



DOI: <https://doi.org/10.38035/jhesm.v3i3>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Makna Keadilan dalam Transaksi Bisnis Syariah: Studi Fenomenologi pada Pelaku UMKM di Indonesia

Atik Budi Paryanti¹, Lukman Hakim Sangapan²

¹Institut Bisnis dan Komunikasi Swadaya, Jakarta, Indonesia, atikbudiparyanti@gmail.com

²Institut Bisnis dan Komunikasi Swadaya, Jakarta, Indonesia, lukayhakim80@gmail.com

Corresponding Author: atikbudiparyanti@gmail.com¹

Abstract: *This study aims to explore the meaning of justice in Islamic business transactions as experienced by micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Indonesia. The issue is critical since many MSME actors claim to operate under sharia principles yet fail to fully embody justice in their business practices. The research employed a qualitative phenomenological approach, focusing on the subjective experiences of business owners in interpreting and applying the principles of Islamic justice. Data were collected through semi-structured interviews, participant observation, and documentation, involving 15 MSME participants across three regions (Malang, Banda Aceh, and Lampung Barat) selected using purposive and snowball sampling techniques.*

Thematic analysis revealed three major themes: (1) justice as a spiritual value, representing obedience and worship to Allah SWT; (2) justice as a socio-economic principle, emphasizing balance and shared responsibility in transactions; and (3) justice as an ethical practice, manifested through honesty, trustworthiness, and transparency in business relations. The findings indicate that justice in Islamic business is understood not only as a normative concept but also as a moral and spiritual experience shaping economic behavior.

This research contributes to the development of Islamic business ethics theory by offering a phenomenological perspective on how justice is experienced in sharia-based MSME practices. Practically, the findings serve as a foundation for policy and mentoring programs to strengthen MSMEs grounded in values of justice and blessing.

Keyword: *Justice, Islamic Business, MSMEs, Phenomenology, Islamic Business Ethics*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk memahami makna keadilan dalam transaksi bisnis syariah sebagaimana dialami oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Isu ini penting karena banyak pelaku UMKM yang mengklaim beroperasi secara syariah, namun belum sepenuhnya menerapkan nilai keadilan dalam praktik bisnis mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologis, dengan fokus pada pengalaman subjektif pelaku usaha dalam menafsirkan dan menerapkan prinsip keadilan syariah. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi partisipatif, dan dokumentasi, melibatkan 15 pelaku UMKM di tiga wilayah (Malang, Banda Aceh, dan Lampung Barat) yang dipilih melalui teknik purposive sampling dan snowball sampling.

Hasil analisis tematik menunjukkan tiga tema utama: (1) keadilan sebagai nilai spiritual, yaitu bentuk ketaatan dan ibadah kepada Allah SWT; (2) keadilan sebagai prinsip sosial-ekonomi, yang menekankan keseimbangan dan tanggung jawab bersama dalam transaksi; dan (3) keadilan sebagai praktik etis, yang diwujudkan melalui kejujuran, amanah, dan transparansi dalam hubungan bisnis. Temuan ini menunjukkan bahwa keadilan dalam bisnis syariah tidak hanya dipahami secara normatif, tetapi juga sebagai pengalaman moral dan spiritual yang membentuk perilaku ekonomi umat.

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan teori etika bisnis Islam dengan memberikan perspektif fenomenologis tentang pengalaman keadilan dalam praktik UMKM syariah. Secara praktis, hasil penelitian ini menjadi dasar bagi penguatan kebijakan dan pendampingan UMKM berbasis nilai-nilai keadilan dan keberkahan.

Kata Kunci: Keadilan, Bisnis Syariah, UMKM, Fenomenologi, Etika Bisnis Islam

PENDAHULUAN

Fenomena pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia telah menjadi tulang punggung ekonomi nasional, menyerap lebih dari 97% tenaga kerja dan menyumbang sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024). Namun, di tengah dinamika globalisasi dan digitalisasi ekonomi, praktik bisnis yang berlandaskan etika dan keadilan masih menjadi tantangan. Banyak pelaku UMKM menghadapi dilema moral dan praktis dalam menjaga keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan nilai-nilai keislaman, khususnya dalam menerapkan prinsip keadilan syariah dalam transaksi bisnis (Herviana & Widianingsih, 2025).

