

INOVASI BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN STARTUP DALAM PERSPEKTIF SYARIAH: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW PERIODE 2013–2023

Ahmad Husein¹, M. Solih Batubara²

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal^{1,2}

huseinloebis01@gmail.com

Abstract

This study aims to map and synthesize research on business innovation and startup entrepreneurship from a Sharia perspective during 2013–2023. A systematic literature review (SLR) was conducted following the PRISMA 2020 guidelines, focusing on Islamic, Muslim, and halal entrepreneurship, business innovation, and new business development. The findings identify four main research streams: Islamic entrepreneurship concepts; innovation and entrepreneurial capabilities in halal businesses; the role of values and religiosity in business behavior; and new business opportunities within the halal ecosystem, including halal tourism. The literature shows that Sharia functions not only as a compliance framework but also as a value orientation for developing and evaluating innovation. However, research specifically addressing startups remains limited, as most studies focus on MSMEs and halal entrepreneurs. This study highlights Sharia-compliant startup innovation as an emerging field connecting entrepreneurial orientation, Islamic values, innovation capabilities, and sustainability.

Keywords: *business innovation; startups; Islamic entrepreneurship; halal entrepreneurship; systematic literature review.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan memetakan dan mensintesis perkembangan kajian inovasi bisnis dan kewirausahaan startup dalam perspektif syariah selama periode 2013–2023. Penelitian menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR) dengan pedoman PRISMA 2020, dengan fokus pada *Islamic entrepreneurship*, *Muslim entrepreneurship*, *halal entrepreneurship*, inovasi bisnis, dan pengembangan usaha baru. Hasil kajian menunjukkan empat tema utama, yaitu konseptualisasi kewirausahaan Islam, inovasi dan kapabilitas kewirausahaan pada bisnis halal, peran nilai dan religiusitas dalam perilaku bisnis, serta pengembangan peluang usaha dalam ekosistem halal, termasuk pariwisata halal. Perspektif syariah tidak hanya berfungsi sebagai kerangka kepatuhan, tetapi juga sebagai orientasi nilai dalam pengembangan dan evaluasi inovasi. Namun, kajian yang secara khusus membahas startup syariah masih terbatas karena sebagian besar penelitian berfokus pada UMKM dan pelaku usaha halal. Penelitian ini menegaskan bahwa inovasi bisnis startup berbasis syariah merupakan bidang yang mengintegrasikan orientasi kewirausahaan, nilai Islam, kapabilitas inovasi, dan keberlanjutan.

Kata kunci: *inovasi bisnis; startup; kewirausahaan Islam; halal entrepreneurship; systematic literature review*

Pendahuluan

Perubahan teknologi, digitalisasi pasar, dan munculnya model bisnis berbasis platform telah mengubah cara usaha baru menciptakan dan menangkap nilai. Dalam konteks tersebut, startup tidak sekadar dipahami sebagai usaha kecil yang baru berdiri, tetapi sebagai organisasi yang mencari model bisnis yang dapat direplikasi dan dikembangkan pada skala yang lebih besar. Karakter tersebut menjadikan inovasi sebagai elemen sentral dalam proses kewirausahaan. Namun, ketika aktivitas startup ditempatkan dalam perspektif syariah, ukuran keberhasilan bisnis tidak dapat dibatasi pada pertumbuhan, profitabilitas, atau kecepatan penetrasi pasar. Aktivitas usaha juga perlu dipertimbangkan berdasarkan kehalalan objek, kepatuhan transaksi, keadilan pertukaran, kemaslahatan, dan orientasi etis.

Literatur kewirausahaan Islam menunjukkan bahwa agama dapat membentuk orientasi, perilaku, dan keputusan bisnis. Hassan (2022), melalui systematic literature review terhadap penelitian Muslim entrepreneurship, menemukan bahwa literatur manajemen masih menghadapi keterbatasan dalam mengonseptualisasikan dan mengoperasionisasikan Muslim entrepreneurship. Temuan tersebut penting karena menunjukkan bahwa kewirausahaan dalam konteks Muslim tidak cukup dipahami dengan memindahkan konsep entrepreneurship konvensional ke lingkungan mayoritas Muslim.

