

**SOSIALISASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA UMKM SEBAGAI UPAYA PENGUATAN
KARAKTER USAHA PADA KOMUNITAS SEKOLAH IBU KONSENTRASI BISNIS
MAJELIS TADRIS SAYYIDAH RUMANA SAMARINDA**

Norvadewi¹, Akhmad Nur Zaroni², Irma Yuliani³, Yusran⁴, Tika Parlina⁵, Wahdatun Nisa⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda

norvadewi@uinsi.ac.id, akhmadnurzaroni@uinsi.ac.id, irmabkn78@gmail.com

yusranmuty18@gmail.com, tikaparlina@uinsi.ac.id, wahdatunnisa@uinsi.ac.id

Received: 15-07-2025

Revised: 25-07-2025

Approved: 02-08-2025

ABSTRAK

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM perempuan di komunitas Sekolah Ibu Konsentrasi Bisnis Majelis Tadris Sayyidah Rumana Samarinda tentang etika bisnis Islam sebagai upaya penguatan karakter usaha. Metode yang digunakan adalah pengabdian masyarakat dengan pendekatan partisipatif berupa sosialisasi yang menggabungkan ceramah interaktif, diskusi, dan simulasi studi kasus yang melibatkan 26 pelaku UMKM perempuan. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan signifikan pemahaman peserta mengenai prinsip-prinsip etika bisnis Islam serta komitmen praktis mereka dalam menerapkan nilai-nilai tersebut, seperti kejujuran, amanah, dan keadilan dalam menjalankan usaha. Simpulan, bahwa sosialisasi etika bisnis Islam efektif memperkuat karakter pelaku UMKM perempuan dan berpotensi meningkatkan keberlanjutan serta keberkahan usaha mereka.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, UMKM, Penguatan Karakter, Pemberdayaan Perempuan

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat vital dan strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, baik di negara maju maupun negara berkembang (Al-azzam & Al-mizeed, 2021; Juniasih et al., 2019; Kareem et al., 2018) UMKM turut menyumbang secara signifikan terhadap peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) di berbagai negara (Savitri et al., 2020), serta menjadi motor penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan penggerak ekonomi lokal. Di Indonesia, sektor UMKM telah menjadi salah satu pilar utama pembangunan ekonomi nasional dan terbukti mampu bertahan bahkan berkembang dalam situasi krisis ekonomi, seperti yang terjadi sejak tahun 1998 (Utami & Lantu, 2014).

Saat krisis melanda, UMKM menunjukkan ketahanan yang lebih tinggi dibanding sektor lainnya. Untuk memperkuat peran ini, UMKM perlu terus didorong melalui upaya pemberdayaan yang berkelanjutan, termasuk mengatasi berbagai kendala yang menghambat pertumbuhan mereka. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2023, jumlah pelaku UMKM di Indonesia telah mencapai 66 juta, dengan kontribusi sebesar 61% terhadap PDB nasional, atau setara dengan Rp9.580 triliun. Selain itu, sektor UMKM mampu menyerap sekitar 117 juta tenaga kerja, atau sekitar 97% dari total angkatan kerja di Indonesia (Kemenkop, 2023).

Di era globalisasi dan perkembangan ekonomi digital yang pesat, pelaku usaha mikro dan rumah tangga, khususnya dari kalangan ibu rumah tangga, semakin aktif dalam mengembangkan usaha mandiri. Kegiatan ekonomi berbasis komunitas kini tumbuh dengan pesat di berbagai wilayah Indonesia, termasuk di Samarinda, Kalimantan Timur. Salah satu komunitas ibu-ibu yang aktif dalam kegiatan bisnis adalah *Sekolah Ibu Konsentrasi Bisnis* di bawah naungan *Majelis Tadris Sayyidah Rumana*. Komunitas ini merupakan wadah pemberdayaan perempuan, khususnya ibu rumah tangga yang memiliki kegiatan ekonomi berbasis UMKM yang menekuni berbagai usaha

mikro seperti kuliner, fashion muslimah, kerajinan tangan, dan penjualan daring (online). Aktivitas ekonomi ini memiliki potensi besar untuk menopang kesejahteraan keluarga sekaligus mendukung ekonomi lokal. Meskipun memiliki semangat wirausaha tinggi, ada berbagai tantangan yang mereka hadapi seperti akses modal dan pemasaran.

