

PERBANDINGAN NILAI KEWIRAUSAHAAN ISLAMI ANTARA KOMUNITAS MELAYU JAMBI DAN MELAYU SELATAN THAILAND

Dea Rahmayanti¹, Zakia Olifia², Miss Murnee Pohkoh³, Rifani Nazira⁴, Cyntia Desnia Putri⁵

UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

dearahmaynti@gmail.com¹, Zakiaoke7@gmail.com², sumaiyahwangsa1144@gmail.com³,
rifaninazira25@gmail.com⁴, cyntiadesniaputri@gmail.com⁵

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan nilai-nilai kewirausahaan Islami pada komunitas Melayu di Jambi (Indonesia) dan Melayu Selatan Thailand. Fokus kajian ada pada bagaimana prinsip-prinsip Islam seperti kejujuran, amanah, keadilan, larangan riba, transparansi, serta pelayanan dan etika bisnis diterapkan dalam praktik ekonomi kedua wilayah. Penelitian menggunakan metode studi pustaka (*library research*) dengan mengumpulkan sumber ilmiah berupa artikel jurnal, laporan penelitian, dan repositori universitas yang membahas kewirausahaan Islami serta budaya Melayu. Penelitian terdahulu umumnya membahas masing-masing wilayah secara terpisah, namun kajian komparatif yang menghubungkan kedua komunitas Melayu dalam pandangan ekonomi Islami masih terbatas. Kekosongan penelitian inilah yang menjadi dasar pentingnya studi ini untuk melihat bagaimana nilai Islam yang sama dapat beradaptasi secara berbeda sesuai konteks sosial budaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Melayu Jambi mengembangkan praktik kewirausahaan Islami berbasis komunitas dengan menekankan nilai moral, kebersamaan, dan pemberdayaan sosial. Sementara itu, Melayu Selatan Thailand menunjukkan model kewirausahaan yang lebih modern dan terstruktur, berbasis kebijakan pemerintah melalui sertifikasi halal, industri pariwisata ramah Muslim, dan orientasi pasar global. Meskipun memiliki nilai yang sama, penerapan kewirausahaan Islami di kedua wilayah berkembang berbeda sesuai konteks sosial, politik, dan budaya. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kewirausahaan Islami bersifat fleksibel dan adaptif terhadap lingkungan lokal sehingga memerlukan pendekatan yang memperhatikan karakteristik masyarakat tiap wilayah.

Kata Kunci: kewirausahaan Islami, Melayu Jambi, Melayu Selatan Thailand, nilai Islam, budaya Melayu.

Abstract

This study aims to compare Islamic entrepreneurial values in the Malay communities of Jambi (Indonesia) and Southern Thailand. The analysis focuses on how Islamic principles such as honesty, trustworthiness, justice, prohibition of usury, transparency, service, and business ethics are applied in the economic practices of both regions. This research employs a library research method by collecting scientific sources such as journal articles, research reports, and university repositories that discuss Islamic entrepreneurship and Malay culture. Previous studies have mostly discussed Islamic entrepreneurship in each region separately, but comparative research between Malay Jambi and Southern Thailand, especially in terms of Islamic economic practices influenced by socio-cultural context remains limited. This gap makes cross-cultural comparison important to understand how the same Islamic values evolve differently in distinct environments. The findings show that the Malay community in Jambi develops Islamic entrepreneurial practices based on community empowerment, emphasizing moral values, solidarity, and social development. Meanwhile, Southern Thai Malays demonstrate a more modern and structured entrepreneurial model supported by government policies through halal certification, Muslim-friendly tourism industries, and global market orientation. Although both regions are grounded in the same Islamic values, the implementation of Islamic entrepreneurship differs according to the social, political, and cultural contexts. The study concludes that Islamic entrepreneurship is flexible and adaptable to local environments, thus requiring an approach that considers the unique characteristics of each community.