Sementara itu, Rafiki et al. (2023) memetakan 274 dokumen Scopus mengenai Islamic entrepreneurship dan menunjukkan bahwa bidang ini telah berkembang ke berbagai tema, tetapi masih menyisakan ruang untuk pengembangan konseptual.

Hubungan antara agama dan kewirausahaan juga bersifat lebih luas daripada sekadar persoalan kepatuhan hukum. Kumar et al. (2022) melalui systematic literature review berbasis bibliometrik menunjukkan bahwa penelitian agama dan bisnis telah membahas pengaruh agama terhadap etika bisnis, kepemimpinan, budaya organisasi, keberlanjutan, tanggung jawab sosial, dan perilaku ekonomi. Dengan demikian, perspektif agama berpotensi menjadi mekanisme pembentuk keputusan strategis, bukan hanya perangkat normatif.

Dalam konteks inovasi, beberapa penelitian menunjukkan hubungan yang lebih konkret. Hareebin (2021) menempatkan kapabilitas sosial, jaringan, pembelajaran, dan proses inovasi sebagai bagian penting dari pengembangan halal entrepreneurs. Battour dan Salaheldeen (2022) menunjukkan bahwa industri pariwisata halal dapat membuka peluang bisnis inovatif bagi halal entrepreneurs. Azizuddin dan 'Ainulyaqin (2022) juga menempatkan pariwisata halal sebagai ruang pengembangan produk dan usaha baru yang sesuai syariah. Pada level perusahaan, Utomo (2020) menemukan bahwa religiositas Muslim dan kapabilitas inovasi berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha kecil pada masa ketidakpastian.

Meskipun demikian, penelitian terdahulu memperlihatkan fragmentasi. Sebagian penelitian berfokus pada definisi dan karakter kewirausahaan Islam; sebagian lain pada halal entrepreneurship, UMKM, pariwisata halal, atau perilaku entrepreneur Muslim. Startup sebagai bentuk organisasi yang mengandalkan inovasi, eksperimen model bisnis, teknologi, dan skalabilitas belum menjadi pusat perhatian yang konsisten dalam literatur periode 2013–2023. Karena itu, research gap penelitian ini bukan klaim bahwa belum ada penelitian tentang startup halal atau kewirausahaan Islam, melainkan bahwa hubungan antara karakteristik startup, inovasi bisnis, dan prinsip syariah belum tersintesis secara memadai dalam satu kerangka kajian.

Berdasarkan persoalan tersebut, penelitian ini mengajukan empat pertanyaan: (1) bagaimana perkembangan penelitian mengenai inovasi bisnis dan kewirausahaan startup dalam perspektif syariah selama 2013–2023; (2) konsep dan bentuk inovasi apa yang dominan; (3) bagaimana prinsip syariah diintegrasikan ke dalam model kewirausahaan dan inovasi; dan (4) apa research gap serta agenda penelitian berikutnya. Tujuan penelitian adalah memetakan, membandingkan, dan mensintesis literatur sehingga dapat diperoleh pemahaman yang lebih terintegrasi mengenai startup syariah.

Kontribusi penelitian bersifat teoritis dan praktis. Secara teoritis, artikel menghubungkan literatur Islamic entrepreneurship dengan literatur inovasi bisnis dan startup. Secara praktis, hasil sintesis dapat menjadi dasar bagi pendiri startup,

inkubator bisnis, lembaga keuangan syariah, dan pembuat kebijakan untuk merancang ekosistem inovasi yang tidak hanya mengejar pertumbuhan tetapi juga kepatuhan dan kemaslahatan

Kajian Teori

Kewirausahaan dalam Perspektif Syariah

Kewirausahaan Islam dapat dipahami sebagai aktivitas penciptaan nilai ekonomi yang dijalankan dalam kerangka nilai dan norma Islam. Hassan (2022) menunjukkan bahwa konsep Muslim entrepreneurship dalam literatur manajemen masih belum memiliki batas konseptual yang sepenuhnya mapan. Karena itu, penggunaan istilah kewirausahaan Islam perlu membedakan antara identitas agama pelaku, konteks masyarakat Muslim, dan kewirausahaan yang secara normatif dibangun berdasarkan prinsip syariah.

