

Halalpreneurship: Etika Bisnis Islam di Era Ekonomi Kreatif

M. Faiz Nashrullah

Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia
faiz.nashrullah@trunojoyo.ac.id

Mahbub Ainur Rofiq

UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia
mahbub@uin-malang.ac.id

Submission	Accepted	Published
Des 6, 2025	Des 22, 2025	Des 22, 2025

Abstract

Ideally, halalpreneurship should be viewed as a form of entrepreneurship that integrates creativity, innovation, and economic sustainability with the ethical values of Islamic business, such as honesty, justice, trustworthiness (amanah), and social responsibility. However, in reality, halalpreneurship practices in the era of the creative economy still face various challenges, including low levels of Islamic ethical literacy among business actors, a lack of understanding of halal principles within creative production chains, and the dominance of profit-oriented motives that often neglect spiritual and social dimensions. This study aims to analyze the integration of Islamic business ethics values in halalpreneurship practices within the creative economy sector, as well as to explore the fundamental differences between conventional entrepreneurship and halal entrepreneurship in terms of orientation, business processes, and social impact. This article is categorized as library research employing a qualitative approach. The methodology used is descriptive analytical study. The findings indicate that the application of Islamic business ethics in halalpreneurship plays a crucial role in creating a balance between innovation and economic blessing (barakah). Furthermore, it is found that halalpreneurs who consistently apply sharia principles tend to achieve more stable business sustainability and stronger consumer trust. Therefore, strengthening halal literacy, regulatory support, and inter-institutional collaboration are key factors in building a competitive and socially just halalpreneurship ecosystem.

Keywords: Halalpreneurship, Islamic Business, Creative Economy.

Abstrak

Seharusnya, *halalpreneurship* dipandang sebagai bentuk kewirausahaan yang memadukan kreativitas, inovasi, dan keberlanjutan ekonomi dengan nilai-nilai etika bisnis Islam seperti kejujuran, keadilan, amanah, dan tanggung jawab sosial. Namun, dalam realitasnya, praktik *halalpreneurship* di era ekonomi kreatif masih menghadapi berbagai tantangan, antara lain rendahnya literasi etika Islam di kalangan pelaku usaha, kurangnya pemahaman tentang prinsip halal dalam rantai produksi kreatif, serta dominasi orientasi profit yang sering mengabaikan aspek

spiritual dan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis integrasi nilai-nilai etika bisnis Islam dalam praktik *halalpreneurship* di sektor ekonomi kreatif, serta menelusuri perbedaan mendasar antara wirausaha konvensional dan wirausaha halal dalam hal orientasi, proses bisnis, dan dampak sosial. Artikel ini tergolong dalam penelitian pustaka dengan pendekatan kualitatif. Metodologi yang digunakan adalah studi analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam *halalpreneurship* berperan penting dalam menciptakan keseimbangan antara inovasi dan keberkahan ekonomi. Selain itu, ditemukan bahwa pelaku *halalpreneur* yang menerapkan prinsip syariah secara konsisten cenderung memiliki keberlanjutan bisnis yang lebih stabil dan kepercayaan konsumen yang lebih kuat. Oleh karena itu, penguatan literasi halal, dukungan regulasi, dan kolaborasi antar-lembaga menjadi kunci utama dalam membangun ekosistem *halalpreneurship* yang berdaya saing sekaligus berkeadilan sosial.

Kata Kunci: Halalpreneurship, Bisnis Islam, Ekonomi Kreatif.

Pendahuluan

Dalam dua dekade terakhir, perekonomian global mengalami transformasi besar-besaran dengan munculnya era ekonomi kreatif yang menempatkan ide, inovasi, dan teknologi sebagai penggerak utama pertumbuhan. Ekonomi kreatif tidak lagi sekadar berbicara tentang produksi barang, tetapi juga tentang penciptaan nilai tambah berbasis kreativitas manusia (Rusmini, et al., 2022). Dalam konteks ini, umat Islam menghadapi peluang sekaligus tantangan besar untuk berpartisipasi aktif tanpa kehilangan nilai-nilai moral dan spiritual yang menjadi fondasi kehidupannya. Salah satu konsep yang mulai mendapat perhatian luas adalah *halalpreneurship*, yakni kewirausahaan berbasis prinsip halal yang berorientasi pada keberkahan, etika, dan tanggung jawab sosial. Konsep ini hadir sebagai bentuk integrasi antara semangat inovasi ekonomi kreatif dengan nilai-nilai syariah yang menekankan keseimbangan antara dunia dan akhirat.

Halalpreneurship bukan hanya sebatas aktivitas bisnis yang memproduksi barang dan jasa halal, tetapi juga mencerminkan komitmen etis dalam seluruh proses ekonomi, mulai dari perencanaan, produksi, hingga distribusi (Khasanah, 2023). Dalam pandangan Islam, bisnis tidak dipisahkan dari moralitas. Nabi Muhammad SAW sendiri dikenal sebagai sosok pedagang yang sukses karena kejujuran dan amanahnya, bukan karena strategi manipulatif. Nilai-nilai seperti keadilan (*adl*), kejujuran (*shidq*), amanah, dan tanggung jawab sosial menjadi prinsip universal dalam etika bisnis Islam. Oleh karena itu, *halalpreneurship* dapat dipandang sebagai model ekonomi yang bukan hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada keberlanjutan sosial dan spiritual. Dalam era ekonomi kreatif yang sarat kompetisi dan eksploitasi nilai, kehadiran paradigma ini menjadi alternatif yang menyeimbangkan antara efisiensi ekonomi dan etika kemanusiaan.

Idealnya, pengembangan *halalpreneurship* di era ekonomi kreatif dapat menjadi motor penggerak baru bagi pertumbuhan ekonomi umat, sekaligus instrumen dakwah ekonomi yang menunjukkan keunggulan etika Islam dalam praktik bisnis modern. Ekonomi kreatif berbasis halal diharapkan mampu memperluas lapangan kerja, meningkatkan daya saing produk Muslim, dan menguatkan citra positif Islam di kancah global. Namun, realitas yang terjadi justru menunjukkan bahwa banyak pelaku bisnis Muslim belum sepenuhnya memahami makna etis di balik konsep halal (Nasution & Taufiq, 2023). Label halal sering

kali hanya dijadikan alat marketing, bukan landasan moral yang mengarahkan perilaku bisnis. Selain itu, masih lemahnya literasi kewirausahaan syariah, keterbatasan dukungan kebijakan, dan rendahnya integrasi antara sektor pendidikan, industri, dan lembaga keuangan syariah menyebabkan perkembangan *halalpreneurship* berjalan lambat dan belum optimal.

Kondisi ini menimbulkan permasalahan utama dalam penelitian ini, yakni bagaimana etika bisnis Islam dapat diintegrasikan secara nyata ke dalam praktik *halalpreneurship* di tengah arus ekonomi kreatif yang cenderung pragmatis. Terdapat ketegangan antara idealisme nilai-nilai syariah dengan realitas bisnis yang kompetitif dan berbasis kapital. Banyak pelaku bisnis Muslim terjebak dalam dilema antara menjaga kehalalan dan mengejar efisiensi, antara mempertahankan kejujuran dan memenuhi tekanan pasar. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji ulang fondasi moral dan strategi implementatif *halalpreneurship* agar dapat bersaing secara global tanpa mengorbankan nilai-nilai keislaman yang menjadi identitas utamanya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis secara mendalam konsep *halalpreneurship* dalam perspektif etika bisnis Islam dan menelaah bagaimana prinsip-prinsip moral seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab sosial dapat diterapkan dalam konteks ekonomi kreatif modern. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi pelaku *halalpreneur* di era digital, serta menawarkan model integratif yang menggabungkan inovasi kreatif dengan etika syariah. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya kajian ekonomi Islam kontemporer dengan menghadirkan konsep *halalpreneurship* sebagai paradigma baru kewirausahaan beretika. Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi pelaku bisnis Muslim, lembaga pendidikan, dan pembuat kebijakan dalam membangun ekosistem ekonomi halal yang berkeadilan, berkelanjutan, dan membawa keberkahan bagi masyarakat luas.