Keywords: *Islamic entrepreneurship, Malay Jambi, Southern Thailand, Islamic values, Malay culture.*

Pendahuluan

Menurut (Priyadi & Mulyani, 2024), kewirausahaan adalah suatu proses untuk menciptakan sesuatu yang baru, inovatif, dan memiliki nilai ekonomi maupun nilai guna. Proses ini melibatkan kemampuan untuk mengelola risiko sekaligus mengoptimalkan sumber daya agar dapat menghasilkan produk atau usaha yang bermanfaat. Kewirausahaan merupakan salah satu cara penting dalam pengembangan ekonomi masyarakat, terutama di wilayah yang memiliki akar budaya serta nilai-nilai keagamaan yang kuat. Dalam masyarakat Melayu, kegiatan ekonomi tidak dapat dipisahkan dari pengaruh nilai-nilai Islam yang telah ada selama berabad-abad. Identitas Melayu menunjukkan keterpaduan antara budaya, agama, dan sistem sosial, sehingga praktik ekonomi sehari-hari berlangsung dalam kerangka etika Islam (Gunawan, 2020). Nilai-nilai seperti kejujuran, amanah, keadilan, serta larangan terhadap riba dan penipuan menjadi prinsip dasar yang membentuk etos kerja dan orientasi bisnis masyarakat. Menurut penelitian (Abuabdin & Junaidu, 2024), kewirausahaan berbasis etika Islam berkembang sebagai respons terhadap kebutuhan untuk membangun sistem

ekonomi yang tidak hanya produktif, tetapi juga selaras dengan norma agama dan nilai-nilai moral Islami. Dengan demikian, memahami kewirausahaan Islami dalam masyarakat Melayu menjadi penting untuk melihat bagaimana ajaran Islam dan tradisi lokal berperan dalam membentuk pola pikir, perilaku bisnis, dan interaksi ekonomi.

Masyarakat Melayu di berbagai wilayah memiliki akar budaya dan agama yang serupa, tetapi praktik kewirausahaan mereka menunjukkan variasi yang menarik untuk dikaji. Misalnya, komunitas Melayu di Jambi (Indonesia) dan Melayu Selatan Thailand memiliki latar belakang sejarah, sosial, dan politik yang berbeda, yang akhirnya turut memengaruhi cara mereka memaknai dan menerapkan nilai-nilai Islam dalam kegiatan ekonomi. Sampai saat ini masih terdapat perbedaan pandangan mengenai sejauh mana nilai-nilai kewirausahaan Islami tersebut diwujudkan dalam kehidupan ekonomi pada dua komunitas ini. Permasalahan ini menjadi penting karena dapat mencerminkan bagaimana konteks budaya dan kebijakan nasional membentuk karakteristik wirausaha Muslim Melayu di masing-masing daerah.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menyoroti hubungan antara nilai Islam dan kewirausahaan Melayu dengan fokus yang beragam. (Kusnadi & Aziz, 2019) menjelaskan keterkaitan antara teologi Islam dan semangat kewirausahaan masyarakat Melayu Jambi sebagai wujud aktualisasi nilai religius dalam kegiatan ekonomi. (Darmadi & Hubul Hoir, 2024) mengangkat konsep kewirausahaan Islam sebagai alternatif etika bisnis yang adil dan berkeadaban. Di sisi lain, (Kusuma, 2020) dan (Leengaedayee & Riyadi, 2024) meneliti dinamika komunitas Muslim minoritas di Thailand Selatan terutama di Nakhon Si Thammarat dan Pattani yang menggabungkan aktivitas dakwah dengan pengelolaan bisnis di tengah tantangan sosial dan politik (Puspita, etal, 2024).

