

**MODEL BISNIS ALA ABDURRAHMAN BIN AUF DAN
RELEVANSINYA TERHADAP MODEL BISNIS
KONTEMPORER DALAM PERSPEKTIF EKONOMI**

SYARIAH

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

MOHAMMAD ADIB

NIM 4120107

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2025

**MODEL BISNIS ALA ABDURRAHMAN BIN AUF DAN
RELEVANSINYA TERHADAP MODEL BISNIS
KONTEMPORER DALAM PERSPEKTIF EKONOMI**

SYARIAH

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

MOCHAMMAD ADIB

NIM 4120107

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mochammad Adib

NIM : 4120107

Judul Skripsi : **Model Bisnis Ala Abdurrahman bin Auf dan Relevansinya Terhadap Model Bisnis Kontemporer Dalam Perspektif Ekonomi syariah**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 09 Desember 2025

Yang Menyatakan,


Mochammad Adib
4120107

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Mochammad Adib

Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara:

Nama : Mochammad Adib
NIM : 4120107
Judul Skripsi : **Model Bisnis Ala Abdurrahman bin Auf Dan Relevansinya Terhadap Model Bisnis Kontemporer Dalam Perspektif Ekonomi Syariah**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera di munaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekalongan, 25 November 2025

Pembimbing,


Muhamad Masrur, S.H.I., M.E.I
NIP. 197912112015031001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi saudara:

Nama : **Mochammad Adib**
NIM : **4120107**
Judul : **Model Bisnis Ala Abdurrahman bin Auf dan Relevansinya Terhadap Model Bisnis Kontemporer Dalam Perspektif Ekonomi Syariah**

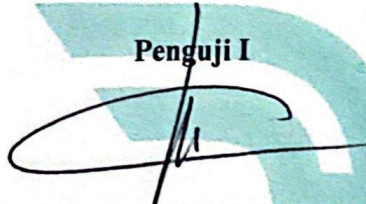
Dosen Pembimbing : **Muhamad Masrur, S.H.I, M.E.I.**

Telah diujikan pada Hari Senin tanggal 22 bulan Desember.2025 dan dinyatakan **LULUS**, serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Penguji I

Dewan Penguji,

Penguji II


Muhammad Aris Safi'I, M.E.I.
NIP. 198510122015031004


Syifa Rohmah, M.M.
NIP. 199408222022032001

Pekalongan, 23 Desember 2025
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. A.M. Muh. Khalidz Ma'shum, M.Ag.
NIP. 197806162003121003

MOTTO

“Kita lebih banyak menderita dalam imajinasi daripada kenyataan”

(Lucius Annaeus Seneca)



PERSEMBAHAN

Segala puji penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari bahwa karya ini masih memiliki keterbatasan dan memerlukan banyak perbaikan di berbagai bagian. Harapannya, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan serta manfaat bagi para pembaca, terutama dalam bidang pendidikan. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak dukungan serta bantuan baik secara materiil maupun nonmateriil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih melalui persembahan berikut kepada semua pihak yang telah berkontribusi dan membantu kelancaran penyusunan skripsi ini.

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Macfudz dan Ibu Tachita yang selalu menemani dan mengiringi di setiap perjalanan, memberikan dukungan doa, semangat, serta kasih sayang yang tiada hentinya sehingga penulis bisa meraih gelar Sarjana Ekonomi.
2. Keluarga saya tercinta yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungannya.
3. Almamater saya Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

4. Dosen Pembimbing Skripsi saya Bapak Muhamad Masrur, S.H.I M.E.I. yang sudah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan arahan-arahan dan kelancaran dalam penulisan karya ini.
5. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan semoga kita sukses selalu.
6. Dan seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu namanya yang telah membantu, mendukung dan memberi semangat tanpa henti selama mengerjakan skripsi ini.



ABSTRAK

MOCHAMMAD ADIB. Model Bisnis Ala Abdurrahman bin Auf dan Relevansinya Terhadap Model Bisnis Kontemporer Dalam Perspektif Ekonomi syariah

Penelitian ini mengkaji model bisnis ala Abdurrahman bin Auf dan relevansinya terhadap model bisnis kontemporer (Business Model Canvas) dalam perspektif ekonomi syariah. Permasalahan yang melatarbelakangi penelitian ini adalah masih banyaknya model bisnis kontemporer yang dalam praktiknya belum sepenuhnya berada dalam koridor ekonomi syariah, terlebih jika dibandingkan dengan model bisnis yang diterapkan oleh Abdurrahman bin Auf yang berlandaskan prinsip kejujuran, amanah, keadilan, serta kepatuhan terhadap nilai-nilai syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana relevansi antara model bisnis ala Abdurrahman bin Auf dengan model bisnis kontemporer dalam perspektif ekonomi syariah.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan jenis penelitian *library research*. Data diperoleh melalui studi kepustakaan terhadap Al-Qur'an, hadis, kitab klasik, buku, serta jurnal ilmiah yang berkaitan dengan ekonomi syariah, kewirausahaan Islam, dan model bisnis kontemporer, khususnya *Business Model Canvas*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa model bisnis Abdurrahman bin Auf pada dasarnya masih relevan untuk diterapkan dalam konteks bisnis modern karena menekankan pada transaksi halal, pengelolaan usaha yang amanah, serta orientasi pada keberkahan dan kemaslahatan. Namun demikian, beberapa aspek dalam model bisnis tersebut memerlukan penyesuaian agar dapat selaras dengan model bisnis kontemporer (BMC), tanpa menghilangkan prinsip-prinsip dasar ekonomi syariah.

Kata kunci: Abdurrahman bin Auf, model bisnis, ekonomi syariah, Business Model Canvas

ABSTRACT

MOCHAMMAD ADIB. The Business Model of Abdurrahman bin Auf and Its Relevance to Contemporary Business Models in the Perspective of Islamic Economics.

This study examines the business model of Abdurrahman bin Auf and its relevance to contemporary business models, particularly the Business Model Canvas (BMC), from the perspective of Islamic economics. The underlying problem of this research is that many contemporary business models, in practice, have not fully adhered to the principles of Islamic economics, especially when compared to the business model implemented by Abdurrahman bin Auf, which is grounded in honesty, trustworthiness (*amanah*), justice, and compliance with Sharia principles. This study aims to identify the relevance between Abdurrahman bin Auf's business model and contemporary business models within the framework of Islamic economics.

The research employs a qualitative method with a library research approach. Data were collected through a literature review of the Qur'an, Hadith, classical Islamic texts, books, and scholarly journals related to Islamic economics, Islamic entrepreneurship, and contemporary business models, particularly the Business Model Canvas.

The findings indicate that Abdurrahman bin Auf's business model remains fundamentally relevant for application in the modern business context, as it emphasizes halal transactions, trustworthy business management, and an orientation toward blessing (*barakah*) and social welfare. However, several aspects of this business model require adjustment in order to align with contemporary business models (BMC), without compromising the fundamental principles of Islamic economics.

Keywords: Abdurrahman bin Auf, business model, Islamic economics, Business Model Canvas, Islamic business.

KATA PENGANTAR

Assalamualikum Wr. Wb

Puji Syukur atas Kehadirat Allah SWT., yang telah melimpahkan Rahmat, Hidayah, Taufik dan Inayah-Nya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **“Model Bisnis Ala Abdurrahman bin Auf dan Relevansinya Terhadap Model Bisnis Kontemporer Dalam Perspektif Ekonomi syariah”**.

Dengan terselesaikannya penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna dan tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis bermaksud menyampaikan ucapan terima kasih kepada

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustaqim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Dr. H. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M. Ag selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I., selaku Kepala Program Studi Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Ibu Happy Sista Devy, M.M., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Muhamad Masrur, S.H.I M.E.I., selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang telah mengarahkan penulis dari awal perkuliahan hingga akhir.

6. Bapak Muhamad Masrur, S.H.I M.E.I., selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya guna mengarahkan dan membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.
7. Keluarga tercinta, Ayahanda Bapak Machfudz dan Ibunda Tachita yang senantiasa memberikan doa, semangat, dukungan dan motivasi kepada penulis.
8. Teman-teman seperjuangan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu namanya yang telah membantu, mendukung dan memberi semangat tanpa henti selama mengerjakan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis, khususnya bagi pihak lain yang memerlukan. Sekian dan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pekalongan, 25 November 2025



MOCHAMMAD ADIB

NIM. 4120107

DAFTAR ISI

COVER	1
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	ii
NOTA PEMBIMBING	ii
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xvi
DAFTAR TABEL.....	xxiii
DAFTAR GAMBAR.....	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN	xxv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. JUDUL.....	1
B. LATAR BELAKANG	1
C. RUMUSAN MASALAH	7
D. TUJUAN PENELITIAN	7
E. MANFAAT PENELITIAN	7
a. Manfaat teoritis	7
b. Manfaat praktis	8
F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN	9
BAB II	10
LANDASAN TEORI.....	10
A. Konsep dasar model bisnis	10
1. Pengertian model bisnis	10