Dalam konteks global, prinsip keadilan menjadi fondasi penting dalam sistem ekonomi Islam. Keadilan dalam transaksi bukan hanya bermakna pembagian keuntungan yang setara, tetapi juga mencakup integritas, transparansi, dan tanggung jawab sosial dalam setiap interaksi ekonomi. Namun, berbagai studi menunjukkan bahwa penerapan prinsip tersebut sering kali belum optimal di tingkat mikro, terutama dalam sektor UMKM yang masih dihadapkan pada keterbatasan literasi syariah dan akses terhadap pembiayaan halal (Rasha & Suwar, 2025).

Konteks nasional memperlihatkan bahwa sebagian besar UMKM yang mengklaim beroperasi dengan prinsip syariah belum sepenuhnya memahami makna substantif dari keadilan dalam bisnis. Praktik bisnis kerap kali hanya menitikberatkan pada aspek kepatuhan formal, bukan pada nilai moral dan sosial dari keadilan itu sendiri. Penelitian oleh Safwan (2025) menunjukkan bahwa masih banyak pelaku UMKM yang memandang akad syariah sebagai kewajiban administratif, bukan sebagai refleksi etis dalam menjaga keseimbangan antara kepentingan produsen, konsumen, dan masyarakat.

Secara filosofis, konsep keadilan dalam Islam memiliki makna yang mendalam, sebagaimana diuraikan dalam maqasid syariah—menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dalam praktik ekonomi, nilai-nilai ini menuntut pelaku bisnis untuk tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga menegakkan keadilan distributif dan komutatif dalam hubungan ekonomi (M. Syariah, 2024). Namun, penerjemahan nilai-nilai tersebut ke dalam praktik bisnis UMKM masih menghadapi kendala interpretatif dan struktural.

Kajian empiris menunjukkan bahwa ketimpangan dalam penerapan prinsip keadilan syariah tidak hanya disebabkan oleh kurangnya pengetahuan, tetapi juga oleh budaya bisnis yang cenderung pragmatis. Dalam penelitian Wardani (2025), ditemukan bahwa sebagian pelaku usaha masih menafsirkan etika bisnis syariah sebatas kejujuran dan kehalalan produk, tanpa mempertimbangkan aspek keadilan dalam pembagian risiko dan keuntungan.

Lebih jauh, pendekatan fenomenologis menjadi relevan untuk menggali makna keadilan sebagaimana dialami oleh para pelaku UMKM syariah. Pendekatan ini tidak hanya menyoroti perilaku atau kepatuhan formal, tetapi juga berupaya memahami kesadaran dan pengalaman subjektif pelaku usaha dalam menafsirkan nilai-nilai keadilan dalam konteks bisnis sehari-hari (Hardi, 2025). Dengan demikian, penelitian ini menempatkan makna keadilan sebagai konstruksi sosial yang dinamis, terbentuk dari interaksi antara nilai agama, budaya lokal, dan realitas ekonomi.

Meskipun sejumlah studi telah membahas prinsip keadilan dalam hukum bisnis Islam (Anggreini et al., 2025) dan implementasinya dalam pembiayaan syariah (Sasongko & Budianto, 2024), masih terdapat keterbatasan dalam memahami dimensi makna yang dialami pelaku UMKM secara langsung. Kekosongan literatur ini menunjukkan perlunya eksplorasi kualitatif yang lebih mendalam terhadap pengalaman, persepsi, dan pemaknaan pelaku bisnis terkait keadilan syariah dalam praktik mereka.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami makna keadilan dalam transaksi bisnis syariah sebagaimana dipersepsikan dan dialami oleh pelaku UMKM di Indonesia. Fokus kajian ini terletak pada bagaimana pelaku usaha menafsirkan nilai keadilan dalam konteks relasi ekonomi, sosial, dan spiritual. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wacana etika bisnis Islam dalam ranah fenomenologi sosial, sedangkan secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi acuan bagi regulator, lembaga keuangan syariah, dan pendamping UMKM dalam membangun ekosistem bisnis yang lebih adil dan berkelanjutan.

