen, 2024).

Islam memandang manusia sebagai khalifah di bumi yang diberi amanah untuk mengelola segala sumber daya, termasuk SDM, dengan adil dan bijaksana. Nilai-nilai seperti keadilan, tanggung jawab, dan kebajikan (ihsan) menjadi dasar dalam manajemen SDM menurut ajaran Islam. Prinsip-prinsip ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan produktivitas, tetapi juga menciptakan kesejahteraan bagi seluruh pihak yang terlibat, baik karyawan maupun perusahaan, dengan tujuan akhir berupa keberkahan (Maulidizen, 2019b).

Dalam Islam, manajemen SDM menekankan pentingnya aspek moral dan etika. Kejujuran, integritas, dan tanggung jawab menjadi dasar utama dalam menjalankan tugas, termasuk dalam proses rekrutmen dan pengembangan karyawan. Selain kompetensi teknis, aspek moralitas calon karyawan juga menjadi pertimbangan penting dalam memilih individu yang tepat. Pengembangan karyawan tidak hanya berfokus pada keterampilan profesional tetapi juga pada pembentukan karakter yang baik, sesuai dengan ajaran agama.

Selain itu, Islam sangat menekankan pemberian upah yang adil dan perlindungan kesejahteraan karyawan. Kesejahteraan yang dimaksud tidak hanya meliputi kompensasi material, tetapi juga aspek mental dan spiritual. Kondisi kerja yang manusiawi, hubungan kerja yang baik, serta pemenuhan hak-hak pekerja merupakan bagian penting dari prinsip manajemen SDM dalam Islam. Contoh penerapan prinsip ini bisa dilihat dari praktik yang dilakukan oleh Rasulullah SAW dan para sahabat (Maulidizen, 2022).

Dengan memahami prinsip-prinsip manajemen SDM dalam perspektif Islam, organisasi modern dapat menerapkan nilai-nilai ini

mengadopsi praktik bisnis yang etis dan berkelanjutan, organisasi dapat berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat dan lingkungan. Prinsip-prinsip Islam mendorong individu dan organisasi untuk tidak hanya fokus pada keuntungan finansial, tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan dari tindakan mereka. Hal ini akan menghasilkan perusahaan yang lebih bertanggung jawab dan beretika, yang pada akhirnya meningkatkan reputasi dan keberlanjutan jangka panjang (Afandi, 2021).

Dengan demikian, penerapan prinsip-prinsip Islam dalam manajemen SDM modern memberikan kesempatan bagi organisasi untuk tidak hanya mencapai tujuan finansial, tetapi juga untuk menciptakan dampak positif yang lebih luas. Dengan mengedepankan keadilan, tanggung jawab, ihsan, transparansi, dan keberagaman, organisasi dapat membangun lingkungan kerja yang lebih baik, berkelanjutan, dan etis. Penerapan prinsip-prinsip ini tidak hanya bermanfaat bagi karyawan, tetapi juga bagi masyarakat dan lingkungan secara keseluruhan (Arianie & Puspitasari, 2017).

Kesimpulan

Penerapan prinsip-prinsip Islam dalam manajemen sumber daya manusia (SDM) menunjukkan bahwa integrasi nilai-nilai Islam dalam praktik manajerial dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi organisasi modern. Dengan berfokus pada keadilan, moralitas, dan tanggung jawab, manajemen SDM tidak hanya berfungsi untuk mencapai produktivitas tetapi juga untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan dan masyarakat secara keseluruhan. Prinsip-prinsip seperti keadilan dalam rekrutmen, pengembangan karakter, dan pemberian upah yang adil menjadi landasan penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan etis.

Implementasi prinsip-prinsip tersebut memerlukan komitmen yang kuat dari manajemen dan seluruh anggota organisasi. Program pelatihan yang mengedepankan nilai-nilai etika, kebijakan transparansi, dan dukungan untuk kesehatan mental merupakan contoh nyata bagaimana organisasi dapat menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam praktik sehari-hari. Selain itu, tanggung jawab

sosial perusahaan (CSR) dan evaluasi kinerja berbasis nilai juga menunjukkan bahwa keberhasilan organisasi tidak hanya diukur dari aspek finansial, tetapi juga dari dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan.

Akhirnya, dengan mengadopsi prinsip-prinsip Islam, organisasi tidak hanya dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih baik, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan masyarakat yang lebih luas. Hal ini menciptakan hubungan yang harmonis antara karyawan dan manajemen, serta meningkatkan loyalitas dan kinerja karyawan. Dengan demikian, penerapan prinsip-prinsip Islam dalam manajemen SDM dapat menjadi jalan menuju kesuksesan yang berkelanjutan dan beretika di era modern ini.

Daftar Pustaka

- Afandi, P. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori, Konsep dan Indikator*. Zanafa Publishing.
- Arianie, G. P., & Puspitasari, N. B. (2017). Perencanaan Manajemen Proyek Dalam Meningkatkan Efisiensi dan Efektivitas Sumber Daya Perusahaan: Studi Kasus Qiscus Pte Ltd. *Jurnal Teknik Industri*, 12(3), 189–196. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jati.12.3.189-196>
- Astuti, E. A. (2017). Pengaruh Upah dan Insentif Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 33–43.
- Badriyah, M. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Pustaka Setia.
- Bariqi, M. D. (2018). Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 64–69.
- Gustina, R., Hidayat, T., & Fauzi, A. (2022). Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Suatu Kajian Literatur Review Ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia). *JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(6), 657–666.
- Hidayat, M. H. (2020). Implikasi Upah Terhadap Kinerja Pengrajin Batik Tulis Madura di Kelurahan Kowel Pamekasan. *Masyrif: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 88–104.
- Kartika, Y. D., Rizani, D. A., Nofpritasari, & Sibuea, R. T. (2019). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Stress Kerja Terhadap Kinerja Kerja Karyawan di Perusahaan Umum Badan Urusan Logistik (Perum Bulog) Divre Sumut. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 4(1), 345–357.
- Kasmir. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. Rajawali Press.
- Magfiroh, M., & Tajriani, D. T. (2022). Pengaruh Upah terhadap Kinerja Karyawan pada CV. Lumintu Perdana Kec. Ciwaringin Kabupaten Cirebon. *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(3), 231–236.

- Maulidizen, A. (2019a). Business Ethics: Analysis of al-Ghazali's Economic Thought With Sufism Approach. *Religia: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 22(2), 160–177. <https://doi.org/https://doi.org/10.28918/religia.v22i2.6817>
- Maulidizen, A. (2019b). Work Culture Reconstruction: An Analysis of The Shariah Approach. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 103–117. <https://doi.org/https://doi.org/10.30868/ad.v3i01.435>
- Maulidizen, A. (2022). Peran Pemimpin Dalam Manajemen Strategi. In Suwandi (Ed.), *Konsep dan Implementasi Manajemen Strategi* (1st ed., pp. 19–28). CV Eureka Media Aksara.
- Maulidizen, A. (2024). Resolving Disputes Regarding Trust Financing in Islamic Rural Banks, West Java. *Journal of Islamic Law and Legal Studies*, 1(1), 37–47. <https://doi.org/https://doi.org/10.70063/sharialex.v1i1.5>
- Muchtar, A. H., Maulidizen, A., & Winanto, S. (2022). Human Resources Management in Improving Company Performance. *International Journal of Education, Information Technology, and Others*, 5(2), 317–329. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.6545502>
- Nurfiat, N. A., & Rustariyuni, S. D. (2018). Pengaruh Upah dan Teknologi Terhadap Produktivitas dan Penyerapan Tenaga Kerja Pada Industri Mebel di Kota Denpasar. *Piramida: Jurnal Kependudukan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*, 14(1), 34–48.
- Sabrina, R. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. UMSU Press.
- Suharto. (2006). *Perjanjian Kerja, Standarisasi Upah dan Penyelesaian Perselisihan Hubungan Industrial Antara Pengusaha dan Pekerja Dalam Hukum Islam dan Hukum Positif*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

- Supriyadi, M. Y., & Feranita, N. V. (2019). Pengaruh Upah dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan CV. Multi Bangunan Jember. *Majalah Ilmiah Cahaya Ilmu*, 1(1), 45–52.
- TH, H. (2004). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. BPFE.
- Winanto, S., Maulidizen, A., Thoriq, M. R., & Safaah, A. (2022). Peranan Spiritual Quotient Terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(14), 326–345. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.6994879>
- Yolanda, L., Agustina, D., & Maulidizen, A. (2022). Pengaruh Reformasi Birokrasi dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Kantor Pusat Perusahaan XYZ di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(13), 597–612.

PROFIL PENULIS



Ahmad Maulidizen

Ketertarikan penulis terhadap ekonomi dan keuangan Islam dimulai pada tahun 2010 silam. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk masuk program studi ekonomi Islam ke Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim dan lulus 2014. Kemudian di Tahun 2015, penulis menyelesaikan studi ekonomi dan keuangan Islam di Pascasarjana Academy of Islamic Studies University of Malaya Kuala Lumpur. Penulis memiliki kepakaran di bidang ekonomi dan keuangan Islam. Dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan di danai oleh internal perguruan tinggi dan juga Kemenristek DIKTI. Selain peneliti, penulis juga aktif menulis jurnal ilmiah bereputasi nasional dan internasional, serta menjadi pembicara dalam konferensi ilmiah pada taraf nasional dan mancanegara, dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini.

Email Penulis: ahmad.maulidizen@esqbs.ac.id



BAB 11

KELAYAKAN BISNIS

SYARIAH

Lutfi Maulana, S.Pd., M.H.
Sekolah Tinggi Agama Islam Darussalam Kunir



dapat diartikan sebagai proses analisis menyeluruh terhadap suatu usaha atau bisnis yang akan dilakukan, dengan tujuan memutuskan apakah usaha tersebut layak untuk dijalankan atau tidak (Handayani and Rohman 2024:8).

