

Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perspektif Maqashid Syariah dan Tantangan Globalisasi di Era Pasar Bebas

Dede Sulaeman¹, Mohammad Ridwan^{2✉}

Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon, Cirebon, Indonesia

Email : sulaemandede216@gmail.com¹, ridwanciperna@gmail.com²

Received: 2025-05-15; Accepted: 2025-06-11; Published: 2025-06-20

ABSTRAK

Penelitian ini membahas penerapan etika bisnis Islam dalam perspektif maqashid syariah serta tantangan yang dihadapi di era globalisasi dan pasar bebas. Fokus utama penelitian adalah bagaimana pelaku usaha Muslim baik di sektor tradisional maupun digital memahami dan menerapkan nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam praktik bisnis mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus di dua lokasi, yaitu UMKM di Kediri dan pelaku bisnis digital di Jakarta Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai muamalah masih dijalankan oleh banyak pelaku usaha, namun belum sepenuhnya konsisten, terutama dalam bisnis digital yang sarat persaingan dan promosi agresif. Pesantren dan koperasi syariah juga memiliki peran penting dalam menanamkan dan menjaga etika bisnis Islam. Kesimpulannya, dibutuhkan literasi dan pondasi maqashid Syariah yang lebih kuat dalam bermuamalah, dukungan regulasi, serta integrasi nilai-nilai Islam ke dalam sistem bisnis modern agar prinsip syariah tidak hanya menjadi formalitas, tetapi benar-benar diterapkan dalam kehidupan ekonomi umat.

Kata Kunci: *Maqashid Syariah, Etika Bisnis Islam, Digitalisasi, Pasar Bebas*

ABSTRACT

This study discusses the application of Islamic business ethics from the perspective of maqashid sharia and the challenges faced in the era of globalization and free markets. The main focus of the study is how Muslim business actors in both the traditional and digital sectors understand and apply values such as honesty, justice, and responsibility in their business practices. This study uses a qualitative descriptive approach with a case study method in two locations, namely MSMEs in Kediri and digital business actors in South Jakarta. The results of the study show that the values of muamalah are still carried out by many business actors, but

are not yet fully consistent, especially in digital businesses that are full of competition and aggressive promotions. Islamic boarding schools and Islamic cooperatives also have an important role in instilling and maintaining Islamic business ethics. In conclusion, stronger literacy and foundations of maqashid sharia are needed in muamalah, regulatory support, and integration of Islamic values into modern business systems so that sharia principles are not just a formality, but are truly applied in the economic life of the people.

Keywords: *Sharia Maqashid, Islamic Business Ethics, Digitalization, Free Market.*

PENDAHULUAN

Globalisasi telah menjadi kekuatan dominan dalam mengubah wajah perekonomian dunia. Perdagangan lintas batas negara menjadi lebih cepat dan terbuka, menciptakan pasar bebas yang menjanjikan peluang sekaligus ancaman bagi pelaku usaha, termasuk bagi umat Islam. Arus informasi, teknologi, dan modal yang tanpa batas memaksa para pelaku bisnis untuk menyesuaikan diri dengan ritme ekonomi global yang serba kompetitif dan dinamis.

Ditengah dinamika tersebut, nilai-nilai Islam menghadapi tantangan serius untuk tetap eksis dan relevan dalam sistem pasar bebas yang sarat kompetisi dan efisiensi. Etika bisnis Islam yang bersumber dari maqashid syariah—tujuan-tujuan utama syariat—menjadi pilar penting dalam membentuk sistem ekonomi yang adil, berkelanjutan, dan berorientasi pada kemaslahatan umat.

Maqashid syariah dalam konteks bisnis tidak hanya menekankan pada legalitas transaksi (halal/haram), tetapi lebih jauh mengedepankan nilai-nilai seperti keadilan, perlindungan hak konsumen, distribusi kekayaan yang merata, serta menghindari kerusakan ekonomi dan sosial. Dengan kata lain, etika bisnis Islam tidak semata-mata normatif, tetapi sangat strategis dalam menghadapi ketimpangan dan eksploitasi pasar bebas global.

