

Pengembangan Bisnis Berbasis *Maslahah* Melalui Digitalisasi Sistem dalam Optimalisasi Ekonomi kreatif

Helmina Yuliana Justi¹, Syahrir Mallongi², Wahyuddin Abdullah³,
Jamaluddin⁴

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
e-mail: *helmina.yuliana.justi95@gmail.com

Received: 19 Juni 2023; Revised: 25 June 2023; Published: 30 June 2023

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konsep *maslahah* pada bisnis waralaba melalui digitalisasi sistem. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi digunakan untuk melihat sejauh mana bisnis waralaba melakukan kegiatan bisnis di Kota Palopo. Oleh karena itu, penelitian ini dianggap penting dalam menggambarkan konsep *maslahah* pada praktik bisnis waralaba melalui digitalisasi sistem. Metode pengumpulan data melalui tiga tahapan yaitu observasi, wawancara serta dokumentasi. Analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik bisnis waralaba di kota Palopo merupakan bisnis yang sesuai syariat Islam. Bentuk perjanjian kerjasama bisnis waralaba seperti *syirkah* yakni sewa menyewa. Konsep *maslahahnya* antara lain: memelihara agama, memelihara jiwa dalam bentuk etika antar sesama tanpa adanya perbedaan, memelihara akal yakni pola pikir dalam menghadapi masalah, memelihara keturunan dalam bentuk pemenuhan hidup sebagai bentuk kepatuhan dan memelihara harta diwujudkan bahwa dalam harta terdapat hak orang lain. Selanjutnya konsep *maslahah* melalui digitalisasi optimalisasi ekonomi kreatif adalah sebagai bentuk sebuah pembaharuan yang mesti dilakukan untuk penunjang karir bisnis di masa akan datang dengan tetap berpedoman pada keadilan dan kejujuran demi keberlangsungan industri ekonomi kreatif

Kata kunci: Maslahah; Digitalisasi Sistem; Waralaba; Ekonomi Kreatif

PENDAHULUAN

Bisnis merupakan suatu bidang di kehidupan manusia yang sangat penting dan perubahannya begitu pesat. Dahulu bisnis dilakukan dengan cara manual dengan mengandalkan kemampuan seseorang dalam hal promosi serta menjelaskan secara rinci mengenai keunggulan produk sehingga menarik konsumen untuk membeli barang yang ditawarkan oleh si penjual (Nizam & Sofyantoro et al., 2020). Namun Era digital saat ini diiringi dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat. Penggunaan sistem informasi seperti internet ini tidak lepas dari sisi bisnis sampai sekarang ini. Daya tariknya sangat menarik perhatian para pelaku bisnis dari segala sektor untuk memasarkan produk baik di bidang kuliner, jasa maupun usaha waralaba dan lain sebagainya.

Berbisnis merupakan aktivitas yang dianjurkan dalam Islam, bahkan Rasulullah SAW sendiri mengatakan bahwa 9 dari 10 rezeki salah satunya melalui pintu berdagang. Artinya melalui bisnis atau berdagang pintu rezeki akan terbuka bagi siapapun yang melakukan aktivitas ini sehingga berbisnis merupakan hal yang diperbolehkan dengan syarat selama kegiatan yang dilakukan dengan benar sesuai dengan tuntutan ajaran Islam (Safira & Akbar et al., 2020).

Peluang dan tantangan pada era modern saat ini, harus mengubah masyarakat untuk adaptif dengan perkembangan zaman. Era industri 4.0 mengharuskan semua kalangan untuk memanfaatkan teknologi yang dapat diterapkan untuk membantu dalam pemasaran produk dengan memanfaatkan fitur-fitur teknologi yang telah disediakan dengan berbagai model untuk meringankan pekerjaan yang sebelumnya dilakukan secara manual (Irfan & Sujai et al., 2019). (Bahkan setiap anggota masyarakat senantiasa dihadapkan pada permasalahan dan tantangan yang lebih kompleks. Sehingga sebagai individu yang memiliki potensi bakat bisnis tidak sekedar dituntut untuk antisipatif, tetapi harus lebih proaktif dalam merancang pengembangan usaha yang benar-benar kompetitif (Abidin et al., 2020).

Perbisnisan di zaman sekarang lebih banyak menggunakan teknologi berbasis digital. Kemajuan teknologi merupakan salah satu bentuk dari berkembangnya era globalisasi. Internet sebagai media informasi dan komunikasi elektronik telah banyak dimanfaatkan dalam berbagai kegiatan terutama untuk berdagang ataupun berbisnis (Safira & Akbar et al., 2020). Memberikan dampak sosial yang positif, era globalisasi sekarang ini cenderung tidak dapat di pisahkan dengan teknologi informasi yang ada. Dengan adanya teknologi informasi dan komunikasi, memudahkan masyarakat dalam menjalin hubungan secara global (Syauqi et al., 2018).

Era digitalisasi membawa angin perubahan, banyak polemik serta pro dan kontra terhadap perkembangan semua sektor yang berkaitan dengan digital tidak terkecuali sektor bisnis dan ekonomi (Sukartono et al., 2021). Menghadapi perubahan tersebut perusahaan pun harus sensitive untuk

menyesuaikan dengan perkembangan teknologi. Jika tidak sensitif terhadap perubahan sosial yang tengah menuju ke era digital, perusahaan harus siap mengalami kehancuran. Selain itu salah satu akademisi Universitas Indonesia Rhenald Khasali juga menyatakan bahwa “memang karena perkembangan teknologi mengakibatkan mata rantai antara produsen dengan konsumen semakin dekat, kalau pebisnis tidak siap maka pasti akan ditinggalkan konsumennya” (Rohimah et al., 2018).

Kemudahan dalam transaksi di era digital, semua hal dapat dilakukan melalui hanya dengan berbagai fasilitas teknologi yang ditawarkan. Salah satu teknologi di era digitalisasi ini yang sangat dominan adalah *smartphone*, hanya dengan mengaktifkannya berbagai kebutuhan sudah bisa dilakukan dengan mudah dan cepat. Begitu juga dengan kegiatan marketing yang akan memudahkan penyampaian informasi dan penawaran kepada calon konsumen (Sukartono et al., 2021). Media pemasaran online pada era digital seolah sebagai *problem solving* penyampaian informasi produk dan jasa dengan efektif, oleh karena itu pelaku bisnis sangat memanfaatkan media pemasaran online sebagai motor penggerak roda bisnisnya. Pemasaran online telah menjadi solusi *intermediary* antara produsen dengan konsumen dengan efisien biaya.