Dalam pendekatan *maqāṣid al-sharī‘ah*, tujuan aktivitas ekonomi berkaitan dengan penciptaan kemaslahatan dan perlindungan kepentingan fundamental manusia. Jaelani (2019) menghubungkan *maqāṣid al-sharī‘ah* dengan pengembangan kewirausahaan berkelanjutan dan menekankan bahwa kewirausahaan dapat diarahkan pada *mashlahah*, bukan hanya keuntungan individual. Perspektif tersebut memberikan dasar untuk mengevaluasi inovasi berdasarkan dampaknya terhadap manusia dan masyarakat.

Dengan demikian, kewirausahaan syariah dapat diposisikan pada tiga lapisan: kepatuhan terhadap hukum transaksi, internalisasi nilai etika, dan orientasi kemaslahatan. Ketiga lapisan tersebut penting bagi startup karena keputusan inovasi sering kali menyangkut desain produk, monetisasi, pengumpulan data, pembiayaan, pemasaran, dan hubungan dengan pengguna.

Inovasi Bisnis dan Kewirausahaan

Inovasi dalam konteks kewirausahaan mencakup proses penciptaan atau penerapan gagasan baru yang menghasilkan nilai. Pada bisnis halal, inovasi dapat berupa inovasi produk, proses, pemasaran, organisasi, teknologi, maupun model bisnis. Hareebin (2021) menunjukkan bahwa kapabilitas inovatif halal entrepreneurs berkaitan dengan jaringan sosial, pembelajaran, pengetahuan bersama, dan kemampuan adaptasi.

Studi mengenai SME innovation pada komunitas Muslim Minangkabau juga memperlihatkan bahwa nilai personal dan konteks sosial dapat berhubungan dengan praktik inovasi. Penelitian tersebut menempatkan nilai, identitas, dan inovasi sebagai unsur yang saling berhubungan dalam konteks kewirausahaan Muslim (Personal values and SME innovation in a Muslim ethnic group in Indonesia, 2021). Temuan ini memperkuat argumentasi bahwa inovasi tidak berlangsung dalam ruang yang bebas nilai.

Dalam konteks startup, inovasi mempunyai karakter yang lebih dinamis. Startup biasanya melakukan eksperimen terhadap produk dan pasar, menguji proposisi nilai, memanfaatkan teknologi, dan melakukan pivot ketika asumsi awal tidak terbukti. Perspektif syariah karena itu perlu hadir sejak tahap desain inovasi, bukan hanya ketika produk telah memasuki pasar.

Startup dan Ekosistem Bisnis Halal

Istilah startup tidak identik dengan semua bisnis baru. Secara manajerial, startup biasanya menghadapi ketidakpastian tinggi mengenai pelanggan, model bisnis, sumber pendapatan, teknologi, dan skala operasi. Literatur yang secara langsung menghubungkan karakter tersebut dengan prinsip syariah pada periode 2013–2023 masih relatif terbatas dibandingkan literatur mengenai UMKM dan halal entrepreneurship.

Sebagian literatur yang relevan menunjukkan bahwa peluang startup dapat muncul dari perkembangan ekosistem halal. Battour dan Salaheldeen (2022), misalnya, mengidentifikasi peluang inovasi pemasaran dalam pariwisata halal. Azizuddin dan 'Ainulyaqin (2022) melihat pariwisata halal sebagai pendorong inovasi bagi halalpreneurs. Dengan demikian, ekosistem halal dapat menjadi sumber peluang kewirausahaan baru.

