

Integrasi Prinsip Maqāṣid al-Sharī'ah dalam Business Model Canvas sebagai Strategi Pengembangan Bisnis Syariah Berkelanjutan di Era Disrupsi Digital

Mei Santi^{1*}, Achmad Luthfi Chamidi², Muhammad Alfani Wildani², Dede Nurohman², Prim Masrokan Mutohar²

¹Sekolah Tinggi Agama Islam Muhammadiyah Tulungagung, Indonesia

²Program Doktorat UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Indonesia

*mei.11051987@gmail.com

Received: 2026-January-01

Rev. Req: 2026-February-11

Accepted: 2025-February-15

ABSTRACT: *The development of the digital economy has driven significant changes in business development strategies, including in the Islamic business sector. The Business Model Canvas (BMC) is widely used as a business model design tool due to its simplicity and flexibility. However, conventional BMC is still focused on the creation of economic value and has not fully accommodated the fundamental values of Islamic economics. This study aims to examine and develop a strategy for the development of Islamic business through the integration of the principles of Maqāṣid al-Sharī'ah into the Business Model Canvas framework. The research method used is a qualitative approach with a literature review and conceptual analysis of BMC elements and the principles of Maqāṣid al-Sharī'ah. The findings show that the integration of Maqāṣid al-Sharī'ah enriches each element of BMC, especially in the aspects of value proposition, customer relationships, revenue streams, and cost structure based on ethics and sustainability. The Maqāṣid al-Sharī'ah-based Business Model Canvas not only focuses on economic sustainability but also on social and moral sustainability. This research is expected to provide conceptual contributions to the development of Islamic business that is adaptive to digital disruption and oriented towards long-term welfare*

ABSTRAK: Perkembangan ekonomi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam strategi pengembangan bisnis, termasuk pada sektor bisnis syariah. Business Model Canvas (BMC) banyak digunakan sebagai alat perancangan model bisnis karena kesederhanaan dan fleksibilitasnya. Namun demikian, BMC konvensional masih berorientasi pada penciptaan nilai ekonomi dan belum sepenuhnya mengakomodasi nilai-nilai fundamental ekonomi syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan mengembangkan strategi pengembangan bisnis syariah melalui integrasi prinsip Maqāṣid al-Sharī'ah ke dalam kerangka Business Model Canvas. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi literatur dan analisis konseptual terhadap elemen BMC dan prinsip Maqāṣid al-Sharī'ah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi Maqāṣid al-Sharī'ah mampu memperkaya setiap elemen BMC, khususnya dalam aspek proposisi nilai, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, serta struktur biaya yang berlandaskan etika dan keberlanjutan. Model Business Model Canvas berbasis Maqāṣid al-Sharī'ah tidak hanya berorientasi pada keberlanjutan ekonomi, tetapi juga keberlanjutan sosial dan moral. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi

konseptual bagi pengembangan bisnis syariah yang adaptif terhadap disrupsi digital dan berorientasi pada kemaslahatan jangka panjang.

Keywords: *Business Model Canvas; Maqāṣid al-Sharī'ah; Islamic Business; Sustainability; Digital Disruption.*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan dinamika ekonomi global telah mendorong terjadinya disrupsi dalam berbagai sektor bisnis, termasuk bisnis berbasis syariah (Adesty, 2025). Kondisi ini menuntut pelaku usaha untuk memiliki model bisnis yang adaptif, inovatif, dan berkelanjutan (Widiyawati & Castrawijaya, 2025). Salah satu kerangka yang banyak digunakan dalam perancangan dan evaluasi model bisnis adalah Business Model Canvas (BMC), yang menawarkan pendekatan sistematis melalui sembilan elemen utama dalam penciptaan dan penyampaian nilai bisnis (Maddinsyah et al., 2020). Namun demikian, penerapan BMC dalam konteks bisnis syariah masih menghadapi sejumlah keterbatasan konseptual dan praktis (Sholihah et al., 2025).

Transformasi digital yang masif dalam beberapa tahun terakhir menghadirkan tantangan nyata bagi pelaku bisnis syariah, khususnya UMKM berbasis halal dan lembaga keuangan syariah. Sebagai ilustrasi, sejumlah pelaku UMKM syariah yang sebelumnya mengandalkan transaksi konvensional mengalami penurunan daya saing ketika pola konsumsi masyarakat beralih ke platform digital dan marketplace berbasis teknologi. Di sisi lain, ketika mereka mencoba beradaptasi melalui e-commerce dan sistem pembayaran digital, muncul persoalan baru terkait transparansi akad, kejelasan mekanisme bagi hasil, kehalalan rantai pasok, serta orientasi kebermanfaatan sosial yang sering kali terpinggirkan oleh tuntutan efisiensi dan peningkatan profit. Kondisi ini menunjukkan bahwa tantangan bisnis syariah di era disrupsi digital tidak hanya terletak pada aspek teknologi, tetapi juga pada kebutuhan akan model bisnis yang mampu mengintegrasikan daya saing digital dengan nilai-nilai maqāṣid al-sharī'ah secara sistematis.

Sebagian besar kajian mengenai Business Model Canvas masih berangkat dari paradigma bisnis konvensional yang menekankan efisiensi, keunggulan kompetitif, dan maksimalisasi Keuntungan (Mardhiyah et al., 2024). Orientasi tersebut menjadikan BMC cenderung bersifat profit-oriented dan kurang memberikan ruang bagi integrasi nilai-nilai etika, sosial, dan spiritual yang menjadi karakteristik utama ekonomi syariah (Sparviero, 2019). Di sisi lain, kajian bisnis syariah lebih banyak menekankan aspek kepatuhan syariah (sharia compliance) dan regulasi, sementara pengembangan model bisnis strategis berbasis nilai masih relatif terbatas (Susanto, 2025).

Dalam literatur ekonomi syariah, prinsip Maqāṣid al-Sharī'ah dipahami sebagai tujuan fundamental syariat Islam yang mencakup perlindungan agama (ḥifẓ al-dīn), jiwa (ḥifẓ al-nafs), akal (ḥifẓ al-'aql), harta (ḥifẓ al-māl), dan keturunan (ḥifẓ al-nasl). Meskipun konsep ini telah banyak dibahas sebagai landasan normatif dalam aktivitas ekonomi dan bisnis, pemanfaatannya masih bersifat konseptual dan belum dioperasionalkan secara sistematis ke dalam kerangka model bisnis, khususnya Business Model Canvas (Sutanto, 2022). Akibatnya, belum tersedia model BMC yang secara eksplisit menjadikan maqāṣid sebagai dasar strategis dalam pengembangan bisnis syariah (Ismail, 2024).