Konsep *masalah* ini sangat tepat untuk dijadikan pegangan terutama dalam hal bermuamalah karena memiliki kedudukan yang sangat penting dalam fikih muamalah. Dalam konsep *masalah* ini memiliki relevansi dengan konteks zamannya dan menjadikan syariah sendiri menjadi *up to date* untuk menyapa segenap persoalan melalui caranya. Sehingga jika diabaikannya *masalah* akan berefek pada turunya pencapaian manusia akan kebutuhan untuk melanjutkan hidup di dunia bahkan mencapai kebahagiaan akan akhirat (Aminah et al., 2017). Sehingga agar dapat menjaga kelangsungan hidup manusia terutama dalam bisnis hendaknya konsep ini sangat diperlukan karena hal ini juga dapat menghindarkan dari hal-hal yang tidak sesuai dengan prinsip berekonomi dalam Islam. Benteng pondasi yang kuat akan menjadikan tenaga kerja menghiasi dirinya dengan akhlak yang baik dengan berperilaku jujur, disiplin, berfikir positif, percaya diri serta dapat memecahkan sebuah masalah (Syahrudin Kadir et al., 2019).

Fakta empiris pada bisnis waralaba di bawah ini menunjukkan bahwa pada periode 2012-2015 jumlah perusahaan di Kota Palopo memiliki tren meningkat, pada tahun 2012 tercatat ada 812 perusahaan dan menjadi 965 pada tahun 2015. Jumlah perusahaan terbanyak ada pada tahun 2013. Pada tahun tersebut terdapat 1.086 perusahaan. Jumlah Pedagang di Kota Palopo pada tahun 2016 sebanyak 7.845 pedagang, terdiri dari 316 pedagang besar, 543 pedagang menengah, dan 6.986 pedagang kecil (Dinas Perdagangan Kota Palopo, diaksen 2022).

Persaingan dalam berwirausaha itu suatu hal yang memang tidak dapat bisa dihindari. dengan adanya persaingan ini, seorang wirausaha ini dihadapkan dengan berbagai ancaman baik atau buruk, baik itu muncul dari dalam maupun dari luar. Maka, dalam persaingan ini perusahaan harus

mempunyai manajemen yang cerdas untuk mempertahankan konsumen dan membuat kebijakan-kebijakan strategi persaingan dalam proses pemasaran produk dan jasa terhadap konsumen (Alisha et al., 2019).

Berdasarkan uraian di atas, maka pengembangan bisnis berbasis *maslahah* melalui digitalisasi sistem dalam optimalisasi ekonomi kreatif (studi pada waralaba di kota palopo) perlu dipertimbangkan dan sangat menunjang para pelaku bisnis dalam kontribusi industri ekonomi kreatif. Mengapa demikian karena kecenderungan masyarakat kota palopo untuk selalu update dalam menggunakan teknologi seperti yang terlihat dari bisnis kecil-kecilan yang ada di kota palopo. Semuanya sudah menggunakan transaksi pembayaran dengan metode barcode yang dinilai lebih efektif ketimbang harus membawa tunai yang terkadang dapat menarik perhatian para kejahatan untuk beraksi. Selain itu banyaknya pebisnis yang ada secara positif juga dapat mengurangi pengangguran yang ada di kota palopo dan juga memajukan roda perekonomian di kota palopo.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dimana kegiatan mengeksplorasi dan memahami makna dari sejumlah individu atau kelompok orang yang dianggap memiliki kapasitas dari permasalahan sosial yang diteliti (Jhon. W. Creswel, et al., 2014) Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif yakni mengupayakan untuk menganalisis dan menginterpretasikan data yang telah terkumpul dari proses penelitian kemudian dijabarkan, dan penelitian ini juga termasuk studi lapangan (*Field Research*) yang mengungkap pada pengamatan dan kumpulan data lapangan (Sudaryono, et al., 2019) Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Pendekatan ini merupakan pendekatan filsafat yang berpusat pada analisis akan gejala mengenai kesadaran manusia (Hasbiansyah et al., 2008). Adapun objek penelitian ini yakni 3 bisnis waralaba QnC, Laundry, Kamsia Boba, dan Goklat. Sumber data yang digunakan yakni data primer yang diperoleh dari kegiatan observasi dan wawancara mendalam, sedangkan data sekunder diperoleh melalui jurnal ilmiah, buku, dan referensi lainnya (Sugyono et al., 2010). Teknik pengumpulan data melalui tiga tahapan yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data melalui tiga metode yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Praktik Bisnis Waralaba di Kota Palopo

Praktik bisnis waralaba merupakan sebuah bentuk pemasaran dimana perusahaan besar memberikan izin dan hak kepada orang lain untuk menjalankan sebuah bisnis dalam tempat tertentu kepada suatu individu dalam bentuk kecil. Hak yang dimaksud berupa penggunaan nama perusahaan, merek, sistem dan penyajian dalam produksinya. Praktik bisnis ini mulai marak dilakukan di kota Palopo sejak tahun 2019 ditandai dengan maraknya penjual minuman di kota Palopo. Bisnis waralaba merupakan bisnis yang menjanjikan dan sangat mudah dijalankan oleh masyarakat (Budi Prasetyo et al., 2019).

Bentuk praktik bisnis waralaba yang dilakukan oleh pedagang di kota Palopo adalah menggunakan hak merek dan produksi yang telah ditetapkan oleh *Franchisor*. Dari hasil observasi dan wawancara dengan beberapa pengguna dari bisnis waralaba di kota Palopo yaitu pertama *franchisee* melakukan kerjasama dengan *Franchisor* terkait mekanisme dalam penggunaan merek maupun produksi yang akan menjadi bagian daripada bisnis yang dilakukan. Selanjutnya *franchisor* akan menyanyakan perihal tempat dan tenaga yang diperlukan dalam menjalankan bisnis tersebut. Selain itu pihak *franchisor* akan menjelaskan perihal bagaimana proses produksi serta *fee* yang harus dibayarkan oleh *franchisee* dan apa saja yang pertama kali harus dilakukan dalam menjalankan bisnis tersebut.

Diketahui bahwa harga yang ditawarkan oleh pihak *franchisor* berbeda-beda, tergantung dari masing-masing bisnis waralaba, dalam artian banyak bisnis waralaba yang memiliki identitas tersendiri dan budget tersebut sudah disesuaikan dengan masing-masing produksi yang ia miliki dengan pertimbangan biaya produksi dan lain-lain. Sesuai yang dipaparkan oleh Reski Owner QnC Laundry :

“Dalam melakukan kerjasama di bidang bisnis waralaba ini, kita berhak menyanyakan perihal apa saja yang diperoleh ketika melakukan kerjasama karena itu merupakan bentuk dari pemberian hak kepada penerima *franchisee*, dan kembali lagi kepada pribadi masing-masing apakah mampu untuk menjalankan bisnis tersebut atau tidak” (Reski Wulandari, Interview, Juli 15, 2022).