Persoalan yang kemudian muncul adalah bagaimana startup menerjemahkan peluang tersebut menjadi model bisnis yang konsisten dengan syariah. Pertanyaan tersebut mencakup pembiayaan, akad, pemasaran, penggunaan teknologi, perlindungan konsumen, serta dampak sosial dan lingkungan. Di titik inilah

perspektif syariah berpotensi berfungsi sebagai mekanisme desain sekaligus evaluasi inovasi.

Sintesis Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Tema	Temuan utama	Keterbatasan/relevansi
Konseptualisasi Islamic/Muslim entrepreneurship	Literatur berkembang tetapi definisi dan operasionalisasi belum sepenuhnya konsisten (Hassan, 2022; Rafiki et al., 2023).	Belum berfokus pada startup dan inovasi model bisnis.
Agama dan entrepreneurship	Agama membentuk etika, perilaku, kepemimpinan, budaya, dan keputusan bisnis (Kumar et al., 2022).	Cakupan lintas agama sehingga aspek syariah spesifik perlu sintesis lanjutan.
Halal entrepreneurship dan inovasi	Jaringan sosial, pembelajaran, kapabilitas dan inovasi penting bagi halal entrepreneurs (Hareebin, 2021).	Objek lebih banyak halal entrepreneurs daripada startup.
Peluang bisnis halal	Pariwisata halal membuka peluang inovasi dan usaha baru (Battour & Salaheldeen, 2022; Azizuddin & 'Ainulyaqin, 2022).	Fokus sektoral; belum menjelaskan startup secara umum.
Religiositas dan inovasi	Religiositas Muslim dan kapabilitas inovasi berhubungan dengan keberlangsungan usaha (Utomo, 2020).	Objek usaha kecil, bukan startup berorientasi skalabilitas.
Maqāṣid dan kewirausahaan	Maqāṣid dapat digunakan sebagai orientasi kemaslahatan dan keberlanjutan (Jaelani, 2019).	Masih memerlukan operasionalisasi untuk inovasi startup.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan systematic literature review (SLR). Pelaporan proses review diarahkan pada PRISMA 2020, yang menyediakan pedoman untuk transparansi identifikasi, seleksi, dan pelaporan studi dalam systematic review (Page

et al., 2021). PRISMA diperlakukan sebagai pedoman pelaporan, bukan sebagai metode analisis tersendiri.

Pencarian literatur dirancang menggunakan kombinasi kata kunci berbahasa Inggris dan Indonesia, antara lain “Islamic entrepreneurship”, “*Muslim entrepreneurship*”, “*halal entrepreneurship*”, “*Islamic business*”, “*business innovation*”, “*entrepreneurial innovation*”, “*startup*”, “*halal startup*”, “*Islamic startup*”, dan kombinasi kata kunci yang menghubungkan entrepreneurship dengan innovation dan sharia. Sumber penelusuran diprioritaskan pada database dan laman akademik yang dapat diverifikasi, termasuk Crossref, DOAJ, SINTA, laman penerbit, dan indeks akademik. Google Scholar diposisikan sebagai alat penelusuran tambahan, bukan satu-satunya dasar validasi.

Rentang publikasi utama ditetapkan 2013–2023. Artikel di luar rentang tersebut tidak dimasukkan sebagai korpus utama, tetapi sumber metodologis atau karya konseptual yang diperlukan untuk menjelaskan metode dan kerangka teori dapat digunakan secara terbatas.

Tabel 2. Kriteria Artikel

Kriteria inklusi	Kriteria eksklusi
Artikel jurnal peer-reviewed yang terbit 2013–2023.	Duplikat.
Membahas entrepreneurship, innovation, startup, halal entrepreneurship, atau konsep yang substantif terkait.	Editorial, berita, opini, dan sumber nonakademik.
Memiliki hubungan substantif dengan Islam, syariah, Muslim entrepreneurship, atau halal business.	Artikel yang hanya menyebut Islam secara perifer.
Metadata dapat diverifikasi melalui sumber akademik/penerbit.	Metadata tidak dapat diverifikasi.
Memiliki kontribusi yang dapat diekstraksi untuk pertanyaan penelitian.	Artikel yang tidak relevan dengan RQ.

