



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 2878-2885

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Kontribusi Wanita Muslimah Dalam Kewirausahaan Islami: Analisis Literatur Dan Perspektif Global

Tasya Farah Kamila

Prodi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Manajemen Bisnis Islam Al-Aziziyah Randudongkal Pemalang

tasyafarahpml@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kontribusi perempuan Muslim dalam kewirausahaan Islami melalui kajian literatur dengan perspektif global. Pendekatan integratif yang digunakan diharapkan mendorong penelitian lanjutan dengan metode empiris yang lebih mendalam. Fokus utama penelitian adalah mengkaji legitimasi normatif Islam terhadap aktivitas ekonomi perempuan serta relevansinya dalam konteks ekonomi modern. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi kepustakaan dengan sumber primer berupa Al-Qur'an, Hadis, dan fatwa DSN-MUI, serta sumber sekunder dari jurnal ilmiah, laporan lembaga internasional, dan penelitian terkait kewirausahaan perempuan di berbagai negara. Penelitian ini menekankan pentingnya dukungan kebijakan publik yang inklusif agar potensi kewirausahaan perempuan Muslim dapat berkembang secara optimal. Hasil kajian menunjukkan bahwa Islam memberikan legitimasi yang jelas terhadap partisipasi ekonomi perempuan, dengan menegaskan prinsip kesetaraan hak atas usaha dan hasil kerja. Kajian ini juga membuka ruang bagi dialog akademik lintas disiplin yang memperkaya perspektif tentang peran perempuan Muslim. Aktivitas kewirausahaan dalam Islam berlandaskan nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Di Indonesia, perempuan Muslim berperan signifikan dalam sektor UMKM, meskipun masih menghadapi kendala akses permodalan, pelatihan, dan literasi keuangan syariah. Integrasi nilai-nilai Islam dengan praktik kewirausahaan modern diharapkan mampu memperkuat daya saing UMKM berbasis syariah di tingkat nasional maupun global. Studi internasional menunjukkan pola serupa, di mana motivasi religius menjadi faktor pendorong utama, sementara hambatan budaya dan struktural tetap menjadi tantangan. Kajian ini juga menyoroti narasi Barat yang sering menilai Islam membatasi perempuan, padahal ketidakadilan lebih banyak bersumber dari faktor budaya dan patriarki, bukan ajaran Islam. Kewirausahaan perempuan Muslim merupakan fenomena multidimensional yang berkontribusi pada kesejahteraan keluarga, pemberdayaan komunitas, dan pembangunan ekonomi inklusif. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi rujukan dalam perumusan kebijakan dan penguatan praktik kewirausahaan berbasis nilai Islam yang beretika, berkelanjutan, dan sensitif terhadap konteks sosial-budaya.

Kata kunci: Wanita Muslimah, Kewirausahaan Islami, Kajian Literatur, Perspektif Global, UMKM

1. Pendahuluan

Kewirausahaan perempuan merupakan isu strategis dalam pembangunan ekonomi, baik pada tingkat nasional maupun global. Dalam perspektif Islam, aktivitas ekonomi tidak hanya diperbolehkan, tetapi juga dipandang sebagai bagian dari ikhtiar memperoleh rezeki halal. Al-Qur'an menegaskan bahwa setiap individu, baik laki-laki maupun perempuan, memiliki hak atas usaha dan hasil kerja masing-masing (QS. Al-Nisa' [4]:32). Prinsip keadilan dan tanggung jawab personal menjadi landasan normatif tanpa membatasi ruang ekonomi berdasarkan gender. Dengan demikian, Islam memberikan legitimasi yang jelas terhadap partisipasi perempuan dalam aktivitas ekonomi, sekaligus menekankan pentingnya etika, kejujuran, dan tanggung jawab sosial.

Di Indonesia, kontribusi perempuan dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat signifikan. Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM adalah perempuan,

khususnya di sektor usaha rumah tangga dan ekonomi kreatif [1]. eran ini tidak hanya mendukung perekonomian keluarga, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional. Namun, perempuan pelaku UMKM masih menghadapi tantangan berupa keterbatasan akses modal, pelatihan, dan literasi keuangan syariah. Kondisi ini menunjukkan perlunya dukungan kebijakan yang lebih inklusif agar potensi kewirausahaan perempuan dapat berkembang optimal.

