

DINAMIKA NETWORKING DAN KOLABORASI DALAM KEWIRAUSAHAAN ISLAM

Received: 31-12-2025	Revised: 31-12-2025	Accepted: 31-12-2025
----------------------	---------------------	----------------------

Dian Sari¹, Chairunnisa², Abdul Wahid Haddade³, Mukhtar Luthfi⁴

¹²³⁴Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

Email: email : diansarisysamsuddin27@gmail.com, chairunnisalahaji@gmail.com,

hasyim_haddade@uin-alauddin.ac.id, muhtar.lutfi@yahoo.com

Abstract

The growth of the sharia economy in the last decade has shown significant development in line with increasing public awareness of halal products and services. This development emphasizes the importance of networking and collaboration as the main strategy in increasing the competitiveness of sharia entrepreneurship. This research aims to analyze the role, urgency, legal basis, and relevant forms of networking and collaboration in the development of sharia entrepreneurship. The research method uses a library research approach by collecting literature for the 2020–2025 period which includes books, journals, and official reports. The results of the study show that networking in Islam not only functions as a means of expanding business relationships, but also as an implementation of the values of ukhuwah, amanah, ta'awun, and the formation of faith-based social capital. Collaboration through sharia contracts such as musyarakah, mudharabah, and shirkah has been proven to strengthen resource integration, increase efficiency, and ensure business sustainability according to sharia principles. In addition to having a spiritual dimension, networking and collaboration also have strategic urgency in building halal value chains, expanding access to sharia financing, and encouraging the economic empowerment of the people. The legal basis of the Qur'an, Hadith, jurisprudence, DSN-MUI fatwa, and national regulations strengthens the legitimacy of both in sharia business practices. This research emphasizes that networking and collaboration are fundamental pillars for the success of sharia entrepreneurship and strengthening a sustainable halal industry ecosystem.

Keywords: Sharia networking, Collaboration, Shariah entrepreneurship, Halal ecosystem;

Abstrak

Pertumbuhan ekonomi syariah dalam satu dekade terakhir menunjukkan perkembangan signifikan seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk dan layanan halal. Perkembangan ini menegaskan pentingnya networking dan kolaborasi sebagai strategi utama dalam meningkatkan daya saing syariah entrepreneurship. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran, urgensi, landasan hukum, serta bentuk-bentuk networking dan kolaborasi yang relevan

dalam pengembangan kewirausahaan syariah. Metode penelitian menggunakan pendekatan library research dengan menghimpun literatur periode 2020–2025 yang mencakup buku, jurnal, dan laporan resmi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa networking dalam Islam tidak hanya berfungsi sebagai sarana memperluas relasi bisnis, tetapi juga sebagai implementasi nilai ukhuwah, amanah, ta’awun, serta pembentukan modal sosial berbasis kepercayaan. Kolaborasi melalui akad syariah seperti musyarakah, mudharabah, dan syirkah terbukti memperkuat integrasi sumber daya, meningkatkan efisiensi, serta memastikan keberlanjutan usaha sesuai prinsip syariah. Selain memiliki dimensi spiritual, networking dan kolaborasi juga memiliki urgensi strategis dalam membangun rantai nilai halal, memperluas akses pembiayaan syariah, serta mendorong pemberdayaan ekonomi umat. Landasan hukum dari Al-Qur’an, Hadis, fikih muamalah, fatwa DSN-MUI, dan regulasi nasional memperkuat legitimasi keduanya dalam praktik bisnis syariah. Penelitian ini menegaskan bahwa networking dan kolaborasi merupakan pilar fundamental bagi keberhasilan sharia entrepreneurship dan penguatan ekosistem industri halal yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Networking syariah, Kolaborasi, Shariah entrepreneurship, Ekosistem halal;

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi syariah dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan perkembangan yang signifikan, terutama sejak meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap bisnis halal serta bertumbuhnya industri pendukung seperti lembaga keuangan syariah, UMKM halal, dan ekosistem digital berbasis syariah (Fauzi, 2021). Perkembangan ini mendorong munculnya kebutuhan akan strategi bisnis yang mampu meningkatkan daya saing wirausaha syariah, salah satunya melalui pembentukan dan penguatan jejaring bisnis atau networking yang efektif (Hamzah, 2022). Dalam konteks sharia entrepreneurship, networking tidak sekadar menjadi sarana pertukaran informasi dan kolaborasi, melainkan juga bagian dari implementasi nilai-nilai Islam seperti ukhuwah, amanah, dan ta’awun yang memperkuat hubungan bisnis secara etis dan berkelanjutan (Rahmadani, 2023). Dengan demikian, jejaring yang dibangun oleh wirausaha syariah tidak hanya berorientasi pada profitabilitas, tetapi juga pada keberkahan dan kebermanfaatn sosial sesuai prinsip-prinsip muamalah (Sulaiman, 2024).

Pemanfaatan networking terbukti memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan usaha, terutama melalui perluasan pasar, peningkatan kepercayaan pelanggan, dan akses yang lebih mudah terhadap pembiayaan syariah seperti BMT, bank syariah, serta fintech berbasis akad syariah (Azzahra, 2023). Selain itu, kemajuan teknologi digital juga memungkinkan terbentuknya jaringan global antar pelaku industri halal sehingga peluang ekspansi pasar menjadi semakin luas (Firdaus, 2024). Namun, perkembangan tersebut masih dihadapkan pada sejumlah tantangan, antara lain rendahnya literasi digital sebagian pelaku UMKM syariah, kurangnya kolaborasi antara komunitas bisnis berbasis syariah, serta belum optimalnya integrasi antara akademisi, pelaku industri, dan lembaga pemerintah dalam pengembangan

jaringan usaha halal (Yusri, 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa peran networking dalam kewirausahaan syariah perlu diteliti lebih mendalam untuk memahami model jejaring yang efektif serta strategi penguatan ekosistem bisnis halal di masa depan (Akbar, 2025).

Perkembangan ekosistem industri halal global semakin mendorong pentingnya kolaborasi lintas sektor melalui penguatan jejaring antara pelaku usaha, lembaga sertifikasi, lembaga keuangan, serta pemerintah yang berperan sebagai regulator (Mahendra, 2020). Keterhubungan antaraktor dalam ekosistem ini menciptakan aliran informasi yang lebih cepat dan memungkinkan pelaku usaha syariah memperoleh dukungan dalam bentuk pendampingan, akses permodalan, serta peluang ekspor produk halal (Nawawi, 2021). Dalam konteks inilah networking menjadi instrumen strategis untuk meningkatkan daya saing UMKM syariah. Di sisi lain, modernisasi industri halal menuntut wirausaha syariah untuk menguasai teknologi digital sebagai sarana memperluas jaringan, membangun interaksi dengan konsumen, serta memperkuat citra bisnis berbasis kepercayaan dan nilai Islami (Rohman, 2022). Pemanfaatan platform digital seperti marketplace halal, komunitas bisnis muslim daring, dan aplikasi pembiayaan syariah terbukti memperbesar peluang terjadinya kolaborasi dan transaksi lintas wilayah (Latifah, 2023). Transformasi ini menunjukkan bahwa jejaring digital telah menjadi salah satu faktor kunci dalam efektivitas pengembangan kewirausahaan syariah di era modern.

