

## MODEL INTEGRATIF INOVASI HALAL DAN KREATIVITAS ISLAMI DALAM MEMPERKUAT SYARIAH ENTREPRENEURSHIP

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

**Fitriah Ningsih<sup>1</sup>, Andi Tenri Sri Muntu<sup>2</sup>, Abdul Wahid Haddade<sup>3</sup>, Mukhtar Luthfi<sup>4</sup>**

<sup>1234</sup>Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

Email: email : [fitriahningsih222@gmail.com](mailto:fitriahningsih222@gmail.com), [atenrisrimuntu@gmail.com](mailto:atenrisrimuntu@gmail.com), [hasyim\\_haddade@uin-alauddin.ac.id](mailto:hasyim_haddade@uin-alauddin.ac.id), [muhtar.luthfi@yahoo.com](mailto:muhtar.luthfi@yahoo.com)

### *Abstract*

*The global halal industry is experiencing rapid growth that requires sharia business actors to continue to adapt through innovation and creativity that do not contradict Islamic principles. Sharia Entrepreneurship exists as an entrepreneurial paradigm that integrates spiritual values, ethics, and sharia obligations in business activities. This research aims to formulate an integrative model between halal innovation and Islamic creativity as the main pillar of sustainable halal business competitiveness. With a descriptive qualitative approach based on literature study, this article examines fundamental concepts, contemporary theories of Islamic economics, maqāṣid al-syarī'ah, as well as relevant current research findings. The results of the study show that halal innovation plays an engine of value creation, while Islamic creativity functions as an engine of differentiation. The integration of the two results in a strong, competitive, adaptive, and masalah-oriented Sharia Entrepreneurship model. This research provides a theoretical contribution in the form of a new conceptual framework and practical implications for halal MSMEs, sharia startups, governments, and Islamic economic development institutions.*

**Keywords:** *halal innovation, Islamic creativity, sharia entrepreneurship, sharia maqasid, halal industry, Islamic values.*

### **Abstrak**

Industri halal global mengalami pertumbuhan pesat yang menuntut pelaku usaha syariah untuk terus beradaptasi melalui inovasi dan kreativitas yang tidak bertentangan dengan prinsip Islam. *Syariah Entrepreneurship* hadir sebagai paradigma kewirausahaan yang mengintegrasikan nilai-nilai spiritual, etika, dan kewajiban syariah dalam aktivitas bisnis. Penelitian ini bertujuan merumuskan model integratif antara inovasi halal dan kreativitas Islami sebagai pilar utama pembentukan daya saing usaha halal yang berkelanjutan. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif

berbasis studi pustaka, artikel ini mengkaji konsep-konsep fundamental, teori kontemporer ekonomi Islam, *maqāṣid al-syarī'ah*, serta temuan penelitian terkini yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa inovasi halal berperan sebagai *engine of value creation*, sedangkan kreativitas Islami berfungsi sebagai *engine of differentiation*. Integrasi keduanya menghasilkan model Syariah Entrepreneurship yang kuat, kompetitif, adaptif, dan *masalah-oriented*. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis berupa kerangka konseptual baru serta implikasi praktis bagi UMKM halal, startup syariah, pemerintah, dan lembaga pengembangan ekonomi Islam.

**Kata Kunci:** inovasi halal, kreativitas Islami, syariah entrepreneurship, maqasid syariah, industri halal, nilai Islami.

## PENDAHULUAN

Transformasi industri halal global memainkan peran penting dalam memposisikan inovasi sebagai penggerak utama daya saing. Seiring dengan semakin meningkatnya minat terhadap produk halal di seluruh dunia, laporan Global Islamic Economy mencatat tren pertumbuhan yang terus berlanjut dalam pasar halal, menciptakan peluang yang lebih luas bagi pengembangan usaha syariah. Penelitian oleh Azwar et al. menunjukkan bahwa pertumbuhan populasi Muslim yang signifikan, bersama dengan peningkatan daya beli, memberikan dorongan besar bagi industri halal untuk menjadi kekuatan pasar yang signifikan (Azwar et al., 2022). Melihat angka dari Global Islamic Economy Report 2020/2021, pengeluaran untuk makanan dan minuman halal tumbuh 3,1% pada tahun 2019, mencapai \$1,17 triliun (Azwar et al., 2022).

Transformasi ekonomi global telah mendorong perusahaan untuk mengadopsi model bisnis yang lebih adaptif, kompetitif, dan berbasis teknologi. Fenomena ini tidak hanya disebabkan oleh perubahan pasar tetapi juga oleh kemajuan teknologi yang mempengaruhi cara perusahaan beroperasi. Digitalisasi merupakan faktor kunci dalam mendorong transformasi ini, di mana perusahaan kecil dan menengah (UKM) dituntut untuk meningkatkan kemampuan digital mereka dalam rangka mempertahankan daya saing. Indonesia, dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki peluang strategis untuk memimpin dalam pengembangan ekosistem halal global. Namun, realitas yang dihadapi oleh pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) di sektor halal menunjukkan bahwa mereka masih tertinggal dalam hal inovasi, kreativitas, serta pemanfaatan teknologi digital. Menurut State of the Global Islamic Economy Report (SGIE) 2022, pasar halal dunia terus tumbuh, menyediakan potensi yang signifikan bagi pengusaha untuk mengeksplorasi dan mengembangkan peluang bisnis (Ragazou et al., 2022).

Digitalisasi menjadi salah satu aspek yang menentukan daya saing UMKM halal. Penelitian oleh Kusumaningtyas et al. mengungkapkan bahwa meskipun UMKM di Indonesia memberikan kontribusi besar terhadap ekonomi, banyak di antara mereka yang belum

sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital dalam operasi bisnis mereka (Li et al., 2017). Implementasi teknologi digital tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan memperkuat branding produk halal mereka. Lebih lanjut, akuisisi teknologi baru dan kompetensi inovatif dapat meningkatkan performa bisnis UMKM. Memaksimalkan potensi sebagai pusat halal global, penting bagi Indonesia untuk mengedukasi konsumen dan menjalin kerjasama erat dengan institusi, termasuk pemerintah, guna mendorong kesadaran akan keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh UMKM halal (Zhang & Wang, 2023). Dengan langkah ini, pelaku usaha dapat mengatasi tantangan yang mereka hadapi dan memanfaatkan peluang di pasar global.