Laporan studi kelayakan bisnis syariah disusun dalam bentuk proposal yang lengkap, mencakup informasi dan analisis data yang disajikan secara ilmiah. Manfaat utamanya adalah membantu dalam pengambilan keputusan, apakah suatu usulan bisnis, baik usaha baru maupun pengembangan usaha yang sedang berjalan, layak diterima atau ditolak (Sukmawati and Nasution 2019:41). Jika usulan tersebut diterima, laporan studi kelayakan ini dapat digunakan oleh pihak-pihak terkait, seperti investor, manajemen perusahaan, pemerintah, dan pemilik, untuk kajian ulang atau sebagai bahan pertimbangan sebelum bisnis disetujui atau dilaksanakan (Sappeami, Dzulkifli, and Umi 2021:18). Namun, laporan ini juga dapat ditolak jika terdapat kesalahan dalam pengambilan data, penggunaan alat analisis, atau manipulasi hasil keputusan dalam laporan tersebut (Sappeami et al. 2021:18).

Berdasarkan berbagai definisi yang disampaikan, dapat disimpulkan bahwa studi kelayakan bisnis syariah adalah suatu analisis terperinci yang dilakukan secara sistematis untuk menilai kelayakan suatu bisnis dari sudut pandang bisnis dan syariah. Kajian tersebut tidak hanya mengevaluasi aspek finansial, namun juga mempertimbangkan aspek sosial dan lingkungan serta kepatuhan terhadap prinsip Islam. Tujuan utama dari studi ini adalah untuk membantu pengambilan keputusan yang tepat dalam memulai atau mengembangkan suatu usaha

Tujuan dan Manfaat Studi Kelayakan Bisnis Syariah

Tujuan khusus dari studi kelayakan bisnis syariah ini diantaranya (Oktavia 2023:381):

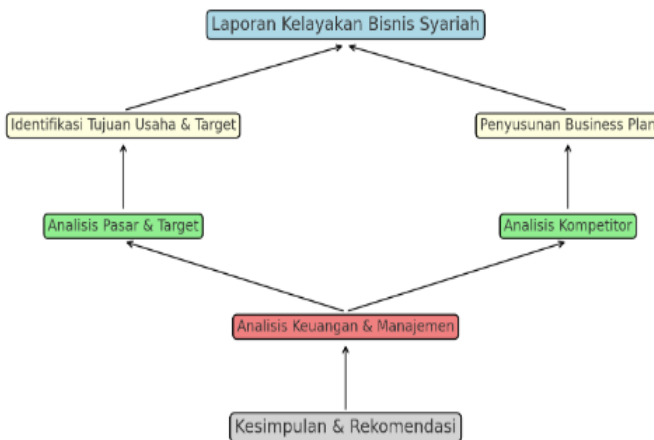
1. Memastikan kelayakan usaha: Menilai apakah inspirasi usaha yang diajukan memiliki potensi untuk berhasil dan berkelanjutan.
2. Meminimalisir risiko: Mengidentifikasi potensi risiko dan kendala yang mungkin muncul pada menjalankan usaha, sehingga bisa disiapkan mitigasi yang sempurna.

analisis numerik dengan pertimbangan strategis dan etis. Misalnya, hasil dari NPV dan IRR dapat disandingkan dengan analisis SWOT untuk mengidentifikasi peluang bisnis yang secara finansial menguntungkan namun juga memiliki risiko etis atau strategis yang perlu diperhitungkan. Kombinasi ini memberikan fleksibilitas dalam evaluasi kelayakan bisnis, memastikan bahwa keputusan yang diambil tidak hanya berdasarkan keuntungan finansial semata tetapi juga memperhatikan keberlanjutan dan integritas bisnis dalam konteks Syariah.

Pentingnya pendekatan komprehensif dalam analisis kelayakan bisnis Syariah tidak dapat diabaikan. Dengan menggabungkan kedua metode ini, pengusaha dapat membuat keputusan yang lebih bijak dan adil, tidak hanya mengejar profitabilitas, tetapi juga memastikan bahwa bisnis mereka sejalan dengan nilai-nilai dan etika Islam. Pendekatan ini tidak hanya membantu dalam mencapai keberhasilan finansial tetapi juga keberkahan dalam menjalankan bisnis sesuai dengan tuntunan Syariah.

Teknis Membuat Laporan Studi Kelayakan Bisnis Syariah

Proses pembuatan laporan kelayakan bisnis syariah dapat dijabarkan dari bagan berikut :



Gambar 11.1: Laporan Kelayakan Bisnis Syariah

Sumber: diolah penulis

mengidentifikasi pesaing yang ada di pasar serta mengkaji kekuatan dan kelemahan mereka. Penting juga untuk mempertimbangkan potensi munculnya pesaing baru dan dampak yang dapat ditimbulkannya terhadap pangsa pasar. Analisis ini akan membantu menentukan posisi kompetitif usaha dan bagaimana ia dapat bersaing secara efektif di pasar.

Secara keseluruhan, laporan kelayakan bisnis Syariah harus menjadi panduan yang holistik dan mendetail, mencakup berbagai aspek yang berkontribusi terhadap kesuksesan usaha. Dengan melakukan analisis yang mendalam terhadap pasar, pesaing, manajemen, dan aspek keuangan, laporan ini akan membantu memastikan bahwa usaha yang direncanakan tidak hanya layak secara finansial tetapi juga sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah.

Daftar Pustaka

- Abdul Rahman, Firdaus, and Rona Naula Oktaviani. 2022. "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Syariah Pada Industri Kecil Dan Menengah Dalam Mendapatkan Pembiayaan Dari Perbankan Syariah." *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 5(1):108–21. doi: 10.25299/jtb.2022.vol5(1).8864.
- Aisa, Siti Nur, and Abdur Rohman. 2024. "ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS SYARIAH PADA UMKM MIE AYAM BU SITI GENTING SURABAYA: STUDI ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK MANAJEMEN." *Jurnal Media Akademik (JMA)* 2(6). doi: 10.62281/v2i6.440.
- Handayani, Iin Sri, and Abdur Rohman. 2024. "Analisis Aspek Pasar Dan Pemasaran Pada Umkm Penyetan Cabang Purnama Dalam Perspektif Studi Kelayakan Bisnis Syariah." *Jurnal Media Akademik (JMA)* 2(6). doi: 10.62281/v2i6.587.
- Oktavia, Rima. 2023. "Studi Kelayakan Bisnis Dalam Perspektif Islam Pada UMKM Di Surabaya." *IQTISADIE: Journal of Islamic Banking and Shariah Economy* 3(1):45–63. doi: 10.36781/iqtisadie.v3i1.389.
- Rahman, Firdaus Abdul, and Rona Naula Oktaviani. 2022. "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Syariah Pada Industri Kecil Dan Menengah Dalam Mendapatkan Pembiayaan Dari Perbankan Syariah." *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 5(1):108–21. doi: 10.25299/jtb.2022.vol5(1).8864.
- Sappeami, Sappeami, Dzulkifli Dzulkifli, and Umi Umi. 2021. "Peran Studi Kelayakan Bisnis Syariah Pada Pembiayaan Murabahah." *EKOBIS SYARIAH* 5(1):17. doi: 10.22373/ekobis.v5i1.10326.
- Sugiyono. 2008. *Metode penelitian pendidikan: (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Cet. 6. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati, Heni, and Fatimah Zahra Nasution. 2019. "ANALISIS KELAYAKAN BISNIS SYARIAH PADA USAHA MIKRO TEMPE." *JURNAL EKONOMI SYARIAH* 4(1). doi: 10.37058/jes.v4i1.801.

PROFIL PENULIS



Lutfi Maulana, S.Pd., M.H.

Lahir di Indramayu pada 22 Mei 1997, penulis telah menunjukkan ketertarikannya dalam ilmu syariah sejak tahun 2011. Inspirasi ini membawa penulis melangkah lebih jauh untuk mengejar pendidikan di MAS PP Darussalam Kunir, yang berhasil diselesaikannya pada tahun 2014. Dedikasi dan keinginan kuat untuk memperdalam ilmu membimbingnya meraih gelar Sarjana Pendidikan Agama Islam dari STIT Muslim Asia Afrika Jakarta pada tahun 2018. Tidak berhenti di situ, penulis terus mengejar keunggulan akademik dengan menyelesaikan program Magister di bidang Hukum Ekonomi Syariah dari UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 2020. Kepakaran penulis dalam Hukum Ekonomi Syariah tidak hanya terbatas pada akademisi. Dengan visi untuk menjadi dosen yang profesional, penulis juga aktif sebagai peneliti di bidang keahliannya. Banyak penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, didukung oleh dana internal perguruan tinggi dan sumber dana eksternal, mengukuhkan posisinya sebagai ahli di bidangnya. Selain itu, dedikasi penulis terhadap pengetahuan juga tercermin dari kontribusinya dalam penulisan buku dan jurnal ilmiah. Semua upaya ini dilakukan dengan harapan untuk memberikan kontribusi positif yang berarti bagi kemajuan bangsa dan negara.

Email Penulis: luthfimaulana213@gmail.com



BAB 12

BENTUK-BENTUK

ORGANISASI BISNIS

H. Husni Ahmad Sirojudin, S.Ag., M.M.
STIE Miftahul Huda Subang



Definisi Organisasi Bisnis

Organisasi bisnis adalah organisasi yang ditujukan untuk menyediakan barang dan jasa kepada konsumen, yang dibedakan dari kemampuannya membayar barang dan jasa tersebut sesuai dengan bisnis pasar.

Sedangkan menurut Harries Madiistriyatno dan Ida Musdalifa (2020) menyebutkan bahwa organisasi bisnis merupakan aktivitas terpadu yang meliputi pertukaran barang, jasa atau uang yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih untuk maksud memperoleh manfaat atau keuntungan. Sehingga organisasi bisnis ini lebih menekankan pada tujuan profit atau keuntungan, karena dengan keuntungan itu organisasi bisnis dapat mempertahankan kelangsungan operasinya.