Meskipun beberapa penelitian telah membahas aspek kewirausahaan Islami di kawasan Melayu, kebanyakan studi terdahulu hanya berfokus pada satu wilayah atau satu komunitas tertentu, tanpa membandingkan antar negara. Belum banyak kajian yang secara khusus menyoroti perbandingan nilai-nilai kewirausahaan Islami antara komunitas Melayu di Indonesia dan Thailand Selatan. Selain itu, studi yang ada sering kali menekankan aspek ekonomi semata, tanpa mempertimbangkan aspek sosial, budaya, dan religius yang berpengaruh pada penerapan nilai kewirausahaan. Kekosongan penelitian ini menunjukkan bahwa belum tersedia kajian komparatif secara mendalam untuk menghubungkan nilai Islam, budaya Melayu, dan konteks sosial-politik dalam praktik ekonomi kedua wilayah. Kebaruan penelitian ini terletak pada pendekatan perbandingan lintas negara yang mengintegrasikan nilai inti Islam, kekhasan tradisi Melayu, serta dukungan institusional dalam melihat kewirausahaan Jambi dan Thailand Selatan. Penelitian ini juga menyajikan analisis komparatif berbasis matriks yang belum banyak diangkat dalam studi sebelumnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi nilai-nilai kewirausahaan Islami dalam komunitas Melayu Jambi dan Melayu Selatan Thailand, membandingkan implementasi nilai Islam dalam praktik ekonomi kedua masyarakat berdasarkan faktor budaya, sosial, dan struktural, menganalisis pengaruh kebijakan negara, posisi demografis mayoritas-minoritas, dan perkembangan industri halal terhadap model kewirausahaan, merumuskan sintesis komparatif mengenai persamaan, perbedaan, dan implikasi sosial-ekonomi dari praktik kewirausahaan Islami pada kedua wilayah.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka (*library research*) (Darmalaksana, 2020) karena fokus kajian berada pada analisis mengenai nilai-nilai kewirausahaan Islami dalam komunitas Melayu Jambi dan Melayu Selatan Thailand. Metode ini dipilih karena data yang diperlukan berupa teori, hasil penelitian, serta deskripsi yang telah tersedia dalam publikasi ilmiah, sehingga memungkinkan peneliti menyelesaikan penelitian tanpa meneliti langsung lintas negara yang memerlukan sumber daya besar. Subjek penelitian berupa literatur akademik seperti artikel jurnal, laporan penelitian, dan repositori universitas yang membahas kewirausahaan Islami, budaya Melayu, serta dinamika sosial-keagamaan masyarakat Muslim di Indonesia dan Thailand Selatan. Penelitian dilaksanakan melalui penelusuran literatur di berbagai sumber digital seperti Google Scholar, ResearchGate dan Repositori Universitas selama periode penulisan jurnal (Assyakurrohim et al, 2022).

Strategi pencarian literatur dilakukan dengan penggunaan kata kunci dalam bahasa Indonesia dan Inggris, seperti “kewirausahaan Islami Melayu,” “*Islamic entrepreneurship Malay community*,” “Melayu Jambi *entrepreneurship*,” atau “*Southern Thai Muslim economy*.” Literatur yang digunakan diseleksi berdasarkan isi pembahasan mengenai masyarakat Melayu Jambi atau Melayu Thailand Selatan, serta meneliti nilai-nilai Islam dalam aktivitas ekonomi. Sebaliknya, literatur dikeluarkan jika tidak relevan dengan wilayah dan tema penelitian, tidak tersedia *full-text*, atau berasal dari sumber non-ilmiah seperti blog dan artikel populer. Pengumpulan data dilakukan melalui identifikasi, seleksi, pencatatan yang kemudian dianalisis menggunakan analisis isi (*content analysis*) (Pratama, et al, 2021). Proses analisis meliputi pembacaan mendalam, pengelompokan temuan berdasarkan tema seperti nilai Islam, budaya Melayu, dan praktik ekonomi, serta membandingkan kedua komunitas untuk menemukan pola persamaan dan perbedaan. Hasil inilah yang digunakan untuk menarik kesimpulan mengenai bagaimana konteks budaya, sejarah, dan sosial-politik membentuk nilai-nilai kewirausahaan Islami di masyarakat Melayu Jambi dan Melayu Selatan Thailand.

Hasil dan Pembahasan

Studi yang dilakukan oleh (Kusnadi & Aziz, 2019) menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam dalam masyarakat Melayu Jambi memiliki keterkaitan erat dengan praktik kewirausahaan, terutama melalui penerapan prinsip *sidq* (kejujuran), amanah, ‘*adl* (keadilan), *ihsan*, dan *maslahah* sebagai landasan etis dalam aktivitas ekonomi. Penelitian tersebut menegaskan bahwa etos wirausaha masyarakat Melayu Jambi dibentuk oleh integrasi nilai budaya dan teologi Islam yang mendorong praktik usaha yang berorientasi pada keberkahan dan kemanfaatan sosial. Nilai ini menjadi pedoman moral dalam produksi, distribusi, hingga interaksi sosial antara pedagang dan konsumen. Kajian (Indrawijaya & Isnaeni, 2020) mengungkap bahwa pelaku usaha Muslim di Jambi membentuk sistem kewirausahaan sosial yang berbasis komunitas, yaitu suatu bentuk *cultural embeddedness* di mana praktik bisnis sangat melekat pada norma sosial, budaya Melayu, dan ajaran agama. Kegiatan ekonomi bukan hanya berorientasi profit, tetapi juga memperkuat solidaritas sosial, dakwah, dan pemberdayaan sesama umat.