Data diekstraksi pada tingkat penulis, tahun, jurnal, objek, konteks, metode, konsep utama, temuan, dan keterbatasan. Analisis dilakukan secara tematik melalui tiga tahap: pengelompokan tema, perbandingan antarstudi, dan sintesis kritis.

Pendekatan ini digunakan karena studi yang ditemukan memiliki variasi desain dan objek sehingga meta-analisis statistik tidak sesuai dengan tujuan penelitian.

Penting dicatat bahwa naskah ini tidak mengklaim jumlah akhir artikel PRISMA berdasarkan angka yang tidak terdokumentasi. Validitas bibliografis dinilai melalui kecocokan nama penulis, judul, jurnal, tahun, volume/issue, halaman atau article number, DOI bila tersedia, dan laman resmi sumber. Sumber yang tidak memiliki metadata memadai tidak digunakan sebagai referensi utama. Penilaian ini berbeda dari penilaian kualitas metodologis studi; yang pertama memastikan sumber benar-benar ada, sedangkan yang kedua menilai kekuatan bukti.

Hasil dan Pembahasan

Perkembangan Tema Penelitian

Sintesis literatur memperlihatkan bahwa kajian kewirausahaan Islam selama periode yang ditinjau dapat dikelompokkan ke dalam beberapa arus. Arus pertama adalah konseptualisasi Islamic/Muslim entrepreneurship. Hassan (2022) menunjukkan adanya keterbatasan definisi dan operasionalisasi, sedangkan Rafiki et al. (2023) menunjukkan luasnya perkembangan tema Islamic entrepreneurship. Arus kedua adalah hubungan nilai agama dengan perilaku bisnis. Kumar et al. (2022) menunjukkan bahwa agama menjadi salah satu kekuatan sosial yang membentuk praktik entrepreneurship dan business.

Arus ketiga adalah inovasi pada halal entrepreneurship. Hareebin (2021) menempatkan kapabilitas jaringan, pengetahuan, pembelajaran, dan inovasi sebagai elemen penting. Penelitian mengenai nilai personal dan inovasi SME pada komunitas Muslim Indonesia juga menunjukkan bahwa nilai dan inovasi dapat dikaji secara bersamaan. Arus keempat adalah pengembangan peluang bisnis dalam ekosistem halal, misalnya pariwisata halal (Battour & Salaheldeen, 2022; Azizuddin & 'Ainulyaqin, 2022).

Keempat arus tersebut belum otomatis membentuk literatur startup syariah. Inilah temuan sintesis yang penting: objek halal entrepreneur, SME, dan Muslim entrepreneur mendominasi banyak studi, sedangkan startup sebagai bentuk organisasi dengan orientasi pertumbuhan dan eksperimen model bisnis belum menjadi kategori analisis yang konsisten.

Inovasi sebagai Instrumen Penciptaan Nilai

Literatur menunjukkan bahwa inovasi pada bisnis halal dapat menghasilkan nilai ekonomi sekaligus nilai sosial dan identitas. Dalam perspektif syariah, penciptaan nilai tidak berhenti pada novelty produk. Inovasi perlu dipertimbangkan berdasarkan cara nilai tersebut diciptakan, dipertukarkan, dan didistribusikan. Hal ini menjelaskan mengapa kapabilitas inovasi dan nilai agama dapat dianalisis secara simultan.

Hareebin (2021) memperlihatkan pentingnya kapabilitas sosial dan jaringan dalam membangun inovasi halal entrepreneurs. Secara manajerial, temuan tersebut dapat diterjemahkan ke dalam kebutuhan startup untuk membangun jaringan dengan pelanggan, pemasok, komunitas, regulator, lembaga sertifikasi, dan penyedia pembiayaan. Jaringan tersebut bukan sekadar sumber pemasaran, tetapi juga sumber pengetahuan dan legitimasi.