Organisasi bisnis adalah suatu kerangka yang mendasari operasional perusahaan, tanggung jawab, menentukan struktur perusahaan serta mengatur hubungan dengan pihak lain. Organisasi bisnis adalah semua kegiatan yang telah diorganisasikan oleh banyak orang dimana mereka selalu berkecimpung di dunia perindustrian dan kemudian organisasi tersebut akan melakukan berbagai perbaikan standar serta kualitas produknya.

Organisasi bisnis dalam konteks bisnis dan manajemen, merujuk dalam struktur formal yang telah dibentuk oleh entitas ekonomi atau suatu perusahaan agar bisa mencapai tujuan secara ekonomis tertentu misalnya keuntungan, pertumbuhan bahkan pelayanan kepada pelanggan. Organisasi bisnis yaitu suatu badan usaha yang mempunyai tujuan untuk menjalankan bisnis secara komersial dengan memproduksi barang atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan.

Dalam hal ini organisasi bisnis mencakup semua elemen, termasuk struktur, proses, budaya, sumber daya manusia, serta operasional dalam bekerja sama untuk mencapai tujuan perusahaan.

Ada beberapa hal yang terpenting dari pengertian organisasi bisnis ini yaitu :

1. Struktur

Struktur menentukan pada tata letak, hierarki, dan hubungan antara berbagai bagian atau departemen dalam suatu perusahaan.

usaha bisnisnya serta membagi keuntungan dan kerugian secara seimbang di antara para sekutu bisnis. Mereka juga dibebani tanggung jawab utang bisnis secara penuh. Contohnya, dua orang yang secara sepakat membuka toko kelontong secara bersama-sama, mempunyai kontribusi modal yang sama, juga membagi tanggung jawab pengelolaan usaha bisnisnya secara bersama pula dan pada akhirnya jika mempunyai keuntungan bahkan jika mempunyai utang akan ditanggung oleh bersama.

2) Persekutuan Terbatas (*Limited Partnership*)

Dalam hal persekutuan terbatas ini melibatkan dua orang atau lebih mitra bisnis yaitu mitra umum dan mitra dengan tanggung jawab terbatas. Secara spesifik mitra umum ikut berpartisipasi dalam mengelola bisnis serta memiliki tanggung jawab penuh atas utang bisnis. Lain halnya dengan mitra dengan tanggung jawab terbatas itu hanya memiliki tanggung jawab secara terbatas sesuai dengan kontribusi modal mereka. Sebagai contoh, seorang pemilik modal menyediakan modal kepada sebuah Firma hukum dengan mitra umum yang mengelola usaha bisnisnya sehari –hari. Dalam hal ini mitra umum bertanggung jawab secara penuh, namun pemilik modal tidak melakukan pengelolaan kegiatan bisnisnya dan hanya bertanggung jawab sesuai dengan modal yang diberikan kepada Firma tersebut.

3) Persekutuan Kemitraan Terbatas (*Limited Liability Partnership*)

Jika didalam persekutuan kemitraan terbatas ini semua mitra sekutu memiliki tanggung jawab atas kewajiban bisnis. Semua mitra bisnis bisa melakukan operasionalisasi bisnisnya secara fleksibel didalam mengatur manajemen dan menjadi tanggung jawab mereka. Contohnya, jika ada satu firma hukum yang terdiri dari beberapa orang pengacara yang ingin menghindari tanggung jawab pribadi atas tindakan hukum yang dilakukan oleh mitra bisnis lainnya.

4) Persekutuan Berjangka Waktu (*Limited Duration Partnership*)

Jenis persekutuan ini mempunyai batas waktu tertentu untuk melakukan operasional perusahaannya atau sampai mencapai tujuan yang diinginkan oleh para sekutu. Sehingga setelah batas waktu yang ditentukan tersebut selesai maka perikatan persekutuan akan selesai dan berakhir, namun bisa diperpanjang lagi dengan melakukan perjanjian kembali dengan para sekutu lainnya. Contoh, sebuah persekutuan yang didirikan oleh beberapa arsitek dalam kegiatannya untuk membangun sebuah proyek yang begitu besar. Karena memiliki batas waktu, sehingga jika proyek ini berakhir maka bentuk persekutuan ini pun berakhir.

3. Perseroan Terbatas (PT)

Perseroan terbatas adalah suatu badan hukum yang mempunyai identitas hukum sendiri sehingga terpisah dari pemilik modalnya. Perseroan terbatas ini bisa didirikan dan dibentuk oleh seorang pemilik atau beberapa orang pemegang saham yang mempunyai tujuan melakukan usaha bersama dengan beban tanggung jawab yang terbatas sesuai dengan modal yang disetorkan.

Menurut Undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) memberikan pengertian bahwa perseroan terbatas adalah badan hukum yang didirikan berdasarkan perjanjian yang melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham, dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam undang-undang ini serta peraturan pelaksanaannya.

Pengertian tersebut membuat catatan penting yang seharusnya diperhatikan yaitu :

- 1) Perseroan Terbatas adalah suatu badan hukum perusahaan bisnis yang melakukan suatu kegiatan usaha untuk memperoleh keuntungan.
- 2) Mendirikan PT didasarkan pada suatu ikatan perjanjian diantara para pihak yang ikut terlibat didalamnya. Para pihak

Daftar Pustaka

- Agus Sarjono dkk, 2014. *Pengantar Hukum Dagang*, Raja Grafindo, Jakarta
- Farida Hasyim dkk, 2009. *Hukum Dagang*, Sinar Grafika, Jakarta
- Haris Madiistriyatno dan Ida Musdafiah, 2020. *Mengenal Bisnis, Mitra Cendekia Media, Hukum di Indonesia*, Genta Publishing, Yogyakarta
- Husni Ahmad Sirojudin dkk, 2023. *Buku Ajar Pengantar Bisnis*, Litnus, Malang
- Kurniawan, 2014. *Hukum Perusahaan (Karakteristik Badan Usaha Berbadan*
- Muhamad Fuad dkk, 2016. *Pengantar Bisnis*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Muhamad Teguh dan Nurul Aulia, “ *Hukum Perseroan Terbatas dan Perkembangannya*
- Muhamad Udin Silalahi, 2005. *Badan Hukum Organisasi Perusahaan*, IBLAM, Jakarta
- Mulhadi, 2010. *Hukum Perusahaan*, Ghalia Indonesia, Bogor
- Murti Sumarni dan John Soeprihanto, 2014. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Nirlaba*, Universitas Brawijaya Press, Malang
- Nono Sugiono, 2023 “ *Bentuk Organisasi Bisnis*” <https://id.scribd.com> Perusahaan), Edisi Keenam, Liberty, Yogyakarta
- Ridwan Khairodi, 2014. *Pokok-pokok Hukum Dagang Indonesia*, FH UII Yogyakarta.
- Safiira Puput, 2024 “ *Jurnal : Organisasi Bisnis*”. <https://id.scribd.com> Solok.
- Sri Rejeki Hartono, 2007. *Hukum Ekonomi Indonesia*, Bayumedia, Malang

PROFIL PENULIS



H. Husni Ahmad Sirojudin, S.Ag., M.M.

Lahir di Cianjur, 25 November 1971, anak ke 3 dari 3 bersaudara. Domisili penulis saat ini di Jl. Arjuna Blok A1 No. 16-17 Bumi Karawang Baru Teluk Jambe Timur Karawang. Penulis tertarik pada Bidang Manajemen Sumber Daya Manusia, Bidang Produksi dan Bidang Pemasaran. Penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi dan berhasil menyelesaikan S1 pada Fakultas Syariah Program Studi Hukum Perdata dan Pidana Islam di IAIN / UIN SGD Bandung tahun 1994. Pada tahun 2006 melanjutkan S2 pada Program Magister Manajemen Bisnis (M2B) UPI Bandung selesai tahun 2008. Penulis memiliki kepakaran di bidang Manajemen, dan saat ini menjadi Dosen Tetap di STIE Miftahul Huda Subang dan secara struktural penulis adalah sebagai Wakil Ketua 2 Bidang Administrasi Keuangan dan SDM. Sejak Tahun 1996 sampai dengan tahun 2004 penulis bekerja di Perusahaan (PT Sarana Panca Karya Nusa Bandung Cabang Indramayu). Sejak tahun 2004 – 2018 menjadi Pimpinan Cabang Karawang. Saat ini penulis juga masih aktif dalam dunia usaha dengan menjadi Direktur CV Sarana Karya Mandiri Karawang. Penulis sering menjadi pembicara dalam kegiatan Workshop maupun Seminar dalam bidang Manajemen. Selain sebagai peneliti, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan bisa memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan serta bangsa dan negara tercinta ini.

Email : husniskm71@gmail.com



BAB 13

PENGEMBANGAN

PRODUK HALAL

Yayat Sudrajat, S.H., M.M.
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Miftahul Huda



Strategi Pengembangan Industri Produk Halal

Pengembangan industri produk halal yang mengarah pada perekonomian yang terkait pembuatan, penyampaian barang, stok barang dan jasa yang halal menurut ajaran Islam. Industri halal terdapat di berbagai sektor antara lain produk makanan, minuman, kosmetik, farmasi, perbankan, pariwisata dan sebagainya (A. Rio Makkulau Wahyu:2023).

Untuk dapat menentukan apakah suatu produk atau jasa tergolong sesuai syariat Islam, terpenuhinya beberapa peraturan yang telah ditentukan oleh syariat agama Islam atau diakui secara hukum oleh Majelis Ulama Indonesia/MUI, Lembaga Penelitian Pangan, dan harus ditentukan oleh lembaga sertifikasi Halal yang sah.

Ada beberapa standar yang harus dilengkapi dalam komoditi yang sesuai syariat Islam:

1. Barang Produksi yang dipakai

Barang produksi yang dipakai harus bersumber dari bahan baku yang halal, misalnya binatang ternak yang disembelih harus sesuai syariat Islam.