Namun demikian, dalam praktiknya, masih banyak pelaku usaha Muslim yang kesulitan menerapkan prinsip maqashid syariah secara utuh. Mereka terjebak dalam dilema antara mengejar efisiensi dan mempertahankan integritas etika. Promosi hiperbolis, ketidakterbukaan informasi, dan persaingan tidak sehat menjadi contoh penyimpangan etika yang kerap terjadi, terutama dalam dunia bisnis digital dan global.

Tantangan globalisasi terhadap etika bisnis Islam juga diperkuat oleh fenomena konsumerisme dan materialisme yang merasuki budaya ekonomi global. Nilai-nilai spiritual dan sosial seringkali dikorbankan demi efisiensi dan keuntungan jangka pendek. Hal ini berpotensi melemahkan komitmen moral pelaku usaha Muslim terhadap prinsip-prinsip maqashid syariah yang seharusnya menjadi kompas dalam aktivitas bisnis mereka.

Dalam studi empiris ditemukan bahwa penerapan etika bisnis Islam memiliki dampak positif terhadap kinerja karyawan di sektor properti di Provinsi Lampung.

Nilai-nilai seperti tanggung jawab dan keadilan tidak hanya meningkatkan kepuasan kerja, tetapi juga memperkuat loyalitas dan produktivitas karyawan. Penelitian ini menjadi bukti kuat bahwa etika bisnis Islam bukanlah beban, melainkan kekuatan strategis dalam bisnis modern (Fasa et al. 2020).

Melalui pendekatan maqashid syariah, etika bisnis Islam tidak hanya menyentuh dimensi hukum, tetapi juga spiritualitas, kemanusiaan, dan keberlanjutan. Pendekatan ini menempatkan bisnis sebagai sarana ibadah dan kontribusi sosial, bukan semata-mata alat akumulasi kekayaan. Oleh karena itu, integrasi maqashid syariah dalam praktik bisnis sangat diperlukan agar pelaku usaha Muslim mampu menjawab tantangan pasar bebas dengan cara yang bermartabat dan maslahat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi etika bisnis Islam dari perspektif maqashid syariah di tengah tantangan globalisasi dan era pasar bebas. Penelitian ini juga mengkaji bagaimana nilai-nilai maqashid dapat diterjemahkan secara praktis dan kontekstual dalam dunia bisnis modern agar tetap relevan, kompetitif, dan berlandaskan nilai-nilai ilahiah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk menggambarkan secara mendalam praktik implementasi etika bisnis Islam dalam perspektif maqashid syariah pada pelaku usaha di tengah dinamika pasar bebas global. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan fokus penelitian yang ingin menggali nilai, persepsi, serta praktik nyata dari para pelaku bisnis Muslim dalam merespons tantangan globalisasi. Peneliti tidak hanya mendeskripsikan fenomena, tetapi juga menganalisis relevansi antara prinsip maqashid syariah dan strategi adaptasi etis dalam lingkungan bisnis kontemporer.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pelaku usaha Muslim di sektor makanan dan minuman, observasi langsung terhadap praktik bisnis, serta dokumentasi terhadap pedoman atau kebijakan etika usaha yang diterapkan. Subjek penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pelaku usaha yang diketahui menerapkan nilai-nilai Islam dalam bisnis mereka dan aktif dalam menghadapi tantangan pasar bebas seperti digitalisasi, kompetisi harga, serta konsumerisme. Data dianalisis secara tematik, dengan mengelompokkan informasi berdasarkan kategori maqashid syariah seperti hifz al-din (menjaga agama), hifz al-nafs (menjaga jiwa), hingga hifz al-mal (menjaga harta).