Literature Review

Kajian tentang *halalpreneurship* bukanlah tema yang sepenuhnya baru dalam khazanah akademik ekonomi Islam. Sejumlah peneliti telah lebih dahulu mengupas dengan berbagai metode dan pendekatan. Efriza Pahlevi Wulandari dalam karyanya yang berjudul; “*Etika Bisnis Islam Dalam Upaya Pengembangan Ekonomi Sektor Industri Halal*” yang dipublikasikan dalam *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, telah menjelaskan bahwa penerapan etika bisnis Islam menjadi pilar utama dalam mengembangkan industri halal di Indonesia (Wulandari & Djakfar, 2022). Temuannya menunjukkan bahwa potensi besar industri halal di Indonesia belum diimbangi dengan pemahaman yang memadai terhadap nilai-nilai etika syariah di kalangan pelaku usaha. Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada pengakuan bahwa etika bisnis Islam merupakan fondasi *halalpreneurship*, sedangkan perbedaannya terletak pada fokus: jika Wulandari lebih menekankan pada industri halal secara luas, maka penelitian ini berfokus pada penerapan nilai etika tersebut dalam konteks ekonomi kreatif dan wirausaha Muslim yang bergerak di bidang inovatif.

Andi Amma Ruhmah, dkk., dalam karya yang berjudul; “*Digital Halal Entrepreneurship: Memaksimalkan Potensi Bisnis Halal di Indonesia*,” telah mendeskripsikan dengan sangat baik, serta menggali faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan pelaku bisnis halal di era digital (Ruhmah et al., 2024). Ruhmah dan rekan-rekannya menemukan bahwa peluang bisnis halal di Indonesia semakin besar seiring meningkatnya penetrasi teknologi dan kesadaran konsumen Muslim terhadap produk halal. Namun, mereka juga mencatat adanya sejumlah kelemahan seperti rendahnya literasi digital di kalangan

halalpreneur, serta ancaman berupa persaingan global dan kurangnya dukungan regulasi yang efektif. Temuan tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi membuka ruang baru bagi kewirausahaan Muslim, tetapi juga menuntut kesiapan moral dan kompetensi teknologi yang memadai. Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada perhatian terhadap peluang digital dalam pengembangan halalpreneurship, sementara perbedaannya terletak pada aspek penekanan: Ruhmah lebih menyoroti strategi dan tantangan digital, sedangkan penelitian ini berfokus pada internalisasi etika bisnis Islam dalam praktik halalpreneur kreatif, termasuk dalam ruang digital.

Algiza Hayatul Ikhsan, dalam karya yang berjudul; *“Peluang dan Tantangan Industri Produk Halal di Era Globalisasi,”* telah memberikan kontribusi signifikan dalam memahami dinamika industri halal di tingkat global. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa peluang besar terbuka lebar karena meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk halal di berbagai negara, tetapi terdapat pula hambatan seperti ketidakharmonisan standar halal internasional, kesiapan pelaku usaha lokal yang masih rendah, dan persaingan pasar global yang semakin ketat (Ikhsan et al., 2024). Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada pengakuan akan pentingnya adaptasi pelaku usaha terhadap tuntutan global, sedangkan perbedaannya terletak pada ruang lingkup pembahasan: Ikhsan lebih fokus pada industri produk halal secara makro, sedangkan penelitian ini menitikberatkan pada praktik kewirausahaan kreatif Muslim yang menanamkan nilai-nilai etika Islam ke dalam inovasi dan kreativitas bisnisnya.

Setelah dilakukan tinjauan pustaka, literatur sebelumnya telah banyak membahas bisnis halal dan etika Islam dari berbagai sisi—mulai dari pengembangan industri, strategi digital, hingga tantangan global. Namun, belum banyak penelitian yang mengupas secara mendalam bagaimana konsep halalpreneurship dapat diterapkan secara konkret dalam ranah ekonomi kreatif yang kini menjadi penggerak utama ekonomi nasional. Selain itu, penelitian terdahulu cenderung menyoroti aspek strategis dan ekonomi, sementara dimensi etika syariah sering kali hanya disebut sebagai latar normatif tanpa dijelaskan penerapannya dalam praktik bisnis kreatif dan digital yang berkembang pesat. Kekosongan penelitian (research gap) ini menjadi penting karena perkembangan ekonomi kreatif saat ini menuntut pelaku usaha Muslim tidak hanya kompetitif secara teknologi dan inovasi, tetapi juga konsisten dalam menjaga prinsip halal dan etika Islam. Dalam konteks ini, halalpreneurship bukan hanya konsep ekonomi, tetapi juga moralitas bisnis yang berlandaskan iman, kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial.

Metode Penelitian

Artikel ini tergolong dalam penelitian pustaka (*library research*) dengan pendekatan kualitatif. Metodologi yang digunakan adalah studi analisis deskriptif, dimana dikemas untuk menggali, memahami, dan menganalisis konsep *halalpreneurship* dalam bingkai etika bisnis Islam di tengah perkembangan ekonomi kreatif (Malahati et al., 2023). Metodologi yang digunakan adalah kajian literatur tematik, yaitu menelusuri, menyeleksi, dan mensintesis berbagai sumber akademik seperti jurnal ilmiah, buku teks ekonomi Islam, laporan penelitian, serta prosiding yang relevan dengan topik halalpreneurship, etika bisnis Islam, dan ekonomi kreatif. Sumber primer dalam penelitian ini meliputi karya-karya akademik yang secara langsung membahas etika bisnis Islam dan kewirausahaan halal. Adapun sumber sekunder terdiri dari literatur pendukung seperti buku-buku ekonomi syariah, artikel kebijakan pemerintah tentang industri halal, dan publikasi ilmiah lain yang berkaitan dengan ekonomi kreatif dan digitalisasi bisnis halal.

Analisis data dilakukan dengan teknik analisis isi (*content analysis*), yaitu menafsirkan makna konseptual dari teks-teks yang dikaji untuk menemukan keterkaitan antara nilai-nilai etika Islam dan praktik kewirausahaan kreatif. Validasi serta uji keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber dengan cara membandingkan berbagai pandangan ahli dan hasil penelitian terdahulu guna memastikan konsistensi dan kedalaman analisis. Sementara itu, sistem penyusunan draft naskah dilakukan secara sistematis melalui tahapan pengumpulan data literatur, klasifikasi tematik, interpretasi hasil analisis, serta penyusunan narasi ilmiah yang terstruktur, sehingga menghasilkan karya yang logis, argumentatif, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

Konsep Halalpreneurship dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam era modern yang ditandai oleh kompetisi global dan arus kapitalisme yang masif, konsep kewirausahaan telah menjadi salah satu pilar utama pembangunan ekonomi. Namun, dalam konteks masyarakat Muslim, muncul pertanyaan mendasar: apakah semua bentuk kewirausahaan dapat dianggap sesuai dengan prinsip Islam? Dari sinilah lahir gagasan *halalpreneurship*, yaitu konsep kewirausahaan yang tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi, tetapi juga berlandaskan nilai-nilai syariah seperti kehalalan, keadilan, dan keberkahan. *Halalpreneurship* mengintegrasikan antara tujuan duniawi dan ukhrawi dengan menjadikan aktivitas bisnis sebagai sarana ibadah kepada Allah SWT. Dalam pandangan ekonomi Islam, keberhasilan usaha tidak diukur semata-mata dari akumulasi materi, melainkan dari sejauh mana usaha tersebut membawa kemaslahatan dan keberkahan bagi banyak pihak.