2. Cara Pembuatan

Cara pembuatannya harus memenuhi syariat Islam dan tidak boleh tercampur antara barang yang haram dengan barang yang suci sesuai syariat Islam, atau melalui produksi yang bertentangan dengan syariat Islam.

3. Produksi dan Proses Pembuatan

Seluruh tahapan pengolahan dan proses pembuatan harus sesuai dengan syariat Islam, juga penanganan dan sanitasi perlengkapan proses pembuatan. Segel dan sertifikat halal dari lembaga yang diakui di kalangan umat Islam. Label yang sesuai syariat Islam umat Islam sebagai konsumen dapat menginventarisir barang yang memenuhi prinsip syariat Islam.

Produksi yang memenuhi syariat Islam melibatkan berbagai sektor perekonomian, antara lain sektor makanan dan minuman, kosmetik, farmasi, pariwisata, dan keuangan.

1. Produk konsumsi dan minuman

Merupakan produk yang paling dominan dikonsumsi masyarakat muslim Indonesia. Para pengusaha produk makanan dan

umat Islam yang membutuhkan kepastian halal dari produk keuangan penting bagi pemerintah dan otoritas terkait untuk mengembangkan standar dan peraturan halal yang jelas, komprehensif, dan konsisten dengan prinsip-prinsip agama Islam. Kondisi ini akan membuat konsumen semakin percaya bahwa produk keuangannya tidak ada unsur haramnya.

2. Meningkatkan mutu dan ketenangan pemakaian produk halal untuk mendapatkan kepercayaan konsumen, penting untuk terus meningkatkan pelayanan dan kepastian kehalalan produknya. Perbaikan dapat ditempuh melalui berinvestasi dalam penelitian dan pengembangan, serta menjaga kualitas secara ketat.
3. Pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah
Produksi halal, seharusnya tidak hanya menjadi kewajiban untuk perusahaan nasional atau multinasional, tetapi juga harus dilakukan perusahaan kecil dan perusahaan menengah (UKM). Mikro, Kecil, dan Menengah. Pemberdayaan memungkinkan perusahaan yang kecil dan menengah dapat mengerti dan melaksanakan segala ketentuan produk halal yang semakin banyak peredarannya di pasar.
4. Training dan Penataran
Training dan penataran harus terus dilakukan untuk menjaga kepastian kehalalan dari suatu produk yang diikuti oleh semua pegawai yang ahli dalam pembuatan dan pengembangan pada produk halal.
5. Periklanan dan Penjualan
Cara periklanan dan penjualan yang baik akan meningkatkan kesadaran dari pengguna produk halal. Promo lebih awal berupa sosialisasi menggunakan media pameran, digitalisasi promosi dan bekerjasama dengan para penggiat media sosial.
6. Peningkatan wisata Halal
Negara Indonesia dapat menjadi pusat komoditas wisata halal yang terkenal dan menarik bagi para wisatawan baik lokal maupun internasional, bila bersama-sama terus menggali segenap potensi yang dimiliki dan meningkatkan pelayanan yang prima dan menerapkan prinsip halal secara konsisten. Hal ini mencakup sarana prasarana yang baik, rumah makan yang

seluas-luasnya para investor dalam pengembangan teknologi baru untuk yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas produk halal.

Pemberian subsidi investasi, dimana memberikan insentif kepada pemilik modal yang berkontribusi bagian dalam perluasan industri halal, seumpama kemudahan pajak, dukungan infrastruktur, dan akses kemudahan pembentukan yang modern. Pembentukan wilayah produk halal, yaitu pembentukan wilayah industri khusus yang tertuju pada produk dan distribusi produk halal. Hal tersebut membuat perpaduan yang menunjang peningkatan produksi bagi para pelaku usaha kecil menengah (UKM) dalam produk halal.

Model Pengembangan Produk Halal

Model dalam pengembangan produk halal, perlu dilakukan tiga hal sebagai berikut :

1. Halal Logistik

Salah satu dari rantai sokongan manajemen adalah logistik yang memerlukan jalur transportasi di dalam menangani produknya. Sementara logistik halal adalah setiap kegiatan rantai sokongan manajemen yang dalam jalur transportasinya sesuai dengan aturan syariat Islam.

Yang menjadi alasan memperkenalkan ide produk halal dalam halal logistik adalah untuk memenuhi keinginan dari umat Islam dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya sehari-hari sesuai dengan aturan syariat Islam. Oleh sebab itu maka proses dalam logistik halal itu dari mulai produk itu dibuat sampai dengan proses pengirimannya ke tempat konsumen haruslah sesuai dengan nilai-nilai agama Islam. Logistik halal ini selain untuk memenuhi keinginan umat Islam, juga dipandang baik dan higienis bagi yang non-Islam.

Manfaat dari halal logistik bagi umat Islam adalah untuk memberikan keyakinan bahwa dalam penyampaian logistik dari hulu ke hilir terjadi pemisahan antara produk yang halal dengan produk yang haram. Pelaku layanan logistik halal menjamin, bahwa dari barang mentah, bahan asal, pengepakan, pergudangan dan

telah memperoleh sertifikasi halal belum tentu mendapat respons positif dari konsumen.

Di negara-negara mayoritas Muslim, semua produk dianggap halal sehingga sertifikat halal tidak memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan produk lain yang belum memiliki sertifikat.

Perlunya memberikan edukasi mengenai produk halal. Label halal pada pangan menjamin produk tersebut halal, sehingga masyarakat perlu disadarkan akan pentingnya mengonsumsi produk yang berlabel halal. Salah satu pilihannya adalah menerapkan gaya hidup halal. Hal tersebut memberikan pemahaman bahwa halal merupakan suatu keharusan dan bukan sekedar kewajiban yang harus dipenuhi.

Daftar Pustaka

- Amran Suadi, Abdul Manan. (2016). *Ilmuwan Dan Praktisi Hukum*. Jakarta: Kencana
- Burhanuddin. (2011). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Malang : UIN Maliki Press
- Faqiatul Mariya Waharini, A.H. (2018) *Model Pengembangan Industri Halal Food*. Indonesia. *Jurnal Muqtasid*, 9 (1), pp 1-12.
- Hasan, S. (2014). *Sertifikasi Halal Dalam Hukum Positif Regulasi dan Implementasi Di Indonesia*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Misbahuddin. (2012). *E-commerce dan Hukum Islam*. Makassar Alauddin University Press.
- Rohman, A. (2012). *Pengembangan dan Analisis Produk Halal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sayekti, N. W. (2014) *Jaminan Produk Halal Dalam Perspektif Kelembagaan*. *Jurnal Ekonomi Kebijakan Publik*. Vol. 5 No. 2, pp. 35-39
- Tarmizi, Rasyid. (2023). *Industri Halal di Indonesia*. Serang Banten. PT. Sada Kurnia Pustaka..
- <https://www.iainpare.ac.id/en/blog/opinion-5/opini-3-strategi-pengembangan-industri-halal-di-indonesia-2427>

PROFIL PENULIS



Yayat Sudrajat, S.H., M.M.

Lahir di sebuah kota kecil Pamanukan Subang pada tahun 1972. Sekolah sejak TK sampai SMA di Kota Tasikmalaya. Pada tahun 1992 meneruskan kuliah di Fakultas Hukum Universitas Jenderal Soedirman (UNSOED) di Purwokerto Jawa Tengah. Penulis pada tahun 1998 menjadi dosen di STIE Miftahul Huda Subang. Tahun 2002 menyelesaikan pendidikan S2 Program Magister Manajemen di STIE IPWIJA di Jakarta. Pengalaman pekerjaan sebagai volunteer Koordinator Tenaga Pendamping Petani, kerjasama antara Pusat Dinamika Pembangunan Universitas Padjajaran Bandung dengan Bappeda Jawa Barat untuk Wilayah Cirebon. Sebagai Supervisor Riset Transportasi kerjasama antara Lembaga Demografi Universitas Indonesia, Bappenas dan JICA Jepang di Wilayah Jabodetabek. Serta konsultan di beberapa Lembaga riset seperti Mark Plus, Frontier dll. Pendidikan dan pelatihan yang pernah diikuti sebagai Dosen Pengajar Mata Kuliah Pendidikan Anti Korupsi Tingkat Perguruan Tinggi, Pelatihan INWUB di FE Unila Bandung, serta Pelatihan Teknik Penyusunan SOP Sertifikasi ISO 9001 – 2008

Email Penulis : yayat16sudrajat@gmail.com



BAB 14

CSR DALAM ISLAM

Karyono, S.Pd., M.H.
Darussalam Kunir University



Pendahuluan

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah konsep manajemen bisnis yang melibatkan perusahaan dalam mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi mereka, selain mengejar keuntungan. Secara umum, CSR bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara pencapaian keuntungan finansial dengan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan (Rachman dkk.,2011.). Penerapan CSR mencerminkan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh pemangku kepentingan, termasuk karyawan, konsumen, dan masyarakat sekitar.

Dalam konteks Islam, tanggung jawab sosial bukanlah fenomena baru. Konsep tanggung jawab sosial, atau dalam istilah yang lebih luas dikenal sebagai *mas'uliyah*, telah menjadi bagian dari etika bisnis Islam sejak zaman Nabi Muhammad SAW. Prinsip-prinsip tanggung jawab sosial telah lama diatur dalam ajaran agama Islam yang tertuang dalam Al-Qur'an dan Hadis. Ajaran-ajaran ini menekankan keseimbangan antara kepentingan pribadi dan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, CSR dalam perspektif Islam lebih dari sekadar kewajiban sosial, tetapi juga merupakan komitmen spiritual dan moral (Bustami dkk., 2021).