Selain itu mayoritas anggota belum memahami secara mendalam prinsip etika bisnis Islam. Dalam perspektif Islam, bisnis tidak hanya mengejar keuntungan material tetapi juga keberkahan melalui penerapan nilai-nilai etis seperti kejujuran, amanah, keadilan, serta larangan terhadap riba dan penipuan (Antonio, 2001; Beekun, 2006). Banyak praktik yang secara tidak disadari melanggar prinsip syariah, seperti ketidakjujuran dalam promosi, manipulasi harga, praktik penjualan produk yang tidak sesuai deskripsi, hingga pengambilan keuntungan yang tidak proporsional.

Hal ini bukan disebabkan oleh niat buruk, melainkan oleh keterbatasan pemahaman tentang bagaimana menjalankan bisnis secara Islami. Sebagai komunitas berbasis nilai keislaman, menjadi sangat penting bagi Sekolah Ibu ini untuk mendapatkan edukasi mengenai etika bisnis Islam. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan sosialisasi yang bertujuan meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya menjalankan bisnis yang etis dan sesuai syariat. Etika bisnis Islam merupakan seperangkat prinsip yang mengatur bagaimana aktivitas ekonomi dilakukan dengan cara yang adil, jujur, transparan, dan bertanggung jawab, serta bebas dari praktik yang diharamkan seperti riba, gharar (ketidakjelasan), maysir (judi), dan penipuan. (Hassan & Hippler, 2014). Prinsip-prinsip ini telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW sejak masa awal Islam. Dalam pandangan Islam, berbisnis bukan sekadar mencari keuntungan finansial, tetapi juga sebagai sarana untuk memperoleh keberkahan, membantu sesama, dan membentuk masyarakat yang adil dan bermartabat (Beekun, 1996). Pentingnya penerapan etika bisnis Islam dalam aktivitas usaha mikro telah menjadi perhatian dalam berbagai penelitian. Chapra (2000) menegaskan bahwa sistem ekonomi Islam memiliki tujuan yang melampaui pertumbuhan ekonomi, yaitu untuk menciptakan keseimbangan antara kebutuhan materi dan spiritual serta keadilan sosial. Dalam konteks UMKM, pemahaman dan penerapan nilai-nilai ini dapat menciptakan hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen, memperkuat loyalitas pelanggan, serta menjaga keberlanjutan usaha.

METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan metode partisipatif yang melibatkan mitra secara aktif dalam setiap tahapan pelaksanaan. Pendekatan ini bertujuan untuk menciptakan suasana kolaboratif antara tim pelaksana dan peserta kegiatan, sehingga proses transfer pengetahuan dapat berjalan secara efektif dan berkelanjutan. Partisipasi aktif dari mitra juga diharapkan mampu membangun rasa memiliki dan meningkatkan keberdayaan masyarakat, khususnya pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) perempuan yang menjadi sasaran kegiatan. Bentuk kegiatan yang dilaksanakan berupa penyuluhan atau sosialisasi dengan metode ceramah yang dilanjutkan dengan sesi diskusi dan tanya jawab secara interaktif. Metode ini dipilih agar peserta tidak hanya menerima informasi secara satu arah, melainkan juga dapat mengemukakan pengalaman, permasalahan yang dihadapi, serta memperoleh solusi langsung dari pemateri atau narasumber. Diskusi yang berlangsung dalam suasana terbuka memungkinkan adanya pertukaran ide dan memperkaya wawasan peserta dalam penerapan etika berusaha yang relevan