Secara etimologis, istilah *halalpreneurship* berasal dari dua kata, yaitu “halal” yang berarti sesuatu yang diperbolehkan menurut hukum Islam, dan “entrepreneurship” yang berarti kewirausahaan (School of Business and Management, Institut Teknologi Bandung et al., 2024). Dengan demikian, *halalpreneurship* dapat diartikan sebagai praktik kewirausahaan yang berorientasi pada prinsip kehalalan dalam seluruh proses bisnisnya. Prinsip halal ini mencakup tidak hanya produk akhir, tetapi juga seluruh rantai nilai mulai dari sumber bahan baku, cara produksi, hingga distribusi dan promosi. Konsep ini menekankan bahwa keuntungan ekonomi tidak boleh diperoleh melalui cara-cara yang melanggar etika dan hukum Islam, seperti riba, gharar (ketidakjelasan), maysir (spekulasi), maupun praktik curang dalam perdagangan. Oleh karena itu, *halalpreneurship* mengajarkan keseimbangan antara aspek spiritual dan profesional dalam berbisnis.

Dalam perspektif ekonomi Islam, *halalpreneurship* berakar pada prinsip *tauhid* (keesaan Allah) yang menjadi dasar seluruh aktivitas manusia. Seorang pengusaha Muslim tidak memandang bisnisnya sebagai entitas yang terpisah dari nilai-nilai agama, melainkan sebagai bagian dari ibadah. Prinsip tauhid menumbuhkan kesadaran bahwa segala bentuk rezeki dan kesuksesan datang dari Allah SWT, sehingga pengusaha harus menjalankan usahanya dengan penuh amanah dan tanggung jawab. *Halalpreneurship* juga berpijak pada konsep *‘adl* (keadilan) dan *maslahah* (kemaslahatan umum). Keadilan mengharuskan pengusaha bersikap jujur dalam transaksi, memberikan upah yang layak kepada karyawan, dan tidak menzalimi konsumen. Sementara itu, prinsip kemaslahatan mendorong agar kegiatan usaha memberikan manfaat bagi masyarakat luas, bukan hanya bagi pemilik modal semata.

Perbedaan mendasar antara *halalpreneurship* dan kewirausahaan konvensional terletak pada orientasi nilainya. Dalam sistem ekonomi konvensional, tujuan utama wirausaha adalah memaksimalkan laba, bahkan sering kali dengan mengesampingkan aspek etika. Sementara dalam *halalpreneurship*, orientasi laba tetap penting, tetapi bukan satu-

satunya tujuan. Seorang halalpreneur berusaha mencari keuntungan yang *thayyib* (baik dan bersih), yaitu keuntungan yang didapat melalui jalan halal dan membawa manfaat sosial. Konsep ini menolak paradigma kapitalistik yang menuhankan efisiensi dan kompetisi ekstrem, digantikan oleh paradigma keseimbangan antara kebutuhan dunia dan akhirat. Dengan kata lain, halalpreneurship menegakkan prinsip *profit with purpose*, yakni keuntungan yang membawa makna spiritual dan sosial. Dalam implementasinya, halalpreneurship juga menekankan pentingnya *niat* dan *etika bisnis*. Islam menempatkan niat sebagai fondasi utama dari setiap amal, termasuk aktivitas ekonomi. Niat yang benar akan mengubah kegiatan bisnis menjadi ibadah yang bernilai pahala.

Hal ini sejalan dengan hadis Nabi Muhammad SAW yang menyatakan bahwa setiap amal tergantung pada niatnya. Seorang halalpreneur menjalankan bisnis bukan semata untuk memperkaya diri, melainkan untuk mencari ridha Allah dan menebar manfaat. Etika bisnis Islam seperti kejujuran (*sidq*), tanggung jawab (*amanah*), dan keadilan (*adl*) menjadi pilar utama yang membedakan halalpreneur dari pengusaha konvensional yang sering kali hanya berorientasi pada efisiensi ekonomi. Dari perspektif operasional, halalpreneurship meliputi berbagai aspek seperti produksi, distribusi, pemasaran, hingga konsumsi. Dalam tahap produksi, pengusaha wajib memastikan bahwa bahan baku, tenaga kerja, dan proses manufaktur tidak mengandung unsur haram atau zalim. Misalnya, produk makanan harus bersertifikat halal dan tidak menggunakan bahan yang diharamkan seperti babi atau alkohol. Dalam tahap distribusi, halalpreneur memastikan rantai pasoknya transparan dan bebas dari manipulasi harga. Sementara itu, dalam pemasaran, prinsip halal mengharuskan penggunaan promosi yang jujur, tidak menipu konsumen, serta tidak mengeksploitasi kelemahan manusia melalui iklan yang menyesatkan. Setiap langkah bisnis harus mencerminkan integritas dan tanggung jawab moral.

Halalpreneurship juga sangat erat kaitannya dengan konsep *barakah* (keberkahan). Dalam Islam, keberkahan bukan sekadar banyaknya jumlah keuntungan, tetapi tentang nilai manfaat dan ketenangan batin yang menyertainya. Seorang pengusaha mungkin memperoleh laba kecil, tetapi jika diperoleh dengan cara halal dan memberi manfaat luas, maka usahanya dianggap lebih berkah. Sebaliknya, keuntungan besar yang diperoleh dengan cara haram atau menzalimi pihak lain tidak memiliki nilai spiritual. Halalpreneurship mengajarkan bahwa keberhasilan sejati bukanlah ketika bisnis tumbuh besar secara material, tetapi ketika bisnis tersebut mendatangkan ketenangan, keberlanjutan, dan kemaslahatan bagi banyak orang. Selain aspek moral, halalpreneurship juga mencerminkan konsep *sustainability* dalam ekonomi Islam. Prinsip keberlanjutan ini tidak hanya mencakup lingkungan, tetapi juga aspek sosial dan spiritual. Seorang halalpreneur tidak boleh merusak alam atau mengabaikan kesejahteraan masyarakat demi keuntungan jangka pendek. Islam mengajarkan bahwa manusia adalah khalifah di bumi, yang memiliki tanggung jawab untuk menjaga keseimbangan ekosistem. Dengan demikian, halalpreneurship mendorong praktik bisnis yang ramah lingkungan, adil terhadap pekerja, dan bertanggung jawab terhadap konsumen. Nilai-nilai ini menjadikan halalpreneurship sebagai konsep kewirausahaan yang holistik dan berkelanjutan.

Dalam konteks global, halalpreneurship memiliki potensi besar untuk menjadi motor penggerak ekonomi umat Islam. Industri halal dunia mencakup berbagai sektor seperti makanan, pariwisata, kosmetik, farmasi, dan keuangan syariah yang terus berkembang pesat. Dengan populasi Muslim yang mencapai lebih dari 1,9 miliar orang, permintaan terhadap produk dan layanan halal semakin meningkat. Halalpreneurship dapat menjadi strategi ekonomi yang tidak hanya memperkuat daya saing umat Islam di kancah internasional, tetapi juga memperkuat identitas moral dalam dunia bisnis yang sering kali diwarnai praktik eksploitatif. Pengusaha Muslim yang berpegang pada prinsip halal dapat

menjadi teladan etika dan integritas di tengah pasar global yang materialistik. Namun demikian, penerapan halalpreneurship tidak lepas dari berbagai tantangan. Salah satu tantangan terbesar adalah rendahnya literasi ekonomi syariah di kalangan pelaku usaha kecil dan menengah. Banyak pengusaha Muslim yang belum memahami prinsip halal secara menyeluruh, terutama dalam aspek keuangan, investasi, dan manajemen bisnis.

Di sisi lain, sistem ekonomi global masih didominasi oleh paradigma kapitalistik yang menekan pelaku bisnis untuk mengutamakan profit. Oleh karena itu, diperlukan peran aktif dari pemerintah, lembaga pendidikan, dan ulama untuk memperkuat pemahaman dan implementasi nilai-nilai halalpreneurship melalui pendidikan, sertifikasi halal, dan kebijakan ekonomi yang pro-syariah. Dalam jangka panjang, pengembangan halalpreneurship dapat menjadi jalan tengah antara spiritualitas dan pragmatisme ekonomi. Ia menawarkan model bisnis yang bukan hanya berorientasi pada angka, tetapi juga pada nilai-nilai kemanusiaan dan keadilan. Dalam sistem ekonomi Islam, kesejahteraan sejati (*falah*) dicapai melalui keseimbangan antara kebutuhan materi dan moral (Syahrin et al., 2022). Dengan demikian, halalpreneurship dapat menjadi solusi alternatif bagi krisis moral yang melanda dunia bisnis modern. Model ini mengajarkan bahwa bisnis dapat maju tanpa harus meninggalkan prinsip moral dan spiritualitas yang luhur.