Selain itu, penelitian terdahulu cenderung belum mengaitkan integrasi nilai maqāṣid dengan tantangan aktual yang dihadapi bisnis syariah di era disrupsi digital, seperti perubahan perilaku konsumen, digitalisasi proses bisnis, dan tuntutan keberlanjutan. Konsep keberlanjutan yang digunakan dalam BMC konvensional umumnya masih berfokus pada dimensi ekonomi dan lingkungan, sementara dimensi sosial dan spiritual yang menjadi ciri khas ekonomi syariah belum terakomodasi secara komprehensif (Adesty, 2025).

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat kebutuhan akademik untuk mengembangkan model bisnis syariah yang tidak hanya adaptif terhadap disrupsi digital, tetapi juga berorientasi pada keberlanjutan holistik yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan etika (Wiyono, 2025). Penelitian ini bertujuan untuk mengintegrasikan prinsip Maqāṣid al-Sharī'ah ke dalam kerangka Business Model Canvas sebagai strategi pengembangan bisnis syariah yang berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat mengisi celah penelitian yang ada sekaligus memberikan kontribusi konseptual terhadap pengembangan model bisnis syariah berbasis nilai.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan prinsip Maqāṣid al-Sharī'ah secara sistematis ke dalam sembilan elemen Business Model Canvas sebagai strategi pengembangan bisnis syariah berkelanjutan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menempatkan maqāṣid sebagai kerangka normatif atau evaluatif, penelitian ini mengoperasionalkannya sebagai dasar perancangan model bisnis (Randy & Herianti, 2025). Kontribusi teoretis penelitian ini terletak pada pengembangan kerangka Business Model Canvas berbasis maqāṣid yang adaptif terhadap disrupsi digital, sementara kontribusi praktisnya memberikan panduan strategis bagi pelaku bisnis syariah dalam merancang model bisnis yang berorientasi pada nilai, etika, dan Keberlanjutan (Mardhiyah et al., 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menempatkan Business Model Canvas (BMC) sebagai kerangka strategis pengembangan bisnis sekaligus mengintegrasikan prinsip Maqāṣid al-Sharī'ah sebagai landasan nilai dalam perancangan model bisnis syariah. Karena itu, kajian berjudul "Integrasi Prinsip Maqāṣid al-Sharī'ah dalam Business Model Canvas sebagai Strategi Pengembangan Bisnis Syariah Berkelanjutan di Era Disrupsi Digital" memfokuskan pembahasan pada bagaimana maqāṣid dapat dioperasionalkan ke dalam sembilan elemen BMC, sehingga terbentuk BMC berbasis maqāṣid yang mendorong keberlanjutan holistik-ekonomi, sosial, dan etika-spiritual serta tetap adaptif terhadap tantangan disrupsi digital seperti digitalisasi proses, perubahan perilaku konsumen, dan kompetisi berbasis inovasi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya memperkaya pengembangan teori model bisnis syariah berbasis nilai, tetapi juga memberikan pedoman praktis bagi pelaku usaha syariah dalam merancang strategi bisnis yang kompetitif, patuh syariah, dan berkelanjutan.

II. METODE PENELITIAN

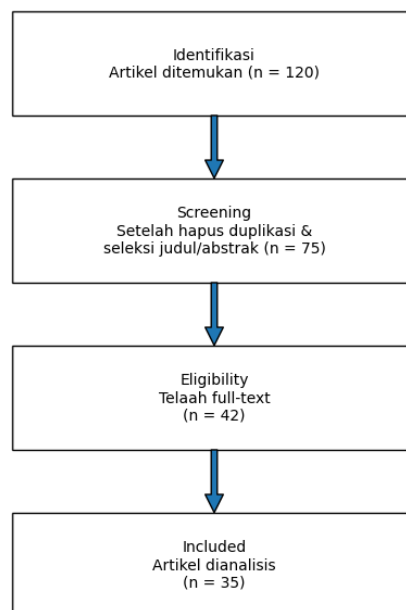
Pendekatan kualitatif dengan studi literatur dan analisis konseptual (Waruwu et al., 2025) digunakan dalam penelitian ini karena tujuan utama kajian adalah mengembangkan dan merekonstruksi kerangka Business Model Canvas berbasis Maqāṣid al-Sharī'ah, bukan untuk menguji hubungan kausal atau mengukur variabel secara kuantitatif. Objek penelitian berupa konsep, nilai, dan prinsip normatif ekonomi syariah menuntut

pendekatan interpretatif dan sintesis teoretis agar integrasi maqāṣid ke dalam sembilan elemen Business Model Canvas dapat dilakukan secara sistematis dan komprehensif (Aidilla, 2025). Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan karena bersifat konseptual dan belum melibatkan pengujian empiris terhadap model yang diusulkan, sehingga validitas praktis dan implementatifnya masih bersifat teoretis serta bergantung pada kualitas dan keluasan literatur yang dianalisis. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan pengujian empiris melalui studi kasus, survei, atau pendekatan mixed methods pada berbagai sektor bisnis syariah, sekaligus mengembangkan indikator operasional maqāṣid dan mengintegrasikan aspek digitalisasi serta keberlanjutan agar model Business Model Canvas berbasis syariah yang diusulkan dapat diuji, disempurnakan, dan diimplementasikan secara lebih luas.

Prosedur pemilihan literatur dilakukan secara sistematis melalui tahapan identifikasi, seleksi, dan sintesis. Penelusuran artikel dilakukan pada basis data ilmiah seperti Google Scholar, jurnal terindeks Scopus, dan jurnal nasional terakreditasi dengan kata kunci: Business Model Canvas, Maqāṣid al-Sharī'ah, Islamic business model, dan digital disruption. Kriteria inklusi meliputi artikel ilmiah terbit tahun 2015–2025, relevan dengan tema integrasi BMC dan prinsip syariah, serta memiliki metodologi yang jelas. Artikel non-akademik dan yang tidak relevan dieliminasi. Dari hasil penelusuran awal sebanyak ±120 artikel, setelah proses penyaringan berdasarkan judul, abstrak, dan telaah penuh, diperoleh 35 artikel utama yang dianalisis secara konseptual.