dengan aktivitas bisnis mereka. Mitra dalam kegiatan ini adalah sebanyak 26 orang pelaku UMKM perempuan yang tergabung dalam Sekolah Ibu Konsentrasi Bisnis Majelis Tadriss Sayyidah Rumana Samarinda. Mitra dipilih berdasarkan keterlibatan aktif mereka dalam sektor-sektor usaha yang rentan terhadap isu etika, seperti kuliner (katering, kue kering), kerajinan tangan, serta fesyen (penjahit dan penjual pakaian). Melalui kegiatan ini, diharapkan para pelaku UMKM tersebut mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai prinsip-prinsip etika bisnis yang dapat diterapkan dalam operasional usaha mereka sehari-hari.

Kegiatan dilaksanakan pada hari Sabtu, 28 Juni 2025 pukul 13.00 hingga 16.00 Wita, bertempat di Majelis Tadriss Sayyidah Rumana Samarinda yang berlokasi di Jalan Cendana Gang 2 (Lapangan Perseka), Samarinda. Tempat ini dipilih karena merupakan lokasi strategis dan sudah menjadi pusat aktivitas komunitas mitra, sehingga memudahkan akses serta meningkatkan partisipasi peserta. Pelaksanaan kegiatan pada akhir pekan juga mempertimbangkan ketersediaan waktu para mitra yang sebagian besar aktif menjalankan usaha di hari kerja. Tahapan Pelaksanaan:

1. Tahap Persiapan: Pembentukan pelaksana PkM yang terdiri dari dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Samarinda dan melakukan survey awal untuk mengidentifikasi kebutuhan mitra serta berkoordinasi dengan pengurus Majelis Tadriss Sayyidah Rumana Samarinda. Tim menyusun materi Etika Bisnis Islam dalam format presentasi yang mudah dipahami.
2. Tahap Pelaksanaan: Acara dimulai dengan pembukaan, sambutan dan penyampaian materi inti mengenai Etika Bisnis Islam yang mencakup:
 - Konsep Etika Bisnis Islam: Pengertian, Tujuan dan Fungsi Etika Bisnis Islam, Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam, Manfaat Menerapkan Etika Islam dalam Bisnis.
 - Sifat-sifat Nabi Muhammad SAW sebagai teladan pebisnis (Siddiq, Amanah, Tabligh, Fathanah).
 - Praktik Bisnis: takaran dan timbangan yang adil, larangan *gharar* (ketidakpastian), larangan riba, kualitas produk yang terjamin, dan pelayanan pelanggan yang baik.
 - Sesi diskusi dan tanya jawab menjadi puncak acara, di mana peserta aktif berkonsultasi mengenai kasus-kasus yang mereka alami.
 - Pembagian Sertifikat Peserta Sekolah Ibu Konsentrasi Bisnis.
3. Tahap Evaluasi: Tim mengamati kelancaran kegiatan, metode penyampaian materi, dan efektivitas penggunaan media. Selain itu, observasi selama kegiatan dan catatan dari sesi diskusi dianalisis secara kualitatif untuk menangkap antusiasme dan perubahan cara pandang peserta.

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi Etika Bisnis Islam Pada UMKM Sebagai Upaya Penguatan Karakter Usaha Pada Komunitas Sekolah Ibu Konsentrasi Bisnis Majelis Tadriss Sayyidah Rumana Samarinda di laksanakan pada hari Sabtu tanggal 28 Juni 2025 pukul 13.00-16.00 Wita bertempat di Majelis Tadriss Sayyidah Rumana Samarinda yang beralamat di Jalan Cendana Gg. 2 (Lapangan Perseka) Samarinda. Kegiatan berlangsung dalam suasana interaktif dan partisipatif, dimulai dengan pembukaan, penyampaian materi oleh tim pengabdian, diskusi kelompok, hingga sesi tanya jawab.