Pengertian CSR dalam Islam berkaitan dengan keadilan sosial, perlindungan terhadap kaum lemah, dan kepedulian terhadap lingkungan hidup. Prinsip-prinsip Islam ini sejalan dengan elemen-elemen utama CSR modern, seperti kesejahteraan sosial, keberlanjutan lingkungan, dan etika bisnis. Dalam Islam, segala bentuk kekayaan dan sumber daya harus dikelola dengan cara yang adil dan bertanggung jawab, baik terhadap masyarakat maupun lingkungan (Rismawati, 2021).

Konsep CSR dalam Islam

Dalam perspektif Islam, tanggung jawab sosial bukan hanya sekadar kewajiban moral, tetapi juga kewajiban agama yang diatur dalam berbagai sumber syariah. Islam mengajarkan prinsip-prinsip yang sejalan dengan elemen-elemen utama CSR modern. Terdapat beberapa konsep dasar dalam Islam yang relevan dengan CSR, di

Manfaat CSR dalam Islam bagi Perusahaan

Penerapan CSR dalam perspektif Islam tidak hanya memberikan manfaat bagi masyarakat, tetapi juga memberikan keuntungan bagi perusahaan itu sendiri. Dalam ajaran Islam, tindakan sosial yang bertujuan untuk membantu sesama dan menjaga keseimbangan alam akan mendatangkan keberkahan bagi individu maupun perusahaan. Sebagai contoh, zakat dan infaq bukan hanya membersihkan harta, tetapi juga membawa berkah bagi bisnis dan kehidupan pemiliknya.

Perusahaan yang mengadopsi CSR berbasis Islam cenderung mendapatkan dukungan yang lebih besar dari konsumen Muslim. Konsumen yang taat pada ajaran agama mereka lebih memilih produk dan jasa yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam, seperti transparansi, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Hal ini secara langsung berdampak pada peningkatan reputasi perusahaan di mata konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan meningkatkan pendapatan.

Selain itu, perusahaan yang menjalankan CSR dengan landasan etika Islam juga akan lebih mudah menarik dan mempertahankan karyawan berkualitas. Karyawan cenderung lebih setia kepada perusahaan yang menghargai tanggung jawab sosial dan menjalankan bisnis dengan prinsip etika yang kuat. Hal ini juga dapat menciptakan lingkungan kerja yang positif, di mana karyawan merasa bahwa mereka berkontribusi tidak hanya untuk keuntungan perusahaan, tetapi juga untuk kepentingan masyarakat dan lingkungan.

CSR dalam Islam juga berpotensi membantu perusahaan dalam membangun hubungan yang lebih baik dengan pemerintah dan regulator. Di banyak negara Muslim, pemerintah mendorong perusahaan untuk mengadopsi prinsip-prinsip CSR yang sesuai dengan ajaran Islam, dan perusahaan yang menerapkan program-program sosial ini cenderung mendapatkan dukungan lebih besar dari pemerintah. Selain itu, keberhasilan dalam menjalankan CSR sering kali digunakan sebagai alat pemasaran, yang dapat meningkatkan citra perusahaan di mata publik.

Penutup

Corporate Social Responsibility (CSR) dalam perspektif Islam bukanlah konsep yang baru, tetapi merupakan bagian integral dari ajaran agama yang menekankan keseimbangan antara tanggung jawab bisnis dan tanggung jawab sosial. Prinsip-prinsip Islam seperti zakat, keadilan, dan perlindungan terhadap lingkungan memberikan landasan moral yang kuat bagi perusahaan untuk beroperasi secara etis dan bertanggung jawab.

Dengan menerapkan nilai-nilai CSR berbasis Islam, perusahaan tidak hanya membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga memperoleh manfaat jangka panjang, baik dari segi reputasi, loyalitas konsumen, maupun keberlanjutan bisnis. Penerapan CSR yang berlandaskan ajaran Islam memberikan peluang bagi perusahaan untuk berperan aktif dalam menciptakan perubahan sosial yang positif, serta mewujudkan misi spiritual yang lebih besar, yaitu meraih keberkahan dan ridha Allah SWT.

Daftar Pustaka

- Adrai, R., & Perkasa, D. H. (2024). Penerapan Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam International Human Resources Management. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Madani*, 6(2), 68–85. <https://doi.org/10.51353/jmbm.v6i2.950>
- Anita, S. Y., Supatminingsih, T., Rusmalinda, S., Karyono, Sudrajat, A. S. S. N. S., Maulana, L., Sholihah, N. A., Sangkala, M., Raya, F., Ihsan, A. M. N., Maulidizen, A., Suhendar, F. R., Evriyenni, & Zumara. (2023). *Etika Bisnis Dalam Kajian Islam*. Sada Kurnia Pustaka.
- Bustami, M. R., Mudzakkir, M., & Nasruddin, E. (2021). *CSR ISLAM Tujuh Prinsip Transformasi Organisasi Untuk Kemajuan Bisnis dan Masyarakat*. UMMPress.
- Candra Puspita Ningtyas, Makmur Kambolong, & Munawir Makmur. (2022). IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY STUDI PADA PT. ANEKA TAMBANG Tbk. UBPN SULAWESI TENGGARA. *Journal Publicuho*, 5(4), 1091–1112. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v5i4.50>
- Djazuli, S. (t.t.). *Islamic Concept About Environemantal Conservation*.
- Hamran, R. G. (t.t.). *Optimalisasi Dana Zakat Untuk Mengatasi Masalah Kemiskinan di Indonesia*.
- Kusmilawaty, K., Tarigan, A. A., & Nasution, Y. S. J. (2024). Good Corporate Governance Sebagai Implementasi Amanah Dalam Al-Qur'an (Tafsir QS. Al-Mu'minin). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 1045. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12803>
- Munandar, A., & Ridwan, A. H. (2023). KEADILAN SEBAGAI PRINSIP DALAM EKONOMI SYARIAH SERTA APLIKASINYA PADA MUDHARABAH. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 7(1), 89. <https://doi.org/10.15548/maqdis.v7i1.453>
- Rachman, N. M., Efendi, A., & Wicaksana, E. (t.t.). *PANDUAN LENGKAP PERENCANAAN CSR*. Penebar Swadaya Grup.

Rismawati. (2021). *Konsep Corporate Social Responsibility—Rajawali Pers*. PT. RajaGrafindo Persada.

Surat Al-Baqarah Ayat 261 Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir | Baca di TafsirWeb. (t.t.). Diambil 9 Oktober 2024, dari <https://tafsirweb.com/1027-surat-al-baqarah-ayat-261.html>

Surat Al-Baqarah Ayat 30 Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir | Baca di TafsirWeb. (t.t.). Diambil 9 Oktober 2024, dari <https://tafsirweb.com/290-surat-al-baqarah-ayat-30.html>

Surat An-Nahl Ayat 90 Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir | Baca di TafsirWeb. (t.t.). Diambil 9 Oktober 2024, dari <https://tafsirweb.com/4438-surat-an-nahl-ayat-90.html>

Suryaman, B. (t.t.). *E-MTQ Kabupaten Bengkalis*. <https://e-mtq.bengkaliskab.go.id/>. Diambil 9 Oktober 2024, dari <https://e-mtq.bengkaliskab.go.id/>

Susanto, H. (2017). Eksistensi dan Peran Ekonomis Harta Wakaf. *HUNafa: Jurnal Studia Islamika*, 13(2), 316. <https://doi.org/10.24239/jsi.v13i2.442.316-342>

PROFIL PENULIS




Karyono, S.Pd., M.H.

Lahir di Cipunagara-Subang, Jawa Barat gelar sarjana diperolehnya di STAI Muslim Asia Afrika selanjutnya penulis melanjutkan studi di program pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dan mendapat gelar magister pada tahun 2020. Sekarang penulis menjadi salah satu dosen tetap pada program studi Ekonomi

Syariah Darussalam kunir university. Adapun seminar yang telah diikuti adalah seminar di tingkat internasional *International Conference on Islamic Studies* dan *International Conference on Islamic Economic* pada tahun 2022 dan 2023. Untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi. Selain meneliti, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini. Penulis juga aktif di berbagai kegiatan kajian ilmiah dan pengembangan masyarakat. Aktif juga melakukan pengabdian kepada masyarakat dan keorganisasian. Penulis juga telah mengikuti pelatihan dan lulus bersertifikat Sebagai Auditor Mutu Internal Perguruan Tinggi dan menjadi Ketua Lembaga Penjaminan Mutu sejak Tahun 2020.

Email Penulis: kar88538@gmail.com



BAB 15


INOVASI DAN

TEKNOLOGI DALAM

KEWIRAUSAHAAN

SYARIAH

Ir. Pathmi Noerhatini, M.Si.
Kelompok Keahlian Ilmu Kemanusiaan ITB



- rendah gula, rendah lemak, atau bebas gluten. Inovasi produk makanan berupa snack rendah gula dan lemak, roti dan kue bebas gluten, serta susu nabati dan yogurt rendah lemak.
- b. Makanan olahan berbasis nabati seperti nugget, sosis, dan burger yang terbuat dari bahan nabati seperti kacang-kacangan dan biji-bijian.
 - c. Makanan fungsional berupa produk makanan halal yang diformulasikan dengan kandungan nutrisi tambahan untuk mendukung kesehatan tertentu, seperti makanan untuk meningkatkan daya tahan tubuh, kesehatan pencernaan, penderita diabetes atau kesehatan jantung.
 - d. Makanan siap saji berupa pengembangan makanan siap saji halal yang praktis dan lezat, seperti rendang siap saji, nasi goreng, dan mie instan.
 - e. Makanan beku adalah produk makanan beku halal yang mudah disimpan dan diolah, seperti bakso, nugget, dan sayuran beku,
 - f. Makanan organik halal adalah produk makanan halal yang diproduksi dengan menggunakan bahan-bahan organik dan tanpa pestisida kimia seperti sayuran segar, makanan olahan,
 - g. Produk kosmetik dan perawatan pribadi berupa pengembangan produk kosmetik dan perawatan pribadi halal yang terbuat dari bahan-bahan alami dan tidak mengandung zat-zat berbahaya, contohnya sabun mandi halal dengan ekstrak alami, shampoo halal untuk rambut kering, produk perawatan bayi halal, lipstik halal dengan warna yang beragam, skincare halal untuk kulit sensitif, dan parfum halal dengan aroma yang tahan lama
 - h. Minuman berupa jus buah halal yang dikemas dalam botol kaca, kopi instan halal dengan berbagai varian rasa, dan minuman energi halal.
 - i. Produk farmasi berupa pengembangan obat-obatan dan suplemen halal yang memenuhi standar kualitas dan keamanan, contohnya obat herbal halal, vitamin, dan suplemen olahraga.

