

Transformasi Manajemen Bisnis Syariah di Era Digital: Implikasi bagi Industri Halal

Desy Arum Sunarta¹, Amalia S Tapparang², Dian Novianti³

¹ STAI DDI Pinrang, desyarumdas@gmail.com

² STAI DDI Pinrang, amaliastapparang87@gmail.com

³ IAI DDI Sidenreng Rappang, diannoviantiv5@gmail.com

Intisari:

Studi ini mengkaji transformasi manajemen bisnis syariah di era digital serta implikasinya terhadap pengembangan industri halal. Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mengubah praktik manajerial di berbagai sektor, termasuk bisnis syariah, yang menuntut integrasi antara inovasi teknologi dan nilai-nilai Islam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola transformasi digital dalam manajemen bisnis syariah serta menjelaskan perannya dalam mendukung keberlanjutan dan daya saing industri halal. Penelitian ini menggunakan metode kajian literatur dengan mengintegrasikan pendekatan *systematic literature review* sebagai metode utama, yang didukung oleh scoping review dan perspektif bibliometrik. Literatur yang dianalisis berasal dari publikasi ilmiah bereputasi yang membahas transformasi digital, manajemen bisnis syariah, dan pengembangan industri halal. Pendekatan ini memungkinkan pemetaan tren penelitian, identifikasi tema dominan, serta sintesis konseptual yang komprehensif. Hasil kajian menunjukkan bahwa transformasi digital dalam manajemen bisnis syariah ditandai oleh integrasi teknologi seperti kecerdasan buatan, blockchain, dan platform digital untuk meningkatkan efisiensi operasional, transparansi, dan akuntabilitas, sekaligus menjaga kepatuhan terhadap prinsip syariah. Digitalisasi juga mendorong inovasi model bisnis, memperkuat ketahanan organisasi, serta memperluas inklusi keuangan dalam ekosistem industri halal. Selain itu, integrasi nilai-nilai syariah seperti keadilan, kepatuhan, dan kemaslahatan menempatkan praktik bisnis digital sebagai instrumen strategis dalam pencapaian tujuan maqashid syariah dan keberlanjutan jangka panjang. Studi ini menyimpulkan bahwa transformasi digital memberikan peluang strategis bagi pengembangan manajemen bisnis syariah yang tidak hanya berorientasi pada efisiensi, tetapi juga pada penguatan nilai dan tujuan syariah. Kontribusi teoretis penelitian ini terletak pada pengembangan kerangka konseptual manajemen bisnis syariah digital berbasis maqashid syariah serta perspektif ekosistem industri halal. Temuan ini memiliki implikasi penting bagi pengambil kebijakan, praktisi, dan akademisi, serta membuka peluang penelitian lanjutan yang bersifat empiris, longitudinal, dan lintas negara.

Kata kunci:

Manajemen Bisnis Syariah; Transformasi Digital; Industri Halal; Maqashid Syariah; Keberlanjutan Bisnis.

Abstract:

This study examines the transformation of Islamic business management in the digital era and its implications for the development of the halal industry. The rapid advancement of digital technologies has reshaped managerial practices across sectors, including Islamic business, where technological innovation must be aligned with Islamic values and principles. The primary objective of this study is to analyze patterns of digital transformation in Islamic business

management and to explore how such transformation supports sustainability and competitiveness within the halal industry. This research adopts a literature review approach by synthesizing peer-reviewed academic publications indexed in reputable databases. The review integrates systematic literature review as the main method, supported by scoping review and bibliometric perspectives to map research trends, dominant themes, and conceptual developments in Islamic business management and digital transformation. The findings reveal that digital transformation in Islamic business management is characterized by the integration of technologies such as artificial intelligence, blockchain, and digital platforms to enhance operational efficiency, transparency, and accountability while maintaining compliance with Islamic principles. Digitalization also drives innovation in business models, strengthens organizational resilience, and facilitates inclusive financial services within the halal industry. Furthermore, the integration of Islamic values, including justice, compliance, and social benefit, positions digital business practices as instruments for achieving the objectives of maqashid syariah and long-term sustainability. This study concludes that digital transformation provides a strategic opportunity to advance Islamic business management beyond normative discourse toward a value-based and technology-enabled managerial framework. Theoretical contributions include the conceptualization of a maqashid syariah-oriented digital management framework and an ecosystem perspective on halal industry development. These insights offer practical implications for policymakers, practitioners, and academics, while also highlighting the need for future empirical and cross-country research to strengthen theory and practice in Islamic business management.

Keywords:

Islamic Business Management; Digital Transformation; Halal Industry; Maqasid al-Shariah; Business Sustainability.

1. Pendahuluan

Digitalisasi mengalami perkembangan yang sangat pesat dan secara fundamental telah mengubah cara bisnis dikelola di berbagai belahan dunia. Perubahan ini tidak hanya terbatas pada pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, tetapi juga mencakup transformasi proses manajerial, struktur organisasi, pola interaksi dengan pelanggan, serta pengelolaan sumber daya manusia. Digitalisasi mendorong pergeseran model bisnis tradisional menuju model yang lebih adaptif, responsif, dan berbasis data. Berbagai studi menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital, seperti Building Information Modeling (BIM) yang terintegrasi dengan blockchain dan Internet of Things (IoT), mampu meningkatkan efektivitas perencanaan, koordinasi, dan pengambilan keputusan dalam manajemen proyek, khususnya pada sektor konstruksi dan infrastruktur (Abrishami et al., 2024; Elghaish et al., 2023; Rodrigo et al., 2023). Fenomena ini menegaskan bahwa digitalisasi telah menjadi determinan utama dalam praktik manajemen bisnis modern.

