

---

## **FIQH LEMBAGA BISNIS SYARIAH**

**<sup>1</sup>Muhammad Zacky Hermawan, <sup>2</sup>Putri Dina Amelia, <sup>3</sup>Tya Triyana, <sup>4</sup>Iwan Setiawan,  
<sup>5</sup>Nema Widiyantini**

*<sup>1,2,3,4,5</sup> UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia*

E-mail: <sup>1</sup>[wzacky0@gmail.com](mailto:wzacky0@gmail.com), <sup>2</sup>[putridina310@gmail.com](mailto:putridina310@gmail.com), <sup>3</sup>[tyatriyana18@gmail.com](mailto:tyatriyana18@gmail.com),  
<sup>4</sup>[iwansetiawan@uinsgd.ac.id](mailto:iwansetiawan@uinsgd.ac.id), <sup>5</sup>[Widiyantininema12@gmail.com](mailto:Widiyantininema12@gmail.com)

### **Abstrak**

Perkembangan usaha masa kini telah mendorong munculnya berbagai institusi ekonomi yang harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, terutama di kalangan masyarakat muslim. Penelitian mengenai fiqh lembaga ekonomi syariah sangat penting agar praktik bisnis berlangsung tidak hanya secara legal dan ekonomis, melainkan juga sejalan dengan nilai-nilai etika Islam. Penelitian ini menerapkan pendekatan studi pustaka untuk mengkaji penerapan fiqh dalam berbagai institusi bisnis syariah, termasuk sektor pariwisata, perhotelan, rumah sakit, dan pemasaran. Temuan dari studi ini menunjukkan bahwa fiqh lembaga bisnis syariah berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis, serta mengedepankan prinsip keadilan, kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Dalam sektor pariwisata dan perhotelan syariah, penerapan fiqh terlihat dari pemilihan lokasi, kualitas pelayanan, makanan halal, dan pengelolaan gender. Rumah sakit syariah mengadopsi maqashid syariah sebagai dasar operasional untuk memastikan pelayanan medis yang profesional dan Islami. Di sisi lain, pemasaran syariah menekankan pada nilai-nilai etika, seperti kejujuran (shiddiq), kecerdasan (fathanah), dan keterbukaan (amanah). Kesimpulan dari kajian ini adalah bahwa penerapan fiqh dalam lembaga bisnis syariah tidak hanya dianggap penting sebagai pedoman normatif, tetapi juga sebagai strategi untuk mencapai keberkahan, keseimbangan, dan keadilan dalam sistem ekonomi Islam.

Kata Kunci: Fiqh, Bisnis, Ekonomi, Syariah

### **Abstract**

Today's business development has encouraged the emergence of various economic institutions that must comply with sharia principles, especially among Muslim communities. Research on the fiqh of Islamic economic institutions is very important so that business practices take place not only legally and economically, but also in line with Islamic ethical values. This research applies a literature study approach to examine the application of fiqh in various Islamic business institutions, including the tourism, hospitality, hospitality and marketing sectors. The findings of this study show that the fiqh of Islamic business institutions is based on the Qur'an and Hadith, and emphasizes the principles of justice, honesty, transparency and social responsibility. In the Islamic tourism and hospitality sector, the application of fiqh is seen in location selection, service quality, halal food, and gender management. Islamic hospitals adopt maqashid sharia as the operational basis to ensure professional and Islamic medical services. On the other hand, Islamic marketing emphasizes ethical values, such as honesty (shiddiq), intelligence (fathanah), and openness (amanah). The conclusion of this study is that the application of fiqh in Islamic business institutions is not only considered important as a normative guideline, but also as a strategy to achieve blessings, balance, and justice in the Islamic economic system.

Keywords: Fiqh, Business, Economy, Sharia

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan dunia bisnis modern telah mendorong terbentuknya berbagai lembaga ekonomi dan jasa yang bergerak di berbagai sektor, seperti pariwisata, perhotelan, kesehatan, hingga pemasaran. Dalam konteks masyarakat muslim, eksistensi lembaga-lembaga ini menuntut adanya pedoman yang selaras dengan prinsip-prinsip syariah agar aktivitas bisnis tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga bernilai ibadah dan etis. Di sinilah pentingnya kajian fiqh sebagai dasar normatif dan praktis dalam menjalankan aktivitas bisnis secara syariah.

