

Etika Bisnis Islam: Pendekatan Siklus Ekonomi dan Praktik Bisnis Syariah dalam Ekspansi Waralaba Industri Retail

Eva Rosyidah^{1*}, Khusniati Rofiah²

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia

Email: evarosyidah3@gmail.com, khusniati.rofiah@iainponorogo.ac.id

Abstrak

Pada era globalisasi ini, ekspansi waralaba menjadi salah satu strategi utama dalam pertumbuhan industri retail. Dalam kerangka bisnis yang terpandu oleh nilai-nilai Islam, pentingnya etika bisnis semakin meningkat. Artikel ini mengeksplorasi peran Etika Bisnis Islam dalam konteks ekspansi waralaba industri retail, dengan fokus pada siklus ekonomi dan praktik bisnis syariah. Melalui tinjauan literatur, artikel ini menguraikan bagaimana nilai-nilai etika bisnis Islam dapat mengarahkan langkah-langkah ekspansi waralaba, mengelola risiko dalam siklus ekonomi yang fluktuatif, dan mengimplementasikan metode bisnis syariah yang mematuhi nilai-nilai Islam. Studi ini mengulas dampak dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam memperkuat fondasi keberlanjutan dan kesuksesan jangka panjang bagi industri retail yang berfokus pada prinsip-prinsip keadilan, tanggung jawab sosial, dan keseimbangan ekonomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam ekspansi waralaba industri retail dapat meningkatkan kinerja bisnis, memperkuat kepercayaan konsumen, dan mempromosikan keberlanjutan bisnis. Penelitian ini menyoroti pentingnya memahami dan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam konteks bisnis modern, khususnya dalam industri retail.

Kata Kunci: Waralaba, Siklus Ekonomi, Praktik Bisnis Syariah.

Abstract

In this era of globalization, franchise expansion has become one of the main strategies for the growth of the retail industry. However, in a business context governed by Islamic principles, the concept of business ethics becomes increasingly relevant. This article explores the role of Islamic Business Ethics in the context of franchise expansion in the retail industry, with a focus on economic cycles and sharia business practices. Through a literature review, this article describes how Islamic business ethical values can direct franchise expansion steps, manage risks in fluctuating economic cycles, and implement sharia business practices that are in accordance with Islamic principles. This research discusses the implications of Islamic business ethics in strengthening the foundations of sustainability and long-term success for the retail industry which focuses on the principles of justice, social responsibility and economic balance. The research results show that the application of Islamic business ethics in franchise expansion in the retail industry can improve business performance, strengthen consumer trust, and promote business sustainability. This research highlights the importance of understanding and applying the principles of Islamic business ethics in the context of modern business, especially in the retail industry.

Keywords: Franchising, Economic Cycle, Sharia Business Practices

How to cite:	Eva Rosyidah*, Khusniati Rofiah (2024) Etika Bisnis Islam: Pendekatan Siklus Ekonomi dan Praktik Bisnis Syariah dalam Ekspansi Waralaba Industri Retail, (5) 5
E-ISSN:	2722-5356
Published by:	Ridwan Institute

Pendahuluan

Etika Bisnis Islam dalam Ekspansi Waralaba Industri Retail melalui Siklus Ekonomi dan Praktik Bisnis Syariah mencakup pertumbuhan pesat industri ritel, khususnya waralaba, yang menjadi fenomena global dalam ekonomi kontemporer. Dalam konteks ini, prinsip-prinsip etika bisnis Islam menjadi semakin relevan karena memberikan panduan bagi praktik bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai moral dan prinsip syariah. Industri ritel merupakan salah satu sektor yang paling aktif dalam menerapkan model waralaba sebagai strategi ekspansi bisnisnya (Reski, 2021).

Model ini memungkinkan perusahaan untuk memperluas jangkauan mereka dengan cepat melalui kemitraan dengan pemilik usaha lokal atau investor. Namun, dalam proses ekspansi ini, seringkali timbul pertanyaan tentang kepatuhan terhadap prinsip-prinsip etika bisnis, terutama dalam konteks ekonomi global yang dinamis. Siklus ekonomi yang berfluktuasi memainkan peran penting dalam strategi ekspansi waralaba industri ritel. Perusahaan harus mampu mengidentifikasi peluang dan mengelola risiko yang muncul selama siklus ekonomi untuk memastikan keberhasilan ekspansi mereka (Nurdina & Aripriatno, 2022);(Asikin & Fadilah, 2024).

Penerapan etika bisnis Islam dalam ekspansi waralaba industri ritel melalui siklus ekonomi dan praktik bisnis syariah menawarkan berbagai kelebihan, termasuk meningkatkan persaingan antar pelaku bisnis, memprioritaskan kepuasan konsumen, meningkatkan kepercayaan tinggi di mata masyarakat, dan meminimalisasi sanksi dari pemerintah atau hukum yang lebih tinggi. Namun, banyak waralaba yang belum sepenuhnya memahami dan menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam menjalankan operasional mereka.

Penelitian terdahulu oleh Nurdina (2022), Tujuan penelitian ini untuk memberikan wawasan praktis dan teoritis tentang bagaimana usaha kecil dan menengah (UKM) menyesuaikan dan mengembangkan lebih lanjut kompetensi kewirausahaan, inovasi produk dan kinerja usaha UKM di Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 119 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Partial least Square (PLS) digunakan untuk pengolahan data. Berdasarkan hasil analisis data disimpulkan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha, kompetensi kewirausahaan berpengaruh signifikan pada inovasi produk. Namun inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha UKM.

Penelitian terdahulu oleh Sari (2017), Berdasarkan hasil penelitian, menemukan bahwa Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim Dalam Persaingan Usaha sudah berjalan karena dari hasil penelitian terhadap pedagang, ada yang sudah mengetahui tentang etika dan menerapkannya dan ada juga yang mengetahui namun tidak menerapkannya persaingan usaha yang di lakukan pedagang di Pusat Grosir Butung makassar dapat dikatakan persaingan yang jujur dan sehat karena para pedagang yakin bahwa rezeki telah diatur oleh Allah SWT. dan masing-masing telah ada bagiannya. Oleh karena itu, para pedagang tidak terlalu memikirkan persaingan dan

menganggap bahwa dalam berdagang pasti ada untung rugi dan semua itu harus di terima resikonya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi cara integrasi etika bisnis Islam dalam perluasan bisnis waralaba dalam industri ritel melalui siklus ekonomi dan praktik bisnis syariah, serta pengaruhnya terhadap kinerja dan keberlanjutan waralaba.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah metode library research, yang juga dikenal sebagai penelitian pustaka. Pendekatan ini melibatkan pengumpulan data dan informasi dari berbagai sumber literatur yang relevan dan terpercaya yang terkait dengan Etika Bisnis Islam Dalam Ruang Lingkup Kesejahteraan Dan Kepatuhan Nilai-Nilai Moral dalam konteks mempekerjakan asisten rumah tangga. Meskipun tidak melibatkan pengumpulan data primer, metode library research memiliki keunggulan dalam menyediakan akses ke berbagai perspektif, teori, dan temuan penelitian yang telah ada sebelumnya. Dengan demikian pendekatan ini memungkinkan untuk menghasilkan pemahaman yang komprehensif dan terinformasi tentang topik penelitian tanpa perlu melakukan penelitian empiris yang langsung.