METODE

Metode penelitian dalam studi “Makna Keadilan dalam Transaksi Bisnis Syariah: Studi Fenomenologi pada Pelaku UMKM di Indonesia” menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologis yang bertujuan memahami pengalaman subjektif pelaku usaha dalam menafsirkan dan menerapkan prinsip keadilan syariah. Desain penelitian ini berfokus pada eksplorasi makna, bukan pengujian hipotesis, dengan landasan teori fenomenologi Husserl yang menekankan pemahaman kesadaran pengalaman manusia secara mendalam. Subjek penelitian terdiri atas 15 pelaku UMKM syariah yang tersebar di tiga wilayah Indonesia, yaitu Malang, Banda Aceh, dan Lampung Barat, yang dipilih dengan teknik purposive sampling dan diperluas melalui snowball sampling untuk menemukan informan yang memiliki pengalaman relevan. Instrumen utama penelitian adalah peneliti sendiri sebagai instrumen kunci (human instrument), dibantu dengan pedoman wawancara semi-terstruktur, lembar observasi partisipatif, serta dokumen pendukung seperti laporan usaha, catatan transaksi, dan arsip kegiatan bisnis.

Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui tiga tahap utama: (1) pra-lapangan, mencakup studi literatur, penyusunan pedoman wawancara, dan perizinan penelitian; (2) pengumpulan data lapangan, melalui wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap aktivitas bisnis informan, disertai pencatatan naratif dan perekaman audio; serta (3) verifikasi data, dengan melakukan member checking kepada informan untuk memastikan validitas makna yang diperoleh. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis tematik Braun & Clarke (2021), melalui tahap familiarisasi data, pengkodean awal, identifikasi tema, peninjauan dan penamaan tema, hingga interpretasi makna fenomenologis. Kredibilitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan metode, serta refleksi diri peneliti terhadap bias interpretatif. Dengan desain dan tahapan tersebut, penelitian ini memungkinkan replikasi oleh peneliti lain yang ingin mengkaji fenomena serupa di konteks bisnis syariah lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian fenomenologis ini mengungkap tiga tema utama yang merepresentasikan makna keadilan dalam transaksi bisnis syariah di kalangan pelaku UMKM di Indonesia, yaitu: (1) keadilan sebagai nilai spiritual, (2) keadilan sebagai prinsip sosial-ekonomi, dan (3) keadilan sebagai praktik etis dalam interaksi bisnis. Tema-tema ini muncul dari hasil analisis data wawancara mendalam dan observasi terhadap 15 pelaku UMKM di tiga wilayah: Malang, Banda Aceh, dan Lampung Barat.

Tema pertama, *keadilan sebagai nilai spiritual*, menunjukkan bahwa para pelaku UMKM memahami keadilan sebagai manifestasi dari ketaatan kepada Allah SWT. Mereka menafsirkan praktik bisnis yang adil sebagai bagian dari ibadah. Salah satu informan, seorang pengusaha kopi syariah di Lampung, menyatakan:

“Kalau kita berlaku adil dalam jual beli, itu bukan hanya soal untung rugi, tapi soal keberkahan. Allah suka orang yang jujur dan adil.”

Makna ini memperkuat pandangan bahwa nilai keadilan dalam bisnis syariah bersumber dari kesadaran spiritual, sejalan dengan temuan Abrori & Sakinah (2024) yang menyebutkan bahwa etika bisnis Islam selalu berakar pada prinsip *halalan tayyiban*, yakni kebaikan moral dan material secara bersamaan.

Tema kedua, *keadilan sebagai prinsip sosial-ekonomi*, menyoroiti pemahaman pelaku UMKM bahwa transaksi syariah harus mencerminkan keseimbangan antara hak produsen, konsumen, dan masyarakat. Dalam konteks ini, keadilan dipahami sebagai mekanisme untuk mencegah eksploitasi dan ketimpangan dalam hubungan ekonomi. Beberapa pelaku usaha menekankan pentingnya berbagi risiko dalam akad syirkah dan mudharabah, sebagaimana dinyatakan oleh seorang informan di Banda Aceh:

“Kami tidak mau ada pihak yang merasa dirugikan. Kalau rugi, ya sama-sama tanggung, kalau untung juga berbagi.”

Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian Amrullah (2022) yang menemukan bahwa prinsip ekonomi Islam mendorong keadilan distributif sebagai pilar utama keberlanjutan usaha mikro di daerah Samalanga.

Tema ketiga, *keadilan sebagai praktik etis dalam interaksi bisnis*, menunjukkan bahwa pelaku UMKM berusaha menerapkan nilai-nilai kejujuran, amanah, dan transparansi dalam setiap proses transaksi. Keadilan dalam konteks ini lebih menekankan pada perilaku sehari-hari seperti tidak menaikkan harga secara tidak wajar, menepati akad, dan menghindari tipu daya. Seorang informan pengrajin busana syariah di Malang menyatakan:

“Kami tidak hanya jual barang, tapi juga jual kepercayaan. Kalau harga kami adil, pelanggan juga balik lagi.”

Pernyataan ini mencerminkan pandangan bahwa keadilan bukan hanya prinsip abstrak, melainkan strategi moral yang memperkuat hubungan sosial dan keberlanjutan usaha. Pandangan ini sejalan dengan temuan Yahya, Maharani, & Amanullah (2024) yang mengidentifikasi keadilan sebagai faktor utama yang membentuk karakter wirausaha Muslim di Indonesia.

Diskusi

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa keadilan dalam konteks bisnis syariah dipahami secara holistik oleh pelaku UMKM — tidak hanya sebagai norma hukum, tetapi juga sebagai nilai spiritual dan sosial. Interpretasi ini memperkaya teori *maqasid syariah*, di mana keadilan (*al-‘adl*) menjadi tujuan utama dalam mencapai kemaslahatan bersama (*maslahah*). Penemuan tema keadilan sebagai nilai spiritual memperluas pandangan M. Syariah (2024), yang menempatkan keadilan terutama dalam konteks kepatuhan hukum

syariah, dengan menunjukkan bahwa pelaku usaha memaknai keadilan secara eksistensial dan transendental.

Secara empiris, hasil penelitian ini juga memperkuat temuan Anggreini, Alma, & Fathimah (2025) bahwa keadilan dalam hukum bisnis Islam tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial dan pengalaman individu yang terlibat. Namun, penelitian ini melangkah lebih jauh dengan menyoroti dimensi fenomenologis — bagaimana keadilan dirasakan, dihayati, dan diwujudkan dalam praktik transaksi harian UMKM. Hal ini menandakan bahwa pendekatan fenomenologi mampu menjembatani kesenjangan antara teori normatif dan praktik empiris dalam studi ekonomi Islam.

Perbandingan dengan studi Aidilla (2025) menunjukkan kesamaan dalam menekankan pentingnya distribusi keadilan dalam bisnis syariah, namun berbeda dalam konteks penerapannya. Jika penelitian Aidilla berfokus pada pengembangan instrumen penilaian kelayakan bisnis syariah berbasis akad, maka penelitian ini menggali makna keadilan dari pengalaman subjektif pelaku UMKM, sehingga memberikan kontribusi pada dimensi pemaknaan etis yang belum banyak dieksplorasi sebelumnya.

Temuan tentang keadilan sebagai praktik etis juga memperkuat literatur mengenai etika bisnis Islam kontemporer. Abrori & Sakinah (2024) menegaskan bahwa etika bisnis syariah tidak hanya berbicara soal kepatuhan terhadap aturan, melainkan tentang perilaku moral yang menjaga keberkahan transaksi. Dalam konteks ini, hasil penelitian memperlihatkan bahwa pelaku UMKM memahami keadilan sebagai “keberkahan yang dirasakan bersama,” bukan hanya sebagai keseimbangan matematis antara hak dan kewajiban.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya penguatan pendidikan etika bisnis syariah yang menekankan makna keadilan dalam dimensi spiritual, sosial, dan ekonomi. Program pendampingan UMKM berbasis syariah perlu melibatkan pelatihan reflektif yang membantu pelaku usaha menafsirkan nilai-nilai keadilan dalam konteks keseharian mereka. Secara teoretis, penelitian ini memperluas kerangka etika bisnis Islam dengan menambahkan lapisan fenomenologis yang menyoroti dimensi pengalaman dan kesadaran pelaku usaha sebagai agen moral.

