

Implementasi Etika Bisnis Dalam Islam Berbasis Teknologi Digital Terhadap UMKM Bantal Dan Kasur Kapuk Ibu Rusiyem

Uswatun Hasanah¹, Risya Arifah Cantika P²

^{1,2} **Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Ma'arif Kalirejo Lampung Tengah**

 uswa4333@gmail.com

 risyaputri397@gmail.com

Abstrak : Pesatnya perkembangan teknologi, terutama dalam komunikasi dan informasi, terdapat tantangan dan peluang baru bagi UMKM untuk beradaptasi dan emanifestasi dari keimanan dan ketaqwaan, yang harus diintegrasikan dalam semua aspek kegiatan ekonomi termasuk dalam etika bisnis. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan pendekatan wawancara mendalam dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ibu Rusiyem belum memanfaatkan teknologi digital dalam operasional bisnisnya, disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan, usia, dan persepsi bahwa teknologi akan menyulitkan. Meskipun demikian, beliau telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam dengan baik. Penelitian ini menegaskan pentingnya pendidikan dan pelatihan dalam teknologi digital bagi pelaku UMKM agar dapat memanfaatkan peluang yang ada, sesuai dengan prinsip-prinsip etika dalam Islam.

Kata Kunci : *Etika Bisnis, Teknologi Digital*

Abstract : The rapid development of technology, especially in communication and information, presents new challenges and opportunities for MSMEs to adapt and manifest faith and piety, which must be integrated into all aspects of economic activities including business ethics. The research method used is qualitative, with an in-depth interview and observation approach. The results of the study indicate that Mrs. Rusiyem has not utilized digital technology in her business operations, due to limited knowledge, age, and the perception that technology will be difficult. However, she has implemented the principles of Islamic business ethics well. The study emphasizes the importance of education and training in digital technology for MSME actors so that they can take advantage of existing opportunities, in accordance with the principles of ethics in Islam.

Keywords : *Business Ethics, Digital Technology*



PENDAHULUAN

Islam telah mengatur hubungan antar manusia baik secara vertikal maupun horizontal. Hubungan secara vertikal berkaitan dengan hubungan manusia kepada Tuhannya sedangkan hubungan secara horizontal merupakan hubungan manusia dengan manusia. Sistem muamalah mengatur interaksi yang dilakukan manusia dalam kehidupan sehari-hari. Sistem muamalah didasarkan pada kebolehan. Sistem ini, memberikan aturan aturan kesejahteraan dunia dan akhirat sebagai tujuan hidup manusia.¹

Pada ajaran agama Islam telah dijelaskan bahwa berdagang atau berbisnis adalah sebagian dari mencari rezeki. Akan tetapi, bagaimanapun sebuah etika apabila diamati pada konteks ajaran Islam. Tentu saja bagaimana agama Islam merupakan agama yang kompleks, semua bentuk bisnis tidak terlepas dari ajaran Islam. Sebuah etika atau perilaku moral seseorang dalam dunia bisnis bisa dikatakan sebagai buah di dalam keimanan, keislaman, dan juga ketakwaan yang berdasarkan pada sebuah keyakinan tentang kebenaran Allah SWT. Adanya agama Islam oleh Allah pada dasarnya adalah digunakan sebagai landasan ilmu untuk membenahi akhlak, perilaku, maupun etika yang benar. Agar aktivitas bisnis yang kita laksanakan dapat berjalan dengan semestinya serta bisa membuahkan kebaikan dalam menjalani kehidupan, maka dari itu kita harus membuat bisnis yang kita laksanakan diwarnai dengan sebuah nilai-nilai norma yang benar yang sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.²

