

STRATEGI PEMASARAN ISLAMI YANG MENINGTEGRASIKAN ETIKA DAN TEKNOLOGI DALAM Mendukung Keberlanjutan Bisnis

¹Enceng Iip Syaripudin, ²Deni Konkon Furkony, ³Gini Gaussian, ⁴Ujang Burhanudin
Kiki ⁵Rofi'ah 'Alawiyah, ⁶Saep Saepudin

STAI Al Musaddadiyah Garut,¹²³ STAI Darul Arqam Muhammadiyah Garut⁴

UIN Sunan Gunung Djati Bandung⁵⁶

enceng.iip@stai-musaddadiyah.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji strategi pemasaran Islami yang mengintegrasikan prinsip etika dan teknologi untuk mendukung keberlanjutan bisnis syariah di Kabupaten Garut. Fokus utama penelitian adalah menganalisis tantangan yang dihadapi oleh pelaku bisnis syariah di daerah tersebut, seperti penerapan etika Islami yang konsisten, pemanfaatan teknologi yang belum optimal, serta persaingan dengan bisnis konvensional. Selain itu, faktor keterbatasan edukasi pasar dan infrastruktur digital menjadi kendala signifikan dalam meningkatkan daya saing bisnis syariah di Kabupaten Garut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, melalui wawancara mendalam dengan pelaku bisnis syariah di Kabupaten Garut, observasi terhadap praktik pemasaran, serta analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kolaborasi antara nilai-nilai Islami dan inovasi teknologi dapat menciptakan strategi pemasaran yang lebih efektif, memperluas pasar, dan membangun kepercayaan konsumen. Penelitian ini memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku bisnis syariah di Kabupaten Garut untuk meningkatkan daya saing dalam menghadapi dinamika pasar global dengan tetap mempertahankan prinsip syariah.

Kata Kunci: strategi pemasaran Islami, etika, teknologi, bisnis syariah, teknologi

ABSTRACT

This study examines Islamic marketing strategies that integrate ethical principles and technology to support the sustainability of Islamic businesses in Garut Regency. The main focus of the research is to analyze the challenges faced by Islamic business actors in the area, such as the consistent application of Islamic ethics, the underutilization of technology, and competition with conventional businesses. Additionally, factors such as the lack of market education and digital infrastructure pose significant barriers to enhancing the competitiveness of Islamic businesses in Garut Regency. This research uses a qualitative method with a case study approach, involving in-depth interviews with Islamic business actors in Garut Regency, observations of marketing practices, and document analysis. The findings indicate that collaboration between Islamic values and technological innovation can create more effective marketing strategies, expand market reach, and build consumer trust. The study provides practical recommendations for Islamic business actors in Garut Regency to enhance their competitiveness in facing global market dynamics while maintaining Islamic principles.

Keywords: Islamic marketing strategy, ethics, technology, sharia business, technology

PENDAHULUAN

Bisnis syariah di Kabupaten Garut mengalami perkembangan pesat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya nilai-nilai Islami dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Di tengah pesatnya perkembangan ini, strategi pemasaran Islami muncul sebagai pendekatan yang mengedepankan prinsip etika sesuai dengan ajaran Islam, seperti kejujuran, keadilan, dan transparansi. Meskipun demikian, tantangan dalam penerapan prinsip-prinsip etika tersebut masih menghadapi hambatan, terutama karena kompetisi dengan bisnis konvensional yang lebih maju dalam

hal teknologi dan pemasaran. Oleh karena itu, penting untuk mengintegrasikan prinsip etika Islam dengan teknologi modern agar strategi pemasaran bisnis syariah dapat lebih efektif dan berdaya saing. (Lutfi Al-Bassam, 2017) Penerapan prinsip etika dalam bisnis syariah di Kabupaten Garut menjadi landasan yang krusial untuk menciptakan produk dan layanan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar, tetapi juga memberikan manfaat sosial yang lebih besar. Etika Islami, yang menekankan pada kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial, mempengaruhi cara sebuah bisnis beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan, mitra, dan masyarakat luas. Di sisi lain, kemajuan teknologi memungkinkan bisnis untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen. Oleh karena itu, integrasi etika dan teknologi dalam strategi pemasaran menjadi kunci dalam mencapai keberlanjutan bisnis syariah di era digital, khususnya di Kabupaten Garut. (Ahmad Fauzi dan Rahmat Hidayat, 2023).