Sumber primer dalam penelitian ini berupa artikel jurnal ilmiah yang secara langsung membahas Business Model Canvas, maqāṣid al-sharī'ah, dan model bisnis syariah. Sementara itu, sumber sekunder meliputi buku akademik, regulasi, dan laporan industri halal yang digunakan untuk memperkuat konteks teoretis dan normatif. Alur seleksi literatur disajikan dalam flow diagram berbasis tahapan identifikasi, *screening*, *eligibility*, dan *inclusion* untuk memastikan transparansi proses kajian.

Flow Diagram Seleksi Literatur



III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Business Model Canvas sebagai Kerangka Strategis Pengembangan Bisnis

Business Model Canvas (BMC) dikembangkan sebagai alat strategis untuk menggambarkan logika penciptaan, penyampaian, dan penangkapan nilai dalam suatu bisnis (Habsyi & Rusli, 2025). Literatur menunjukkan bahwa BMC unggul dalam kesederhanaan visual dan fleksibilitasnya dalam mendukung inovasi model bisnis, khususnya di tengah dinamika pasar dan perubahan teknologi (FITRA, 2025). Namun demikian, sejumlah studi mengkritisi bahwa BMC konvensional cenderung bersifat value-neutral dan berorientasi pada optimalisasi keuntungan ekonomi. Dalam konteks bisnis syariah, karakteristik tersebut menjadi keterbatasan karena BMC belum secara eksplisit memasukkan dimensi etika, sosial, dan spiritual yang menjadi landasan utama ekonomi Islam (DJAMBEK, n.d.). Temuan ini menguatkan kebutuhan akan pengembangan BMC yang tidak hanya adaptif secara strategis, tetapi juga selaras dengan nilai dan tujuan syariah (Ulya, 2025).

Keterbatasan BMC konvensional dalam mengakomodasi dimensi etika, sosial, dan spiritual mengindikasikan bahwa kerangka ini perlu “diperkaya” dengan nilai (*value-embedded*), bukan sekadar digunakan sebagai alat pemetaan teknis. Dalam bisnis syariah, penciptaan nilai tidak dapat direduksi menjadi nilai ekonomi semata, melainkan harus mencerminkan prinsip keadilan, transparansi, kemaslahatan, dan tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingan (Munir, 2023). Karena itu, setiap elemen BMC mulai dari *Value Proposition*, *Customer Segments*, hingga *Revenue Streams* perlu ditinjau ulang agar tidak hanya menjawab pertanyaan “apa yang menguntungkan”, tetapi juga “apa yang benar dan maslahat” menurut perspektif syariah. Peninjauan ulang ini menjadi penting agar BMC tidak berhenti pada orientasi efisiensi, melainkan menjadi instrumen strategis yang mampu mengarahkan bisnis pada tujuan yang lebih substansial (Utama et al., 2024).

Secara konseptual, upaya penyelarasan BMC dengan nilai syariah menuntut adanya landasan normatif yang dapat dioperasionalkan ke dalam keputusan strategis bisnis. Pada titik ini, Maqāṣid al-Sharī'ah dapat diposisikan sebagai kerangka tujuan (*goal framework*) yang memberikan arah terhadap apa yang seharusnya dilindungi dan diwujudkan dalam aktivitas ekonomi: perlindungan agama, jiwa, akal, harta, dan keturunan. Maqāṣid tidak hanya berfungsi sebagai parameter kepatuhan, tetapi juga sebagai kompas strategis yang menuntun desain nilai, tata kelola, relasi dengan pelanggan, dan pengelolaan sumber daya agar selaras dengan kemaslahatan (Ismail, 2024). Dengan demikian, integrasi maqāṣid berpotensi menggeser BMC dari *value-neutral* menjadi *value-driven*, karena setiap elemen BMC dirancang untuk memastikan penciptaan nilai yang halal, adil, dan berdampak sosial.

Implikasi praktisnya, pengembangan BMC yang selaras dengan maqāṣid dapat dilakukan dengan menambahkan “lensa maqāṣid” pada tiap blok BMC. Misalnya, *Value Proposition* tidak hanya menekankan manfaat fungsional, tetapi juga menjamin kehalalan, keamanan, dan kemanfaatan; *Key Activities* dan *Key Resources* diarahkan pada proses yang etis, tidak eksploitatif, serta meminimalkan unsur gharar, maysir, dan riba; *Customer Relationships* dan *Channels* dibangun dengan prinsip kejujuran, perlindungan konsumen, serta literasi yang mendorong keputusan yang sehat; sementara *Cost Structure* dan *Revenue Streams* memastikan sumber pendapatan yang sah, pembagian nilai yang adil, dan orientasi

keberlanjutan. Pendekatan ini membuat BMC bukan hanya “peta bisnis”, tetapi juga “peta nilai” yang menjaga konsistensi antara tujuan syariah dan strategi pertumbuhan.

Lebih jauh, pengembangan BMC berbasis nilai syariah menjadi semakin relevan ketika bisnis syariah memasuki era disrupsi digital. Digitalisasi mempercepat perubahan perilaku konsumen, memunculkan platform dan ekosistem baru, serta meningkatkan risiko etika seperti asimetri informasi, manipulasi pemasaran, dan tata kelola data. Di sinilah maqāṣid dapat berperan sebagai prinsip penuntun untuk memastikan inovasi digital tetap berada dalam koridor kemaslahatan misalnya pada perlindungan privasi dan keamanan data (hifz al-nafs/‘aql), transparansi transaksi digital (mengurangi gharar), serta penciptaan nilai sosial melalui inklusi keuangan dan akses yang lebih luas (hifz al-māl). Dengan kata lain, integrasi maqāṣid tidak menghambat inovasi, tetapi justru memberikan kerangka etis agar inovasi digital menjadi lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Berangkat dari hal tersebut, pembahasan selanjutnya perlu menguraikan Maqāṣid al-Sharī'ah sebagai landasan strategi bisnis syariah, sekaligus merumuskan bagaimana maqāṣid dapat dioperasionalkan ke dalam sembilan elemen BMC secara sistematis. Tahap ini penting agar integrasi yang dilakukan tidak berhenti pada tataran normatif, melainkan menghasilkan kerangka konseptual yang aplikatif yakni *Business Model Canvas* berbasis maqāṣid yang mampu menjadi strategi pengembangan bisnis syariah berkelanjutan di tengah disrupsi digital.