Setelah melakukan pembicaraan terlebih dahulu dengan pihak pemberi waralaba, *franchisee* disini akan diberikan instruksi perihal bentuk produksi yang akan dia lakukan, mulai dari pendirian outlet, merek, dan bentuk transaksi yang akan dijalankan dalam bisnisnya. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh M. Muchtar Rivai bahwasanya bisnis waralaba memiliki hal yang abstrak yang memiliki nilai ekonomis tinggi yaitu citra maupun nama baik yang sangat diperlukan dalam dunia bisnis karena memegang peran besar dalam upaya merebut pangsa pasar (Rifai et al., 2012)

Setelah melakukan kesepakatan dan dinyatakan cukup jelas dengan aturan yang diterapkan diantara kedua belah pihak maka akan dilanjutkan dengan perjanjian persetujuan diantara keduanya. *Franchisee* Kamsia Boba mengungkapkan :

“setelah dirasa cukup puas dengan materi yang dipaparkan oleh pemberi waralaba perihal penggunaan hak dagang dan lainnya, dan setelah melakukan perundingan terlebih dahulu maka saya dan rekan bisnis melakukan pendatangan sebagai bentuk kerjasama yang kami setuju bersama” (Aksan, Interview, Juli 16, 2022).

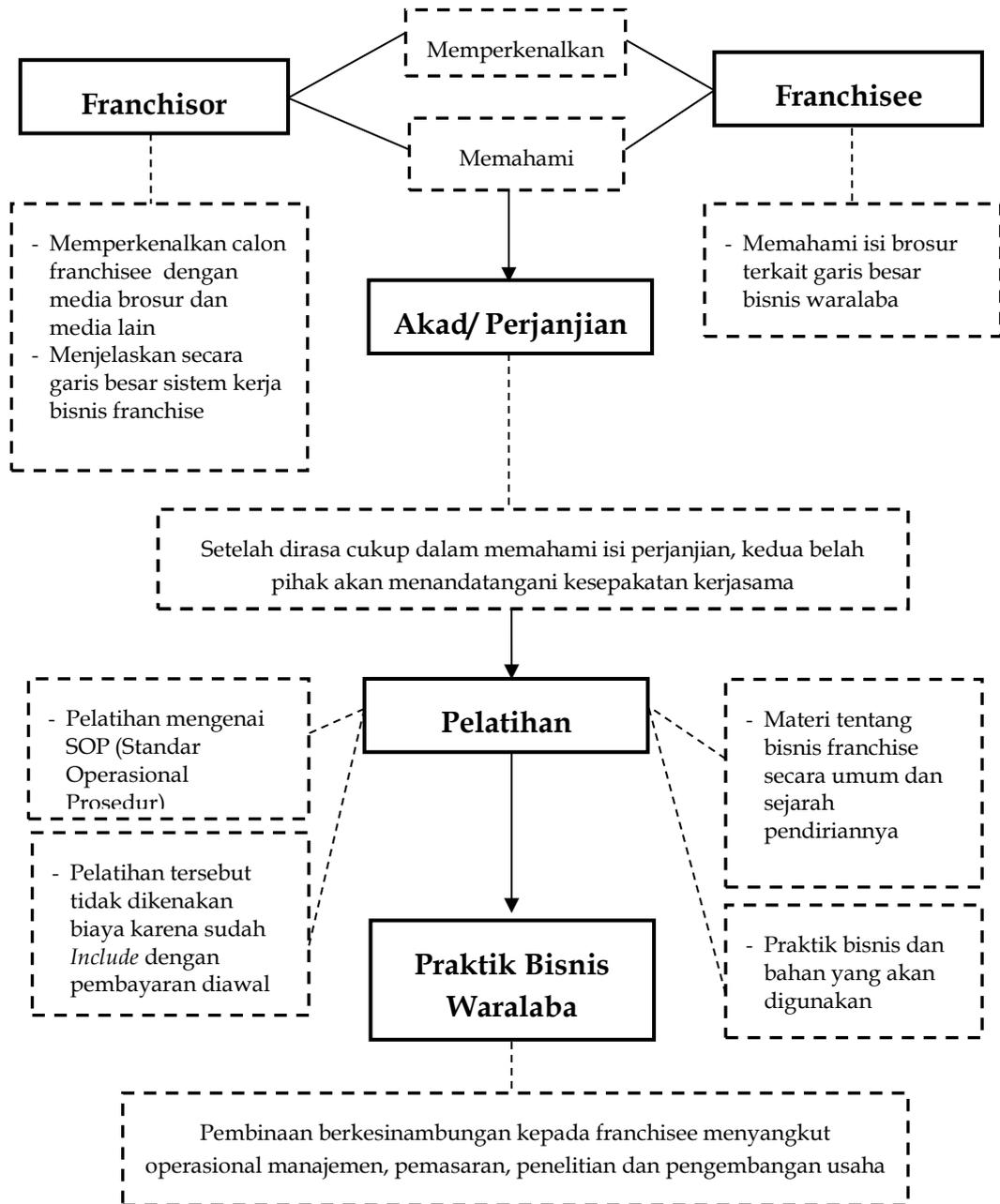
Setelah sepakat untuk menjalin kerjasama *franchisee* akan mulai menjalankan bisnisnya, dimulai dari pendirian outlet yang umumnya berdekatan dengan sekolah-sekolah, instansi dan pastinya jalan umum yang mudah diakses banyak orang, kemudian mempersiapkan karyawan yang sebelumnya telah diberikan pelatihan khusus, mempersiapkan bahan-bahan produksi serta metode pembayaran yang akan digunakan. Selain itu mempersiapkan promosi penjualan menggunakan media sosial sebagai bentuk promosi digital kepada masyarakat dan sebagai kesiapan untuk melakukan jual beli.

Dalam sistem waralaba ini, penerima (*franchisee*) tidak melakukan atau mempersiapkan bahan utama seperti yang dilakukan oleh bisnis yang lainnya. Mereka hanya dituntut untuk menyiapkan dimana lokasi yang akan mereka tempati. Selebihnya berupa hak dagang, merek, kemasan bentuk produksi semuanya ditanggung oleh pihak *franchisor*. Ini merupakan bentuk dari pelayanan yang diberikan oleh *franchisor* kepada rekan bisnisnya, sehingga banyak kemudahan dalam menjalankan bisnis waralaba tersebut.

Berdasarkan pemaparan diatas, praktik bisnis waralaba di kota palopo merupakan suatu bisnis yang menjanjikan sebab kemudahan yang ditawarkan oleh *franchisor* kepada *franchisee*. Selain itu alasan keamanan juga terbilang baik dan jelas dalam melakukan persetujuan kesepakatan. Selain itu promosi yang dilakukan melalui media sosial juga menambah percepatan dalam mempromosikan bisnis tersebut kepada masyarakat diluar dari citra merek perusahaan. Sistem waralaba di kota palopo juga serupa dengan konsep syariah yakni sewa menyewa atau ijarah yang merupakan pembelian HAKI yaitu merek dagang berupa ciri khas suatu manajemen usaha sebagai hal yang dimiliki waralaba, bahkan jika dipandang dari sudut akad perjanjian *franchisor* dan *franchisee*.