Dalam Penelusuran Literatur, ada Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa bisnis syariah masih menghadapi berbagai tantangan dalam mengintegrasikan nilai-nilai Islami dalam pemasaran. Hal ini terlihat pada perbedaan cara pemasaran antara bisnis syariah dan bisnis konvensional, di mana bisnis syariah lebih menekankan pada keadilan, transparansi, serta penghindaran unsur riba (bunga) dalam transaksi. (R. M. A. M. Ali, 2021) Sementara itu, bisnis konvensional sering kali lebih fokus pada keuntungan semata, mengabaikan aspek sosial dan etika. Salah satu pendekatan yang diusulkan adalah penggunaan teknologi untuk memodernisasi pemasaran, sekaligus mempertahankan prinsip-prinsip etika Islami. (Ameen, A., Ghasemzadeh, S.M., & Khodabakhshi, 2017)

Teknologi digital, seperti media sosial dan aplikasi mobile, telah menjadi alat yang sangat penting dalam pemasaran modern. Teknologi memungkinkan bisnis untuk menjangkau audiens yang lebih luas, membangun keterlibatan yang lebih dalam dengan konsumen, serta mengumpulkan data untuk strategi pemasaran yang lebih terarah. Pemasaran digital memanfaatkan beragam platform daring, termasuk situs web, media sosial, email, mesin pencari, dan aplikasi seluler. Melalui data serta analitik yang dihasilkan dari interaksi online, pemasar dapat memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai pola perilaku konsumen. Percepatan digitalisasi ini mendorong perubahan yang cepat dan dinamis dalam perilaku konsumen, sehingga perusahaan dituntut untuk terus beradaptasi dan menciptakan inovasi tanpa henti. (Prasetio, M. W., Sudarto, 2022) Namun, penerapan teknologi dalam bisnis syariah perlu dilakukan dengan hati-hati, agar teknologi yang digunakan tetap sesuai dengan prinsip Islam, seperti larangan terhadap manipulasi informasi atau pemasaran yang menyesatkan. (Yessi Avita Sari, 2024)

Seiring perkembangan teknologi, literatur yang membahas integrasi teknologi dalam strategi pemasaran Islami di Kabupaten Garut masih terbatas. Kebanyakan studi lebih fokus pada penerapan prinsip-prinsip syariah dalam bisnis secara umum, dengan sedikit perhatian pada bagaimana teknologi dapat memperkuat atau bahkan berisiko merusak penerapan prinsip etika tersebut, dan Prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, kejujuran, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial dan lingkungan, dapat membantu mengatasi tantangan etika yang dihadapi oleh UKM. (Della Rista Pratiwi, Danang Rosadi, Danish Izza Nadira, 2024) Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan literatur tersebut dengan mengkaji bagaimana teknologi dapat diintegrasikan dalam strategi pemasaran Islami untuk mendukung keberlanjutan bisnis syariah,



khususnya di Kabupaten Garut.

Di Kabupaten Garut, penerapan teknologi dalam bisnis syariah semakin penting, mengingat adanya perubahan dalam perilaku konsumen yang semakin bergantung pada *platform* digital. Teknologi digital memungkinkan bisnis syariah untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, membangun brand awareness, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Namun, bisnis syariah di Kabupaten Garut perlu memastikan bahwa prinsip etika tetap menjadi landasan utama dalam setiap strategi pemasaran yang diterapkan. (Ahmad Fauzi, 2023) Penerapan teknologi dalam pemasaran Islami tidak hanya terbatas pada penggunaan media sosial atau platform digital lainnya, tetapi juga mencakup inovasi dalam pengembangan produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah. Misalnya, dalam pemasaran produk halal, teknologi dapat digunakan untuk memastikan transparansi dan keaslian produk, sehingga konsumen merasa lebih yakin dalam memilih produk tersebut. Selain itu, teknologi dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, dan memperbaiki layanan pelanggan, yang berkontribusi pada keberlanjutan bisnis syariah. (Muhammad Rizal, 2022)

