

Integrasi Kreativitas dan Produktivitas dalam Kewirausahaan Islam Untuk Pengembangan Inovasi Produk dan Jasa

Integration of Creativity and Productivity in Islamic Entrepreneurship for the Development of Product and Service Innovation

Sugiharto ¹, Muhammad Erza Farandi ², M. Zainul Ichwan ³, Sagita Lestari ⁴, Selvi Savitri ⁵,
Ernalia ⁶, Naila Ismatul Hawa ⁷

¹⁻⁷Islamic Community Development Faculty of Da'wah and Communication Sciences, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

ARTICLE INFO

Article history:

Received November 05, 2025

Revised 10 November 2025

Accepted 25 November 2025

Available online 16 December 2025

Keywords:

kewirausahaan Islam, kreativitas, produktivitas, keunggulan layanan, inovasi.

Keywords :

Islamic entrepreneurship, creativity, productivity, service excellence, innovation.



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2025 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRACT

This study examines how creativity, key skills, and Islamic values play a role in driving innovation in products and services for Islamic businesses. This study uses qualitative methods and relies on library-based research to explore studies related to creativity, productivity, service quality, and Islamic entrepreneurship. Information was gathered through document review and analyzed using thematic content analysis. Results indicate that creativity and core skills can replace large sums of money by helping people create value through digital tools, capabilities, and networks. Islamic values such as honesty, reliability, ihsan, and itqan significantly increase productivity and maintain smooth business operations by supporting strong professional standards and customer trust. The study also found that superior service, including showing concern, responding quickly, communicating politely, and being consistent, is important for building customer loyalty and strengthening an Islamic principle-based business identity. In general, combining creativity, Islamic ethics, and good service creates new and sustainable ways of managing businesses that focus on both making money and supporting social and spiritual values.

ABSTRAK

Studi ini mengkaji peran kreativitas, keterampilan inti, dan nilai-nilai Islam dalam mendorong inovasi pada produk dan layanan bisnis Islam. Studi ini menggunakan metode kualitatif dan mengandalkan penelitian berbasis perpustakaan untuk mengeksplorasi studi terkait kreativitas, produktivitas, kualitas layanan, dan kewirausahaan Islam. Informasi dikumpulkan melalui tinjauan dokumen dan dianalisis menggunakan analisis konten tematik. Hasil menunjukkan bahwa kreativitas dan keterampilan inti dapat menggantikan jumlah uang yang besar dengan membantu orang menciptakan nilai melalui alat digital, kemampuan, dan jaringan. Nilai-nilai Islam seperti kejujuran, keandalan, ihsan, dan itqan secara signifikan meningkatkan produktivitas dan menjaga kelancaran operasional bisnis dengan mendukung standar profesional yang kuat dan kepercayaan pelanggan. Studi ini juga menemukan bahwa layanan unggul, termasuk menunjukkan kepedulian, merespons dengan cepat, berkomunikasi dengan sopan, dan konsisten, penting untuk membangun loyalitas pelanggan dan memperkuat identitas bisnis yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam. Secara umum, menggabungkan kreativitas, etika Islam, dan layanan yang baik menciptakan cara baru dan berkelanjutan dalam mengelola bisnis yang fokus pada both menghasilkan uang dan mendukung nilai-nilai sosial dan spiritual.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha di era modern menuntut setiap individu untuk mampu beradaptasi, berkreasi, dan melihat peluang secara lebih luas. Globalisasi, kemajuan teknologi, serta tingginya persaingan membuat kreativitas dan produktivitas menjadi unsur penting dalam menjalankan aktivitas kewirausahaan. Seorang pelaku usaha tidak cukup hanya mengejar keuntungan, tetapi juga dituntut menghasilkan nilai tambah melalui inovasi produk maupun jasa yang relevan dengan kebutuhan masyarakat (Tietz et al., 2018).