Fiqh Lembaga Bisnis Syariah hadir sebagai disiplin ilmu yang menjelaskan aturan-aturan Islam dalam mengelola institusi bisnis agar sesuai dengan nilai-nilai syariah. Kajian ini tidak hanya menyentuh aspek hukum halal-haram, tetapi juga menjabarkan prinsip dasar bisnis Islam, seperti kejujuran (shidq), keadilan ('adl), tanggung jawab, serta larangan terhadap praktik riba, gharar (ketidakjelasan), dan maysir (judi).

Ruang lingkup pembahasan fiqh bisnis syariah mencakup berbagai bentuk lembaga modern, di antaranya pariwisata syariah yang menawarkan konsep wisata halal, hotel syariah dengan layanan dan manajemen halal, rumah sakit syariah yang mengintegrasikan etika pelayanan kesehatan Islam, hingga pemasaran syariah yang menekankan pada etika promosi dan strategi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Melalui pembahasan ini, diharapkan muncul pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana lembaga-lembaga bisnis dapat dikembangkan dalam koridor syariah. Dengan demikian, kegiatan ekonomi tidak hanya mengejar keuntungan semata, tetapi juga membawa keberkahan dan kontribusi terhadap pembangunan masyarakat yang lebih adil dan bermartabat.

## **METODOLOGI**

Penelitian ini menerapkan pendekatan studi literatur, yang merupakan cara pengumpulan data melalui pemeriksaan berbagai sumber yang berkaitan dengan topik yang dikaji. Sumber-sumber ini meliputi jurnal akademis, buku-buku pendidikan, artikel, laporan penelitian, dan dokumen lain yang memberikan dukungan.

Peneliti mengumpulkan serta menganalisis data sekunder dari literatur yang sudah diterbitkan untuk menemukan konsep, teori, temuan sebelumnya, serta perkembangan penelitian yang relevan. Proses analisis dilakukan dengan pendekatan kualitatif, di mana peneliti menyusun sintesis dari berbagai literatur untuk mendapatkan pemahaman menyeluruh mengenai isu yang dibahas.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Fiqh lembaga bisnis syariah adalah salah satu cabang ilmu fiqh yang menguraikan kerangka syariat Islam untuk mengatur berbagai aspek ekonomi, terutama dalam konteks aktivitas bisnis dan keuangan. Sumber yang digunakan dalam fiqh lembaga bisnis syariah adalah Al-Quran dan Hadits. Ide fiqh dalam lembaga bisnis syariah ini seharusnya dapat memberikan keuntungan bagi semua pihak dan tidak boleh merugikan mereka yang terlibat. Prinsip-prinsip yang harus diterapkan dalam fiqh lembaga bisnis syariah mencakup keadilan di setiap aktivitas bisnis, penghindaran riba dalam berbagai transaksi, penekanan pada tanggung jawab yang

bermanfaat bagi masyarakat, transparansi dalam pengelolaan laporan keuangan lembaga, serta kepatuhan dalam membayar zakat.

Dalam implementasinya, fiqh lembaga bisnis syariah menekankan pada prinsip-prinsip fundamental seperti keadilan dalam seluruh transaksi, larangan terhadap segala bentuk riba, tanggung jawab sosial dan moral dalam menjalankan aktivitas bisnis, transparansi dalam penyusunan dan pelaporan keuangan, serta kepatuhan terhadap kewajiban zakat. Oleh karena itu, pemahaman terhadap prinsip-prinsip ini menjadi sangat krusial, terutama bagi para pelaku usaha Muslim di berbagai belahan dunia. Pemahaman yang mendalam dan aplikatif terhadap fiqh lembaga bisnis syariah tidak hanya menjadi pedoman etis, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam menciptakan sistem ekonomi yang selaras dengan nilai-nilai Islam, serta sejalan dengan tuntunan Al-Qur'an dan Hadis sebagai sumber utama ajaran agama.