Keberlanjutan bisnis syariah di Kabupaten Garut juga sangat bergantung pada penerapan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial, yang sejalan dengan ajaran Islam tentang kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat. Dalam konteks ini, teknologi dapat digunakan untuk mengukur dan meningkatkan dampak sosial yang dihasilkan oleh bisnis, seperti pengurangan jejak karbon atau kontribusi terhadap pengembangan masyarakat. Oleh karena itu, strategi pemasaran Islami yang mengintegrasikan etika dan teknologi harus mempertimbangkan aspek keberlanjutan yang lebih luas, tidak hanya dari sisi bisnis tetapi juga dari sisi sosial dan lingkungan. (Qizwini & Kaban, 2024) Keberlanjutan bisnis syariah juga membutuhkan dukungan dari berbagai pihak, termasuk regulator, lembaga keuangan, dan masyarakat. Pemasaran Islami yang berbasis etika dan teknologi dapat membantu memperkuat hubungan antara bisnis syariah dengan berbagai pemangku kepentingan, serta membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana strategi pemasaran Islami yang menggabungkan prinsip etika dan teknologi dapat menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara bisnis syariah dan semua pemangku kepentingan. (Muhammad Fadli, 2023) Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang penerapan strategi pemasaran Islami yang mengintegrasikan etika dan teknologi dalam mendukung keberlanjutan bisnis syariah di Kabupaten Garut. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan bisnis syariah di Indonesia, khususnya di wilayah dengan mayoritas Muslim seperti Kabupaten Garut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis strategi pemasaran Islami berbasis etika dan teknologi dalam mendukung keberlanjutan bisnis syariah di Kabupaten Garut. Pendekatan kualitatif dipilih karena dapat menggali pemahaman mendalam tentang praktik pemasaran dan tantangan yang dihadapi pelaku bisnis syariah. (Sadiq, 2021) Populasi penelitian ini adalah pelaku bisnis syariah di Kabupaten Garut yang menggunakan teknologi dalam operasional dan pemasaran. Sampel dipilih dengan teknik purposive sampling, yakni memilih pelaku bisnis yang menjalankan



usaha sesuai prinsip syariah, menggunakan teknologi dalam pemasaran, dan sudah beroperasi minimal selama 3 tahun. Sampel yang diambil meliputi 5–10 pelaku usaha dari berbagai sektor, seperti produk halal dan jasa keuangan syariah. (Sugiono, 2018) Instrumen yang digunakan adalah wawancara mendalam dengan pelaku bisnis syariah, observasi terhadap praktik pemasaran yang diterapkan, dan analisis dokumen seperti materi promosi dan konten media sosial. Data dikumpulkan untuk memahami penerapan etika Islami dan penggunaan teknologi dalam pemasaran. (Suharsimi Arikunto, 2019)

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis tematik dengan mengidentifikasi tema-tema utama, seperti penerapan etika Islami, penggunaan teknologi, dan tantangan yang dihadapi. Triangulasi data digunakan untuk memverifikasi keabsahan temuan dari berbagai sumber. Metode ini memungkinkan penelitian untuk mendapatkan wawasan yang mendalam mengenai strategi pemasaran Islami yang mengintegrasikan etika dan teknologi untuk mendukung keberlanjutan bisnis syariah di Kabupaten Garut. (Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, 2014)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa penerapan strategi pemasaran Islami yang mengintegrasikan prinsip etika dan teknologi dapat memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan bisnis syariah di Kabupaten Garut. Dengan menggabungkan nilai-nilai etika Islam, seperti kejujuran dan transparansi, dengan inovasi teknologi, bisnis syariah dapat memperkuat hubungan dengan konsumen dan meningkatkan daya saing mereka. Beberapa temuan utama yang dihasilkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Penerapan Prinsip Etika dalam Pemasaran:

Bisnis syariah di Kabupaten Garut telah mengadopsi prinsip-prinsip etika Islam, seperti kejujuran, keadilan, dan transparansi, sebagai landasan dalam aktivitas pemasaran mereka. Prinsip-prinsip ini mencerminkan komitmen terhadap nilai-nilai moral yang tinggi dan berfungsi sebagai daya tarik bagi konsumen yang semakin sadar akan pentingnya etika dalam berbisnis. Namun, tantangan yang dihadapi cukup signifikan, terutama dalam memastikan konsistensi penerapan prinsip-prinsip etika di tengah persaingan ketat dengan bisnis konvensional.

Dalam kondisi pasar yang semakin kompetitif, pelaku bisnis syariah sering kali merasakan tekanan untuk menyesuaikan diri dengan praktik-praktik yang mungkin tidak sepenuhnya sejalan dengan etika Islam. Dilema ini mendorong mereka untuk mencari cara yang efektif dalam menyeimbangkan penerapan prinsip etika dengan kebutuhan untuk bersaing. Dengan menerapkan strategi yang tepat, serta memanfaatkan teknologi dan pendidikan berkelanjutan, diharapkan mereka dapat mengatasi tantangan ini dan membangun reputasi yang solid, sehingga tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang dalam industri yang kompetitif.