Secara global, laporan *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) menegaskan bahwa partisipasi perempuan dalam kewirausahaan terus meningkat, meskipun kesenjangan dengan laki-laki masih terlihat, terutama di negara berkembang dengan budaya religius yang kuat [2], [3]. Hal ini memperlihatkan bahwa fenomena kewirausahaan perempuan bersifat universal, tetapi tetap dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, dan religius. Dalam konteks perempuan Muslimah, kajian ini menjadi penting untuk menunjukkan bahwa Islam sejatinya mendukung peran aktif perempuan dalam ekonomi, selama tetap berada dalam koridor etika dan hukum syariah.

Sumber-sumber primer Islam menegaskan kesetaraan nilai amal dan hak atas usaha. QS. An-Nahl [16]:97 menyatakan bahwa siapa pun yang beramal saleh, baik laki-laki maupun perempuan, akan memperoleh kehidupan yang baik. Hadis riwayat Bukhari juga menampilkan Khadijah binti Khuwailid sebagai teladan pengusaha sukses yang menjaga integritas moral dan profesionalisme [4], [5]. Keteladanan Khadijah menunjukkan bahwa kewirausahaan perempuan bukanlah konsep baru dalam Islam, melainkan telah dipraktikkan sejak masa awal. Sejarah ini sekaligus menjadi counter-narrative terhadap pandangan Barat yang sering menilai Islam membatasi ruang gerak perempuan.

Dalam hadis riwayat Bukhari, disebutkan bahwa Khadijah binti Khuwailid merupakan seorang saudagar sukses yang memiliki jaringan perdagangan luas dan etika bisnis yang tinggi. Keberhasilan Khadijah tidak hanya diakui secara sosial, tetapi juga menjadi bagian penting dalam sejarah dakwah Islam. [6], [7].

Literatur ekonomi syariah menekankan bahwa kewirausahaan Islami berlandaskan prinsip tauhid, keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Aktivitas usaha tidak semata-mata bertujuan mencari keuntungan, tetapi juga menciptakan maslahat bagi masyarakat. Dalam konteks ini, kewirausahaan Muslimah dapat dipahami sebagai fenomena multidimensional yang mengintegrasikan nilai spiritual, moral, dan ekonomi.

Selain itu, penelitian-penelitian kontemporer menunjukkan bahwa perempuan Muslimah tidak hanya berperan dalam lingkup domestik, tetapi juga menjadi aktor penting dalam pembangunan ekonomi berbasis komunitas. Di lingkungan pesantren, misalnya, perempuan terlibat dalam usaha kuliner, fesyen Muslim, hingga koperasi berbasis syariah. Hal ini memperlihatkan bahwa kewirausahaan Muslimah memiliki dimensi pemberdayaan sosial yang kuat, sekaligus menjadi sarana untuk memperkuat identitas keagamaan.

Dalam perspektif internasional, studi di Malaysia, Pakistan, dan Oman menunjukkan pola serupa, yaitu adanya motivasi religius yang kuat dalam menjalankan usaha, meskipun hambatan budaya dan struktural tetap menjadi

tantangan. Perempuan Muslimah di berbagai negara menghadapi keterbatasan akses terhadap pembiayaan formal, diskriminasi gender, serta norma sosial yang membatasi ruang gerak mereka. Namun, ketika didukung oleh lingkungan keluarga, kebijakan negara, dan pemahaman agama yang inklusif, perempuan Muslimah mampu mengembangkan usaha secara berkelanjutan.

Dengan demikian, kajian ini bertujuan untuk menegaskan legitimasi normatif Islam terhadap aktivitas ekonomi perempuan, sekaligus mengaitkannya dengan praktik kontemporer di Indonesia dan literatur internasional. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran perempuan Muslimah dalam kewirausahaan Islami, serta menjadi rujukan bagi pengembangan kebijakan dan praktik usaha yang beretika, berkelanjutan, dan sensitif terhadap nilai agama.