Dalam ajaran Islam, kewirausahaan memiliki makna lebih dari sekadar aktivitas ekonomi. Aktivitas berbisnis dipandang sebagai bagian dari ibadah dan implementasi nilai moral, seperti kejujuran, amanah, ihsan, serta profesionalitas. Nilai-nilai tersebut menuntun wirausahawan Muslim untuk mengelola usaha yang tidak hanya menguntungkan bagi dirinya, tetapi juga membawa manfaat bagi lingkungan sosial. Oleh karena itu, kewirausahaan Islam menekankan keseimbangan antara aspek duniawi dan spiritual, sehingga setiap inovasi yang dihasilkan tetap sejalan dengan etika muamalah dan mendatangkan keberkahan. Kemajuan teknologi saat ini memperluas peluang bagi siapa pun untuk berinovasi, bahkan tanpa memerlukan modal finansial yang besar. Melalui pemanfaatan keterampilan, ide kreatif, jaringan sosial, serta sarana digital, seseorang dapat menciptakan nilai ekonomi baru dengan lebih efisien (Ojala, 2024). Hal ini menegaskan bahwa kreativitas dan inovasi dapat menjadi modal utama untuk membangun usaha yang berkelanjutan.

Di sisi lain, kualitas pelayanan (*service excellence*) juga menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan sebuah usaha. Dalam perspektif Islam, memberikan pelayanan terbaik merupakan bagian dari akhlak mulia dan wujud penerapan prinsip *itqan*, yaitu bekerja dengan sebaik-baiknya. Pelayanan yang mengutamakan empati, ketepatan solusi, komunikasi santun, dan konsistensi tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga membangun kepercayaan yang menjadi fondasi utama keberlangsungan bisnis.

Meskipun peluang kewirausahaan semakin terbuka, realitas di lapangan menunjukkan bahwa tidak semua pelaku usaha mampu memanfaatkan peluang tersebut secara optimal. Banyak usaha yang lahir dengan ide kreatif, tetapi mengalami kesulitan dalam mempertahankan keberlanjutan karena lemahnya manajemen, kurangnya produktivitas, serta belum terinternalisasinya nilai-nilai etika dalam praktik bisnis sehari-hari. Kondisi ini menegaskan bahwa kreativitas saja belum cukup, melainkan perlu didukung oleh produktivitas yang berkelanjutan dan orientasi nilai yang jelas agar usaha dapat berkembang secara stabil.

Selain itu, perkembangan ekonomi digital juga menghadirkan tantangan baru bagi kewirausahaan Islam. Arus informasi yang cepat, persaingan global, serta perubahan selera konsumen menuntut pelaku usaha untuk selalu beradaptasi dan berinovasi. Namun, tanpa landasan nilai yang kuat, inovasi berpotensi mengarah pada praktik bisnis yang mengabaikan prinsip keadilan dan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, kewirausahaan Islam perlu dipahami bukan hanya sebagai konsep normatif, tetapi sebagai kerangka praktis yang mampu membimbing pelaku usaha dalam menghadapi kompleksitas dunia bisnis modern (Sirat et al., 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis kajian pustaka (*library research*). Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti memahami konsep kreativitas, produktivitas, dan kewirausahaan Islam secara mendalam melalui interpretasi terhadap teks dan dokumen ilmiah. Kajian pustaka dilakukan dengan menelaah berbagai sumber akademik seperti jurnal, buku, dan publikasi ilmiah yang relevan. Metode ini sesuai dengan tujuan penelitian yang berfokus pada analisis teori dan temuan terdahulu tanpa melakukan pengumpulan data lapangan (Ebidor & Ikhida, 2024).

Desain penelitian yang digunakan adalah analisis dokumen, yang mencakup proses identifikasi, seleksi, dan sintesis literatur. Sampel literatur dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu hanya memilih sumber yang relevan, terbaru (lima tahun terakhir), serta memiliki kredibilitas akademik (Boedi et al., 2025). Literatur yang dianalisis mencakup penelitian mengenai kreativitas, produktivitas, inovasi, *service excellence*, dan prinsip kewirausahaan Islam.

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi dengan memanfaatkan sumber sekunder. Seluruh data dianalisis menggunakan analisis isi tematik, yang meliputi reduksi data, pengelompokan tema, dan penarikan kesimpulan (Özden, 2024). Validitas penelitian diperkuat melalui triangulasi sumber dengan membandingkan temuan dari berbagai referensi akademik. Melalui metode ini, penelitian mampu menghadirkan pemahaman konseptual yang utuh mengenai integrasi kreativitas dan produktivitas dalam kewirausahaan Islam untuk mendorong inovasi produk dan jasa.