Penelitian ini merujuk pada studi oleh (Haslinah et al. 2023) yang meneliti penerapan etika bisnis berbasis maqashid syariah pada usaha minuman kekinian di Indonesia. Hasil studi tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha telah menerapkan prinsip-prinsip seperti kejujuran dan perlindungan konsumen,

meskipun aspek *hifz al-'aql* (menjaga akal) dan *hifz al-nasl* (menjaga keturunan) belum sepenuhnya dipahami dan dijalankan. Hal ini mengindikasikan pentingnya eksplorasi lanjutan untuk memahami sejauh mana kesadaran *maqashid syariah* diterapkan dalam menghadapi perubahan ekonomi global.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Globalisasi telah menggeser arah perkembangan bisnis ke dalam satu arus yang cepat, kompetitif, dan seringkali bebas dari kendali nilai-nilai etika tradisional. Pelaku usaha Muslim di Indonesia berada dalam posisi yang unik. mereka dituntut untuk bersaing dalam sistem pasar bebas global sekaligus tetap menjaga integritas nilai syariah dalam setiap lini aktivitas ekonomi. Dalam penelitian ini, pendekatan *maqashid syariah* dijadikan sebagai lensa utama untuk menilai sejauh mana pelaku usaha mampu mempertahankan prinsip etika Islam di tengah tekanan globalisasi.

Studi lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha Muslim memahami pentingnya menjalankan bisnis secara jujur, tidak curang, serta menjauhi riba dan barang haram. Mereka menegaskan bahwa prinsip seperti kejujuran, keadilan harga, dan tanggung jawab sosial telah menjadi bagian dari praktik harian mereka. Namun demikian, tantangan muncul saat mereka harus menyesuaikan diri dengan digitalisasi—misalnya dalam hal transparansi informasi harga, pengelolaan promosi daring, hingga memahami kontrak elektronik berbasis syariah.

Penelitian terdahulu oleh (Lubis, Nawawi, dan Hakiem 2021), mendukung hal ini. Dalam konteks UMKM, pelaku usaha menunjukkan orientasi etika, tetapi menghadapi kesulitan saat sistem pembayaran digital masuk tanpa edukasi syariah yang memadai. Hasil penelitian ini pun selaras dengan kondisi lapangan yang menunjukkan bahwa masih ada ketimpangan antara niat menjalankan syariah dengan pemahaman dan kemampuan teknis yang dimiliki pelaku usaha.

Dari sisi penerapan akad, sebagian besar pelaku usaha menyatakan menggunakan akad *murabahah* dalam jual beli, khususnya dalam pengadaan barang atau layanan. Namun, praktiknya belum sesuai dengan prinsip keadilan dan transparansi; misalnya, margin keuntungan sering tidak dijelaskan secara terbuka, dan akad dilakukan secara lisan tanpa dokumentasi yang jelas. Beberapa pelaku usaha juga menyebut menggunakan akad *musyarakah*, tetapi pembagian keuntungan sering kali tidak dihitung berdasarkan kesepakatan awal. Hal ini mengindikasikan perlunya pembinaan tentang substansi dan struktur akad dalam bisnis Islam.

Ulasan literatur menyoroti isu ini dengan menegaskan bahwa praktik riba, *gharar*, dan *bai' najasy* masih sering terjadi karena lemahnya pemahaman terhadap akad. Beliau menekankan bahwa bisnis *halal-thayyib* harus memperhatikan substansi etik dari akad, bukan hanya bentuknya (Chanifah 2021). Temuan lapangan

memperkuat bahwa masih banyak pelaku usaha yang sekadar menyesuaikan istilah "akad syariah" tanpa mengimplementasikan prinsipnya secara menyeluruh.

Dari segi maqashid syariah, sebagian pelaku usaha lebih memahami aspek hifdz al-din (menjaga agama) dan hifdz al-mal (menjaga harta), namun masih minim pemahaman terhadap hifdz al-'aql, hifdz al-nafs, dan hifdz al-nasl. Hanya sebagian kecil pelaku usaha yang menyediakan pelatihan etika untuk karyawan, memperhatikan keseimbangan kerja dan spiritual, atau menyesuaikan produk mereka agar tidak merusak moralitas generasi muda. Padahal aspek-aspek ini merupakan bagian integral dari maqashid syariah.

Studi lain menegaskan bahwa pelaku usaha kekinian, seperti bisnis minuman, cenderung fokus pada kehalalan bahan tetapi belum menyentuh nilai maqashid secara holistik. Pelatihan, komunikasi etis, dan kesejahteraan karyawan belum menjadi prioritas (Haslinah et al. 2023). Hal ini juga tercermin dalam data lapangan, di mana pengelolaan etika bisnis masih bersifat individual, belum terstruktur secara sistemik.