Selain itu, studi terbaru menunjukkan bahwa keberhasilan networking pada kewirausahaan syariah sangat dipengaruhi oleh nilai modal sosial Islam yang mencakup aspek kepercayaan (trust), solidaritas, dan komitmen moral antar pelaku usaha (Mustaqim, 2024). Modal sosial ini menjadi pembeda utama antara jejaring bisnis syariah dan jejaring konvensional karena hubungan yang terbangun tidak hanya didasarkan pada kepentingan ekonomi, tetapi juga nilai etika dan spiritual (Zainuddin, 2021). Dengan demikian, networking tidak hanya berfungsi sebagai sarana strategi bisnis, tetapi juga sebagai mekanisme untuk menjaga integritas dan keberkahan usaha.

Namun, implementasi networking dalam industri syariah masih menghadapi tantangan seperti kurangnya standarisasi produk halal, rendahnya kapasitas manajerial pelaku usaha, dan terbatasnya akses informasi terkait peluang kerja sama lintas negara (Munir, 2022). Tantangan ini semakin diperburuk oleh kesenjangan pengetahuan antara pelaku usaha di daerah perkotaan dan pedesaan, sehingga tidak semua wirausaha memiliki kesempatan yang sama untuk mengoptimalkan jejaring bisnis (Adi, 2023). Oleh karena itu, diperlukan strategi yang terintegrasi untuk memperkuat jejaring usaha syariah melalui kolaborasi multi-stakeholder.

Selain persoalan tersebut, inklusi keuangan syariah juga memainkan peran penting dalam membentuk jejaring yang kuat. Lembaga keuangan syariah, mulai dari BMT hingga

bank syariah besar, berfungsi sebagai penghubung antara pelaku usaha dan sumber modal sehingga meningkatkan kapasitas berkembangnya jaringan bisnis syariah (Halim, 2025). Tanpa dukungan pembiayaan yang memadai, kesempatan kolaborasi dan ekspansi pasar akan terhambat, sehingga kemampuan networking pelaku usaha syariah menjadi kurang optimal (Nasution, 2022).

Dengan melihat dinamika tersebut, penting untuk menelaah secara komprehensif bagaimana networking memengaruhi keberhasilan sharia entrepreneurship dan bagaimana strategi penguatannya dapat diimplementasikan untuk mendukung perkembangan industri halal di masa yang akan datang (Fadhilah, 2025).

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Networking dan Kolaborasi dalam Perspektif Islam

Dalam perspektif Islam, networking atau silaturahmi bisnis merupakan aktivitas menjalin hubungan sosial dan profesional yang dilandasi nilai keimanan, akhlak, dan prinsip muamalah yang benar (Hafidz, 2021). Networking tidak hanya bertujuan memperluas relasi untuk keuntungan material, tetapi juga menjadi sarana membangun ukhuwah dan memperkuat peradaban ekonomi umat (Rahman, 2023). Konsep ini sesuai dengan perintah al-Qur'an untuk menjaga hubungan antarmanusia serta anjuran Nabi Muhammad SAW untuk mempererat silaturahmi sebagai sumber keberkahan dan kelapangan rezeki (Anshori, 2022). Dengan demikian, networking dalam Islam menuntut praktik amanah, kejujuran, keadilan, dan tidak merugikan pihak lain sebagai wujud etika muamalah yang sah (Fauzan, 2024).

Kolaborasi dalam perspektif Islam dipahami sebagai bentuk kerja sama (ta'āwun) yang bertujuan mewujudkan kemanfaatan, kemaslahatan, dan kebaikan bersama (Nasution, 2024). Prinsip dasar kolaborasi ditegaskan dalam QS. Al-Mā'idah ayat 2 mengenai perintah untuk tolong-menolong dalam kebaikan dan ketakwaan, yang menjadi landasan kerja sama yang etis dan bebas dari kezaliman (Syafii, 2021). Dalam praktik ekonomi, kolaborasi syariah dapat muncul melalui akad syirkah, musyarakah, dan mudharabah, yang seluruhnya mensyaratkan keterbukaan, ridha antar pihak, serta kejelasan akad (Munir, 2020). Kolaborasi demikian memungkinkan integrasi sumber daya dan keahlian secara halal, sehingga mendorong pertumbuhan usaha yang etis dan berorientasi keberkahan (Imran, 2025).

Networking dan kolaborasi dalam Islam saling berkaitan dan menjadi fondasi utama ekosistem sharia entrepreneurship yang berkeadilan dan berkelanjutan (Zainuddin, 2023). Networking yang kuat membangun modal sosial berupa trust, sedangkan kolaborasi menyediakan mekanisme konkret untuk sinergi usaha dalam kerangka syariah (Lestari, 2022). Melalui kedua konsep ini, pelaku usaha muslim dapat memperluas pasar, meningkatkan

inovasi, serta memberikan manfaat ekonomi maupun sosial secara berkelanjutan (Amir, 2025). Dengan berpegang pada nilai dan etika Islam, networking dan kolaborasi tidak hanya berfungsi sebagai strategi bisnis, tetapi juga sebagai wujud pengabdian spiritual dalam aktivitas ekonomi yang berorientasi pada kemaslahatan (Ridwan, 2021).

Selain berfungsi sebagai sarana memperluas relasi bisnis, networking dalam Islam juga memainkan peran sebagai mekanisme pembentukan modal sosial (*social capital*) yang mempengaruhi efektivitas kerja sama antar pelaku usaha (Fahrurrozi, 2023). Modal sosial yang dibangun melalui hubungan yang kuat, jujur, dan berintegritas menciptakan rasa saling percaya (*mutual trust*), yang merupakan prasyarat utama dalam transaksi syariah, terutama dalam akad-akad berbasis kemitraan seperti *musyarakah* dan *mudharabah* (Syakur, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa networking dalam perspektif Islam tidak sekadar hubungan fungsional, tetapi juga hubungan moral yang mengikat para pelaku usaha pada nilai etika dan tanggung jawab sosial (Rahmadani, 2021).

Bentuk networking dalam Islam juga dapat muncul dalam komunitas bisnis syariah, koperasi pesantren, asosiasi halal, maupun jejaring ekonomi masjid yang menghubungkan pelaku usaha dengan pasar, lembaga keuangan syariah, dan pemangku kepentingan lainnya (Munawar, 2022). Pada tataran ini, networking berperan sebagai strategi pemberdayaan ekonomi umat dengan memfasilitasi distribusi informasi, peluang kemitraan, dan pendidikan kewirausahaan secara lebih merata (Hakiki, 2025). Dengan demikian, networking tidak hanya memperkuat daya tawar pelaku usaha muslim, tetapi juga menciptakan ekosistem bisnis yang solid dan berorientasi pada kemaslahatan (Azizah, 2020).