Secara empiris, implementasi etika Islam tampak pada usaha Galeri Mahabatullah (Dede Kurniadi et al., 2023), di mana kejujuran harga, pelayanan ramah, kualitas produk syar’i, dan sikap dermawan menjadi strategi yang meningkatkan kepercayaan pelanggan. Hal ini memperkuat argumen bahwa religiusitas dapat berfungsi sebagai modal sosial yang memperbesar loyalitas konsumen dan memperkuat posisi pasar. Dengan kata lain, model kewirausahaan di Jambi cenderung bersifat *bottom-up*, bertumbuh dari internal komunitas melalui gotong royong, majelis taklim, jaringan keluarga, hingga kegiatan sosial keagamaan. Etika Islam dipraktikkan secara natural sebagai identitas budaya, bukan karena tuntutan regulasi negara (Miftah, 2020).

Berbeda dengan Jambi, konteks Thailand Selatan memperlihatkan dinamika kewirausahaan Islam yang dipengaruhi kebijakan makro negara. Pemerintah Thailand secara aktif membangun industri halal melalui standardisasi sertifikasi TAS 8400-2007 dan kerja sama universitas (Purnama et al., 2021). Pendekatan ini sejalan dengan *institutional theory* yang menekankan pentingnya peran negara dalam penguatan ekosistem bisnis melalui regulasi, legitimasi, dan fasilitasi pasar. Hal ini membuka jalan bagi berkembangnya pariwisata halal dan ekspor produk halal ke pasar global (Anggara, 2022). Pelaku usaha di Pattani dan wilayah perbatasan pun mulai mengadopsi manajemen modern serta strategi marketing kompetitif (Boonchom, 2023; Nuh et al., 2022), sehingga nilai Islam tidak hanya berfungsi sebagai etika moral, tetapi juga sebagai branding ekonomi yang menarik wisatawan Muslim.

Namun, perkembangan tersebut tidak lepas dari tantangan sosial-politik. Komunitas Melayu Muslim di Selatan Thailand adalah minoritas dalam negara Buddha sehingga sering menghadapi stigma, konflik identitas, bahkan ketegangan politik (Kartina Indah Puspitasari et al., 2025). Industri halal dan pariwisata ramah Muslim kemudian dimanfaatkan sebagai strategi *peacebuilding*, bukan sekadar penguatan ekonomi. Hal ini menunjukkan bahwa kewirausahaan halal di Thailand tidak sepenuhnya tumbuh dari basis komunitas seperti Jambi, tetapi dari intervensi negara untuk menata relasi sosial dan meredam konflik. Oleh karena itu, model ini relatif sulit diterapkan secara langsung di Indonesia tanpa pertimbangan historis dan struktur sosial yang berbeda.

Matriks Perbandingan Kewirausahaan Islami Melayu Jambi dan Selatan Thailand

No	Aspek	Melayu Jambi (Indonesia)	Melayu Selatan Thailand
1	Bisnis pertumbuhan usaha	Komunitas Lokal dan nilai Islam keseharian (<i>bottom-up</i>)	Negara sebagai penggerak industri halal (<i>top-down</i>)
2	Teori yang paling sesuai	<i>Cultural embeddedness</i> : bisnis melekat pada adat dan agama	<i>Institutional theory</i> : peran negara dominan

3	Orientasi ekonomi	Modal sosial (moralitas religius)	Modal ekonomi (globalisasi halal)
4	Implementasi nilai islam	Etika bisnis (pelayanan, kejujuran, keadilan)	Halal <i>branding</i> (sertifikasi, pariwisata, ekspor)
5	Arah pasar	Lokal dan komunitas	Nasional sampai internasional
6	Dampak sosial utama	Solidaritas umat, dakwah ekonomi	<i>Peacebuilding</i> , diplomasi halal
7	Tantangan	Skala pasar kecil, modernisasi lambat	Minoritas Muslim, politik konflik
8	Peluang pengembangan	UMKM Syariah, koperasi islam	Ekspor halal, wisata Muslim

Dilihat dari teori dan hasil penelitian, kedua wilayah sama-sama menjadikan Islam sebagai fondasi etika bisnis, tapi konteks sosial menentukan arah perkembangannya. Jambi mempraktikkan kewirausahaan Islam sebagai budaya hidup sehari-hari, sehingga perkembangan usaha sangat bergantung pada kedekatan sosial. Nilai *ihsan* dan *maslahah* lebih menonjol dalam bentuk sedekah, harga wajar, serta pelayanan humanis. Akibatnya, sektor UMKM menjadi lebih stabil namun pertumbuhan skala besar berjalan lambat.