2. Metode Penelitian,

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kajian literatur yang bersifat konseptual, normatif, dan komparatif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak bertujuan menguji hubungan kausal atau mengukur variabel secara statistik, melainkan untuk memahami secara mendalam konstruksi pemikiran, nilai, dan praktik kewirausahaan perempuan Muslimah dalam berbagai konteks. Dengan demikian, penelitian ini berorientasi pada pemahaman yang komprehensif, bukan sekadar deskriptif parsial. Kajian literatur dilakukan secara sistematis dan kritis dengan menempatkan kewirausahaan perempuan Muslimah sebagai fenomena multidimensional. Analisis tidak hanya bertumpu pada teks normatif keagamaan, tetapi juga berdialog dengan realitas empiris dan diskursus global. Oleh karena itu, penelitian ini mengintegrasikan perspektif teologis Islam, kerangka hukum ekonomi syariah, kajian kewirausahaan kontemporer, serta analisis sosial-budaya yang berkembang dalam literatur internasional[8], [9]

Sumber data penelitian terdiri atas sumber primer dan sekunder. Sumber primer meliputi Al-Qur'an dan Hadis Nabi Muhammad SAW yang berkaitan dengan konsep kerja, usaha, etika bisnis, serta relasi peran laki-laki dan perempuan dalam Islam. Ayat-ayat Al-Qur'an dan hadis diposisikan sebagai dasar normatif utama yang memberikan nilai dan prinsip, bukan sebagai teks yang berdiri sendiri tanpa konteks. Selain itu, fatwa-fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) digunakan untuk menjembatani prinsip normatif Islam dengan praktik usaha kontemporer [4].

Sumber sekunder meliputi jurnal ilmiah nasional dan internasional, buku teks ekonomi syariah, laporan lembaga pemerintah, serta publikasi organisasi internasional. Literatur nasional difokuskan pada kajian kewirausahaan perempuan, UMKM, dan ekonomi syariah di Indonesia, termasuk penelitian tentang pemberdayaan ekonomi perempuan di lingkungan pesantren. Sementara itu, literatur internasional mencakup laporan *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) serta penelitian yang mengkaji perempuan Muslim dalam kewirausahaan di berbagai negara. Perbandingan lintas wilayah dilakukan untuk melihat apakah tantangan dan peluang kewirausahaan perempuan Muslimah bersifat universal atau kontekstual [2].

Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran sistematis terhadap database jurnal ilmiah dan sumber resmi lainnya dengan menggunakan kata kunci yang relevan dengan topik penelitian. Literatur yang dipilih tidak hanya didasarkan pada popularitas atau frekuensi sitasi, tetapi pada relevansi substansi dan kontribusinya terhadap pengembangan wacana kewirausahaan perempuan Muslimah. Peneliti menginginkan agar literatur yang digunakan mampu merepresentasikan beragam pandangan, termasuk pandangan kritis dari literatur Barat yang sering memosisikan perempuan Muslim dalam kerangka stereotip.

Analisis data dilakukan secara deskriptif-analitis dan interpretatif. Setiap literatur dianalisis dengan mengidentifikasi tema utama, argumentasi, serta temuan penting yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, dilakukan perbandingan antar-literatur untuk menemukan titik temu maupun perbedaan pandangan. Dengan cara ini, hasil analisis tidak berhenti pada pemaparan temuan sebelumnya, tetapi menghasilkan sintesis konseptual yang menunjukkan posisi Islam terhadap kewirausahaan perempuan dalam konteks ekonomi modern. Untuk menjaga keabsahan data dan validitas analisis, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dengan membandingkan teks keagamaan, temuan penelitian ilmiah, dan pandangan teoretis. Dengan pendekatan ini, kesimpulan yang dihasilkan tidak bersifat normatif-ideologis semata, tetapi memiliki dasar akademik yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dengan demikian, metode penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoretis dan konseptual dalam kajian ekonomi syariah, khususnya terkait kewirausahaan perempuan Muslimah, serta menjadi rujukan bagi penelitian lanjutan yang bersifat empiris dan lintas disiplin.