### **1. Fiqh Pariwisata Syariah**

Pariwisata syariah merupakan aktivitas perjalanan wisata yang diselenggarakan dengan dukungan berbagai fasilitas dan layanan yang disesuaikan dengan ketentuan dan nilai-nilai yang berlaku dalam prinsip syariat Islam. Pariwisata syariah merupakan bentuk kegiatan wisata yang pelaksanaannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip dalam ajaran Islam. Aktivitas ini mencakup penyediaan layanan dan fasilitas wisata yang sesuai dengan nilai-nilai syariat, seperti kehalalan makanan, etika berpakaian, serta akomodasi yang mendukung pelaksanaan ibadah.

Dalam praktiknya, pariwisata syariah tidak hanya menekankan aspek rekreasi, tetapi juga mengintegrasikan nilai spiritual dan moralitas dalam setiap kegiatan wisata. Seluruh komponen dalam pariwisata syariah harus terbebas dari unsur yang dilarang dalam Islam, seperti riba, maksiat, atau kegiatan yang mengarah pada kemusyrikan. Selain itu, pariwisata syariah mendorong terciptanya lingkungan wisata yang ramah keluarga, menjunjung tinggi kesopanan, dan menjaga keharmonisan sosial. Dengan demikian, konsep ini tidak hanya memberikan alternatif bagi wisatawan Muslim, tetapi juga menjadi upaya untuk membangun sistem pariwisata yang berkelanjutan, etis, dan berkeadilan.

Dalam pengembangan pariwisata berbasis syariah, terdapat empat aspek utama yang menjadi fondasi utama dalam penerapannya agar tetap sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, Yaitu:

#### **a. Lokasi Wisata**

Pemilihan lokasi wisata merupakan faktor utama yang menentukan sejauh mana suatu destinasi dapat dikategorikan sebagai destinasi syariah. Lokasi yang dipilih harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, yakni bebas dari unsur maksiat, menjauhkan dari aktivitas yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam, serta mendukung peningkatan dimensi spiritual pengunjung. Hal ini meliputi penyediaan fasilitas ibadah yang memadai dan suasana lingkungan yang kondusif untuk menjalankan nilai-nilai keislaman. Lokasi juga diharapkan mampu memberikan pengalaman wisata yang tidak hanya menyenangkan secara jasmani, tetapi juga membangun kesadaran religius wisatawan.

#### **b. Transportasi**

Aspek transportasi dalam pariwisata syariah mencakup pengaturan sistem perjalanan yang menjaga etika sosial dan kesopanan sesuai ajaran Islam. Salah satu implementasi konkret adalah pemisahan tempat duduk antara laki-laki dan perempuan yang bukan

mahram dalam sarana transportasi umum. Pengaturan ini bertujuan untuk menghindari ikhtilat (percampuran yang tidak diperbolehkan) dan menjaga kenyamanan serta kehormatan pribadi masing-masing penumpang. Transportasi juga harus menghindari segala bentuk hiburan yang bertentangan dengan nilai-nilai syariah selama perjalanan berlangsung.

c. Konsumsi (Kuliner Halal)

Segi konsumsi menjadi perhatian utama dalam pariwisata syariah karena menyangkut prinsip halal-haram yang telah diatur secara eksplisit dalam Al-Qur'an, antara lain dalam Q.S. Al-Māidah ayat 3.

حُرِّمَتْ عَلَيْكَ الْمَيْتَةُ وَالِدَّمَ وَالْحُمُّ الْجُنْزِيرُ وَمَا أَهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَفَقَةُ وَالْمَوْفُودَةُ وَالْمُتَرَدِّبَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ

“Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelinya”.