Urgensi transformasi digital semakin menguat seiring terjadinya pandemi COVID-19 yang memperlihatkan kerentanan sistem manajemen konvensional terhadap gangguan eksternal. Perusahaan multinasional dipaksa untuk mengadopsi praktik manajemen jarak jauh serta pengelolaan organisasi yang lebih fleksibel guna mempertahankan kelangsungan operasional (Caligiuri et al., 2020). Selain itu, perusahaan yang telah lebih awal mengintegrasikan teknologi digital dalam manajemen risiko terbukti memiliki tingkat ketahanan yang lebih tinggi dalam menghadapi krisis, sebagaimana ditunjukkan dalam studi mengenai strategi manajemen risiko berbasis teknologi digital (Alvarenga et al., 2020; Huang & Pan, 2024). Kondisi ini menunjukkan

bahwa digitalisasi bukan lagi sekadar pilihan strategis, melainkan kebutuhan mendasar dalam lingkungan bisnis global yang dinamis dan penuh ketidakpastian.

Di tengah arus transformasi tersebut, manajemen bisnis syariah hadir sebagai paradigma yang memiliki karakteristik khas dan nilai pembeda yang kuat. Manajemen bisnis syariah berlandaskan pada prinsip *maqashid al-shariah* yang menekankan keadilan, keberlanjutan, dan kemaslahatan sosial sebagai tujuan utama aktivitas ekonomi (Thamrin, 2024). Tidak seperti manajemen bisnis konvensional yang cenderung berorientasi pada maksimalisasi keuntungan, manajemen bisnis syariah menghindari praktik riba, eksploitasi, serta menempatkan tanggung jawab moral dan sosial sebagai bagian integral dari pengambilan keputusan bisnis (Kholil, 2025). Dalam konteks ekonomi modern, nilai-nilai tersebut semakin relevan seiring meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap praktik bisnis yang etis, transparan, dan berkelanjutan.

Namun demikian, integrasi prinsip-prinsip manajemen bisnis syariah ke dalam ekosistem ekonomi digital menimbulkan sejumlah persoalan konseptual dan praktis. Digitalisasi membawa kompleksitas baru terkait tata kelola, otomatisasi, pengelolaan data, dan penggunaan algoritma dalam pengambilan keputusan manajerial. Sementara itu, prinsip transparansi dan akuntabilitas yang menjadi fondasi manajemen bisnis syariah harus tetap dijaga agar kepercayaan pemangku kepentingan tidak tergerus. Penelitian sebelumnya menegaskan pentingnya internalisasi nilai-nilai Islam dalam etika dan tata kelola bisnis modern untuk menjaga integritas dan keberlanjutan organisasi (Sentiko et al., 2025). Di sisi lain, pelaku bisnis syariah dan industri halal juga menghadapi tekanan kompetitif yang menuntut adopsi inovasi digital secara cepat dan efisien.

Industri halal menempati posisi strategis dalam sistem ekonomi global berbasis digital. Industri ini tidak hanya berfungsi sebagai penyedia produk dan layanan tertentu, tetapi juga sebagai bagian dari rantai nilai global yang semakin terintegrasi. Pemanfaatan platform digital dan e-commerce telah memperluas akses pasar bagi produk halal, memungkinkan produsen menjangkau konsumen lintas wilayah secara lebih efektif (Nurkholidah & Putri, 2025). Interaksi digital yang lebih intensif antara produsen dan konsumen turut meningkatkan tingkat kepercayaan, yang merupakan faktor krusial dalam keputusan konsumsi produk halal (Nurhamidah, 2025). Selain itu, digitalisasi membuka peluang bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) halal untuk berpartisipasi dalam pasar global, sehingga mendukung inklusi ekonomi dan pertumbuhan berkelanjutan (Cichosz et al., 2020).

Perkembangan teknologi digital juga berkontribusi dalam menjawab tantangan utama industri halal, khususnya terkait jaminan kehalalan dan keamanan produk. Penerapan teknologi blockchain dalam manajemen rantai pasok halal memungkinkan peningkatan *traceability* dan transparansi dari hulu hingga hilir, sehingga memperkuat integritas produk di mata konsumen global (Annisa & Indriyani, 2024). Di tengah persaingan global yang semakin ketat, inovasi berbasis digital dalam produk, layanan, dan pengalaman konsumen menjadi faktor kunci untuk mempertahankan daya saing industri halal (Syakirunn'iam et al., 2025; Zakaria et al., 2025). Selain itu, industri halal mulai berperan aktif dalam agenda keberlanjutan global dengan mengintegrasikan praktik bisnis yang ramah lingkungan dan bertanggung jawab secara sosial (Li et al., 2020).