2. Inovasi Proses Produksi

Inovasi proses produksi berupa penerapan teknologi yaitu penggunaan teknologi modern seperti IoT, AI, dan big data untuk

yang kompeten di bidang teknologi dan keuangan syariah, serta infrastruktur berupa keterbatasan infrastruktur teknologi di beberapa daerah.

***E-commerce* Berbasis Syariah**

E-commerce berbasis syariah adalah sistem perdagangan elektronik yang seluruh kegiatannya, mulai dari transaksi, pembayaran, hingga pengiriman barang, dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Ini berarti setiap aspek dalam *e-commerce* tersebut harus memenuhi ketentuan-ketentuan yang berlaku dalam hukum Islam. Pertumbuhan *e-commerce* yang berfokus pada produk halal menciptakan peluang baru bagi kewirausahaan syariah. Dengan memanfaatkan platform digital, pelaku usaha dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan memenuhi permintaan akan produk-produk yang sesuai dengan prinsip Islam.

E-commerce berbasis syariah untuk (1) Menjawab kebutuhan konsumen muslim: Semakin banyak konsumen muslim yang mencari produk dan jasa yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, (2) Memperluas pasar: *E-commerce* berbasis syariah membuka peluang pasar yang lebih luas, baik di dalam maupun luar negeri, dan (3) Mendukung ekonomi syariah: *E-commerce* berbasis syariah berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi syariah secara global.

Ciri-ciri *e-commerce* berbasis syariah adalah (1) Produk halal: Semua produk yang dijual harus halal dan memiliki sertifikasi halal, (2) Transaksi yang jelas: Transaksi harus dilakukan dengan jelas, transparan, dan tidak mengandung unsur riba, *gharar* (ketidakjelasan), atau *maisir* (judi), (3) Kontrak yang sah: Kontrak jual beli harus memenuhi syarat sah dalam hukum Islam, (4) Pengiriman yang aman dan tepat waktu: Proses pengiriman barang harus dilakukan dengan aman dan tepat waktu, dan (5) Pelayanan konsumen yang baik: Pelayanan konsumen harus dilakukan dengan profesional dan menjunjung tinggi nilai-nilai etika bisnis Islam.

Adapun contoh penerapan *e-commerce* berbasis syariah yaitu (1) Platform marketplace: Platform seperti Lazada, Shopee, dan Tokopedia telah menyediakan fitur khusus untuk produk halal, (2)

Toko online khusus produk halal: Banyak toko online yang fokus pada penjualan produk halal, seperti makanan, pakaian, dan kosmetik, (3) Sistem pembayaran: Penggunaan sistem pembayaran yang sesuai dengan syariah, seperti dompet digital syariah.

Tantangan dalam pengembangan *E-commerce* berbasis syariah adalah (1) Standarisasi sertifikasi halal karena standar sertifikasi halal di berbagai negara masih beragam, (2) Keterbatasan produk halal karena tidak semua produk tersedia dalam versi halal, (3) Infrastruktur teknologi dimana infrastruktur teknologi yang memadai diperlukan untuk mendukung pengembangan *e-commerce* berbasis syariah, dan (4) Kesadaran konsumen karena masih banyak konsumen yang belum memahami pentingnya *e-commerce* berbasis syariah.

Peluang bisnis dalam *E-commerce* berbasis syariah adalah (1) Pengembangan platform *e-commerce* khusus terutama membangun platform *e-commerce* yang fokus pada produk dan jasa halal, (2) Produksi produk halal untuk mengembangkan produk-produk halal yang inovatif dan berkualitas, dan (3) Konsultasi bisnis syariah berupa pemberian layanan konsultasi kepada perusahaan yang ingin menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam bisnisnya.

Analisis Data dan Kecerdasan Buatan (AI)

Penggunaan big data dan kecerdasan buatan (AI) dalam kewirausahaan syariah memungkinkan analisis yang lebih baik terhadap perilaku konsumen dan tren pasar. Potensi sinergi antara data yang kaya dan algoritma AI yang canggih membuka peluang baru bagi para pelaku bisnis syariah untuk meningkatkan efisiensi, inovasi, dan jangkauan pasar, juga dalam pengambilan keputusan strategis serta meningkatkan efisiensi operasional. AI juga dapat digunakan untuk mengembangkan produk dan layanan yang lebih relevan dengan kebutuhan nasabah.

Berikut penjelasan pentingnya data dan AI dalam kewirausahaan syariah yaitu: (1) Personalisasi Produk dan Layanan berupa analisis data pelanggan, perusahaan syariah dapat menawarkan produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi individu.

upaya untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut, mendorong kewirausahaan syariah di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk tumbuh dan berkembang menjadi kekuatan ekonomi yang signifikan.

Kesimpulan

Inovasi dan teknologi berperan dalam pengembangan kewirausahaan syariah di era digital. Pengembangan produk seperti makanan, minuman, kosmetik dan farmasi memanfaatkan inovasi dan teknologi pada proses penyediaan bahan baku, pengolahan, pengemasan dan distribusi. *Fintech* syariah dan *e-commerce* syariah menggunakan teknologi *blockchain*, analisis data dan AI, mendorong pelaku usaha dalam meningkatkan efisiensi, transparansi, dan aksesibilitas layanan keuangan sambil tetap berpegang pada prinsip-prinsip etika Islam. Tantangan terkait kepatuhan dan regulasi tetap memerlukan perhatian untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dalam sektor ini.

Daftar Pustaka

- Abdallah, A. (2021), Has the Lack of a Unified Halal Standard Led to a Rise in Organised Crime in the Halal Certification Sector? *Forensic Sciences*, 1(3), 181-193, <https://doi.org/10.3390/forensicsci1030016>
- Aidhi, Akhmad Al, M.AK. Harahap, Arief Y. Rukmana, Septianti P. Palembang dan Asri Ady Bakri (2023), Peningkatan Daya Saing Ekonomi melalui peranan Inovasi, *Jurnal Multidisiplin West Science* Vol. 2 (2), hal. 118~134.
- Hanafi, A. I. dan M. Aditya Firdaus (2023), Mengeksplorasi Dampak Inovasi Teknologi Terbaru dalam Investasi Syariah, *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, Vol. 1 (6), hal. 1316-1335.
- Mallongi, M. (2020), Transformasi entrepreneur Syariah di Era Industri 4.0, *Al-Tafaqquh*, Vol 1 (2), hal. 161-172.
- Mardiana, R., Riska Yani, Renita, dan Novy Andiny (2024) Peran *Fintech* Syariah dalam Mendorong Kewirausahaan danUMKM Berbasis Syariah, *RAUNG (Research of Accounting and Auditing Journal)*, Vol 1(1), hal.1-7.
- Muzdalifa, Irma, Inayah Aulia Rahma, Bella Gita Novalia (2018), Peran Fintech dalam meningkatkan Keuangan Inklusif pada UMKM di Indonesia (Pendekatan Keuangan Syariah), *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*,Vol. 3(1), hal.1-27.
- Prasnowo, M. Adhi, Muhajir Sulthonul Aziz, Meithiana Indrasari, Eko Pamuji, dan Dwi Prasetyo (2023) Membangun Ekosistem Kewirausahaan Digital Syariah Bagi UMKM di Wilayah Jawa Timur dan Nusa Tenggara Barat. *Prapanca Jurnal Abdimas* Vol. 3(1), hal. 1-9.
- Rahmawati, L.,Dina D. Rahayu, Hanien Nivanty dan Wardah Lutfiah (2020), Fintech Syariah: Manfaat dan Problematika Penerapan pada UMKM, *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 5 (1), hal. 75-90.
- Said, Muh. HM., S. Sukaimi (2020) Pengantar Pengembangan Ekonomi Syariah, Penerbit Kalimedia, Yogyakarta.

Soegihono· Laura F. dan Ahyar Yuniawan (2023), Pengaruh Inovasi Terhadap Performa Usaha Melalui Keunggulan Bersaing Pada UMKM Syariah di Kota Semarang, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 9 (3), 4764, hal.1-10.

Zhong, Y and Hee Cheol Moon (2022), Investigating the Impact of Industry 4.0 Technology through a TOE-Based Innovation Model, Systems, 3, 11, 277, p.1-21, <https://doi.org/10.3390/systems11060277>

PROFIL PENULIS




Ir. Pathmi Noerhatini, M.Si.