Kehalalan makanan tidak hanya mencakup jenis bahan yang digunakan, tetapi juga proses perolehan, pengolahan, hingga penyajiannya. Oleh karena itu, seluruh rantai pasok makanan dan minuman yang ditawarkan di destinasi wisata harus memenuhi standar halal yang ketat.

d. Akomodasi dan Perhotelan

Hotel dan akomodasi sebagai tempat tinggal sementara selama kegiatan wisata berlangsung, harus mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah secara menyeluruh dalam layanan dan fasilitas yang disediakan. Hal ini mencakup, antara lain, pelarangan konsumsi alkohol, penyediaan makanan halal, pemisahan fasilitas antara laki-laki dan perempuan (seperti kolam renang atau spa), serta penerapan waktu salat dan arah kiblat dalam kamar. Pemisahan ini bertujuan menjaga kesucian interaksi antara laki-laki dan perempuan yang bukan mahram.

## 2. Fiqh Hotel Syariah

Menurut Gaffar (2007), hotel adalah sebuah usaha yang menawarkan tempat tinggal sementara yang meliputi penyediaan akomodasi, makanan dan minuman, hiburan, serta layanan tambahan lainnya. Tujuan hotel ini adalah untuk meraih keuntungan dari sewa yang dilakukan oleh tamu atau wisatawan. Hotel syariah merupakan jenis tempat menginap yang menerapkan sistem pelayanan dan operasional sesuai dengan ajaran agama Islam, yang berasal dari Al-Qur'an dan Hadits, guna memberikan layanan yang berguna dan bermanfaat bagi para tamu atau pengunjungnya.

Hotel syariah menawarkan jaminan penginapan yang aman dan bernuansa religius. Ada beberapa kriteria hotel syariah, yaitu: 1) tidak menyediakan barang atau layanan yang dilarang dalam peraturan syariah. Seolah tidak terdapat unsur babi dalam konsumsi, minuman beralkohol, taruhan, perzinahan, dan sejenisnya. 2) Tidak ada unsur kejahatan, keburukan, dan kekejian yang diharamkan oleh prinsip Islam. 3) Tidak ada hal-hal yang merugikan seperti dusta, penipuan, serta kecurangan dan sejenisnya. Hotel syariah merupakan salah satu produk ijtihad ulama di Indonesia, sehingga dalam hal ini, aturan yang diterapkan di hotel syariah termasuk dalam kategori fiqh yang bersifat fleksibel dan dapat beradaptasi mengikuti lokasi dan

waktunya. Ijtihad yang dilakukan oleh seorang mujtahid bertujuan untuk mencapai kebaikan bagi masyarakat.

Hotel syariah merupakan suatu usaha yang menerapkan akad ijarah (sewa-menyewa) ruangan hotel sesuai dengan kaidah-kaidah Islam. Praktik ijarah di hotel syariah ini melibatkan kesepakatan atau kontrak yang harus disetujui oleh penyewa dan pihak penyewaan untuk menghindari pelanggaran aturan atau kemaksiatan yang ada. Oleh sebab itu, penting untuk menerapkan sistem yang ketat terhadap tamu akomodasi.

### **3. Fiqh Rumah Sakit Syariah**

Menurut MUKISI (Majelis Ulama), rumah sakit syariah merupakan rumah sakit yang kegiatannya didasarkan pada Maqashid al Syariah al Islamiyah. Maqashid syariah berfungsi untuk melindungi kepentingan umat manusia dan mencegah kejahatan demi mencapai kemaslahatan masyarakat, membawa keuntungan, serta menghindari kejahatan. Selain itu, maqashid syariah memiliki peran signifikan untuk; 1) Menetapkan tingkat Maslahah dan mafasid; 2) Menyelami tujuan dari aturan yang berlaku serta membantu mengambil keputusan yang tepat; 3) Mengenali elemen-elemen yang mendukung keputusan dalam kasus tertentu; 4) Mengurangi kemungkinan kekeliruan ijtihad, sebab dengan adanya maqashid syariah akan melahirkan ijtihad yang lebih menyeluruh, akurat, dan tepat.