Pertumbuhan teknologi berlangsung sedemikian pesat dan akibatnya turut mempengaruhi cara berpikir, karakter, dan tingkah laku pada setiap generasi. Kemudahan dalam berkomunikasi dan membawa informasi melalui media digital yang berpijak pada media sosial dapat membawa manfaat bagi kemanusiaan, seperti memperkuat kenyamanan, untuk pengkondisian yang menguntungkan, pendidikan dan pengkondisian positif lainnya. Jika kita berbicara tentang pemuda dan pengetahuan media, tetap saja, itu akan memicu masalah sehingga kami terus mengikuti perkembangan, memang menarik untuk dilihat secara nyata. Jaman sekarang remaja, jika mereka tidak dapat menggunakan media digital yang ada, akan dianggap sebagai remaja yang ketinggalan jaman. Supaya ada keinginan, bagaimana mereka bisa memutar program-program yang ada di media sosial pada umumnya, dan untuk membuatnya menjadi mudah.³

Internet merupakan kubah teknologi yang telah mengubah cara pandang batasbatas

¹ M Rusli and M R Alisyah, “Penerapan Etika Bisnis Islam Di Zaman Digital (Studi Pada Bukalapak. Com),” *Ats-Tsarwah: Jurnal Hukum Ekonomi* 1, no. 1 (2021), hal. 51.

² Rianti Rianti, “Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Pada Marketplace Lazada,” *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 1, no. 1 (2021), hal. 13.

³ Budiman, “Urgensi Etika Islam Di Era Digital,” *Journal of Islamic Economics and Business Studies* 4, no. 1 (2021), hal.11.

bisnis orisinil dan global, dimana model bisnis masa globalisasi saat ini menggunakan sistem dengan cara tidak perlu bertatap muka, cukup hanya mentransfer data melalui internet. Dimana pencetus dan penerima (produsen dan konsumen) dapat menembus batas Sistem Pemasaran dan Bisnis Online dengan menggunakan Toko Sentral. Sentral Shop adalah desain Web Ecommerce Smart (WES) serta Business Intelligent yang benar-benar stabil untuk digunakan dalam memulai, menjalankan, mengembangkan, dan mengendalikan bisnis. Pada umumnya pengertian daring (dalam jaringan) atau online menyatakan konektifitas atau dalam penggunaan yang biasanya menyatakan segala sesuatu yang berhubungan dengan internet atau World Wide Web atau (W3) menggunakan perangkat tertentu seperti komputer, gadget dan lain-lain.⁴

METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, dengan melakukan pendekatan wawancara mendalam dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ibu Rusiyem belum memanfaatkan teknologi digital dalam operasional bisnisnya, disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan, usia, dan persepsi bahwa teknologi akan menyulitkan.

Meskipun demikian, beliau telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam dengan baik. Penelitian ini menegaskan pentingnya pendidikan dan pelatihan dalam teknologi digital bagi pelaku UMKM agar dapat memanfaatkan peluang yang ada, sesuai dengan prinsip-prinsip etika dalam Islam.

PEMBAHASAN DAN HASIL

1. Etika Bisnis dalam Sudut Pandang Islam

Etika dalam Islam merupakan buah dari keimanan, keislaman, dan ketaqwaan yang didasarkan pada keyakinan yang kuat pada kebenaran Allah swt. Islam merupakan sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia yang menyeluruh, termasuk dalam wacana bisnis. Bisnis yang Islami harus lahir untuk kepentingan beribadah kepada Allah swt. dengan niatan akan memenuhi aturan Ilahi.⁵

Istilah etika secara umum merujuk pada baik buruknya perilaku manusia. Etika merupakan dasar baik dan buruk yang menjadi referensi pengambilan keputusan individu sebelum melakukan serangkaian kegiatan.⁶ Menurut Baidowi etika diartikan sebagai perangkat

⁴ Mubarroh Azizah, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 2, no. 2 (2021), hal.200

⁵ Wahyu Mijil Sampurno, "Penerapan etika bisnis Islam dandampaknya terhadap kemajuan bisnis industri rumah tangga", *Journal of Islamic Economics Lariba* 2, no. 1 (2016): h.14.