Hasil dan Pembahasan

A. Keunggulan Etika Bisnis Islam dalam Ekspansi Waralaba Industri Retail

Keunggulan Etika Bisnis Islam dalam ekspansi waralaba industri retail adalah bahwa prinsip-prinsip etika yang dijunjung tinggi dalam Islam memberikan landasan yang kuat untuk membangun hubungan yang berkelanjutan antara franchisor dan franchisee (Nurhayati, 2019). Salah satu prinsip utama dalam Etika Bisnis Islam adalah keadilan, yang memastikan bahwa setiap pihak dalam transaksi bisnis diperlakukan dengan adil dan setara (Muhammad, 2004). Dalam konteks waralaba, ini berarti bahwa persyaratan kontrak antara franchisor dan franchisee dirancang dengan penuh keadilan, menghindari penindasan atau eksploitasi (Rizal & Aslami, 2022).

Selain itu, Etika Bisnis Islam mendorong transparansi dan kejujuran, yang mengurangi risiko konflik dan meningkatkan kepercayaan antara kedua belah pihak. Dengan mengikuti prinsip-prinsip ini, waralaba industri retail dapat mengembangkan reputasi yang baik di mata konsumen Muslim dan non-Muslim, sehingga memperluas peluang pasar mereka secara signifikan. Selain itu, Etika Bisnis Islam juga menekankan tanggung jawab sosial dan lingkungan, yang dapat membantu perusahaan waralaba untuk berkontribusi positif pada masyarakat dan lingkungan di mana mereka beroperasi, menciptakan dampak positif jangka panjang yang berkelanjutan.

1. Membangun Kode Etik Bisnis yang Islami

Membangun Kode Etik Bisnis yang Islami adalah proses penting dalam menjalankan bisnis dengan prinsip-prinsip agama Islam (Wati et al., 2022). Kode etik ini berfungsi untuk mengatur, mengembangkan, dan mencanangkan metode berbisnis dalam kerangka ajaran agama, menjadi simbol untuk melindungi pelaku bisnis dari risiko. Kode etik ini juga menjadi dasar hukum, menyelesaikan

perselisihan, dan meningkatkan Ukhuwah Islamiah, yaitu persaudaraan dan kerja sama antara pelaku bisnis dan masyarakat.

Etika Bisnis Islam memiliki kelebihan dalam membangun kode etik bisnis yang Islami Setyawan (2022), antara lain: a) Meningkatkan persaingan antar pelaku bisnis, sehingga bisnis semakin maju. b) Mengutamakan kepuasan konsumen dengan mengatur agar tidak egois. c) Meningkatkan kepercayaan tinggi di mata masyarakat. d) Meminimalisasi sanksi dari pemerintah atau hukum yang lebih tinggi karena memiliki aturan yang mengikat antara manusia dan Allah SWT. Perilaku bisnis yang diharamkan dalam Etika Bisnis Islam meliputi mendatangkan Riba, melakukan Penipuan, mengambil Secara Bathil, Curang, Ihtikar atau Penimbunan, dan Berkhianat.

2. Meningkatkan Ukhuwah Islamiah

Meningkatkan Ukhuwah Islamiah dalam bisnis adalah suatu pendekatan yang berfokus pada pembangunan rasa persaudaraan dan kerja sama antara pelaku bisnis dan masyarakat, serta antara pihak-pihak yang terlibat dalam bisnis (Rahmah, 2019). Ukhuwah Islamiah, yang berarti persaudaraan dalam Islam, menekankan pentingnya menjaga hubungan yang baik dan harmonis dengan semua pihak yang terlibat dalam bisnis, termasuk pelanggan, karyawan, dan masyarakat sekitar.

Berikut adalah beberapa cara untuk meningkatkan Ukhuwah Islamiah dalam bisnis: a) Menghargai dan Menghormati Orang Lain: Ayat 83 dari Surat Al-Baqarah dalam Al-Qur'an mengajarkan kita untuk berbuat baik kepada orang lain dan memperlakukan mereka dengan kebaikan serta penuh perhatian, sesuai dengan ajaran Allah. Ini mencakup menjaga kesetiaan dan keadilan dalam transaksi bisnis, serta memperlakukan pelanggan dan karyawan dengan hormat dan kasih sayang. b) Membangun Relasi Positif, Psikolog Perancis *Copland* dan *Schere* menyatakan bahwa memiliki hubungan persaudaraan dalam konteks bisnis dapat menciptakan suasana yang positif dan menguntungkan, serta berpotensi mendatangkan berkah. Membangun hubungan positif antara pelaku bisnis dapat dilakukan dengan cara mengunjungi dan mengucapkan terima kasih kepada orang lain yang memiliki arti penting dalam hubungan tersebut.

c) Menilai Hasilnya, mengukur hasil dari upaya meningkatkan Ukhuwah Islamiah dalam bisnis dapat membantu dalam mengevaluasi efektivitas strategi yang digunakan. Ini mencakup mengukur tingkat kepuasan pelanggan, kinerja karyawan, dan dampak sosial dari bisnis. d) Melakukan Pengaturan Diri, Menyusun diri dengan kedisiplinan termasuk dalam upaya berkelanjutan untuk menemukan manfaat positif dari meningkatkan hubungan solidaritas Islam dalam konteks bisnis. Ini mencakup menjaga integritas dalam operasional bisnis dan memastikan bahwa segala kegiatan bisnis dilakukan sesuai dengan ajaran Islam.

e) Menerapkan Prinsip-prinsip Islam dalam Bisnis, Pesan dari Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam adalah agar Allah melimpahkan kasih sayang-Nya kepada orang yang bersikap lemah lembut saat bertransaksi, baik dalam membeli, menjual, maupun menagihkan uangnya. Ini menunjukkan pentingnya menjaga

kesetiaan dan keadilan dalam semua aspek bisnis, termasuk dalam transaksi dengan pelanggan dan karyawan. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, bisnis dapat meningkatkan Ukhuwah Islamiah, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, kepuasan karyawan, dan kesuksesan bisnis secara keseluruhan.