Prinsip-Prinsip utama fiqh rumah sakit syari'ah adalah:

- a. Akad & Administrasi: Semua transaksi, kontrak, dan pengelolaan dana harus sesuai fiqh muamalah Islam, bebas riba, gharar, dan praktik haram lainnya. Dana wajib dikelola lewat lembaga keuangan syariah.
- b. Pelayanan: Pelayanan pasien harus ramah, adil, transparan, berkualitas, dan penuh empati. Hak dan kewajiban pasien jelas, serta pelayanan spiritual seperti talqin untuk pasien sakaratul maut dan pengingat waktu shalat.
- c. Obat & Makanan: Hanya menyediakan obat dan makanan yang halal. Jika terpaksa, penggunaan obat non-halal hanya boleh dalam kondisi darurat.
- d. Etika & Gender: Menjaga aurat dan privasi pasien, misal pemasangan kateter atau tindakan medis oleh tenaga kesehatan sejenis gendernya. Ada hijab untuk pasien muslimah dan tirai saat pemeriksaan.
- e. Indikator Mutu Syariah: Wajib ada bimbingan sakaratul maut, pengingat shalat, pemasangan kateter sesuai gender, serta edukasi dan pendampingan spiritual.
- f. Manajemen & Pengawasan: Harus ada Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang mengawasi implementasi prinsip syariah secara berkala.

Rumah sakit syariah adalah rumah sakit yang seluruh aktivitas dan pelayanannya dijalankan sesuai prinsip-prinsip syariah, mengacu pada Fatwa DSN-MUI No. 107/DSN-MUI/X/2016, serta bertujuan menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta pasien dengan pelayanan islami, adil, dan tetap profesional. Rumah sakit ini juga wajib memenuhi standar mutu syariah, seperti pelayanan spiritual, makanan halal, serta perlakuan sesuai etika Islam tanpa diskriminasi terhadap pasien non-muslim.

#### 4. Fiqh Pemasaran Syariah

Secara umum, pemasaran syariah dapat dipahami sebagai penerapan strategi bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip dan nilai-nilai syariah. Dengan demikian, pemasaran syariah beroperasi dengan berlandaskan pada ajaran Islam yang disampaikan oleh Nabi Muhammad Saw. Hermawan Kartajaya menjelaskan bahwa dua nilai utama dalam pemasaran syariah adalah integritas dan transparansi. Oleh karena itu, para pemasar harus jujur, dan konsumen membeli berdasarkan kebutuhan dan keinginan mereka, bukan hanya karena adanya potongan harga. Pemasaran berperan sebagai ujung tombak dalam sebuah bisnis, karena mereka berinteraksi langsung dengan pelanggan, sehingga setiap tindakan dan kata-kata mereka mencerminkan produk dan perusahaan. Sayangnya, pandangan masyarakat saat ini seringkali mengaitkan pemasar dengan praktik-praktik yang tidak jujur, penipuan, dan paksaan, yang telah merusak reputasi profesi ini. Tak dapat dipungkiri, banyak iklan yang kita temui sehari-hari tidak memberikan penjelasan yang jelas mengenai produk, dengan harapan konsumen hanya akan membeli tanpa mempertimbangkan informasi yang benar, sehingga sering kali konsumen merasa tertipu saat mencoba produk yang ditawarkan.

Konsep pemasaran dari sudut pandang syariah mencakup seluruh kegiatan bisnis yang melibatkan inovasi dalam penawaran dan transformasi nilai sehingga para pelaku usaha dapat berkembang dan mendapatkan keuntungan yang berlandaskan pada kejujuran, keadilan, transparansi, ketulusan, dan mengikuti prinsip transaksi yang sesuai dengan hukum Islam. Oleh sebab itu, praktik pemasaran yang bertentangan dengan prinsip syariah, merugikan orang lain, tidak etis, dan tidak profesional sebaiknya di jauhi agar kelangsungan usaha dapat terjamin dan menjadikan bisnis tidak hanya sebagai sarana untuk memperoleh keuntungan material di dunia, tetapi juga sebagai cara untuk mendapatkan berkah di akhirat.