Ketertarikan penulis terhadap kewirausahaan dimulai pada tahun 2005 dengan mendirikan perusahaan perseorangan Lyco Farm dan selanjutnya menjadi CV Lyco Farm pada tahun 2023. CV Lyco Farm adalah perusahaan berbasis trading sayuran berkualitas prima ke beberapa supermarket di Bandung dan sekitarnya yaitu Yogya/Griya, Borma dan Papaya. Produk berasal dari kebun swakelola dan dari mitratani. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk mengambil kuliah S3 prodi Manajemen Pemasaran, Universitas Pasundan pada tahun 2023. Sebelumnya penulis bersekolah di SMAN 4 Bandung pada tahun 1978, dilanjutkan dengan Studi S1 Agronomi di Institut Pertanian Bogor (IPB) lulus 1985 dan S2 dari IPB lulus 1994. Saat ini penulis bekerja sebagai dosen di Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Bandung (ITB)

Penulis memiliki kepakaran di bidang kewirausahaan, terutama Technopreneurship. Penulis mengajar Kewirausahaan, Sosiologi Industri, Pancasila dan Kewarganegaraan di ITB. Selain sebagai dosen, penulis pun menjadi peneliti di Pusat Pemberdayaan Perdesaan (P2D) ITB, dimana proposal pengabdian masyarakat didanai ITB sejak 2015 sampai sekarang, juga terlibat beberapa proyek pemberdayaan masyarakat dengan dana dari beberapa NGO dari Belanda, Belgia, Amerika Serikat dan JICA (Jepang) , juga dari Kementerian Pertanian dan Pemprov Jabar Penulis juga aktif sebagai instruktur untuk pelatihan pelaku UMKM, termasuk kelompok tani sejak 2002 sampai sekarang. Pada tahun 2012 penulis menjadi juara nasional dan mendapatkan Anugrah Citra Produk Pertanian Berdaya Saing 2012 dari Kementerian Pertanian RI.

Email co-author: pathmi@itb.ac.id



BAB 16


ZAKAT, INFAQ DAN

SEDEKAH DALAM

PEMBERDAYAAN

EKONOMI

Nolchi Yudian Languyu, S.Pd., M.Pd.
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Miftahul Huda Subang



Pengertian Sedekah

Sedekah merupakan segala kebaikan yang dituangkan dalam bentuk pemberian layanan jasa, produk atau harta pemberian. Sedekah dibedakan menjadi dua jenis yakni sedekah harta berupa uang, emas dll dan sedekah bukan harta berupa barang, jasa, tanah atau lainnya

Sedekah berupa harta disalurkan melalui dua jenis yakni zakat dan infaq, sementara sedekah bukan harta tidak diatur dalam prosedur penyaluran zakat maupun infaq atau dapat dikatakan pula sebagai hadiah atau wakaf.



Gambar 1.6 : Skema Pembagian Sedekah

Sumber : Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar. (2012)

Dari skema tersebut, dapat dipahami bahwa sedekah dalam bentuk harta berupa uang telah diatur dalam zakat dan infaq. Zakat sendiri dibagi ke dalam beberapa jenis yakni zakat mal (harta), zakat fitrah (beras / uang), zakat *muzara'ah* (hasil tanam), zakat tijaroh (perniagaan) serta zakat rikaz dan ma'din (hasil temuan dan tambang).

Sedangkan untuk sedekah dalam bentuk barang atau jasa disalurkan melalui wakaf untuk kemudian pencatatannya diperlukan untuk mempermudah proses penyaluran dan pemberdayaan.

Sedekah dalam Islam tidak diatur proses penyalurannya, target penerima dan besar kecil jumlah ketentuannya. Ini menjadikan sedekah lebih kompleks untuk dapat diimplementasikan pada kehidupan sehari-hari.

Walaupun demikian, sedekah tidak melulu berupa harta. Gagasan / ide yang diberikan, tenaga yang dikerahkan dapat

Zakat memiliki tiga manfaat dalam mencapai percepatan dalam pembangunan ekonomi umat diantaranya adalah :

1. Zakat dapat membersihkan harta yang didiamkan (ditimbun /idle). Masih kurangnya pengetahuan dan kepedulian masyarakat untuk memanfaatkan harta untuk kepentingan bersama menjadi suatu hal yang menjadi alasan bahwa harta yang ada harus tetap mengalami perputaran secara produktif dan membawa masalah bagi banyak orang.
2. Zakat dapat menjadi alat bantu sosial, seperti halnya dapat membantu orang-orang yang sedang membutuhkan bantuan dan untuk meningkatkan standar hidup masyarakat miskin dalam rangka meningkatkan produktivitas dan etos kerjanya.
3. Zakat dapat meningkatkan permintaan dalam skala makro ekonomi karena kaum fakir miskin dan penerima manfaat zakat lainnya memiliki kemampuan untuk berbelanja, hal ini tentunya akan mendorong cepatnya pertumbuhan ekonomi dalam hal transaksi.



Gambar 16.3 : Realisasi Pengumpulan Zakat di Indonesia

Sumber : Badan Amil Zakat Nasional

Dari data tersebut, Badan Amil Zakat Nasional mencatat pengelolaan zakat yang ada selama tahun 2023 lalu, zakat yang memiliki persentase besar adalah zakat mal penghasilan pribadi. Ini menunjukkan bahwa antusias masyarakat dalam mengeluarkan zakat mal masih baik. Banyak orang yang masih peduli dan menaruh kepercayaan kepada Baznas untuk menyalurkan zakat dan didistribusikan melalui Baznas.

5. Tumpang Tindih Pendistribusian Zakat

Koordinasi yang kurang baik diantara Unit Pengelola Zakat yang ada dalam suatu daerah pun terkadang menimbulkan gejala konflik. Hal ini dilatarbelakangi belum adanya mediasi yang tepat dalam menyatukan persepsi pelaksanaan pendistribusian zakat, infaq dan sedekah.

Daftar Pustaka

- Chaudry, Muhammad Sharif. (2012). *Sistem Ekonomi Islam : Prinsip Dasar*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Gaus Ahmad. (2008). *Filantropi dalam masyarakat Islam*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
- Sarwat, A. (2014). *Seri Fiqih kehidupan zakat*. Kuningan : Rumah Fiqih Publishing
- Widjaja, HAW. (2003). *Otonomi desa*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada


PROFIL PENULIS



Nolchi Yudian Languyu, S.Pd., M.Pd.

Penulis lahir di Subang, 18 Oktober 1995 dan berasal dari keluarga sederhana. Lama mengampu pendidikan di madrasah swasta dan pondok pesantren tidak membuat penulis ragu dalam berkarya dan mengenyam pendidikan. Ketertarikan penulis terhadap ilmu manajemen berawal dari pendidikan yang ditempuh di Madrasah Aliyah Miftahul Huda dan mengambil jurusan IPS hingga lulus tahun 2013. Penulis melanjutkan pendidikan S1 ke Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Miftahul Huda Subang dan mengambil khasanah keilmuan Pendidikan Agama Islam tahun 2013-2017. Dengan tekad kuat, Penulis langsung melanjutkan pendidikan S2 ke Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon guna berfokus dalam mempelajari ilmu manajemen khususnya di bidang pendidikan. Penulis memulai kiprahnya di dunia pendidikan dengan menjadi guru di beberapa sekolah seperti MTs, MA, DTA, SMK serta Pondok Pesantren. Saat ini, penulis berusia 28 tahun ini menjadi salah satu dosen muda di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Miftahul Huda Subang dan mengampu mata kuliah umum serta eksak. Selain itu, penulis memiliki beberapa cabang usaha dan berupaya dalam memaksimalkan pengelolaan manajemen pada usaha tersebut.

Email Penulis: yudianlanguyu@gmail.com



BAB 17
PERAN WAKAF DALAM
PENGEMBANGAN
KEWIRAUSAHAAN
SYARIAH

Hj. Fitri Wulandari, S.H.I., M.E.
Politeknik Negeri Samarinda



Pendahuluan

Wakaf adalah salah satu sumber dana sosial yang memiliki potensi besar dan berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan umat, selain zakat, infak, dan sedekah. Apalagi, motivasi utama masyarakat dalam berwakaf sering kali didorong oleh ajaran agama. Tidak dapat dipungkiri bahwa mayoritas rumah ibadah, sekolah-sekolah Islam dan Lembaga Islam lainnya didirikan di atas tanah wakaf. Namun, sangat disayangkan bahwa pandangan sebagian besar masyarakat Muslim di Indonesia tentang objek wakaf masih terbatas pada tanah dan bangunan, meskipun saat ini persepsi tersebut sudah mulai berkembang mencakup uang, saham, serta benda bergerak lainnya.

Wakaf memainkan peran penting dalam ekonomi Islam karena merupakan bentuk amal jariyah yang bersifat abadi, di mana aset yang diwakafkan terus menghasilkan manfaat sosial dan ekonomi. Dalam konteks ekonomi Islam, wakaf memiliki potensi besar untuk memberdayakan masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan, terutama melalui pengelolaan aset produktif. Wakaf dapat berfungsi sebagai sumber pendanaan yang stabil dan berkelanjutan untuk berbagai sektor, termasuk pendidikan, kesehatan, dan pembangunan infrastruktur.

Dalam kewirausahaan syariah, wakaf relevan karena dapat mendukung pengembangan usaha yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Aset wakaf dapat digunakan untuk mendirikan atau membiayai bisnis syariah yang berfokus pada keberlanjutan, keadilan, dan inklusi sosial. Wakaf juga dapat membantu menciptakan lapangan kerja dan memfasilitasi akses modal bagi pengusaha muslim yang memerlukan dukungan finansial, tanpa melibatkan unsur riba atau praktik yang tidak sesuai dengan syariah.

Melalui pengelolaan wakaf yang efektif, kewirausahaan syariah bisa tumbuh lebih pesat, memberikan dampak positif terhadap ekonomi lokal dan memperkuat jaringan bisnis yang berlandaskan prinsip keadilan sosial.

Pemerintah dapat memberikan insentif pajak bagi para donatur atau badan yang mengelola wakaf produktif. Misalnya, pengurangan pajak bagi perusahaan yang mendonasikan aset atau mendukung program wakaf, atau pajak ringan bagi hasil usaha yang diperoleh dari pengelolaan wakaf.

Untuk memastikan transparansi, pemerintah perlu menciptakan mekanisme pengawasan yang solid, bekerja sama dengan lembaga-lembaga terkait seperti Badan Wakaf Indonesia (BWI) di Indonesia. Regulasi yang mendukung audit reguler dan pengungkapan publik hasil pengelolaan wakaf sangat penting. Pemerintah juga harus berperan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai potensi wakaf produktif, termasuk melalui program-program edukasi dan pelatihan yang mendorong pengelolaan wakaf yang lebih inovatif.