2. Elemen bisnis kontemporer.....	11
3. Tujuan dan fungsi model bisnis	12
B. Ekonomi Bisnis Islam.....	14
1. Prinsip dasar ekonomi Islam	14
2. Bisnis dalam perspektif ekonomi Islam.....	15
3. Nilai-nilai spiritual dalam berbisnis.....	16
C. Teori Dan Prinsip Kewirausahaan Dalam Islam	17
D. Teori Relevansi Dan Pendekatan Komparatif	23
E. TELAAH PUSTAKA.....	26
F. KERANGKA BERPIKIR.....	33
BAB III.....	35
METODE PENELITIAN	35
1. Jenis Penelitian.....	35
2. Pendekatan penelitian	35
3. Sumber data	36
a. Data primer.....	36
b. Data sekunder.....	37
4. Teknik pengumpulan data.....	37
a. Studi dokumen.....	37
b. Kajian pustaka kritis.....	38
5. Teknik analisis data.....	38
a. Analisis data	38
b. Analisis komparatif	39
c. Analisis isi atau Content analisis.....	39
6. Lokasi atau setting penelitian.....	40
a. Perpustakaan kampus	40
b. Perpustakaan digital	41
c. Repositori jurnal online	42
BAB IV	43
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Biografi Abdurrahman bin Auf	43

1. Penghargaan Rasulullah SAW	45
2. Calon penghuni surga	45
3. Ketawaduannya.....	45
4. Ditunjuk untuk menjadi Khalifah	46
5. Rajin bersedekah.....	46
B. Analisis model bisnis ala Abdurrahman bin Auf.....	48
1. Memiliki kepercayaan diri dan kemandirian yang tinggi	48
2. Berbisnis yang halal: mulai dari modal, proses hingga penjualan.....	49
3. Super Team	50
4. Sistem Keyakinan	51
5. Melakukan ekspor impor barang	52
6. Menjaga kepercayaan relasi bisnis.....	53
C. Analisis model bisnis kontemporer	55
1. Customer Segments (Segmen Pelanggan)	57
2. Value Propositions (Proposisi Nilai)	58
4. Customer Relationships (Hubungan Pelanggan)	59
5. Revenue Streams (Aliran Pendapatan)	59
7. Key Activities (Aktivitas Utama)	60
D. Penilaian Elemen Business Model Canvas (BMC) Berdasarkan Prinsip Syariah.....	65
1. Customer Segments	65
2. Value Propositions	66
3. Channels.....	66
4. Customer Relationships	67
5. Revenue Streams.....	67
6. Key Resources	68
7. Key Activities	68
8. Key Partnerships	69
9. Cost Structure.....	69
Tabel 4. 1.....	70
Elemen BMC Berdasarkan Prinsip Syariah	70

E. Tantangan etis dan spiritual dalam dunia bisnis modern.....	71
F. Analisis Relevansi Model Bisnis Ala Abdurrahman bin Auf Dan Bisnis Kontemporer.....	74
Studi Kasus :.....	77
G. Perbandingan Model Bisnis Abdurrahman bin Auf Dan Bussines Model Canva (BMC)	78
Tabel 4.2.....	80
Perbandingan Model Bisnis Abdurrahman bin Auf Dan Bussines Model Canva (BMC)	80
H. Elemen Yang Relevan Perlu Penyesuaian Atau Tidak Sesuai Dengan Model Bisnis Abdurrahman bin Auf Dan BMC Dalam Perspektif Ekonomi Bisnis Islam	81
Tabel 4.3.....	85
Elemen Yang Relevan Perlu Penyesuaian Atau Tidak Sesuai Dengan Model Bisnis Abdurrahman bin Auf Dan BMC Dalam Perspektif Ekonomi Bisnis Islam	85
I. Konsep Integratif Islamic Bussines Model Canva (BMC) Berbasis Nilai Sahabat Nabi.....	87
BAB V.....	92
PENUTUP.....	92
A. Kesimpulan.....	92
B. Saran	94
1. Bagi Pebisnis Muslim	94
2. Bagi Pengembang Teori Bisnis Islam.....	95
3. Bagi Peneliti Selanjutnya	95
C. Keterbatasan penelitian.....	96
1. Keterbatasan sejarah dan interpretasi telaah	96
2. Keterbatasan waktu dan cakupan bisnis modern	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987.

Transliterasi digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf-huruf latin.

Dibawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	ś	es (dengan titik di atas)

ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	Koma terbalik (di atas)

غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
---------------	---------------	---------------

ا = a		ā = ā
إ = i	ai = اِيْ	ī = اِيْ
u = u	au = اُوْ	ū = اُوْ

3. Ta'marbuah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

a. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah "t".

b. Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

c. Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - raudah al-aṭfāl-

طَالِحَةٌ - talhah

4. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut

dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

نَزَّلَ - nazzala

الْبِرِّ - al-birr

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

c. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu

الشَّمْسُ - as-syamsu

الْجَلَالُ - al-jalālu

6. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

النَّوْءُ - an-nau

إِنَّ - inna

شَيْءٌ - syai'un

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ

Wa auf Al-kaila wa alميزان

إِبْرَاهِيمُ الْخَلِيلُ

Ibrāhīmūl-Khalīl

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasul وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ

Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn وَلَقَدْ رَآهُ بِالأُفُقِ المُبِينِ

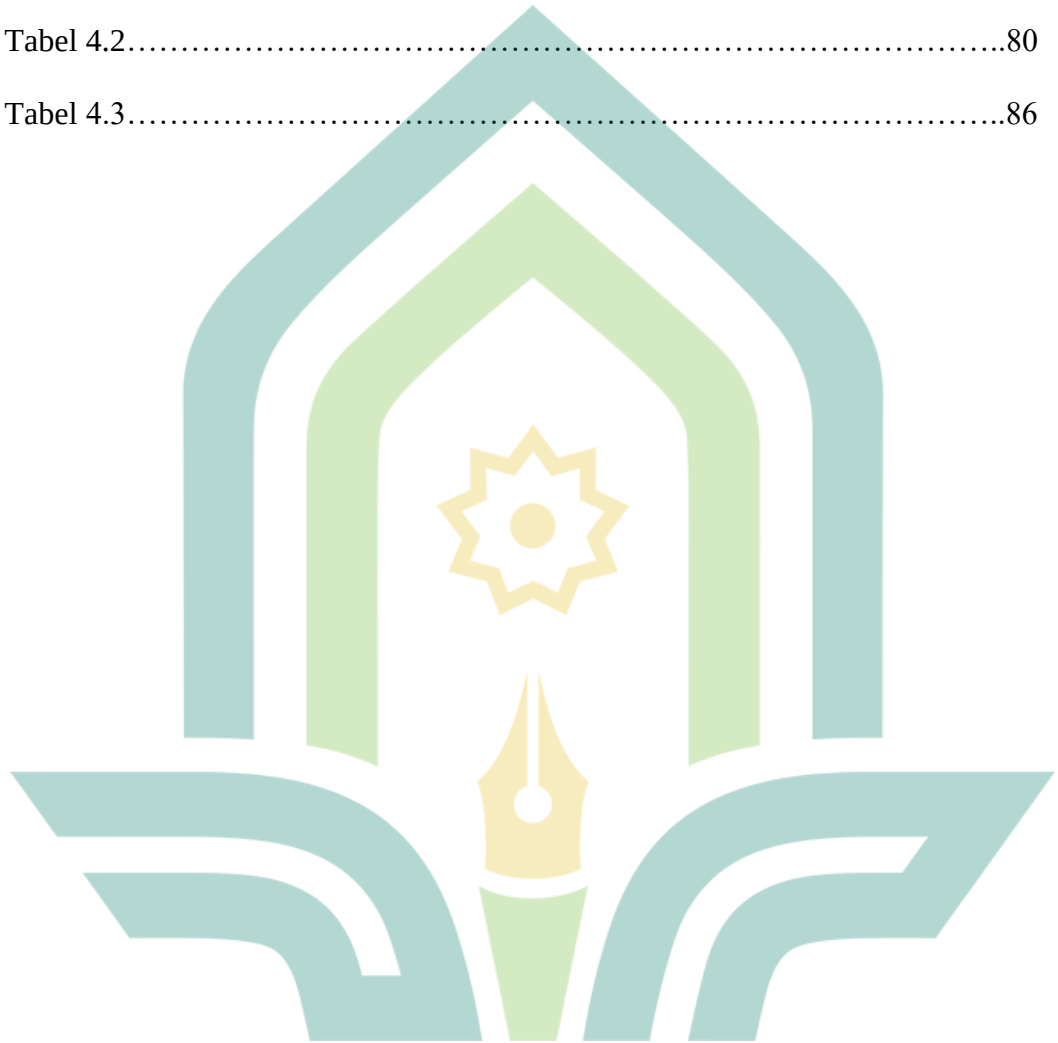
Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubīn

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman Tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.....	70
Tabel 4.2.....	80
Tabel 4.3.....	86



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir.....	33
-----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