Sementara itu, konsep kolaborasi dalam Islam tidak hanya dipahami sebagai kerja sama teknis, tetapi juga sebagai wujud implementasi nilai ukhuwah *iqtishadiyah* (persaudaraan ekonomi) yang menekankan prinsip keseimbangan, kebersamaan, dan keberlanjutan (Haryanto, 2023). Kolaborasi syariah menuntut adanya kejelasan akad, mekanisme bagi hasil yang adil, dan pembagian risiko yang proporsional agar tidak ada pihak yang dirugikan (Ismail, 2024). Dengan demikian, kerja sama dalam Islam tidak boleh didasarkan pada eksploitasi atau dominasi salah satu pihak, melainkan harus dibangun di atas asas kesetaraan dan kerelaan (*antaradhin minkum*) yang menjadi norma fundamental dalam muamalah (Natsir, 2021).

Dalam praktik modern, kolaborasi syariah dapat berkembang melalui konsorsium usaha halal, inkubasi bisnis berbasis syariah, hingga kemitraan digital dalam platform perdagangan halal global (Farouq, 2025). Kolaborasi tersebut memungkinkan integrasi sumber daya dan kompetensi secara halal, sekaligus menjawab tantangan globalisasi dan digitalisasi yang menuntut fleksibilitas dan inovasi tanpa meninggalkan prinsip-prinsip syariah (Kurniawan,

2023). Esensi kolaborasi ini adalah penciptaan nilai bersama (shared value) yang tidak hanya menguntungkan pelaku bisnis, tetapi juga memberi dampak sosial positif bagi masyarakat luas (Rasyid, 2022).

Dengan demikian, baik networking maupun kolaborasi dalam perspektif Islam memiliki landasan teologis, moral, dan praktis yang kuat untuk membangun ekosistem syariah entrepreneurship yang berkeadilan, etis, dan berkelanjutan (Mustofa, 2024). Kedua konsep tersebut tidak dapat dipisahkan karena networking membentuk hubungan, sementara kolaborasi mewujudkan kerja sama nyata dalam bingkai nilai-nilai Islam (Hilmansyah, 2025). Keduanya berfungsi sebagai pilar utama bagi tumbuhnya bisnis syariah modern yang tidak hanya kompetitif, tetapi juga berorientasi pada keberkahan dan kemaslahatan umat (Yunus, 2020).

B. Urgensi Networking dan Kolaborasi dalam Syariah Entrepreneurship

Networking dan kolaborasi memiliki urgensi yang sangat kuat dalam mengembangkan syariah entrepreneurship karena keduanya menjadi pilar bagi terbentuknya ekosistem bisnis yang berdaya saing sekaligus berlandaskan nilai-nilai Islam (Husayni, 2022). Networking memungkinkan pelaku usaha muslim membangun hubungan yang dilandasi kepercayaan (trust), amanah, dan transparansi, yang merupakan prinsip utama dalam praktik muamalah syariah sehingga memperkuat legitimasi dan keberlanjutan usaha (Rahmad, 2021). Melalui jejaring yang luas, pelaku usaha dapat memperoleh akses informasi pasar, peluang kemitraan, dukungan pembiayaan halal, serta sumber daya produktif lainnya yang mempercepat pertumbuhan bisnis berbasis syariah (Fahmi, 2024).

Kolaborasi juga memiliki urgensi penting karena dalam ekonomi Islam, kerja sama merupakan perwujudan dari nilai ta'āwun atau tolong-menolong dalam kebaikan yang mendorong terciptanya kemaslahatan bersama (Natsir, 2020). Dalam praktik bisnis modern, kolaborasi syariah mendorong integrasi kompetensi melalui akad-akad seperti musyarakah, mudharabah, dan syirkah yang memungkinkan berbagi risiko dan keuntungan secara adil sesuai kesepakatan (Khalid, 2023). Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi dan daya inovasi, tetapi juga mencegah praktik bisnis yang eksploitatif, sehingga menciptakan kemitraan yang etis dan berkeadilan (Salman, 2025).

Urgensi networking dan kolaborasi semakin terlihat dalam upaya membangun rantai nilai halal (halal value chain), di mana pelaku usaha membutuhkan sinergi antar sektor seperti produksi, distribusi, sertifikasi halal, dan pemasaran untuk memastikan kepatuhan syariah serta kualitas produk (Lutfiah, 2024). Tanpa jejaring yang kuat, pelaku usaha khususnya UMKM syariah sering mengalami keterbatasan dalam mengakses teknologi, pasar global, dan

pendampingan hukum syariah yang diperlukan untuk ekspansi usaha (Aziz, 2023). Kolaborasi strategis juga membantu memperkuat posisi tawar pelaku usaha muslim dalam persaingan ekonomi global yang semakin kompetitif (Halim, 2021).

Dari perspektif pemberdayaan ekonomi umat, networking dan kolaborasi menjadi alat untuk memperluas manfaat sosial ekonomi melalui pembentukan komunitas bisnis syariah, koperasi pesantren, dan jaringan usaha berbasis masjid yang mendorong kemandirian ekonomi masyarakat (Ramdani, 2025). Sinergi tersebut tidak hanya meningkatkan keberhasilan bisnis, tetapi juga memperkuat solidaritas sosial dan pemerataan peluang usaha antar komunitas muslim (Zulkifli, 2020). Dengan demikian, urgensi networking dan kolaborasi dalam syariah entrepreneurship mencakup aspek spiritual, sosial, strategis, dan ekonomis yang menjadikannya sebagai fondasi penting bagi pengembangan ekonomi Islam yang berkelanjutan (Mahendra, 2024).

C. Landasan Hukum Mengenai Networking dan Kolaborasi dalam Syariah Entrepreneur

Landasan hukum networking dan kolaborasi dalam Syariah Entrepreneurship berakar pada prinsip-prinsip dasar muamalah Islam yang menekankan nilai kerja sama, tanggung jawab, dan keadilan dalam kegiatan ekonomi. Dalam Al-Qur'an, kerja sama merupakan instrumen penting dalam membangun hubungan bisnis yang berkelanjutan. Ayat QS. Al-Ma'idah: 2 memerintahkan umat Islam untuk "tolong-menolong dalam kebajikan dan ketakwaan," yang menunjukkan bahwa kolaborasi bukan sekadar strategi bisnis, tetapi juga kewajiban moral dan spiritual bagi pelaku usaha syariah (Yusuf, 2022). Selain dalam surah Al-Maidah ayat 2, anjuran untuk membangun jejaring sosial dan kolaborasi juga terdapat pada surah Al-Hujurat Ayat 10:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

Terjemahan: Sesungguhnya orang-orang mukmin itu bersaudara, karena itu damaikanlah kedua saudaramu (yang bertikai) dan bertakwalah kepada Allah agar kamu dirahmati. (Q.S Al-Hujurat:10)

Ayat ini menegaskan bahwa hubungan antara sesama muslim berlandaskan prinsip ukhuwah, yaitu persaudaraan yang menciptakan keterikatan emosional, sosial, dan moral. Dalam konteks Syariah Entrepreneurship, nilai ukhuwah ini menjadi fondasi utama bagi

terbentuknya networking dan kolaborasi yang sehat. Networking syariah bukan hanya hubungan profesional, tetapi ikatan kepercayaan (trust), loyalitas, dan komitmen moral yang menjadi ciri khas bisnis berbasis nilai Islam. Dengan landasan ukhuwah, pelaku usaha terdorong untuk membangun jejaring yang saling mendukung, bukan mengeksploitasi, sehingga tercipta ekosistem bisnis yang etis dan berkeadilan.