Etika Bisnis Islam sebagai Landasan Moral dalam Ekonomi Kreatif

Dalam era digital yang sarat dengan inovasi dan perubahan cepat, sektor ekonomi kreatif telah menjadi salah satu motor penggerak utama perekonomian global. Kreativitas dan inovasi menjadi aset paling berharga dalam menciptakan nilai tambah ekonomi. Namun, di tengah pesatnya perkembangan ini, muncul pula tantangan moral dan etika, seperti eksploitasi ide, pelanggaran hak cipta, manipulasi pasar, hingga praktik bisnis yang tidak transparan. Dalam konteks masyarakat Muslim, ekonomi kreatif tidak boleh dilepaskan dari nilai-nilai Islam yang menjadi pedoman moral dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam berbisnis. Oleh karena itu, etika bisnis Islam menjadi fondasi penting untuk menjaga keseimbangan antara kreativitas, profit, dan tanggung jawab sosial. Ia menuntun pelaku ekonomi kreatif agar tidak hanya menjadi inovator, tetapi juga manusia yang berintegritas dan berakhlak mulia.

Secara konseptual, etika bisnis Islam berakar pada ajaran Al-Qur'an dan sunnah Nabi Muhammad SAW yang menekankan pentingnya kejujuran (*ṣidq*), amanah, keadilan (*ʿadl*), dan tanggung jawab sosial (Qurratulaini, 2024). Prinsip-prinsip ini tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga aplikatif dalam dunia ekonomi modern. Dalam Islam, aktivitas bisnis dipandang sebagai bagian dari ibadah apabila dilakukan dengan niat yang benar dan cara yang halal. Nabi SAW bersabda, “Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang jujur, dan para syuhada di akhirat” (HR. Tirmidzi). Dengan demikian, etika bisnis Islam tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral, tetapi juga sebagai mekanisme pengendali diri agar pelaku usaha kreatif tidak terjerumus dalam praktik-praktik yang menyalahi prinsip keadilan dan kemaslahatan.

Prinsip pertama dalam etika bisnis Islam adalah kejujuran (*ṣidq*). Kejujuran merupakan nilai utama yang menjadi fondasi kepercayaan dalam setiap transaksi bisnis (Ista et al., 2023). Dalam dunia ekonomi kreatif yang berbasis pada ide dan inovasi, kejujuran memiliki posisi yang sangat vital. Seorang desainer, seniman, atau pengembang konten digital harus jujur terhadap karya yang diciptakan, tidak menjiplak atau mencuri ide orang lain, dan tidak menipu konsumen dengan produk yang menyesatkan. Kejujuran bukan hanya soal transparansi dalam harga atau kualitas, tetapi juga kejujuran intelektual dalam menghargai hak cipta dan orisinalitas karya. Dengan kejujuran, ekosistem ekonomi kreatif

dapat tumbuh secara sehat dan berkelanjutan karena didasarkan pada rasa saling percaya antar pelaku usaha dan konsumen.

Prinsip kedua adalah amanah (kepercayaan dan tanggung jawab). Dalam Al-Qur'an, Allah SWT berfirman, "*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya...*" (QS. An-Nisa: 58). Amanah dalam konteks ekonomi kreatif berarti pelaku bisnis harus mampu menjaga kepercayaan konsumen, klien, maupun rekan kerja. Dalam industri kreatif, reputasi adalah modal yang sangat berharga, dan reputasi itu dibangun dari konsistensi dalam memenuhi janji, menjaga kualitas, serta tidak mengkhianati kepercayaan pihak lain. Pengusaha kreatif yang amanah akan berhati-hati dalam setiap langkah bisnisnya, memastikan bahwa produk atau layanan yang diberikan benar-benar sesuai dengan janji yang telah disampaikan. Amanah juga berarti tidak menyalahgunakan sumber daya perusahaan, hak karyawan, atau dana investor untuk kepentingan pribadi.

Prinsip ketiga adalah keadilan ('adl), yang menjadi ruh utama dalam seluruh sistem ekonomi Islam. Islam menolak segala bentuk ketimpangan, eksploitasi, dan diskriminasi dalam bisnis. Dalam ekonomi kreatif, keadilan dapat diimplementasikan dalam berbagai bentuk, seperti memberikan upah yang layak kepada pekerja kreatif, menghargai hak cipta, dan membagi keuntungan secara proporsional antara pemilik modal dan pencipta karya. Keadilan juga mencakup keterbukaan informasi, penghindaran praktik monopoli, dan sikap profesional dalam kompetisi pasar. Dengan menegakkan keadilan, industri kreatif dapat menciptakan lingkungan kerja yang sehat, produktif, dan inklusif. Dalam jangka panjang, prinsip keadilan inilah yang menjamin keberlanjutan dan kepercayaan publik terhadap sektor ekonomi kreatif Muslim.

Selain tiga prinsip tersebut, tanggung jawab sosial juga merupakan pilar penting dalam etika bisnis Islam. Pelaku ekonomi kreatif Muslim tidak hanya berkewajiban mencari keuntungan pribadi, tetapi juga harus berkontribusi terhadap kemaslahatan masyarakat. Hal ini sesuai dengan prinsip *maslahah* (kemanfaatan umum) yang menjadi tujuan utama dari syariat Islam (*maqashid al-syariah*). Dalam praktiknya, tanggung jawab sosial dapat diwujudkan dengan berbagai cara, seperti menciptakan lapangan kerja, mengedukasi masyarakat tentang produk halal, atau menggunakan bahan ramah lingkungan dalam proses produksi. Seorang pengusaha kreatif Muslim idealnya mampu menyeimbangkan antara tujuan ekonomi dan tanggung jawab sosial, sehingga bisnis yang dijalankan tidak hanya menguntungkan, tetapi juga membawa nilai kebaikan dan keberkahan bagi masyarakat luas.

Etika bisnis Islam juga menekankan pentingnya niat yang benar (ikhlas) dalam berbisnis. Dalam hadis disebutkan, "Sesungguhnya amal itu tergantung pada niatnya." (HR. Bukhari dan Muslim). Dalam konteks ekonomi kreatif, niat yang tulus untuk memberikan manfaat kepada orang lain dapat menjadi sumber inspirasi dan inovasi yang berkelanjutan. Kreativitas yang dilandasi niat baik akan melahirkan karya yang tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga nilai moral dan spiritual. Hal ini penting untuk menumbuhkan semangat kewirausahaan yang berorientasi pada keberkahan, bukan sekadar keuntungan material. Dengan niat yang benar, pelaku ekonomi kreatif Muslim akan terhindar dari praktik-praktik manipulatif dan orientasi duniawi yang berlebihan. Penerapan etika bisnis Islam dalam ekonomi kreatif juga mencakup pengendalian diri (*mujahadah al-nafs*). Dunia kreatif sering kali penuh dengan godaan, baik dalam bentuk ketenaran, popularitas, maupun keuntungan finansial yang cepat. Tanpa pengendalian diri yang kuat, pelaku bisnis dapat mudah tergoda untuk melanggar etika demi hasil instan.