⁶ Muhammad, "Paradigma, Metodologi & Aplikasi Ekonomi Syariah". (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 52.

yang mengatur tingkah laku manusia.⁷ Etika memberikan petunjuk bagi manusia mengenai apa yang harus dilakukan, apa yang tidak boleh dilakukan.⁸

Sering kali, istilah “etika” dan “moral” dipergunakan secara bergantian untuk maksud yang sama, mempunyai arti yang sama. Etika berasal dari bahasa latin “*etos*” yang berarti “kebiasaan”. Sinonimnya adalah “moral”, juga berasal dari bahasa yang sama “*mores*” yang berarti “kebiasaan”. Sedangkan bahasa arabnya “*akhlak*” bentuk jamak dari mufrodnya “*khuluq*” artinya “budi pekerti”. Keduanya bisa diartikan kebiasaan atau adat istiadat (costum atau mores), yang merujuk kepada perilaku manusia itu sendiri, tindakan atau sikap yang dianggap benar atau baik.⁹

Membangun budaya perusahaan yang sehat, idealnya dari pembentukan etika yang dianggap sebagai standar perilaku sebelum kode etik dirumuskan dan diterapkan, atau kode etik diwujudkan dalam bentuk aturan hukum. Adalah kontrol atas individu pelaku dalam bisnis, terutama melalui penerapan praktik etika atau budaya memahami dan menghargai nilai-nilai dalam prinsip-prinsip etika seperti kesehatan dan kesejahteraan perilaku. Etika bisnis Islam adalah budaya etis yang berkaitan dengan aktivitas bisnis suatu perusahaan. Sedangkan etika bisnis Islam adalah studi tentang individu atau kelompok dalam kinerja kontrak bisnis atau bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan ajaran Islam. Terdapat beberapa prinsip etika bisnis Islam yang merupakan aksioma-aksioma etik yang meliputi tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, ihsan, dan tanggung jawab.¹⁰

2. Bisnis dalam Sudut Pandang Islam

Apa yang dimaksud dengan bisnis sudah banyak diungkapkan oleh berbagai ahli. Melihat dari asal katanya bisnis berasal dari bahasa inggris yang berarti: perusahaan, urusan atau usaha.¹¹ Dalam buku pengantar bisnis karangan Buchari Alma, *Hughes and Kapoor* menyatakan: *Business is the organized effort of individuals to produce and sell for a profit, the goods and services that satisfy society's needs. The general term business refers to all such effort within a society or within an industry.*

Maksudnya bisnis ialah suatu kegiatan individu yang terorganisasi yang menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Secara umum kegiatan ini ada di dalam masyarakat, dan ada dalam industry. Orang

⁷ A. Baidowi, “Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam”, Jurnal Hukum Islam 9, no. 2 (2011).

⁸ K. Rofiah, “Urgensi Etika di Dalam Sistem Bisnis Islam”, Justitia 11, no. 2 (2014).

⁹ Erly Juliyani, “Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam”, Jurnal Ummul Quran 7, no. 1 (2016): h. 64.

¹⁰ Azizah, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee.” Vol.10 No. 1 Halaman 83-96 P-ISSN: 1411-3066 E-ISSN: 2580-8516 Diterbitkan Oleh Universitas Semarang Jl. Soekarno-Hatta Tlogosari Semarang

¹¹ Buchari Alma, “Pengantar Bisnis” (Bandung: Alfabeta, 2010), h.20

yang berusaha menggunakan uang dan waktunya dengan menanggung resiko, dalam menjalankan kegiatan bisnis disebut *Entrepreneur*. Menjalankan kegiatan bisnis maka entrepreneur harus mengkombinasikan empat macam sumber, yaitu: *material, financial, human, dan informasi*.¹²

3. Macam-macam Kemajuan Teknologi

a. Internet of Things

Internet of things adalah konsep di mana konektivitas internet dapat bertukar informasi antara satu dengan yang lainnya, dengan benda-benda yang berada di sekelilingnya. *Internet of Things* adalah konsep bahwa objek tertentu memiliki kemampuan untuk mengirim data melalui jaringan tanpa perlu interaksi manusia ke manusia atau manusia ke komputer. *Internet of Things* mempunyai kemampuan untuk berbagi data, menjadi remote control, menjadi pengelola bahan pangan, mesin ataupun teknologi yang tersambung ke jaringan lokal maupun global melalui sensor yang tertanam dan selalu menyala aktif. Pekerjaan manusia hanya menjadi koordinator dan pengawas langsung pengoperasian mesin.

b. Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence/AI*)

Kecerdasan buatan ialah program komputasi yang dapat membuat mesin bekerja layaknya kecerdasan manusia, seperti mengambil keputusan, memecahkan masalah, dan melakukan prediksi. Pertumbuhan *artificial intelligence* di Indonesia memiliki kemajuan karena didukung oleh big data. Beberapa faktor pendorong kecerdasan buatan adalah melimpahkan data digital, berkembangnya banyak perusahaan rintisan yang menghasilkan banyak data dan penetrasi internet yang semakin tinggi.¹³ Kecerdasan buatan dapat dipercaya meningkatkan efisiensi perusahaan dengan penerapan otomatisasi pada beberapa proses bisnis, seperti prosedur manajemen dan produksi kecerdasan buatan juga memungkinkan perusahaan memprediksi perilaku konsumen dengan lebih baik sehingga pengembangan dan penggunaan kecerdasan buatan bisa meningkatkan keuntungan bisnis dan produktivitas serta pencapaian produk baru yang lebih akurat.

c. Big Data

Konsep big data terdiri dari beberapa kunci, yaitu: volume variasi, dan kecepatan. Big data secara literal adalah data yang besar dan banyak, mencakup banyaknya volume yang sangat berkembang dari tahun ketahun, misalnya media digital dan komunikasi Machine to Machine (M2M) yang menyumbang produk data terbesar untuk data yang tidak terstruktur.

¹² Buchari Alma, “*Pengantar Bisnis*” (Bandung: Alfabeta, 2010), h.21

¹³ Erly Juliyani, “*Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam*”, Jurnal Ummul Quran 7, no. 1 (2016): h. 62.

Perkembangan big data di Indonesia secara makro dipengaruhi oleh perkembangan big data secara global. Dua faktor yang mendasari perkembangan tersebut adalah pertama, peningkatan signifikan dalam jumlah data yang dihasilkan, terutama dari bisnis dan sains, Kedua, peningkatan daya komputasi elektronik.

Adapun pertumbuhan big data di Indonesia secara Meso, didukung oleh dua faktor yaitu pertama melimpahnya data digital yang terakumulasi pada tiga sektor utama seperti telekomunikasi perbankan dan perusahaan startup di Asia. Kedua adanya penetrasi jaringan di Indonesia yang semakin mapan akibatnya meningkatkan pengguna smartphone dan media social. Implementasi penggunaan big data lebih banyak ditemukan dalam sektor bisnis, karena dapat membantu mereka menjalankan bisnisnya dengan baik. Pelaku bisnis dapat meningkatkan pendapatan, produktivitas, penciptaan ide untuk menghasilkan produk baru dengan hadirnya big data.

Berbagai kesempatan dan ancaman dari penggunaan big data di Indonesia harus diperhatikan oleh banyak pihak untuk pemanfaatan big data secara maksimal di masa yang akan datang. Pendayagunaan big data telah diterapkan di Thailand dalam rangka untuk menjalankan fungsinya menjadi dapur halal di dunia. Maka Thailand memanfaatkan teknologi big data untuk mempercepat proses verifikasi halal pada produk makanan yang diproduksi di negaranya. Padahal seperti kita tahu bersama bahwa Thailand bukanlah negara dengan Mayoritas penduduk muslim akan tetapi Thailand dengan sikap mempersiapkan suplai makanan halal, sehingga produk dari Thailand nantinya bisa dikonsumsi oleh masyarakat muslim dari berbagai negara di dunia. Maka dari itu, perkembangan big data menjadi salah satu hal yang niscaya di Indonesia, demi perkembangan usaha syariah dan industri halal di Indonesia.