Gambar 1

Mekanisme Transaksi Praktik Bisnis Waralaba



Sumber: Data diolah, 2022

Konsep Masalah Dalam Bisnis Waralaba Di Kota Palopo

1. Memelihara Agama

Memelihara agama demi terciptanya tujuan akhirat yang bernilai ibadah di sisi Allah swt. Oleh karena itu, Islam mengajarkan kepada umat manusia agar senantiasa menyandarkan tujuan hidupnya demi kemasalahatan yang membawa pada kebaikan. Begitupun terhadap bisnis penerapan agama sangat membantu dalam setiap aktivitas kegiatan sehingga kita harus menegakkan aqidah dalam diri kita dan masyarakat di sekeliling karena aqidah ini sifatnya kekal dan tidak mengalami perubahan dari masa ke masa. Sehingga pedoman beragama sangat dibutuhkan dalam kegiatan bermuamalah.

Sebagaimana hasil wawancara penulis dengan Reski *owner* dari Qnc Laundry terkait memelihara agama dalam bisnis waralaba:

“Unsur memelihara agama yang diterapkan dalam bisnis waralaba adalah hal yang penting, terutama hubungan kedekatan dengan Tuhan dalam bentuk pengaplikasian dan penerapan nilai keagamaan dalam aktivitas bisnis. sebab dari hal ini kita mengerti bahwa setiap perbuatan yang kita lakukan adalah hal yang akan kita pertanggung jawabkan kelak sehingga kita bisa tetap pada jalur yang membawa kita nantinya ke arah yang lebih baik. Selain itu, hubungan kita dengan sesama juga akan terjalin secara harmonis tanpa memandang keyakinan yang dianut sebab tidak memilih- milih siapa yang akan jadi pelanggan dalam bisnis dan berefek pada kita juga nantinya” (Reski Wulandari, Interview, Juli 15, 2022).

Senada dengan yang disampaikan oleh Andriani *Costumer* Goklat bahwa:

“Penerapan agama dalam bisnis waralaba tidaklah membuat kita semakin sulit malah itu dapat menjadi contoh yang baik. Hal itu justru memberi kesadaran kepada kita semua dan juga menjadi pelajaran berharga nantinya. Dan itu juga bisa menjadi alarm kita ketika salah dalam berbuat sesuatu sehingga kembali ke arah yang lebih baik lagi” (Andriani, Interview, Juli 15, 2022).

Adapun pernyataan Aksan *owner* Kamsia Boba mengungkapkan bahwa:

“Dalam menjalankan sebuah bisnis kita juga harus menyeimbangkan antara dunia dan akhiratnya. Dan kembali kepada tujuan bisnis mendapatkan keuntungan dan dan beribadah kepada Allah swt. Dan senantiasa berhubungan baik kepada pelanggan” (Aksan, Interview, Juli 16, 2022).

Berdasarkan pernyataan diatas, pebisnis waralaba di Kota palopo menerapkan prinsip agama dalam melakukan aktivitas bisnisnya. Konsep memelihara agama pada praktiknya berguna untuk menciptakan hubungan yang baik antar sesama serta menjadi pedoman berbisnis yang mengarahkan pebisnis ke jalan yang lebih baik dan meninggalkan perbuatan yang tidak baik. Sebagaimana firman Allah swt dalam QS Ali Imran/3 : 112

ضَرَبَتْ عَلَيْهِمُ الدِّلَّةَ أَيْنَ مَا تَفْتَوُوا إِلَّا بَحْجَلٍ مِّنَ اللَّهِ وَحَبْلٍ مِّنَ النَّاسِ

Terjemahnya:

Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka berpegang pada tali (Agama) Allah dan tali (perjanjian) dengan manusia...

2. Memelihara Jiwa

Islam menganjurkan manusia agar senantiasa menjaga jiwa dengan selalu mengingat dan memperbaiki jiwa dan raga. Di mana dalam diri setiap manusia ada jiwa dan ruh yang harus dijaga agar sesuai dengan syariat Islam. Hal ini merupakan proses pemenuhan kebutuhan hidup dengan rangkaian aktivitas ekonomi di dalamnya namun tak hanya itu kehalalan suatu benda yang akan dinikmati perlu juga diketahui akan halal dan haramnya dari segi produksinya, hak kepemilikannya, beserta transaksi dan investasi (Suhendi, 2017). Untuk itu memelihara jiwa memiliki peran yang sangat sensitif. Namun berbeda dengan yang diutarakan oleh Reski owner Qnc Laundry yang ada di kota Palopo:

“Dalam berbisnis terutama sebagai pemimpin dari usaha yang kita rintis harus ada etika dan contoh yang baik bagi karyawan agar senantiasa membangun komunikasi yang baik. Terkadang hal-hal kecil seperti memberi kejutan bahkan reward yang bagi mereka adalah suatu cara yang dapat membentuk keharmonisan diantara sesama karyawan. Sebab takkan berkurang rezeki kita jika saling berbagi bahkan malah akan ditambahkan berkali lipat dari apa yang kita beri. Selain itu, semangat para karyawan biasanya akan meningkat atas reward dan penghargaan atas kinerjanya sehingga pekerjaan akan terasa lebih ringan dan santai untuk dikerjakan dengan hati senang dan ikhlas. Hal ini tercipta secara alami dari hal kecil yang diberikan dengan ikhlas dengan Ridha Allah swt (Reski Wulandari, Interview, Juli 15, 2022)

Lebih lanjut Aksan Owner Kamsia Boba mengungkapkan:

“Memelihara jiwa dalam berbisnis berarti tidak ada pihak yang merasa dirugikan dalam hal ini bersifat adil dan tidak membeda-bedakan. Hal ini dimaksudkan agar kecemburuan dan sifat iri akan merusak daripada keharmonisan diantara sesama karyawan terlebih lagi kepada konsumen. Dalam berjualan tentunya akan menemui berbagai macam jenis dan perilaku yang nantinya akan dihadapi sehingga peran kita dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan haruslah sama dan tidak ada alasan untuk melakukan perbedaan. Kesabaran juga menjadi kunci, kalau tidak sabar maka pelanggan juga tidak akan betah dan royal kepada kita” (Aksan, Interview, Juli 16, 2022).