B. Pemanfaatan Teknologi dalam Pemasaran:

Teknologi digital, seperti media sosial, aplikasi mobile, dan *platform e-commerce*, telah dimanfaatkan oleh pelaku bisnis syariah di Kabupaten Garut untuk memperluas jangkauan pasar dan membangun hubungan lebih baik dengan konsumen. Namun, teknologi yang digunakan belum dimaksimalkan sepenuhnya, dengan beberapa pelaku bisnis syariah hanya mengandalkan metode pemasaran konvensional atau teknologi yang terbatas. Penelitian ini menunjukkan bahwa ada potensi besar dalam pemanfaatan



teknologi untuk meningkatkan efisiensi pemasaran dan meningkatkan keterlibatan konsumen.

Tantangan yang Dihadapi: Beberapa tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku bisnis syariah di Kabupaten Garut termasuk kurangnya edukasi pasar mengenai produk dan layanan syariah, serta keterbatasan infrastruktur digital. Tidak semua konsumen di daerah ini sepenuhnya memahami konsep pemasaran Islami, yang berdampak pada rendahnya tingkat penerimaan dan loyalitas terhadap produk syariah. Di sisi lain, keterbatasan infrastruktur digital menyebabkan beberapa pelaku bisnis syariah kesulitan dalam mengakses teknologi yang diperlukan untuk bersaing dengan bisnis konvensional.

C. Integrasi Etika dan Teknologi untuk Keberlanjutan Bisnis Syariah:

Penelitian ini menemukan bahwa integrasi prinsip etika Islami dengan teknologi modern dapat menciptakan strategi pemasaran yang lebih efektif dan mendukung keberlanjutan bisnis syariah di Kabupaten Garut. Dengan menggunakan teknologi untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk syariah secara lebih luas, serta memastikan bahwa pemasaran tetap berpegang pada nilai-nilai Islam, bisnis syariah dapat meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar mereka. Hal ini juga membantu membangun kepercayaan konsumen dan memperkuat citra positif bisnis syariah di mata masyarakat.

D. Rekomendasi Praktis:

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar pelaku bisnis syariah di Kabupaten Garut meningkatkan pemahaman dan pelatihan mengenai penggunaan teknologi digital untuk pemasaran. Selain itu, penting untuk terus menyosialisasikan nilai-nilai etika Islami dalam setiap aspek pemasaran, baik secara langsung kepada konsumen maupun melalui platform digital. Pengembangan infrastruktur digital di daerah ini juga perlu mendapat perhatian agar bisnis syariah dapat bersaing lebih efektif dengan bisnis konvensional.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa dengan mengintegrasikan etika Islami dan teknologi, bisnis syariah di Kabupaten Garut memiliki potensi untuk berkembang lebih baik, lebih kompetitif, dan berkelanjutan dalam menghadapi dinamika pasar global. Dalam penelitian ini, telah ditemukan bahwa penerapan strategi pemasaran Islami yang mengintegrasikan prinsip etika dan teknologi dapat memberikan dampak positif bagi keberlanjutan bisnis syariah di Kabupaten Garut. Pembahasan ini akan mengurai lebih lanjut mengenai hasil penelitian dan relevansinya terhadap perkembangan bisnis syariah di daerah tersebut.

E. Penerapan Etika dalam Pemasaran:

Etika Islami memainkan peran penting dalam membentuk karakteristik bisnis syariah. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa pelaku bisnis syariah di Kabupaten Garut berusaha untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip etika Islam seperti kejujuran, keadilan, dan transparansi dalam setiap aspek operasional mereka. Meskipun demikian, tantangan terbesar yang dihadapi adalah bagaimana menjaga konsistensi penerapan prinsip-prinsip tersebut di tengah tekanan kompetisi pasar yang semakin sengit. Bisnis syariah sering kali berada di posisi yang dilematis, di mana mereka harus mempertimbangkan antara menjaga integritas dengan etika atau beradaptasi dengan taktik pemasaran yang lebih konvensional yang lebih berorientasi pada profit. Oleh karena itu, penting bagi bisnis syariah untuk tetap memprioritaskan etika Islami dalam setiap kebijakan dan praktik yang dijalankan, sekaligus mencari cara untuk tetap kompetitif di pasar.