Battour dan Salaheldeen (2022) menunjukkan bahwa peluang inovatif dapat muncul dari pemahaman terhadap kebutuhan konsumen Muslim dalam pariwisata halal. Ini mengindikasikan bahwa syariah dapat menjadi sumber informasi pasar. Startup tidak harus melihat kepatuhan syariah sebagai biaya tambahan; dalam kondisi tertentu, kepatuhan dapat menjadi bagian dari proposisi nilai.

Prinsip Syariah sebagai Batas dan Sumber Inovasi

Temuan literatur mengarah pada dua fungsi prinsip syariah. Pertama, syariah berfungsi sebagai constraint atau batas, misalnya terhadap riba, gharar, maysir, objek haram, dan praktik transaksi yang tidak sah. Kedua, syariah berfungsi sebagai sumber orientasi inovasi melalui nilai keadilan, amanah, kemaslahatan, dan tanggung jawab sosial.

Fungsi kedua penting bagi pengembangan teori startup syariah. Jika syariah hanya diperlakukan sebagai mekanisme penyaringan halal-haram setelah produk selesai, maka integrasi dengan inovasi menjadi lemah. Sebaliknya, jika prinsip syariah dimasukkan sejak tahap identifikasi masalah, desain produk, model pendapatan, pembiayaan, dan evaluasi dampak, maka syariah dapat berfungsi sebagai design principle.

Jaelani (2019) memberikan dasar konseptual untuk melihat maqāṣid al-sharī‘ah sebagai orientasi kewirausahaan berkelanjutan. Namun, literatur yang ditinjau belum menunjukkan satu model operasional yang seragam untuk mengukur integrasi maqāṣid dalam inovasi startup. Karena itu, agenda penelitian selanjutnya perlu mengembangkan indikator yang dapat menghubungkan prinsip normatif dengan keputusan manajerial yang terukur.

Religiusitas, Nilai, dan Keberlangsungan Usaha

Utomo (2020) menemukan bahwa religiositas Muslim dan kapabilitas inovasi berpengaruh terhadap firm survival pada usaha kecil. Temuan ini penting untuk membedakan antara inovasi sebagai kemampuan teknis dan inovasi dalam lingkungan nilai. Startup menghadapi risiko kegagalan yang tinggi sehingga kemampuan inovasi harus dipadukan dengan mekanisme pengambilan keputusan yang mempertimbangkan risiko dan kepatuhan.

Studi mengenai nilai personal dan inovasi SME pada kelompok Muslim Indonesia menunjukkan bahwa konteks nilai dapat menjadi bagian dari identitas bisnis dan praktik inovasi. Akan tetapi, hubungan tersebut tidak boleh ditafsirkan secara deterministik. Identitas Muslim atau religiositas tidak otomatis menghasilkan inovasi yang lebih tinggi; pengaruhnya bergantung pada konteks, kapabilitas, jaringan, dan mekanisme organisasi.

Dengan demikian, literatur lebih mendukung model kontingensi daripada hubungan linear sederhana. Nilai syariah dapat membentuk orientasi, tetapi kemampuan inovasi, sumber daya, akses modal, jaringan, dan lingkungan institusional tetap menentukan bagaimana orientasi tersebut diwujudkan.

Research Gap dari Artikel Literature

Berdasarkan sintesis, terdapat empat kesenjangan. Pertama, kesenjangan objek: banyak penelitian berfokus pada SME, halal entrepreneurs, atau Muslim entrepreneurs, sementara startup sebagai kategori organisasi belum cukup terisolasi secara konseptual. Kedua, kesenjangan integrasi: literatur Islamic entrepreneurship dan innovation sering berkembang pada jalur yang terpisah. Ketiga, kesenjangan operasionalisasi: maqāṣid dan nilai syariah sering dijelaskan secara normatif tetapi belum diterjemahkan secara konsisten menjadi indikator inovasi dan keputusan

startup. Keempat, kesenjangan metodologis: banyak kajian masih bersifat konseptual atau berbasis satu konteks sehingga perbandingan lintas negara, sektor, dan ekosistem startup masih terbuka.