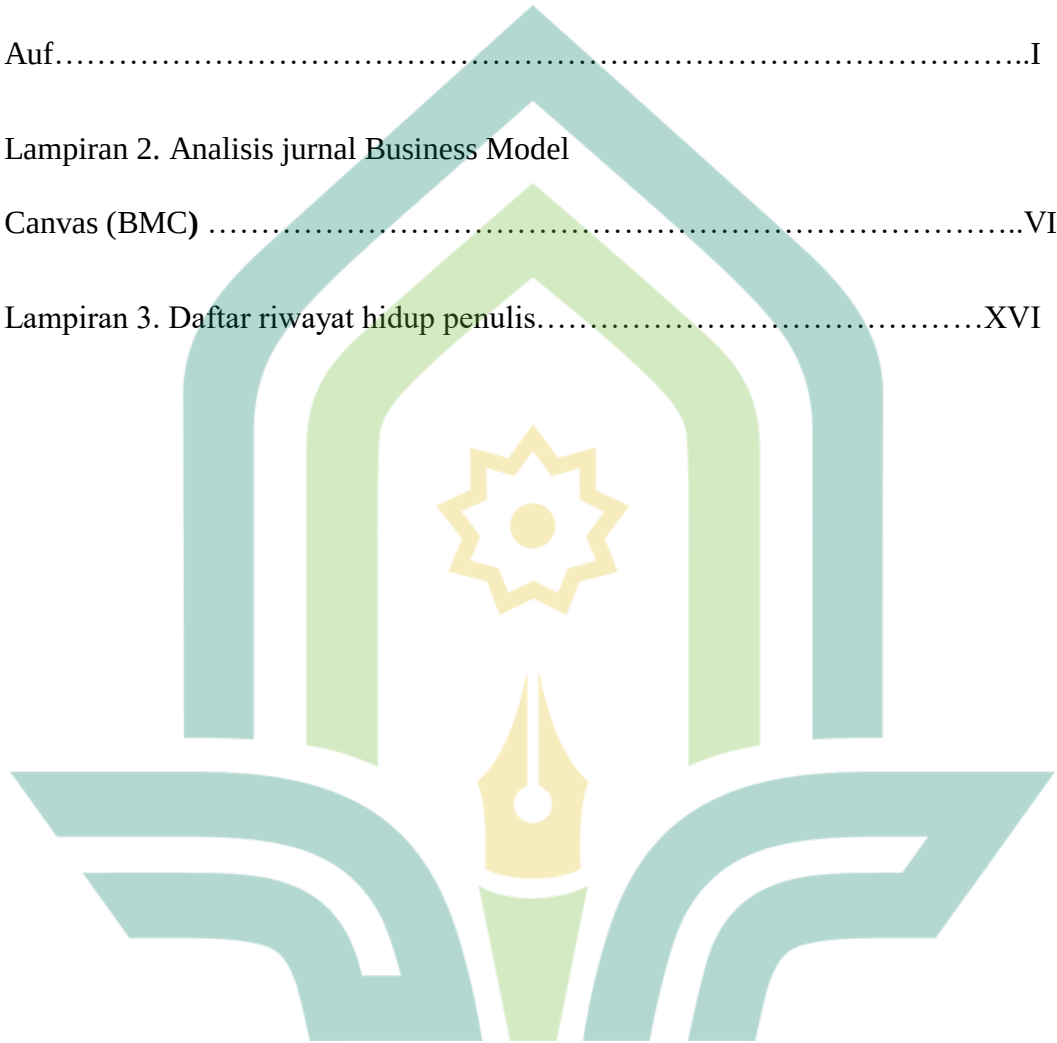
Lampiran 1. Analisis jurnal Abdurrahman bin

Auf.....I

Lampiran 2. Analisis jurnal Business Model

Canvas (BMC)VI

Lampiran 3. Daftar riwayat hidup penulis.....XVI



BAB I

PENDAHULUAN

A. JUDUL

Model Bisnis Ala Abdurrahman bin Auf Relevansinya Terhadap Model Bisnis Kontemporer Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

B. LATAR BELAKANG

Dalam era globalisasi, transformasi ekonomi digital telah berkembang pesat. Berbagai aspek kehidupan telah dipengaruhi oleh penerapan teknologi digital. Ini telah mengubah cara orang berpikir, berperilaku, dan berinteraksi dengan lembaga dan individu. Tidak hanya transformasi ini memiliki efek positif dan negatif, tetapi juga membuka banyak peluang untuk pertumbuhan ekonomi dan inovasi bisnis. Untuk memaksimalkan potensi ini, pemerintah, lembaga pendidikan, dan masyarakat harus berpartisipasi secara aktif dalam meningkatkan kesadaran digital dan keterampilan. Selain itu, perubahan ini bersifat permanen dan membutuhkan dukungan dan investasi dalam teknologi informasi dan komunikasi. Oleh karena itu, pemerintah dan bisnis di seluruh dunia sedang mengembangkan berbagai cara untuk memanfaatkan transformasi ekonomi digital untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan membuka peluang baru bagi dunia usaha (Angelia Putriana, 2023).

Upaya pemerintah dan pelaku usaha global dalam memanfaatkan transformasi ekonomi digital tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi juga membuka jalan bagi meningkatnya minat individu

untuk memulai bisnis digital, terutama di era globalisasi yang menawarkan akses pasar yang lebih luas dan tanpa batas. Tentunya dalam era ini membutuhkan strategi khusus yaitu strategi digital, strategi digital adalah rencana jangka panjang untuk mencapai keunggulan kompetitif dengan memanfaatkan kinerja pasar perusahaan saat ini. Perusahaan harus mengambil pendekatan baru untuk pengembangannya, yang mencakup strategi pemasaran, sumber daya manusia, rantai pasokan, dan teknologi informasi. Transformasi digital tidak sebatas pada penerapan teknologi; itu juga memerlukan pengembangan kemampuan digital, respons cepat terhadap tantangan, dan adopsi proses yang mendukung kepemimpinan industri. Dengan memperkenalkan paradigma baru berbasis solusi pengetahuan yang mendukung ekonomi hijau dan inklusif di era digital, dampaknya terhadap ekonomi sangat besar (Fadillah et al., 2023).

Pada zaman sekarang teknologi digital mendorong transformasi besar-besaran di berbagai sektor ekonomi, strategi bisnis modern berfokus pada inovasi dan efisiensi melalui teknologi seperti *e-commerce*, pemasaran digital, big data, dan otomatisasi. Paradigma baru ini mendukung ekonomi hijau dan inklusif, membuka peluang besar bagi pelaku usaha untuk memperluas pasar tanpa batas geografis. Namun, di balik kemajuan tersebut, muncul tantangan serius berupa pergeseran orientasi bisnis yang cenderung materialistis dan menjauh dari nilai-nilai moral. Ketika keuntungan menjadi tujuan utama tanpa mempertimbangkan prinsip keadilan dan keberkahan, praktik ekonomi mulai melenceng dari

ajaran Islam. Dominasi sistem kapitalisme yang menekankan akumulasi modal telah melahirkan masalah seperti riba, monopoli, dan eksploitasi tenaga kerja, yang bertentangan dengan nilai-nilai kejujuran, keseimbangan, dan tanggung jawab sosial dalam Islam. Akibatnya, meski ekonomi tampak berkembang secara material, ia kehilangan dimensi spiritual dan etika bisnis yang menjadi fondasi kesejahteraan sejati menurut perspektif ekonomi Islam (Diah Shafa Shafira et al., 2024).

Pada era modern ini juga ada salah satu model bisnis dalam era kontemporer yang banyak menggunakan kerangka *Business Model Canvas* (BMC) karena dinilai praktis, adaptif, dan mampu memetakan sembilan elemen utama bisnis secara terstruktur. Pendekatan ini memungkinkan pelaku usaha menyesuaikan strategi dengan cepat terhadap perkembangan teknologi, perubahan perilaku konsumen, dan dinamika pasar global. Dengan sifatnya yang fleksibel, BMC menjadi salah satu alat utama dalam merancang model bisnis yang relevan, efisien, dan kompetitif di era ekonomi kontemporer (Alfina & Ramadhan, 2025).

Model bisnis kontemporer mencakup berbagai pendekatan inovatif yang menyesuaikan diri dengan perubahan ekonomi dan teknologi, seperti model platform dan sharing economy. Meskipun demikian, penting untuk memastikan bahwa prinsip-prinsip bisnis tetap berlandaskan pada nilai-nilai keadilan dan keberlanjutan. Dalam hal ini, model bisnis Abdurrahman bin Auf, yang menekankan kerjasama adil, transparansi, dan kemitraan yang saling menguntungkan, menawarkan relevansi yang kuat

untuk diterapkan dalam bisnis modern. Dengan demikian, studi tentang model bisnisnya dapat memberikan wawasan penting dalam menciptakan bisnis yang lebih berkeadilan dan berkelanjutan di era kontemporer (Tazkiyyaturrohmah, 2020).