Selain landasan dalam Al-Qur'an, Hadis Nabi juga memberikan legitimasi kuat terhadap praktik kemitraan dalam aktivitas ekonomi. Salah satu hadis yang menjadi acuan dalam praktik ini yaitu terdapat dalam hadits Tirmidzi "Sesungguhnya tangan (pertolongan) Allah bersama jamaah. dan barang siapa memisahkan diri dari jamaah, maka ia akan terpisah menuju neraka." (HR. At-Tirmidzi).

Hadis ini menegaskan bahwa keberkahan, perlindungan, dan pertolongan Allah akan menyertai aktivitas yang dilakukan secara kolektif dan berlandaskan kebersamaan. Hadis ini memiliki implikasi signifikan terhadap pengembangan syariah entrepreneurship, terutama dalam aspek networking dan kolaborasi. Dalam perspektif Islam, kolaborasi bukan hanya strategi manajerial, tetapi juga manifestasi nilai spiritual yang menempatkan kerja sama sebagai wujud ketaatan dan kepatuhan kepada ajaran Rasulullah.

Dalam konteks networking, hadis tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha yang membangun jejaring dan relasi sosial secara positif berada dalam lingkungan yang lebih diberkahi. Networking dalam bisnis syariah menuntut prinsip saling percaya, saling membantu, dan keterbukaan, yang sejalan dengan semangat "jamaah" dalam hadis. Pelaku usaha yang terhubung dengan komunitas bisnis, lembaga keuangan syariah, lembaga pendidikan, atau komunitas profesional lainnya memiliki peluang lebih besar untuk berkembang karena berada dalam kolaborasi yang produktif dan bernilai ibadah.

Selain itu, kaidah fikih seperti al-muslimun 'ala syuruthihim yang menekankan bahwa setiap kesepakatan mengikat secara hukum memperkuat prinsip kepatuhan terhadap kontrak dalam jaringan bisnis syariah (Hamzah, 2020). Kaidah lain, seperti al-ghunmu bi al-ghurmi, menegaskan bahwa setiap keuntungan harus diperoleh melalui risiko yang jelas, sehingga mendorong kolaborasi yang sehat dan proporsional (Siregar, 2021). Dalam konteks praktik kontemporer, fatwa-fatwa DSN-MUI juga menjadi referensi penting dalam menegaskan legalitas kerja sama dan networking bisnis berbasis syariah. Fatwa mengenai musyarakah dan mudharabah memberikan struktur hukum yang jelas terkait mekanisme kerja sama dan pembagian hasil yang sesuai dengan prinsip syariah (Hilmi, 2025). Fatwa tersebut berfungsi sebagai pedoman lembaga keuangan dan pelaku usaha untuk memastikan bahwa setiap bentuk kolaborasi memenuhi standar kepatuhan syariah.

D. Bentuk Networking dan Kolaborasi dalam Islam yang Berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha

Dalam perspektif Islam, networking dan kolaborasi bukan hanya strategi bisnis modern, tetapi bagian integral dari ajaran muamalah yang bertujuan menciptakan keberkahan, keadilan, dan kemaslahatan. Beberapa bentuk kolaborasi yang berdampak langsung pada keberhasilan usaha antara lain:

1. Syirkah (Kemitraan Bisnis Berbasis Kebersamaan Risiko)

Syirkah adalah bentuk kerja sama dua pihak atau lebih untuk menggabungkan modal, tenaga, atau keahlian dengan tujuan memperoleh keuntungan bersama. Dalam praktik bisnis syariah, syirkah mendorong: pembagian risiko yang lebih proporsional, peningkatan kapasitas usaha, penguatan modal sosial antar mitra, efisiensi dalam pengelolaan sumber daya. Syirkah menjadi pondasi kolaborasi bisnis dalam Islam yang paling kuat dan terbukti meningkatkan peluang keberhasilan usaha.

2. Musyarakah (Kolaborasi Modal dan Manajemen)

Akad musyarakah memadukan kontribusi modal dari berbagai pihak. Model ini sangat efektif untuk: ekspansi usaha, meningkatkan skala produksi, membangun jaringan investasi syariah. Kolaborasi musyarakah memungkinkan usaha tumbuh lebih cepat karena adanya dukungan modal kolektif dan manajemen bersama yang memperkaya perspektif pengambilan keputusan.

3. Mudharabah (Kolaborasi Pemilik Modal dan Pengelola)

Mudharabah merupakan bentuk networking antara pemilik modal (shahibul maal) dan pengelola (mudharib). Akad ini mendukung: penciptaan peluang usaha bagi individu dengan keahlian tetapi tanpa modal, pemberdayaan wirausaha baru, peningkatan mobilitas modal produktif. Kolaborasi ini membuat usaha lebih dinamis, adaptif, dan berpotensi memberikan keuntungan optimal dalam batas syariah.

4. Ta'āwun (Tolong-Menolong dalam Ekosistem Bisnis)

Ta'āwun adalah networking berbasis solidaritas dan persaudaraan, tercermin dalam berbagi informasi pasar, memfasilitasi akses jaringan distribusi, memberi bantuan teknis antar pengusaha, mendukung promosi sesama pelaku usaha muslim. Model networking sosial ini menciptakan ekosistem bisnis yang kuat dan saling menopang sebuah faktor penting dalam keberhasilan usaha UMKM syariah.

5. Wakalah (Perwakilan atau Agen Bisnis Syariah)

Dalam dunia usaha, wakalah berfungsi sebagai: kolaborasi dalam pemasaran, kerja sama agen atau distributor, perwakilan operasional atau manajemen. Wakalah memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional tanpa melanggar prinsip syariah.

6. Jaringan Komunitas Ekonomi Umat (Masjid, Pesantren, dan Komunitas Muslim)

Networking berbasis komunitas Islam berkontribusi pada: penguatan kepercayaan (trust-based networking), peningkatan loyalitas konsumen, fasilitasi kolaborasi usaha sesama anggota komunitas. Berkembangnya koperasi dan inkubasi bisnis syariah. Ekosistem berbasis komunitas ini memiliki kekuatan spiritual dan sosial yang sangat mempengaruhi keberhasilan usaha.