Adapun pernyataan dari Razak owner Goklat:

“dalam memelihara jiwa dalam hal bisnis merupakan sebuah dasar agar bisnis terus bertahan. Menurut saya memberikan pelayanan yang sama terhadap pelanggan dan juga bagaimana kita memperlakukan karyawan

kita tanpa adanya perbedaan perlakuan selebihnya menyerahkan segalanya kepada yang Maha mengatur dan pemberi rezeki” (Razak, Interview, Juli 16, 2022).

Dalam Q.S Al-Isra/17:35 Allah swt. Berfirman:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كُنْتُمْ وَرَثًا بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ ۗ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Terjemahnya:

Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.

3. Memelihara Akal

Penerapan konsep memelihara akal dalam bisnis waralaba ialah mampu mengkondisikan dan menerapkan semua gagasan dan ide kemudian membuatnya menjadi sebuah aktivitas yang mengarah kepada yang baik. Hal ini dimaksudkan agar seluruh aktivitas yang menggunakan akal yang bersih dan tenang dapat menciptakan sebuah ide yang cemerlang demi keberlangsungan usaha yang dimiliki. Bahkan teknologi pun tidak lepas dari kecerdasan akal manusia demi mewujudkan tujuan daripada usaha (Aminah et al., 2017). Sebagaimana yang diungkapkan oleh *Owner* Goklat Razak:

“ketika menjalankan sebuah usaha bentuk pengaplikasian ide yang dalam pikiran dituangkan menjadi sebuah aktivitas baru, kemudian melakukan evaluasi untuk menguji coba apakah hal ini cocok untuk diterapkan atau tidak. Begitupun dengan konsumen jika mereka setuju dan nyaman dengan layanan yang kita berikan maka otomatis akan ter set dalam akal mereka bahkan mereka juga terkadang memberikan masukan demi kenyamanan bersama” (Razak, Interview, Juli 16, 2022).

Pernyataan tersebut didukung oleh pernyataan yang diungkapkan Sartika konsumen dari Kamsia Boba :

“saya pernah juga ditanya tentang gagasan baru dalam bisnis mereka,tapi menurut saya kalau dirasa cocok kenapa tidak untuk diterima kecuali menimbulkan ketidakadilan bagi konsumen baru kami tidak setuju” (Sartika, Interview, Juli 15, 2022).

Adapun Reski selaku *Owner* dari Qnc Laundry mengungkapkan:

“Sebagai pebisnis waralaba, menghadapi perubahan bisnis yang selalu berubah-ubah diperlukan rencana yang matang dan tentunya harus dihadapi dengan tenang sambil mencari jalan keluar dari permasalahan yang ada. Disini saya juga akan berkomunikasi dengan para karyawan untuk mencari ide yang bagus untuk tetap mempertahankan usaha” (Aksan, Interview, Juli 16, 2022).

Konsumen QnC Laundry Ulfiah Dimiyati juga dengan senang hati menerima apabila terjadi perubahan dalam aktivitas tempat langganannya, selagi hal tersebut tidak merugikan dirinya sebagai konsumen, sebagaimana dalam wawancara diungkap:

“jika misalnya tempat saya berlangganan tiba-tiba mengalami perubahan dalam pelayanan ataupun hal lain menurut saya tidak apa-apa asalkan tidak merugikan saya sebagai pembeli di tempatnya, namun terlebih dahulu diberitahukan alasan perubahan tersebut dan menanyakan kepada saya apakah setuju atau tidak dengan hal tersebut” (Ulfiah Dimiyati, Interview, Juli 16, 2022).

Konsep memelihara akal yang ada pada bisnis waralaba di kota Palopo berdasar pada pengamatan peneliti beserta keterangan wawancara adalah adanya perubahan dalam bisnis pola pikir pun pasti akan berubah dengan menyesuaikan dengan kondisi yang ada. Ide gagasan yang diterapkan dalam bisnis tentunya perlu evaluasi apakah cocok untuk diterapkan atau tidak dengan memperhatikan masukan dari karyawan dengan pelanggan agar menjaga loyalitas pelanggan tetap. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Umamah bahwasanya dalam bisnis sering terjadi perubahan yang terkadang mengharuskan kita untuk segera tanggap dan memikirkan kembali ide yang tepat mengatasi *trouble* tersebut selama tidak merugikan kepentingan bersama (Umamah Alisha et al., 2019).

Sebagaimana firman Allah swt dalam QS Al- Israa/17 : 70

وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْوَيْدِ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا

Terjemahnya:

Dan sungguh, Kami telah memuliakan anak cucu Adam, dan Kami angkut mereka di darat dan di laut, dan Kami beri mereka rezeki dari yang baik-baik dan Kami lebihkan mereka di atas banyak makhluk yang Kami ciptakan dengan kelebihan yang sempurna.

4. Memelihara Keturunan

Memelihara keturunan yang dalam bisnis waralaba sendiri tentunya kita ingin memenuhi kebutuhan dalam hidup. Memelihara keturunan yang diterapkan dalam bisnis memungkinkan terpenuhinya kebutuhan hidup oleh pebisnis. Konsep memelihara keturunan dalam bisnis waralaba sebagaimana yang diungkapkan oleh Razak Owner Goklat yakni:

“Jika misalnya saya memulai sebuah bisnis tentunya tujuan awalnya ialah mencari rezeki untuk memenuhi kebutuhan hidup. Pasti semua orang yang berdagang mengharapkan demikian dan itu memang sudah seharusnya. Tetapi perlu diperhatikan bahwa setiap rezeki yang kita peroleh, sebagiannya milik orang lain” (Razak, Interview, Juli 16, 2022).

Hal senada diungkapkan oleh Aksan *Owner* Kamsia Boba dalam wawancaranya adalah:

“Menjadi seorang pebisnis memang terkadang ada untung dan ruginya, namun hal itu bukanlah sebuah akhir dalam perjalanan sebuah bisnis. menyisihkan sebagian pendapatan untuk bekal akhirat tak membuat usaha menjadi bangkrut sebab rencana Allah sangat luar biasa. Dan itu juga yang saya katakan kepada karyawan dan pelanggan saya dan teruntut untuk karyawan saya, biasanya saya memberikan waktu cuti agar mereka bisa menikmati *quality time* bersama dengan keluarganya ” (Aksan, Interview, Juli 16, 2022).

Pernyataan yang diungkapkan Aksan didukung oleh pernyataan Sartika yang merupakan salah satu konsumen dari kamsia boba:

“saya pernah ditanyai oleh karyawan disana tentang apakah anda ingin mendonasikan sedikit dari pembelian yang saya lakukan demi kepentingan amal, dan menurut saya itu boleh saja karena hitung-hitung itu bisa menjadi tambahan pahala buat saya dan itu yang menjadi alasan mengapa saya suka dengan tempat ini (Sartika, Interview, Juli 15, 2022).