Berdasarkan segala fenomena yang terjadi pada era saat ini seperti belum banyak penelitian terdahulu yang membandingkan model bisnis islami ala sahabat seperti Abdurrahman bin Auf dengan praktek bisnis kontemporer maka peneliti mencoba membandingkan model bisnis islami ala sahabat seperti Abdurrahman bin Auf dengan praktik bisnis kontemporer syariah, terutama dari sisi keberkahan dan nilai spiritual sebagai variabel yang terukur (Rafanda & Adinugraha, 2025). Sebagian besar kajian yang ada masih berfokus pada aspek manajerial, strategi pemasaran, atau implementasi prinsip syariah dalam konteks operasional, namun belum menyinggung dimensi spiritual yang menjadi ruh utama dalam ekonomi Islam. Padahal, konsep keberkahan memiliki makna yang kompleks tidak hanya berkaitan dengan peningkatan materi, tetapi juga dengan keberlanjutan, keadilan, dan kesejahteraan sosial yang bersumber dari keridhaan Allah SWT (Afif et al., 2022). Belum adanya instrumen yang tervalidasi untuk mengukur sejauh mana “keberkahan” dirasakan oleh pelaku usaha maupun konsumen menjadikan aspek ini sebagai celah penelitian yang signifikan. Dengan demikian, kajian tentang model bisnis Abdurrahman bin Auf yang menekankan keseimbangan antara keuntungan dan keberkahan sangat relevan untuk dikembangkan sebagai upaya

memperkaya wacana ilmiah tentang ekonomi bisnis Islam di era modern (Haryono & Yusuf, 2022).

Dalam era modern ini, umat Islam khususnya para pelaku bisnis dihadapkan pada tantangan serius berupa rendahnya tingkat literasi dan cenderung pragmatis sehingga dengan mudah mengabaikan ekonomi Islam yang sering kali menyebabkan kesalahan dalam penerapan prinsip-prinsip syariah (Asmani, 2025), bukan hanya itu saja, permasalahan juga muncul pada pengelolaan bisnis kewirausahaan modern menghadapi berbagai persoalan internal seperti strategi pemasaran, pengelolaan sumber daya, hingga model bisnis yang relevan dengan konteks digital. Permasalahan ini mencakup kebutuhan untuk mengembangkan strategi yang adaptif terhadap perubahan pasar dan teknologi, serta kemampuan untuk memformulasikan keputusan manajerial yang efektif dalam menghadapi lingkungan bisnis yang dinamis dan tidak pasti (Auliani et al., 2024). Akibatnya, praktik bisnis yang dijalankan tidak jarang melenceng dari nilai-nilai Islam seperti kejujuran, keadilan, dan larangan terhadap riba. Kondisi ini tidak hanya menghambat kemajuan sistem ekonomi Islam, tetapi juga menggerus kepercayaan masyarakat terhadap potensi besar ekonomi berbasis syariah sebagai sistem yang adil dan berkeberkahan. Jika masalah ini terus diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara idealisme ajaran Islam dengan realitas praktik ekonomi di lapangan, yang pada akhirnya dapat melemahkan fondasi ekonomi umat. Sebagaimana dalam dalil disebutkan

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّ وَالصِّدِّيقِ وَالشُّهَدَاءِ

Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang shiddiq, dan para syuhada (HR. Tirmidzi, no. 1209)

رَحِمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ وَإِذَا اشْتَرَى وَإِذَا اقْتَضَى

Semoga Allah merahmati seseorang yang mudah dalam menjual, membeli, dan menagih hutang (HR. Bukhari, no. 2076)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Wahai orang-orang yang beriman! Penuhilah akad-akad (perjanjian-perjanjian) itu (QS. Al-Mā'idah: 1)

Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk membandingkan model bisnis ala Abdurrahman bin Auf dengan model bisnis kontemporer melalui pendekatan *Business Model Canvas (BMC)* sebagai kerangka analisis yang sistematis dan komprehensif. Pendekatan ini digunakan untuk menelaah sejauh mana nilai-nilai spiritual dan prinsip syariah seperti amanah, keadilan, dan keberkahan dapat diintegrasikan ke dalam komponen-komponen bisnis modern seperti *value proposition*, *customer relationship*, hingga *revenue stream*. Dengan menggabungkan nilai-nilai ketauhidan dalam rancangan bisnis modern, penelitian ini berupaya memberikan solusi konkret bagi para pelaku bisnis agar tidak terjerumus ke dalam praktik-praktik yang dilarang oleh Allah SWT, seperti riba, gharar, dan eksploitasi. Pada akhirnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi arah

baru bagi pengembangan ekonomi Islam yang berkeadilan, beretika, dan berorientasi pada keberkahan, sehingga mampu menjawab kebutuhan zaman tanpa kehilangan ruh spiritualnya (Polem et al., 2024).

C. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : (Polem et al., 2024).

1. Bagaimana model bisnis ala Abdurrahman bin Auf ?
2. Bagaimana model bisnis kontemporer ?
3. Bagaimana relevansinya model bisnis ala Abdurrahman bin Auf dan model bisnis kontemporer dalam perspektif ekonomi syariah ?

D. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana model bisnis ala Abdurrahman bin Auf
2. Untuk mengetahui bagaimana model bisnis kontemporer
3. Untuk mengetahui bagaimana relevansinya model bisnis ala Abdurrahman bin Auf dan model bisnis kontemporer dalam perspektif ekonomi syariah.

E. MANFAAT PENELITIAN

- a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan dan memperluas kemampuan peneliti mengenai pemahaman tentang relevansi model bisnis Abdurrahman bin Auf terhadap model bisnis kontemporer dalam perspektif ekonomi bisnis islam dan di harapkan menjadi salah satu referensi untuk penelitian selanjutnya, serta untuk memberikan kontribusi dalam ilmu ekonomi khususnya dalam berbisnis yang berorientasi terhadap Abdurrahman bin Auf.

b. Manfaat praktis

1. Bagi penulis

Penelitian ini merupakan pengalaman, informasi dan wawasan baru yang berharga sekaligus sebagai sarana latihan dalam menerapkan ilmu yang diperoleh selama kuliah.

2. Bagi peneliti

Penelitian ini untuk menambah pengetahuan tentang relevansi model bisnis Abdurrahman bin Auf terhadap model bisnis kontemporer dalam perspektif ekonomi syariah

3. Bagi perguruan tinggi

Penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam mengembangkan model bisnis ala Abdurrahman bin Auf relevansinya terhadap model bisnis kontemporer dalam perspektif ekonomi syariah

dilingkungan Universitas serta menambah koleksi penelitian untuk UIN KH.Abdurrahman Wahid.

F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini memuat latar belakang dari penelitian, perumusan masalah dan batasan, manfaat serta tujuan penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab landasan teori ini mencakup teori yang akan dibahas dalam penelitian ini. Pada bab kedua ini berisi sumber acuan penelitian berupa landasan teori, telaah pustaka, dan kerangka berfikir

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian meliputi jenis penelitian, pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan lokasi atau setting penelitian

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi paparan dan pembahasan dari penelitian yang telah dilaksanakan.

BAB V : PENUTUP

Bagian ini merupakan bab terakhir. Pada bab mencakup kesimpulan dari pembahasan, saran, dan daftar pustaka

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Keberhasilan dari bisnis Abdurrahman bin Auf tidak hanya ditentukan oleh kemampuan berdagang semata, tetapi juga oleh integrasi antara karakter pribadi, prinsip etika, dan keyakinan spiritual. Kepercayaan diri dan kemandirian yang tinggi membuatnya tangguh, optimis, serta tidak bergantung pada pihak lain, sementara komitmen terhadap bisnis yang halal mulai dari modal, proses produksi, hingga penjualan menjadikan usahanya bersih dari kecurangan dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Keberhasilannya juga didukung oleh kemampuan membangun tim yang solid dan egaliter, di mana kepemimpinan dijalankan melalui kebersamaan dan kerja sama yang harmonis. Selain itu, keyakinan yang kuat kepada Allah SWT sebagai pemberi rezeki mendorongnya untuk terus berusaha, bersedekah, dan menjaga integritas dalam bermuamalah. Strategi perluasan pasar melalui aktivitas ekspor-impor serta kemampuannya menjaga kepercayaan relasi bisnis semakin memperkuat keberlanjutan usahanya. Dengan demikian, model bisnis Abdurrahman bin Auf menunjukkan bahwa kesuksesan sejati dalam bisnis lahir dari keseimbangan antara profesionalisme, etika, dan spiritualitas.
2. Business Model Canvas (BMC) merupakan alat strategis yang efektif dan relevan bagi bisnis kontemporer dalam merespons dinamika

globalisasi dan digitalisasi yang semakin kompleks. Dengan menyatukan sembilan elemen inti bisnis dalam satu kerangka yang terstruktur dan mudah dipahami, BMC membantu pelaku usaha memahami proses penciptaan nilai, mekanisme distribusi, serta pola perolehan pendapatan secara menyeluruh. Fleksibilitas BMC memungkinkan perusahaan, khususnya UKM dan startup, untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan perilaku konsumen, perkembangan teknologi, dan kondisi pasar, tanpa harus merombak keseluruhan strategi bisnis. Berbagai temuan empiris menunjukkan bahwa penerapan BMC mampu meningkatkan efisiensi, inovasi, serta ketahanan usaha dalam menghadapi persaingan dan krisis. Oleh karena itu, BMC dapat dipandang sebagai kebutuhan strategis yang mendukung perancangan model bisnis yang mampu beradaptasi, berdaya saing, dan berorientasi pada keberlanjutan usaha jangka panjang.