4. Etika Bisnis Islam dalam *Financial Technology/Fintech*

Teknologi finansial adalah salah satu bentuk layanan keuangan dalam bentuk digital mengusung prinsip cashless, yang menandakan adanya pergeseran dari uang ke platform.¹⁴ Fintech menyasar segmen yang tidak bankable dikarenakan penduduk Indonesia lebih banyak mempunyai smartphone maka layanan keuangan berbasis teknologi menjadi sangat diminati oleh penduduk Indonesia.

Etika bisnis dalam industri berbasis fintech adalah sebagai berikut:

a. Privasi Data Individu

Prinsip privasi sangat penting terutama untuk data pribadi rumah dikarenakan pembuat aturan harus menegaskan bahwa individu sebagai pengguna teknologi telah

¹⁴ Rianti Rianti, "Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Pada Marketplace Lazada," Niqosiya: Journal of Economics and Business Research 1, no. 1 (2021), hal. 20.

menyetujui pengelolaan dan pengerjaan data pribadi mereka yang terkait dengan penerapan teknologi. Persetujuan dilakukan dikarenakan pengembang teknologi dan pihak-pihak lainnya hanya boleh mengolah data pribadi seorang yang individu hanya jika individu tersebut menyetujui datanya diolah oleh pihak lain. kebijakan yang dibuat perlu menekankan mekanisme penggunaan data pribadi termasuk mekanisme untuk tidak mengikutsertakan data pribadi dalam pengolahan data jika pemilik data tersebut tidak bersedia.

b. Transparansi Data Publik

Transparansi ditekankan sebagai prinsip kebijakan proses pengolahan data di tiap aplikasi teknologi, terutama jika aplikasi teknologi tersebut menggunakan data publik. Di mana hasilnya dapat dipakai untuk kebutuhan masyarakat dan/atau menyangkut kehidupan dan hajat orang banyak. Namun demikian, derajat transparansi yang diterapkan pada setiap teknologi tidak harus sama antara satu kasus dengan kasus lainnya. Salah satu contoh prinsip transparansi yang telah maksimal dan terdapat dalam blockchain tidak mesti digunakan pada teknologi keuangan.

c. Akuntabilitas Proses Pengaplikasian

Prinsip akuntabilitas dapat digunakan pada keseluruhan proses pengaplikasian berbagai macam teknologi. Termasuk didalamnya yang bersangkutan dengan finansial teknologi mulai dari proses pengumpulan, proses pengolahan, dan proses penggunaan data. Akuntabilitas ini sangat penting untuk merumuskan dan mengkaji tanggung jawab pada penggunaan teknologi yang terkait.

d. Mencakup Jasa Layanan Keuangan Yang Halal

Dalam fiqih muamalah yang menjadi landasan bisnis syariah adalah "segala sesuatu aktivitas perdagangan diperbolehkan jika tidak ada ayat dan hadis yang melarang". Berdasarkan dari kaidah fiqih di atas, maka semua transaksi dalam bisnis start-up berbasis platform adalah halal selagi tidak masuk ke area bisnis yang diharamkan. Dalam syariah ada beberapa bisnis yang dikatakan haram hukumnya dikarenakan ada salah satu unsur dari beberapa unsur yaitu maysir, gharar, riba, serta beberapa larangan lainnya.¹⁵

Berdasarkan pada analisis dan penelitian yang sudah penulis lakukan untuk mengidentifikasi penggunaan teknologi digital dalam pengelolaan usaha mikro, kecil dan menengah (umkm) bantal dan kasur kapuk ibu Rusiyem. Penulis menemukan bahwa ibu Rusiyem masih belum menggunakan teknologi digital apapun dalam pengoperasian bisnisnya

¹⁵ Ika Yunia Fauzia, "Etika Bisnis Islam Era 5.0, ed. Monalisa" (Sidoarjo: PT. RajaGrafindo Persada, 2020), hal. 62.

sehari-hari. Mencakup dari laporan keuangan sampai dalam segi marketing pun beliau belum menggunakan aplikasi-aplikasi yang biasa digunakan para pebisnis-pebisnis rumahan untuk mempromosikan barang yang mereka jual, seperti *e-commerce*, *Whatsapp* dan aplikasi-aplikasi lainnya.