Islam mengajarkan keseimbangan antara kebebasan berekspresi dan tanggung jawab moral. Kreativitas sejati bukan berarti bebas tanpa batas, melainkan kebebasan yang disertai kesadaran akan nilai dan norma. Pengendalian diri membantu pelaku ekonomi kreatif menjaga integritas, fokus pada kualitas karya, dan menghindari tindakan yang mencederai

nilai-nilai kemanusiaan. Penerapan etika bisnis Islam juga memiliki implikasi positif terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan. Ketika pelaku ekonomi kreatif menjunjung tinggi nilai kejujuran, amanah, dan tanggung jawab sosial, maka akan tercipta lingkungan bisnis yang berkeadilan dan beretika. Hal ini akan memperkuat kepercayaan publik terhadap produk-produk kreatif Muslim, baik di tingkat lokal maupun global. Dalam jangka panjang, etika bisnis Islam dapat menjadi daya saing tersendiri bagi industri kreatif berbasis syariah, karena masyarakat modern kini semakin menghargai integritas, keaslian, dan tanggung jawab sosial dalam setiap produk yang mereka konsumsi. Dengan demikian, etika bisnis Islam bukan sekadar norma moral, tetapi juga strategi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan berkeadilan.

Dalam konteks globalisasi, pelaku ekonomi kreatif Muslim menghadapi tantangan besar berupa dominasi budaya materialistik dan hedonistik. Banyak industri kreatif modern yang mengedepankan sensasi, eksploitasi, dan nilai-nilai konsumtif yang bertentangan dengan prinsip Islam. Oleh karena itu, etika bisnis Islam berperan sebagai filter moral yang menjaga agar kreativitas tidak kehilangan arah spiritualnya. Pengusaha Muslim harus mampu menghadirkan produk kreatif yang inovatif namun tetap sesuai dengan nilai-nilai Islam. Misalnya, menciptakan film, musik, atau karya desain yang mendidik, membangun karakter, dan membawa pesan positif. Dengan demikian, ekonomi kreatif Islam dapat menjadi alternatif peradaban yang tidak hanya indah secara estetika, tetapi juga bermakna secara moral. Peranan lembaga pendidikan dan komunitas kreatif berbasis Islam juga sangat penting dalam memperkuat penerapan etika bisnis ini. Pendidikan kewirausahaan Islam harus menanamkan nilai-nilai etika sejak dini, sehingga generasi muda kreatif memahami bahwa kesuksesan tidak bisa dipisahkan dari moralitas. Komunitas kreatif Muslim dapat menjadi wadah kolaborasi, saling dukung, dan kontrol sosial yang membangun budaya bisnis yang beretika.

Integrasi Nilai Halal dalam Industri Ekonomi Kreatif Kontemporer

Dalam dekade terakhir, industri ekonomi kreatif telah menjadi salah satu pilar utama pertumbuhan ekonomi global, termasuk di negara-negara berpenduduk Muslim seperti Indonesia. Ekonomi kreatif yang berbasis pada ide, inovasi, dan ekspresi budaya kini tidak hanya dipandang sebagai sektor hiburan, tetapi juga sebagai ruang baru bagi penguatan identitas dan nilai moral masyarakat. Seiring meningkatnya kesadaran umat Islam terhadap pentingnya gaya hidup halal (*halal lifestyle*), konsep integrasi nilai halal dalam industri kreatif pun semakin mendapatkan perhatian. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai syariah tidak hanya relevan dalam bidang keuangan atau konsumsi, tetapi juga dalam keseluruhan ekosistem ekonomi kreatif, dari produksi hingga distribusi. Integrasi nilai halal dalam sektor ini menjadi upaya strategis untuk menciptakan ekonomi yang tidak hanya produktif, tetapi juga etis, berkeadilan, dan membawa keberkahan.

Berbicara *halal* tidak sekadar berarti “boleh” dalam hukum Islam, tetapi juga mencakup aspek *thayyib*, yakni kebaikan, kebersihan, dan kebermanfaatannya (Nafis, 2019). Dalam konteks ekonomi kreatif, nilai halal menjadi standar moral yang memastikan setiap proses kreatif dilakukan dengan cara yang sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini mencakup kehalalan bahan baku, kejujuran dalam pemasaran, keadilan dalam distribusi keuntungan, dan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat serta lingkungan. Dengan demikian, integrasi nilai halal bukan hanya soal sertifikasi formal, tetapi juga internalisasi spiritual dalam praktik bisnis kreatif. Ia mengajarkan bahwa kreativitas dan spiritualitas bukan dua hal yang bertentangan, melainkan dapat berjalan harmonis untuk melahirkan karya yang bernilai estetis sekaligus etis.

Salah satu sektor utama yang paling terlihat penerapan nilai halal adalah industri fashion. Dalam beberapa tahun terakhir, tren *modest fashion* atau busana santun telah menjadi fenomena global. Indonesia bahkan dikenal sebagai pusat *Muslim fashion* dunia, dengan ribuan desainer muda yang menampilkan karya-karya kreatif tanpa meninggalkan nilai-nilai syariah. Integrasi nilai halal dalam fashion bukan hanya tentang bahan pakaian yang suci dari najis atau proses produksi yang bersih, tetapi juga tentang etika desain dan citra yang ditampilkan. Seorang desainer Muslim diharapkan mampu menonjolkan keindahan tanpa melanggar prinsip aurat, kesopanan, dan kehormatan. Dengan cara ini, fashion tidak lagi menjadi sarana eksploitasi tubuh, melainkan ekspresi identitas religius yang beradab dan berdaya saing global.

Selain fashion, sektor kuliner halal merupakan pilar utama dalam integrasi nilai halal dalam ekonomi kreatif. Industri makanan dan minuman tidak hanya memerlukan inovasi cita rasa dan kemasan, tetapi juga komitmen terhadap kehalalan bahan dan proses pengolahannya. Saat ini, tren kuliner halal telah menjadi bagian dari gaya hidup modern, tidak hanya di negara mayoritas Muslim, tetapi juga di Barat. Di Indonesia, banyak pengusaha muda kreatif yang menggabungkan konsep tradisional dengan standar halal modern, seperti restoran *halal street food*, *halal fine dining*, hingga *halal coffee shop*. Keberhasilan mereka menunjukkan bahwa nilai halal bukan penghambat kreativitas, melainkan nilai tambah yang memperkuat kepercayaan konsumen. Dengan sertifikasi halal dan transparansi bahan, industri kuliner dapat memperluas pasarnya hingga ke tingkat internasional.

Integrasi nilai halal juga semakin menonjol dalam dunia konten digital dan industri kreatif berbasis media. Dalam era digitalisasi, produksi konten menjadi salah satu sektor paling cepat tumbuh, baik melalui YouTube, media sosial, gim edukatif, hingga aplikasi islami (Noviana Aini, 2023). Nilai halal dalam konten digital berarti menjaga agar setiap bentuk karya tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan ajaran Islam, seperti pornografi, kekerasan, hoaks, atau ujaran kebencian. Para kreator Muslim kini banyak yang mengembangkan konten edukatif, inspiratif, dan dakwah kreatif yang dikemas secara modern dan menarik. Mereka membuktikan bahwa dakwah dan hiburan bisa bersinergi tanpa kehilangan nilai moral. Lebih jauh lagi, platform digital halal juga mendorong terciptanya ekosistem ekonomi yang bersih dari praktik manipulatif seperti algoritma menyesatkan atau eksploitasi data pengguna.

Sektor lain yang mengalami perkembangan pesat adalah pariwisata berbasis syariah atau yang sering disebut *halal tourism*. Pariwisata halal tidak hanya berfokus pada penyediaan makanan halal dan tempat ibadah, tetapi juga pada pengalaman wisata yang sesuai dengan nilai Islam, seperti menjaga privasi, kesopanan, serta kebersihan. Indonesia, Malaysia, dan Uni Emirat Arab merupakan contoh negara yang telah berhasil mengembangkan destinasi wisata halal yang tetap kompetitif di pasar global. Dalam pariwisata halal, integrasi nilai halal juga mencakup aspek keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Pengelola destinasi wisata didorong untuk menjaga kelestarian lingkungan, menghormati budaya lokal, serta memastikan kesejahteraan masyarakat sekitar. Dengan demikian, pariwisata halal bukan hanya tentang konsumsi, tetapi juga tentang harmoni antara manusia, alam, dan spiritualitas.