7. Kolaborasi Rantai Nilai Halal (Halal Value Chain)

Kolaborasi dalam rantai nilai halal melibatkan: produsen, lembaga sertifikasi halal, distributor, retailer, lembaga keuangan syariah. Kolaborasi terintegrasi ini meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas pasar, dan memastikan kepatuhan terhadap standar halal.

8. Kolaborasi Intelektual dan Edukatif

Meliputi kerja sama dalam: pelatihan bisnis syariah, seminar dan workshop, mentoring wirausaha muslim, jaringan akademisi dan praktisi syariah. Kolaborasi ini meningkatkan kapasitas intelektual dan manajerial pelaku usaha. Faktor utama keberhasilan dalam era kompetitif.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan library research, yaitu metode yang mengandalkan sumber-sumber literatur seperti buku ilmiah, artikel jurnal, laporan lembaga resmi, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik networking dalam sharia entrepreneurship (Mahendra, 2020). Literatur yang digunakan dipilih berdasarkan kesesuaian tema, kredibilitas sumber, dan periode terbit antara tahun 2020–2025 agar memastikan kebaruan dan relevansi informasi (Nawawi, 2021). Pengumpulan data dilakukan dengan mengidentifikasi kata kunci seperti Islamic networking, sharia entrepreneurship, dan halal industry collaboration, kemudian menyaring literatur yang sesuai dan mengklasifikasikannya ke dalam beberapa kategori tematik yang relevan dengan penelitian ini (Rohman, 2022).

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik content analysis, yaitu penelaahan mendalam terhadap konsep, temuan, dan pola yang muncul dari berbagai studi sebelumnya (Latifah, 2023). Analisis dilakukan melalui proses reduksi data, penyajian data secara sistematis, dan penarikan kesimpulan yang bersifat deskriptif-analitis untuk menghasilkan

sintesis konseptual yang komprehensif (Mustaqim, 2024). Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan cross-check antar literatur untuk memastikan konsistensi dan ketepatan informasi yang digunakan (Halim, 2025).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil library research menunjukkan bahwa networking dan kolaborasi merupakan pilar penting dalam Shariah Entrepreneurship karena keduanya mendukung prinsip ukhuwah, amanah, dan keadilan dalam aktivitas ekonomi (Rahmawati, 2021). Temuan literatur menegaskan bahwa praktik jaringan bisnis yang dibangun atas nilai syariah tidak hanya meningkatkan akses pasar, tetapi juga memperkuat solidaritas dan keberlanjutan hubungan antar-pelaku usaha Muslim (Nurhadi, 2023).

Kajian terhadap bentuk kemitraan seperti syirkah, mudharabah, dan musyarakah memperlihatkan bahwa mekanisme berbasis risk-sharing memiliki kontribusi signifikan terhadap peningkatan kapasitas usaha dan perluasan jaringan bisnis (Hasyim, 2024). Literatur juga menegaskan bahwa landasan hukum dari networking dan kolaborasi ditegaskan oleh QS. Al-Hujurat:10 dan hadis “Tangan Allah bersama jamaah”, yang memberikan legitimasi moral dan spiritual bagi kolaborasi dalam bisnis (Setiawan, 2025).

A. Kontribusi Networking terhadap Shariah Entrepreneurship

Literatur menunjukkan bahwa networking merupakan strategi penting dalam pengembangan usaha karena memungkinkan entrepreneur Muslim memperluas akses informasi, peluang kerja sama, dan konektivitas pasar (Fadhilah, 2020). Jaringan bisnis berbasis komunitas Muslim, seperti komunitas pengusaha syariah, aktivitas ekonomi berbasis masjid, dan platform digital halal, terbukti mendorong terbentuknya ekosistem usaha yang lebih kolaboratif dan amanah (Jauhari, 2022).

Networking memiliki peran yang sangat strategis dalam memperkuat keberhasilan Shariah Entrepreneurship karena memberikan akses yang lebih luas terhadap informasi pasar, peluang pendanaan syariah, dan kolaborasi lintas komunitas berbasis nilai keislaman. Literatur terbaru menunjukkan bahwa pelaku usaha yang aktif membangun jaringan bisnis cenderung memiliki kemampuan lebih baik dalam membaca tren pasar halal dan merespons perubahan kebutuhan konsumen Muslim secara cepat dan tepat (Firdaus, 2020). Jaringan bisnis yang kuat juga memungkinkan entrepreneur untuk mengidentifikasi mitra usaha yang memiliki komitmen syariah yang sama, sehingga mengurangi risiko kerja sama yang tidak etis atau merugikan salah satu pihak (Mahendra, 2021).

Networking juga berkontribusi dalam membentuk social capital yang sangat penting dalam dunia usaha syariah. Social capital ini mencakup elemen kepercayaan, kedekatan sosial, dan hubungan antar pelaku usaha yang bersifat jangka panjang, yang semuanya merupakan nilai inti dalam ekonomi Islam (Syaifuddin, 2022). Kepercayaan merupakan aspek fundamental yang sangat ditekankan dalam setiap akad muamalah, sehingga jaringan yang dibangun atas dasar kejujuran dan integritas dapat memperkuat stabilitas transaksi bisnis (Hakimah, 2023). Dalam konteks inilah networking tidak hanya menjadi alat strategis, tetapi juga menjadi praktik spiritual yang mendukung terciptanya hubungan bisnis yang penuh amanah.

Selain itu, networking berkontribusi pada percepatan inovasi dalam sektor kewirausahaan syariah. Studi menunjukkan bahwa entrepreneur yang terhubung dalam komunitas bisnis syariah lebih mampu mengembangkan produk halal baru, memanfaatkan teknologi digital, serta mengakses pengetahuan terkini mengenai pasar global halal yang terus berkembang (Rahardjo, 2024). Hal ini sesuai dengan prinsip Islam yang mendorong umatnya untuk terus melakukan perbaikan, inovasi, dan pengembangan diri dalam rangka mencapai keberkahan usaha. Melalui jaringan yang dinamis, pelaku usaha mendapatkan inspirasi, benchmarking, dan peluang kemitraan yang dapat meningkatkan daya saing di pasar domestik maupun internasional (Faturrahman, 2025).

B. Peran Kolaborasi dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha

Pembahasan literatur menunjukkan bahwa kolaborasi memiliki dampak lebih besar dibanding sekadar networking karena melibatkan integrasi keahlian, modal, dan sumber daya (Syahputra, 2021). Dalam kerangka syariah, kolaborasi seperti syirkah dan musyarakah memperkuat stabilitas usaha melalui praktik risk sharing yang adil sehingga mengurangi beban risiko pada satu pihak (Hakim, 2023).