3. Hasil dan Diskusi

Berdasarkan kajian literatur yang dilakukan, ditemukan adanya kecenderungan kuat dalam sebagian literatur Barat, khususnya dalam kajian feminisme liberal dan orientalisme modern, yang membangun narasi bahwa Islam merupakan sistem keagamaan yang membatasi perempuan secara struktural. Perempuan Muslim sering direpresentasikan sebagai *oppressed*, *subordinate*, dan tidak memiliki *agency*, baik dalam ranah sosial, politik, maupun ekonomi. Narasi ini dapat ditemukan dalam sejumlah karya akademik yang memandang Islam sebagai agama patriarkal yang melegitimasi ketimpangan gender [10].

Dalam diskursus Barat, perempuan Muslim kerap digambarkan sebagai *voiceless subjects*, terkungkung oleh aturan agama, serta tidak memiliki kebebasan untuk mengekspresikan potensi diri. Bahkan, dalam konteks ekonomi, Islam sering dituduh membatasi perempuan dari ruang publik dan aktivitas kewirausahaan. Pandangan ini secara implisit menyiratkan adanya bias gender dalam interpretasi ajaran Islam. Namun demikian, kajian literatur menunjukkan bahwa narasi tersebut sering kali tidak membedakan antara ajaran normatif Islam dan praktik sosial-budaya umat Muslim yang sangat beragam.

Beberapa karya feminis Barat, termasuk yang membahas perempuan Muslim di negara-negara berkembang, cenderung menggeneralisasi praktik diskriminatif sebagai produk langsung ajaran Islam. Padahal, jika ditelaah secara lebih mendalam, praktik ketidakadilan terhadap perempuan dalam masyarakat Muslim lebih banyak

bersumber dari faktor budaya lokal, struktur patriarki, dan interpretasi keagamaan yang sempit. Hal ini menunjukkan adanya representasi yang keliru terhadap Islam.

Berbeda dengan narasi tersebut, sumber-sumber primer Islam justru menunjukkan bahwa perempuan memiliki legitimasi penuh dalam aktivitas ekonomi. Al-Qur'an secara tegas menegaskan hak perempuan atas usaha dan hasil kerjanya sebagaimana laki-laki, Allah SWT berfirman:

وَلَا تَتَمَنَّوْا مَا فَضَّلَ اللَّهُ بِهِ بَعْضَكُمْ عَلَى بَعْضٍ ۚ لِلرِّجَالِ نَصِيبٌ مِّمَّا كَسَبُوا وَلِلنِّسَاءِ نَصِيبٌ مِّمَّا كَسَبْنَ ۚ وَاسْأَلُوا اللَّهَ مِنْ فَضْلِهِ
(QS. Al-Nisa' [4]:32)

Ayat ini menjadi dasar normatif bahwa perempuan memiliki *economic agency* yang diakui secara syar'i. Islam tidak melarang perempuan untuk bekerja, memiliki harta, atau mengelola usaha secara mandiri. Prinsip kesetaraan nilai amal juga ditegaskan dalam QS. An-Nahl [16]:97, yang menyatakan bahwa amal saleh, termasuk usaha ekonomi, tidak ditentukan oleh jenis kelamin, melainkan oleh keimanan dan kontribusinya :

مَنْ عَمِلْ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيَاتًا طَيِّبَةً

Salah satu temuan penting dalam kajian ini adalah keteladanan Khadijah binti Khuwailid sebagai pengusaha perempuan yang sukses dan berpengaruh. Dalam hadis riwayat Bukhari disebutkan bahwa Khadijah adalah perempuan terpuji di Quraisy, memiliki kekayaan, dan menjalankan usaha perdagangan dengan sistem kemitraan (*mudharabah*). Rasulullah SAW sendiri menjadi mitra dagangnya sebelum masa kenabian. Keberhasilan Khadijah tidak mengurangi kehormatannya sebagai perempuan, justru semakin mengukuhkan kemuliaannya[5], [8]. Hal ini menjadi *historical counter-narrative* terhadap klaim Barat yang menyatakan bahwa Islam mengekang perempuan dalam ekonomi[6], [11].