Research gap tersebut menunjukkan bahwa novelty artikel ini tidak terletak pada penciptaan teori baru secara empiris. Novelty berada pada sintesis lintas-literatur yang memposisikan startup syariah sebagai titik temu antara Islamic entrepreneurship, business innovation, halal ecosystem, dan maqāṣid-oriented value creation.

Model Konseptual Hasil Sintesis

Berdasarkan sintesis, artikel mengusulkan model konseptual berikut: nilai dan prinsip syariah membentuk orientasi kewirausahaan; orientasi tersebut berinteraksi dengan kapabilitas internal seperti pengetahuan, pembelajaran, teknologi, dan jaringan; kombinasi tersebut memengaruhi kemampuan inovasi produk, proses, pemasaran, dan model bisnis; hasil inovasi selanjutnya dievaluasi berdasarkan kinerja ekonomi, keberlangsungan usaha, kepatuhan syariah, dan kemaslahatan.

Tabel 3. Model Konseptual Hasil

Lapisan	Komponen	Implikasi manajerial
Normatif	Halal-haram, keadilan, amanah, maqāṣid, mashlahah	Menentukan batas dan arah inovasi.
Entrepreneurial	Proaktivitas, pengambilan risiko, opportunity recognition	Mengubah nilai menjadi tindakan bisnis.
Capability	Pengetahuan, pembelajaran, jaringan, teknologi	Menyediakan kemampuan untuk melakukan inovasi.
Innovation	Produk, proses, pemasaran, model bisnis	Menciptakan dan menangkap nilai.
Outcome	Kinerja, survival, sustainability, kemaslahatan	Menilai keberhasilan secara multidimensional.

Implikasi

Secara teoritis, hasil penelitian mengindikasikan perlunya memperluas studi entrepreneurship dari pendekatan yang hanya menekankan opportunity dan economic value menuju pendekatan yang mengakui value plurality. Dalam startup syariah, economic value tetap penting, tetapi berada dalam hubungan dengan ethical dan

social value. Perspektif tersebut sejalan dengan temuan literatur agama dan bisnis bahwa agama dapat membentuk berbagai aspek aktivitas organisasi (Kumar et al., 2022).

Artikel ini juga memperkuat kebutuhan untuk membedakan Islamic entrepreneurship dari sekadar entrepreneurship oleh individu Muslim. Identitas pelaku tidak cukup untuk menyatakan sebuah startup sebagai startup syariah. Diperlukan bukti mengenai bagaimana prinsip syariah diintegrasikan dalam objek usaha, transaksi, model pendapatan, tata kelola, dan penciptaan nilai.

Bagi pendiri startup, prinsip syariah dapat dimasukkan ke dalam proses desain bisnis sejak awal melalui pemetaan akad, sumber pembiayaan, objek usaha, struktur pendapatan, kebijakan harga, pemasaran, serta pengelolaan data dan konsumen. Bagi inkubator bisnis, kurikulum tidak cukup berfokus pada pitching, market validation, dan fundraising, tetapi perlu memasukkan validasi syariah dan evaluasi dampak.

Bagi lembaga keuangan syariah, hasil sintesis menunjukkan perlunya memahami kebutuhan startup yang berbeda dari UMKM konvensional. Startup membutuhkan pembiayaan yang mempertimbangkan ketidakpastian dan tahapan pertumbuhan, sehingga desain instrumen harus mempertimbangkan struktur risiko sekaligus prinsip syariah. Bagi pembuat kebijakan, pengembangan ekosistem startup halal membutuhkan sinergi antara inkubator, regulator, lembaga sertifikasi, perguruan tinggi, dan lembaga keuangan.

Agenda Penelitian Masa Depan

Agenda	Pertanyaan yang dapat diuji
Operasionalisasi maqāṣid	Bagaimana maqāṣid diterjemahkan menjadi indikator inovasi startup?
Startup versus SME	Apakah mekanisme inovasi startup syariah berbeda dari UMKM halal?
Pembiayaan	Bagaimana instrumen pembiayaan syariah memengaruhi inovasi dan scaling startup?
Teknologi	Bagaimana AI, platform digital, dan data governance dapat diintegrasikan dengan prinsip syariah?
Lintas negara	Apakah pengaruh nilai Islam terhadap inovasi berbeda antarnegara Muslim dan non-Muslim?
Kinerja multidimensi	Bagaimana mengukur kinerja ekonomi, sosial, etika, dan kemaslahatan secara bersamaan?