Sebaliknya, Thailand Selatan mengonstruksi kewirausahaan Islam melalui mekanisme negara dan pasar global. Nilai Islam dibuktikan dalam sertifikasi halal dan promosi wisata yang meningkatkan daya tawar ekonomi. Model ini menawarkan peluang besar namun memiliki risiko komersialisasi agama jika tidak dibarengi pendidikan etika bisnis.

Implikasi Akademik dan Praktis

1. Model kewirausahaan di Jambi cocok digunakan sebagai contoh pengembangan UMKM dan ekonomi berbasis komunitas, karena menonjolkan nilai agama seperti kejujuran dan tolong-menolong.
2. Model Thailand Selatan dapat dijadikan rujukan dalam pengembangan industri halal berskala besar karena sudah menerapkan standar halal dan strategi pemasaran yang lebih modern.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kewirausahaan Islami berbeda bentuknya di setiap daerah, bergantung pada budaya, kondisi sosial, dan peran pemerintah.

4. Indonesia dapat mengambil pelajaran dari Thailand dalam hal sertifikasi halal, namun tetap mempertahankan karakter kewirausahaan berbasis nilai sosial seperti pada masyarakat Jambi.

Kesimpulan

Penelitian ini menegaskan bahwa masyarakat Melayu Jambi dan Melayu Selatan Thailand sama-sama menjadikan nilai-nilai Islam seperti kejujuran, amanah, keadilan, pelayanan yang baik, serta larangan riba sebagai nilai dalam aktivitas kewirausahaan. Etika Islam tidak hanya berfungsi sebagai pedoman ibadah, tetapi juga terintegrasi dengan budaya Melayu yang membentuk karakter usaha, hubungan sosial, serta cara pelaku bisnis membangun kepercayaan konsumen.

Namun, implementasi nilai tersebut menunjukkan pola perkembangan yang berbeda. Model kewirausahaan di Jambi bertumbuh secara *bottom-up*, berbasis komunitas dan modal sosial yang mengedepankan kesetiakawanan, dakwah ekonomi, serta pemberdayaan UMKM. Sementara itu, Thailand Selatan mengembangkan pola *top-down* yang lebih terstruktur melalui dukungan regulasi negara seperti sertifikasi halal, penguatan pariwisata Muslim, dan orientasi pasar global. Perbedaan konteks mayoritas–minoritas, situasi politik, serta akses terhadap pasar internasional menjadikan praktis kewirausahaan di Thailand lebih modern dan kompetitif dibandingkan Jambi yang lebih menekankan aspek sosial-religius.

Dengan demikian, kewirausahaan Islami dalam masyarakat Melayu bersifat adaptif dan kontekstual, dipengaruhi oleh budaya, struktur sosial, serta kebijakan negara. Penelitian ini menyarankan bahwa pengembangan ekonomi berbasis Islam di Indonesia dapat memanfaatkan pembelajaran dari Thailand dalam pengelolaan industri halal dan strategi globalisasi, tanpa meninggalkan kekuatan budaya lokal seperti pada model komunitas Jambi. Pendekatan integratif antara nilai Islam, kearifan tradisi, dan dukungan institusi menjadi kunci untuk memperkuat ekosistem kewirausahaan Islami di masa mendatang.