Integrasi Maqāṣid al-Sharī'ah dalam Business Model Canvas

Hasil analisis konseptual menunjukkan bahwa integrasi Maqāṣid al-Sharī'ah ke dalam *Business Model Canvas* dapat dilakukan secara sistematis dengan memetakan prinsip maqāṣid ke dalam sembilan elemen BMC (Maulana, 2023). Proposisi nilai tidak hanya didefinisikan sebagai manfaat ekonomi, tetapi juga sebagai sarana penciptaan kemaslahatan sosial dan etika. Segmen pelanggan dan hubungan pelanggan diarahkan pada prinsip keadilan, transparansi, dan perlindungan Konsumen (Aziz et al., n.d.). Aliran pendapatan dan struktur biaya disesuaikan agar bebas dari unsur riba, gharar, dan maysir. Integrasi ini memperluas fungsi BMC dari sekadar alat perencanaan bisnis menjadi kerangka strategis berbasis nilai syariah (Aziz et al., n.d.).

Selain pemetaan konseptual, integrasi maqāṣid dalam BMC juga menuntut penyesuaian pada level operasional agar dapat diimplementasikan dan diukur. Setiap elemen BMC perlu dilengkapi dengan indikator praktis yang merefleksikan tujuan maqāṣid, misalnya: standar kehalalan dan keamanan produk (*Value Proposition*), mekanisme perlindungan data dan keamanan transaksi (*Customer Relationships/Channels*), seleksi mitra yang berintegritas dan kontrak yang adil (*Key Partnerships*), serta tata kelola sumber daya yang menghindari eksploitasi tenaga kerja (*Key Resources/Cost Structure*). Dengan cara ini, maqāṣid tidak berhenti sebagai label normatif, melainkan menjadi pedoman yang memengaruhi pengambilan keputusan strategis mulai dari desain produk, layanan, proses bisnis, hingga tata kelola risiko (Ichsan & Nst, 2024). Pendekatan ini juga relevan untuk memastikan keberlanjutan holistik, karena dimensi sosial dan etika-spiritual yang sering terabaikan dalam BMC konvensional dapat diinternalisasikan secara terstruktur.

Di era disrupsi digital, integrasi ini semakin krusial karena transformasi digital membawa peluang sekaligus risiko nilai (Harto et al., 2023). Digitalisasi memperluas jangkauan pasar melalui platform, mempercepat interaksi pelanggan, dan meningkatkan efisiensi proses, namun juga membuka potensi masalah seperti asimetri informasi, praktik pemasaran yang

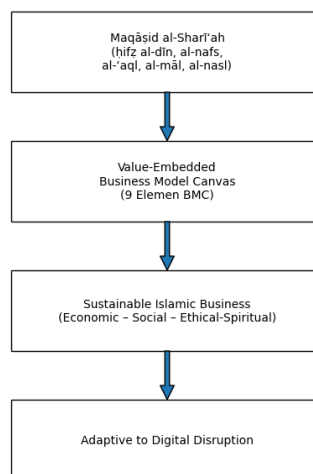
manipulatif, serta penyalahgunaan data (Harto et al., 2023). Dalam kerangka BMC berbasis maqāṣid, aspek digital dapat diarahkan untuk mendukung kemaslahatan: channels yang transparan dan edukatif (ḥifz al-‘aql), perlindungan privasi dan keamanan (ḥifz al-nafs), penguatan literasi keuangan dan transaksi yang adil (ḥifz al-māl), serta penguatan kepercayaan melalui amanah dan akuntabilitas (akhlāq Islāmiyyah). Dengan demikian, disrupsi digital tidak dipahami sekadar sebagai tuntutan inovasi teknologi, tetapi juga sebagai arena penguatan tata kelola etis agar inovasi tetap selaras dengan tujuan syariah (Mubarak, 2025).

Tabel 1. Integrasi Maqāṣid al-Sharī'ah dalam Business Model Canvas

Elemen Business Model Canvas	Integrasi Prinsip Maqāṣid al-Sharī'ah	Implikasi Strategis
<i>Customer Segments</i>	Ḥifz al-Nafs, Ḥifz al-Dīn	Perlindungan hak konsumen dan inklusivitas
<i>Value Proposition</i>	Ḥifz al-Māl, Maṣlaḥah	Produk halal, bernilai manfaat, dan etis
<i>Channels</i>	Ḥifz al-‘Aql	Informasi transparan dan edukatif
<i>Customer Relationships</i>	Akhlāq Islāmiyyah	Hubungan berbasis kepercayaan dan amanah
<i>Revenue Streams</i>	Ḥifz al-Māl	Pendapatan bebas riba, gharar, dan maysir
<i>Key Resources</i>	Ḥifz al-‘Aql, Ḥifz al-Māl	Pengelolaan SDM dan aset secara etis
<i>Key Activities</i>	Ḥifz al-Dīn	Aktivitas bisnis sesuai prinsip syariah
<i>Key Partnerships</i>	Ta‘āwun	Kemitraan adil dan saling menguntungkan
<i>Cost Structure</i>	Ḥifz al-Māl	Struktur biaya efisien dan tidak eksploitatif

Pembahasan ini menegaskan bahwa *Business Model Canvas* berbasis maqāṣid mampu memperkuat daya saing bisnis syariah sekaligus menjaga orientasi keberlanjutan dan nilai-nilai etis di tengah disrupsi digital. Secara konseptual, integrasi tersebut menghadirkan kerangka yang lebih utuh karena menggabungkan logika bisnis (*strategic fit* dan inovasi model bisnis) dengan logika syariah (kemaslahatan dan perlindungan aspek-aspek dasar manusia). Secara praktis, kerangka ini dapat menjadi rujukan bagi pelaku usaha syariah untuk menata kembali model bisnisnya bukan hanya agar “sesuai syariah”, tetapi juga agar lebih terpercaya, lebih bertanggung jawab, dan lebih berkelanjutan dalam menghadapi perubahan teknologi dan kompetisi pasar yang semakin cepat. Berdasarkan sintesis literatur dan analisis konseptual, penelitian ini merumuskan model integratif sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.