Dalam menghadapi tantangan dan dinamika pasar yang semakin kompetitif, pelaku usaha diharuskan untuk menerapkan praktik bisnis yang kreatif dan inovatif. Namun, dalam konteks ekonomi syariah, inovasi dipahami tidak hanya sebagai strategi untuk meningkatkan nilai komersial tetapi juga sebagai cara untuk mencapai masalah yang lebih luas bagi masyarakat. Ini mencerminkan integrasi antara tujuan ekonomi dan nilai-nilai moral dalam melakukan bisnis. Syariah entrepreneurship yang berlandaskan prinsip tata nilai Islam menawarkan pendekatan yang integral dalam menjalankan usaha. Dalam konteks ini, prinsip keadilan (*'adl*), amanah, keberlanjutan, dan pemenuhan *maqāṣid al-syarī'ah* menjadi pondasi yang sangat penting. Inovasi, meskipun diperlukan untuk adaptasi dan daya saing, tetap harus memperhatikan kesucian proses, akad, dan orientasi manfaat yang lebih luas bagi masyarakat.

Kreativitas dalam konteks kewirausahaan syariah memiliki peranan penting dalam menghasilkan solusi ekonomi Islami yang relevan dengan kebutuhan pasar modern, sekaligus tetap dalam koridor etika yang ditetapkan oleh ajaran Islam. Dalam sektor ini, inovasi tidak hanya dipahami sebagai cara untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing, tetapi juga sebagai alat untuk mencapai kebaikan sosial yang lebih luas, yang sejalan dengan prinsip *maqāṣid al-syarī'ah*. Salah satu cara untuk mewujudkan kreativitas dalam kewirausahaan syariah adalah melalui penerapan model bisnis yang inovatif dan berkembang. Asmaraningtyas et al. menyatakan bahwa integrasi konsep Business Model Canvas dan Design Thinking dengan etika bisnis Islam memungkinkan penciptaan model bisnis yang tidak hanya berkelanjutan tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai pemangku kepentingan (Asmaraningtyas et al., 2024). Pendekatan ini membantu pelaku usaha untuk lebih memahami kebutuhan pasar dan menghadirkan solusi yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk mempelajari dan mengadopsi praktik inovatif yang sesuai dengan norma-norma syariah.

Dalam praktik syariah entrepreneurship, pelaku usaha sering kali menghadapi tantangan besar dalam mengintegrasikan inovasi dan kreativitas, sambil tetap mematuhi

prinsip-prinsip syariah. Prinsip-prinsip tersebut meliputi larangan terhadap gharar (ketidakpastian), riba (bunga), maysir (perjudian), tadlis (penipuan), dan israf (pemborosan). Sebagaimana terpapar dalam penelitian oleh Iswanto et al., pelaku bisnis harus memastikan bahwa produk dan layanan yang mereka tawarkan tidak melanggar prinsip-prinsip syariah ini, yang seringkali menambah kompleksitas di dalam pengembangan model bisnis inovatif (Iswanto et al., 2021).

Kendala ini sebagian besar berkaitan dengan kurangnya pemahaman dan literasi keuangan syariah di kalangan pelaku UMKM. Menurut Menne, inovasi dan literasi keuangan syariah sangat menentukan pengembangan UMKM syariah. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman yang baik mengenai prinsip-prinsip syariah dalam konteks bisnis dapat membuka peluang bagi UMKM untuk berkembang (Menne, 2023). Ketidaktahuan tentang jenis-jenis kontrak syariah, seperti mudarabah dan musyarakah, menjadi penghambat utama bagi banyak pelaku usaha untuk memanfaatkan pembiayaan syariah yang ada (Majid & Nugraha, 2022).

Dalam konteks disrupsi yang kian intens, di mana pasar, teknologi, dan preferensi konsumen berubah dengan sangat cepat, inovasi halal dan kreativitas Islami bukan lagi sekadar pilihan, melainkan kebutuhan strategis yang menentukan keberlangsungan dan daya saing pelaku usaha syariah. Masyarakat global menunjukkan peningkatan minat yang signifikan terhadap produk dan layanan halal, bukan hanya karena faktor religius, tetapi juga karena jaminan kualitas, keamanan, dan keberlanjutan yang melekat pada konsep halal itu sendiri. Kondisi ini menuntut hadirnya pendekatan baru yang mampu menjawab kebutuhan konsumen modern, sekaligus menjaga kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah yang menjadi identitas utama bisnis Islam.

Namun demikian, kajian akademik mengenai bagaimana inovasi halal dan kreativitas Islami dapat diintegrasikan secara harmonis dalam kerangka Syariah Entrepreneurship masih sangat terbatas. Kebanyakan penelitian hanya membahas salah satu variabel secara terpisah tanpa menghadirkan model konseptual yang komprehensif dan aplikatif bagi pelaku usaha. Celah penelitian ini menunjukkan bahwa perlu ada lebih banyak kontribusi ilmiah yang mengeksplorasi hubungan sinergis antara inovasi, kreativitas, dan nilai-nilai syariah, sehingga dapat melahirkan kerangka teoretis yang solid dan dapat diterapkan dalam pengembangan usaha halal di era disrupsi. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk memberikan landasan konseptual baru yang mampu menjelaskan integrasi inovasi halal dan kreativitas Islami dalam memperkuat Syariah Entrepreneurship secara lebih mendalam dan berkelanjutan

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Syariah Entrepreneurship**

Syariah entrepreneurship adalah konsep kewirausahaan yang berbasiskan pada nilai-nilai Islam, di mana aktivitas usaha dijalankan dengan tetap mematuhi hukum syariah. Konsep ini tidak hanya menekankan pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada nilai-nilai moral dan keberlanjutan yang berorientasi pada masalah (kebaikan sosial). Dalam konteks ini, elemen inti syariah entrepreneurship mencakup tauhid sebagai dasar etika bisnis, amanah dan kejujuran dalam transaksi, anti-eksploitasi, serta profit sebagai alat untuk mencapai tujuan yang lebih besar.