HASIL

Temuan ilmiah *pertama*, menunjukkan bahwa kreativitas dan kompetensi inti (core competencies) memainkan peran penting dalam mendorong inovasi meskipun tanpa dukungan modal finansial. Kreativitas berfungsi sebagai sumber daya pengganti modal karena individu dapat memanfaatkan ide, kemampuan teknis, jejaring sosial, dan teknologi gratis untuk menghasilkan nilai ekonomi. Secara ilmiah, hal ini sesuai dengan pandangan teori kreativitas yang menegaskan bahwa kemampuan mengubah keterbatasan menjadi peluang merupakan inti inovasi. Perspektif Islam memperkuat temuan ini melalui prinsip itqan dan ihsan yang mendorong kualitas kerja optimal. Temuan ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang menempatkan kreativitas sebagai pilar utama kewirausahaan (Dwiatmaja, 2024;). Dalam praktiknya, kemampuan menjual produk atau kompetensi di bidang kewirausahaan Islam tidak hanya diukur dari inovasi dan strategi bisnis saja, tetapi juga dari keseimbangan nilai spiritual dan sosial. Berwirausaha termasuk dalam ranah muamalah, yang berarti segala kegiatan ekonomi harus didasarkan pada hubungan yang baik dengan Allah dan sesama manusia. Seorang wirausaha Muslim yang mampu menjual produk atau menunjukkan kompetensinya bukan hanya menonjolkan keahlian dan inovasi, tetapi juga menanamkan nilai ibadah dalam setiap proses bisnisnya. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan menjual produk atau menunjukkan kompetensi bukan hanya soal keuntungan materi, tetapi juga keberkahan yang datang dari penerapan prinsip syariah secara utuh (B. Bahri, 2018).

Temuan *kedua* menunjukkan bahwa nilai-nilai kewirausahaan Islam seperti amanah, kejujuran, ihsan, dan tanggung jawab memiliki pengaruh signifikan terhadap produktivitas dan keberlanjutan usaha. Nilai ini membentuk modal kepercayaan yang menjadi fondasi hubungan bisnis jangka panjang. Secara ilmiah, etika bisnis yang berlandaskan amanah dan kejujuran mampu meningkatkan persepsi keandalan konsumen, yang kemudian memperkuat loyalitas. Dalam praktik kewirausahaan Islam, amanah tidak hanya berkaitan dengan moralitas, tetapi juga standar profesionalisme yang menentukan reputasi usaha. Temuan ini selaras dengan penelitian pada sektor perbankan syariah yang menegaskan bahwa nilai-nilai syariah mampu meningkatkan kepuasan dan retensi nasabah (Kurniawan, 2020).

Temuan *ketiga* menegaskan bahwa pelayanan prima (service excellence) berbasis nilai-nilai Islam berperan penting dalam membangun loyalitas pelanggan dan memperkuat citra usaha. Secara Bahasa, *Service excellence* tersusun dari dua kata, yaitu service dan excellence. Service berarti setiap kegiatan yang ditujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang dilakukan seseorang secara memuaskan (N. Nurlia, 2018). Service juga merupakan sebuah paradigma yang diterapkan oleh setiap individu dalam perusahaan baik perusahaan yang menghasilkan produk maupun jasa untuk selalu memberikan nilai terbaik (*best value*) kepada pelanggannya. Sementara itu, excellence menggambarkan sesuatu yang memiliki kualitas tinggi dan bahkan melampaui apa yang diharapkan oleh pelanggan. Dengan demikian, pelayanan prima atau service excellence dapat dimaknai sebagai suatu upaya terencana dan berkelanjutan untuk memberikan pelayanan yang unggul, terpadu, dan mengesankan, melalui perencanaan,

pengorganisasian, serta pengendalian proses pelayanan berdasarkan standar yang tinggi agar dapat memuaskan pelanggan.

Dalam konteks dunia usaha modern, *service excellence* memiliki fungsi yang sangat penting dalam menetapkan keberhasilan suatu bisnis. Konsumen masa kini tidak hanya membeli produk, tetapi juga membeli pengalaman dan kepuasan dari pelayanan yang mereka terima. Oleh karena itu, seorang wirausahawan harus mampu membangun sistem pelayanan yang tidak hanya berfokus pada kecepatan atau kesopanan, tetapi juga pada kemampuan memahami kebutuhan dan harapan pelanggan secara mendalam. Pelaku usaha yang berkomitmen pada pelayanan prima akan selalu berusaha memberikan yang terbaik, bukan semata-mata karena takut kehilangan pelanggan, tetapi karena menyadari bahwa kepuasan pelanggan adalah kunci keberlangsungan usaha (Azis et al., 2025).