F. Pemanfaatan Teknologi untuk Pemasaran:

Teknologi digital, yang mencakup media sosial, e-commerce, dan aplikasi mobile, terbukti memberikan manfaat signifikan bagi pelaku bisnis syariah di Kabupaten Garut. Namun, penelitian ini juga menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi belum optimal, dan banyak pelaku bisnis syariah yang masih bergantung pada metode pemasaran konvensional yang terbatas. Meskipun demikian, digitalisasi dalam pemasaran dapat memperluas jangkauan pasar secara signifikan, memungkinkan bisnis syariah untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan mereka. Teknologi memungkinkan pelaku bisnis untuk mengumpulkan data konsumen yang lebih terperinci, yang pada gilirannya dapat digunakan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Namun, tantangan yang dihadapi adalah bagaimana mengintegrasikan teknologi ini dengan prinsip etika Islami untuk memastikan bahwa pemasaran dilakukan secara adil dan transparan.

G. Tantangan dan Kendala:

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku bisnis syariah di Kabupaten Garut adalah kurangnya edukasi pasar mengenai produk dan layanan syariah. Hal ini berpengaruh pada rendahnya pemahaman masyarakat terhadap nilai-nilai Islami dalam dunia bisnis, yang menghambat proses adopsi produk syariah. Di samping itu, keterbatasan infrastruktur digital di beberapa area juga menjadi hambatan dalam penerapan teknologi untuk pemasaran. Infrastruktur yang belum memadai menyulitkan pelaku bisnis untuk mengakses platform digital dan menjalankan kampanye pemasaran online yang efektif. Oleh karena itu, pengembangan infrastruktur digital dan peningkatan edukasi pasar mengenai konsep bisnis syariah menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing bisnis syariah di Kabupaten Garut.

H. Integrasi Etika dan Teknologi untuk Keberlanjutan Bisnis Syariah:

Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa keberlanjutan bisnis syariah dapat tercapai dengan mengintegrasikan prinsip etika Islami dengan inovasi teknologi. Teknologi digital yang digunakan dalam pemasaran tidak hanya membantu memperkenalkan produk, tetapi juga dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, dan memperbaiki kualitas layanan pelanggan. Dengan memanfaatkan teknologi, bisnis syariah dapat lebih mudah beradaptasi dengan kebutuhan konsumen modern, seperti layanan berbasis aplikasi atau e-commerce. Namun, yang lebih penting adalah bahwa teknologi harus digunakan dengan tetap memperhatikan nilai-nilai etika Islam, seperti transparansi, kejujuran, dan tidak menipu konsumen. Teknologi dapat menjadi alat yang sangat powerful untuk meningkatkan keberlanjutan bisnis syariah, asalkan tetap sejalan dengan prinsip-prinsip yang diajarkan dalam Islam.

I. Rekomendasi Praktis dan Implikasi Kebijakan:

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa rekomendasi praktis bagi pelaku bisnis syariah di Kabupaten Garut antara lain adalah meningkatkan pelatihan terkait penggunaan teknologi digital dalam pemasaran dan pengembangan produk. Selain itu, penting untuk terus mengedukasi masyarakat tentang produk syariah dan nilai-nilai yang terkandung di dalamnya. Pemerintah dan lembaga terkait juga diharapkan untuk mendukung pengembangan infrastruktur digital di daerah ini, guna memfasilitasi bisnis syariah dalam menggunakan teknologi untuk memperluas pasar. Dalam jangka panjang, bisnis syariah perlu untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi, sambil



menjaga kesetiaan terhadap prinsip etika Islami. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi etika Islami dan teknologi dalam pemasaran dapat menjadi strategi yang efektif untuk memastikan keberlanjutan bisnis syariah. Dalam menghadapi persaingan global, bisnis syariah di Kabupaten Garut perlu memanfaatkan teknologi secara optimal dan tetap berpegang pada prinsip etika Islam untuk meraih keberhasilan yang berkelanjutan.

SIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa penggabungan prinsip etika Islami dengan teknologi dalam strategi pemasaran sangat krusial untuk mendukung keberlanjutan bisnis syariah di Kabupaten Garut. Meskipun bisnis syariah di wilayah ini menghadapi sejumlah tantangan, seperti kesulitan dalam menerapkan etika Islami secara konsisten, pemanfaatan teknologi yang belum optimal, dan persaingan dengan bisnis konvensional, kolaborasi antara nilai-nilai Islami dan inovasi teknologi dapat menciptakan strategi pemasaran yang lebih efektif. Teknologi digital menawarkan peluang besar untuk memperluas pasar dan membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen, namun penggunaannya harus tetap sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Di sisi lain, masalah seperti minimnya edukasi pasar tentang produk syariah dan terbatasnya infrastruktur digital perlu diperhatikan dengan serius. Meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai produk dan layanan syariah, bersama dengan pengembangan infrastruktur digital yang lebih baik, akan semakin memperkuat daya saing bisnis syariah di Kabupaten Garut. Dengan demikian, penggabungan antara etika dan teknologi tidak hanya dapat memperkuat posisi bisnis syariah, tetapi juga berkontribusi pada keberlanjutan sosial dan ekonomi yang lebih luas. Secara keseluruhan, untuk memastikan keberlanjutan jangka panjang, bisnis syariah di Kabupaten Garut perlu terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi, sambil tetap mengedepankan prinsip etika Islami dalam setiap strategi pemasaran yang dijalankan..