Meskipun memiliki potensi besar, transformasi digital dalam manajemen bisnis syariah dan industri halal masih menghadapi berbagai tantangan. Keterbatasan literasi dan keterampilan digital, kompleksitas proses sertifikasi halal, ketidakkonsistenan regulasi lintas negara, serta keterbatasan infrastruktur digital menjadi hambatan signifikan bagi adopsi teknologi secara

optimal. Di samping itu, isu keamanan data dan privasi menjadi perhatian utama, mengingat kepercayaan konsumen dalam industri halal sangat erat kaitannya dengan nilai-nilai religius dan etika. Kondisi ini menegaskan perlunya pendekatan ilmiah yang sistematis untuk memahami bagaimana transformasi digital dapat diimplementasikan secara efektif tanpa mengabaikan prinsip-prinsip syariah.

Dalam konteks tersebut, kajian literatur sistematis memiliki peran strategis dalam merangkum temuan penelitian yang tersebar, mengidentifikasi pola dan tren, serta menemukan celah riset yang belum banyak dieksplorasi. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa digitalisasi mampu mengubah model bisnis dan kapabilitas organisasi secara mendasar (Bican & Brem, 2020), namun kajian yang secara khusus membahas transformasi manajemen bisnis syariah dan implikasinya bagi industri halal masih relatif terbatas dan terfragmentasi. Pendekatan teoretis seperti Resource-Based View dan Technology–Organization–Environment (TOE) telah digunakan untuk menjelaskan pemanfaatan teknologi dalam meningkatkan kinerja organisasi, tetapi penerapannya dalam konteks bisnis syariah masih memerlukan pendalaman lebih lanjut (Khan et al., 2022; Nurkholidah & Putri, 2025).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara sistematis transformasi manajemen bisnis syariah di era digital serta implikasinya bagi pengembangan industri halal. Kebaruan penelitian ini terletak pada pendekatan integratif yang menggabungkan perspektif transformasi digital dengan prinsip-prinsip manajemen bisnis syariah untuk menghasilkan sintesis konseptual yang komprehensif. Kajian ini memberikan justifikasi teoretis bagi pengembangan hipotesis pada penelitian empiris selanjutnya serta menawarkan kontribusi akademik dan praktis bagi penguatan tata kelola dan daya saing industri halal. Ruang lingkup penelitian dibatasi pada literatur akademik bereputasi yang membahas digitalisasi, manajemen bisnis syariah, dan industri halal, dengan fokus pada identifikasi tren, tantangan, dan arah riset masa depan yang berkelanjutan dan sesuai prinsip syariah.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *literature review* untuk menganalisis transformasi manajemen bisnis syariah di era digital serta implikasinya bagi pengembangan industri halal. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman konseptual yang komprehensif terhadap perkembangan teori, praktik manajerial, dan tren riset mutakhir dalam konteks bisnis syariah. Tiga metode utama literature review yang menjadi landasan metodologis penelitian ini meliputi Systematic Literature Review (SLR), scoping review, dan bibliometric analysis. SLR digunakan sebagai pendekatan utama karena menawarkan prosedur yang sistematis, transparan, dan replikatif dalam mengidentifikasi, mengevaluasi, serta mensintesis temuan penelitian yang relevan, sebagaimana diterapkan oleh Sujana dan Mukhlisin dalam kajian adopsi IFRS pada perbankan syariah (Sujana & Mukhlisin, 2025). Sementara itu, scoping review dan bibliometric analysis digunakan sebagai pendekatan pendukung untuk memetakan cakupan literatur serta mengidentifikasi pola publikasi dan kecenderungan akademik dalam studi manajemen bisnis syariah (Tuzzahroh & Laela, 2022).

Proses pengumpulan literatur dilakukan melalui basis data akademik bereputasi, seperti Scopus dan Web of Science, dengan menerapkan kriteria inklusi dan eksklusi yang ketat guna menjamin kualitas dan relevansi sumber. Kriteria inklusi meliputi artikel ilmiah yang telah melalui proses peer-review, ditulis dalam bahasa Inggris atau Bahasa Indonesia, memiliki keterkaitan langsung dengan tema transformasi manajemen bisnis syariah, digitalisasi, dan industri halal, serta

menggunakan metodologi yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan. Adapun kriteria eksklusi mencakup dokumen non-akademik, publikasi dengan kualitas metodologis yang rendah, serta artikel yang tidak secara spesifik membahas aspek syariah dalam manajemen bisnis. Untuk memastikan kebaruan dan relevansi temuan, penelitian ini membatasi rentang waktu publikasi pada periode lima hingga tujuh tahun terakhir, dengan tetap mempertimbangkan sumber-sumber seminal yang memiliki kontribusi konseptual signifikan terhadap perkembangan keilmuan.