Sinergi antara pemerintah, sektor swasta, dan lembaga keuangan syariah sangat penting dalam memaksimalkan potensi wakaf untuk mendukung kewirausahaan syariah. Selain menetapkan regulasi, pemerintah dapat berkolaborasi dengan lembaga wakaf dan pengusaha untuk mengidentifikasi sektor-sektor yang memiliki potensi besar untuk pengembangan wakaf produktif, seperti sektor pertanian, pendidikan, dan teknologi. Pemerintah juga bisa menyediakan infrastruktur atau akses ke sumber daya yang dibutuhkan untuk mengelola aset wakaf secara lebih efisien.

Perusahaan swasta dapat berpartisipasi melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diintegrasikan dengan wakaf. Misalnya, perusahaan dapat mendonasikan tanah atau aset yang bisa dikelola sebagai wakaf produktif. Lebih jauh lagi, sektor swasta bisa menjalin kemitraan dengan lembaga keuangan syariah untuk mendanai proyek-proyek berbasis wakaf yang memberikan dampak sosial dan lingkungan positif. Bank syariah, lembaga keuangan mikro syariah, dan lembaga lainnya berperan penting dalam memfasilitasi distribusi dan pengelolaan dana wakaf. Mereka dapat memberikan layanan manajemen investasi, di mana hasil pengelolaan dana wakaf digunakan untuk mendukung pengembangan UKM syariah atau proyek-proyek berbasis wakaf produktif. Selain itu, lembaga keuangan syariah dapat menyediakan produk-produk pembiayaan yang mendukung pengembangan bisnis berbasis wakaf.

Peran inovasi digital juga sangat relevan dalam sinergi ini. Platform *crowdfunding* wakaf berbasis teknologi dapat mempertemukan berbagai pihak, pemerintah, swasta, dan masyarakat untuk berpartisipasi secara langsung dalam proyek-proyek wakaf produktif. Teknologi *blockchain* misalnya, dapat digunakan untuk melacak dan memastikan transparansi dalam pengelolaan dana wakaf.

Dengan kolaborasi yang kuat antara pemerintah, sektor swasta, dan lembaga keuangan syariah, potensi wakaf untuk mendukung pengembangan kewirausahaan syariah akan semakin maksimal. Kolaborasi ini tidak hanya membantu dalam menciptakan akses pembiayaan yang lebih inklusif dan berbasis syariah, tetapi juga membantu mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) melalui distribusi kekayaan yang lebih merata dan pemanfaatan sumber daya yang berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Damarwulan, L. M. Latar Belakang Pentingnya Mempelajari Kewirausahaan Syariah
- Fauzi, M., Efendi, E., Bundo, M., Eriawati, Y., & Rahmat, E. (2023). Tinjauan Literatur Terkini Tentang Wakaf. *Jurnal Iqtisaduna*, 9(2), 232-252.
- Hadyantari, F. A. (2018). Pemberdayaan Wakaf Produktif: Upaya Strategis untuk Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Middle East and Islamic Studies*, 5(1), 1-22.
- Hamsin, K. HARMONISASI DAN PENGEMBANGAN KELEMBAGAAN SYARIAH WAKAF KE DALAM HUKUM WAKAF NASIONAL
- Harahap, M. A., & Soemitra, A. (2022). Studi Literatur Peran Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(4), 1186-1198.
- Huda, M., & Santoso, L. (2019). Konstruksi model wakaf perusahaan dalam negara hukum Indonesia. *Al-Daulah Jurnal Hukum Dan Perundangan Islam*, 9(2), 222-249.
- Husna, A., & Amini, S. (2023). Praktik dan Pemikiran Wakaf di Indonesia: Komparasi Pemikiran Mustafa Edwin Nasution dan Hendri Tanjung. *Journal of Global Islamic Economic Studies*, 1(1), 37-47.
- Imtihanah, A. N., SHI, M., & Zulaikha, S. (2019). *Distribusi zakat produktif berbasis model cibest*. Gre Publishing.
- Khosyi'ah, S. (2010). *Wakaf & Hibah (Perspektif Ulama Fiqh dan Perkembangannya di Indonesia) (Vol. 1, No. 1)*. CV. Pustaka Setia.
- Kriswahyudi, G. (2022). Membangun kewirausahaan dalam perspektif ekonomi Islam. *Srikandi: Journal of Islamic Economics and Banking*, 57-66.
- Laldin, M.A., Mahmud, M.W., & Sawari, M.F. (2006). Maqasid Syari'ah dalam Pelaksanaan Wakaf. *kertas kerja Konvensyen Wakaf*.

- Lubis, A. T. (2020). Distribusi Pendapatan Dalam Perspektif Islam. *JIBF MADINA: Journal Islamic Banking and Finance Madina*, 1(1), 53-67.
- Nuroini, D. A., Setiyawati, P. S., Umah, S. R., Qolbi, S. W., & Latifah, E. (2023). INOVASI PENGELOLAAN ZAKAT DAN WAKAE *JISEF Journal Of International Sharia Economics AndFinancial*, 2(02), 107-118.
- Purnomo, A., & Khakim, L. (2019). Implementasi Wakaf Produktif Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *NUANSA:Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Keagamaan Islam*, 16(1), 103- 111.
- Rihfenti Ernayani, S. E., Ak, M., Fachrurazi, H., Rahmat, P. S., Iwan Bipianto, S. E., MM, C., ... & Nugroho, I. (2023). *Kewirausahaan Syariah*. Cendekia Mulia Mandiri.
- Sa'adah, A. N., Maslichah, M., & Alrasyid, H. (2024). Analisa Penerapan Prinsip Syariah Terhadap Produk Islamic Securities Crowdfunding (Studi Kasus Fundex Sharia). *ElAswaq: Islamic Economics and Finance Journal*, 4(01).
- Shomad, A. (2017). *Hukum islam: Penormaan prinsip syariah dalam hukum indonesia*. Kencana.
- Soemitra, A. (2015). *Kewirausahaan Berbasis Syari'ah*.
- Sundari, S. (2023). Wakaf Produktif Sebagai Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Menuju Pembangunan Berkelanjutan Di Era 4.0. *La Zhulmal Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 57-68.
- Tanjung, H. (2022). *WAKAF dan Ekonomi Syariah-Isu-Isu Kontemporer*. Elex Media Komputindo.
- Uyun, Q. (2015). Zakat, Infaq, shadaqah, dan wakaf sebagai konfigurasi filantropi Islam. *Islamuna:Jurnal Studi Islam*, 2(2), 218-234.
- Wahab, A., Masfufa, S., Muhtadi, R., & Arifin, N. R. (2022). Rancang Bangun Strategi Pemberdayaan UMKM melalui Wakaf Produktif Berbasis Model Sharia Grameen Bank di Era New Normal. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(1), 18-36.
- Wahib, M., & Lc, M. A. (2019). Wakaf Tunai dalam Perspektif Hukum Islam, *Syarie'ie I*.

PROFIL PENULIS



Hj. Fitri Wulandari, S.H.I., M.E.

Penulis seorang akademisi yang memiliki fokus di bidang ekonomi syariah. Saat ini sebagai Dosen di Politeknik Negeri Samarinda dan berhome base di Program Studi keuangan dan Perbankan. Lulusan Sarjana dan Magister di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Untuk mewujudkan sebagai dosen profesional penulis aktif di bidang penelitian dan juga pengabdian. Penulis juga telah membuat sebuah buku ber-ISBN dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini. Melalui buku ini, Penulis berharap dapat memberikan perspektif yang komprehensif tentang bagaimana kewirausahaan syariah dapat menjadi motor penggerak ekonomi umat, sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs). Visi dan misinya adalah mendorong terciptanya ekosistem kewirausahaan yang beretika, berkelanjutan, dan sesuai dengan nilai-nilai

KEWIRAUSAHAAN SYARIAH

Kewirausahaan Syariah adalah bentuk kegiatan usaha yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip Islam, yang menekankan pada etika, tanggung jawab sosial, dan keadilan dalam setiap aspeknya. Tujuannya tidak hanya untuk mencari keuntungan, tetapi juga memastikan bahwa semua aktivitas bisnis mematuhi syariah, serta memberikan manfaat sosial dan spiritual bagi masyarakat. Dalam kewirausahaan syariah, seorang wirausahawan harus menempatkan Tuhan sebagai pusat dalam hidupnya. Selain itu, wirausahawan juga harus menerapkan sikap-sikap yang diajarkan Rasulullah SAW, seperti jujur (*siddiq*), dipercaya (*amanah*), menyampaikan (*tabligh*), dan cerdas (*fathonah*). Mempelajari kewirausahaan syariah dapat membantu mengubah mindset dan mengatasi masalah. Kewirausahaan syariah juga dapat menjadi jalan untuk meningkatkan ekonomi dan memperkuat masyarakat madani. Pada buku ini dibahas secara rinci berbagai materi sebagai berikut:

1. Prinsip Dasar Kewirausahaan Syariah
2. Etika Bisnis dalam Islam
3. Konsep Halal dan Haram dalam Bisnis
4. Nilai-nilai Islam dalam Kewirausahaan
5. Model Bisnis Syariah
6. Modal dan Sumber Pembiayaan Syariah
7. Pengelolaan Risiko dalam Bisnis Syariah
8. Pengelolaan Keuangan dalam Kewirausahaan Syariah
9. Strategi Pemasaran Syariah
10. Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Perspektif Islam
11. Kelayakan Bisnis Syariah
12. Bentuk Organisasi Bisnis
13. Pengembangan Produk Halal
14. CSR dalam Islam
15. Inovasi dan Teknologi dalam Kewirausahaan Syariah
16. Zakat, Infaq dan Sedekah dalam Pemberdayaan Ekonomi
17. Peran Wakaf dalam Pengembangan Kewirausahaan Syariah