Integrasi nilai halal dalam ekonomi kreatif juga berdampak besar terhadap ekosistem bisnis dan rantai pasok. Pengusaha kreatif yang berorientasi halal harus memastikan seluruh mitra dan pemasoknya juga mengikuti prinsip yang sama. Misalnya, dalam industri fashion, bahan tekstil harus diperoleh dari sumber yang etis dan tidak melibatkan eksploitasi buruh. Dalam kuliner, rantai distribusi bahan makanan harus transparan dan bebas dari praktik penipuan. Dalam dunia digital, penggunaan perangkat lunak atau lisensi harus legal dan sesuai etika. Integrasi ini menciptakan *halal value chain* yang

tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga memperkuat daya saing global produk kreatif Muslim. Transparansi dan akuntabilitas menjadi nilai inti yang memastikan setiap pelaku usaha bertanggung jawab atas dampak sosial dan moral dari aktivitasnya (Ikhsan et al, 2024).

Dari sisi konsumen, meningkatnya kesadaran terhadap produk dan layanan halal juga menciptakan pasar halal yang progresif. Konsumen Muslim kini tidak hanya mencari produk yang halal secara hukum fiqh, tetapi juga yang *thayyib*—yakni baik, sehat, dan bermanfaat. Hal ini mendorong pelaku ekonomi kreatif untuk terus berinovasi dalam menghadirkan produk berkualitas tinggi yang tidak hanya memenuhi kebutuhan spiritual, tetapi juga estetika dan fungsionalitas modern. Misalnya, brand fesyen Muslim kini tidak kalah modis dibanding merek internasional, sementara konten digital berbasis dakwah semakin canggih secara visual dan teknologi. Tren ini menunjukkan bahwa nilai halal telah menjadi bagian dari gaya hidup global, bukan hanya simbol keagamaan, melainkan juga representasi kualitas dan kepercayaan.

Namun, integrasi nilai halal dalam ekonomi kreatif juga menghadapi tantangan struktural dan kultural. Tantangan utama adalah kurangnya pemahaman menyeluruh tentang konsep halal di kalangan pelaku usaha kreatif. Banyak yang masih memandang halal sebatas label atau sertifikat, bukan sistem nilai yang holistik. Selain itu, globalisasi dan pengaruh budaya Barat sering kali menimbulkan dilema etis dalam praktik bisnis kreatif, terutama dalam bidang fashion dan media. Oleh karena itu, diperlukan edukasi berkelanjutan dan regulasi yang mendukung agar nilai halal tidak sekadar formalitas, tetapi benar-benar menjadi fondasi moral dalam setiap proses kreatif. Pemerintah, ulama, dan akademisi perlu bersinergi untuk membangun ekosistem halal yang kuat dan berkelanjutan. Dari perspektif ekonomi makro, integrasi nilai halal dalam industri kreatif juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi inklusif. Industri halal yang kreatif mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan ekspor, dan memperkuat citra ekonomi nasional di pasar internasional. Di Indonesia, misalnya, ekonomi kreatif halal telah menjadi bagian penting dalam strategi *Halal Value Chain* yang diusung pemerintah.

Tantangan dan Peluang Halalpreneur di Era Digital dan Globalisasi

Dalam era digital dan globalisasi yang serba cepat ini, konsep halalpreneurship mulai menempati posisi penting dalam wacana ekonomi Islam modern. Istilah *halalpreneur* merujuk pada wirausaha yang tidak hanya mengejar keuntungan material, tetapi juga menempatkan nilai-nilai halal, etika, dan keberkahan sebagai fondasi utama dalam setiap aktivitas bisnis. Perkembangan teknologi digital dan keterbukaan pasar global membawa dinamika baru bagi para pelaku halalpreneur dalam memperluas jangkauan bisnisnya. Namun, di balik potensi besar tersebut, muncul pula berbagai tantangan yang menuntut adaptasi, inovasi, dan penguatan nilai moral agar esensi halal tidak tereduksi menjadi sekadar label komersial. Salah satu tantangan utama yang dihadapi para halalpreneur di era globalisasi adalah penetrasi produk-produk non-halal yang masih mendominasi pasar dunia (Hutagaluh et al., 2023).

Globalisasi mempermudah arus barang dan jasa lintas negara, tetapi juga menghadirkan problem etika dan standar halal yang berbeda antar wilayah. Misalnya, suatu produk yang dianggap halal di Malaysia belum tentu diakui halal di Timur Tengah karena perbedaan otoritas sertifikasi dan penafsiran hukum fiqh. Situasi ini menimbulkan ketidakpastian regulatif yang dapat menghambat ekspansi halalpreneur ke pasar global. Diperlukan harmonisasi standar halal internasional agar produk-produk halal dapat bersaing secara adil tanpa kehilangan keotentikan nilai syariahnya. Selain persoalan regulatif,

tantangan etis juga menjadi sorotan penting bagi halalpreneur. Di tengah persaingan bisnis digital yang ketat, godaan untuk mengorbankan prinsip kejujuran dan transparansi sangat besar. Banyak pelaku usaha yang tergoda untuk menggunakan strategi manipulatif dalam pemasaran digital, seperti *false advertising*, *endorsement palsu*, atau penipuan rating produk. Bagi seorang halalpreneur sejati, praktik semacam ini bertentangan dengan nilai-nilai Islam yang menuntut amanah, keadilan, dan kejujuran dalam setiap transaksi. Oleh karena itu, integritas moral menjadi pondasi utama yang harus dipertahankan di tengah derasnya arus kapitalisme digital.

Dari sisi teknologi, digitalisasi memang membawa kemudahan bagi halalpreneur untuk memperluas pasar melalui e-commerce, media sosial, dan platform digital lainnya. Namun, di sisi lain, ketergantungan pada teknologi juga menghadirkan risiko baru, seperti keamanan data, plagiarisme konten, dan eksploitasi konsumen. Tantangan etika digital ini memerlukan kepekaan moral serta pengawasan yang berbasis nilai-nilai Islam. Seorang halalpreneur harus mampu memanfaatkan teknologi sebagai alat dakwah ekonomi yang membawa maslahat bagi masyarakat, bukan sekadar instrumen untuk mengejar keuntungan jangka pendek. Sementara itu, peluang yang muncul bagi halalpreneur di era globalisasi sangat besar, terutama dengan meningkatnya kesadaran konsumen Muslim terhadap produk halal (Ikhsan et al, 2024). Fenomena *halal awareness* ini tidak hanya terjadi di negara-negara Islam, tetapi juga di negara-negara Barat yang memiliki populasi Muslim minoritas. Konsumen kini tidak sekadar mencari produk halal dari sisi bahan, tetapi juga dari proses produksinya yang bersih, etis, dan berkelanjutan. Hal ini membuka peluang besar bagi halalpreneur untuk memposisikan produknya sebagai representasi gaya hidup modern yang tetap berlandaskan nilai spiritual.

Sektor makanan dan minuman halal merupakan contoh paling nyata dari peluang tersebut. Permintaan global terhadap produk halal terus meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi Muslim dunia. Namun, tren baru juga muncul di sektor non-kuliner, seperti fesyen halal (*modest fashion*), kosmetik halal, dan pariwisata syariah. Para halalpreneur dapat memanfaatkan peluang ini dengan menciptakan inovasi produk yang tidak hanya memenuhi syarat halal secara hukum, tetapi juga relevan dengan kebutuhan estetika dan gaya hidup masyarakat modern. Inilah bentuk nyata sinergi antara nilai-nilai Islam dan kreativitas global. Dalam konteks pariwisata, konsep *halal tourism* menjadi salah satu peluang besar yang layak digarap. Banyak wisatawan Muslim kini mencari destinasi yang menyediakan fasilitas halal seperti tempat ibadah, makanan halal, dan layanan wisata yang menghormati norma syariah. Halalpreneur dapat mengembangkan sektor ini melalui inovasi berbasis teknologi, misalnya dengan menciptakan aplikasi wisata halal yang menyediakan panduan lokasi masjid, restoran halal, dan hotel ramah Muslim. Integrasi antara nilai spiritual dan teknologi digital menjadikan halalpreneur sebagai pionir dalam membangun peradaban ekonomi yang berkeadilan dan beretika.