Tahap selanjutnya adalah sintesis literatur, yang dilakukan dengan mengombinasikan pendekatan *systematic review*, *thematic synthesis*, dan *narrative synthesis* guna mengelompokkan tema, pola, dan temuan utama dari literatur terpilih. Proses sintesis diawali dengan identifikasi pertanyaan penelitian, diikuti oleh evaluasi kualitas studi menggunakan instrumen penilaian seperti CASP atau AMSTAR untuk meminimalkan bias dan meningkatkan validitas hasil sintesis. Temuan penelitian kemudian diklasifikasikan ke dalam tema-tema kunci, seperti digitalisasi manajemen bisnis syariah, integrasi nilai *maqashid syariah*, keberlanjutan, serta implikasinya terhadap daya saing industri halal. Pendekatan sintesis ini sejalan dengan panduan PRISMA 2020 dalam pelaporan *systematic review* (Page et al., 2021) dan memungkinkan penyusunan narasi analitis yang tidak hanya merangkum pengetahuan yang ada, tetapi juga mengidentifikasi celah riset dan arah penelitian lanjutan dalam bidang manajemen bisnis syariah.

3. Hasil dan Diskusi

Pola dan Bentuk Transformasi Manajemen Bisnis Syariah di Era Digital

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa transformasi digital telah menjadi fenomena struktural yang memengaruhi berbagai aspek manajemen bisnis syariah, baik pada level operasional, strategis, maupun tata kelola. Transformasi ini tidak semata-mata dipahami sebagai adopsi teknologi digital, melainkan sebagai proses integratif yang menggabungkan inovasi teknologi dengan nilai, prinsip, dan tujuan syariah. Dalam konteks industri halal, digitalisasi berperan sebagai *enabler* yang mempercepat efisiensi, memperluas akses pasar, serta memperkuat kepercayaan pemangku kepentingan terhadap praktik bisnis syariah.

Literatur mengidentifikasi bahwa integrasi teknologi merupakan pola dominan dalam transformasi manajemen bisnis syariah. Teknologi seperti kecerdasan buatan (*artificial intelligence/AI*), *blockchain*, dan sistem informasi digital digunakan untuk meningkatkan efisiensi operasional sekaligus memastikan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Penggunaan teknologi ini memungkinkan otomatisasi proses transaksi, pengelolaan risiko, serta pengawasan kepatuhan syariah secara lebih sistematis, khususnya pada sektor keuangan syariah dan industri halal (Kumar et al., 2022; Sari, 2025; Wiwoho et al., 2023).

Selain itu, *blockchain* dipandang sebagai teknologi strategis karena kemampuannya menyediakan sistem yang transparan, aman, dan terdesentralisasi. Teknologi ini berkontribusi dalam meminimalkan asimetri informasi dan potensi penyimpangan syariah, sehingga meningkatkan akuntabilitas dan integritas transaksi bisnis (Malik & Shahzad, 2025). Peningkatan transparansi ini juga berdampak pada meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap produk dan layanan keuangan syariah (Arifin et al., 2025).

Hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa transformasi digital mendorong munculnya inovasi model bisnis dalam sektor bisnis syariah, khususnya melalui pengembangan *e-commerce* halal dan *fintech* syariah. Model bisnis digital menuntut lembaga dan pelaku usaha syariah untuk beradaptasi secara cepat terhadap perubahan perilaku konsumen dan dinamika pasar global.

Digitalisasi membuka peluang kolaborasi yang lebih luas antara lembaga keuangan, pelaku industri, dan konsumen melalui platform digital yang efisien dan inklusif (Haerunnisa & Sugitanata, 2024; Lakhani et al., 2020).

Selain mendorong inovasi, digitalisasi juga memperkuat resiliensi dan keberlanjutan bisnis syariah. Literatur mencatat bahwa teknologi digital memungkinkan respons yang lebih adaptif terhadap krisis, termasuk selama pandemi COVID-19, dengan tetap menjaga nilai-nilai etika dan prinsip syariah (Mayvita & Rifani, 2024; Osman et al., 2023). Dengan demikian, transformasi digital berkontribusi langsung terhadap daya tahan dan keberlanjutan industri halal dalam jangka panjang.

Nilai, Prinsip, dan Kerangka Syariah dalam Praktik Manajemen Bisnis Digital

Hasil kajian menunjukkan bahwa integrasi nilai dan prinsip syariah merupakan elemen fundamental dalam transformasi manajemen bisnis berbasis digital. Prinsip keadilan (*'adalah*) menjadi nilai yang paling sering diidentifikasi dalam literatur, terutama dalam konteks transaksi digital dan e-commerce halal. Penerapan sistem digital yang transparan dan akuntabel dinilai mampu memastikan keadilan transaksi dan mengurangi potensi eksploitasi, sehingga memperkuat kepercayaan konsumen (Ismail et al., 2025; Nurhamidah, 2025).

Selain keadilan, kepatuhan syariah menjadi prinsip utama yang menuntut adanya mekanisme pengawasan yang terintegrasi dalam platform digital. Literatur menekankan pentingnya pelibatan lembaga atau otoritas syariah dalam proses digitalisasi untuk memastikan bahwa produk, layanan, dan transaksi tetap sesuai dengan ketentuan syariat (Azwar et al., 2025; Rahma et al., 2024). Prinsip *maslahah* juga muncul sebagai landasan normatif dalam perancangan bisnis digital syariah yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada penciptaan manfaat sosial dan ekonomi yang berkelanjutan (Sa'adah, 2025; Wardani, 2025).