Daftar Pustaka

- Abuabdin, A. A., & Junaidu, U. (2024). Islamic Ethics in Business Development : Principles and Frameworks for Entrepreneurial Success. *IJIEG - International Journal of Innovation in Economics and Governance*, 5(2), 63–74. <https://doi.org/10.58932/MULD0043>
- Anggara, W. P. N. (2022). Globalization of Culture and Identity: Case Study of Halal Tourism Thailand as a Muslim Friendly Tourist Destination. In *Journal of halal product and research* (Vol. 5, Issue 2, pp. 72–78). <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.5-issue.2.72-78>
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1-9.
- Boonchom, O. (2023). Muslim Practices on Businesses: A Case Study of Muslim Businessmen in Pattani, Thailand. *Jamalullail Journal*, 2(1), 64–63. <https://doi.org/10.64638/jj.v2i1.005>
- Darmadi, & Hubul Hoir. (2024). Kewirausahaan Islam Suatu Jalan Alternatif. *Jurnal Paradigma Transintegrasi Terapan*, Vol. 4, No.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.30631/z1907759>
- Darmalaksana, W. (2020). Metode penelitian kualitatif studi pustaka dan studi lapangan. *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.
- Dede Kurniadi, Maulana Yusuf, & Hareastoma. (2023). Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Peningkatan Entrepreneursip Pada Galeri Muslim Mahabatullah Kota Jambi. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 2(3), 175–189. <https://doi.org/10.55606/jupumi.v2i3.2169>
- Gunawan, H. (2020). Kesadaran Beragama Masyarakat Jambi Kota Seberang. *Asketik: Jurnal Agama Dan Perubahan Sosial*, 4(2), 197-209.
- Indrawijaya, S., & Isnaeni, N. (2020). Model Kewirausahaan Sosial Islam Pada Komunitas Pengusaha Muslim Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(03), 215–226. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i03.17595>
- Kartina Indah Puspitasari, Zulkhair Burhan, & Umar Ramli. (2025). Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial. *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*, 11(1), 244–256. <https://www.ejournal.um-sorong.ac.id/index.php/jn/article/view/4431>
- Kusnadi, E., & Aziz, A. (2019). Interkoneksi Nilai-Nilai Melayu Jambi , Teologi Islam dan Spirit Kewirausahaan Interconnection of Jambi Malay Values , Islamic Theology and Entrepreneurial Spirit. *Kontekstualita Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 34(1), 41–59. <https://doi.org/10.30631/kontekstualita.v34i1.510>
- Kusuma, B. M. A. (2020). Nakhon Si Thammarat Muslim Business Club: Managing Da'wah and Entrepreneurship among Muslim Minorities in the Southern Thailand. *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, 20(1), 104. <https://doi.org/10.29300/syr.v20i1.3186>
- Leengaedayee, P., & Riyadi, A. (2024). Contribution of Islamic Intellectual Organizations to Educational and Social Aspects in Pattani, Thailand. *Prosperity: Journal of Society and Empowerment*, 4(2), 223–236. <https://doi.org/10.21580/prosperity.v4i2.18928>
- Miftah, A. A., & Pangiuk, A. (2020). *Budaya bisnis muslim Jambi dalam perspektif kearifan lokal*. Ahlimedia Book.
- Nuh, R., Hayeemad, M., & Labduang, A. (2022). The Effects Of Management And Marketing Competencies On Business Performance Of Halal Community Enterprises (HCE) In Three Southern Border Provinces Of Thailand With Entrepreneurial Self-Efficacy As The Moderator Variable. *Panyapiwat Journal*, 14(1), 42–57.
- Pratama, B. I., Anggraini, C., Pratama, M. R., Illahi, A. K., & Ari, D. P. S. (2021). *Metode analisis isi (Metode penelitian populer ilmu-ilmu sosial)*. Unisma Press.
- Priyadi, H., & Mulyani, A. S. (2024). The Concept of Entrepreneurship in a Business Perspective. *Indonesian Journal of Applied and Industrial Sciences (ESA)*, 3(1), 119–128. <https://doi.org/10.55927/esa.v3i1.7571>
- Puspitasari, K. I., Burhan, Z., & Ramli, U. (2024). Implementasi Pengembangan Industri Pariwisata Halal Sebagai Strategi Peacebuilding Thailand Pada Konflik Etnis Muslim Melayu di Kawasan Thailand Selatan. *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(2), 281-295.
- Purnama, C., Konety, N., Akim, A., & Subarkah, A. R. (2021). Diplomasi Publik Thailand Melalui Industri Halal. In *Sospol* (Vol. 7, Issue 1, pp. 29–46). <https://doi.org/10.22219/sospol.v7i1.13968>