Di sisi lain, muncul pula tantangan dalam mempertahankan otentisitas produk halal di tengah dominasi kapitalisme global. Banyak perusahaan besar yang kini menggunakan label halal semata-mata untuk memperluas pasar tanpa memahami nilai-nilai di baliknya. Fenomena *halal washing* ini dapat menurunkan kredibilitas industri halal jika tidak diimbangi dengan pengawasan yang ketat dan edukasi publik. Para halalpreneur harus menjadi garda terdepan dalam menjaga kesucian makna halal dengan menunjukkan komitmen nyata terhadap etika bisnis Islam, bukan hanya sertifikasi formalitas (Syahrin, 2022). Selain aspek moral dan regulatif, kemampuan manajerial juga menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan halalpreneur di era globalisasi. Pengelolaan keuangan berbasis syariah, strategi pemasaran halal, serta manajemen rantai pasok yang transparan harus menjadi kompetensi utama setiap pelaku usaha. Di sinilah pentingnya pendidikan dan pelatihan halalpreneurship

yang komprehensif, yang tidak hanya mengajarkan teknik bisnis, tetapi juga menanamkan nilai spiritual dan sosial yang kuat. Integrasi ilmu ekonomi modern dengan etika Islam akan menghasilkan generasi pengusaha Muslim yang berdaya saing dan berkarakter.

Keberhasilan halalpreneur tidak hanya diukur dari seberapa besar keuntungan yang diperoleh, tetapi juga dari sejauh mana usahanya memberikan dampak sosial yang positif. Prinsip *maslahah* (kemanfaatan) harus menjadi orientasi utama dalam setiap aktivitas bisnis. Halalpreneur yang sukses adalah mereka yang mampu menciptakan keseimbangan antara kepentingan ekonomi, sosial, dan spiritual. Dengan demikian, bisnis halal tidak sekadar menjadi aktivitas ekonomi, melainkan juga ibadah yang membawa keberkahan bagi seluruh umat manusia. Tantangan terbesar ke depan adalah bagaimana memastikan agar semangat halalpreneurship tidak kehilangan arah dalam derasnya arus digitalisasi dan globalisasi. Para pelaku usaha Muslim perlu memperkuat kolaborasi lintas sektor, baik melalui asosiasi halal internasional, platform edukatif, maupun jaringan pemasaran digital yang beretika. Pemerintah dan lembaga keuangan syariah juga diharapkan berperan aktif dalam menyediakan dukungan regulatif dan finansial bagi perkembangan ekosistem halalpreneur.

Strategi Penguatan Ekosistem Halalpreneurship Berbasis Etika Syariah

Dalam beberapa dekade terakhir, geliat ekonomi Islam menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, terutama dengan munculnya generasi *halalpreneur*, yaitu wirausahawan yang menempatkan prinsip halal dan nilai-nilai syariah sebagai inti dari aktivitas bisnisnya. Namun, agar gerakan ini tidak berhenti sebagai tren sesaat, diperlukan ekosistem yang kokoh untuk menopang keberlanjutannya (Syahrin, 2022). *Ekosistem halalpreneurship* bukan hanya mencakup pelaku bisnis semata, tetapi juga jaringan pendidikan, lembaga sertifikasi, institusi keuangan, hingga kebijakan pemerintah yang saling terintegrasi. Penguatan ekosistem ini harus berbasis pada etika syariah, yang menekankan keadilan, kejujuran, amanah, dan tanggung jawab sosial dalam seluruh rantai ekonomi. Penguatan ekosistem halalpreneurship dimulai dari pemahaman terhadap hakikat etika syariah dalam bisnis. Etika syariah tidak sekadar mengatur halal dan haram dalam produk, tetapi juga mencakup cara memperoleh keuntungan yang bersih dari unsur penipuan, riba, gharar (ketidakjelasan), dan maisir (spekulasi).

Prinsip ini menjadi pembeda utama antara halalpreneur dengan wirausaha konvensional yang seringkali mengabaikan nilai moral demi efisiensi ekonomi. Oleh karena itu, membangun ekosistem halalpreneur yang berkelanjutan memerlukan landasan spiritual yang kuat agar setiap pelaku usaha memahami bahwa bisnis bukan hanya alat mencari profit, tetapi juga ibadah untuk menciptakan *maslahah* bagi masyarakat. Salah satu strategi utama dalam memperkuat ekosistem halalpreneurship adalah melalui pendidikan kewirausahaan Islam. Pendidikan ini berperan membentuk karakter, mindset, dan kompetensi calon halalpreneur sejak dini. Kurikulum kewirausahaan Islam seharusnya tidak hanya berisi teori bisnis modern, tetapi juga menanamkan nilai-nilai akhlak bisnis Nabi Muhammad SAW yang dikenal sebagai pedagang jujur, adil, dan amanah. Lembaga pendidikan Islam, pesantren, dan universitas memiliki tanggung jawab besar untuk mencetak wirausahawan Muslim yang tidak hanya cerdas secara intelektual, tetapi juga beretika dan berjiwa sosial (Arifin et al, 2024). Model pendidikan seperti *entrepreneurship-based Islamic learning* dapat menjadi jembatan antara spiritualitas dan dunia usaha.

Selain pendidikan, sertifikasi halal merupakan instrumen penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan memperkuat daya saing produk halal di pasar global. Sertifikasi halal bukan sekadar simbol, melainkan representasi komitmen moral dan transparansi proses produksi sesuai syariat Islam. Tantangan yang sering dihadapi adalah

kompleksitas prosedur sertifikasi dan perbedaan standar antar negara. Oleh karena itu, perlu adanya upaya harmonisasi standar halal internasional melalui kolaborasi antar lembaga sertifikasi, baik di level nasional seperti BPJPH dan MUI, maupun lembaga global seperti *Halal Accreditation Forum*. Dengan sertifikasi yang terpercaya dan efisien, halalpreneur akan lebih mudah menembus pasar ekspor dan memperluas jaringan usaha. Kebijakan pemerintah juga memegang peran vital dalam memperkuat ekosistem halalpreneurship. Pemerintah dapat menciptakan iklim kondusif bagi tumbuhnya bisnis halal dengan menghadirkan regulasi yang mendukung, seperti insentif pajak bagi usaha halal, kemudahan akses modal berbasis syariah, serta dukungan promosi produk halal di kancah internasional. Selain itu, pembentukan kawasan industri halal dan *halal supply chain* nasional akan memperkuat rantai nilai industri halal dari hulu ke hilir. Pemerintah perlu memastikan bahwa kebijakan ekonomi syariah tidak hanya berorientasi pada konsumsi halal, tetapi juga mendorong produksi dan inovasi halalpreneur dalam berbagai sektor kreatif.

Kolaborasi antara pelaku bisnis dan lembaga keuangan syariah juga merupakan aspek strategis dalam memperkuat ekosistem halalpreneurship. Banyak wirausahawan Muslim yang memiliki ide kreatif, namun terkendala akses pembiayaan yang sesuai syariah. Lembaga keuangan syariah, seperti bank syariah, BMT, dan fintech halal, perlu menjadi mitra strategis bagi para halalpreneur. Skema pembiayaan berbasis bagi hasil (*mudharabah* dan *musyarakah*) dapat menjadi solusi etis dan berkeadilan dibanding sistem bunga konvensional. Selain itu, perlu dibangun model *Islamic venture capital* untuk mendukung start-up halal di bidang teknologi, kuliner, fesyen, dan pariwisata syariah. Penguatan ekosistem halalpreneurship juga menuntut peran aktif komunitas dan organisasi masyarakat Islam (Adenan et al., 2024). Komunitas halalpreneur dapat menjadi wadah berbagi pengetahuan, pengalaman, dan jejaring bisnis yang berbasis nilai-nilai ukhuwah. Melalui kolaborasi lintas sektor, seperti antara akademisi, pelaku usaha, lembaga dakwah, dan pemerintah, akan terbentuk sinergi yang memperkuat posisi halalpreneur dalam persaingan global. Selain itu, media sosial dan platform digital juga dapat dimanfaatkan untuk membangun *halal digital ecosystem* yang mempertemukan produsen, konsumen, dan regulator dalam ruang yang transparan dan edukatif.