Literatur menunjukkan bahwa integrasi nilai syariah dalam manajemen bisnis digital didukung oleh kerangka kerja yang mencakup keberlanjutan, inovasi, dan regulasi. Teknologi seperti blockchain dan AI dipandang mampu memperkuat rantai pasok halal yang berkelanjutan melalui transparansi dan ketertelusuran data (Ghalih et al., 2025; Rahmat et al., 2024). Dukungan regulasi yang adaptif juga menjadi faktor penting dalam menciptakan ekosistem bisnis digital yang inovatif sekaligus patuh terhadap syariah (Sunarta & Maulana, 2024).

Selain itu, pendekatan kolaborasi multipihak atau pentaheliks—yang melibatkan pemerintah, industri, akademisi, masyarakat, dan pelaku usaha—diidentifikasi sebagai praktik strategis dalam memperkuat ekosistem industri halal digital. Kolaborasi ini memungkinkan pertukaran pengetahuan, penguatan kapasitas, serta pengembangan inisiatif berbasis syariah yang berdaya saing global (Fernando et al., 2024; Syahputra et al., 2025).

Hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa integrasi nilai syariah dalam bisnis digital berkontribusi signifikan terhadap pencapaian tujuan maqashid syariah. Perlindungan akal dan moral diwujudkan melalui sistem digital yang etis dan transparan, sementara kesejahteraan ekonomi dicapai melalui praktik bisnis yang adil dan inklusif (Harahap et al., 2024; Ismail et al., 2025; Sunarta & Apriliani, 2025). Selain itu, bisnis digital halal berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat melalui penyediaan produk dan layanan yang memenuhi standar halal dan nilai etika Islam (Adinugraha et al., 2025; Sa'adah, 2025; Sunarta, Syafriawati, et al., 2025).

Tantangan, Kesenjangan Riset, dan Implikasi Strategis

Literatur mengidentifikasi sejumlah tantangan utama dalam transformasi manajemen bisnis syariah, khususnya terkait kepatuhan syariah dalam penerapan teknologi digital. Kompleksitas interpretasi syariah lintas negara serta keterbatasan pengembangan teknologi berbasis kepatuhan syariah menjadi hambatan signifikan (Agit et al., 2024; Wahyuni, 2025). Selain itu, perbedaan standar dan sertifikasi halal antar negara menghambat ekspansi global industri halal (Islam et al., 2023; Sunarta, Apriliani, et al., 2025).

Hasil kajian juga menunjukkan adanya kesenjangan riset, terutama minimnya penelitian empiris, studi longitudinal, dan analisis lintas negara terkait transformasi digital bisnis syariah (Hassan, 2025; Herjanto et al., 2022). Temuan ini mengindikasikan perlunya pengembangan kerangka regulasi yang terintegrasi, peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pendidikan dan pelatihan, serta penguatan kolaborasi multistakeholder sebagai implikasi strategis bagi teori dan praktik industri halal (Bakar et al., 2025; Fazila et al., 2025; Putra et al., 2025).

4. Kesimpulan

Studi ini menegaskan bahwa transformasi manajemen bisnis syariah di era digital merupakan proses multidimensional yang tidak hanya berfokus pada adopsi teknologi, tetapi juga pada integrasi nilai, prinsip, dan tujuan syariah dalam praktik manajerial modern. Temuan utama menunjukkan bahwa teknologi digital, seperti kecerdasan buatan, blockchain, dan platform digital terintegrasi, berperan strategis dalam meningkatkan efisiensi, transparansi, dan akuntabilitas, sekaligus memperkuat kepatuhan terhadap prinsip syariah dan kepercayaan pemangku kepentingan dalam industri halal. Transformasi ini mendorong inovasi model bisnis, memperkuat resiliensi organisasi, serta mendukung keberlanjutan industri halal dalam menghadapi dinamika ekonomi global.

Kontribusi utama studi ini terletak pada pengembangan kerangka konseptual transformasi manajemen bisnis syariah berbasis nilai dan maqashid syariah dalam konteks digital. Penelitian ini memperluas cakupan teori manajemen bisnis syariah dengan memosisikan maqashid syariah sebagai kerangka strategis yang dapat dioperasionalkan melalui teknologi digital, serta memperkenalkan perspektif ekosistem bisnis halal digital yang melibatkan kolaborasi multipihak. Implikasi praktisnya mencakup pentingnya penguatan regulasi yang harmonis, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, dan adopsi teknologi yang etis untuk mendukung daya saing dan keberlanjutan industri halal.

Secara keilmuan, studi ini berkontribusi dalam menjembatani kesenjangan antara teori normatif ekonomi Islam dan praktik manajemen bisnis kontemporer berbasis teknologi. Dengan pendekatan literature review yang sistematis, penelitian ini membuka ruang bagi pengembangan riset lanjutan yang bersifat empiris, longitudinal, dan lintas negara untuk menguji model manajemen bisnis syariah digital dalam berbagai sektor industri halal. Arah riset selanjutnya juga dapat difokuskan pada integrasi keberlanjutan, inovasi digital, dan maqashid syariah sebagai fondasi penguatan teori dan praktik manajemen bisnis syariah global.