Peningkatan Pemahaman tentang Etika Bisnis Islam

Setelah kegiatan sosialisasi mengenai Etika Bisnis Islam dilaksanakan, terjadi peningkatan pemahaman yang signifikan di kalangan peserta, yaitu para pelaku UMKM perempuan yang tergabung dalam Komunitas Sekolah Ibu Konsentrasi Bisnis Rumana. Para peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi selama kegiatan berlangsung, terutama pada sesi diskusi dan tanya jawab. Mereka mulai memahami bahwa etika bisnis Islam tidak hanya mencakup aspek kejujuran dalam transaksi, tetapi juga meliputi tanggung jawab sosial, keadilan, transparansi, dan larangan praktik yang merugikan pihak lain seperti penipuan dan riba. Pemahaman tersebut tercermin dari kemampuan peserta dalam merespon pertanyaan, mengaitkan materi dengan pengalaman usaha mereka, serta munculnya kesadaran baru mengenai pentingnya menjalankan usaha secara etis sesuai dengan nilai-nilai syariah. Beberapa peserta bahkan menyampaikan pengalaman mereka menghadapi dilema etika dalam berbisnis, dan merasa mendapatkan panduan yang lebih jelas setelah mengikuti kegiatan ini. Mereka mengakui bahwa selama ini etika dalam berusaha sering kali diabaikan karena kurangnya pemahaman atau karena tekanan ekonomi. Metode ceramah interaktif yang dikombinasikan dengan sesi diskusi terbukti efektif dalam mentransfer pengetahuan kepada peserta. Suasana yang terbuka dan partisipatif memungkinkan peserta untuk tidak hanya menerima materi secara pasif, tetapi juga mengevaluasi praktik usaha mereka sendiri dan berdiskusi dengan pemateri serta sesama peserta. Pendekatan ini juga membantu menciptakan keterlibatan emosional dan intelektual, sehingga materi yang disampaikan lebih mudah dipahami dan diinternalisasi.



Gambar 1. Peningkatan Karakter Bisnis UMKM Melalui Sosialisasi Etika Bisnis Islam di Komunitas Sekolah Ibu Majelis Tadris Sayyidah Rumana Samarinda

Kesadaran Praktis dalam Berbisnis secara Etis

Kesadaran praktis mengenai penerapan etika dalam berbisnis mulai tumbuh di kalangan peserta setelah mereka mengikuti sesi simulasi studi kasus yang disajikan dalam kegiatan. Melalui studi kasus yang menggambarkan situasi nyata dalam dunia usaha, para peserta diajak untuk menganalisis masalah dengan perspektif nilai-nilai Islam, seperti kejujuran (*sidq*), keadilan (*'adālah*), dan tanggung jawab (*amanah*). Pendekatan ini tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga menuntut keterlibatan peserta untuk memberikan solusi yang berlandaskan etika bisnis Islami. Peserta mulai memahami bahwa berbisnis tidak semata-mata soal mencari keuntungan, tetapi juga tentang menjaga integritas, kepercayaan, dan keberkahan usaha. Dalam diskusi, banyak yang mengakui bahwa selama ini praktik usaha mereka lebih menitikberatkan pada

aspek profit, bahkan terkadang mengabaikan etika dan transparansi terhadap konsumen.



Gambar 2. Penguatan Praktik Bisnis Etis pada UMKM Perempuan melalui Sosialisasi Etika Bisnis Islam di Sekolah Ibu Majelis Tadris Sayyidah Rumana Samarinda