Berbasis nilai-nilai Islam berperan penting dalam membangun loyalitas pelanggan dan memperkuat citra usaha. Elemen seperti empati, responsivitas, komunikasi yang sopan, dan konsistensi pelayanan merupakan aspek utama pembentuk pengalaman pelanggan. Ketika prinsip pelayanan tersebut dipadukan dengan nilai rahmah, amanah, dan istiqamah, kualitas layanan meningkat secara signifikan. Secara ilmiah, teori kualitas layanan menjelaskan bahwa respons cepat dan interaksi emosional yang positif dapat meningkatkan persepsi pelanggan terhadap mutu layanan. Hasil ini sejalan dengan temuan penelitian pemasaran jasa yang menempatkan *service excellence* sebagai strategi diferensiasi yang unggul (Lovelock & Wirtz, 2017).

Dalam praktiknya, *service excellence* dapat diwujudkan melalui beberapa aspek penting yang menjadi dasar bagi pelaku usaha dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Aspek-aspek ini tidak hanya berkaitan dengan teknik pelayanan, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai moral dan etika yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan, khususnya dalam perspektif kewirausahaan Islam.

a. Empati terhadap pelanggan

Empati merupakan kemampuan untuk memahami dan merasakan apa yang dialami oleh pelanggan, baik dari sisi kebutuhan, keinginan, maupun permasalahan yang mereka hadapi. Seorang pelaku usaha yang memiliki empati tinggi tidak hanya mendengarkan keluhan pelanggan secara pasif, tetapi juga berusaha memahami perasaan mereka dengan tulus dan berusaha memberikan solusi terbaik. Dalam konteks bisnis Islami, empati menjadi bagian dari akhlak mulia yang mencerminkan nilai kasih sayang (rahmah) dan kejujuran. Dengan menempatkan diri pada posisi pelanggan, wirausahawan dapat menciptakan hubungan yang lebih dekat dan kepercayaan yang lebih kuat, sehingga pelanggan merasa dihargai bukan hanya sebagai konsumen, tetapi juga sebagai sesama manusia yang perlu dilayani dengan hormat (Wardah et al., 2025).

b. Respons cepat dan solusi tepat

Kecepatan dalam merespons pelanggan menjadi salah satu indikator utama pelayanan prima. Pelanggan umumnya mengharapkan tanggapan yang cepat ketika menghadapi masalah atau membutuhkan informasi. Namun, kecepatan saja tidak cukup respons tersebut juga harus disertai dengan solusi yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dalam kewirausahaan Islam, sikap tanggap dan sigap dalam memberikan pelayanan mencerminkan nilai amanah (dapat dipercaya) dan itqan (kesungguhan dalam bekerja). Seorang wirausahawan yang mampu memberikan solusi dengan cepat dan tepat menunjukkan profesionalitas sekaligus tanggung jawab moral terhadap pelanggan. Misalnya, ketika ada pelanggan yang mengalami kesalahan transaksi, pelaku usaha yang tanggap akan segera

menindaklanjuti dengan sopan dan memastikan masalah terselesaikan tanpa menimbulkan kekecewaan (Wahyono & Nisa, 2025).

c. Komunikasi yang sopan dan santun

Komunikasi yang baik menjadi kunci dalam menciptakan pelayanan yang berkualitas. Seorang wirausahawan perlu menjaga tutur kata, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh ketika berinteraksi dengan pelanggan (Tania & Hamson, 2024). Sikap ramah, nada bicara yang lembut, serta kesediaan mendengarkan pelanggan dengan sabar dapat menciptakan suasana yang nyaman dan bersahabat. Dalam pandangan Islam, berbicara dengan sopan dan menggunakan kata-kata yang baik termasuk bagian dari perintah Allah SWT sebagaimana dalam (QS. Al-Baqarah ayat 83) yang menegaskan pentingnya berkata baik kepada sesama. Dengan menerapkan prinsip komunikasi Islami ini, pelayanan yang diberikan akan terasa lebih tulus dan berkesan, bukan semata-mata formalitas bisnis, tetapi juga bentuk pengamalan nilai akhlakul karimah dalam dunia usaha.