3. Praktik bisnisnya Abdurrahman bin Auf menunjukkan bahwa keberhasilan usaha dalam perspektif ekonomi Islam tidak semata-mata diukur dari besarnya keuntungan, tetapi dari kejujuran, amanah, kehalalan transaksi, kualitas produk, serta orientasi pada keberkahan dan kemaslahatan sosial. Prinsip-prinsip tersebut memiliki relevansi kuat dengan model bisnis kontemporer seperti Business Model Canvas (BMC), yang secara sistematis membantu pelaku usaha merancang dan mengelola bisnis melalui sembilan elemen utama. Namun, agar BMC

selaras dengan nilai Islam, setiap elemennya perlu disesuaikan dengan prinsip syariah, seperti keadilan dalam segmen pelanggan, proposisi nilai yang halal dan thayyib, saluran distribusi yang transparan, hubungan pelanggan yang berlandaskan amanah, sumber pendapatan yang bebas riba, pengelolaan sumber daya dan aktivitas usaha yang etis, kemitraan yang adil, serta struktur biaya yang efisien dan bertanggung jawab. Berbagai studi di Indonesia membuktikan bahwa integrasi nilai-nilai bisnis ala Abdurrahman bin Auf ke dalam kerangka BMC mampu menciptakan model bisnis yang tidak hanya adaptif dan berdaya saing, tetapi juga berkelanjutan secara etika dan spiritual. Dengan demikian, penerapan BMC berbasis syariah menjadi pendekatan strategis yang relevan bagi bisnis Muslim modern untuk mencapai pertumbuhan ekonomi sekaligus menjaga integritas moral dan keberkahan usaha.

B. Saran

1. Bagi Pebisnis Muslim

Pebisnis Muslim sebaiknya menjadikan model bisnis Abdurrahman bin Auf sebagai teladan, terutama dalam mengedepankan nilai kejujuran, amanah, etos kerja tinggi, dan kepedulian sosial. Prinsip ini bukan hanya memperkuat keberhasilan bisnis secara materi, tetapi juga memastikan keberkahan yang membawa manfaat di dunia dan akhirat.

Selain itu, pengusaha perlu memastikan setiap langkah bisnis sejalan dengan syariat Islam, baik dalam sumber pendapatan, pengelolaan aset, maupun hubungan dengan mitra dan pelanggan. Dengan demikian, bisnis dapat tumbuh secara berkelanjutan tanpa mengorbankan nilai-nilai moral.

2. Bagi Pengembang Teori Bisnis Islam

Pengembang teori bisnis Islam perlu mengintegrasikan nilai-nilai syariah ke dalam kerangka model bisnis kontemporer seperti Business Model Canvas (BMC) agar dapat menjawab tantangan ekonomi global. Integrasi ini dapat memperkuat konsep bisnis Islami sehingga relevan untuk diterapkan pada berbagai sektor modern.

Selain itu, perlu adanya pengembangan indikator keberhasilan bisnis berbasis syariah yang tidak hanya menilai keuntungan materi, tetapi juga dampak sosial dan moral. Dengan demikian, teori yang dihasilkan mampu menjadi pedoman universal bagi pelaku usaha Muslim.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas kajian dengan membandingkan model bisnis Abdurrahman bin Auf dengan tokoh-tokoh Muslim lainnya, sehingga diperoleh gambaran lebih komprehensif tentang variasi penerapan prinsip bisnis Islami.

Kajian komparatif ini akan memperkaya literatur dan referensi bagi dunia akademik maupun praktis.

Selain itu, penelitian lapangan yang menguji penerapan prinsip-prinsip tersebut dalam konteks bisnis modern juga sangat diperlukan. Hal ini akan membantu mengukur efektivitas nilai-nilai syariah dalam menghadapi persaingan global sekaligus memberikan data empiris untuk penguatan teori.

C. Keterbatasan penelitian

1. Keterbatasan sejarah dan interpretasi telaah

Penelitian ini mengandalkan sumber-sumber literatur sejarah yang terbatas pada catatan para ulama dan sejarawan terdahulu. Karena bersifat historis, beberapa detail terkait praktik bisnis Abdurrahman bin Auf mungkin mengalami perbedaan interpretasi atau bias penulisan yang dipengaruhi oleh konteks zaman.

Selain itu, penafsiran terhadap prinsip-prinsip bisnis beliau sangat dipengaruhi oleh sudut pandang peneliti dalam memahami teks sejarah dan literatur Islam. Hal ini memungkinkan adanya variasi pemahaman jika dilakukan oleh peneliti lain dengan pendekatan berbeda.

2. Keterbatasan waktu dan cakupan bisnis modern

Keterbatasan waktu penelitian membuat analisis penerapan model bisnis Abdurrahman bin Auf terhadap seluruh sektor bisnis

modern belum dapat dilakukan secara menyeluruh. Kajian ini hanya memfokuskan pada aspek-aspek tertentu yang dianggap paling relevan dengan Business Model Canvas (BMC).

Kemudian, kompleksitas dan perkembangan yang sangat pesat dalam dunia bisnis kontemporer menuntut analisis

yang lebih mendalam dan spesifik pada sektor-sektor industri tertentu. Cakupan penelitian ini belum dapat menjangkau seluruh variasi model bisnis modern yang ada.



DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, Anwar. (2010). *Bung Hatta dan ekonomi Islam: Menangkap makna maqâshid al-syari'ah*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Abidah, K. N., Baihaqi, I., & Persada, S. F. (2020). Konsep Model Bisnis Inkubasi Online dengan Perspektif Triple Helix. *Jurnal Teknik ITS*, 9(1). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v9i1.42551>
- Ade Zuki Damanik. (2024). Peran Hukum Ekonomi Syariah Dalam Mengatur Transaksi Bisnis Syariah. *Eksekusi : Jurnal Ilmu Hukum Dan Administrasi Negara*, 2(3), 434–441. <https://doi.org/10.55606/eksekusi.v2i3.1335>
- Adibah Nabila Syifa Haidar. (2025). Integrasi Hukum Islam dan Akhlak dalam Manajemen Bisnis Islam: Membangun Etika dan Keberlanjutan. *Jurnal Semesta Ilmu Manajemen Dan Ekonomi*, 1(4), 626–633. <https://doi.org/10.71417/j-sime.v1i4.384>
- Aditianto, A. R., Arifin, S., & Arifin, S. (2024). Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kesetiaan Pelanggan Di Koperasi Jaya Abadi Tubanan Kembang Jepara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 318. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12643>
- Ady Triyas, A. P., Wulan Maulida, D. R., & Rahmawati, N. A. (2024). Analisis Representasi Influencer dalam Memunculkan Budaya Hiperrealitas Mahasiswa Terhadap Suatu Produk Melalui Konten Review. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(3), 1025–1036. <https://doi.org/10.54082/jupin.457>
- Afia, N., Firdaus, M., Asitah, N., Rosyidah, E., & Purnomo, A. (2022). Memahami Apa Makna Model Bisnis. *Open Society Foundation*, 1–6.

<https://osf.io/preprints/2c7bm/%0Ahttps://osf.io/2c7bm/download>

Afif, M., Lesmana, M., Aisyah, L., & Kholil, M. (2022). Analisis Strategi Bisnis Hijab Mazaya Yogyakarta Dengan Pendekatan Bisnis Model Canvas Ditinjau Dari Maqashid Syari'ah. *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 13(2), 108. <https://doi.org/10.18592/at-taradhi.v13i2.7461>

Aginta, G., & Rialdy, N. (2024). Etika Distribusi Dan Pemasaran Dalam Manajemen Bisnis Islam. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 1(2), 203–208.

<https://journal.ppmi.web.id/index.php/joieaf/article/view/1699%0Ahttps://journal.ppmi.web.id/index.php/joieaf/article/download/1699/1197>

Ahmad Bisri Musthafa. (2022). Etika Bisnis Dalam Islam. *IQTISHOD: Jurnal Pemikiran Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 1(2), 126–133. <https://doi.org/10.69768/ji.v1i2.11>

Akmala, Z., & Ridwan, A. A. (2022). Pengaruh Etika Pemasaran Islami Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Fashion Muslim E-Commerce Shopee dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(3), 199.

Aldi, M., Khairanis, R., Maulana, U. I. N., & Ibrahim, M. (2025). *Ekonomi Islam dalam Mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan SDGs*. 2(1), 2408–2416.

Alfina, F. S., & Ramadhan, S. (2025). Penerapan BMC (Business Model Canvas) Menggunakan Analisis SWOT pada UMKM Dimas Tempe. *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi*, 8(2), 2150–2157.

<https://doi.org/10.31004/jutin.v8i2.44194>

Andita, Shafa Shafina Putri. (2022). Manfaat perpustakaan digital dalam meningkatkan minat baca generasi milenial di era globalisasi. *LIBRIA*, 14(2), 122–142.

Anami, R. (n.d.). *Relevansi Sistem Ekonomi Islam dalam Menanggulangi Ketimpangan Sosial dan Ekonomi di Negara Berkembang pada politik ,.*

Angelia Putriana. (2023). Analisis Strategi Bisnis di Era Transformasi Digital. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(3), 223–232. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v2i3.2105>

Anis Zohriah¹, Hikmatul Fauzjiah², Adnan³, M. shofwan M. N. B. (2023). Jurnal Dirosah Islamiyah Jurnal Dirosah Islamiyah. *Jurnal Dirosah Islamiyah Volume*, 5, 704–713. <https://doi.org/10.17467/jdi.v7i1.6762>

Anisa Yulia Nauliyasha, R. S. (2025). PAI dan Kewirausahaan Islami: Membangun Minat Wirausaha Syariah Jujur-Amanah. *Jurnal Cendekiawan Dan Riset Multidisiplin Akademik Terintegrasi*, 1(2), 60–64.