Dari sisi eksternal, pelaku usaha mengaku menghadapi tantangan serius dari persaingan harga, promosi berlebihan, dan arus konsumerisme yang dibawa oleh globalisasi. Strategi bisnis konvensional yang berbasis manipulasi promosi atau diskon besar sering memaksa pelaku usaha Muslim ikut terlibat, meski mereka sadar hal ini dapat melanggar prinsip kejujuran. Beberapa menyiasati ini dengan strategi pemasaran edukatif, namun membutuhkan dukungan pelatihan.

Penelitian lain mendukung hal ini dengan menyebut bahwa strategi komunikasi berbasis etika menjadi modal penting bagi bisnis syariah dalam bertahan di era digital (Manajemen et al. 2023). Dalam konteks lapangan, ditemukan bahwa pelaku usaha yang menjadikan kejujuran sebagai strategi komunikasi justru mendapatkan loyalitas konsumen lebih tinggi.

Selain itu, nilai-nilai maqashid syariah juga terbukti mendorong internalisasi etika dalam struktur organisasi usaha. Penelitian (Fasa et al. 2020) menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan etika Islam cenderung memiliki karyawan yang loyal dan produktif. Hasil lapangan juga menunjukkan bahwa pelaku usaha yang memberi keadilan dalam gaji, waktu kerja yang seimbang, dan suasana kerja spiritual, lebih dipercaya oleh karyawan dan pelanggan.

Secara umum, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi antara etika bisnis Islam dan maqashid syariah sudah mulai diupayakan, namun masih membutuhkan penguatan dalam aspek pemahaman akad, pendidikan etika, serta adaptasi terhadap sistem pasar bebas. Globalisasi menjadi tantangan sekaligus peluang untuk membuktikan bahwa sistem bisnis syariah bukan hanya idealis, tetapi juga realistis dan solutif.

Pembahasan

Etika bisnis Islam memiliki fondasi filosofis dan teologis yang kuat dalam ajaran syariah. Dalam konteks maqashid syariah, aktivitas ekonomi bukan hanya alat untuk memenuhi kebutuhan materi, tetapi juga sarana untuk mencapai kemaslahatan umat. Prinsip-prinsip seperti keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab menjadi elemen sentral yang harus diterapkan dalam setiap transaksi bisnis. Oleh karena itu, bisnis yang dijalankan oleh pelaku usaha Muslim seharusnya mengacu pada lima tujuan utama maqashid syariah: menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.

Penelitian oleh Haslinah membuktikan bahwa pelaku usaha di sektor minuman kekinian sudah mulai menerapkan etika bisnis dengan prinsip maqashid syariah, khususnya dalam hal menjaga kehalalan produk dan pelayanan konsumen. Namun demikian, aspek seperti hifdz al-'aql (menjaga akal) dan hifdz al-nasl (menjaga keturunan) belum banyak disentuh. Contohnya, dalam pelatihan karyawan, belum diajarkan nilai-nilai etika dan akhlak Islam secara menyeluruh. Ini menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara nilai ideal dan praktik nyata dalam pelaku usaha Muslim (Haslinah et al. 2023).

Senada dengan itu, studi di Desa Laladon juga memperlihatkan bahwa pelaku usaha Muslim memiliki semangat tinggi dalam menjaga prinsip syariah seperti kejujuran dan keadilan. Mereka secara sadar menghindari praktik riba dan menyesuaikan transaksi mereka dengan aturan halal. Namun, adaptasi terhadap digitalisasi dan transaksi non-tunai masih menjadi tantangan, terutama dalam hal menjaga transparansi dan kepercayaan dalam lingkungan bisnis yang semakin cepat dan kompleks (Lubis, Nawawi, dan Hakiem 2021).