d. Konsistensi dalam pelayanan

Aspek terakhir yang tidak kalah penting adalah menjaga konsistensi dalam memberikan pelayanan. Pelayanan yang baik tidak boleh hanya dilakukan di awal saja ketika bisnis baru berjalan, tetapi harus terus dipertahankan bahkan ditingkatkan seiring waktu. Konsistensi menunjukkan komitmen dan keseriusan pelaku usaha dalam membangun reputasi dan kepercayaan pelanggan. Dalam kewirausahaan Islam, sikap istiqamah atau konsisten dalam kebaikan merupakan salah satu sifat yang sangat dihargai. Wirausahawan yang konsisten akan berusaha menjaga kualitas produk maupun pelayanan meskipun menghadapi berbagai tantangan. Misalnya, tetap melayani dengan ramah walaupun pelanggan sedang emosi, atau tetap mempertahankan standar pelayanan meskipun kondisi usaha sedang sulit. Konsistensi seperti inilah yang akan menumbuhkan loyalitas pelanggan dan membawa keberkahan bagi usaha tersebut.

Faktor Pendukung dan Penghambat Seorang Enterpreneurship

a. Lingkungan Kampus

Lingkungan kampus yang mendukung memiliki peran strategis dalam membentuk dan menumbuhkan pola pikir kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Perguruan tinggi berfungsi sebagai ruang fasilitatif yang menyediakan beragam kegiatan pengembangan diri, khususnya melalui program ekstrakurikuler yang berorientasi pada penguatan keterampilan bisnis, seperti komunitas kewirausahaan, bazar rutin, serta kompetisi bisnis antar mahasiswa (Sá & Kretz, 2015). Melalui kegiatan tersebut, mahasiswa memperoleh kesempatan untuk menguji gagasan usaha yang dimiliki sekaligus mengembangkan ide secara kreatif. Tidak hanya bersifat teoritis, program ini juga mendorong pembelajaran berbasis praktik yang membantu mahasiswa memahami realitas dan dinamika dunia usaha secara langsung.

b. Teknologi dan Akses Informasi

Generasi Z dikenal sebagai kelompok yang memiliki kedekatan tinggi dengan teknologi digital. Mahasiswa pada generasi ini memanfaatkan internet dan media sosial sebagai sarana utama untuk memperoleh inspirasi serta informasi dalam merancang dan mengembangkan ide bisnis. Kemudahan akses teknologi memungkinkan mahasiswa mempelajari konsep kewirausahaan dari berbagai sumber, termasuk penerapan prinsip-prinsip bisnis yang sejalan dengan nilai-nilai Islam (Rimayati, 2023). Selain itu, platform digital menyediakan beragam materi edukatif, tutorial, dan panduan yang dapat meningkatkan kreativitas serta mendorong inovasi usaha. Media sosial juga berperan penting sebagai media promosi yang efektif, karena memungkinkan mahasiswa menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif terjangkau.

Faktor Penghambat

1. Terbatasnya Pemahaman Etika Bisnis Islami

Meskipun minat mahasiswa terhadap kewirausahaan tergolong tinggi, pemahaman mereka mengenai penerapan etika bisnis Islami masih belum optimal. Hal ini disebabkan oleh minimnya muatan pembelajaran yang secara khusus membahas nilai-nilai etika dan spiritual dalam praktik bisnis. Kurikulum kewirausahaan cenderung menitikberatkan pada aspek teknis, seperti pengelolaan manajemen, keuangan, dan strategi pemasaran, sementara dimensi moral sering kali kurang mendapatkan perhatian (Sirine & Kurniawati, 2018). Akibatnya, mahasiswa lebih terfokus pada pencapaian keuntungan dan keberhasilan finansial, tanpa mempertimbangkan kesesuaian praktik bisnis yang dijalankan dengan prinsip-prinsip syariah.

2. Tekanan Sosial dan Ekonomi

Kondisi sosial dan ekonomi yang kompetitif menjadi tantangan tersendiri bagi mahasiswa. Tuntutan untuk meraih kesuksesan dalam waktu singkat, baik dari lingkungan keluarga maupun pergaulan sosial, sering kali menimbulkan tekanan psikologis. Situasi ini berpotensi mendorong mahasiswa untuk mengambil keputusan bisnis yang menyimpang dari nilai-nilai Islami, seperti praktik yang kurang jujur atau pengabaian terhadap tanggung jawab sosial. Dorongan untuk memperoleh keuntungan besar secara instan juga dapat memicu perilaku tidak etis, misalnya dengan menekan harga secara tidak wajar atau merugikan pihak lain. Oleh karena itu, penguatan pendidikan karakter menjadi sangat penting agar mahasiswa mampu mempertahankan nilai-nilai Islami di tengah tekanan sosial dan ekonomi yang dihadapi (Wasilah et al., 2023).