Namun, setelah mengikuti simulasi dan diskusi, mereka menyadari pentingnya membangun usaha yang adil dan amanah sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan spiritual. Nilai-nilai yang dicontohkan Rasulullah SAW sebagai pedagang yang memiliki sifat *ṣiddiq*, *amanah*, *fathonah*, dan *tabligh* dijadikan rujukan utama dalam proses refleksi etika berusaha. Para peserta diberi pemahaman bahwa sifat-sifat tersebut tidak hanya relevan dalam konteks keagamaan, tetapi juga menjadi fondasi penting dalam membangun bisnis yang berkelanjutan dan dipercaya oleh konsumen. Kesadaran ini membuat mereka mulai mempertimbangkan perubahan dalam cara berjualan, memperlakukan pelanggan, serta menentukan harga dan kualitas produk. Kegiatan ini berhasil menumbuhkan pemahaman bahwa keberhasilan usaha tidak hanya diukur dari keuntungan finansial, tetapi juga dari keberkahan, kejujuran, dan manfaat yang dapat dirasakan oleh semua pihak. Beberapa peserta bahkan menyatakan niat untuk menerapkan nilai-nilai tersebut dalam usaha mereka sehari-hari, seperti memperbaiki transparansi dalam transaksi, menjaga kualitas produk, serta tidak mengambil keuntungan berlebihan. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran kontekstual melalui studi kasus mampu membangun kesadaran praktis dalam menerapkan etika bisnis Islam secara nyata.



Gambar 3. Penguatan Karakter dan Etika Usaha UMKM Perempuan Melalui Edukasi Bisnis Islami di Komunitas Sekolah Ibu Majelis Tadris Sayyidah Rumana Samarinda

Komitmen untuk Perubahan Praktik Bisnis

Sebagian besar pelaku UMKM di Sekolah Ibu Rumana menunjukkan komitmen yang kuat untuk memperbaiki praktik bisnis mereka setelah mengikuti kegiatan sosialisasi dan diskusi mengenai etika bisnis Islam. Mereka bersepakat untuk mulai mengatur keuangan usaha dengan cara yang lebih transparan, sehingga pelaporan dan pengelolaan keuangan menjadi lebih jelas dan dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu, peserta juga berkomitmen memberikan harga yang adil kepada konsumen, menghindari praktik penetapan harga yang merugikan pihak lain demi keuntungan semata. Dalam aspek kejujuran, para pelaku usaha menyatakan niat untuk lebih jujur dalam menjalankan usaha, termasuk dalam penyampaian informasi produk dan layanan. Tidak kalah penting, mereka menyadari perlunya memperbaiki hubungan dengan pelanggan dengan cara yang lebih baik dan beretika sesuai prinsip Islam, seperti sikap sabar, sopan, dan menjaga kepercayaan pelanggan. Komitmen ini merupakan langkah nyata yang diharapkan dapat membawa perubahan positif dalam praktik bisnis sehari-hari, sekaligus meningkatkan keberkahan dan keberlanjutan usaha yang dijalankan.



Gambar 4. Sosialisasi Etika Bisnis Islam sebagai Upaya Pemberdayaan Pelaku UMKM Perempuan di Komunitas Sekolah Ibu Majelis Tadris Sayyidah Rumana Samarinda

Kegiatan sosialisasi ini menunjukkan bahwa para pelaku bisnis UMKM yang tergabung dalam komunitas Sekolah Ibu Konsentrasi Bisnis Majelis Tadris Sayyidah Rumana Samarinda memiliki potensi besar dalam mengembangkan kapasitas usahanya. Hal ini akan semakin berkembang jika dibekali dengan pengetahuan bisnis yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Etika bisnis Islam bukan sekadar aturan spiritual, melainkan juga menjadi panduan praktis dalam menciptakan usaha yang beretika, berkelanjutan, dan adil. Dalam ajaran Islam, nilai-nilai seperti kejujuran (QS. At-Taubah: 119), keadilan (QS. An-Nahl: 90), serta larangan atas praktik penipuan (QS. Al-Muthaffifin: 1-3) merupakan fondasi utama dalam berbisnis. Prinsip-prinsip ini selaras dengan pandangan Beekun (1997) yang menyatakan bahwa etika bisnis dalam Islam mendukung terbentuknya tatanan ekonomi yang berlandaskan moral dan kemanusiaan.