3. Kebebasan Berkehendak

Etika Bisnis Islam, yang berakar pada Al-Qur'an dan Hadits, menekankan pentingnya menjalankan bisnis dengan prinsip-prinsip yang sesuai dengan ajaran Islam. Kebebasan berkehendak dalam Etika Bisnis Islam memberikan kebebasan bagi individu dan organisasi untuk memilih atau bertindak sesuai dengan etika. Prinsip ini menyoroti signifikansi mengambil keputusan yang selaras dengan prinsip-prinsip Islam, yang meliputi aspek keuangan dan ekonomi, serta aspek moral dan etika dalam berbagai aspek bisnis.

Dalam konteks ini, kebebasan berkehendak tidak berarti kebebasan untuk melakukan apa saja yang diinginkan tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap orang lain atau masyarakat. Sebaliknya, prinsip ini mendorong individu dan organisasi untuk mempertimbangkan dampak sosial dan moral dari keputusan mereka, serta untuk memilih tindakan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti keadilan, kesetiaan, dan tanggung jawab sosial.

4. Keadilan dan Transparansi

Penerapan prinsip keadilan dalam bisnis adalah salah satu aspek yang sangat ditekankan dalam etika bisnis Islam. Prinsip ini membentang dari hubungan antara franchisor dan franchisee hingga perlakuan terhadap karyawan dan konsumen. Dalam konteks ekspansi waralaba industri retail, keadilan memastikan bahwa setiap pihak yang terlibat memperoleh hak dan kewajiban yang sama serta perlakuan yang adil. Franchisor harus memberikan kontrak yang adil dan transparan kepada franchisee, serta memberikan dukungan yang diperlukan untuk kesuksesan bisnis mereka.

Di sisi lain, franchisee juga diharapkan untuk mematuhi perjanjian yang telah disepakati dan menjalankan bisnis mereka dengan integritas. Perlakuan yang adil juga diterapkan dalam hubungan antara perusahaan dan karyawan, di mana gaji yang layak, kondisi kerja yang aman, dan kesempatan untuk berkembang menjadi prioritas. Selain itu, keadilan dalam pelayanan kepada konsumen juga penting, dengan memberikan produk dan layanan yang berkualitas serta harga yang wajar. Dengan menciptakan lingkungan bisnis yang seimbang dan adil bagi semua pihak yang terlibat, etika bisnis Islam membantu membangun fondasi yang kokoh untuk ekspansi waralaba industri retail yang berkelanjutan dan berdaya saing (Muhamad, 2021);(Asikin et al., 2024).

5. Tanggung Jawab Sosial

Etika bisnis Islam menekankan pentingnya perusahaan untuk memastikan bahwa operasional mereka tidak merugikan masyarakat atau lingkungan. Ini mencakup berbagai aspek, termasuk pengelolaan sumber daya, pengelolaan

keuangan, dan pengelolaan hubungan dengan masyarakat dan lingkungan. Dalam hal ini, perusahaan diharapkan untuk mengelola sumber daya mereka dengan cara yang bertanggung jawab dan berdampak positif bagi masyarakat, termasuk memastikan bahwa investasi mereka tidak merugikan pihak lain dan bahwa mereka bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan.

Selain itu, etika bisnis Islam juga menekankan pentingnya perusahaan untuk menjadi bagian dari masyarakat yang lebih luas dan berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat. Ini mencakup berbagai inisiatif, seperti program sosial, pendidikan, dan kesehatan, yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan (Wati et al., 2022).

B. Implementasi Etika Islam Terhadap Ekspansi Waralaba dalam Produksi, Distribusi dan Konsumsi

Implementasi etika Islam dalam produksi, distribusi, dan konsumsi memiliki dampak yang signifikan terhadap ekspansi waralaba. Pada tingkat produksi, prinsip-prinsip etika Islam seperti keadilan, kebersihan, dan kualitas memandu proses produksi agar sesuai dengan ajaran agama, menjaga kesejahteraan pekerja, dan memastikan produk berkualitas tinggi. Di sisi distribusi, konsep-konsep seperti kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial mengarahkan praktik distribusi untuk menjadi lebih adil, terbuka, dan berkelanjutan, yang pada gilirannya memperkuat hubungan dengan mitra waralaba dan konsumen.

Selain itu, dalam aspek konsumsi, nilai-nilai Islam tentang hemat, tidak mubadzir, dan tidak merugikan orang lain mempengaruhi perilaku konsumen untuk lebih bijaksana dalam pengeluaran dan mengutamakan produk yang bermanfaat secara ekonomi dan spiritual. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini secara konsisten dalam seluruh rantai nilai, bisnis waralaba tidak hanya memperoleh kepercayaan dan loyalitas konsumen, tetapi juga menguatkan fondasi keberlanjutan bisnis yang berkelanjutan.

Oleh karena itu, implementasi etika Islam dalam produksi, distribusi, dan konsumsi menjadi kunci sukses dalam ekspansi waralaba, yang menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi perusahaan, mitra bisnis, dan masyarakat secara luas. Implementasi etika Islam dalam produksi, distribusi, dan konsumsi memiliki dampak yang signifikan terhadap ekspansi waralaba, khususnya dalam industri retail. Berikut adalah beberapa cara di mana etika Islam dapat diimplementasikan dalam tiga aspek ini:

1. Produksi

a. Pengelolaan Sumber Daya

Pengelolaan sumber daya dengan prinsip-prinsip etika Islam memainkan peran penting dalam mempromosikan keberlanjutan ekonomi dan perlindungan lingkungan. Prinsip-prinsip seperti pemeliharaan lingkungan, keadilan sosial, dan keberlanjutan ekonomi adalah nilai-nilai yang sangat ditekankan dalam Islam. Ketika bisnis atau waralaba mengadopsi prinsip-prinsip ini, mereka tidak hanya

berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat dan lingkungan, tetapi juga meningkatkan citra dan kepercayaan konsumen terhadap merek mereka.