5. Daftar Pustaka

Abrishami, S., Elghaish, F., Brooks, T., & Talebi, S. (2024). Guest Editorial: Blockchain and Building Information Management: Digital Construction Transformation. *Smart and*

- Sustainable Built Environment*, 13(1), 1–3. <https://doi.org/10.1108/sasbe-01-2024-276>
- Adinugraha, H. H., Shulthoni, M., & Al-Kasyaf, M. Z. (2025). Model of Halal Management Practices in Islamic Banking: Empirical Evidence From Bank Syariah Indonesia. *Iqtishaduna Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 14(1), 25–46. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v14i1.2333>
- Agit, A., Wahyu, A. R. M., Octavianty, O., Abbas, S. A., & Sunarta, D. A. (2024). Implementation Of Technology In Developing Entrepreneurship And Innovation. *JURNAL EKDIS*, 25(1).
- Alvarenga, A. M., Matos, F., Godina, R., & Matias, J. (2020). Digital Transformation and Knowledge Management in the Public Sector. *Sustainability*, 12(14), 5824. <https://doi.org/10.3390/su12145824>
- Annisa, A. A., & Indriyani, F. (2024). Digitalization of the Blue Economy: Conceptual Paper for the Development of the Global Halal Hub in Indonesia. *I-Economics a Research Journal on Islamic Economics*, 10(1), 1–14. <https://doi.org/10.19109/ieconomics.v10i1.20476>
- Arifin, M. Z., Rohmah, E. I., Rohmah, M. F., & Solichah, I. (2025). Pendampingan Sertifikasi Halal Berbasis Self-Declare Bagi Umkm Di Sukodadi. *As-Sidanah Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 1–21. <https://doi.org/10.35316/assidanah.v7i1.1-21>
- Azwar, A., Mulyawan, A. W., & Lutfi, M. (2025). Ekosistem Ekonomi Islam: Konsep, Prinsip, Dan Strategi Penguatan Di Indonesia. *Al-Qiblah Jurnal Studi Islam Dan Bahasa Arab*, 4(5), 645–662. <https://doi.org/10.36701/al-qiblah.v4i5.2633>
- Bakar, M. A., Noor, A. M., Ismail, S., Shahrom, N. F. N., Talib, N. M., & Hashim, N. (2025). Halal Food Industry in Malaysia: Key Challenges and the Path Forward. *International Journal of Entrepreneurship and Management Practices*, 8(29), 400–414. <https://doi.org/10.35631/ijemp.829027>
- Bican, P. M., & Brem, A. (2020). Digital Business Model, Digital Transformation, Digital Entrepreneurship: Is There a Sustainable “Digital”? *Sustainability*, 12(13), 5239. <https://doi.org/10.3390/su12135239>
- Caligiuri, P., Cieri, H. D., Minbaeva, D., Verbeke, A., & Zimmermann, A. (2020). International HRM Insights for Navigating the COVID-19 Pandemic: Implications for Future Research and Practice. *Journal of International Business Studies*, 51(5), 697–713. <https://doi.org/10.1057/s41267-020-00335-9>
- Cichosz, M., Wallenburg, C. M., & Knemeyer, A. M. (2020). Digital Transformation at Logistics Service Providers: Barriers, Success Factors and Leading Practices. *The International Journal of Logistics Management*, 31(2), 209–238. <https://doi.org/10.1108/ijlm-08-2019-0229>
- Elghaish, F., Hosseini, M. R., Kocatürk, T., Arashpour, M., & Ledari, M. B. (2023). Digitalised Circular Construction Supply Chain: An Integrated BIM-Blockchain Solution. *Automation in Construction*, 148, 104746. <https://doi.org/10.1016/j.autcon.2023.104746>
- Fazila, N. S., Arif, S., Ismail, N., Mat, Z., & Al-shami, S. A. (2025). Stakeholder-Related Factors Facilitating the Success of the Halal Food Control System: A Systematic Review in the Malaysian Context. *Information Management and Business Review*, 17(2(I)S), 603–628. [https://doi.org/10.22610/imbr.v17i2\(i\)s.4557](https://doi.org/10.22610/imbr.v17i2(i)s.4557)
- Fernando, Y., Mergeresa, F., Wahyuni-TD, I. S., & Hazarasim, N. S. (2024). Halal Beauty Supply Chain and Sustainable Operational Excellence: A Moderator of the Post-Sars-CoV-2