Salah satu kendala yang muncul dalam implementasi etika bisnis Islam adalah lemahnya pemahaman tentang akad-akad syariah. Banyak pelaku usaha menggunakan akad murabahah, ijarah, atau musyarakah, tetapi tidak memahami detail hukum dan etika dari akad tersebut. Misalnya, dalam akad murabahah, pelaku usaha sering tidak menjelaskan margin keuntungan dengan jujur, yang bertentangan dengan prinsip keterbukaan dalam Islam. Ini menunjukkan perlunya pendampingan dan edukasi berkelanjutan agar akad-akad syariah dijalankan dengan benar dan adil.

Dalam menghadapi arus globalisasi dan pasar bebas, pelaku usaha Muslim tidak hanya berkompetisi dalam harga dan kualitas produk, tetapi juga dalam integritas moral. Tantangan terbesar dari globalisasi adalah masuknya nilai-nilai sekuler dan kapitalistik yang menekankan pada efisiensi dan profit maksimal, yang seringkali bertentangan dengan prinsip maqashid syariah. Tekanan untuk bersaing secara cepat kerap membuat pelaku usaha mengabaikan etika demi kelangsungan bisnis.

Namun demikian, globalisasi juga membawa peluang besar. Masyarakat global kini semakin menghargai produk etis, berkelanjutan, dan berbasis nilai. Ini menjadi momentum bagi pelaku usaha Muslim untuk memperkuat posisinya melalui diferensiasi etika bisnis Islam. Bisnis yang menjunjung maqashid syariah memiliki

potensi besar dalam membangun loyalitas konsumen, reputasi yang baik, serta keberlanjutan jangka panjang.

Penting pula untuk menyoroti bahwa dalam praktik pemasaran modern, etika Islam masih sangat relevan dan dapat diimplementasikan secara kontekstual. Seperti yang ditunjukkan dalam studi oleh (Ridwan dan Yolanda 2023), strategi promosi yang dilakukan oleh Sales Promotion Girl (SPG) di Toko Skechers Graze City Mall dilakukan dengan mengedepankan nilai-nilai Islam seperti honesty, accountability, sincerity, dan meaningfulness. Ini menunjukkan bahwa praktik bisnis kontemporer tetap dapat bersinergi dengan maqashid syariah, terutama dalam menyampaikan informasi yang jujur dan bertanggung jawab kepada konsumen. Promosi yang etis bukan hanya memperkuat hubungan dengan pelanggan, tetapi juga menjadi instrumen dakwah yang halus dalam pasar bebas yang kompetitif.

Etika bisnis Islam dalam kerangka maqashid tidak hanya memperhatikan hubungan pelaku usaha dengan konsumen, tetapi juga hubungan vertikal dengan Allah SWT. Hal ini menjadikan setiap aktivitas bisnis sebagai ibadah yang mengandung nilai spiritual. Pelaku usaha dituntut tidak hanya untuk patuh terhadap hukum positif, tetapi juga untuk mempertanggungjawabkan usahanya di hadapan Tuhan. Nilai ini memberikan dimensi keimanan dalam praktik ekonomi yang sering kali hilang dalam sistem kapitalistik.

Studi-studi yang telah dilakukan juga menunjukkan bahwa pelaku usaha yang memahami maqashid syariah secara utuh cenderung lebih tangguh dan jujur dalam menghadapi tekanan pasar. Mereka lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan, tidak hanya mempertimbangkan aspek untung-rugi, tetapi juga dampak sosial dan moral dari aktivitas bisnisnya. Ini menegaskan bahwa maqashid syariah bukan hanya kerangka hukum, tetapi juga kerangka berpikir etis yang strategis.

Selain itu, penting adanya peran lembaga pendidikan, pesantren bisnis, dan otoritas keuangan syariah untuk aktif membina pelaku usaha. Program pelatihan, sertifikasi halal, dan pendampingan hukum syariah dapat membantu meningkatkan kapasitas etika dan spiritualitas pelaku usaha. Tanpa dukungan struktural ini, penerapan maqashid syariah hanya akan menjadi wacana yang sulit direalisasikan dalam praktik.