Dalam konteks pengelolaan sumber daya alam, Islam mendorong untuk menggunakan sumber daya alam dengan bijaksana dan bertanggung jawab. Ini termasuk praktik seperti konservasi air, tanah, dan energi, serta mengurangi limbah dan polusi. Dengan menerapkan praktik-praktik ini, perusahaan dapat memperoleh keuntungan jangka panjang dengan mempertahankan lingkungan yang sehat dan produktif untuk generasi mendatang (Aikin et al., 2016).

b. Produk Halal

Menghasilkan produk yang sesuai dengan standar halal adalah kunci dalam produksi. Waralaba yang memproduksi produk halal tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen yang memahami dan mendukung produk halal, tetapi juga memenuhi kebutuhan pasar yang semakin besar dan beragam. Produksi produk yang sesuai dengan standar halal memiliki peran kunci dalam keberhasilan sebuah waralaba. Dengan memprioritaskan produksi produk halal, waralaba tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen yang memahami dan mendukung produk halal, tetapi juga menjawab permintaan pasar yang semakin besar dan beragam.

Produk halal mencakup tidak hanya aspek-aspek tertentu dari bahan dan proses produksi, tetapi juga memperhatikan kebersihan, kesehatan, dan kesejahteraan secara menyeluruh. Dengan demikian, waralaba yang fokus pada produksi produk halal tidak hanya membuka peluang pasar baru, tetapi juga membangun reputasi yang kuat dalam memenuhi standar kualitas dan keberagaman konsumen. Hal ini membantu waralaba untuk berkembang dan bersaing secara efektif di pasar global yang semakin kompetitif.

2. Distribusi

a. Transparansi dan Keakuratan

Etika Islam menekankan pentingnya transparansi dan keakuratan dalam transaksi. Waralaba yang menerapkan prinsip-prinsip ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat hubungan dengan mereka. Ini juga dapat mengurangi risiko tidak akurat dan memperkuat reputasi waralaba. Transparansi dan keakuratan dalam transaksi adalah nilai yang sangat ditekankan dalam etika Islam (Saputri, 2020). Waralaba yang mempraktikkan prinsip-prinsip ini memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan konsumen.

Memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk, layanan, dan proses bisnis mereka, waralaba menciptakan lingkungan yang lebih terbuka dan dapat dipercaya bagi konsumen. Langkah-langkah seperti menyediakan informasi yang jelas tentang harga, kebijakan pengembalian barang, dan persyaratan kontrak memungkinkan konsumen untuk mengambil keputusan yang lebih optimal dan merasa lebih nyaman dalam bertransaksi.

b. Pengelolaan Logistik

Pengelolaan logistik yang bertanggung jawab dan berdampak positif bagi masyarakat dan lingkungan memainkan peran krusial dalam distribusi yang

berkelanjutan. Praktik ini mencakup sejumlah strategi, mulai dari pengelolaan energi yang efisien hingga pengurangan limbah dan penggunaan transportasi yang ramah lingkungan. Dalam pengelolaan energi, langkah-langkah seperti penggunaan teknologi hemat energi dan optimisasi rute pengiriman dapat membantu mengurangi jejak karbon dan menghemat sumber daya.

Pengurangan limbah melibatkan pemantauan dan manajemen yang ketat terhadap semua tahap proses distribusi, dengan memprioritaskan penggunaan kembali, daur ulang, dan pengurangan sampah. Selain itu, pemilihan transportasi yang ramah lingkungan, seperti penggunaan armada kendaraan listrik atau peningkatan penggunaan transportasi laut yang efisien, juga menjadi bagian penting dari strategi pengelolaan logistik yang bertanggung jawab. Dengan menerapkan praktik-praktik ini, perusahaan dapat tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional mereka, tetapi juga mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat secara keseluruhan, sambil memperkuat citra merek mereka sebagai pelopor keberlanjutan.

3. Konsumsi

a. Pelayanan Pelanggan

Pelayanan pelanggan yang baik adalah nilai yang sangat ditekankan dalam etika Islam. Waralaba yang mengadopsi prinsip-prinsip ini memainkan peran penting dalam membangun kepuasan pelanggan dan memperkuat hubungan mereka. Dengan mendahulukan kebutuhan dan kepentingan pelanggan, waralaba menciptakan lingkungan yang ramah dan responsif, yang dapat meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Prinsip-prinsip seperti kejujuran, kesopanan, dan keramahan dalam berinteraksi dengan pelanggan menjadi landasan penting dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Selain itu, melalui komunikasi yang efektif dan penyelesaian masalah yang cepat, waralaba dapat membangun kepercayaan dan keterikatan yang kuat dengan pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas mereka. Dengan memprioritaskan kepuasan pelanggan, waralaba juga memperkuat posisi kompetitif mereka di pasar dengan membedakan diri mereka sebagai penyedia layanan yang peduli dan berorientasi pada pelanggan. Ini membantu mereka untuk mempertahankan dan menarik pelanggan baru, sambil membangun reputasi yang kuat dalam industri mereka (Arifin et al., 2023).

b. Pengelolaan Keuangan

Pengelolaan keuangan yang bertanggung jawab dan berdampak positif bagi masyarakat adalah aspek penting dari konsumsi yang berkelanjutan. Ini mencakup beberapa prinsip, seperti pengelolaan harga yang adil, pengelolaan utang yang bertanggung jawab, dan pengelolaan investasi yang berkelanjutan. Pertama, pengelolaan harga yang adil melibatkan penetapan harga yang mencerminkan nilai sebenarnya dari barang atau layanan, tanpa memanfaatkan konsumen atau masyarakat secara tidak adil.

Kedua, pengelolaan utang yang bertanggung jawab melibatkan penggunaan utang dengan bijaksana, dengan mempertimbangkan kemampuan untuk membayar kembali dan menghindari jatuhnya dalam siklus utang yang tidak sehat. Terakhir, pengelolaan investasi yang bertanggung jawab mencakup memilih untuk berinvestasi dalam proyek atau perusahaan yang memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan, serta menghindari investasi yang merugikan atau merusak.

Implementasi etika Islam dalam produksi, distribusi, dan konsumsi tidak hanya membantu waralaba untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang memahami dan mendukung praktik bisnis syariah, tetapi juga membangun suasana bisnis yang lebih adil, bertanggung jawab, dan selaras dengan prinsip-prinsip Islam. Ini mencakup peningkatan kepercayaan konsumen, memperkuat hubungan dengan mereka, dan memperkuat posisi kompetitif waralaba di pasar (Tjiptono, 2011).