Kolaborasi dapat memperluas kapasitas inovasi karena memungkinkan entrepreneur saling bertukar pengetahuan, meningkatkan efisiensi operasional, serta mempercepat pertumbuhan melalui sinergi kompetensi (Ibrahim, 2024). Sejumlah literatur menjelaskan bahwa kolaborasi berbasis nilai syariah memperkuat aspek spiritual dan sosial dalam bisnis, sehingga menghasilkan keberlanjutan ekonomi yang lebih kokoh (Latief, 2025).

Kolaborasi mendukung pengembangan inovasi melalui perpaduan ide dan perspektif yang beragam. Penelitian menunjukkan bahwa usaha yang berbasis kolaborasi cenderung lebih cepat mengembangkan produk baru, memanfaatkan teknologi digital, dan merespons dinamika kebutuhan konsumen Muslim (Rafidah, 2023). Kolaborasi mendorong terjadinya knowledge sharing, yaitu proses pertukaran informasi dan kompetensi yang meningkatkan kreativitas serta kapabilitas inovatif pelaku usaha (Munandar, 2025). Dengan demikian, kerja sama tidak hanya

menghasilkan keuntungan finansial, tetapi juga menghasilkan nilai tambah berupa peningkatan kapasitas intelektual para entrepreneur.

Poin penting lainnya adalah bahwa kolaborasi syariah memperkuat nilai spiritual dalam praktik bisnis. Hubungan kerja sama yang dilandasi niat ibadah, kebersamaan, dan komitmen terhadap kemaslahatan umat menciptakan keberkahan (barakah) dalam aktivitas usaha (Wicaksono, 2021). Dalam konteks ini, keberhasilan tidak hanya diukur dari profit, tetapi juga dari sejauh mana usaha tersebut memberikan manfaat sosial dan memperkuat solidaritas ekonomi umat (Fauzan, 2024). Nilai keberkahan ini menjadi indikator penting dalam kewirausahaan syariah yang tidak ditemukan dalam pendekatan bisnis konvensional.

Lebih jauh, kolaborasi berperan dalam memperluas akses pasar melalui integrasi jaringan antar-mitra usaha. Pelaku usaha yang terlibat dalam kolaborasi dapat menjangkau segmen pasar yang berbeda, menggabungkan daftar pelanggan, serta memanfaatkan reputasi masing-masing pihak untuk memperluas distribusi produk (Hidayani, 2023). Model kerja sama seperti co-branding, joint marketing, dan kemitraan distribusi terbukti meningkatkan visibilitas merek dan meningkatkan daya saing usaha di tengah pasar halal global yang semakin kompetitif (Rahmatullah, 2025).

Akhirnya, kolaborasi dalam Syariah Entrepreneurship juga memainkan peran penting dalam memperkuat pemberdayaan ekonomi komunitas. Dengan bekerja sama, pelaku usaha dapat menciptakan rantai nilai halal yang lebih terstruktur, membuka lapangan kerja baru, dan meningkatkan kapasitas ekonomi lokal (Himawan, 2025). Hal ini sejalan dengan tujuan maqashid syariah yang menekankan pentingnya menjaga harta (hifz al-mal) dan menciptakan kemaslahatan sosial. Dengan demikian, kolaborasi bukan hanya strategi bisnis, tetapi juga bagian dari kontribusi terhadap agenda pembangunan ekonomi umat.

C. Integrasi Ayat dan Hadis dalam Praktik Networking Syariah

QS. Al-Hujurat:10 memberikan landasan teologis bahwa hubungan antar-Muslim harus dibangun atas asas persaudaraan, sehingga kerja sama ekonomi merupakan bagian dari penguatan ukhuwah (Ridwan, 2020). Ayat ini menegaskan bahwa kolaborasi bukan sekadar strategi bisnis, tetapi kewajiban etis untuk saling mendukung dalam kebaikan dan kemaslahatan (Nashir, 2022).

Hadis “Tangan Allah bersama jamaah” menunjukkan bahwa keberkahan dan pertolongan Allah hadir ketika manusia bekerja secara kolektif, bukan individualistik (Salim, 2021). Literatur menekankan bahwa hadis ini berimplikasi langsung terhadap praktik networking dan kolaborasi, karena menegaskan bahwa keberhasilan usaha lebih mudah tercapai melalui kerja sama, sinergi, dan ikhtiar bersama (Munawwir, 2024).

Integrasi ajaran Al-Qur'an dan hadis dalam praktik networking syariah merupakan aspek fundamental yang memberikan legitimasi moral dan spiritual bagi kerja sama ekonomi dalam Islam. QS. Al-Hujurāt ayat 10 menegaskan bahwa kaum Muslim adalah bersaudara, sehingga setiap bentuk interaksi sosial, termasuk dalam dunia bisnis, harus dibangun atas fondasi persatuan, solidaritas, dan upaya memperbaiki hubungan antarindividu (Fathurrahim, 2020). Ayat ini memperkuat pemahaman bahwa networking bukan sekadar strategi bisnis, tetapi juga wujud implementasi ukhuwah yang memiliki dimensi ibadah, karena mengikat pelaku usaha dalam ikatan kebajikan dan komitmen moral kolektif (Musthafa, 2021).

Hadis “Tangan Allah bersama jamaah” menegaskan bahwa keberkahan dan pertolongan Allah akan menyertai upaya yang dilakukan secara bersama-sama, bukan secara individualistik (Rais, 2022). Dalam konteks networking syariah, hadis ini memberikan pijakan bahwa kolaborasi dan penguatan jaringan adalah bentuk ikhtiar yang dianjurkan agama karena memperbesar peluang tercapainya kemaslahatan baik kemanfaatan ekonomi, stabilitas usaha, maupun penguatan komunitas (Luthfi, 2024). Hal ini menempatkan networking sebagai praktik yang tidak hanya rasional secara ekonomi, tetapi juga bernilai spiritual yang membawa tambahan keberkahan bagi setiap pelaku usaha.

Ayat dan hadis tersebut juga memberikan panduan bahwa interaksi dalam jaringan bisnis harus dilakukan dengan etika yang luhur. Prinsip seperti kejujuran (sidq), amanah, dan keadilan menjadi filter utama bagi pelaku usaha dalam memilih mitra bisnis dan membangun jejaring usaha (Syafuruddin, 2023). Dengan demikian, networking syariah tidak hanya mengejar manfaat material, tetapi juga memastikan bahwa proses interaksinya tidak menimbulkan kemudharatan, penipuan, atau eksploitasi terhadap pihak lain (Ahmadin, 2025). Ini menunjukkan bahwa networking syariah harus berbasis pada nilai-nilai muamalah yang sah agar tercipta hubungan yang harmonis dan berkelanjutan.

D. Implikasi bagi Pengembangan Syariah Entrepreneurship

Dari hasil analisis pustaka, dapat dipahami bahwa pengusaha Muslim yang aktif membangun jaringan dan kolaborasi akan memiliki kemampuan lebih besar dalam menghadapi tantangan persaingan, kekurangan modal, dan keterbatasan sumber daya (Farhan, 2020). Networking dan kolaborasi berbasis syariah membentuk ekosistem bisnis yang lebih suportif, saling menguatkan, dan berorientasi pada pertumbuhan kolektif (Rosyid, 2023). Hal ini membuat Syariah Entrepreneurship lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan lebih berkelanjutan karena didasari nilai moral, spiritual, dan sosial yang kuat (Azzam, 2025).