Meskipun Islam memberikan kebebasan ekonomi bagi perempuan, penelitian ini juga menemukan bahwa Islam menetapkan adab-adab tertentu dalam berwirausaha. Prinsip ini sering disalahartikan sebagai pembatasan atau bentuk ketidakadilan. Padahal, adab dalam Islam berfungsi sebagai mekanisme perlindungan terhadap martabat perempuan. Rasulullah SAW menekankan kejujuran, etika interaksi, dan amanah dalam muamalah. Hadis riwayat Tirmidzi dan Muslim menyatakan:

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

“Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada.” .

Hadis ini menunjukkan bahwa aktivitas bisnis, baik dilakukan oleh laki-laki maupun perempuan, memiliki nilai moral yang tinggi apabila dijalankan dengan kejujuran dan amanah.

Dalam perspektif etika Islam, kebebasan tidak bersifat mutlak. Kebebasan selalu disertai dengan tanggung jawab moral dan sosial. Oleh karena itu, standar kebebasan liberal Barat yang menuntut otonomi penuh tanpa batasan tidak sepenuhnya relevan untuk menilai praktik kewirausahaan perempuan Muslimah [10], [12]. Hasil kajian menunjukkan bahwa ketidakadilan yang dialami perempuan di sebagian masyarakat Muslim lebih disebabkan oleh faktor budaya dan struktur sosial patriarkal, bukan ajaran Islam.

Dalam konteks Indonesia, perempuan Muslim justru menjadi aktor utama dalam sektor UMKM [13], [14]. Fenomena ini memperlihatkan bahwa ketika nilai-nilai Islam dipahami secara komprehensif, perempuan mampu berwirausaha tanpa kehilangan identitas keislamannya. Islam tidak menempatkan perempuan sebagai makhluk lemah, melainkan sebagai subjek moral yang memiliki tanggung jawab dan potensi yang sama dalam pembangunan ekonomi. Studi lain juga menegaskan bahwa perempuan Muslim Indonesia memiliki peran signifikan dalam meningkatkan kinerja usaha berbasis syariah [15].

Dengan demikian, hasil dan diskusi penelitian ini menegaskan bahwa narasi Barat yang menyatakan Islam mengekang perempuan, khususnya dalam kewirausahaan, merupakan narasi yang tidak sepenuhnya akurat. Islam tidak melarang perempuan untuk mengeksplorasi potensi diri dalam bidang ekonomi. Yang ditekankan oleh Islam adalah bagaimana kebebasan tersebut dijalankan dalam kerangka adab, etika, dan tanggung jawab, demi menjaga kemuliaan dan kehormatan perempuan.

4. Kesimpulan

Hasil analisis menunjukkan bahwa peran perempuan Muslimah dalam kewirausahaan merupakan fenomena yang kompleks dan multidimensional. Kewirausahaan perempuan dalam Islam tidak dapat dipahami secara utuh apabila hanya dilihat dari satu sudut pandang, baik semata-mata melalui pendekatan teologis, ekonomi, maupun sosial-budaya. Oleh karena itu, pendekatan kajian literatur yang mengintegrasikan sumber keislaman, konteks Indonesia, dan literatur internasional menjadi penting untuk menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif dan berimbang. Secara normatif, sumber-sumber primer Islam menunjukkan bahwa perempuan memiliki legitimasi yang jelas dalam aktivitas ekonomi, termasuk kewirausahaan [2], [3]. Al-Qur'an dan Hadis menegaskan prinsip kesetaraan nilai amal dan hak atas usaha, tanpa membedakan antara laki-laki dan perempuan. Dalam kerangka ini, kewirausahaan perempuan dipahami sebagai bagian dari muamalah yang sah dan bernilai ibadah apabila dijalankan sesuai dengan prinsip kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab. Keteladanan historis Khadijah binti Khuwailid memperkuat temuan ini, sekaligus menunjukkan bahwa partisipasi ekonomi perempuan telah menjadi bagian dari tradisi Islam sejak masa awal. Di sisi lain, literatur internasional memperlihatkan adanya beragam pandangan mengenai posisi perempuan dalam masyarakat Muslim. Sebagian literatur menyoroti keterbatasan ruang gerak perempuan dan mengaitkannya dengan faktor keagamaan, sementara literatur lain menekankan peran budaya, struktur sosial, dan konteks historis dalam membentuk relasi gender. Penelitian ini tidak memosisikan pandangan-pandangan tersebut sebagai benar atau salah secara mutlak, melainkan memahaminya sebagai hasil dari kerangka analisis dan konteks sosial yang berbeda. Dengan demikian, perbedaan perspektif tersebut dipandang sebagai bagian dari dinamika akademik yang wajar dalam kajian lintas budaya dan agama. Hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa ketimpangan atau keterbatasan yang dialami perempuan dalam praktik kewirausahaan di berbagai konteks tidak dapat secara langsung dilekatkan pada ajaran Islam sebagai sistem nilai normatif. Sebaliknya, faktor-faktor seperti budaya lokal, interpretasi keagamaan yang beragam, kebijakan publik, serta struktur ekonomi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengalaman perempuan dalam dunia usaha. Dalam konteks ini, Islam menyediakan kerangka etika dan moral yang bersifat normatif, sementara implementasinya sangat dipengaruhi oleh kondisi sosial dan institusional masing-masing masyarakat. Penelitian