PEMBAHASAN

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kewirausahaan Islam berbasis inovasi tanpa modal finansial yang besar dapat diwujudkan, dengan dukungan fondasi teoretis, etis, dan spiritual yang kuat. Kreativitas serta kompetensi individu terbukti mampu menjadi alternatif pengganti keterbatasan modal, sementara nilai-nilai Islam berfungsi sebagai landasan moral yang meningkatkan kepercayaan konsumen dan menjamin keberlanjutan usaha. Perpaduan antara inovasi, etika, dan kualitas pelayanan membentuk model kewirausahaan yang tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan, tetapi juga mengedepankan keberkahan, keberlanjutan, dan manfaat sosial.

Temuan penelitian ini sejalan dengan tujuan yang dirumuskan pada bagian pendahuluan, yakni mengkaji peran kreativitas, produktivitas, dan nilai-nilai Islam dalam memperkuat inovasi produk dan jasa (Iqbal, 2017; Kurniawan, 2020). Hasil ini juga mendukung teori pengembangan mindset kewirausahaan yang menempatkan kreativitas dan inovasi sebagai faktor utama keberhasilan usaha (Amran, n.d.). Namun demikian, penelitian ini menegaskan pentingnya integrasi nilai moral dan spiritual dalam praktik bisnis, khususnya bagi Generasi Z yang tumbuh dalam konteks digitalisasi dan globalisasi. Tantangan berupa tekanan sosial, persaingan ekonomi, serta budaya konsumtif dan materialistik menuntut adanya penanaman etika bisnis Islami secara lebih mendalam. Integrasi nilai-nilai tersebut dalam pendidikan kewirausahaan tidak hanya membimbing mahasiswa dalam pengambilan keputusan bisnis yang etis, tetapi juga memperkuat karakter mereka dalam menghadapi dinamika global (Ismail & Nugroho, 2022).

SIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa kreativitas, produktivitas, nilai-nilai kewirausahaan Islam, serta pelayanan prima memiliki peran penting dalam mendorong inovasi produk dan jasa, termasuk pada usaha yang dapat dijalankan tanpa modal finansial besar. Kreativitas dan

kompetensi individu terbukti dapat menjadi modal alternatif melalui pemanfaatan teknologi digital, jaringan sosial, dan kemampuan ideatif. Temuan ini sejalan dengan kajian terbaru yang menempatkan kreativitas sebagai inti inovasi serta sesuai dengan prinsip itqan dan ihsan dalam perspektif Islam.

Nilai-nilai kewirausahaan Islam seperti kejujuran, amanah, tanggung jawab, dan integritas juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap peningkatan produktivitas serta keberlanjutan usaha. Nilai tersebut memperkuat reputasi pelaku usaha dan membangun modal sosial berupa kepercayaan, yang sangat penting dalam menjaga hubungan bisnis jangka panjang. Temuan ini konsisten dengan penelitian kontemporer yang menyoroti peran etika bisnis Islam dalam membentuk persepsi keandalan dan loyalitas pelanggan.

Selain itu, penerapan pelayanan prima (service excellence) berbasis nilai-nilai Islam juga berperan besar dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan membangun loyalitas. Empati, responsivitas, komunikasi santun, serta konsistensi pelayanan menjadi aspek yang memperkuat citra usaha dan meningkatkan nilai kompetitifnya. Temuan ini selaras dengan berbagai penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas layanan yang unggul merupakan strategi diferensiasi dalam persaingan bisnis modern.

Secara keseluruhan, integrasi antara kreativitas, nilai-nilai kewirausahaan Islam, dan pelayanan prima menghasilkan model kewirausahaan yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga keberkahan, keberlanjutan, dan manfaat sosial. Penelitian ini berhasil menjawab tujuan penelitian yang disampaikan pada pendahuluan dan memperkuat bahwa inovasi usaha modern dapat tercapai melalui perpaduan kreativitas, etika syariah, dan pelayanan berkualitas.

Dengan demikian, model kewirausahaan yang ditawarkan dalam penelitian ini dapat dipahami sebagai pendekatan holistik yang mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, dan spiritual. Pendekatan ini relevan dengan tantangan kewirausahaan di era modern yang menuntut keseimbangan antara pencapaian kinerja usaha dan tanggung jawab etis. Oleh karena itu, temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan konseptual bagi pelaku usaha, akademisi, maupun pemangku kebijakan dalam mengembangkan praktik kewirausahaan yang inovatif, berdaya saing, dan selaras dengan nilai-nilai Islam.