Kesimpulan

Systematic literature review ini menunjukkan bahwa penelitian mengenai kewirausahaan dalam perspektif Islam telah berkembang dari pembahasan karakter dan definisi menuju isu yang lebih luas seperti halal entrepreneurship, inovasi, keberlanjutan, jaringan sosial, dan peluang bisnis halal. Namun, literatur periode 2013–2023 masih memperlihatkan fragmentasi antara Islamic entrepreneurship, business innovation, dan startup. Inovasi dalam perspektif syariah tidak semestinya dipahami hanya sebagai penciptaan produk baru. Inovasi merupakan proses penciptaan nilai yang perlu memperhatikan objek usaha, mekanisme transaksi, etika, dampak, dan kemaslahatan. Literatur yang ditinjau mendukung pandangan bahwa nilai agama dapat memengaruhi perilaku dan keputusan kewirausahaan, tetapi pengaruh tersebut berinteraksi dengan kapabilitas, jaringan, sumber daya, dan konteks institusional.

Penelitian selanjutnya disarankan mengembangkan instrumen pengukuran inovasi berbasis maqāsid, melakukan studi empiris lintas negara dan sektor, serta membandingkan startup syariah dengan startup konvensional. Penelitian juga perlu menguji bagaimana pembiayaan syariah, regulasi, inkubasi, teknologi digital, dan jaringan ekosistem memengaruhi kemampuan startup untuk berinovasi secara berkelanjutan.

Keterbatasan artikel ini adalah heterogenitas istilah dan objek dalam literatur serta keterbatasan akses terhadap seluruh basis data komersial. Karena itu, angka final diagram PRISMA dan analisis bibliometrik tidak boleh dinyatakan secara pasti tanpa log pencarian database yang dapat diaudit. Pernyataan ini merupakan bagian dari transparansi metodologis penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizuddin, I., & 'Ainulyaqin, M. H. (2022). Industri pariwisata halal: Pendorong inovasi untuk halalpreneurs. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 106–116.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4040>

- Battour, M., & Salaheldeen, M. (2022). Halal tourism: Exploring innovative marketing opportunities for entrepreneurs. *Journal of Islamic Marketing*, 13(4), 887–897. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2020-0191>
- Hareebin, Y. (2021). The social capital capabilities of halal entrepreneurs: A perspective of innovative entrepreneur capabilities. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(6), 189–199.
- Hassan, Y. (2022). A decade of research on Muslim entrepreneurship. *Journal of Islamic Marketing*, 13(6), 1288–1311. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2019-0269>
- Jaelani, A. (2019). Maqashid syariah dan pengembangan kewirausahaan berkelanjutan di Indonesia. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 4(2). <https://doi.org/10.24235/jm.v4i2.5489>
- Kumar, S., Sahoo, S., Lim, W. M., & Dana, L.-P. (2022). Religion as a social shaping force in entrepreneurship and business: Insights from a technology-empowered systematic literature review. *Technological Forecasting and Social Change*, 175, 121393. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121393>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., et al. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372, n71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Rafiki, A., Hidayat, S. E., & Pananjung, A. G. (2023). Islamic entrepreneurship research since 1990: A systematic literature review. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 39–56. <https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v12i1.2086>
- Salaheldeen, M., & Battour, M. (2023). Fostering innovation capability and sustainable innovation in halal industry: The role of halal entrepreneurs' success. *Journal of Islamic Marketing*, 15(3), 777–799. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2022-0323>
- Utomo, H. S. (2020). The effect of Muslim religiosity and innovation capability on firm survival: A study on small enterprises during the Covid-19 pandemic. *Iqtishadia: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 13(2).