C. Pengaruh Siklus Ekonomi Terhadap Ekspansi Waralaba

Pengaruh siklus ekonomi terhadap ekspansi waralaba sangat signifikan, karena siklus ekonomi mencerminkan dinamika pertumbuhan dan pelemahan ekonomi yang mempengaruhi kondisi pasar dan konsumen. Siklus ekonomi terdiri dari empat fase utama: fase ekspansi, fase puncak, fase resesi, dan fase depresi. Fase Ekspansi adalah periode di mana aktivitas ekonomi meningkat, termasuk peningkatan siklus usaha dan produk domestik bruto (PDB).

Selama fase ini, sektor manufaktur dan lapangan pekerjaan juga meningkat. Namun, fase ekspansi juga dapat menjadi pemicu meningkatnya permintaan yang berujung pada kenaikan inflasi. Untuk mengendalikan inflasi, bank sentral biasanya akan mengeluarkan kebijakan moneter seperti kenaikan suku bunga dan mengurangi stimulus baik dari segi ekonomi maupun sosial (Tobing et al., 2022). Berikut beberapa pengaruh siklus ekonomi pada ekspansi waralaba:

1. Peningkatan Permintaan:

Selama fase ekspansi, peningkatan permintaan konsumen dapat meningkatkan penjualan dan omzet waralaba, tetapi juga dapat menyebabkan kenaikan harga barang dan jasa, yang dapat mempengaruhi kinerja waralaba. Untuk mengelola peningkatan permintaan dengan efektif, waralaba dapat memanfaatkan teknik manajemen permintaan yang dioptimalkan. Manajemen permintaan yang dioptimalkan melibatkan pemahaman dan pengelolaan permintaan pelanggan dengan efektif untuk meningkatkan efisiensi, mendorong profitabilitas, dan mencapai pertumbuhan jangka panjang. Ini mencakup analisis kebutuhan bisnis dan tren pasar, implementasi teknik peramalan permintaan, dan pemanfaatan teknologi dalam manajemen permintaan. Manajemen permintaan yang dioptimalkan juga dapat meningkatkan efisiensi bisnis dan mendorong profitabilitas (Farizki et al., 2021).

2. Kenaikan Inflasi

Kenaikan inflasi dapat mempengaruhi kinerja waralaba, terutama jika waralaba tidak mampu menyesuaikan harga produk atau layanan mereka dengan kenaikan harga barang dan jasa. Inflasi juga dapat mempengaruhi daya beli konsumen, yang dapat mempengaruhi penjualan waralaba. Inflasi adalah peningkatan tingkat harga barang dan jasa di suatu ekonomi sepanjang waktu. Ketika inflasi tinggi, harga barang dan jasa cenderung naik, yang dapat mempengaruhi kinerja waralaba dalam beberapa cara: a) Peningkatan Biaya Produksi. b) Peningkatan Harga Jual. c) Pengurangan Daya Beli Konsumen.

Untuk mengatasi dampak negatif dari kenaikan inflasi, waralaba dapat mengambil beberapa langkah strategis: a) Penyesuaian Harga. b) Optimasi Biaya Produksi. c) Penyesuaian Strategi Pemasaran: Dengan mengambil langkah-langkah ini, waralaba dapat mengelola dampak negatif dari kenaikan inflasi dan memastikan bahwa mereka tetap kompetitif di pasar.

3. Ketidakstabilan Ekonomi dan Politik

Ketidakstabilan ekonomi dan politik dapat mempengaruhi kondisi pasar dan konsumen, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi ekspansi waralaba. Misalnya, ketidakstabilan politik dapat menyebabkan kenaikan tingginya inflasi, yang dapat mempengaruhi kinerja waralaba. Ketidakstabilan politik dapat mempengaruhi bisnis dalam berbagai cara, termasuk melalui perubahan dalam hukum dan regulasi, kebijakan pajak, dan kondisi ekonomi.

Ini dapat mempengaruhi bagaimana perusahaan beroperasi, apakah mereka mendapatkan manfaat dari ekspansi internasional, dan bagaimana mereka menyesuaikan strategi bisnis mereka. Untuk mengatasi dampak negatif dari ketidakstabilan ekonomi dan politik, waralaba dapat mengambil beberapa langkah strategis, seperti mempertimbangkan kebijakan harga yang fleksibel, mencari cara untuk mengurangi biaya produksi, dan memantau kondisi pasar secara terus menerus untuk menyesuaikan strategi mereka sesuai dengan perubahan ekonomi dan politik (Ahfani & Marlina, 2023).

4. Resesi Ekonomi

Selama fase resesi, aktivitas ekonomi menurun, yang dapat mengurangi permintaan konsumen dan menurunkan penjualan waralaba. Selain itu, kebijakan moneter yang ketat dari bank sentral untuk mengendalikan inflasi dapat mempengaruhi kondisi ekonomi dan konsumen, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi ekspansi waralaba (Suprpto et al., 2023). Kebijakan moneter yang ketat dari bank sentral untuk mengendalikan inflasi juga dapat mempengaruhi kondisi ekonomi dan konsumen.

Ketika bank sentral menaikkan suku bunga atau mengurangi jumlah uang yang beredar dalam ekonomi, hal ini bisa menyebabkan kenaikan harga barang dan jasa, yang pada akhirnya dapat berdampak pada kemampuan beli konsumen. Ini dapat mempengaruhi ekspansi waralaba, karena konsumen mungkin merasa kurang mampu untuk membeli atau memilih untuk menunda pembelian. Untuk mengatasi dampak negatif dari resesi ekonomi dan kebijakan moneter yang ketat, waralaba dapat

mengambil beberapa langkah strategis: a) Mengoptimalkan Biaya Produksi. b) Penyesuaian Strategi Pemasaran. c) Mengurangi Risiko.

Dengan mengambil langkah-langkah ini, waralaba dapat mengelola dampak negatif dari resesi ekonomi dan kebijakan moneter yang ketat, memastikan bahwa mereka tetap kompetitif di pasar dan mempertahankan kinerja bisnis mereka. Untuk mengatasi pengaruh siklus ekonomi terhadap ekspansi waralaba, waralaba perlu mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk kebijakan moneter, kondisi pasar, dan kondisi ekonomi secara keseluruhan. Mereka juga perlu mempertimbangkan cara-cara untuk menyesuaikan strategi bisnis mereka dengan dinamika siklus ekonomi, seperti menyesuaikan harga produk atau layanan, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat hubungan dengan konsumen.