Anshari, A., & Jaharuddin, J. (2025). *Kewirausahaan Yang Beretika : Peran Akhlak Islami Dalam Membangun Kepercayaan dan Keberlanjutan.*

Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>

Aripin, S. N., Robiyati, W., & Fitria, D. T. (2023). Surga yang di janjikan. *Gunung Djati Conference Series*, 22, 392–400.

- Asmani, Jamal Ma'mur. (2025). *Fiqh ekonomi Islam*. Yogyakarta: Diva Press.
- Auliani, R., Ramadhani, D. A., Tasya, L., & Keling, M. (2024). *Tantangan Dalam Pengelolaan Bisnis Kewirausahaan*. 3(1).
- Ayusaleha, A., & Laila, N. (2022). *Diversifications , Bank Characteristics , and Profitability of Sharia Commercial Banks in Indonesia* *Diversifikasi , Bank Karakteristik , dan Profitabilitas Bank Umum Syariah* di. 9(3), 299–309. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20223pp299-309>
- Azizah, M., & Hariyanto, H. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam terhadap Konsep Green Economics. *Supremasi Hukum: Jurnal Kajian Ilmu Hukum*, 10(2), 237–252. <https://doi.org/10.14421/sh.v10i2.2392>
- Bisnis, J., Syariah, E., Juni, N., Yanti, M. D., Aisha, F. N., Sundusy, L. V., Islam, U., Siber, N., & Nurjati, S. (2025). *Bisnis Halal , Rezeki Berkah : Etika Wirausaha Muslim dalam Arus Kapitalisme kehidupan modern , termasuk aktivitas kewirausahaan . Sistem ini menekankan prinsip*. 8(2023), 531–534.
- Daud, S., Al Affan, D., Rachman, M. F., & Al Fiqih, M. R. (2025). Implementasi Business Model Canvas (BMC) dalam Perencanaan Strategi Pemasaran Kewirausahaan UMKM (Studi pada “Citra Oleh-Oleh Lampung” di Bandar Lampung). *Jurnal EMT KITA*, 9(1), 287–297. <https://doi.org/10.35870/emt.v9i1.3542>
- Dean Amry, A., Mutia, T., Tania Anggun Lestari, L., Riqqa Nabila, D., Afrilian, B., Islam, E., dan Bisnis, E., Jambi, U., Minang Masak, K., Raya Jambi - Muaro Bulian, J., & Darat, M. K. (2024). Tantangan dan Peluang Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Pemasaran Pengusaha Muslim Kota Jambi Di

Era Digitalisasi Challenges and Oppotunities Of Islamic Bussines Ethics In The Marketing Strategy Of Muslim Enterprenues In The City Of Jambi In The Era Of D. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 7(2), 196–202.
<https://doi.org/10.31949/maro.v7i2.9675>

Diah Shafa Shafira, S., Asyari Hasan, Naura Azfa, Siti Nurainuniisa4, & Faturrahman. (2024). Problematika Sistem Ekonomi Islam Di Indonesia. *Al-Idarah : Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 5(1), 34–53.
<https://doi.org/10.35316/idarrah.2024.v5i1.34-53>

Efendi, U., Wono, H. Y., & Harianto, E. (2025). *JURNAL LOCUS: Penelitian & Pengabdian Evaluasi Business Model Canvas Dalam Pengembangan Model Bisnis B2B Dari Basis Konsumen B2C Pada Perusahaan Jasa*. 4(9), 10637–10652.

Fadillah, S., Marpaung, Zulkaidah Siregar, H., Abdillah, F., Fadilla, H., Arif, M., & Manurung, P. (2023). Dampak Transformasi Digital terhadap Inovasi Model Bisnis dalam Start-up Teknologi. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 6111–6122. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/2827>

Fatha Pringgar, R., & Sujatmiko, B. (2020). Penelitian Kepustakaan (Library Research) Modul Pembelajaran Berbasis Augmented Reality pada Pembelajaran Siswa. *Jurnal IT-EDU*, 05(01), 317–329.

Fauza, M. (2023). Implementasi Prinsip-Prinsip Dasar Ekonomi Islam Dalam Aktivitas Ekonomi. *Mumtaz: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 8591.
<https://journal.aira.or.id/index.php/mumtaz>

- Fauzan, M., Islam, U., Syekh, N., Hasan, A., Addary, A., Tarigan, A. A., Islam, U., Sumatera, N., Medan, U., Ridwan, M., Islam, U., Sumatera, N., & Medan, U. (2024). *Ekonomi Islam Menurut Konsep*. 9(204), 1665–1677.
- Febrianti, F., & Subrotio, U. (2023). *Journal of Social and Economics Research*. 5(2), 799–811.
- Femy Sasongko, D., Wahyu Hestya Budianto, E., Ulhaq Arkaan, D., & Herawati, A. (2021). Internalisasi Nilai Moderasi Beragama Dalam Sistem Ekonomi Syariah Pada Umkm Halal Melalui Produk Pembiayaan Syariah. *Martabe: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(4), 1303–1320.
- Fikri Ihsanul Fuad, Juliana Kadang, & Ihksan Syarifuddin. (2023). Implementasi Business Model Canvas (Bmc) Dalam Perencanaan Strategi Pemasaran Toreko. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 102–113. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i1.656>
- Firdausi, N., Septianto, A., Nathaniela, T. C., Rosyidah, E., & Purnomo, A. (2021). Apa yang Dimaksud dengan Inovasi Model Bisnis? *Management (Croatia)*, 1–6.
- Fitri Ma'mun, Ahmad Asrof. (2017). *Lebih sukses berdagang ala Khadijah dan Abdurrahman bin Auf*. Yogyakarta: Semesta Hikmah.
- Gazali, A., Fahmi, A. S., Auliya, S., Islam, U., Imam, N., & Padang, B. (2025). *Penerapan Prinsip Keuangan Berbasis Al-Qur ' an dalam Optimalisasi Fintech Syariah di Indonesia*. 10(1), 14–27.
- Giantara, F. (2022). Sifat-Sifat Pendidik Prespektif Hadis Nabi. *Symfonia: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2, 61–76.

- Hajar, H. (2023). *REFLEKSI NILAI-NILAI SPIRITUAL PERSPEKTIF ISLAM : DEKONSTRUKSI MENTAL AKUNTAN*. 3(1), 35–51.
- Hamdan, U., Azzulala, B. N., & Nasifah. (2022). Urgensi Spiritual Marketing dan Marketing Syariah dalam Dunia Bisnis. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 9(1), 27–37.
<https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v9i1.5483>
- Haryono, H., & Yusuf, R. (2022). Konsep Bisnis Abdurrohman Bin 'Auf Radiyallahu 'Anh Ditinjau dari Fiqih Muamalah dan Sejarah. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi* ..., 329–342.
<http://jurnal.staialhidayahbogor.ac.id/index.php/ad/article/view/3058>
- Hendy, M., & Permana, D. (2024). *Peran UMKM Sebagai Wadah Inkubasi Kewirausahaan Bagi Mahasiswa Dalam Program Wirausaha Merdeka*.
- Herzeqovina, B. (2020). Konsep Manajemen Bisnis dalam Pandangan Islam berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits. *Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 3(1), 139–154.
<https://jurnal.stit-al-ittihadiyahlabura.ac.id/index.php/alfatih/article/view/80>
- Haslinah. (2018). *Abdurrahman bin Auf (Biografi dan perjuangan dalam membela Islam)* (Skripsi Sarjana). Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Makassar.
- Humairoh, G., Amalia, A., Alghifari, M. F., & Salsabila, M. (2024). *TERHADAP MINAT BERSEDEKAH MAHASISWA JURUSAN EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2023 1234 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Salsabila , “ Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Pemasukan Mahasiswa Terhadap*

- Minat Bersedekah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2023.* 1(2), 174–193.
- Indrawan, D., & Jalilah, S. R. (2021). Metode Kombinasi/Campuran Bentuk Integrasi Dalam Penelitian. *Jurnal Studi Guru Dan Pembelajaran*, 4(3), 735–739. <https://doi.org/10.30605/jsgp.4.3.2021.1452>
- Islam, U., Sultan, N., & Kasim, S. (2024). 2024 *Journal of Sharia Economics Scholar (JoSES)*. 2(3), 77–82.
- Kriswahyudi, G. (2022). Membangun kewirausahaan dalam perspektif ekonomi Islam. *Srikandi Journal of Islamic Economic and Banking*, 1(1), 57–66. <https://doi.org/10.25217/srikandiv1i1.1335>
- Kurniawan, D. A., Ridlo, M., Harahap, S. A. R., Firmansah, Y., Astuti, R. Y., Rusli, L., Al Farizi, M., & Syamna, D. K. (2023). Pendampingan legalitas usaha NIB dan sertifikasi halal produk pada UMKM Kabupaten Ponorogo untuk peningkatan daya saing usaha. *Community Empowerment Journal*, 1(3), 122–131. <https://doi.org/10.61251/cej.v1i3.27>
- Latifah, E., & Abdullah, R. (2024). Konsep Bisnis Islami: Tujuan, Karakteristik Dan Prinsip. *JIDE : Journal Of International Development Economics*, 2(02), 133–152. <https://doi.org/10.62668/jide.v2i02.1189>
- Lestari, P. (2020). Analisis Komparatif Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Di Indonesia dan Malaysia Dengan Pendekatan Metode CAMEL Periode 2014–2018. *JURNAL Masharif Al-Syariah*, 5(2), 175–193. <http://eprints.stiei-kayutangi-bjm.ac.id/1113/>
- Lili Erlina, Hasnita, Y. N., Cahyani, A. T., & Shafrani, Y. S. (2025). Penerapan