Adapun pernyataan yang disampaikan oleh Reski *owner* dari QnC Laundry yang mengungkapkan bahwa:

“sebelumnya saya terlebih dahulu menanyakan kepada pelanggan apakah ia ingin berdonasi, jika ia mau saya menunjukkan tempat ia melakukan sedekah yang sebelumnya telah saya sediakan tanpa ada unsur pemaksaan. Dan saya juga menjelaskan kepadanya kemana arah dan tujuan donasi tersebut” (Reski Wulandari, Interview, Juli 15, 2022).

Kemudian ungkapan Ulfiah yang menjadi salah satu konsumen QnC Laundry:

“sewaktu saya kesana untuk menyerahkan cucian saya dan melakukan pembayaran disitu saya melihat ada kotak amal yang ditaruh diatas meja. Kemudian saya bertanya itu akan diserahkan kemana, bahkan pemiliknya dengan senang hati menjelakannya kepada saya dan bertanya jika saya berminat silahkan dan tidak ada unsur untuk memaksakan jika saya tidak mau.” (Ulfiah Dimiyati, Interview, Juli 16, 2022).

Konsep memelihara keturunan yang ada pada pebisnis waralaba di kota Palopo berdasar pada pengamatan peneliti beserta keterangan wawancara adalah *owner* Goklat belum sepenuhnya menanyakan kepada pelanggan mengenai infaq atau sedekah sebab ia belum melakukan kerjasama donasi dari pihak manapun sehingga ia belum menyampaikannya kepada pelanggannya namun ia paham akan menyisihkan sebagian pendapatan yang ia peroleh dari bisnisnya.

Hal tersebut diperkuat oleh pendapat Enoch bahwasanya berbagai bentuk tindakan yang bernilai kebaikan harus diraih dengan kerja keras sebagai proses untuk menunjukkan keutamaannya yang lebih unggul dibanding lainnya

(Etno, 2007). Allah swt. mengatakan bahwa setiap yang menghadap kiblat kepadanya merupakan bentuk kepatuhan terhadapNya, sebagaimana firman Allah dalam QS. Albaqarah/2:148

وَلِكُلِّ وَّجْهَةٍ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِيْهُوا حَيْثُ اَنتُمْ اَيْنَ مَا تَكُوْنُوْنَ يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا اِنَّ اللّٰهَ عَلٰى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيْرٌ

Terjemahnya:

Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh, Allah Mahakuasa atas segala sesuatu.

5. Memelihara Harta

Memelihara harta menjadi pelengkap dalam *masalah* sendiri sebab Islam tidak melarang seseorang dalam mengumpulkan harta dengan jalan bisnis yang di ridhai Allah swt. Bisnis pun menjadi salah satu sumber terbukanya pintu rezeki, bisnis apapun itu dengan tujuan baik dan pemenuhan kebutuhan hidup. Praktiknya dalam bisnis terutama bisnis waralaba berguna untuk senantiasa memanfaatkan harta dengan sebaik mungkin dan mengeluarkannya sebagian untuk disumbangkan dengan cara mensucikannya melalui berzakat tanpa adanya unsur pencurian ataupun penipuan.

Sebagaimana hasil wawancara penulis dengan konsumen Qnc Laundry Ulfiah Dimiyati bahwa:

“sebelumnya saya juga memiliki keluarga yang berprofesi sebagai penjual, dan saya juga sering bercengkrama dengannya perihal ini. Jawabannya pun sama dengan apa yang saya pikirkan. Sebagaimana kewajiban kita sebagai seorang muslim adalah mengeluarkan zakat agar mensucikan harta yang kita miliki dan memanfaatkannya untuk kepentingan amal dampaknya juga akan ke kita nantinya. Dan alhamdulillah rezekipun terus mengalir dari arah yang tidak kita ketahui” (Ufiah Dimiyati, Interview, Juli 16, 2022).

Adapun Aksan *owner* Kamsia Boba mengungkapkan bahwa :

“untuk menjadi seorang pebisnis, terlepas dari tujuan utamanya adalah memperoleh untung tetapi kita juga harus tahu bahwa dibalik kesuksesan kita itu ada bantuan dari orang lain yang menyokong agar bisnis kita berjalan dengan baik, manajemen yang baik serta komunikasi yang terjalin antar penjual dan pembeli juga karyawan dengan pemiliknya, sehingga hal tersebut perlu di apresiasi dengan sedikit memberikan reward kepada mereka sebagai bentuk amal jariyah (Aksan, Interview, Juli 16, 2022).”

Sedangkan menurut penuturan Razak *owner* Goklat dalam wawancara mengungkapkan bahwa:

“untuk memenuhi kebutuhan hidup saya juga sangat memerlukan keuntungan itu, tetapi tetap bahwa mengeluarkan sebagian harta akan menambah rezeki yang lain dan itu yang menjadi pegangan saya ketika bekerja” (Razak, Interview, Juli 16, 2022).

Tabel 1

Konsep Masalah yang diterapkan oleh Waralaba di Kota Palopo

Masalah	Praktik dalam bisnis
Memelihara Agama	<ul style="list-style-type: none"> - Menciptakan hubungan yang baik kepada Allah - Menciptakan hubungan baik kepada sesama - Menghindari perbuatan yang tidak baik
Memelihara Jiwa	<ul style="list-style-type: none"> - Menjaga keharmonisan dengan para karyawan tanpa memandang perbedaan suku, agama, maupun ras - Kesetaraan dalam menikmati fasilitas
Memelihara Akal	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan akal dalam menjalankan bisnis dan mencari solusi ketika menghadapi sebuah permasalahan
Memelihara Keturunan	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan reward kepada karyawan dengan memberikan cuti kepada karyawan untuk quality time bersama keluarga - Memberikan sumbangsih kepada yang membutuhkan dengan kotak donasi meskipun salah satu tidak menerapkannya kan tetapi memilih <i>on the spot</i> ke tempatnya karena tujuannya sama
Memelihara Harta	<ul style="list-style-type: none"> - Mengeluarkan sebagian pendapatan untuk keperluan amal dan sudah diterapkan secara optimal

Sumber: Data Sekunder, diolah, 2022

Konsep *masalah* melalui digitalisasi sistem pada bisnis waralaba dalam optimalisasi ekonomi kreatif di kota Palopo

Konsep *masalah* yang di masukkan ke dalam bisnis melalui perantara digitalisasi adalah sebuah proses penggabungan sistem yang masih menggunakan media manual ke dalam sistem yang lebih terstruktur yang memudahkan dan memberikan nilai lebih dalam proses kemudahan bertransaksi. Dalam membangun sebuah bisnis, teknologi digital sangat mempengaruhi dalam proses berjalannya sebuah usaha juga demi *survive* dari kerasnya persaingan bisnis yang semakin maju (Affandi, 2021), tidak cukup

hanya dengan teknologi itu saja melainkan bagaimana cara kita agar berusaha mencoba hal baru seperti yang didapatkan dalam konsep *masalahah* yang sesuai dengan usaha kita agar dapat berjalan secara optimal dalam industri ekonomi kreatif.