Sektor industri kreatif merupakan salah satu potensi besar bagi pengembangan halalpreneurship. Di bidang fesyen, munculnya tren *modest fashion* menjadi bukti bahwa nilai syariah dapat berjalan beriringan dengan inovasi dan estetika modern. Di sektor kuliner, produk-produk halal kini tidak hanya digemari oleh konsumen Muslim, tetapi juga masyarakat non-Muslim yang menganggap label halal sebagai jaminan kebersihan dan kualitas. Begitu pula dalam industri konten digital, semakin banyak kreator Muslim yang mengangkat tema halal dan etika bisnis Islam dalam karya-karyanya. Ekosistem halalpreneur harus mampu mendukung kreativitas ini dengan menyediakan fasilitas, pelatihan, dan akses pasar yang luas (Ruhma et al, 2024). Namun, penguatan ekosistem halalpreneurship tidak akan efektif tanpa pengawasan moral yang berkelanjutan. Etika syariah harus menjadi roh yang menjiwai seluruh aktivitas bisnis halal, bukan sekadar formalitas administratif. Nilai-nilai seperti *amanah*, *adl* (keadilan), dan *ihsan* (kebaikan) harus diterapkan dalam setiap aspek, mulai dari produksi hingga pemasaran. Halalpreneur sejati tidak hanya menjaga kualitas produk, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan pekerja, dampak lingkungan, serta kejujuran dalam promosi. Inilah yang membedakan halalpreneur dari pengusaha biasa: orientasi pada keberkahan, bukan sekadar keuntungan.

Di tengah derasnya arus globalisasi dan digitalisasi, penguatan ekosistem halalpreneurship berbasis etika syariah juga menjadi benteng terhadap nilai-nilai kapitalisme materialistik. Sistem ekonomi modern sering kali mengabaikan aspek moral dan spiritual, sehingga melahirkan ketimpangan sosial dan krisis kepercayaan. Dengan menghadirkan

kembali prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam praktik kewirausahaan, halalpreneur dapat menjadi solusi alternatif bagi pembangunan ekonomi yang berkeadilan, beretika, dan berkelanjutan. Penting pula untuk melibatkan generasi muda dalam gerakan halalpreneurship. Anak muda Muslim masa kini memiliki potensi besar dalam inovasi digital, pemasaran kreatif, dan teknologi. Melalui pelatihan, inkubator bisnis halal, serta pendampingan dari mentor syariah, generasi muda dapat menjadi motor penggerak ekonomi halal global. Mereka tidak hanya menjadi pengguna produk halal, tetapi juga pencipta dan pengembangnya. Dengan demikian, masa depan ekonomi Islam akan berada di tangan generasi yang tidak hanya cerdas teknologi, tetapi juga berintegritas spiritual.

Kesimpulan

Halalpreneurship merupakan bentuk wirausaha modern yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga pada nilai-nilai spiritual dan moral yang bersumber dari etika bisnis Islam. Dalam konteks ekonomi kreatif, konsep ini menghadirkan paradigma baru yang menyeimbangkan inovasi dan keberlanjutan dengan prinsip halal, kejujuran, keadilan, serta tanggung jawab sosial. Dengan demikian, *halalpreneurship* mampu menjadi alternatif model kewirausahaan yang menolak praktik bisnis yang manipulatif dan eksploitatif, serta mendorong terciptanya ekonomi yang lebih berkeadilan dan berkah. Prinsip-prinsip ini menjadi landasan moral yang membedakan *halalpreneur* dari pelaku usaha konvensional yang cenderung berorientasi semata pada efisiensi dan profit. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa praktik *halalpreneurship* masih menghadapi tantangan serius, terutama dalam aspek literasi etika Islam, kesadaran halal, serta kesiapan pelaku usaha Muslim di sektor ekonomi kreatif digital. Oleh karena itu, dibutuhkan penguatan ekosistem yang mendukung seperti pendidikan kewirausahaan berbasis syariah, sertifikasi halal yang mudah diakses, dukungan kebijakan pemerintah, serta kolaborasi dengan lembaga keuangan syariah.

References

- Adenan, M., Cholifah, U., & Wulandari, D. (2024). Penguatan Ekosistem Halal di Indonesia 2024 melalui Klinik Halal: Strengthening the Halal Ecosystem in Indonesia 2024 through Halal Clinics. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(2), 304–313. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i2.6047>
- Arifin, A., Ginting, H., Rahadi, R. A., & Hidayat, S. E. (2024). Harnessing The AAOIFI Transaction Standard for Halal Digital Entrepreneurship Engagement: Empirical Evidence from Indonesian Entrepreneurship. *The Asian Journal of Technology Management (AJTM)*, 17(3), 144–159. <https://doi.org/10.12695/ajtm.2024.17.3.1>
- Rusmini, Masfiah, A. L., Rohman, M. T., Amanda, P. A., & Zahro, S. F. (2022). Peluang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Society 5.0 bagi Generasi Milenial. *Risalah Iqtisadiyah: Journal of Sharia Economics*, 1(1), 26–34. <https://doi.org/10.59107/ri.v1i1.21>
- Hutagaluh, O., Hamzah, N., & Siradjuddin, S. (2023). Tantangan Sektor Industri Halal Prioritas di Indonesia. *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 9(2), 550–557. <https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v9i2.2223>
- Ikhsan, A. H., Malinda, D., Rosyadi, M. F., & Effendi, M. (2024). Peluang dan Tantangan Industri Produk Halal di Era Globalisasi. *Journal of Sharia and Law*, 3(3). <https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalfsh/login>.

- Ista, A., Bn, A. Muh. T., Lutfi, M., & Misbahuddin. (2023). Prinsip Kejujuran dalam Usaha. *Business and Investment Review*, 1(5), 94–102. <https://doi.org/10.61292/birev.v1i5.51>
- Khasanah, R. (2023). Urgensi Sertifikasi Halal Pada Etika Produksi. *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, 24(1).
- Malahati, F., B, A. U., Jannati, P., Qathrunnada, Q., & Shaleh, S. (2023). Kualitatif: Memahami Karakteristik Penelitian Sebagai Metodologi. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 11(2), 341–348. <https://doi.org/10.46368/jpd.v11i2.902>
- Nafis, M. C. (2019). The Concept of Halal and Thayyib and Its Implementation in Indonesia. *Journal of Halal Product and Research*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2-issue.1.1-5>
- Nasution, A. R., & Taufiq, M. (2023). Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Kaki Lima di Pasar Sagumpal Bonang Padangsidempuan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(1), 176–194. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v3i1.490>
- Noviana Aini. (2023). Pemanfaatan Media Dakwah Platform Digital di Era Generasi Z. *CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies*, 5(2). <https://doi.org/10.37567/cbjis.v5i2.3184>
- Qurratulaini, I. (2024). Nilai Kejujuran dan Amanah dalam Ekonomi dan Bisnis Islam. *Al-Iqtishadiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 5(1), 80–100. <https://doi.org/10.22373/iqtishadiyah.v5i1.5240>
- Ruhmah, A. A., Eravia, D., & Aslina, N. (2024). Digital Halal Entrepreneurship: Memaksimalkan Potensi Bisnis Halal di Indonesia. *Technical and Vocational Education International Journal (TAVEIJ)*, 4(1), 146–151. <https://doi.org/10.55642/taveij.v4i1.622>
- Syahrin, M. A., Arifin, M., & Luayyin, R. H. (2022). Kesejahteraan Masyarakat Perspektif Ekonomi Syariah. *JSE: Jurnal Sharia Economica*, 1(2), 95–105. <https://doi.org/10.46773/.v1i2.395>
- Wulandari, E. P., & Djakfar, M. (2022). *Etika Bisnis Islam Dalam Upaya Pengembangan Ekonomi Sektor Industri Halal*. 07(02).