D. Implementasi Praktik Bisnis Syariah dalam Ekspansi Waralaba

Sistem waralaba, sebagai salah satu model bisnis yang populer, melibatkan berbagai aspek bisnis, termasuk jual-beli barang atau jasa, penggunaan merek dagang, logo, sistem usaha, manajemen, pemasaran, dan teknologi pengolahan (Permana, 2019). Dalam sistem ini, terwaralaba (*franchisee*) wajib menanggung beberapa biaya, termasuk pembayaran fee atau bagi hasil dari keuntungan kotor kepada pewaralaba (*franchisor*). Hal ini menunjukkan pentingnya pengelolaan keuangan yang bertanggung jawab dalam praktik bisnis syariah.

Selain itu, dalam sistem waralaba, kedua belah pihak yang menjalin kerja sama memiliki status yang berbeda, dengan pihak terwaralaba berdiri sendiri dan bertanggung jawab atas beban-beban usaha waralabanya, termasuk beban pajak, gaji pegawai, utang usaha, dan kerugian. Ketentuan ini mencerminkan pentingnya tanggung jawab dan kewajiban dalam praktik bisnis syariah (Nasrullah, 2021).

1. Penerapan prinsip syariah

a. Syirkah Mudharabah

Sistem Mudharabah dalam kerjasama franchise syariah mencerminkan prinsip-prinsip ekonomi syariah yang memungkinkan terwaralaba (*franchisee*) berkontribusi modal untuk memulai usaha, dan terwaralaba mendapatkan keuntungan berdasarkan kontribusi modal mereka. Dalam sistem ini, terwaralaba tidak memiliki kepemilikan atas usaha, tetapi mendapatkan keuntungan dari usaha tersebut berdasarkan modal yang mereka keluarkan. Dalam kerja sama bagi hasil Mudharabah, seluruh operasional dikelola langsung oleh pusat usaha, dan terwaralaba setiap bulan akan menerima laporan kondisi outlet dan laporan keuangan yang menunjukkan laba/rugi usaha.

Jadi, terwaralaba hanya berperan sebagai investor. Sistem Mudharabah dalam kerja sama *franchise* syariah menawarkan kesempatan bagi terwaralaba untuk berinvestasi dalam usaha yang sesuai dengan kemampuan dan minat mereka, sambil memanfaatkan keahlian dan sumber daya pengelola usaha. Ini menciptakan keseimbangan antara risiko dan keuntungan, memungkinkan terwaralaba untuk

mendapatkan keuntungan dari usaha yang mereka dukung tanpa memiliki kepemilikan atas usaha tersebut.

b. Pengawasan

Pengawasan oleh lembaga seperti Dewan Pengawas Syariah sangat penting untuk memastikan bahwa prinsip-prinsip syariah yang diterapkan dalam bisnis benar-benar sesuai dengan Al-Quran, Hadis, dan Ijtihad (Fauzi et al., 2022). Dewan Pengawas Syariah memiliki peran penting dalam memastikan kepatuhan terhadap hukum syariah dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bisnis. Dewan Pengawas Syariah memiliki beberapa fungsi utama dalam pengawasan bisnis syariah, antara lain: a) Penilaian Kepatuhan. b) Pemberian Rekomendasi. c) Pelaporan dan Pengawasan. d) Pendidikan dan Pelatihan.

Pengawasan oleh lembaga seperti Dewan Pengawas Syariah sangat penting untuk memastikan bahwa praktik bisnis syariah dijalankan dengan ketat dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Ini tidak hanya memastikan kepatuhan terhadap syariah tetapi juga membantu dalam membangun suasana bisnis yang adil dan berkelanjutan, yang mematuhi prinsip-prinsip syariah.

2. Pengaruh pada Ekspansi Waralaba

Keuntungan Ekonomi: Menerapkan praktik bisnis syariah dapat meningkatkan keuntungan ekonomi waralaba, karena memastikan bahwa operasional bisnis dilakukan sesuai dengan prinsip syariah yang menghindari riba dan larangan lainnya. **Kepuasan Pelanggan:** Pelanggan yang memahami dan mendukung praktik bisnis syariah cenderung merasa lebih puas dengan produk dan layanan yang ditawarkan, karena mengetahui bahwa produk dan layanan tersebut sesuai dengan prinsip syariah. **Pertumbuhan Pasar:** Dengan menargetkan pasar yang memahami dan mendukung praktik bisnis syariah, waralaba dapat meningkatkan pertumbuhan pasar mereka, karena memiliki basis pelanggan yang lebih kuat dan loyal.

3. Pentingnya Implementasi Praktik Bisnis Syariah:

Kepatuhan Hukum: Implementasi praktik bisnis syariah memastikan bahwa waralaba beroperasi sesuai dengan hukum syariah, yang penting untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang mayoritas beragama Islam. **Pertumbuhan Bersama:** Dengan mempertimbangkan prinsip syariah dalam ekspansi waralaba, perusahaan dapat menciptakan lingkungan bisnis yang bersama, di mana kedua belah pihak dapat berkembang bersama-sama dengan mempertimbangkan kepentingan dan nilai-nilai yang sama.

Secara keseluruhan, implementasi praktik bisnis syariah dalam ekspansi waralaba memainkan peran penting dalam menciptakan lingkungan bisnis yang bersih, bertanggung jawab, dan sesuai dengan prinsip-prinsip moral dan etika yang sesuai dengan ajaran Islam. Hal ini tidak hanya berguna untuk meningkatkan kinerja bisnis, tetapi juga untuk menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

E. Tantangan dan Peluang dalam Implementasi Etika Bisnis Islam

Implementasi etika bisnis Islam dalam bisnis waralaba menghadapi berbagai tantangan dan peluang yang perlu diperhatikan. Salah satu tantangannya adalah kesesuaian dengan regulasi dan kebijakan yang berlaku di negara atau wilayah tempat bisnis tersebut beroperasi. Waralaba sering kali beroperasi di berbagai negara dengan peraturan yang berbeda-beda, sehingga menciptakan tantangan dalam menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang konsisten dan sesuai dengan hukum yang berlaku.

Selain itu, aspek diversitas budaya dan pemahaman tentang nilai-nilai Islam juga menjadi faktor yang mempengaruhi implementasi etika bisnis Islam dalam waralaba. Namun demikian, terdapat peluang besar dalam memperluas pasar dengan menarik konsumen yang sensitif terhadap nilai-nilai keadilan, kejujuran, dan keberlanjutan yang diperjuangkan oleh etika bisnis Islam.