Dengan demikian, pembahasan ini menegaskan bahwa implementasi etika bisnis Islam dalam perspektif maqashid syariah masih menghadapi tantangan serius di era pasar bebas. Namun, potensi penerapannya tetap besar, terutama jika didukung oleh pemahaman yang kuat, sistem pendampingan yang baik, dan strategi bisnis yang adaptif. Tiga penelitian utama dari Haslinah et al. (2023), Lubis et al. (2021), dan Ridwan & Yolanda (2023) membuktikan bahwa penerapan etika Islam bukanlah beban, melainkan kekuatan moral dan kompetitif dalam dunia usaha modern.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa implementasi etika bisnis Islam dalam perspektif maqashid syariah merupakan pendekatan strategis dan spiritual yang sangat relevan untuk diterapkan di tengah dinamika globalisasi dan pasar bebas. Pelaku usaha Muslim di Indonesia telah menunjukkan upaya dalam menjalankan prinsip-prinsip dasar etika Islam seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab, terutama dalam aspek transaksi, pelayanan konsumen, dan penyediaan produk yang halal. Namun demikian, pengaplikasian prinsip maqashid syariah secara menyeluruh masih memerlukan penguatan, terutama dalam aspek menjaga akal (hifdz al-'aql), keturunan (hifdz al-nasl), dan keberlanjutan aset (hifdz al-mal).

Kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya akad-akad syariah seperti murabahah dan musyarakah sudah mulai tumbuh, tetapi implementasinya belum sepenuhnya mencerminkan prinsip keadilan dan transparansi yang diajarkan Islam. Masih terdapat ketimpangan antara pemahaman normatif dan praktik di lapangan, terutama dalam hal penetapan margin, dokumentasi akad, dan pembagian hasil. Kondisi ini menunjukkan bahwa pendampingan dan edukasi berkelanjutan menjadi hal yang sangat penting agar prinsip etika dan hukum Islam dapat berjalan beriringan dalam aktivitas bisnis. Peneliti menyimpulkan bahwa etika bisnis Islam berbasis maqashid syariah bukan hanya relevan secara normatif, tetapi juga solutif dalam menjawab tantangan pasar bebas. Jika diintegrasikan secara utuh dan sistematis baik melalui pendidikan, struktur akad, maupun strategi komunikasi, maka prinsip-prinsip ini dapat memperkuat ketahanan moral pelaku usaha, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan mewujudkan ekosistem bisnis yang berdaya saing serta bermartabat.

DAFTAR PUSTAKA

- Chanifah, Nur. 2021. "Formulasi Etika Bisnis Halal Thayyib Dalam Perspektif Maqashid Syariah Kontemporer Jasser Auda." *Arena Hukum* 14(3): 604–25. doi:10.21776/ub.arenahukum.2021.01403.10.
- Fasa, Muhammad Iqbal, Siti Arifah, Tulus Suryanto, dan Khumaidi Ja'far. 2020. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kompensasi Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan Perusahaan Properti Di Provinsi Lampung." *Gorontalo Management Research* 3(1): 191. doi:10.32662/gomares.v3i1.889.
- Haslinah, Haslinah, Muh. Arafah, Desti Desti, dan Miar Miar. 2023. "Penerapan Etika Bisnis Dengan Prinsip Maqashid Syariah Pada Usaha Minuman." *Amal: Jurnal Ekonomi Syariah* 5(01): 94–107. doi:10.33477/eksy.v5i01.5481.
- Lubis, Rismayanti, M Nawawi, dan H Hakiem. 2021. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli pada Wirausaha Muslim." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*. doi:10.47467/elmal.v4i2.622.

- Manajemen, Jurnal Riset, Akuntansi Ekonomi, Kerja Pada, Dinas Pendidikan, dan Kota Cirebon. 2023. "Jurnal Riset Manajemen , Bisnis , Akuntansi dan Ekonomi." 2(1): 51-82.
- Ridwan, Mohammad, dan Gita Yolanda. 2023. "Marketing Sales Promotion Girl Perspektif Etika Bisnis Islam." *JIOSE: Journal of Indonesian Sharia Economics* 2(1): 47-64. doi:10.35878/jiose.v2i1.693.