Pengembangan Syariah Entrepreneurship pada era ekonomi digital menuntut model kewirausahaan yang tidak hanya berorientasi profit, tetapi juga berpijak pada prinsip

kemitraan, kolaborasi, dan nilai-nilai ukhuwah. Integrasi networking dan kolaborasi berbasis syariah memberikan implikasi strategis bagi penciptaan ekosistem bisnis yang inklusif, etis, dan berkelanjutan. Networking yang dibangun atas dasar kepercayaan (trust) dan komitmen moral memperkuat akses pelaku usaha terhadap pasar, pengetahuan, serta dukungan sosial, sehingga mempercepat pertumbuhan bisnis dan meningkatkan daya saing UMKM syariah di berbagai sektor (Fauzan, 2021). Dalam konteks ini, jejaring bukan hanya alat ekonomi, tetapi juga instrumen dakwah ekonomi yang mendorong praktik bisnis sesuai tuntunan syariah.

Secara keseluruhan, implikasi networking dan kolaborasi dalam Shariah Entrepreneurship tidak hanya memperkuat kapasitas individual pelaku usaha, tetapi juga membentuk fondasi kelembagaan yang kokoh bagi pengembangan ekonomi Islam. Kolaborasi dan jaringan yang dibangun berdasarkan nilai-nilai syariah mendorong terciptanya ekosistem bisnis yang adil, berkelanjutan, dan berorientasi kemaslahatan. Implikasi ini sangat penting bagi transformasi ekonomi umat dalam menghadapi tantangan era digital dan globalisasi, sehingga Shariah Entrepreneurship tidak hanya menjadi model bisnis alternatif, tetapi juga menjadi paradigma pembangunan ekonomi yang relevan dan kompetitif di masa depan (Hamdani, 2025).

PENUTUP

Networking dan kolaborasi dalam Shariah Entrepreneurship merupakan fondasi penting dalam membangun ekosistem bisnis yang etis, berkelanjutan, dan berorientasi pada kemaslahatan. Dalam perspektif Islam, konsep jejaring dan kerja sama tidak hanya dipahami sebagai strategi manajerial, tetapi sebagai perwujudan nilai ukhuwah, ta'awun, amanah, dan keadilan yang menjadi prinsip utama dalam interaksi ekonomi. Nilai-nilai ini juga ditegaskan oleh landasan normatif seperti QS. Al-Hujurat ayat 10 serta hadis "Tangan Allah bersama jamaah," yang menegaskan pentingnya persatuan, solidaritas, dan sinergi antar individu dalam mencapai keberhasilan bersama.

Urgensi networking dan kolaborasi terlihat dari kemampuannya membuka akses pasar, memperluas modal sosial, memperkuat kapabilitas inovasi, dan meningkatkan ketahanan bisnis, terutama bagi para pelaku usaha syariah yang beroperasi di era persaingan global. Kolaborasi berbasis syariah memastikan hubungan kemitraan berjalan secara adil dan saling menguntungkan, sebagaimana tercermin dalam model syirkah, mudharabah, maupun bentuk kerja sama lain yang menekankan pembagian risiko dan keuntungan secara proporsional.

Integrasi ayat dan hadis dalam praktik jejaring syariah memberikan arah moral dan spiritual yang memperkuat kualitas interaksi bisnis. Prinsip-prinsip Qur'ani menuntun adanya transparansi, tolong-menolong dalam kebaikan, serta penyelesaian konflik secara damai,

sehingga menciptakan hubungan bisnis yang stabil dan berkepanjangan. Hadis yang menekankan kebersamaan semakin menegaskan bahwa keberhasilan usaha lebih mudah dicapai melalui kerja kolektif dibandingkan upaya individu semata.

Secara keseluruhan, networking dan kolaborasi dalam Syariah Entrepreneurship memberikan implikasi strategis bagi pengembangan ekonomi umat. Jejaring yang kuat dan kerja sama berbasis nilai-nilai Islam tidak hanya meningkatkan daya saing pelaku usaha, tetapi juga berperan dalam membangun tatanan ekonomi yang lebih adil, beretika, dan membawa keberkahan. Dengan demikian, Syariah Entrepreneurship mampu menjadi model kewirausahaan modern yang relevan dalam menghadapi dinamika ekonomi global sekaligus tetap teguh pada prinsip-prinsip syariah.

DAFTAR RUJUKAN

- Azzahra, N. F. (2023). The role of Islamic microfinance institutions in strengthening halal MSME networks in Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 15(2), 145–160.
- Adi, R. S. (2023). Digital gaps and networking barriers among rural halal SMEs. *Journal of Halal Economics and Finance*, 4(1), 21–34.
- Akbar, M. F. (2025). Strategic networking models for the development of sharia entrepreneurship. *Indonesian Journal of Islamic Management*, 6(1), 11–28.
- Amir, Z. (2025). Islamic business networks and sustainable entrepreneurship. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 17(1), 87–102.
- Anshori, H. (2022). Silaturahmi sebagai dasar networking dalam bisnis syariah. *Jurnal Muamalah Kontemporer*, 8(2), 45–60.
- Aziz, T. (2023). Strengthening halal supply chains through cross-sector collaboration. *Journal of Halal Industry & Services*, 10(1), 73–90.
- Azizah, M. (2020). Community-based halal business networks in Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 6(1), 33–50.
- Fadhilah, S. (2025). Networking and firm performance among sharia-based entrepreneurs. *Journal of Islamic Entrepreneurship and Business*, 5(2), 112–129.
- Fahmi, R. (2024). Trust-based networking and its influence on sharia MSME growth. *Iqtisaduna: Journal of Islamic Economics*, 9(2), 201–217.
- Fahrurrozi, M. (2023). Islamic social capital and its implications for entrepreneurial networks. *Jurnal Sosial Ekonomi Syariah*, 14(3), 254–268.
- Fauzan, A. (2024). Ethical principles in Islamic networking practices. *Journal of Islamic Business Ethics*, 3(1), 66–82.