Penelitian ini juga membuka peluang bagi kajian lanjutan yang lebih spesifik, misalnya eksplorasi makna keadilan dalam rantai pasok halal, pembiayaan mikro syariah, atau praktik digital commerce berbasis nilai Islam. Dengan demikian, studi ini tidak hanya berkontribusi pada pengayaan teori etika bisnis Islam, tetapi juga menawarkan perspektif baru dalam memahami keadilan sebagai pengalaman hidup yang membentuk integritas dan keberlanjutan usaha UMKM di era ekonomi syariah.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa makna keadilan dalam transaksi bisnis syariah pada pelaku UMKM di Indonesia memiliki dimensi spiritual, sosial, dan etis yang saling terkait. Melalui pendekatan fenomenologi, penelitian ini menemukan bahwa keadilan dipahami tidak hanya sebagai prinsip normatif dalam hukum Islam, tetapi juga sebagai pengalaman batin yang memandu perilaku bisnis sehari-hari. Para pelaku UMKM menafsirkan keadilan sebagai bentuk ketaatan kepada Allah SWT (*nilai spiritual*), mekanisme untuk menjaga keseimbangan sosial-ekonomi (*nilai sosial*), dan pedoman etika dalam interaksi bisnis (*nilai etis*).

Secara teoretis, penelitian ini memperluas wacana etika bisnis Islam dengan menambahkan perspektif fenomenologis yang menyoroti dimensi kesadaran dan pengalaman subjektif pelaku usaha. Hasil ini memperkaya teori *maqasid syariah* dengan menunjukkan bahwa penerapan keadilan dalam praktik bisnis tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan terhadap akad, tetapi juga dengan proses refleksi moral yang berkelanjutan. Temuan ini sejalan dengan studi-studi terdahulu seperti Anggreini et al. (2025) dan Yahya et al. (2024),

namun menambahkan kedalaman analisis terhadap pengalaman keadilan sebagai fenomena hidup yang dialami pelaku UMKM.

Dari sisi praktis, penelitian ini menegaskan pentingnya pembinaan dan pendampingan pelaku UMKM berbasis syariah yang tidak hanya berfokus pada aspek teknis atau keuangan, tetapi juga pada penguatan nilai-nilai keadilan dan etika dalam transaksi bisnis. Lembaga keuangan syariah, pemerintah daerah, dan lembaga pendidikan Islam perlu berkolaborasi dalam membangun ekosistem usaha yang menanamkan kesadaran spiritual dan tanggung jawab sosial di kalangan pelaku UMKM. Dengan demikian, keadilan dapat menjadi fondasi yang memperkuat keberlanjutan dan daya saing ekonomi Islam di tingkat mikro.

Sementara itu, dari sisi kebijakan, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pengambil keputusan untuk merancang instrumen pembiayaan dan kebijakan UMKM yang berbasis nilai keadilan syariah. Program pembiayaan mikro, sertifikasi halal, dan pelatihan etika bisnis perlu diarahkan untuk tidak hanya mengukur keberhasilan dari aspek material, tetapi juga dari keseimbangan moral dan sosial yang dihasilkan.

Penelitian ini juga membuka ruang untuk kajian lanjutan yang lebih mendalam mengenai penerapan prinsip keadilan dalam konteks digital commerce syariah, rantai pasok halal, atau interaksi antaraktor dalam ekosistem bisnis syariah modern. Pendekatan fenomenologi sosial dan grounded theory dapat digunakan untuk menggali lebih jauh dinamika makna keadilan dalam konteks perubahan ekonomi yang semakin kompleks.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat pemahaman terhadap keadilan sebagai inti moral dan spiritual dalam bisnis syariah. Keadilan tidak lagi dipandang sebagai konsep hukum semata, tetapi sebagai pengalaman hidup yang menjadi dasar keberlanjutan, kepercayaan, dan keberkahan dalam aktivitas ekonomi umat.