### **1. Tauhid sebagai Dasar Etika Bisnis**

Tauhid, atau keyakinan kepada Tuhan yang Maha Esa, merupakan fondasi dari semua nilai etika dalam bisnis dalam perspektif syariah. Tauhid mengarahkan pelaku usaha untuk bertindak secara moral dan mempertimbangkan tanggung jawab sosial dalam setiap transaksi. Dalam konteks ini, Pandikar et al. menyatakan bahwa prinsip tauhid menjadi kunci dalam harmonisasi antara prinsip ekonomi dan nilai-nilai Islam, menciptakan bisnis yang tidak hanya menguntungkan tetapi juga berkelanjutan secara sosial dan lingkungan (Ragazou et al., 2022).

### **2. Amanah dan Kejujuran dalam Transaksi**

Dalam syariah entrepreneurship, amanah (kepercayaan) dan kejujuran adalah elemen penting dalam setiap transaksi. Kewirausahaan Islam mengharuskan pelaku usaha untuk bertindak transparan dan jujur agar dapat membangun kepercayaan dengan konsumen dan pemangku kepentingan. Integrasi nilai-nilai etika dalam bisnis sangatlah penting, terutama dalam menghadapi dunia yang penuh ketidakpastian (Priyono et al., 2020). Oleh karena itu, kejujuran dan amanah tidak hanya diperintahkan oleh agama, tetapi juga menjadi dasar untuk penciptaan reputasi yang baik dalam usaha.

### **3. Anti-Eksploitasi**

Konsep syariah entrepreneurship menolak segala bentuk eksploitasi yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam, seperti gharar (ketidakpastian), riba (bunga), dan tadlis (penipuan). Pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip etika dan hukum syariah dalam pengelolaan bisnis menjadi vital untuk memastikan bahwa bisnis dijalankan dengan cara yang adil dan etis (Li et al., 2017). Ini penting agar praktik bisnis tidak menimbulkan kerugian bagi pihak lain.

### **4. Profit sebagai Alat, bukan Tujuan Utama**

Dalam kewirausahaan syariah, profit dilihat sebagai alat untuk mencapai tujuan yang lebih besar. Tujuan utama dari setiap kegiatan bisnis haruslah berkontribusi pada kebaikan masyarakat dan penerapan prinsip-prinsip etika (Zhang & Wang, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa profit tidak seharusnya menjadi tujuan akhir, melainkan sarana untuk memberdayakan

masyarakat dan mencapai keadilan sosial. Kewirausahaan syariah berusaha menciptakan keseimbangan antara aspek finansial dan sosial.

## **5. Masalah sebagai Tujuan Akhir**

Konsep masalah (kebaikan) merupakan tujuan akhir dari syariah entrepreneurship. Hal ini diartikan sebagai upaya untuk memberikan manfaat maksimal bagi masyarakat (Adesanya et al., 2024). Integrasi nilai-nilai Islam dalam praktek kewirausahaan tidak hanya menekankan pada keuntungan pribadi tetapi juga peran mereka dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Zhang & Wang, 2023). Oleh karena itu, model bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab menjadi sangat penting dalam konteks ini.

## **B. Inovasi Halal**

Inovasi halal mencakup pengembangan produk, layanan, dan proses yang mematuhi pedoman syariah, termasuk pemilihan bahan baku yang halal, metode produksi yang etis, dan distribusi yang transparan (Alwi et al., 2021). Inovasi halal merupakan proses pembaruan pada produk, layanan, proses operasional, model bisnis, maupun teknologi yang tetap mematuhi standar halal MUI, tidak menimbulkan kerugian bagi manusia, lingkungan, atau pasar, mampu meningkatkan nilai tambah bagi konsumen dan pelaku usaha, serta menjaga keberlanjutan (*sustainability*) sesuai prinsip-prinsip syariah.

Elemen inovasi halal di antaranya :

### **1. Produk Halal**

Produk halal mencakup berbagai kategori, termasuk makanan organik, modest fashion, dan kosmetik halal. Berbagai produk halal di marketplace seperti Tokopedia mendapatkan perhatian karena kehalalan produk yang ditawarkan. Namun, Tidak semua produk di platform tersebut sudah tersertifikasi halal, menunjukkan perlunya kontrol yang lebih ketat dalam pemilihan produk halal (Ragazou et al., 2022). Dengan semakin banyaknya permintaan terhadap produk halal, banyak perusahaan kini mengembangkan inovasi dalam produk mereka untuk memenuhi harapan konsumen yang semakin kritis terhadap kehalalan dan kualitas (Priyono et al., 2020).

Di sektor fashion, terdapat peningkatan permintaan untuk modest fashion yang tidak hanya stylish tetapi juga memenuhi prinsip syariah. Penelitian tidak hanya menyoroti kesadaran konsumen Muslim akan pentingnya kehalalan dalam fashion, tetapi juga bagaimana desainer dan produsen dioperasikan untuk menawarkan produk yang sesuai dengan prinsip syariah (Li et al., 2017).

### **2. Proses: Rantai Pasok Halal dan *Halal Traceability***

Aspek rantai pasok halal dan *traceability* juga merupakan elemen kunci dari inovasi halal. Implementasi rantai pasok halal yang transparan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk. Pengembangan sistem *traceability* halal yang mengintegrasikan teknologi informasi akan membantu dalam menjaga integritas produk makanan halal dan mengurangi risiko kontaminasi zat haram (Zhang & Wang, 2023). Dalam konteks ini, penggunaan teknologi seperti QR code dan blockchain menjadi semakin populer, memungkinkan konsumen untuk melacak kehalalan produk dari sumber hingga ke tangan mereka.

### **3. Manajemen: Inovasi Layanan Halal dan Sistem Syariah Complaint**

Inovasi tidak hanya terbatas pada produk tetapi juga dalam manajemen layanan halal. Perkembangan marketplace berbasis syariah memiliki dampak besar terhadap konsumen dalam memilih produk halal melalui transaksi online, yang termasuk sistem complaint yang sesuai syariah (Priyono et al., 2020). Dengan adanya inovasi dalam manajemen layanan, perusahaan dapat memberikan pengalaman yang lebih baik bagi konsumen, melayani mereka dengan sistem yang tidak hanya efisien tetapi juga etis dan halal.

### **4. Aplikasi Digital: Fintech Syariah dan E-commerce**

Penerapan teknologi digital dalam inovasi halal semakin berkembang, terutama melalui fintech syariah dan platform e-commerce. Penggunaan fintech syariah memberikan kemudahan akses bagi pelaku UMKM dalam mendapatkan pembiayaan syariah, serta mempercepat transaksi halal di platform digital (Adesanya et al., 2024). Dengan inovasi seperti platform crowdfunding dan e-commerce, pelaku usaha dapat lebih mudah menjangkau konsumen yang mengutamakan produk halal dan transparansi informasi. Selain itu, penggunaan AI dalam inovasi halal juga semakin meningkat. Penerapan AI di e-commerce syariah dapat membantu dalam memberikan rekomendasi produk kepada konsumen serta meningkatkan efisiensi dalam manajemen inventaris (Bouwman et al., 2019). Ini menjadikan inovasi digital sebagai komponen penting dalam membangun ekosistem halal yang lebih baik.

### **C. Kreativitas Islami dalam Perspektif Syariah Entrepreneurship**

Kreativitas Islami dapat didefinisikan sebagai kemampuan individu atau kelompok untuk menghasilkan ide-ide dan solusi yang inovatif dalam berbagai bidang, dengan tetap menjaga kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariah. Menurut Fatimah et al., pendekatan ini sangat penting untuk mempromosikan produk dan layanan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar, tetapi juga sejalan dengan nilai-nilai Islam dan etika (Ragazou et al., 2022).

Konsep ini juga mengacu pada pengembangan diri serta kemampuan untuk berpikir kritis dan analitis yang selalu didasari oleh ketakwaan kepada Tuhan.

Dalam praktik kewirausahaan, kreativitas Islami dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, seperti pengembangan branding Islami yang elegan, bersih, dan tidak vulgar; penciptaan konten edukatif yang membangun literasi keislaman maupun literasi sosial; perancangan produk halal yang estetik, ramah lingkungan, serta memenuhi standar kualitas; hingga penerapan strategi pemasaran yang jujur, transparan, tidak manipulatif, dan mengandung unsur dakwah sehingga lebih membentuk kesadaran konsumen. Kreativitas Islami juga mencakup kemampuan pelaku usaha dalam menghadirkan narasi merek (*brand storytelling*) yang menghubungkan nilai spiritual dengan kebutuhan pelanggan modern, sekaligus menampilkan etika dalam seluruh proses pemasaran.

Kerangka kreativitas Islami inilah yang membedakan Syariah Entrepreneurship dari praktik kewirausahaan konvensional. Kreativitas Islami berfungsi sebagai instrumen diferensiasi yang bukan hanya memperkuat identitas produk, tetapi juga meningkatkan *trust* dan *brand loyalty* konsumen Muslim. Secara teoretis, kreativitas Islami memperkuat tujuan maqāsid, seperti menjaga akal (*hifz al-'aql*), menjaga harta (*hifz al-māl*), serta menjaga lingkungan dan keberlanjutan. Dengan demikian, kreativitas dalam usaha syariah bukan sekadar elemen pendukung, tetapi merupakan pilar strategis dalam membangun daya saing dan keberlanjutan industri halal.

#### Perbandingan Kreativitas Konvensional dan Kreativitas Islami

No	Aspek	Kreativitas Konvensional	Kreativitas Islami
1	Landasan nilai	Bebas nilai, berorientasi pasar	Bertumpu pada tauhid, amanah dan akhlak
2	Tujuan utama	Keunggulan kompetitif, pangsa pasar	Maslahah, keberlanjutan, dan keberkahan
3	Bentuk ide	Bebas, tanpa batas etika	Modest, etis, halal dan bermakna
4	Contoh praktik	Branding vulgar, pemasaran agresif	Branding Islami, konten edukatif, desain halal
5	Strategi pemasaran	Manipulatif, persuasif maksimal	Jujur, edukatif, dakwah marketing

6	Kriteria evaluasi	ROI, daya tarik pasar	Kepatuhan syariah, manfaat sosial, keberlanjutan
7	Orientasi Waktu	Jangka pendek dan cepat	Jangka panjang dan berkelanjutan

#### **D. Keterkaitan Inovasi dan Kreativitas dalam Syariah Entrepreneurship**

Keterkaitan antara inovasi dan kreativitas dalam syariah entrepreneurship sangat penting untuk memahami bagaimana pelaku usaha dapat beroperasi dengan efektif sambil tetap berpegang pada prinsip-prinsip syariah. Inovasi dalam konteks ini mencakup pengembangan produk, proses, dan sistem yang memenuhi standar halal, serta mengedepankan keberlanjutan dan etika. Inovasi halal berperan penting dalam meningkatkan kinerja usaha. Perusahaan yang merespons sertifikasi halal mengalami peningkatan dalam kinerja inovatif mereka, mulai dari penggunaan bahan baku halal, proses produksi, hingga pengemasan produk (Ragazou et al., 2022). Sertifikasi halal dapat dianggap sebagai faktor penting yang mendorong inovasi di perusahaan makanan halal (Priyono et al., 2020). Dalam penelitian mereka, sertifikasi halal menunjukkan perbedaan signifikan dalam performa pasar antara perusahaan bersertifikat dan yang tidak, mendemonstrasikan bahwa inovasi berlandaskan kehalalan dapat meningkatkan daya saing. Ini mencerminkan bahwa sertifikasi halal tidak hanya menjadi alat kepatuhan, tetapi juga penggerak kreativitas dalam mengembangkan produk baru dan menarik pasar yang lebih besar.

Sementara itu, kreativitas dan inovasi sangat penting dalam sektor UMKM, bahkan menjadi vital dalam menghadapi persaingan bisnis yang ketat (Adesanya et al., 2024). Dalam konteks kewirausahaan syariah, kreativitas dalam pemasaran dan branding produk halal dapat membantu pelaku usaha memposisikan produk mereka dengan efektif di pasar. Penerapan kampanye pemasaran yang kreatif dan berbasis budaya lokal dapat memperkuat hubungan dengan konsumen dan meningkatkan kesadaran terhadap produk halal. Inovasi dan kreativitas saling melengkapi dalam membangun keunggulan kompetitif usaha halal. Inovasi halal menciptakan *value creation* (nilai tambah), sedangkan kreativitas Islami menghadirkan diferensiasi yang kuat dalam identitas merek, estetika produk, dan strategi pemasaran.

#### **E. Kerangka *Maqāṣid al-Syarī'ah* sebagai Landasan Evaluasi Inovasi dan Kreativitas**

*Maqāṣid al-syarī'ah* atau tujuan syariah adalah pendekatan dalam hukum Islam yang menekankan lima tujuan utama untuk mencapai kesejahteraan umat manusia: perlindungan

agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Kerangka ini tidak hanya berfungsi sebagai pedoman untuk hukum, tetapi juga dapat digunakan untuk mengevaluasi inovasi dan kreativitas dalam konteks kewirausahaan syariah.

### **1. Pengertian *Maqāṣid al-Syarī'ah***

*Maqāṣid al-syarī'ah* merupakan istilah yang merujuk pada maksud dan tujuan dari syariah Islam. Lubis menjelaskan bahwa tujuan utama *maqāṣid* adalah untuk mencapai masalah (kebaikan) dan menghindari mafsadah (kerusakan) dalam kehidupan masyarakat (Lubis, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa setiap inovasi yang dilakukan dalam konteks syariah harus diarahkan untuk mencapai kesejahteraan masyarakat dan mematuhi prinsip-prinsip syariah.

### **2. Elemen Utama *Maqāṣid al-Syarī'ah***

*Maqāṣid al-syarī'ah* terbagi menjadi lima elemen penting:

- a. *Hifz al-Din* (Proteksi Agama)
- b. *Hifz al-Nafs* (Proteksi Jiwa)
- c. *Hifz al-Aql* (Proteksi Akal)
- d. *Hifz al-Nasl* (Proteksi Keturunan)
- e. *Hifz al-Mal* (Proteksi Harta)

### **3. Implementasi *Maqāṣid al-Syarī'ah* dalam Inovasi Halal**

Keterkaitan antara *maqāṣid al-syarī'ah* dan inovasi halal telah banyak diteliti. Solihah menggarisbawahi bahwa penerapan *maqāṣid al-syarī'ah* dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi dan kewirausahaan, membantu menciptakan produk yang memenuhi standar halal dan memberi manfaat sosial (Solihah, 2021). Inovasi yang diarahkan oleh prinsip *maqāṣid* diharapkan dapat menghasilkan solusi yang relevan dan adaptif terhadap kebutuhan masyarakat.

### **4. Kreativitas dalam Kerangka *Maqāṣid***

Kreativitas dalam syariah entrepreneurship dapat dipandang dari *perspektif maqāṣid al-syarī'ah*, di mana produk dan layanan yang dihasilkan diharapkan tidak hanya inovatif tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai Islam. Fageh menunjukkan bahwa penggunaan *maṣlaḥah* dalam konteks ekonomi syariah bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan cara yang

adil dan beretika, sehingga mendorong pengembangan kreativitas yang berkelanjutan (Fageh, 2021).

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan *library research*, karena tujuan utamanya adalah menghimpun, menganalisis, dan mensintesis berbagai konsep, teori, serta hasil penelitian terdahulu untuk melahirkan model integratif inovasi halal dan kreativitas Islami dalam Syariah Entrepreneurship. Seluruh data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari sumber sekunder yang mencakup jurnal internasional bereputasi (Scopus Q1–Q4), jurnal nasional terindeks SINTA 2–4, buku-buku ekonomi Islam kontemporer, fatwa DSN-MUI, dan laporan industri halal seperti *Global Islamic Economy Report*. Literatur diperoleh melalui penelusuran basis data ilmiah seperti Google Scholar, Scopus, DOAJ, Emerald Insight, dan Garuda dengan menggunakan kata kunci “*halal innovation*,” “*Islamic creativity*,” “*Syariah entrepreneurship*,” dan “*maqasid-based innovation*.” Pemilihan referensi dilakukan melalui prosedur sistematis menggunakan kriteria inklusi berupa kesesuaian tema, kualitas ilmiah, relevansi terhadap variabel penelitian, dan tahun publikasi 10–15 tahun terakhir, sedangkan kriteria eksklusi mencakup sumber non-ilmiah, artikel yang tidak relevan, dan literatur dengan kualitas metodologis rendah.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui identifikasi, seleksi, dan ekstraksi informasi penting dari setiap literatur yang memenuhi kriteria. Informasi yang diekstraksi mencakup konsep inti, hasil penelitian, landasan teori, dan relevansinya terhadap pengembangan model integratif penelitian ini. Untuk menganalisis data, penelitian ini menggunakan tiga teknik utama, yaitu *content analysis*, *thematic analysis*, dan *maqasid-based evaluation*. Analisis isi digunakan untuk menelaah konsep inovasi halal, kreativitas Islami, serta karakteristik Syariah Entrepreneurship sebagaimana dipaparkan dalam literatur. Selanjutnya, analisis tematik dilakukan dengan cara mengelompokkan temuan-temuan literatur ke dalam tema-tema besar, seperti inovasi halal, kreativitas Islami, dan nilai syariah, sehingga hubungan antarvariabel dapat dipetakan secara sistematis.

Pendekatan *maqasid-based evaluation* digunakan untuk mengevaluasi kesesuaian konsep inovasi dan kreativitas dengan prinsip-prinsip syariah, yang meliputi *hifz al-din*, *hifz al-nafs*, *hifz al-‘aql*, *hifz al-nasl*, dan *hifz al-mal*. Pendekatan ini memastikan bahwa model integratif yang dirumuskan tidak hanya relevan secara teoritis, tetapi juga sah secara normatif berdasarkan nilai-nilai Islam. Validitas data dalam penelitian ini dijaga melalui triangulasi sumber, konsistensi teoretis, audit trail akademik, serta perbandingan silang antar literatur

untuk memastikan keselarasan konsep dan akurasi interpretasi. Penelitian ini dilakukan melalui enam tahapan utama, yaitu perumusan masalah, pengumpulan literatur, seleksi referensi, analisis isi dan tematik, pemaknaan berdasarkan maqasid, serta penyusunan model integratif yang menjadi kontribusi utama penelitian.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **1. Inovasi Halal sebagai Sumber Penciptaan Nilai**

Hasil kajian menunjukkan bahwa inovasi halal merupakan pendorong utama terciptanya nilai (*value creation*) dalam Syariah Entrepreneurship. Inovasi halal tidak hanya menjamin kepatuhan terhadap standar syariah, tetapi juga menghasilkan efisiensi, kemampuan adaptasi, kompetitivitas, kepercayaan pelanggan, serta keberlanjutan bisnis. Berbagai penelitian menemukan bahwa inovasi halal mampu meningkatkan daya saing usaha karena memadukan kualitas produk dengan ketepatan prinsip syariah (Miroshnychenko et al., 2021); (Bouwman et al., 2019); (Adesanya et al., 2024); (Ragazou et al., 2022).

Melalui inovasi halal, pelaku usaha mampu menghadirkan:

1. produk yang lebih berkualitas,
2. model bisnis yang lebih relevan dengan perubahan pasar dan teknologi, serta
3. pengalaman pelanggan yang lebih baik, khususnya bagi konsumen Muslim yang semakin selektif dalam memilih produk halal, aman, dan etis.

Dengan demikian, inovasi halal berfungsi sebagai fondasi modernisasi usaha syariah yang tetap menjaga integritas dan otentisitas nilai Islam. Inovasi halal sebagai sumber penciptaan nilai bukan hanya sekadar pengembangan produk atau layanan baru, tetapi juga mencakup perubahan dalam proses, manajemen, dan penggunaan teknologi. Dengan memanfaatkan nilai-nilai syariah sebagai dasar untuk inovasi, pelaku usaha dapat menciptakan dampak sosial dan ekonomi yang positif. Penelitian lebih lanjut dalam bidang ini diperlukan untuk mengeksplorasi hubungan antara inovasi halal dan keberlanjutan serta untuk memberikan gambaran lebih jelas tentang tantangan dan peluang di masa depan.

### **2. Kreativitas Islami sebagai Sumber Diferensiasi**

Kreativitas Islami merupakan integrasi antara kemampuan berinovasi dengan nilai-nilai spiritual dan etika dalam Islam. Kreativitas dalam konteks ekonomi Islam tidak hanya berasal dari ide-ide baru tetapi juga memadai untuk mendukung tujuan *maqāṣid al-syarī'ah*, yaitu manfaat sosial dan kesejahteraan bersama (Efrilia et al., 2023). Oleh karena itu, kreativitas

Islami berfungsi untuk menciptakan solusi yang tidak hanya bermanfaat bagi pengusaha, tetapi juga bagi masyarakat secara keseluruhan. Kreativitas Islami berperan sebagai alat diferensiasi strategis yang membedakan usaha syariah dari bisnis konvensional. Kreativitas Islami tidak sekadar menghasilkan estetika visual, tetapi memadukan nilai spiritual, moral, dan etika dalam setiap aspek komunikasi bisnis.

Diferensiasi ini tampak melalui:

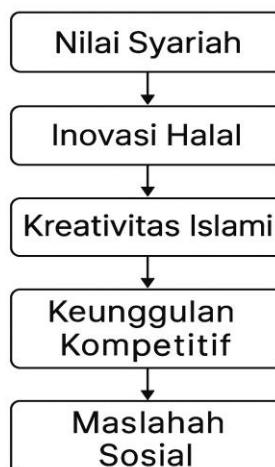
- branding yang memadukan estetika modern dengan nilai spiritualitas,
- *storytelling* produk (cerita merek) yang menghadirkan makna ibadah dan nilai kebaikan,
- *packaging* yang tidak hanya menarik tetapi membawa pesan moral dan edukatif,
- konten pemasaran berbasis dakwah yang menginspirasi, bukan sekadar membujuk.

Dengan karakter tersebut, kreativitas Islami menghasilkan nilai yang jauh lebih bermakna (*meaningful value*). Tidak hanya memasarkan produk, tetapi sekaligus membangun ikatan emosional dan spiritual antara merek dan konsumen Muslim.

### 3. Integrasi Inovasi–Kreativitas dalam Syariah Entrepreneurship

Salah satu temuan penting penelitian ini adalah terbentuknya Model Integratif yang menggambarkan bagaimana nilai syariah, inovasi halal, dan kreativitas Islami bekerja secara simultan untuk menghasilkan keunggulan kompetitif dan masalah sosial.

**Model Integratif:**



**Makna Model:**

- Nilai syariah menjadi kompas etika yang mengarahkan seluruh proses kreativitas dan inovasi.

- Inovasi halal memastikan pembaruan usaha tetap memiliki kelayakan syar'i dan keamanan.
- Kreativitas Islami melahirkan diferensiasi yang unik dan berintegritas.
- Keunggulan kompetitif tercapai melalui kombinasi nilai, inovasi, dan kreativitas.
- Masalah sosial menjadi dampak akhir berupa manfaat bagi masyarakat, lingkungan, dan ekonomi.

Model ini memberi pemahaman bahwa Syariah Entrepreneurship bukan sekadar profit-oriented, tetapi value-oriented dan masalah-oriented.

#### **4. Analisis Inovasi dan Kreativitas Islami Berbasis *Maqasid al-Syari'ah***

Seluruh bentuk inovasi dan kreativitas dalam usaha syariah perlu dievaluasi menggunakan kerangka *maqāṣid al-syarī'ah* agar pembaruan yang dilakukan tidak hanya efektif secara bisnis, tetapi juga valid secara normatif dan etis. Pendekatan ini memungkinkan pelaku usaha untuk memastikan bahwa setiap proses inovasi dan ekspresi kreativitas tetap berada dalam koridor nilai-nilai Islam serta memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat.

Kriteria *maqāṣid al-syarī'ah* dapat digunakan untuk mengevaluasi inovasi dalam syariah entrepreneurship. Dalam hal ini, inovasi yang dilakukan harus memiliki dampak positif pada masyarakat dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah yang telah ditetapkan. Penelitian oleh Widiatama et al. menekankan pentingnya pengembangan sistem yang mampu mengevaluasi inovasi berdasarkan *maqāṣid al-syarī'ah* untuk memastikan bahwa bisnis beroperasi secara etis dan bertanggung jawab (Widiatama et al., 2025).

Analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa:

- Hifz al-Din* (Proteksi Agama): Inovasi dalam syariah entrepreneurship harus menghormati dan melindungi keyakinan agama, menciptakan lingkungan yang mendukung praktik agama. Inovasi dan kreativitas wajib bebas dari unsur maksiat, eksploitasi aurat, simbol-simbol yang bertentangan dengan syariat, maupun pesan yang melemahkan moralitas. Semua bentuk branding, desain visual, hingga narasi pemasaran harus memperkuat nilai spiritual, bukan mereduksinya.
- Hifz al-Nafs* (Proteksi Jiwa): Inovasi yang diterapkan harus mempertimbangkan aspek kesehatan dan keselamatan, memastikan bahwa produk dan layanan tidak membahayakan jiwa. Produk, proses produksi, dan layanan harus aman, higienis, dan

tidak membahayakan konsumen. Hal ini mencakup standar keamanan pangan, kosmetik, obat-obatan, maupun produk digital yang tidak menimbulkan dampak psikologis negatif. Inovasi harus memastikan keselamatan fisik dan mental konsumen.

- c. *Hifz al-Aql* (Proteksi Akal): Produk dan praktik kewirausahaan perlu menjaga integritas intelektual dan mental, serta membantu dalam pengembangan pengetahuan yang bermanfaat. Kreativitas dalam produksi konten, iklan, maupun narasi edukatif harus menjaga kejernihan dan kehormatan akal manusia. Konten pemasaran tidak boleh mempromosikan gaya hidup hedonis, perilaku konsumtif ekstrem, atau ideologi yang bertentangan dengan akhlak Islami.
- d. *Hifz al-Nasl* (Proteksi Keturunan): Inovasi harus berkontribusi pada pembentukan masyarakat yang sehat dan beretika, serta melestarikan generasi mendatang. Kreativitas visual, pesan merek, dan desain produk harus mendukung nilai kesopanan, perlindungan akhlak, dan pembentukan karakter generasi muda. Inovasi tidak boleh mendorong normalisasi budaya liberal, sensualitas, atau pola pikir yang dapat mengancam ketahanan moral keluarga Muslim.
- e. *Hifz al-Mal* (Proteksi Harta): Kegiatan bisnis harus dilakukan dengan cara yang sesuai dengan prinsip halal, menjaga nilai-nilai ekonomi yang adil dan berkelanjutan (Tajrid, 2021). Inovasi model bisnis maupun strategi pemasaran tidak boleh mengandung unsur penipuan, *overpricing*, manipulasi informasi, ataupun praktik *tadlis*. Transparansi dan keadilan harga merupakan prinsip utama agar konsumen merasa aman dan dilindungi.

Dengan demikian, kerangka *maqāṣid al-syarī‘ah* berfungsi sebagai instrumen kontrol, baik pada tahap konseptual, desain, produksi, maupun pemasaran. Evaluasi berbasis maqasid memastikan bahwa inovasi dan kreativitas tidak hanya meningkatkan daya saing usaha, tetapi juga menghadirkan kemaslahatan (*maslahah*) yang luas, inklusif, dan berkelanjutan sesuai dengan tujuan syariat.

## **PENUTUP**

Penelitian ini menemukan bahwa integrasi antara nilai-nilai syariah, inovasi halal, dan kreativitas Islami merupakan kerangka fundamental dalam memajukan Syariah Entrepreneurship pada era ekonomi halal yang dinamis. Inovasi halal berfungsi sebagai instrumen penciptaan nilai yang memperkuat kualitas, keamanan, dan kredibilitas produk maupun proses bisnis. Sementara itu, kreativitas Islami menjadi mekanisme diferensiasi

strategis yang menegaskan identitas etis dan spiritual dari usaha syariah. Ketika kedua elemen tersebut disinergikan dalam kerangka *maqāṣid al-syarī'ah*, lahirlah model kewirausahaan yang tidak hanya kompetitif secara pasar, tetapi juga sah secara normatif dan menghasilkan *maslahah* bagi masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi konseptual yang signifikan terhadap penguatan literatur kewirausahaan syariah serta menawarkan arah penelitian lebih lanjut untuk pengujian empiris pada sektor-sektor industri halal.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Adesanya, O. D., Ogunnaike, O. O., Ufua, D. E., Onayemi, O. O., Dada, A. E., & Edewor, O. (2024). Strategic Fit Orientation and Business Agility of Non-Oil Export Women Entrepreneurs in a Developing Economy. *Sustainability*, 16(15), 6360. <https://doi.org/10.3390/su16156360>
- Alwi, Z., Parmitasari, R. D. A., & Syariati, A. (2021). An assessment on Islamic banking ethics through some salient points in the prophetic tradition. *Heliyon*, 7(5), e07103. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07103>
- Asmaraningtyas, L. W., Rahmawati, I. D., & Fitriyah, H. (2024). Green Business Innovation: Sustainable Business Model Development Through Integration of Business Model Canvas, Design Thinking, and Islamic Business Ethics. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 4(1), 57–74. <https://doi.org/10.52970/grmapb.v4i1.337>
- Azwar, A., Usman, A. H., & Abdullah, M. F. R. (2022). The Opportunities and Challenges of the Halal Food Industry in Indonesia: Some Notes From Quranic and Economic Perspectives. *Al-Irsyad Journal of Islamic and Contemporary Issues*, 7(1), 807–818. <https://doi.org/10.53840/alirsyad.v7i1.270>
- Bouwman, H., Nikou, S., & Reuver, M. d. (2019). Digitalization, Business Models, and SMEs: How Do Business Model Innovation Practices Improve Performance of Digitalizing SMEs? *Telecommunications Policy*, 43(9), 101828. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2019.101828>
- Efrilia, M. N., Faizal, L., Fauzi, M. Y., & Nurnazli. (2023). Exposing Transparency in the Wadi'ah Contract. *Jurisprudensi Jurnal Ilmu Syariah Perundang-Undangan Ekonomi Islam*, 15(2), 319–330. <https://doi.org/10.32505/jurisprudensi.v15i2.6310>
- Fageh, A. (2021). Contextualization of Maslahah Jasser Auda's Thought in Islamic Economy. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (Iijse)*, 4(1), 132–155. <https://doi.org/10.31538/ijse.v4i1.1344>
- Iswanto, J., Mas'ut, M., & Dianto, A. Y. (2021). Implementation of Maslahah in Modern

- Business Practices. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 8(2), 121–128. <https://doi.org/10.53429/jdes.v8i2.232>
- Li, L., Su, F., Zhang, W., & Mao, J. (2017). Digital Transformation by <scp>SME</Scp> Entrepreneurs: A Capability Perspective. *Information Systems Journal*, 28(6), 1129–1157. <https://doi.org/10.1111/isj.12153>
- Lubis, P. (2025). Implementation of Rehabilitation for Drug Abuse Victims at the Amelia Rehabilitation Foundation in North Sumatra. *Waraqat Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 10(1), 190–204. <https://doi.org/10.51590/waraqat.v10i1.987>
- Majid, R., & Nugraha, R. A. (2022). MSMEs and Islamic Securities Crowdfunding: The Importance of Financial Literacy. *Muslim Business and Economic Review*, 1(2), 281–304. <https://doi.org/10.56529/mber.v1i2.71>
- Menne, F. (2023). Inovasi Dan Literasi Keuangan Syariah Bagi Pelaku UMKM. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 6(1), 1111–1122. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1213>
- Miroshnychenko, I., Ströbl, A., Matzler, K., & Massis, A. D. (2021). Absorptive Capacity, Strategic Flexibility, and Business Model Innovation: Empirical Evidence From Italian SMEs. *Journal of Business Research*, 130, 670–682. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.02.015>
- Priyono, A., Moin, A., & Putri, V. N. A. O. (2020). Identifying Digital Transformation Paths in the Business Model of SMEs During the COVID-19 Pandemic. *Journal of Open Innovation Technology Market and Complexity*, 6(4), 104. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040104>
- Ragazou, K., Passas, I., Garefalakis, A., & Dimou, I. (2022). Investigating the Research Trends on Strategic Ambidexterity, Agility, and Open Innovation in SMEs: Perceptions From Bibliometric Analysis. *Journal of Open Innovation Technology Market and Complexity*, 8(3), 118. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030118>
- Solihah, A. M. (2021). Tinjauan Maṣlaḥah Ḥifẓ Al-Māl Terhadap Pelaksanaan Akad Kerjasama Bagi Hasil Di Desa Sumberdodol Kecamatan Panekan Kabupaten Magetan. *Ascarya Journal of Islamic Science Culture and Social Studies*, 1(1), 15–25. <https://doi.org/10.53754/iscs.v1i1.2>
- Tajrid, A. (2021). Tracing the Genealogy of Maqāṣid Al-Sharī'ah Concept: A Historical Approach. *Al-Ahkam*, 31(1), 69–90. <https://doi.org/10.21580/ahkam.2021.31.1.6696>
- Widiatama, W., Handayani, I. G. A. K. R., & Karjoko, L. (2025). &Lt;b&gt;Reconstructing Wage Law in the Contemporary Era: A Pancasila Justice and

&Lt;i&gt;Maq&lt;/I&gt;&lt;i&gt;āşid Al-Sharī'ah&lt;/I&gt; Perspective&lt;/B&gt;  
*Milrev Metro Islamic Law Review*, 4(2), 1051–1073.  
<https://doi.org/10.32332/milrev.v4i2.11293>

Zhang, Y., & Wang, J. (2023). Research on Influencing Factors and Path of Digital Transformation of Manufacturing Enterprises. *Kybernetes*, 53(2), 752–762.  
<https://doi.org/10.1108/k-06-2023-1042>