- Business Model Canvas dalam Meningkatkan Daya Saing Produk PT Jamkrindo Syariah Purwokerto. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 68–77. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i2.3343>
- Maharani, N. S., & Haryati, E. S. (2023). Efektivitas Petugas Unit Aviation Security (Avsec) Terhadap Keamanan di Bandar Udara Sultan Babullah Ternate. *JETISH: Journal of Education Technology Information Social Sciences and Health*, 1(1), 7–15. <https://doi.org/10.57235/jetish.v1i1.27>
- Maharti, R. K., & Fahrullah, A. (2021). Penerapan Etika Bisnis Syariah Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Yayasan Aqiqoh Nurul Hayat Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(1), 207–218. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n1.p207-218>
- Mahmud, & Masalam, F. (2024). Komunikasi Pemasaran Syariah: Sinergi Antara Nilai Religius dan Strategi Branding. *El-Fata: Jurnal of Sharia Economics and Islamic Education*, 3(2), 270–284.
- Maradita, F., & Aprirachman, R. (2024). Business Model Canvas (BMC) And Value Proposition Canvas (VPC) Analysis For Whale Shark halal Tourism, Tarano District, Sumbawa Regency Solution To Formulate A Strategy To Increase Tourism Value. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 990. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12783>
- Mardiana, N. A., Kurniawan, D., Widigdyo, A., & Putra, A. W. (2024). Strategi Inovatif dalam Pengembangan Bisnis: Kombinasi Business Model Canvas (BMC) dan Analisis SWOT pada PT MBA, Blitar. *G-Tech: Jurnal Teknologi Terapan*, 8(2), 742–748. <https://doi.org/10.33379/gtech.v8i2.4005>

- Masayu Endang. (2020).
 Percaya_Diri_Dan_Berpikir_Strategis_Untuk_Menghada. *Percaya Diri Dan Berpikir Strategis Untuk Menghadapi Ketatnya Persaingan Bisnis*, 1(2), 26–40.
- Masruroh, E., & Sugiono, S. (2022). Upaya Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) NU Dalam Membangun Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus: BMT NU Cabang Grujugan Bondowoso). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 561. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4339>
- Masyarakat, K., Bank, P., & Indonesia, S. (2023). *Issn : 3025-9495*. 3(1).
- Maulidya, I., Zahra, A., Kartono, F. K., & Kuntari, W. (2024). *Strategi Optimasi Model Bisnis pada AIF Digital Custom Agency Menggunakan Business Model Canvas*. 3(4), 296–306.
- Mazza Basya, M., Setya Iqbal Pratama, R., & Iqbal Surya Pratikto, M. (2020). Strategi Pengembangan Fintech Syariah Dengan Pendekatan Business Model Canvas di Indonesia. *OECONOMICUS Journal of Economics*, 4(2), 180–196. <https://doi.org/10.15642/oje.2020.4.2.180-196>
- Muliana, M. (2017). Konsep Dakwah Entrepreneur Menurut Abdurrahman Bin Auf. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Administrasi Islam*, 1(2), 227. <https://doi.org/10.22373/al-idarah.v1i2.2673>
- Mursyidah, A. (2024). Analisis Business Model Canvas Mengenai Program Dan Strategi Pemasaran Produk Bsi Griya Pada Bank Syariah Indonesia. *Tijarah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1). <https://doi.org/10.59818/tijarah.v1i1.96>
- Nahdliyah, K. A., & Naelasari, D. (2024). *Interaksi Edukatif Guru Pendidikan*

Agama Islam Dan Siswa Dalam Membentuk Kepribadian Muslim. 2, 116–125.

Nazili, M. A. H., Khojir, & Rumainur. (2021). Etika Pendidik Dalam Pendidikan Islam (Analisis Kitab Manhaj As-Sawi Syarah Usul Thariqah As-. *Borneo Journal of Islamic Education, I*(1), 13–38.

Ngatikoh, S., & Isti'anah. (2020). Pengaruh Ekspor Impor Bagi Pertumbuhan Ekonomi Dalam Perspektif Islam. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam, 3*(2), 97–110.

Nindya Novianti. (2022). Optimalisasi Website Repository. *Repo.Palcomtech.Ac.Id*, 13–15.

Noor Aditya Pratama, & Gafur, A. (2022). Manajemen Strategi Usaha Rumah Makan Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 Berdasarkan Konsep Abdurrahman Bin Auf (Studi Kasus Rumah Makan Dandito Balikpapan). *Jesm: Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman, 1*(1), 115–121.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=manajemen+strategi+usaha+rumah+makan&btnG=#d=gs_qabs&t=1701902097704&u=%23p%3D1N4q7Y2f7UoJ

Nurfadilah, Saleh, M., & Sinaga, A. (2023). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank SUMUT Syariah KCP Stabat. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah, 2*(1), 285–297.
<https://jurnal.perima.or.id/index.php/JEKSya/article/view/164>

Nurrachmi, I., & Setiawan. (2020). Analisis Penerapan Business Model Canvas pada Koperasi Syariah. *Malia (Terakreditasi), 12*(1), 67–78.

<https://doi.org/10.35891/ml.v12i1.1896>

Nursaadah, I., & Konsumen, P. (2025). *Pengaruh Pemahaman Etika Bisnis dan Skema KPR Tanpa Bank Terhadap Perilaku Konsumen Pada Properti Syariah : Studi Kasus Perumahan Pajajaran Residence Gandasari Majalengka*. 8, 273–283.

Nurul Falach, A., Mahsun, M., & Saiban, K. (2024). Kerangka Bisnis Model Canvas pada Industri Halal dalam Perspektif Maqashid Syariah. *Idarotuna : Journal of Administrative Science*, 5(1), 98–110.
<https://doi.org/10.54471/idarotuna.v5i1.92>

Nurul Kumala, F. O., & Anwar, M. K. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Pt.Hasanah Mulia Investama. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 26–39.
<https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p26-39>

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). *Business model generation* (terj. Natalia Ruth Sihandirini). Jakarta: Elex Media Komputindo.

Pasaribu, I. M., Fitri, N., Safaruddin, S., & Surbakti, E. Y. (2024). Optimalisasi Bisnis Model Canvas Untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 953–963.
<https://doi.org/10.46576/bn.v7i2.5503>

Patin, I. (2024). *Business Model Canvas*. 7, 283–303.

Pengabdian, J. J., Masyarakat, K., Prihatiningsih, A., Putra, D., Yulita, O., Pesantren, P., & Syariah, K. (2025). *Pemberdayaan ekonomi santri pondok pesantren nurul jalal muara tebo melalui implementasi model*

kewirausahaan syariah. 1(3), 77–85.

Pokhrel, S. (2024). No TitleEΛENH. *Ayan*, 15(1), 37–48.

Polem, t. riskan, Asmuni, & Angraini, T. (2024). *Evaluasi praktik istihisan dan istishab dalam muamalah kontemporer*. 9(204), 578–593. <https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/download/21457/7428/54348>

Prabowo, D. A., Wolok, E., & Junus, S. (2025). Penerapan business model canvas sebagai alternatif strategi bisnis pada UKM Rumah Karawo. *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi*, 8(1), 416–425. <https://doi.org/10.31004/jutin.v8i1.38124>

Pratama, I. Y., & Fauzan, R. (2025). *PENGEMBANGAN MODEL BISNIS PADA PT . SAHIBUNA SABILA SALAM BUKITTINGGI MENGGUNAKAN BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)*. 3(7).

Purba, T., Nainggolan, N. P., Nurhabsyina, N., Rahmadani, I. A., & Putri, T. A. (2024). Penerapan Bisnis Model Kanvas Pada Produk Tawanyesss. *Postgraduate Management Journal*, 3(2), 52–62. <https://doi.org/10.36352/pmj.v3i2.732>

Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merekdanpersepsi Harga. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524.