REKOMENDASI

Pengembangan Metode Penelitian

Penelitian berikutnya disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif atau kombinasi kualitatif dan kuantitatif agar dapat menguji hubungan antara kreativitas, inovasi, literasi digital, pelayanan, dan etika bisnis Islam secara lebih jelas. Penelitian saat ini masih hanya berupa tinjauan pustaka, sehingga belum menunjukkan hubungan antar variabel secara statistik.

Perluasan Cakupan dan Konteks Penelitian

Ruang lingkup penelitian perlu diperluas ke berbagai jenis usaha dan wilayah yang beragam. Penelitian ini masih bersifat umum dan belum memperhatikan perbedaan kondisi pelaku usaha di lapangan. Dengan cakupan yang lebih luas, hasil penelitian di masa depan akan lebih mewakili.

Penambahan Variabel Pendukung

Penelitian selanjutnya dapat melibatkan variabel tambahan seperti kualitas layanan digital, strategi pemasaran online, atau tingkat kepuasan pelanggan. Variabel-variabel tersebut bisa memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha.

Penguatan Data Empiris

Keterbatasan penelitian ini adalah kurangnya data lapangan yang bisa mendukung analisis. Oleh karena itu, penelitian berikutnya dianjurkan untuk mengumpulkan data empiris agar hasilnya lebih sesuai dengan situasi nyata pelaku usaha.

Penggunaan Pendekatan Studi Kasus

Pendekatan studi kasus dapat digunakan pada penelitian mendatang untuk melihat secara langsung bagaimana kreativitas, inovasi, dan nilai-nilai etika Islam diterapkan dalam praktik. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami tantangan yang tidak terlihat dalam studi teoretis.

SARAN

Bagi Pelaku Usaha

Pelaku usaha dianjurkan untuk lebih mengoptimalkan kreativitas serta kemampuan inti sebagai modal strategis dalam membangun usaha, terutama ketika menghadapi keterbatasan dana. Pemanfaatan platform digital, pemasaran berbasis media sosial, serta kolaborasi jaringan profesional dapat menjadi sarana efektif untuk memperluas inovasi. Selain itu, penerapan nilai-nilai Islam seperti integritas, amanah, dan kerja berkualitas (itqan) perlu diinternalisasikan agar usaha mampu berkembang secara berkelanjutan dan memiliki reputasi yang baik.

Bagi Penguatan Praktik Kewirausahaan Islam

Lembaga pendidikan dan instansi pendamping UMKM disarankan untuk mengembangkan program pelatihan kewirausahaan yang menggabungkan unsur kreativitas, inovasi digital, produktivitas, dan etika muamalah. Program pelatihan berbasis nilai-nilai syariah terbukti mampu meningkatkan kemampuan teknis sekaligus karakter moral wirausahawan Muslim sehingga mereka dapat bersaing secara profesional di era industri modern.

Bagi Penelitian Selanjutnya

Studi berikutnya diharapkan dapat melengkapi penelitian ini dengan pendekatan empiris, seperti survei langsung, wawancara, atau studi kasus pada pelaku usaha syariah. Pendekatan tersebut penting untuk menguji temuan konseptual serta menggali variabel tambahan seperti literasi digital, perilaku konsumen Muslim, atau strategi inovasi berbasis syariah dalam praktik nyata.

Bagi Pemerintah dan Pemangku Kebijakan

Pemerintah dan pihak terkait diharapkan dapat meningkatkan dukungan terhadap pengembangan ekosistem kewirausahaan syariah melalui program literasi digital, penguatan pelatihan usaha, fasilitasi pendampingan UMKM, serta kebijakan yang mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif berbasis nilai Islam. Dukungan struktural semacam ini terbukti mampu meningkatkan daya saing dan kapasitas UMKM di berbagai daerah.

REFERENSI

- Azizah, L., & Hamka, R. (2022). Etika bisnis Islam dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 14(2), 115–128.
- Ahmad Zikri Dwiatmaja, "Entrepreneurship dan Strategi Bisnis dalam Islam (Overview QS Quraisy: 1–4)," *Jurnal Bisma*, Vol. 16, No. 1 (2024): 97–103.
- Azis, A., Putra, D. A., & Fadli, M. (2025). Analisis Efektivitas Service Excellent terhadap Kepuasan Nasabah di BPR Sentral Arta Jaya KC Kraksaan. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(2), 669–679. <https://doi.org/10.55606/jumbiku.v5i2.5951>
- Boedi, A., Pratama, R., & Lestari, M. (2025). Integrasi nilai syariah dalam inovasi kewirausahaan modern. *Journal of Islamic Entrepreneurship*, 7(1), 1–12.