Adapun beberapa nilai etika pemasaran Islam yang merujuk pada sifat Rasulullah dan prinsip etika dalam Al-Qur'an, diantaranya sebagai berikut :(Sari et al., 2018)

- a. Jujur (Shiddiq), kejujuran berarti berpegang pada kebenaran dan bertindak serta berbicara sesuai dengan nilai-nilai Islam. Setiap pernyataan yang diungkapkan seharusnya tidak bertentangan dengan tindakan yang dilakukan. Kejujuran adalah cara yang tak terhindarkan untuk mencapai kebaikan tatanan masyarakat
- b. Cerdas dan Bijaksana (Fathanah). sifat fathanah berarti memiliki pemahaman dan pengetahuan yang mendalam tentang semua tugas dan tanggung jawab yang diemban. Fathanah menyoroti bahwa kecerdasan tidak hanya mencakup pengetahuan dunia, tetapi juga aspek spiritual (ajaran agama). Kecerdasan tersebut harus digunakan dengan kebijaksanaan, tidak untuk menipu orang lain, tetapi untuk memberikan manfaat kepada orang lain.
- c. Dapat Dipercaya (Amanah), amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam menyelesaikan setiap tugas dan kewajiban yang ada. Amanah terlihat dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang berkualitas, dan usaha untuk memberikan yang terbaik dalam segala sesuatu.
- d. Argumentatif dan Komunikatif (Tabligh), tabligh berarti menyampaikan informasi, mengajak, serta memberikan contoh kepada orang lain untuk mengikuti ajaran Islam.

Terdapat empat karakteristik pemasaran syariah yang bisa menjadi acuan bagi para pelaku pemasaran, yaitu sebagai berikut:

Copyright © 2025 The Authors. Published by Gunung Djati Conference Series This is open access article distributed under the CC BY 4.0 license - <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

a. Teistis (rabhaniyyah)

Seorang marketer syariah percaya bahwa hukum-hukum syariat yang berlandaskan ketuhanan ini adalah yang paling adil, sempurna, dan sejalan dengan berbagai kebaikan. Hukum tersebut juga memiliki kemampuan terbaik dalam mencegah segala bentuk kerusakan, menegakkan kebenaran, menghapus kebatilan, dan menyebar luaskan manfaat.

b. Etis (akhlaqiyyah)

Selain teistis (rabhaniyyah), kelebihan lain dari seorang marketer syariah adalah penekanan yang kuat pada aspek akhlak (moral, etika) dalam setiap aktivitasnya, karena nilai-nilai moral dan etika yang diajarkan agama bersifat universal.

c. Realistis (al-waqiyyah)

Konsep marketer syariah adalah pendekatan pemasaran yang adaptif, mencerminkan luasnya dan fleksibilitas syariat Islam sebagai dasarnya. Marketer syariah adalah individu yang profesional dengan penampilan yang bersih, rapi, dan sederhana, terlepas dari cara berpakaian yang dipilih, sambil tetap menekankan nilai religius, ketaatan, moralitas, dan kejujuran dalam seluruh kegiatan pemasarannya

d. Humanistis (insaniyyah)

Salah satu keunggulan lain dari marketer syariah adalah sifat humanistis yang bersifat universal. Syariat Islam ditujukan bagi manusia sesuai dengan kapasitas mereka tanpa membedakan ras, jenis kelamin, warna kulit, kebangsaan, atau status. Hal ini menjadikan syariat memiliki dimensi universal, sehingga dapat disebut sebagai syariat humanistis yang bersifat universal.

## KESIMPULAN

Fiqh lembaga bisnis syariah merupakan dasar hukum dalam Islam yang mengatur berbagai kegiatan ekonomi dan bisnis berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Tujuan utama dari penerapan fiqh ini ialah untuk menjamin bahwa praktik bisnis dilakukan secara adil, transparan, tanpa riba, serta memperhatikan kepentingan semua pihak yang terlibat. Implementasi fiqh di lembaga bisnis seperti sektor pariwisata, hotel, rumah sakit, dan pemasaran syariah menunjukkan komitmen terhadap nilai-nilai Islam dalam setiap aspek operasional dan layanan. Konsep ini sangat penting bagi umat Muslim dalam menjaga integritas spiritual mereka di tengah dunia bisnis yang terus berubah.