ini juga menegaskan bahwa adab dan etika yang ditetapkan Islam dalam aktivitas kewirausahaan tidak dimaksudkan sebagai bentuk pembatasan yang meniadakan peran perempuan, melainkan sebagai upaya menjaga kehormatan, kemuliaan, dan keberlanjutan aktivitas ekonomi. Dalam perspektif ekonomi syariah, kebebasan selalu dipahami bersamaan dengan tanggung jawab moral dan sosial. Oleh karena itu, standar kebebasan yang digunakan dalam menilai kewirausahaan perempuan Muslimah perlu mempertimbangkan kerangka nilai yang dianut oleh masyarakat Muslim, tanpa harus mengabaikan prinsip-prinsip keadilan dan pemberdayaan. Dalam konteks Indonesia, temuan literatur menunjukkan bahwa perempuan Muslim memiliki peran yang signifikan dalam sektor UMKM dan ekonomi berbasis komunitas. Fenomena ini memperlihatkan adanya kesesuaian antara nilai-nilai Islam dan praktik kewirausahaan perempuan, khususnya ketika didukung oleh lingkungan sosial yang kondusif dan kebijakan yang inklusif. Dengan demikian, kewirausahaan perempuan Muslimah tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan keluarga, tetapi juga pada pembangunan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Secara akademik, penelitian ini memberikan kontribusi dengan menghadirkan pendekatan kajian literatur yang bersifat integratif dan reflektif. Penelitian ini tidak bertujuan untuk membandingkan atau mempertentangkan sistem nilai tertentu, melainkan untuk menunjukkan bahwa pemahaman terhadap kewirausahaan perempuan Muslimah memerlukan dialog antar-perspektif. Dialog ini memungkinkan adanya pemahaman yang lebih adil dan kontekstual terhadap peran perempuan dalam Islam, sekaligus membuka ruang bagi pengembangan kebijakan dan praktik kewirausahaan yang sensitif terhadap nilai agama dan budaya. Sebagai penutup, penelitian ini menyimpulkan bahwa kewirausahaan perempuan Muslimah merupakan ruang potensial yang dapat terus dikembangkan melalui pendekatan yang berimbang antara nilai normatif Islam dan realitas sosial-ekonomi kontemporer. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melengkapi kajian literatur ini dengan penelitian empiris, baik melalui studi lapangan, wawancara, maupun analisis kebijakan, sehingga pemahaman mengenai kewirausahaan perempuan Muslimah dapat semakin komprehensif dan aplikatif dalam berbagai konteks.