- B.Bahri, "Kewirausahaan Islam: Penerapan Konsep Berwirausaha dan Bertransaksi Syariah dengan Metode Dimensi Vertikal (Hablumminallah) dan Dimensi Horizontal (Hablumminannas)," *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, Vol. 1, No. 2 (2018): 67–68.
- Boedi M. D., Ermayani, E., Sapitri, H. A. A., & Hidayat, M. (2025). *Dinamika Populasi, Sampel, Dan Kredibilitas Sumber Ilmiah: Kontribusinya Terhadap Mutu Penelitian Akademik Era Digital*. 2(4), 9-14.
- Ebidor, L. L., & Ikhida, I. G. (2024). Literature Review in Scientific Research: An Overview. *East African Journal of Education Studies*, 7(2), 179-186. <https://doi.org/10.37284/eajes.7.2.1909>
- Fathurrahman, A. (2023). Kreativitas dan inovasi dalam kewirausahaan Islami. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11(3), 221–234.
- Kurniawan, D. (2020). Peran etika bisnis Islami dalam membangun kepercayaan konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 9(1), 45–57.
- Iqbal, M. (2017). Konsep Service Excellence dalam Perspektif Al-Quran. Makalah, IAIN Ambon.
- Kurniawan, D. (2020). Service Excellent Berdasarkan Prespektif Islam di Bank Syariah. *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law*, 3(1), 68-70.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2017). *Services marketing: People, technology, strategy* (8th ed.). Pearson.
- Nurlia, N. (2018). Strategi pelayanan dengan konsep service excellent. *Meraja journal*, 1(2), 19.
- Ojala, A. (2024). *Digital Entrepreneurship*. Elsevier BV. <https://doi.org/10.1016/b978-0-443-13701-3.00035-9>
- Sirat, A. H., Rusandry, R., Baharuddin, G., & Possumah, B. T. (2024). Islamic Entrepreneur in the Business Concept of Prophet Muhammad SAW: A Conceptual Review. *International Journal of Social Science and Human Research*, 07(10). <https://doi.org/10.47191/ijssshr/v7-i10-24>
- Sirine, H., & Kurniawati, E. P. (2018). *The importance of spirituality dimensions in the development of entrepreneurship*. 1(2), 55–70. <https://doi.org/10.14710/DIJB.1.2.2018.55-70>
- Sá, C. M., & Kretz, A. (2015). *Entrepreneurship Learning on Campus* (pp. 77–131). Palgrave Macmillan, New York. https://doi.org/10.1057/9781137401014_4
- Tietz, M. A., Abdelgawad, S. G. S., & Pasquini, M. (2018). *Social innovation: combining profits and progress*. <https://doi.org/10.4337/9781788116855.00017>
- Tania, R., & Hamson, Z. (2024). Peran Komunikasi Verbal dan Nonverbal dalam Kualitas Layanan Publik. *Jurnal Ilmiah Pranata Edu*, 6(1), 26–35. <https://doi.org/10.36090/jipe.v6i1.1428>
- Wardah, A., Nizar, M., & Iltiham, M. F. (2025). Analisis Pemikiran Al-Ghazali Tentang Etika Bisnis Islam dengan Relevansinya Transaksi Bisnis Pasar Modern di Mall Plaza Jember. *El-Mal*, 6(5). <https://doi.org/10.47467/elmal.v6i5.7660>
- Wahyono, A. C., & Nisa, Z. (2025). Analisis Responsiveness & Action KAI Access untuk Meningkatkan Loyalitas Pengguna. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*. Semarang, 3(3), 340–354. <https://doi.org/10.61132/jepi.v3i3.1772>
- Wasilah, W., Faisal, F., & Imtihana, A. (2023). Pentingnya Pendidikan Karakter Dalam Islam: Menanamkan Nilai-Nilai Keislaman Pada Anak-Anak Zaman Now. *Jurnal Pendidikan Agama Islam (Jurusan Pendidikan Agama Islam, Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri Sunan Kalijaga)*. <https://doi.org/10.59841/ihsanika.v1i4.636>