“konsep bisnis yang hanya itu saja tidak akan cukup tanpa adanya pembaharuan. Oleh karena itu hadirnya konsep Islam dalam bermuamalah sangat diperlukan demi keberlangsungan usaha kedepannya terutama dalam bidang pembaharuan teknologi” (Aksan, Interview, Juli 16, 2022).

Sehingga konsep *masalahah* melalui digitalisasi sistem dalam praktik bisnis waralaba bagi seorang yang bergelut dalam sebuah bisnis bertujuan agar menciptakan sebuah pembaharuan yang tidak lekang oleh waktu. Melihat perkembangan zaman yang semakin hari mengalami perubahan ke arah digitalisasi sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa sistem bisa saja memasukkan konsep *masalahah* dalam sebuah sistem. Pada dasarnya konsep *masalahah* dapat dimasukkan melalui sistem contohnya seberapa besar dalam pemberian reward, gaji untuk menunjang kebutuhan karyawan serta alarm dalam sebuah sistem sebagai pengingat dalam beribadah. Namun semua itu dibutuhkan sebuah proses dan perencanaan ulang dalam membuat sistem teknologi dan diperlukan sumber daya manusia yang ahli dibidang tersebut.

Adapun menurut rezki *owner* QnC Laundry terkait konsep *masalahah* melalui digitalisasi sistem dalam bisnis waralaba:

“teknologi memiliki peran yang sangat penting dalam berbisnis, namun hadirnya konsep *masalahah* juga berbaur menjadi satu dalam teknologi merupakan konsep baru yang sangat menjanjikan dan bahkan nantinya bisa membantu saya agar menjalankan bisnis lebih terarah sembari mengingatkan kita kepada sang pemberi rezeki” (Rezki Wulandari , Interview, Juli 15, 2022).

“niat saya menjalankan bisnis ini selain mencari keuntungan juga untuk mencari pahala sebab apa yang kita lakukan jika disandarkan kepada sang pemberi rezeki maka akan menjadi sebuah kunci dari keberhasilan bisnis. sejak awal menjalankan bisnis waralaba ini tentunya tidak semudah yang dipikirkan sebab ada jatuh bangun dalam perjuangan bahkan pada awal mulai berjualan dengan pendapatan hanya sekitar Rp 200.000 – Rp 300.000 perbulan (Aksan, Interview, Juli 16, 2022).

Pandangan konsep bisnis dengan konsep *masalahah* dalam optimalisasi ekonomi kreatif, pemahaman atas prinsip ini lebih memiliki tantangan tersendiri juga tidak mengandung dengan unsur kebatilan, kerusakan dan kedzaliman. Akan tetapi mengandung unsur kebijakan-kebijakan yang termasuk dalam kebijakan perekonomian sehingga dijadikan pedoman bermuamalah untuk menghindari penyalahgunaan dalam bertransaksi. Dengan demikian konsep *masalahah* melalui digitalisasi sistem bisa dilaksanakan oleh siapapun dalam mengoptimalkan ekonomi kreatif.

Karakteristik seorang wirausaha dalam menggeluti ekonomi digital salah satunya adalah *inovation* sebab untuk mempertahankan sebuah keunggulan yang kompetitif diperlukan sebuah ide karena di zaman seperti sekarang ini seseorang akan mudah meniru sehingga percepatan inovasi sangat diperlukan oleh para pelaku usaha dengan mengandalkan digitalisasi (Kasidi. 2020).

“ inovasi yang saya lakukan terutama dengan penggunaan teknologi sangat membantu saya dalam mengelola usaha yang saya geluti. Mulai dari memasarkan produk saya dan mengatur semua pembukuan dari bisnis saya. Hal ini memudahkan karyawan saya dalam mengatur transaksinya sehingga membangun kepercayaan dirinya selain itu sangat menghemat waktu sehingga mereka juga bisa memanfaatkan waktunya untuk melaksanakan ibadah sebagai bentuk ketaatannya dengan Allah swt. Sebagai pemberi segala nikmat. Sehingga antara dunia dan akhirat dapat seimbang” (Razak, Interview, Juli 16, 2022).

Tabel 2

Konsep *maslahah* melalui digitalisasi sistem pada bisnis waralaba dalam optimalisasi ekonomi kreatif di kota Palopo

Konsep Masalah	Digitalisasi Sistem	Optimalisasi Ekonomi Kreatif
Memelihara Agama	Menjaga hubungan baik dengan menggunakan aplikasi pengingat serta memantau pekerjaan agar lebih cepat untuk dikerjakan	
Memelihara Jiwa	Bertransaksi secara adil dan jujur serta diketahui halal dan haramnya serta kesetaraan dalam menikmati fasilitas	
Memelihara Akal	Perubahan pola pikir yang berakhir pada munculnya ide-ide kreatif yang akan menciptakan teknologi dan inovasi (pembaharuan sistem)	- Mendapatkan value terhadap bisnis - Mempermudah pekerjaan dan hemat waktu
Memelihara Keturunan	Reward kepada karyawan namun belum dikerjakan menggunakan sistem dan masih bersifat manual	- Mencapai kesejahteraan dunia dan akhirat
Memelihara Harta	Perhitungan pendapatan serta laba yang dihasilkan kemudian mengeluarkan sebagian pendapatan untuk keperluan sosial dan lainnya	