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Fauzi. (2023). *Digital Marketing Syariah: Etika dan Praktik di Era Teknologi*. Pustaka Syariah Nusantara.
- Ahmad Fauzi dan Rahmat Hidayat. (2023). Integrasi Etika Islami dan Teknologi dalam Pengembangan Bisnis Syariah di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Islam Indonesia*, 12(3), 1-15.
- Ameen, A., Ghasemzadeh, S.M., & Khodabakhshi, V. (2017). Peran Etika Bisnis Islam dalam Manajemen Strategis: Studi Kasus Sektor Energi Iran. *Jurnal Etika Bisnis*, 4, 847-860.
- Della Rista Pratiwi, Danang Rosadi, Danish Izza Nadira, D. S. (2024). *PENERAPAN ETIKA BISNIS SYARIAH TERHADAP KEBERLANJUTAN USAHA : STUDI PADA UKM SYARIAH DI SURABAYA Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan pilar penting dalam perekonomian Indonesia , menyumbang proporsi signifikan terhadap*. 6, 258-272.
- Lutfi Al-Bassam. (2017). Islamic Marketing: A Critical Review. *International Journal of Islamic Marketing and Branding*, 2(1), 4-19.
- Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, J. S. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. SAGE Publications Ltd.
- Muhammad Fadli. (2023). *Strategi Pemasaran Islami: Integrasi Etika dan Teknologi dalam*



Keberlanjutan Bisnis Syariah. Syariah Business Press.

- Muhammad Rizal. (2022). *Inovasi Teknologi dalam Pemasaran Islami*. Cendekia Syariah Press.
- Prasetio, M. W., Sudarto, & R. (2022). Perilaku Beralih Pelanggan Dalam Pembelian Produk Digital Melalui Aplikasi E-Commerce. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 1, 59– 73.
- Qizwini, J., & Kaban, R. F. (2024). *Inovasi Pemasaran Islami : Menarik Konsumen Muslim di Era Digital*. 3(2), 552–569. <https://doi.org/10.59580/iesbir.v3i2.8880>
- R. M. A. M. Ali. (2021). *Islamic Marketing: A Critical Perspective*. Springer.
- Sadiq, et al. (2021). The Role of Islamic Marketing in Sustainability: A Case Study of the Halal Industry. *Journal of Islamic Marketing*, 12. 10.1108/JIMA-11-2019-0255
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Yessi Avita Sari, R. R. (2024). *Peran Pemasaran Digital Dalam Mengembangkan Bisnis Syariah Di Era Digital*. 8(1), 263–275.
- Wahdaturrahmi, E. A. (2022). PRESEPSI PELAKU UMKM TERHADAP PERBANKAN SYARIAH KECAMATAN LEUWILIANG. *An Nuqud Journal of Islamic Economics*, 1(1), 41-43.
- Rusmana, E. (2022). ANALISIS PERSEPSI AKADEMISI TERHADAP PRODUK TABUNGAN WADI™ AH BANK SYARI™ AH MANDIRI. *An Nuqud Journal of Islamic Economics*, 1(1), 10-18.
- Prayudi, H. (2022). ANALISIS PEMAHAMAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IUQI BOGOR MENGENAI PRODUK TABUNGAN & AKAD BANK SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG. *An Nuqud Journal of Islamic Economics*, 1(1), 5-9.
- Muttaqin, M. Z., & Almubarak, F. R. (2022). Implementasi Prinsip Islam Pada Manajemen Sumber Daya Manusia Di Badan Usaha Milik Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami. *AN NUQUD*, 1(1), 17-30.
- Azhari, F. (2022). Pengaruh Pendapatan Terhadap Konsumsi Rumah Tangga Di Kampung Banyusuci Bogor. *An Nuqud Journal of Islamic Economics*, 1(1), 33-40.