REFERENSI

- Amran, M., Sangapan, L. H., & Manurung, A. H. (2025). Efektivitas strategi sumber daya manusia dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas karyawan. *Journal of Social and Human Resource Research (JSHR)*, 1(2), 14–20. <https://journal.adlermanurungpress.com/index.php/jshr/article/view/33>
- Anggreini, A., Alma, A. F., & Fathimah, F. (2025). *Konsep Keadilan dalam Hukum Bisnis Islam: Studi atas Akad dan Transaksi Modern*. Jurnal MRBIMA.
- Braun, V., & Clarke, V. (2021). *Thematic Analysis: A Practical Guide*. Sage Publications.
- Fatwa, I. A. (2024). *Analisis Konsep Keadilan dalam Sistem Perbankan Syariah: Studi Kasus Implementasi Akad Murabahah di Bank Syariah Indonesia*. *Sahmiyya Journal*.
- Gerson, G., Sangapan, L. H., Manurung, A. H., & Eprianto, I. (2025). Tantangan dan peluang digitalisasi dalam manajemen SDM: Perspektif praktisi dan pengambil keputusan. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 3(2), 134–158. <https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v3i2.93>
- Gerson, G., Sangapan, L. H., Manurung, A. H., & Eprianto, I. (2025). Analisis kualitatif terhadap keterikatan pegawai di era pasca pandemi: Studi kasus pada organisasi di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 3(2), 74–102. <https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v3i2.90>
- Gerson, M., Sangapan, L. H., & Manurung, A. H. (2025). Pengaruh strategi pelatihan dan pengembangan terhadap kinerja relasional karyawan. *Journal of Social and Human Resource Research (JSHR)*, 1(2), 27–33. <https://journal.adlermanurungpress.com/index.php/jshr/article/view/34>
- Hardi, D. R. T. (2025). *Analisis Penerapan Prinsip Syariah dalam Manajemen Bisnis UMKM: Studi Kasus Brand Pakaian 7 Berlian*. *Indonesian Research Journal in Education*.
- Herviana, A., & Widianingsih, M. M. (2025). *Penerapan Etika Bisnis Islam pada UMKM di Indonesia (Literatur Review)*. *Psikosopen*.