Untuk mendukung pelaksanaan fiqh dalam lembaga bisnis syariah, para pelaku usaha diharapkan untuk memahami dan menerapkan prinsip-prinsip syariah secara konsisten dalam kegiatan bisnis mereka. Selain itu, pemerintah dan lembaga terkait harus memberikan dukungan regulasi yang jelas untuk mendorong perkembangan bisnis syariah sesuai dengan nilai-nilai Islam. Masyarakat juga perlu mendapatkan edukasi tentang pentingnya memilih produk dan layanan yang berlandaskan syariah agar tercipta ekonomi Islam yang kuat dan berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Alibia, A. (2022). Konsep Hotel Syariah Dalam Perspektif Fiqh Islam Kontemporer. *IQTISHOD: Jurnal Pemikiran dan Hukum Ekonomi Syariah*, 1(1), 1-12.

2. Alwi, M., & Sugianto, S. (2023). Pelaksanaan Akad Ijarah Dalam Sewa-Menyewa Kamar Hotel Pada Hotel Syariah Al-Jayri Medan. *AL-MULTAZIM: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 3(1), 298-310.
3. Asnawi, N., & Fanani, M. A. (2017). Pemasaran syariah: teori, filosofi & isu-isu kontemporer.
4. Huda, N., Hudori, K., Fahlevi, R., Mazaya, D., & Sugiarti, D. (2017). *Pemasaran Syariah: Terori & Aplikasi*. Kencana.
5. Intan, N., 2018, Rumah Sakit Syariah Belum Jadi Pilihan Utama Masyarakat, akses online 24 mei 2025, URL: <https://ekonomi.republika.co.id/berita/p72v7b415/rumah-sakit-syariah-belum-jadi-pilihan-utama-masyarakat#:~:text=REPUBLIKA.CO.ID%2CJAKARTA%20--%20Asosiasi%20Pengusaha%20Muslim%20menilai%20perkembangan%20rumah,layanan%20Rumah%20sakit%20berbasis%20syariah%20belum%20cukup%20memadai>
6. Misno, A. (2018). Analisis Praktik Pariwisata Syariah Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(02), 135-155.
7. Mulyani, S., Saiban, K., & Munir, M. (2022). Pengembangan hotel syariah dalam tinjauan ekonomi islam dan maqashid syariah. *Jurnal Mu'allim*, 4(2).
8. Nikmah, S., 2019, *Tugas Akhir: KONSEP RUMAH SAKIT SYARIAH DAN IMPLEMENTASINYA DI RUMAH SAKIT MUHAMMADIYAH LAMONGAN*, PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI UIN SUNAN AMPEL SURABAYA, SURABAYA.
9. Nurul, N., Arya, T., Yasmin, Z., Mulyawan, S., & Pratiwi, E. N. (2024). FIQH LEMBAGA BISNIS SYARIAH. *Gunung Djati Conference Series* (pp. 418-424). Bandung: Gunung Djati Conference Series.
10. Pahruraji, P. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Hotel Syariah. *Jurnal Al-Amar: Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Agama Islam, Manajemen Dan Pendidikan*, 4(2), 221-230.
11. Pelu, I. E. A., Kurniawan, R., & Akbar, W. (2020). Pariwisata syariah pengembangan wisata halal dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah.
12. Putra, P., & Hasbiyah, W. (2018). *Teori dan Praktik Pemasaran Syariah*. Depok: PT RajaGrafindo Persada .
13. Prakkasi, I. (2020). *Pemasaran Syariah Era Digital*. Bogor: Lindan Bestari.
14. Putrisarira, Dkk. (2023). *ETIKA DALAM PEMASARAN SYARIAH*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
15. Sari, R. P., Kosim, A. M., Arif, S., Ibn, U., & Bogor, K. (2018). *PENGARUH ETIKA PEMASARAN ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH*. 9(2), 131-146.
16. Siska Mandalia, S. S. (2023). *Pengantar Bisnis dan Industri Pariwisata Syariah*. Penerbit K-Media.
17. Sulistiadi, W. S., & Rahayu, S. R. (2017). Potensi Penerapan Maqashid Syariah Dalam Rumah Sakit Syariah di Indonesia. *Proceeding IAIN Batusangkar*, 1(1), 683-690.