- Mitigation Strategy. *Journal of Islamic Marketing*, 15(12), 3748–3777. <https://doi.org/10.1108/jima-07-2023-0205>
- Ghalih, M., Chang, C.-H., Safitri, Y. D., & Wijayati, T. (2025). *Integrating Sustainability in Halal Supply Chain Management*. 257–300. <https://doi.org/10.4018/979-8-3373-1097-8.ch009>
- Haerunnisa, H., & Sugitanata, A. (2024). Eksplorasi Teori Disrupsi Digital Clayton Christensen Dan Maqashid Syariah Terhadap Inovasi Perbankan Syariah Di Era Digital. *J-Ebi: J. Ekonomi. n.a. n.A.*, 3(01). <https://doi.org/10.57210/j-ebi.v3i01.290>
- Harahap, D. S., Betricia, J., Rahayu, S., Jonathan, S., Sihombing, U., Handayani, V. A., & Handayani, L. (2024). Impact of Online Sales on The Sustainability of Conventional Traders in Sekupang District, Batam City. *JURNAL SINTAK*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:268787004>
- Hassan, M. H. C. (2025). A Systematic Review on Halal Supply Chain: Mapping New Directions and Future Research. *Ijbt*, 15(2), 191–206. <https://doi.org/10.58915/ijbt.v15i2.1508>
- Herjanto, H., Amin, M., & Karmagatri, M. (2022). A Systematic Review on Halal Cosmetic Consumption: Application of Theory Method Context – Attributes Decision Outcome Framework. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 14(1), 58–79. <https://doi.org/10.1108/jiabr-12-2021-0315>
- Huang, Y., & Pan, H. (2024). Sustainable Supply Chain Development and Risk Management: Case Study of Huawei's Strategies During the Epidemic. *SHS Web of Conferences*, 181, 4020. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202418104020>
- Islam, M. M., Talib, M. S. A., & Muhamad, N. (2023). Developing Theoretical Lenses for Upstream Halal Businesses. *Journal of Islamic Marketing*, 15(1), 192–220. <https://doi.org/10.1108/jima-05-2022-0156>
- Ismail, I., Tarigan, A. A., Soemitra, A., & Nawawi, Z. M. (2025). Strengthening the Global Competitiveness of Halal Culinary SMEs in North Sumatra Through a Maqasid of Shariah-Based Approach. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 11(1), 381–406. <https://doi.org/10.20885/jielariba.vol11.iss1.art15>
- Khan, S. A. R., Ahmad, Z., Sheikh, A. A., & Yu, Z. (2022). Digital Transformation, Smart Technologies, and Eco-Innovation Are Paving the Way Toward Sustainable Supply Chain Performance. *Science Progress*, 105(4). <https://doi.org/10.1177/00368504221145648>
- Kholil, S. (2025). Etika Produksi Islami Berbasis Maqashid Al-Shariah: Pilar Kesejahteraan Sosial Dan Ekonomi. *Equality: Journal of Islamic Law (EJIL)*, 3(1), 13–25. <https://doi.org/10.15575/ejil.v3i1.1220>
- Kumar, S., Lim, W. M., Sivarajah, U., & Kaur, J. (2022). Artificial Intelligence and Blockchain Integration in Business: Trends From a Bibliometric-Content Analysis. *Information Systems Frontiers*. <https://doi.org/10.1007/s10796-022-10279-0>
- Lahkani, M. J., Wang, S., Urbański, M., & Egorova, M. (2020). Sustainable B2B E-Commerce and Blockchain-Based Supply Chain Finance. *Sustainability*, 12(10), 3968. <https://doi.org/10.3390/su12103968>
- Li, C., Miroso, M., & Bremer, P. (2020). Review of Online Food Delivery Platforms and Their Impacts on Sustainability. *Sustainability*, 12(14), 5528. <https://doi.org/10.3390/su12145528>
- Malik, M. A., & Shahzad, I. s. I. (2025). Digital Disruption in Islamic Finance: A Comparative

- Study of FinTech in Islamic and Conventional Financial Systems (2020–2025). *Journal of Accounting and Finance in Emerging Economies*, 11(1). <https://doi.org/10.26710/jafee.v11i1.3294>
- Mayvita, P. A., & Rifani, A. (2024). Resilience and Sustainability of Muslim Entrepreneurs of Gen Z in Era 5.0: A Conceptual Approach. *RSF Conference Series Business Management and Social Sciences*, 4(2), 51–58. <https://doi.org/10.31098/bmss.v4i2.900>
- Nurhamidah, U. (2025). Halal E-Commerce and Muslim Consumer Behavior: A Literature Review. *Journal Corner of Education Linguistics and Literature*, 5(001), 568–581. <https://doi.org/10.54012/jcell.v5i001.618>
- Nurkholidah, S., & Putri, S. E. A. (2025). A Strategy to Improve the Halal Industry in Facing Global Competition. *Kne Social Sciences*, 10(8), 328–340. <https://doi.org/10.18502/kss.v10i8.18445>
- Osman, A. A., Abdullah, A., Rahman, S. M. A., Safian, S. S. S., Ibrahim, N. Z. M., Masdek, N. R. N. M., & Shaharuddin, N. (2023). The Exalted Islamic Ethics Towards Conquest of Fintech. *Information Management and Business Review*, 15(4(SI)I), 173–180. [https://doi.org/10.22610/imbr.v15i4\(si\)i.3590](https://doi.org/10.22610/imbr.v15i4(si)i.3590)
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J., Akl, E. A., Brennan, S., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., ... Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 Statement: An Updated Guideline for Reporting Systematic Reviews. *International Journal of Surgery*, 88, 105906. <https://doi.org/10.1016/j.ijisu.2021.105906>
- Putra, Y. E., Sugianto, S., & Majid, M. S. A. (2025). Konflik Nilai-Praktik Konsumsi Halal: Analisis Perilaku Konsumen Muslim Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (Jamek)*, 5(2), 482–489. <https://doi.org/10.47065/jamek.v5i2.2046>
- Rahma, A., Khairuddin, K., Niffilayani, A., & Ruhullah, M. E. (2024). Policy Implications of the TikTok Shop E-Commerce Platform in the Contemporary Era: A Siyasa Syar'iyah Perspective. *Milrev Metro Islamic Law Review*, 3(2), 343–363. <https://doi.org/10.32332/milrev.v3i2.9859>
- Rahmat, T., Apriliani, D., Ardiansyah, I., & Bukhori, R. F. (2024). The Role of HRM in Global Transition to Green Economy Sustainability in Indonesia's Halal Industry. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 185–194. <https://doi.org/10.38043/jimb.v9i2.5997>
- Rodrigo, N., Omrany, H., Chang, R., & Zuo, J. (2023). Leveraging Digital Technologies For circular Economy In construction Industry: A way Forward. *Smart and Sustainable Built Environment*, 13(1), 85–116. <https://doi.org/10.1108/sasbe-05-2023-0111>
- Sa'adah, H. (2025). Integrating Islamic Economic Values Into the Pentahelix Model for Developing a Sustainable Digital Entrepreneurship Ecosystem. *Iqtishoduna Jurnal Ekonomi Islam*, 14(2), 633–652. <https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v14i2.2191>
- Sari, E. (2025). Transforming Islamic Finance: Innovation Opportunities, Global Challenges, and the Role of Artificial Intelligence in Islamic Financial Management. *Al-Mudayanab*, 1(1), 34–48. <https://doi.org/10.64845/wvj79694>
- Sentiko, W. A., Ramdani, M., Sena, F. F. I., & Setiawan, A. (2025). Analisis Lintas Disiplin Terhadap Integrasi Nilai-Nilai Islam Dalam Etika Bisnis Modern. *Jurnal Syntax Imperatif*

- Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 6(3), 788–793.
<https://doi.org/10.54543/syntaximperatif.v6i3.755>
- Sujana, D. A., & Mukhlisin, M. (2025). IFRS Adoption Models in Islamic Banks of South Africa and Indonesia: A Systematic Literature Review. *Share Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 14(1), 563–585. <https://doi.org/10.22373/share.v14i1.28769>
- Sunarta, D. A., & Apriliani, R. (2025). HALAL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT: BALANCING EFFICIENCY, COMPLIANCE, AND SUSTAINABILITY. *Journal of Management and Leadership*, 8(2), 1–9.
- Sunarta, D. A., Apriliani, R., Prasetya, A., & Ramadhaningsih, D. (2025). Halal Certification and Value Addition for MSME Products: A Literature Review on Government Initiatives and Regulatory Frameworks. *Malacca: Journal of Management and Business Development*, 2(2), 104–115.
- Sunarta, D. A., & Maulana, N. (2024). Implementation of Halal Value Chain in MSMEs as an Effort to Develop Islamic Economy. *International Collaboration Conference on Islamic Economics*, 2(1).
- Sunarta, D. A., Syafriawati, N., & Siradjuddin, S. (2025). Integrasi Human Capital dan Etika Kerja Islam dalam Pengembangan SDM Halal di Indonesia: Integration of Human Capital and Islamic Work Ethics in Halal HR Development in Indonesia. *TIJARAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis Syariah*, 2(4), 215–232.
- Syahputra, S., Nasution, Y. S. J., & Harmain, H. (2025). Implementation of Environmental Accounting in a Halal Manufacturing Company. *Academia Open*, 10(2). <https://doi.org/10.21070/acopen.10.2025.11572>
- Syakirunn'iam, L., Sain, Z. H., & Lawal, U. S. (2025). Innovation Strategies and Competitiveness of the Multisectoral Halal Industry in the Digital Era and ASEAN Economic Integration. *International Journal of Halal Industry*, 1(2), 181–203. <https://doi.org/10.20885/ijhi.vol1.iss2.art5>
- Thamrin, F. (2024). Strategic Partnership Bagi Hasil Berbasis Al Adl Dalam Meningkatkan Kekuatan Perusahaan. *Dedikasi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 25–38. <https://doi.org/10.46368/dpkm.v4i2.2348>
- Tuzzahroh, F., & Laela, S. F. (2022). Sharia Audit and Shariah Compliance of Islamic Financial Institutions: A Bibliometric Analysis. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(6), 815–833. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20226pp815-833>
- Wahyuni, T. (2025). Implementing Blockchain Technology in Halal Certification: A Systematic Literature Review of Opportunities and Challenges. *Al-Falah Journal of Islamic Economics*, 2(10), 193–212. <https://doi.org/10.29240/alfalah.v2i10.14669>
- Wardani, A. M. (2025). Kontekstualisasi Strategi Bisnis Islami Di Era E-Commerce : Implikasi Terhadap Kewirausahaan Dan Ekonomi Umat. *Santri*, 3(4), 197–206. <https://doi.org/10.61132/santri.v3i4.1862>
- Wiwoho, J., Trinugroho, I., Kharisma, D. B., & Suwadi, P. (2023). Islamic Crypto Assets and Regulatory Framework: Evidence From Indonesia and Global Approaches. *International Journal of Law and Management*, 66(2), 155–171. <https://doi.org/10.1108/ijlma-03-2023-0051>
- Zakaria, A., Haironi, R., & Varadila, U. (2025). Ekonomi Islam Di Era Digital: Peluang Dan

Tantangan Dalam Dunia Bisnis Modern. *Ekonomis Journal of Economics and Business*, 9(1), 607.
<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v9i1.2467>