Referensi

- [1] M. Nugroho and C. Erikawati, "PERAN WIRUSAHA PEREMPUAN DALAM PEREKONOMIAN RUMAH TANGGA DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM," 2023.
- [2] Haruni Ode, Reni Rosari, Rika Fatimah, and Heru Kurnianto Tjahjono, "Development of Muslim Women Entrepreneurship: Islamic Perspective and Transformation of Social Roles," *Journal of Islamic Economic and Business Research*, vol. 5, no. 2, pp. 333–345, Dec. 2025, doi: 10.18196/jiebr.v5i2.522.
- [3] H. Hendrayati, M. Achyarsyah, M. Pradana, M. H. Mahphoth, and R. K. Syahidah, "Revisiting literature on women entrepreneurs and religiosity: a bibliometric analysis," *Cogent Business and Management*, vol. 12, no. 1, p. 13, 2025, doi: 10.1080/23311975.2024.2446703.
- [4] R. G. Mais and R. W. Wulaningsih, "Siti Khadijah RA: Implementasi Prinsip Etika Islam Pengusaha Wanita," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 10, no. 1, p. 422, Mar. 2024, doi: 10.29040/jiei.v10i1.11196.
- [5] Astuti Nurul Aini, "17105050044_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA," *PERAN PUBLIK DAN DOMESTIK KHADIJAH R.A DALAM HADIS*, p. 43, 2021.
- [6] R. Ahmad and M. I. Khan, "The Role of Hazrat Khadijah (Ra) in Islamic Economics and Domestic Life: An Analytical Study in a Contemporary Perspective", 2025. [Online]. Available: <https://aljamei.com/index.php/ajrjz/سيمي اور اعمايشت السيم>
- [7] Siti Hajar, "POTRET DAKWAH KHADIJAH R. A. SEBAGAI WOMEN ENTREPRENEURSHIP SKRIPSI Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar," 2021.

- [8] A. Maksun, L. Sevriana, A. Pratiwi, and A. N. Rahmi, "THE STUDY ON ISLAMIC VALUES AND WOMEN ENTREPRENEURSHIP MSMES," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, vol. 11, no. 1, pp. 82–109, Jun. 2025, doi: 10.20473/jebis.v11i1.63761.
- [9] N. A. A. Ramli, U. S. Ahmad Bustamam, S. Abdul Syukor, and N. Salikin, "Balancing Duniawi and Ukhrawi: A Case Study of Three Malaysian Women Muslimpreneurs MSMES," *UMRAN - International Journal of Islamic and Civilizational Studies*, vol. 11, no. 3, pp. 13–26, Oct. 2024, doi: 10.11113/umran2024.11n3.701.
- [10] I. Surya Maulana Wahid *et al.*, "Feminisme dan Gender dalam Islam (Wahid, et. al.) | 590-603 Madani," *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, vol. 3, no. 5, pp. 590–603, 2025, doi: 10.5281/zenodo.15719313.
- [11] F. CEVHERLİ, "As a Commercial Genius Khadija bint Khuwaylid (RA) and Her Mudarabah Partnership with Prophet Muhammad (SAW)," *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, p. 12, Nov. 2022, doi: 10.54427/ijisef.1191298.
- [12] H. A. Umi Anisah, "Asian Journal of Management Entrepreneurship and Social Science The Meaning of Entrepreneurial Competency and Sharia Orientation in the Business Success of Muslim Women Micro-Entrepreneurs in South Kalimantan: A Phenomenological Study," 2025. [Online]. Available: <https://ajmesc.com/index.php/ajmesc>
- [13] N. Shifyamal Ulya, A. Wahyudi, P. Pascasarjana, J. Ekonomi Syariah Ponorogo, and E. Korespondensi, "Peran perempuan dalam kebangkitan ekonomi lokal melalui usaha mikro kecil menengah ditinjau dari perspektif ekonomi Islam SERAMBI," 2022. [Online]. Available: <https://ejournal>.
- [14] P. Perempuan Dalam Meningkatkan Kewirausahaan Dalam Pembangunan *et al.*, "Peranan Perempuan Dalam Meningkatkan Kewirausahaan Dalam Pembangunan," 2021.
- [15] Adriani+Oktaviani, "PERAN EKONOMI ISLAM DALAM MEMBERDAYAKAN EKONOMI PEREMPUAN," Jan. 2023. [Online]. Available: <https://www.agrofarm.co.id/2022/10/kemenperin->