Putri, D. F., & Yuliani, Y. (2023). Implikasi Etika Bisnis Dalam Perdagangan Internasional: Tinjauan Terhadap Kegiatan Ekspor Dan Impor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(2), 119–130. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v3i2.457>

- Putri Indah Permatasari, & Masruchin. (2022). Analisa Proses Bisnis Dan Model Bisnis Pada Platform E-commerce Syariah Salamin.Id. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1), 171–180.
[https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(1\).9030](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(1).9030)
- Rafanda, S., & Adinugraha, H. H. (2025). Model Bisnis Berbasis Syariah dalam Ekonomi Kreatif: Studi Kasus Jago Syariah. *Jurnal Sahmiyya*, 4(1), 275–284.
- Rahayu, E. (2025). Pengaruh Etika Bisnis Islam dalam Optimalisasi Pengembangan UMKM. *Jurnal Al-Istishna*, 1(2), 76–88.
<https://doi.org/10.58326/jai.v1i2.271>
- Raja, M., Haji, A., Putra, W. E., Fadilah, A. R., Panjaitan, D., & Nisa, K. (2025). Analisis Penggunaan Bisnis Model Canvas Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM): A Systematic Literature Review. *Jurnal Bahtera Inovasi*, 9(1), 45–53.
- Rajab, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan Diri Mahasiswa Terhadap Dorongan Berwirausaha. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 213–218.
<https://doi.org/10.35446/bisniskompetitif.v1i2.1109>
- Ramadaey Bangsa, J., Laila Ramadhani, N., & Indah Isnawati, S. (2023). Business Model Canvas (BMC) dalam Pengembangan Bisnis Fashion Muslim. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 51–64.
- Ramadhani, T., Budimansyah, B., & Sanjaya, Vi. F. (2021). PENGARUH RATING DAN ONLINE CONSUMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI PEMEDIASI PADA

(Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).

REVENUE: *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(2), 143–162.

<https://doi.org/10.24042/revenue.v2i2.9623>

Rawwas, Muhammad. (2009). *Sirah Nabawiyah*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.

Ril, U. I. N. (2024). *INOVASI MODEL OPERASIONAL UNTUK MENCIPTAKAN*. 63–74.

Riyanto, A., & Arini, D. P. (2021). Analisis Deskriptif Quarter-Life Crisis Pada Lulusan Perguruan Tinggi Universitas Katolik Musi Charitas. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 3(1), 12–19. <https://doi.org/10.33024/jpm.v3i1.3316>

Rizkina, A., Siregar, S., Lubis, N. H., & Syafitri, N. A. (2024). *Landasan Teologi Ekonomi Islam : Peran Tauhid dan Keadilan dalam Mewujudkan Ekonomi yang Adil dan Sejahtera*.

Rochim, A. N., & Muttaqien, M. I. (2025). Keadilan , Amanah , dan Musyawarah : Integrasi Nilai Kepemimpinan Islam dalam Manajemen Pendidikan Modern عِبْرَاتُ خَلِّفِ الْأَعْيَانِ فِي عِجْرَةِ الْفِي. *Jurnal Visi Manajemen*, 11(2), 1–12.

Romlah, S., Tinggi, S., Islam, A., & Bangil, P. (2021). Perbandingan Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif dalam Melakukan Penilaian Operasional. *Jurnal Studi Islam*, 16(1), 1–13.

Rukhmana, T. (2021). Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page 25. *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 2(2), 28–33.

- Ruslang, R., Kara, M., & Wahab, A. (2020). Etika Bisnis E-Commerce Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah Dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 665. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1412>
- Sadr, M. B. A.-, Vadillo, I. U., & Chapra, D. M. U. (2024). *Pemikiran Ekonomi Islam Kontempore. 1*.
- Salim, A., Susanti, E., & Nofiansyah, D. (2024). Etika bisnis islam dan kualitas produk dalam peningkatan penjualan produk rumah tangga melalui aplikasi e-commerce. *EKOMBIS Sains*, 9(2), 150–155.
- Santoso, S. (2022). *Integrasi Prinsip-Prinsip Islam dalam Kewirausahaan dan Pemasaran : Studi Literatur tentang Motivasi , Pembiayaan , dan Strategi Bisnis Berkelanjutan*. 6(2), 124–137. <https://doi.org/10.22236/alurban>
- Sari, P. A., & Hidayat, I. (2022). Analisis Laporan Keuangan. *Eureka Media Aksara*, 1(69), 5–24.
- Sekar Sari, N. (2025). Peran Etika Bisnis dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(1), 207–221.
- Setia, P., & Dilawati, R. (2021). Tren Baru Islam melalui Gerakan Hijrah: Studi Kasus Shift Pemuda Hijrah. *Khazanah Theologia*, 3(3), 131–146. <https://doi.org/10.15575/kt.v3i3.12708>
- Setianingrum, N., Lestari, I. D., Hidayatullah, M., & Pratiwi, A. (2023). Strategi Pengembangan Tabungan Dengan Pendekatan Business Model Canvas Pada Bank Syariah Indonesia. *Indonesian Scientific Journal of Islamic Finance*,

2(1), 67–83. <https://doi.org/10.21093/inasjif.v2i1.7599>

Setiawan, M., & Kania, T. N. (2024). Business Model Canvas Innovation at Luki Mas Fish Business in Bandung City. *Journal of Economic Empowerment Strategy (JEES)*, 7(1), 58–81. <https://doi.org/10.23969/jees.v7i1.12300>

Sholihah, N. A. (2025). *Analisis Penggunaan Business Model Canvas Terhadap Persaingan Bisnis Pada BMT El-Mentari Purwokerto*. 2(2), 99–108.

Siregar, Z., & Sisdianto, E. (2024). Membangun Etika Bisnis Yang Berbasis KepedulianLingkungan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 317–330. <https://doi.org/10.61722/jemba.v1i4.521>

Solihin, A., Wazim, & Mukarromah, O. (2022). Pengaruh Inflasi Dan Kurs Nilai Tukar Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 1–9.

Subkhi Mahmasani. (2020). *View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk*. 274–282.

Supriyatno, H., & Hamidah, A. (2022). Koleksi Repositori Sebagai Sarana Diseminasi Informasi Di Masa Pandemi. *Shaut Al-Maktabah : Jurnal Perpustakaan, Arsip Dan Dokumentasi*, 14(1), 16–29. <https://doi.org/10.37108/shaut.v14i1.651>

Susanto, A. (2022). Entrepreneurial Leadership Nabi Muhammad Saw Dalam Peristiwa Hijrah. *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*, 3(2), 335–356. <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v3i2.191>

SYAFITRI, E. R., & NURYONO, W. (2020). Studi Kepustakaan Teori Konseling “Dialectical Behavior Therapy.” *Jurnal BK Unesa*, 53–59.

<https://core.ac.uk/download/pdf/287304825.pdf>

- Syahbudi, M., Ria Armayani, R., & Tambunan Badan Riset dan Inovasi Daerah Kota Medan Jl Jenderal Besar Nasution No, K. A. (2024). Pengembangan Koperasi Syariah Melalui Business Canvas : Gagasan Dalam Pengembangan Masjid Mandiri Di Kota Medan. *Jurnal Pembangunan Kota Medan (JPKM)*, 1(2), 46–54. <https://jpkm-brida.pemkomedan.go.id/index.php/jpkm/index>
- Syahfitri, M., Larasati, M., Sepriyadi, M. I., & ... (2023). Analisis Business Model Canvas Upada Umkm Toko Junicomp Tanjungpinang. *Innovative: Journal Of ...*, 3, 2260–2269.
- Tazkiyyaturrohman, R. (2020). Tren Model Bisnis Kolaborasi Antar Perusahaan Startup Perspektif Bisnis Islam. *Kodifikasia*, 14(2), 381–402. <https://doi.org/10.21154/kodifikasia.v14i2.2123>
- Universitas, P., & Utara, S. (2022). *E-research untuk Universitas Riset Studi Kasus pada Layanan Digital KASUS PADA LAYANAN DIGITAL PERPUSTAKAAN Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi , Universitas Sumatera Program Studi S2 Sains Data dan Kecerdasan Buatan , Universitas*. 6(December), 159–180.
- Uyun, K., & Rohman, A. (2024). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Di Umkm Busana Muslim “Fashion Store” Geger Bangkalan. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(6), 6.
- Wardana, A. (2024). *Peran Ekonomi Syariah dalam Membentuk Pribadi yang Berjiwa Entrepreneur dan Islami*. 2(1), 1–11.
- Wardana, A., & Setyawan, R. (2023). Peran Dagang Untuk Mengentaskan

- Masalah Ekonomi Dalam Kacamata Islam. *Jurnal Ar-Ribhu*, 5(2), 403–412.
<https://doi.org/10.46781/ar-ribhu.v5i2.765>
- Wardani, Y. M., & Ridlwan, A. A. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi E-Commerce. *Jurnal Ilmu Agama*, 3(1), 62–77.
- Wijaya, I. A., Shahirah, R. A., & Yuliana, M. E. (2022). The Effect of Communication and Teamwork on Employee Performance. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia* Vol, 2(3), 058–079.
<https://doi.org/10.53866/jimi.v2i1.109>
- Wulandari, E. P., & Djakfar, M. (2022). Etika Bisnis Islam Dalam Upaya Pengembangan Ekonomi Sektor Industri Halal. *Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 07(02), 103–110.
- Yuliana, I., Wahyuni, N., Sawitri, D., Ekonomi dan Bisnis Universitas Gajayana Malang, F., & Manajemen Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, D. (2024). Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia Berbasis Maqashid SyariaTMh dan Etika Bisnis Islami. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(3), 3075–3086. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/15036>
- Yulianti, N., & Laily Nisa, F. (2024). Optimalisasi Penerapan Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Industri Keuangan Mikro Di Indonesia. *HARE: Sharia Economic Review*, 1(1), 12–19.
- Yulianto, J. E. (2023). Mengartikulasikan tradisi kritis dalam riset kualitatif bidang psikologi di Indonesia. *Jurnal Psikologi Ulayat*.
<https://doi.org/10.24854/jpu801>