Sumber: Data Sekunder, diolah, 2022

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan dalam penelitian ini maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan antara lain: *Pertama*, Bentuk praktik bisnis waralaba yang dilakukan di Kota palopo sudah sesuai dengan prosedur penggunaan hak merek dan produksi yang ditetapkan oleh *franchisor*. *Kedua*, Konsep Masalah dalam bisnis waralaba di Kota Palopo antara lain Konsep memelihara agama dengan menjaga hubungan baik kepada Allah, memelihara jiwa dalam bentuk dari etika dalam menjaga keharmonisan sesama karyawan, memelihara akal yakni perubahan pola pikir, memelihara keturunan dalam bentuk pemenuhan kebutuhan hidup, dan memelihara harta diwujudkan dalam bentuk bahwa harta ada hak orang lain, bersyukur atas nikmat yang diberikan. Konsep *masalah* melalui digitalisasi sistem dalam optimalisasi ekonomi kreatif di Kota Palopo antara lain sebagai sebuah bentuk pembaharuan model transaksi dengan pemanfaatan teknologi sangat mempengaruhi keberlangsungan industri ekonomi kreatif. Digitalisasi memberikan efek kecanggihan dibarengi konsep *masalah* dengan kombinasi sempurna untuk mengantarkan bisnis waralaba kepada nilai kebajikan dan kesejahteraan hidup dunia dan akhirat.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Peters, Michael. (2004). "Education and Ideologies of the Knowledge Economy: Europe and the Politics of Emulation", *Jurnal Social Work & Society*. Volume 2. Issue 2. ISSN 1613-8953
- Abdain. (2014). Peran Sistem Ekonomi Islam dalam Menggurangi Kesenjangan Sosial *Jurnal Muamalah*. Vol. IV, No 2.
- Afifatur Rohimah. (2018). "Era Digitalisasi Media Pemasaran Online dalam Gugurnya Pasar Ritel Konvensional ". *KANAL (Jurnal Ilmu Komunikasi)*. Volume 6. Nomor 2. ISSN 2302-6790 (print), ISSN 2541-2841
- Aminah. (2017). "Maqasid Asy-Syariah Pengertian Dan Penerapan Dalam Ekonomi Islam". *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-ilmu Keislaman*. Volume 3, Nomor 1
- Annaele Herve, Christophe Schmitt, RicoBaldegger. (2020). "Digitalization, Entrepreneurial Orientation and Internationalization of Micro Small-and Medium-Sized Enterprises". *Jurnal: Technology Innovation Management Review*. Volume 10. Nomor 4.
- Arikunto, Suharsimi. (1998). *Manajemen Penelitian*. Cet. IV Jakarta: Rineka Cipta

- Desi Safira & Alif Ilham Akbar. (2020). "Bisnis Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam", AL YASINI: Jurnal Hasil kajian dan Penelitian Dalam Bidang Keislaman Dan Pendidikan, Volume 5. Nomor 1. ISSN:2527-6603(E) 2527-3175 (P).
- Enoh. (2007). "Konsep Baik (Kebaikan) dan Buruk (Keburukan) dalam Al-Quran (Analisis Konseptual terhadap Ayat-ayat Al-Quran yang bertema Kebaikan dan Keburukan", Jurnal MIMBAR, Volume 23. Nomor 1 Januari
- Finny Redjeki dan Azhar Affandi. (2021). "Utilization of Digital Marketing for MSME Players as Value Creation for Costumers during the COVID 19 Pandemic". International Journal of Science and Society. Volume 3. Nomor 1
- Finny Redjeki dan Azhar Affandi. (2021). "Utilization of Digital Marketing for MSME Players as Value Creation for Costumers during the COVID 19 Pandemic". International Journal of Science and Society. Volume 3. Nomor 1
- Hasbiansyah, O. (2008). "Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktek Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi." Mediator: Jurnal Komunikasi. Volume 9. Nomor 9
- Ikhsan Hanif Fuadi. "Apa itu Digitalisasi dan Serta Perannya di Dunia Bisnis dan Industri Newsletter", Newsletter Sasana Digital, <https://sasanadigital.com/apa-itu-digitalisasi-serta-perannya-di-dunia-bisnis-dan-industri/>, diakses tanggal 12 Januari 2022
- Irfan Nursetiawan, Kiki Endah & Li Sujai. (2019). "Digitalisasi Produk Unggulan Desa Sukamaju Kecamatan Cihaurbeuti Kabupaten Ciamis Berbasis QR Code Dan Facebook Marketplace". Jurnal ABDIMAS GALUH. Volume 1. Nomor 1
- Ivone, Fifi Winda Dewi. (2021). "Perancangan Sistem Pencatatan Akuntansi Pada HWL Fashion". Jurnal CONCEPT: Conference on Community Engagement Project. Volume 1. Nomor 1
- Kadir, Syahrudin. (2019). "Pengembangan Pengukuran Kinerja Dengan Masalah Scorecard ". Ad-Deenar Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam .Volume 6. Nomor 1
- Kara, M., Rusanti, E., & Sofyan, A. S. (2023). Consumer Choice Behavior in Partnership Systems (Teseng): Qualitative Analysis of Theory of Planned Behavior. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 10(1), 133-154.
- Kasidi. (2020). "Tantangan Kewirausahaan di Era Ekonomi Digital". Journal of Economic Education and Entrepreneurship. Volume 1. Nomor 1
- Muhammad Rijalus Sholihin, Wahyu Arianto, Dina Fitri Khasanah. "Keunggulan Sosial Media Dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif Era

Digital Di Indonesia, Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

- Rivai, M. Muchtar. (2012). "Pengaturan Waralaba Di Indonesia: Perspektif hukum Bisnis". *Jurnal Liquidity*. Volume 1, Nomor 2
- Rudy Sofyan, dkk. (2021). "Pemanfaatan Digitalisasi Sebagai Media Pemasaran Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)". *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)*. Volume 1. Nomor 8. ISSN 2797-0760
- Said, S., Sofyan, A. S., & Amiruddin, A. M. A. (2019). Mashlaha in Financing Risk Measurement in Sharia Financing Institutions. *IQTISHADIA*, 12(2), 240-265.
- Sofyan, A. S., Abror, A., Putra, T. W., Muslihati, M., Sofyan, S., Sirajuddin, S., ... & Darussalam, A. Z. (2022). Crisis and disaster management for halal tourism: a systematic review. *Tourism Review*, 77(1), 129-145.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suhendi. (2013). "Pandangan Maqasid Syariah Dalam Mencapai Kesempurnaan Konsepsi Ekonomi Islam", *Jurnal Stie Syariah Bengkalis*
- Syahrudin Kadir, Muh. Wahyuddin Abdullah, Amiruddin Kadir. (2019). "Analisis Pengukuran kinerja dengan pendekatan Masalah SCORECARD". *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*. Volume 6. Nomor 1
- Syauqi, Ahmad Thariq. "Startup sebagai Digitalisasi Ekonomi dan Dampaknya bagi Ekonomi Kreatif di Indonesia". mcsyauqi.com.
- Thaha, F., Parakkasi, I., Sirajuddin, S., & Fathurrahman, R. A. (2022). Value-Chain in Beach Tourism: The Consideration of Maslahah in Strategic Formulation. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 9(2), 309-320.
- Toto Sukartono, Dkk. (2021). "Era Digitalisasi Media Pemasaran Online Pengembangan Usaha Mikro Kecil". *Etos: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. Volume 3. Nomor 1
- Ulfiah Dimiyati (27 Tahun), Costumer Qnc Laundry, Wawancara, Palopo, 16 Juli 2022
- Umamah Alisha. (2019). "Strategi Persaingan Bisnis Waralaba Berbasis Agama". *Jurnal HUMAN FALAH*. Volume 6. Nomor 1.
- W. Creswell, Jhon. 2014. *Research Design Qualitative Quantitative And Mixed Method Approaches*, Edisi 4