Gambar 5. Foto Bersama bersama Sekolah Ibu Majelis Tadris Sayyidah Rumana Samarinda

Temuan di lapangan juga memperkuat gagasan bahwa etika bisnis Islam bisa menjadi dasar dalam memperkuat karakter pelaku usaha. Seperti yang dijelaskan oleh Hasan (2010), karakter yang dibentuk berdasarkan etika Islam akan melahirkan perilaku bisnis yang amanah, bertanggung jawab, dan mengutamakan keberkahan di atas keuntungan semata. Dari perspektif pemberdayaan perempuan, pendekatan ini sejalan dengan hasil kajian Wahid (2020) yang mengungkapkan bahwa keterlibatan perempuan dalam sektor ekonomi melalui pendekatan nilai-nilai Islam dapat berkontribusi besar terhadap peningkatan kesejahteraan keluarga dan komunitas secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan melalui sosialisasi Etika Bisnis Islam kepada 26 pelaku UMKM perempuan di Sekolah Ibu Konsentrasi Bisnis Majelis Tadris Sayyidah Rumana Samarinda berhasil meningkatkan pemahaman dan kesadaran praktis mereka mengenai pentingnya menjalankan usaha secara etis sesuai prinsip syariah. Metode partisipatif yang menggabungkan ceramah, diskusi interaktif, dan simulasi studi kasus efektif dalam membangun pemahaman mendalam tentang nilai-nilai seperti kejujuran, amanah, dan keadilan dalam berbisnis. Para

peserta menunjukkan komitmen nyata untuk memperbaiki praktik usaha, termasuk transparansi keuangan, penetapan harga yang adil, serta memperbaiki hubungan dengan pelanggan berdasarkan etika Islam. Hasil ini menegaskan bahwa pendekatan edukasi berbasis nilai-nilai Islam tidak hanya memperkuat karakter pelaku usaha, tetapi juga berpotensi meningkatkan keberlanjutan dan keberkahan usaha UMKM perempuan, sehingga dapat memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan ekonomi lokal dan pemberdayaan perempuan secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-azzam, A., & Al-mizeed, O. (2021). The Role of SMEs in Economic Growth: Evidence from Developing Countries. *Journal of Economic Development*, 14(3), 215-230.
- Antonio, M. S. (2001). *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Beekun, R. I. (1996). Islamic Business Ethics. *International Journal of Islamic Financial Services*, 1(2), 1-10.
- Beekun, R. I. (2006). *Management and Leadership in Islamic Perspectives*. Kuala Lumpur: International Islamic University Malaysia Press.
- Beekun, R. I. (1997). Business Ethics in Islam: A Comprehensive Review. *Journal of Business Ethics*, 16(7), 415-423.
- Chapra, M. U. (2000). *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Leicester: The Islamic Foundation.
- Hassan, A., & Hippler, J. (2014). Business Ethics in Islam: A Review. *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, 10(3), 45-67. <https://doi.org/10.12816/0004567>
- Hasan, Z. (2010). Building Character through Islamic Ethics in Business. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 3(4), 305-316. <https://doi.org/10.1108/17538391011091289>
- Juniasih, N., Pertiwi, I. R., & Wulandari, R. (2019). The Role of UMKM in National Economic Development. *Indonesian Journal of Economic and Business*, 34(2), 145-159.
- Kareem, R., Ibrahim, S., & Abdullah, N. (2018). SME Contribution to Economic Growth in Developing Countries. *Asian Economic Review*, 60(1), 35-48.
- Kemenkop dan UKM. (2023). *Statistik UMKM Indonesia Tahun 2023*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia.
- Savitri, E., Dewi, N., & Putri, A. (2020). The Impact of UMKM on Local Economic Development in Indonesia. *Journal of Regional Economics*, 22(1), 50-65.
- Utami, D. R., & Lantu, D. S. (2014). Ketahanan UMKM di Masa Krisis Ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 29(1), 15-26.
- Wahid, A. (2020). Pemberdayaan Perempuan melalui Pendekatan Ekonomi Islam. *Journal of Islamic Social Development*, 5(2), 88-102.