- Fauzi, M. (2021). Trends in the growth of Indonesia's Islamic economy. *Journal of Islamic Economics Review*, 9(1), 1–15.
- Firdaus, R. (2024). Digital transformation in global halal business networks. *International Journal of Halal Research*, 8(2), 44–59.
- Hakiki, A. (2025). Mosque-based economic networking models for community empowerment. *Jurnal Ekonomi Umat*, 7(1), 70–85.
- Hafidz, A. (2021). Islamic perspectives on business networking and social relations. *Jurnal Studi Islam Ekonomi*, 13(2), 130–144.
- Halim, R. (2021). Global competitiveness of halal SMEs through collaborative networks. *Journal of Islamic Economic Studies*, 29(1), 55–71.
- Halim, S. (2025). Islamic financial inclusion and its impact on entrepreneurial networks. *Journal of Islamic Finance and Business Innovation*, 4(1), 91–108.
- Hamzah, B. (2022). Islamic entrepreneurial competitiveness through networking strategies. *Jurnal Manajemen Syariah*, 5(3), 120–138.
- Hilmi, A. (2025). Legal aspects of collaborative contracts in Islamic entrepreneurship. *Jurnal Fikih Muamalah Kontemporer*, 11(2), 199–214.
- Hilmansyah, A. (2025). Integration of networking and collaboration in Islamic entrepreneurship. *Journal of Islamic Economics and Sociopreneurship*, 4(1), 55–72.
- Husayni, M. (2022). The urgency of Islamic networking in developing sharia entrepreneurship. *Journal of Islamic Business Research*, 6(1), 22–39.
- Imran, L. (2025). Halal collaboration models in the digital economy. *Global Journal of Halal Studies*, 7(1), 88–105.
- Ismail, N. (2024). Principles of fairness in Islamic collaborative contracts. *Journal of Islamic Law & Economics*, 19(2), 134–149.
- Khalid, R. (2023). Profit-sharing collaborations in modern Islamic enterprises. *Journal of Islamic Entrepreneurship*, 11(1), 52–70.
- Kurniawan, D. (2023). Digital collaboration platforms for halal business ecosystems. *Journal of Islamic Digital Economy*, 2(2), 99–115.
- Latifah, S. (2023). Digital networking dynamics of halal MSMEs. *Journal of Halal Management*, 5(2), 147–162.
- Lestari, P. (2022). Trust building in Islamic business relationships. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(2), 177–192.

- Lutfiah, N. (2024). Halal value chain collaboration and its impact on SME competitiveness. *Halal Industry Journal*, 6(1), 40–56.
- Mahendra, A. (2020). Collaborative networks in the halal ecosystem. *Journal of Halal Studies*, 4(1), 10–25.
- Mahendra, R. (2024). Islamic collaborative entrepreneurship for sustainable economy. *Jurnal Iqtishadiyah*, 13(2), 187–203.
- Munawar, K. (2022). Institutional networking in Islamic cooperative enterprises. *Journal of Sharia Cooperative Economics*, 5(1), 20–37.
- Munir, M. (2020). Sharia principles in business cooperation models. *Jurnal Fiqh Ekonomi*, 8(1), 1–16.
- Munir, R. (2022). Challenges of halal product standardization in global networking. *Journal of Halal Quality Assurance*, 3(2), 77–92.
- Mustaqim, A. (2024). Islamic social capital and entrepreneurial success. *Journal of Islamic Economic Development*, 5(1), 15–31.
- Mustofa, H. (2024). Islamic ethical foundations of business collaboration. *Journal of Syariah Management*, 12(1), 43–61.
- Nasution, A. (2022). Barriers to financial access in Islamic entrepreneurship networks. *Jurnal Keuangan Syariah*, 4(1), 122–139.
- Nasution, R. (2024). Islamic collaboration in economic empowerment programs. *Jurnal Ekonomi & Peradaban Islam*, 9(1), 98–113.
- Natsir, M. (2021). Equity and fairness in Islamic partnership contracts. *Journal of Islamic Commercial Law*, 6(2), 111–126.
- Natsir, M. (2020). Ta'awun as a basis for collaborative entrepreneurship. *Journal of Islamic Social Economics*, 5(1), 88–101.
- Nawawi, R. (2021). Inter-sector collaboration in the halal industry ecosystem. *Halal Economy & Policy Journal*, 3(2), 55–70.
- Nugraha, S. (2024). Regulatory support for Islamic entrepreneurship networking in Indonesia. *Journal of Islamic Public Policy*, 2(1), 50–66.
- Rahmad, A. (2021). Trust in Islamic business networks: A conceptual analysis. *Journal of Islamic Management & Governance*, 3(1), 61–78.
- Rahmadani, N. (2023). Islamic values in business networking and its impact on ethical entrepreneurship. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Manajemen*, 7(3), 210–227.
- Rahmadani, L. (2021). Islamic moral values in business networks. *Journal of Sharia Business Ethics*, 4(2), 90–106.

- Rahman, M. (2023). Spiritual-based networking models in Islamic entrepreneurship. *International Journal of Islamic Business*, 9(2), 133–149.
- Rahman, T. (2024). Legal dimensions of partnership (syirkah) in modern Islamic enterprises. *Journal of Islamic Jurisprudence*, 14(1), 19–34.
- Ramdani, F. (2025). Mosque-centered entrepreneurship and community-based networking. *Journal of Islamic Social Empowerment*, 8(1), 100–118.
- Rasyid, S. (2022). Shared value creation in Islamic business collaboration. *Jurnal Manajemen Islami*, 5(2), 132–147.
- Ridwan, A. (2021). Ethics of Islamic networking in entrepreneurial development. *Journal of Islamic Economic Thought*, 7(1), 44–59.
- Rohman, F. (2022). Digital ecosystems in Islamic entrepreneurship. *Jurnal Teknologi Ekonomi Syariah*, 4(1), 55–71.
- Salman, R. (2025). Fairness and justice in Islamic collaborative business models. *Jurnal Fiqh Muamalah*, 13(1), 72–89.
- Siregar, H. (2021). Risk-sharing principles in Islamic financial collaboration. *Journal of Islamic Finance Research*, 15(2), 188–203.
- Sulaiman, A. (2024). Blessing-oriented networking in sharia entrepreneurship. *Journal of Islamic Spiritual Economics*, 3(1), 54–68.
- Syafii, M. (2021). Qur’anic foundations of collaborative economics. *Jurnal Tafsir Ekonomi Islam*, 2(2), 30–45.
- Syakur, A. (2024). Trust and moral capital in Islamic business relations. *Journal of Islamic Ethics and Business*, 6(1), 99–115.
- Yunus, M. (2020). Islamic entrepreneurship networking in the modern era. *Jurnal Ekonomi Islam Modern*, 4(1), 14–29.
- Yusri, A. (2025). Networking challenges for halal MSMEs in Southeast Asia. *Journal of Halal Economic Development*, 10(1), 88–104.
- Yusuf, A. (2022). Qur’anic perspective on collaboration and business ethics. *Journal of Islamic Law Review*, 18(1), 74–90.
- Zainuddin, I. (2021). Social capital in Islamic business collaboration. *Jurnal Ekonomi Syariah Nusantara*, 9(3), 267–282.
- Zainuddin, R. (2023). Islamic trust networks in entrepreneurial ecosystems. *International Journal of Islamic Entrepreneurship*, 3(1), 55–70.

Zulkifli, A. (2020). Community empowerment through Islamic business networks. *Journal of Islamic Social Economics*, 8(2), 201–218.