Model Konseptual Integrasi Maqāṣid dalam Business Model Canvas



Gambar 1. Model Konseptual Integrasi Maqāṣid dalam Business Model Canvas

Proposisi Teoretis

Berdasarkan analisis konseptual, penelitian ini merumuskan proposisi teoretis sebagai berikut:

- P1: Integrasi prinsip Maqāṣid al-Sharī'ah ke dalam sembilan elemen Business Model Canvas mentransformasi BMC dari kerangka value-neutral menjadi value-embedded business model.
- P2: Business Model Canvas berbasis maqāṣid meningkatkan keberlanjutan holistik yang mencakup dimensi ekonomi, sosial, dan etika-spiritual dalam bisnis syariah.
- P3: Internalisasi maqāṣid dalam elemen BMC memperkuat tata kelola etis dan memitigasi risiko nilai dalam proses digitalisasi bisnis.
- P4: BMC berbasis maqāṣid meningkatkan kemampuan adaptif bisnis syariah dalam menghadapi disrupsi digital tanpa mengorbankan integritas syariah.

Integrasi Fiqh Muamalah dalam Struktur Business Model Canvas Digital

Transformasi Business Model Canvas berbasis Maqāṣid al-Sharī'ah tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga harus ditopang oleh konstruksi fiqh muamalah yang memadai, khususnya terkait akad dan struktur kontrak dalam ekosistem digital. Dalam perspektif fiqh, setiap transaksi bisnis harus memenuhi rukun dan syarat akad yang meliputi pihak yang berakad ('aqidain), objek akad (ma'qud 'alaih), sighat (ijab qabul), serta tujuan yang halal dan tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Dalam konteks model bisnis digital, struktur akad dapat berbentuk:

- a. Akad murabahah digital pada platform e-commerce syariah,
- b. Akad musyarakah atau mudharabah pada fintech syariah berbasis crowdfunding,
- c. Akad wakalah bil ujah dalam sistem marketplace halal,
- d. Akad ijarah dalam layanan berbasis subscription atau digital services.

Digitalisasi tidak menghilangkan keabsahan akad selama terpenuhi unsur transparansi (bayān), kerelaan (tarāḍī), serta terhindar dari gharar, riba, dan maisir. Oleh karena itu, dalam BMC berbasis maqāṣid, elemen Revenue Streams dan Key Partnerships harus secara eksplisit mengintegrasikan struktur akad syariah yang jelas, terdokumentasi, serta memiliki mekanisme audit dan kepatuhan syariah (sharia compliance). Selain itu, struktur kontrak digital perlu memperhatikan:

- a. Validitas tanda tangan elektronik,
- b. Kejelasan mekanisme dispute resolution,
- c. Transparansi algoritma dalam sistem pembiayaan atau scoring,
- d. Perlindungan data konsumen sebagai bagian dari hifz al-mal dan hifz al-nafs.
- e. Dengan demikian, maqāṣid tidak hanya menjadi nilai filosofis, tetapi teroperasionalisasi dalam desain kontrak dan arsitektur platform bisnis digital.

Business Model Canvas Berbasis Maqāṣid sebagai Strategi Keberlanjutan

Literatur keberlanjutan bisnis menunjukkan bahwa keberlanjutan tidak hanya ditentukan oleh kinerja ekonomi, tetapi juga oleh dampak sosial dan tata kelola yang etis (Farhan, 2024). Dalam perspektif ini, *Business Model Canvas* berbasis maqāṣid menawarkan pendekatan keberlanjutan yang lebih holistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa maqāṣid berfungsi sebagai mekanisme internalisasi nilai keberlanjutan ke dalam model bisnis, sehingga keberlanjutan tidak diposisikan sebagai tujuan eksternal, melainkan

sebagai bagian inheren dari strategi bisnis syariah (Wiyono, 2022). Pendekatan ini memperkuat argumen bahwa bisnis syariah memiliki keunggulan konseptual dalam menjawab tuntutan keberlanjutan global.

Secara konseptual, maqāṣid menyediakan kerangka untuk memastikan keberlanjutan pada tiga ranah utama: ekonomi (*viability*), sosial (*equity*), dan etika-spiritual (*integrity*). Pada ranah ekonomi, ḥifẓ al-māl menuntut pengelolaan harta yang aman, produktif, dan adil melalui transaksi halal, mitigasi risiko yang bertanggung jawab, serta penciptaan nilai yang tidak merugikan pihak lain (Saphira et al., 2025). Pada ranah sosial, perlindungan jiwa (ḥifẓ al-nafs) dan keturunan (ḥifẓ al-nasl) mendorong bisnis untuk memperhatikan keselamatan kerja, kualitas produk yang aman, praktik ketenagakerjaan yang layak, serta dampak terhadap komunitas dan generasi mendatang. Sementara itu, perlindungan akal (ḥifẓ al-‘aql) dan agama (ḥifẓ al-dīn) memperkuat tata kelola etis melalui transparansi informasi, edukasi konsumen, penghindaran manipulasi, serta integritas moral dalam pengambilan keputusan. Dengan demikian, keberlanjutan dalam kerangka ini tidak berhenti pada profit dan planet, tetapi juga menegaskan people dan principle sebagai fondasi strategi (Wiyono, 2025).

Pada level model bisnis, BMC berbasis maqāṣid memungkinkan keberlanjutan diwujudkan melalui keterhubungan antar-elemen yang saling menguatkan. *Value Proposition* diarahkan untuk menghasilkan produk/jasa yang halal dan maslahat; *Customer Relationships* dibangun atas amanah dan perlindungan konsumen; *Key Activities* memastikan proses bisnis bebas dari praktik eksploitatif dan unsur non-syariah; *Key Partnerships* menekankan ta’āwun dan keadilan kontraktual; sedangkan *Cost Structure* mendorong efisiensi yang tidak mengorbankan martabat manusia maupun kelestarian sosial (Schu, 2025). Karena seluruh elemen tersebut berada dalam satu kanvas strategi, maqāṣid berperan sebagai “benang merah” yang menjaga konsistensi antara tujuan keberlanjutan dan keputusan operasional, sehingga tidak terjadi *paradoks*: misalnya mengejar efisiensi biaya tetapi mengabaikan hak pekerja, atau mengejar pertumbuhan pasar tetapi menggunakan promosi yang menyesatkan.