- Kurniawan, D., Sangapan, L. H., & Suraji, R. (2024). Analisis keberhasilan pemasaran digital UMKM di Indonesia melalui pendekatan pluralistik Paul Feyerabend. *Fibonacci*, 1(2), 77–89. <https://inovanpublisher.org/fibonacci>
- M. Syariah. (2024). *Implementasi Prinsip Maqasid Syariah dalam Kontrak Bisnis Syariah: Tinjauan Yuridis terhadap Kepatuhan dan Keadilan*. *Journal Sinergi LP*.
- Manurung, A. H., & Sangapan, L. H. (2023). *Pasar Modal*. PT. Adler Manurung Press.
- Manurung, A., Manurung, A. H., Manurung, G., Sangapan, L. H., Manurung, G., & Simanjuntak, J. M. (2025). Free Cash Flow of Telecommunications Companies in Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Jagaditha*, 12(2), 258–268. <https://doi.org/10.22225/jj.12.2.2025.258-268>
- Manurung, A., Nababan, R., Manurung, J. S., Sangapan, L. H., & Manurung, A. H. (2025). Kajian sistematis terhadap regulasi perlindungan anak dalam kerangka hukum nasional dan internasional. *Imperium*, 1(1). <https://doi.org/10.38035/IMPERIUM.v1i1>
- Manurung, A., Nababan, R., Sihar, J., Sangapan, L. H., & Manurung, A. H. (2025). Kajian sistematis terhadap regulasi perlindungan anak. *Imperium*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.62534/imperium.v1i1.5>
- Manurung, A., Sangapan, L. H., Manurung, A. H., & Machdar, N. M. (2025). Strategi sumber daya manusia untuk meningkatkan kinerja organisasi berbasis sustainability. *Journal of Social and Human Resource Research (JSHR)*, 1(2), 55–60. <https://journal.adlermanurungpress.com/index.php/jshr/article/view/36>
- Manurung, G., Ali, H., Manurung, A. H., & Sangapan, L. H. (2025). Kebiasaan berutang di era digital: Kontribusi budaya hemat dan akses pinjaman online terhadap kesehatan keuangan rumah tangga. *Jurnal Citra Manajemen dan Bisnis*, 13(2), 63–78. <https://doi.org/10.63607/jcmb.v13i2>
- Paryanti, A. B., Sangapan, L. H., & Manurung, A. H. (2025). Peran mentorship dalam membentuk karakter wirausaha generasi Z. *Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen Terapan*, 3(2), 44–53. <https://doi.org/10.38035/jkmt.v3i2>
- Rasha, N., & Suwar, A. (2025). *Konsep Etika Bisnis Islam dalam Penguatan UMKM: Relevansi, Tantangan, dan Model Implementasi*. *Jurnal Ukhuwah*.
- Safwan, S. (2025). *Analisis Implementasi Akad-Akad Syariah dalam Transaksi Bisnis UMKM terhadap Keberlanjutan Usaha: Studi Kasus UMKM Kota Sigli*. *Jurnal Heiema*.
- Sangapan, L. H. (2025). Pengaruh kepemimpinan strategis dan moral terhadap kinerja keuangan perusahaan: Peran mediasi komitmen organisasi sebagai dampak dari kepercayaan organisasional – Studi literatur sistematis. *Jurnal Penelitian Manajemen dan Publik (JPMP)*, 13(2). <https://doi.org/10.63607/jcmb.v13i2>
- Sangapan, L. H., & Manurung, A. H. (2025). Peran budaya organisasi dalam implementasi manajemen sumber daya manusia strategik. *Journal of Social and Human Resource Research (JSHR)*, 1(2), 1–7. <https://journal.adlermanurungpress.com/index.php/jshr/article/view/32>
- Sangapan, L. H., Ali, H., Manurung, A. H., & Kurniawan, D. (2024). *Pengaruh Sumber Daya yang Unik dan Pemakaian Teknologi Terhadap Peningkatan Kerja Melalui Motivasi Kerja*. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 2(4), Artikel. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i4.259>
- Sangapan, L. H., Manurung, C., Manurung, R., Manurung, A., & Manurung, A. H. (2025). Penegakan hukum korupsi di Indonesia: Perspektif systematic literature review (2010–2023). *Imperium*, 1(1). <https://doi.org/10.38035/IMPERIUM.v1i1>
- Sangapan, L. H., Manurung, G., & Manurung, A. H. (2025). Peran pelatihan dan pengembangan dalam peningkatan kapabilitas SDM di sektor pendidikan. *Jurnal Shr*, 1(1), 24–33. <https://doi.org/10.38035/jshr.v1i1>

- Sangapan, L. H., Paryanti, A. B., & Manurung, A. H. (2025). Eksplorasi pengalaman wirausahawan muda dalam mewujudkan entrepreneurial mindset di kalangan mahasiswa. *Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen Terapan*, 3(1), 36–47. <https://doi.org/10.38035/jkmt.v3i1>
- Saputra, R., Novianty, R., & Idayanti, R. (2025). Efektivitas Pembiayaan Syariah Kelompok dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku UMKM Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam. *Ikraith Ekonomika*.
- Sasongko, D. F., & Budianto, E. W. H. (2024). Internalisasi Nilai Moderasi Beragama dalam Sistem Ekonomi Syariah pada UMKM Halal melalui Produk Pembiayaan Syariah. *Repository UIN Malang*.
- Silalahi, E. E., Sangapan, L. H., Manurung, A. H., & Machdar, N. M. (2025). Strategi peningkatan kompetensi digital karyawan melalui manajemen sumber daya manusia strategik. *Journal of Social and Human Resource Research (JSHR)*, 1(2), 41–47. <https://journal.adlermanurungpress.com/index.php/jshr/article/view/35>
- Sipahutar, I. A., & Fayyaza, A. (2025). Implementasi Etika Bisnis dalam Praktik Usaha Mikro Berbasis Ekonomi Islam di Indonesia. *EcoInsight Journal*.
- Suharto, B. (2024). Analisis Kontribusi Prinsip Syariah dalam Manajemen Keuangan UMKM di Indonesia. *Margin Journal*.
- Wardani, R. A. K. (2025). Implementasi Prinsip Etika Bisnis Syariah dalam Ekspor Kopi oleh UMKM di Lampung Barat. *Indonesian Law Journal*