Dengan pendekatan yang tepat, bisnis waralaba dapat memanfaatkan prinsip-prinsip tersebut sebagai diferensiasi kompetitif yang memperkuat citra merek dan memperluas pangsa pasar, sehingga memberikan keunggulan jangka panjang bagi bisnis tersebut. Implementasi etika bisnis Islam dalam bisnis waralaba menawarkan tantangan dan peluang yang signifikan (Munthe et al., 2019). Berikut adalah beberapa tantangan dan peluang yang terkait dengan implementasi etika bisnis Islam:

1. Tantangan dalam Implementasi Etika Bisnis Islam

Pemahaman dan Penerapan Prinsip Islam: Salah satu tantangan utama adalah memastikan bahwa prinsip-prinsip etika bisnis Islam dipahami dan diterapkan secara konsisten oleh semua pihak yang terlibat dalam bisnis, baik itu pengusaha maupun karyawan. **Adaptasi dengan Prinsip Syariah:** Mengadaptasi operasional bisnis dengan prinsip-prinsip syariah, seperti larangan riba dan judi, serta memastikan produk dan layanan yang ditawarkan sesuai dengan standar halal, bisa menjadi tantangan tersendiri. **Pengawasan dan Kepatuhan Hukum:** Memastikan bahwa praktik bisnis syariah dijalankan dengan ketat dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, serta memenuhi kebutuhan pengawasan dari lembaga seperti Dewan Pengawas Syariah, bisa menjadi tantangan dalam implementasi etika bisnis Islam.

2. Peluang dalam Implementasi Etika Bisnis Islam

Peningkatan Kepercayaan Pelanggan: Dengan menerapkan etika bisnis Islam, waralaba dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, terutama pelanggan yang memahami dan mendukung praktik bisnis syariah. Ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat posisi kompetitif waralaba di pasar. **Pertumbuhan Pasar:** Implementasi etika bisnis Islam dapat menargetkan pasar yang memahami dan mendukung praktik bisnis syariah, yang dapat meningkatkan pertumbuhan pasar waralaba. Ini karena memiliki basis pelanggan yang lebih kuat dan loyal.

Pertumbuhan Ekonomi: Menerapkan praktik bisnis syariah dapat meningkatkan keuntungan ekonomi waralaba, karena memastikan bahwa operasional bisnis dilakukan sesuai dengan prinsip syariah yang menghindari riba dan larangan lainnya. Implementasi etika bisnis Islam dalam bisnis waralaba

memerlukan pendekatan yang komprehensif, yang mencakup pemahaman yang mendalam tentang prinsip-prinsip Islam, adaptasi operasional bisnis, serta kepatuhan terhadap prinsip syariah. Meskipun ada tantangan, peluang yang ditawarkan oleh implementasi etika bisnis Islam dapat membantu waralaba mencapai kesuksesan dalam ekspansi dan pertumbuhan bisnis mereka.

F. Dampak Positif dan Keberlanjutan Dalam Praktik Bisnis Islam

Praktik bisnis Islam dalam ekspansi waralaba memiliki dampak positif yang signifikan serta berkontribusi pada keberlanjutan bisnis tersebut. Salah satu dampak positifnya adalah memperkuat hubungan antara franchisor dan franchisee berdasarkan prinsip keadilan, saling menguntungkan, dan kemitraan yang kuat. Dengan adanya kerangka kerja etika bisnis Islam, hubungan tersebut menjadi lebih berkelanjutan dan harmonis, membawa dampak positif pada produktivitas dan kualitas layanan yang ditawarkan.

Selain itu, prinsip-prinsip keberlanjutan dalam bisnis Islam, seperti pemberdayaan masyarakat, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan lingkungan, menjadi landasan dalam pengembangan dan operasional waralaba. Hal ini tidak hanya meningkatkan reputasi bisnis di mata konsumen dan masyarakat, tetapi juga memberikan manfaat jangka panjang bagi lingkungan dan komunitas sekitarnya.

Dengan demikian, praktik bisnis Islam dalam ekspansi waralaba tidak hanya menciptakan nilai tambah secara ekonomis, tetapi juga secara sosial dan lingkungan, menjadikan bisnis tersebut lebih berkelanjutan dan berdampak positif bagi semua pihak yang terlibat. Praktik bisnis Islam, khususnya dalam konteks ekspansi waralaba, memiliki dampak positif dan keberlanjutan yang signifikan. Berikut adalah beberapa dampak positif dan aspek keberlanjutan yang terkait dengan implementasi praktik bisnis Islam:

1. Dampak Positif dan Keberlanjutan Dalam Praktik Bisnis Islam

Peningkatan Kepercayaan Pelanggan: Pelanggan yang memahami dan mendukung praktik bisnis syariah cenderung merasa lebih puas dengan produk dan layanan yang ditawarkan, karena mengetahui bahwa produk dan layanan tersebut sesuai dengan prinsip syariah. Ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat posisi kompetitif waralaba di pasar. **Pertumbuhan Pasar:** Dengan menargetkan pasar yang memahami dan mendukung praktik bisnis syariah, waralaba dapat meningkatkan pertumbuhan pasar mereka, karena memiliki basis pelanggan yang lebih kuat dan loyal. **Pertumbuhan Ekonomi:** Menerapkan praktik bisnis syariah dapat meningkatkan keuntungan ekonomi waralaba, karena memastikan bahwa operasional bisnis dilakukan sesuai dengan prinsip syariah yang menghindari riba dan larangan lainnya.

2. Aspek Keberlanjutan Dalam Praktik Bisnis Islam

Pengelolaan Sumber Daya: Praktik bisnis syariah menekankan pada pengelolaan sumber daya yang bertanggung jawab dan berdampak positif bagi masyarakat dan lingkungan. Ini mencakup pengelolaan keuangan, pengelolaan

sumber daya manusia, dan pengelolaan hubungan dengan masyarakat dan lingkungan, yang semuanya penting untuk keberlanjutan bisnis.

Pengurangan Dampak Lingkungan: Dengan menerapkan praktik bisnis syariah, waralaba dapat meminimalkan dampak lingkungan mereka, baik melalui pengurangan emisi karbon, penggunaan sumber energi terbarukan, atau pengurangan limbah. Ini menunjukkan komitmen mereka terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. **Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat:** Praktik bisnis syariah juga mencakup inisiatif sosial dan kesejahteraan masyarakat, seperti program pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan masyarakat. Ini tidak hanya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga memperkuat reputasi waralaba sebagai perusahaan yang bertanggung jawab sosial.