Lebih lanjut, keunggulan penting dari BMC berbasis maqāṣid adalah kemampuannya membangun keberlanjutan yang terukur dan terkelola (*manageable sustainability*) (Sutrisna et al., 2024). Artinya, maqāṣid dapat diterjemahkan menjadi indikator kinerja yang relevan dengan bisnis syariah, seperti tingkat kepatuhan transaksi halal, transparansi kontrak, perlindungan data konsumen, standar keamanan produk, mekanisme keluhan pelanggan yang adil, serta kontribusi sosial yang berdampak. Dengan pendekatan ini, keberlanjutan tidak dipahami sebagai aktivitas filantropi yang terpisah dari model bisnis, tetapi menjadi bagian dari desain nilai dan tata kelola inti. Akibatnya, bisnis syariah dapat membangun trust yang lebih kuat, memperkecil risiko reputasi, dan menciptakan loyalitas pelanggan berbasis nilai yang pada akhirnya turut memperkuat ketahanan bisnis jangka Panjang (Rahajeng, 2025).

Dengan demikian, *Business Model Canvas* berbasis maqāṣid dapat diposisikan sebagai strategi keberlanjutan yang tidak hanya kompatibel dengan kerangka keberlanjutan modern, tetapi juga menawarkan diferensiasi khas ekonomi Islam (Ismail, 2024). Integrasi maqāṣid menjadikan bisnis syariah tidak sekadar “mengikuti” tuntutan keberlanjutan global, melainkan menghadirkan landasan etis dan tujuan kemaslahatan sebagai identitas strategis. Bagian berikutnya dapat dilanjutkan dengan pembahasan tentang relevansi BMC berbasis maqāṣid di era disrupsi digital, termasuk bagaimana digitalisasi dapat

memperkuat atau justru menantang penerapan nilai-nilai maqāṣid dalam desain model bisnis syariah.

Relevansi Business Model Canvas Berbasis Maqāṣid di Era Disrupsi Digital

Disrupsi digital telah mengubah secara fundamental pola interaksi bisnis, perilaku konsumen, dan struktur pasar melalui percepatan inovasi platform, otomatisasi proses, serta munculnya ekosistem berbasis data (Astuti, 2025). Literatur menegaskan bahwa adaptabilitas model bisnis menjadi salah satu penentu utama keberhasilan di era digital, karena perusahaan dituntut mampu merespons perubahan preferensi pelanggan, dinamika kompetisi, dan perkembangan teknologi secara cepat. Dalam konteks ini, BMC menjadi alat yang relevan karena memudahkan organisasi memetakan perubahan pada saluran, hubungan pelanggan, sumber daya, serta aktivitas kunci secara terstruktur (Clarinda Octavia, 2025).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi maqāṣid dalam BMC tidak menghambat inovasi digital, tetapi justru menyediakan ethical compass yang memastikan transformasi digital berjalan secara bertanggung jawab. Kerangka maqāṣid membantu bisnis syariah menilai inovasi teknologi bukan hanya dari sisi efisiensi dan pertumbuhan, tetapi juga dari sisi dampak dan kemaslahatan (Zulfa, 2025). Misalnya, pemanfaatan teknologi digital dapat diarahkan untuk memperkuat transparansi informasi dan literasi konsumen (ḥifẓ al-ʿaql), menjaga keamanan transaksi serta perlindungan aset (ḥifẓ al-māl), melindungi privasi dan keselamatan pengguna (ḥifẓ al-nafs), serta mendorong praktik bisnis yang konsisten dengan nilai moral dan kepatuhan syariah (ḥifẓ al-dīn). Dengan demikian, maqāṣid berfungsi sebagai filter etis agar inovasi digital tidak menjurus pada manipulasi informasi, eksploitasi konsumen, atau praktik ekonomi yang bertentangan dengan syariah (Indiharwati, 2025).

Lebih lanjut, digitalisasi pada saluran distribusi (*channels*), hubungan pelanggan (*customer relationships*), dan aktivitas utama (*key activities*) tetap dapat dilakukan sepanjang dirancang selaras dengan prinsip maqāṣid (Amruddin et al., 2023). Pemanfaatan *e-commerce*, aplikasi, dan media sosial dapat memperluas akses pasar sekaligus meningkatkan inklusivitas layanan, sementara analitik data dan otomatisasi dapat mempercepat layanan dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Namun, BMC berbasis maqāṣid menegaskan bahwa kemajuan tersebut harus disertai tata kelola yang etis, seperti kejelasan akad, kejujuran promosi, mekanisme komplain yang adil, serta perlindungan data dan keamanan sistem. Dengan demikian, *Business Model Canvas* berbasis maqāṣid menjadi strategi adaptif yang memungkinkan bisnis syariah menghadapi disrupsi digital secara inovatif tanpa kehilangan identitas nilai, etika, dan orientasi keberlanjutan yang menjadi karakteristik utamanya (Sari, 2025).

Implementasi Business Model Canvas Berbasis Maqāṣid dalam Ekosistem Digital

Era disrupsi digital menghadirkan perubahan fundamental dalam struktur model bisnis, terutama melalui kehadiran platform *fintech* syariah, *marketplace* halal, serta ekosistem pembayaran digital berbasis syariah. Sebagai contoh, *platform fintech* syariah seperti *peer-to-peer lending* syariah mengadopsi akad musyarakah atau mudharabah dalam skema pembiayaan UMKM. Dalam kerangka BMC berbasis maqāṣid, proposisi nilai (*value proposition*) tidak hanya berupa kemudahan akses pembiayaan, tetapi juga keadilan distribusi keuntungan dan transparansi risiko.

Pada *marketplace* halal, integrasi maqāṣid tercermin dalam sistem kurasi produk, sertifikasi halal digital, serta pengawasan *supply chain* untuk memastikan kehalalan dan keamanan produk (*hifz al-din* dan *hifz al-nafs*). Elemen *key activities* mencakup verifikasi halal berbasis teknologi, sementara customer relationship dibangun melalui edukasi nilai syariah dan transparansi informasi. Pada sektor pembayaran digital syariah, integrasi maqāṣid menuntut pengelolaan dana float yang bebas riba serta transparansi biaya layanan. Bahkan dalam model *subscription* berbasis aplikasi, struktur ijarah harus dirancang dengan kejelasan manfaat, durasi, dan biaya agar terhindar dari gharar.

Dengan demikian, disrupsi digital bukan sekadar perubahan teknologi, tetapi transformasi struktur nilai dan tata kelola bisnis yang menuntut internalisasi maqāṣid dalam desain arsitektur platform, algoritma pembiayaan, serta model monetisasi.

Implikasi Teoretis dan Praktis

Secara teoretis, penelitian ini memperluas kajian *Business Model Canvas* dengan menempatkan Maqāṣid al-Sharī'ah sebagai landasan penciptaan nilai dan perumusan strategi, sehingga BMC tidak lagi dipahami sebagai kerangka value-neutral yang berorientasi profit semata, melainkan sebagai model bisnis berbasis nilai yang memadukan dimensi ekonomi, sosial, dan etika-spiritual. Secara praktis, kerangka BMC berbasis maqāṣid dapat digunakan sebagai panduan operasional bagi pelaku bisnis syariah untuk merancang, mengevaluasi, dan menyesuaikan elemen-elemen model bisnis mulai dari proposisi nilai, relasi pelanggan, hingga struktur pendapatan dan biaya agar tetap inovatif dan adaptif terhadap transformasi digital tanpa mengabaikan prinsip keadilan, transparansi, dan kemaslahatan. Temuan ini juga berimplikasi pada ranah kebijakan, terutama sebagai rujukan bagi regulator, lembaga pendamping UMKM syariah, dan institusi keuangan syariah dalam merancang program penguatan ekosistem bisnis syariah yang mendorong inovasi digital sekaligus memastikan tata kelola, perlindungan konsumen, dan keberlanjutan berbasis nilai.

Secara teknis, implementasi model ini mensyaratkan adanya dewan pengawas syariah pada platform digital, integrasi *compliance system* berbasis teknologi (*regtech* dan *sharia tech*), serta standarisasi akad digital yang terdokumentasi dan dapat diaudit. Tanpa infrastruktur kelembagaan dan regulasi yang memadai, integrasi maqāṣid dalam BMC berisiko berhenti pada level normatif dan tidak terinternalisasi dalam praktik bisnis digital.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi prinsip Maqāṣid al-Sharī'ah ke dalam *Business Model Canvas* menghasilkan kerangka BMC berbasis maqāṣid yang relevan dan inovatif untuk pengembangan bisnis syariah berkelanjutan di era disrupsi digital. Kerangka ini memperluas fungsi BMC dari alat pemetaan model bisnis yang cenderung *value-neutral* menjadi strategi berbasis nilai yang mengarahkan penciptaan, penyampaian, dan penangkapan nilai agar selaras dengan tujuan perlindungan agama, jiwa, akal, harta, dan keturunan, sehingga transformasi digital dapat tetap berlangsung tanpa mengabaikan keadilan, transparansi, dan kemaslahatan. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian model bisnis syariah berbasis nilai, sedangkan secara praktis dapat menjadi pedoman bagi pelaku usaha dan pengambil kebijakan dalam merancang strategi yang kompetitif sekaligus etis dan berkelanjutan; namun demikian, penelitian ini masih memiliki

keterbatasan karena bersifat konseptual berbasis telaah literatur dan belum menguji penerapan model pada konteks industri tertentu maupun merumuskan indikator kuantitatif yang terukur pada tiap elemen BMC. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan melakukan uji empiris melalui studi kasus lintas sektor bisnis syariah serta mengembangkan instrumen evaluasi/indikator kinerja maqāṣid yang operasional termasuk kaitannya dengan dinamika transformasi digital agar kerangka BMC berbasis maqāṣid semakin aplikatif dan teruji dalam mendorong kemaslahatan jangka panjang.

V. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adesty, R. (2025). Inovasi dan Tantangan Manajemen Bisnis Syariah dalam Menghadapi Perubahan dan Persaingan. *At-Tajir: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(2), 222–232.
- [2] Adesty, R., Azzahra, S., & Aisyah, S. (2025). Maqashid Syariah dalam Perspektif Ekonomi Islam: Konsep, Peran, dan Implementasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(6), 274–284.
- [3] Aidilla, M. P. (2025). Pengembangan Instrumen Penilaian Kelayakan Bisnis Syariah Berbasis Akad Dan Etika Islam. *Jurnal Intelok Insan Cendikia*, 2(5), 8902–8911.
- [4] Amruddin, M. P., Mesak Yandri Masela, S., Nyimas Desy Rizkiyah, S., Nur Cholid, M. A., Muchamad Taufiq, S., Muhammad Fuad, S., Herie Saksono, M. S., & Bahrul Ulum Ilham, Sp. (2023). *Manajemen Distribusi di Era Digitalisasi*. Cendikia Mulia Mandiri.
- [5] Astuti, B. (2025). *Manajemen Pemasaran Digital: Teknologi Digital dan Inovasi Global*. Serasi Media Teknologi.
- [6] Aziz, A., SM, M. A., Alifa, N. L., SE, M., & Pro, C. E. (n.d.). *Etika Bisnis Islam Kedua*.
- [7] Bahtiar Efendi, S., MM, C., Agus Yudianto, S., MM, M., Teti Safari, S. P. I., Jefri Heridiansyah, S., & SE, M. (2024). *Analisis kinerja manajemen dalam rekonstruksi nilai nilai Islam: Buku referensi*.
- [8] Clarinda Octavia, C. O. (2025). Penerapan Business Model Canvas (Bmc) Pada Nata Cafe Pettarani.
- [9] Djambek, U. S. M. D. (n.d.). *Analisis Business Model Canvas (Bmc) Dan Pestel Model Syariah Ada Aplikasi Vidio*.
- [10] Farhan, M. (2024). Keseimbangan risiko dan imbal hasil dalam strategi investasi berkelanjutan: Pendekatan integratif terhadap faktor lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan (ESG). *Currency (Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah)*, 2(2), 243–264.
- [11] Fitra, F. (2025). Analisis Pengembangan Usaha Industri Kakao Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Bmc) Pada Cv Putra Mataram Sedalu Di Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar.
- [12] Habsyi, R., & Rusli, R. (2025). Business Model Canvas (Bmc) Sebagai Kerangka Inovasi Dalam Pendidikan Matematika: Systematic Literature Review. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi (JUPEK)*, 7(1), 151–162.
- [13] Harto, B., Rukmana, A. Y., Subekti, R., Tahir, R., Waty, E., Situru, A. C., & Sepriano, S. (2023). *Transformasi bisnis di era digital: Teknologi informasi dalam mendukung transformasi bisnis di era digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- [14] Hindarwati, E. N., Munawar, A., Judijanto, L., Lukito, D., Budiman, D., Sya'rani, R., Suryadi, I., & Agustin, D. (2024). *Inovasi Bisnis: Membangun Keunggulan Bersaing di Era Digital*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- [15] Ichsan, R. N., & Nst, V. F. H. (2024). *Manajemen Industri Halal*. PT Tri Selaras Cendekia.

- [16] Indiharwati, A. (2025). Penerapan Etika Bisnis Islam di Pasar Digital.
- [17] Ismail, S. (2024). Industri Kreatif Kuliner Halal: Model dan Strategi Pengembangan Dalam Bingkai Maqashid Syariah. Merdeka Kreasi Group.
- [18] Kholil, S. (2025). Etika Produksi Islami Berbasis Maqashid Al-Shariah: Pilar Kesejahteraan Sosial Dan Ekonomi. *Equality: Journal of Islamic Law (EJIL)*, 3(1), 13–25.
- [19] Maddinsyah, A., Hidayat, D., Juhaeri, J., Susanto, D., & Sunarsi, D. (2020). Desain Formulasi Dan Implementasi Bisnis Strategik Dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC) Terintegrasi Kerangka Integrated Performance Management System (IPMS) Pada Koperasi Asperindo. *Inovasi*, 7 (2). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen E-ISSN*, 2598, 4950.
- [20] Mardhiyah, A., AB, S., AB, M., Ekawarti, Y., HS, S., Syuheri, A., Ak, S., & AK, M. (2024). Inovasi bisnis merancang masa depan dengan model bisnis canvas yang sukses: Buku referensi.
- [21] Maulana, M. R. S. (2023). Manajemen Pengelolaan Social Enterprise di Program Dompot Dhuafa Farm Yogyakarta.
- [22] Mubarak, M. R. (2025). Implementasi Kemampuan Dinamis untuk menghadapi Transformasi Digital dan meningkatkan Inovasi di Lembaga Keuangan Mikro Syariah.
- [23] Munir, M. M. (2023). Pemberdayaan Ekonomi Berlandaskan Maslahah Dalam Hukum Islam. *Jurnal Kajian Islam Modern*, 10(01), 34–45.
- [24] Nurbaba, G. (2025). Penerapan Prinsip Maqāshid Al-Sharī'ah Dalam Rancang Bangun Sistem Ekonomi Islam Di Indonesia: Rancang Bangun Ekonomi Islam. *At-Tanmiyah Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 10–21.
- [25] Rahajeng, D. K. (2025). Konsep Dasar Tata Kelola dan Implementasi pada Entitas Syariah. UGM PRESS.
- [26] Randy, R., & Herianti, H. (2025). Model Integratif Perlindungan Konsumen Berbasis Maqāshid Syariah di Indonesia. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(1), 1–6.
- [27] Saphira, N., Putri, F. M., Miqdad, M., & Jalil, M. (2025). Pendekatan Maqashid Syariah Dalam Kegiatan Sosial Dan Ekonomi Pada Perspektif Praktik Fiqh Muamalah Kontemporer. *Media Riset Bisnis Manajemen Akuntansi*, 1(1), 156–166.
- [28] Sari, N. S. (2025). Strategi Pengembangan Bisnis Syariah dalam Mewujudkan Bisnis Berkelanjutan. *At-Tajir: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(2), 207–221.
- [29] Schu, M. (2025). Sistem Pembiayaan Di Bank Syariah Dan Bank Konvensional Di Politeknik Pelayaran Sulawesi Utara Perspektif Ekonomi Syariah.
- [30] Sholihah, N. A., Parmono, A. D., Siwi, S. R., & Shafrani, Y. S. (2025). Analisis Penggunaan Business Model Canvas Terhadap Persaingan Bisnis Pada BMT El-Mentari Purwokerto. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 99–108.
- [31] Sparviero, S. (2019). The Case for a Socially Oriented Business Model Canvas: The Social Enterprise Model Canvas. *Journal of Social Entrepreneurship*, 10, 232 - 251. <https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1541011>.
- [32] Susanto, E. (2025). Perbandingan Efisiensi Fintech Konvensional Dan Syariah Dalam Layanan Pembiayaan. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 360–382.
- [33] Sutanto, A. (2022). Strategi Mengembangkan Agribisnis Dengan Canvas Model (Vol. 1). UMMPress.
- [34] Sutrisna, E., Mandataris, S., Mashur Fadli, S., Safitri, S., & Sos, S. (2024). Sukses Bisnis: Panduan Praktis dengan BMC dan SWOT. Mega Press Nusantara.

- [35] Ulya, S. (2025). Penerapan Model Bisnis Kanvas Dalam Wirausaha Halal Berbasis Pesantren. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 118–143.
- [36] Utama, A. S., Kurniawan, H., & Normawati, R. A. (2024). *Strategi Menang Dalam Bisnis*. Penerbit P4I.
- [37] Waruwu, M., Puat, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode penelitian kuantitatif: Konsep, jenis, tahapan dan kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917–932.
- [38] Widiastuti, D., Mukhlas, O. S., & Mustofa, M. (2025). Istinbath Al-Ahkam dalam Konteks Maqasid Al-Shariah dan Relevansinya Terhadap Desain Kebijakan Ekonomi Islam Inklusif. *ISLAMICA*, 9(1), 65–78.
- [39] Widiyawati, H. M., & Castrawijaya, C. (2025). Konsep Inovasi Kewirausahaan di Era Disruptif. *Journal of Business Economics and Management* | E-ISSN: 3063-8968, 2(1), 1559–1563.
- [40] Wiyono, J. (2022). Optimalisasi Penerapan Etika Bisnis Syariah Berbasis Maqasid Syariah di Dapur Kue Rosad Gondang Mojokerto: Sebuah Analisis Strategis untuk Peningkatan Kualitas dan Keberlanjutan Usaha. *FADZAT: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2).
- [41] Wiyono, J. (2025). Tinjauan Prinsip Dan Praktik Kontemporer: Menuju Paradigma Manajemen Bisnis Islam Yang Berkelanjutan. *FADZAT: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2).
- [42] Zulfa, S. L. (2025). Peran chatbot berbasis artificial intelligence dalam meningkatkan kinerja ekonomi syariah: Analisis dari perspektif maqashid syariah. 56, 1459–1465.