Ada beberapa alasan yang beliau katakan, mengapa beliau belum menggunakan teknologi digital sama sekali dalam kegiatan bisnisnya :

1. Keterbatasan pengetahuan

Beliau mengatakan bahwa beliau belum begitu mengerti/paham mengenai perkembangan teknologi di zaman yang sudah sangat modern ini, dikarenakan tidak ada satupun yang memberikan pengetahuan mengenai bagaimana untuk menggunakan teknologi digital dalam proses berjalannya bisnis umkm.

2. Usia produsen yang sudah cukup berumur

Beliau juga mengatakan bahwa beliau sulit untuk memahami teknologi-teknologi di usia yang sudah tidak muda lagi. Meskipun sudah beberapa kali diberikan pemahaman mengenai bagaimana cara menggunakan teknologi, beliau masih seringkali lupa bagaimana cara penggunaannya.

3. Penggunaan yang menyulitkan

Ditinjau dari belum terlaksanakannya penggunaan teknologi dalam bisnis UMKM ibu Rusiyem, menurut produsen jika beliau menggunakan teknologi dalam proses bisnisnya itu justru akan menyulitkan produsen dikarenakan belum adanya pengetahuan dan pengalaman dengan teknologi, maka dari itu akan menghambat jalannya bisnis UMKM produsen.

Meskipun belum menerapkan teknologi dalam proses bisnisnya, namun produsen dari UMKM bantal dan kasur kapuk ini sudah menerapkan etika-etika dalam bisnis islam dengan baik dan sesuai dengan ajaran-ajaran yang dianjurkan dalam islam.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan pesatnya perkembangan teknologi dan pengaruhnya turut mempengaruhi pola pikir, perilaku, dan sikap pada setiap generasi. Seiring dengan kemajuan teknologi dalam dunia bisnis, terdapat berbagai etika yang harus diperhatikan dalam pelaksanaannya. Islam telah menetapkan etika dalam berbisnis secara online, termasuk menjaga privasi data individu, transparansi data publik, akuntabilitas dalam proses penerapan, serta memastikan bahwa layanan jasa keuangan yang disediakan adalah halal.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Baidowi, “*Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*”, Jurnal Hukum Islam 9, no. 2 (2011).
- Buchari Alma, “*Pengantar Bisnis*” (Bandung: Alfabeta, 2010).
- Budiman, “*Urgensi Etika Islam Di Era Digital*,” Journal of Islamic Economics and Business Studies 4, no. 1 (2021).
- Erly Juliyani, “*Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam*”, Jurnal Ummul Quran 7, no. 1 (2016).
- IKa Yunia Fauzia, “*Etika Bisnis Islam Era 5.0, ed. Monalisa*” (Sidoarjo: PT. RajaGrafindo Persada, 2020).
- K. Rofiah, “*Urgensi Etika di Dalam Sistem Bisnis Islam*”, Justitia 11, no. 2 (2014).
- M Rusli and M R Alisyah, “*Penerapan Etika Bisnis Islam Di Zaman Digital (Studi Pada Bukalapak. Com)*,” Ats-Tsarwah: Jurnal Hukum Ekonomi 1, no. 1 (2021).
- Mubarroh Azizah, “*Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee*,” El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam 2, no. 2 (2021).
- Muhammad, “*Paradigma, Metodologi & Aplikasi Ekonomi Syariah*”. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008).
- Rianti Rianti, “*Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Pada Marketplace Lazada*,” Niqosiya: Journal of Economics and Business Research 1, no. 1 (2021).
- Wahyu Mijil Sampurno, “*Penerapan etika bisnis Islam dandampaknya terhadap kemajuan bisnis industri rumah tangga*”, Journal of Islamic Economics Lariba 2, no. 1 (2016).