Implementasi praktik bisnis Islam dalam ekspansi waralaba tidak hanya memberikan dampak positif dan aspek keberlanjutan yang signifikan, tetapi juga membuat lingkungan bisnis yang lebih adil, bertanggung jawab, dan sejalan dengan prinsip-prinsip Islam. Ini mencakup peningkatan kepercayaan pelanggan, pertumbuhan pasar, dan pertumbuhan ekonomi, serta pengelolaan sumber daya yang bertanggung jawab dan pengurangan dampak lingkungan.

Kesimpulan

Implementasi etika bisnis Islam dalam ekspansi waralaba industri retail memiliki dampak positif yang signifikan dalam siklus ekonomi produksi, distribusi, dan konsumsi. Praktik bisnis syariah memperkuat hubungan antara franchisor dan franchisee dengan prinsip keadilan, saling menguntungkan, dan kemitraan yang kuat, menyebabkan peningkatan produktivitas dan kualitas layanan.

Selain itu, prinsip-prinsip keberlanjutan dalam bisnis Islam, seperti pemberdayaan masyarakat, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan lingkungan, menjadi landasan dalam pengembangan dan operasional waralaba. Ini tidak hanya meningkatkan reputasi bisnis, tetapi juga memberikan manfaat jangka panjang bagi lingkungan dan komunitas sekitarnya. Dengan demikian, praktik bisnis Islam dalam ekspansi waralaba industri retail tidak hanya menciptakan nilai tambah secara ekonomis, tetapi juga secara sosial dan lingkungan, menjadikan bisnis tersebut lebih berkelanjutan dan berdampak positif bagi semua pihak yang terlibat.

BIBLIOGRAFI

- Ahfani, L., & Marlina, L. (2023). Dampak Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada Waralaba Es Teh Segara Di Desa Margoreho. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi: EMBA*, 2(1), 166–174.
- Aikin, H. Z., SH, S. U., Suhartana, L. W. P., & SH, M. H. (2016). *Pengantar Hukum Perusahaan*. Kencana.
- Arifin, Z., Ariantini, M. S., Sudipa, I. G. I., Chaniago, R., Dwipayana, A. D., Adhicandra, I., Ariana, A. A. G. B., Yulianti, M. L., Rumata, N. A., & Alfiah, T. (2023). *GREEN TECHNOLOGY: Penerapan Teknologi Ramah Lingkungan Berbagai Bidang*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Asikin, M. Z., & Fadilah, M. O. (2024). Masa Depan Kewirausahaan dan Inovasi: Tantangan dan Dinamika dalam Era Digital. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(1), 303–310.
- Asikin, M. Z., Fadilah, M. O., Saputro, W. E., Aditia, O., & Ridzki, M. M. (2024). The Influence Of Digital Marketing On Competitive Advantage And Performance of Micro, Small And Medium Enterprises. *International Journal of Social Service and Research*, 4(03), 963–970.
- Farizki, F. I., Suhendro, S., & Masitoh, E. (2021). Pengaruh profitabilitas, leverage, likuiditas, ukuran perusahaan dan struktur aset terhadap nilai perusahaan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 17–22.
- Fauzi, M. E., Priyatna, M. R., Arizzki, A. N., Yetty, F., & Manggabarani, A. S. (2022). Bisnis Franchise Dalam Pandangan Hukum Islam. *Al-Muamalat: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 7(2), 162–174.
- Muhamad, A. (2021). Analisis Penerapan Prinsip Keadilan, Al-Ihsan, Al-Mas’uliyah, Al-Kifayah, Dan Kejujuran Dalam Bisnis Ritel (Studi Kasus Mbs Madiun Teguhan Jiwan Madiun). *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(1), 66–77.
- Muhammad. (2004). *Etika Bisnis Islam*. UPP AMP YKPN.
- Munthe, A. K., Paramadhani, I. S., & Satrya, R. I. (2019). Peran Dewan Pengawas Syariah Dalam Pemenuhan Syariah Compliance Oleh Lembaga Keuangan Syariah. *Journal of Islamic Law Studies*, 2(3), 3.
- Nasrullah, N. (2021). Royalti Penggunaan Merek dalam Sistem Franchise di Indonesia menurut Hukum Islam. *Al-Adl: Jurnal Hukum*, 13(2), 430–458.
- Nurdina, N., & Aripriabowo, T. (2022). Penguatan Kompetensi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Sebagai Penentu Kinerja Ukm. *BBM (Buletin Bisnis & Manajemen)*, 8(1), 113–124.
- Nurhayati, A. (2019). *Strategi Penetapan Harga pada Jasa Penitipan Anak di Baby Care LPIT Nurul Izzah Gurah Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam*. IAIN Kediri.
- Permana, S. (2019). Penerapan Prinsip Syariah dalam Praktik Perjanjian Waralaba Syariah. *Jurnal Hukum Dan Bisnis (Selisik)*, 5(1), 77–91.
- Rahmah, I. (2019). *Ukhuwah dalam Perspektif Badiuzzaman said Nursi (Analisis Kitab risalah Nur)*.
- Reski, N. (2021). *Prospek Bisnis Ritel 212 Mart Pada Masa Covid-19 Di Panam Kota Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU.
- Rizal, N. A., & Aslami, N. (2022). Analisis Studi Kelayakan Investasi Waralaba (Franchise). *Journal of Social Research*, 1(4), 284–288.
- Saputri, O. B. (2020). Pemetaan potensi indonesia sebagai pusat industri halal dunia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(2).
- Sari, I. (2017). Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim Dalam Persaingan Usaha. *Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*, 1–14.
- Setyawan, H. N., & Wahyudi, A. (2022). Tinjauan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Pemasaran Bawang Merah Di Pasar Malon, Sukorejo, Ponorogo. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(2), 305–332.
- Suprpto, Y., Wijaya, A. T., Erick, E., & Jeslyn, J. (2023). Analisis Pengaruh Faktor dan Risiko Cultural Environment pada Burger King. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2), 339–347.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Management Realizing Excellent Service*. Andi. Yogyakarta, 174–175.

- Tobing, J. L., Sebastian, K., & Setiawati, W. (2022). Tinjauan Yuridis Terhadap Efek Bersifat Utang Berwawasan Lingkungan (Green Bond) Sebagai Instrumen Investasi dalam Penerapan Sustainable Investment di Pasar Modal Indonesia. *Technology and Economics Law Journal*, 1(1), 2.
- Wati, D., Arif, S., & Devi, A. (2022). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online di Humaira Shop. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 141–154.

Copyright holder:

Eva Rosyidah, Khusniati Rofiah (2024)

First publication right:

Syntax Admiration

This article is licensed under:

