

## L'évolution de la recherche sur l'entrepreneuriat islamique : analyse bibliométrique des tendances, collaborations et thématiques émergentes (2010–2025)

The Evolution of Islamic Entrepreneurship Research: A Bibliometric Analysis of Trends, Collaborations, and Emerging Themes (2010–2025).

Auteur 1 : MEKKAOUI ALAOUI Mariem.

Auteur 2 : OUHNA Laila.

Auteur 3 : AIT BOUADHAN Asma.

**MEKKAOUI ALAOUI Mariem**, (0009-0009-3522-7719 , PhD en économie et gestion)

1 Université Ibn Zohr, Faculté des sciences économiques juridiques et sociales Ait melloul, Agadir.

**OUHNA Laila** , ( Enseignante chercheure.)

2 Université Ibn Zohr, Faculté des sciences économiques juridiques et sociales Ait melloul, Agadir.

**AIT BOUADHAN Asma**, (PhD en économie et gestion)

3 Faculté des sciences juridiques, économiques et sociales Ait Melloul, Université IBN ZOHR, Agadir

**Déclaration de divulgation** : L'auteur n'a pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude.

**Conflit d'intérêts** : L'auteur ne signale aucun conflit d'intérêts.

**Pour citer cet article** : MEKKAOUI ALAOUI .M, OUHNA .L & AIT BOUADHAN .A (2026) « L'évolution de la recherche sur l'entrepreneuriat islamique : analyse bibliométrique des tendances, collaborations et thématiques émergentes (2010–2025) », African Scientific Journal « Volume 03, Num 36 » pp: 1703 – 1727.



DOI : 10.5281/zenodo.20706306

Copyright © 2026 – ASJ



## Résumé

L'entrepreneuriat islamique connaît un essor croissant sous l'effet du développement de l'économie halal, de la finance islamique et des innovations numériques conformes aux principes de la charia. Malgré cette dynamique, la littérature demeure fragmentée entre plusieurs axes de recherche, notamment l'Islamic Work Ethic (IWE), l'intention entrepreneuriale, les mécanismes de financement islamique et les marchés halal. Cette étude propose une analyse bibliométrique de la littérature scientifique sur l'entrepreneuriat islamique publiée entre 2010 et 2025 à partir d'un corpus de 341 articles indexés dans Scopus. En mobilisant le package Bibliometrix sous R, l'étude analyse les tendances de publication, les réseaux de collaboration, les auteurs, pays et institutions les plus influents, ainsi que les structures conceptuelles et thématiques du domaine. Les résultats révèlent une croissance soutenue de la production scientifique, dominée principalement par la Malaisie et l'Indonésie, et mettent en évidence le rôle central de l'intention entrepreneuriale, de la religiosité, de l'Islamic Work Ethic et de la finance islamique dans la structuration du champ. L'analyse identifie également l'émergence de nouvelles thématiques liées au crowdfunding islamique, à la fintech islamique, à l'innovation halal et à la digitalisation des activités entrepreneuriales. Toutefois, les interactions entre les valeurs islamiques, les intentions entrepreneuriales, les instruments financiers conformes à la charia et les innovations du marché halal demeurent encore insuffisamment intégrées dans les modèles théoriques existants. Cette recherche contribue ainsi à une meilleure compréhension de la structure intellectuelle de l'entrepreneuriat islamique et propose un agenda de recherche visant à renforcer l'intégration des dimensions éthiques, comportementales, financières et technologiques qui façonnent l'évolution de ce champ.

**Mots clés :** Entrepreneuriat islamique ; Éthique du travail islamique ; Intention entrepreneuriale ; Finance islamique ; Marché halal ; Innovation halal ; Crowdfunding islamique ; Bibliométrie.

## Abstract

Islamic entrepreneurship is experiencing significant growth due to the development of the halal economy, Islamic finance, and digital innovations in accordance with Sharia principles. Despite this dynamic, the literature remains fragmented across several research axes, notably the Islamic Work Ethic (IWE), entrepreneurial intention, Islamic financing mechanisms, and halal markets. This study proposes a bibliometric analysis of the scientific literature on Islamic entrepreneurship published between 2010 and 2025, using 341 Scopus-indexed articles. Using the R Bibliometrix package, the study examines publication trends, collaboration networks, the most influential authors, countries, and institutions, as well as the field's conceptual and thematic structure. The results reveal a sustained growth in scientific production, primarily dominated by Malaysia and Indonesia, and highlight the central role of entrepreneurial intention, religiosity, Islamic Work Ethic, and Islamic finance in the structuring of the field. The analysis also identifies emerging research themes related to Islamic crowdfunding, Islamic fintech, halal innovation, and the digitalization of entrepreneurial activities. However, the relationships among Islamic values, entrepreneurial intentions, Sharia-compliant financial instruments, and halal market innovations remain insufficiently integrated within existing theoretical frameworks. This study contributes to a better understanding of the intellectual structure of Islamic entrepreneurship research and proposes a future research agenda aimed at strengthening the integration of ethical, behavioral, financial, and technological dimensions shaping the evolution of the field.

**Keywords:** Islamic entrepreneurship; Islamic Work Ethic (IWE); Entrepreneurial intention; Islamic finance; Halal market; Halal innovation; Islamic crowdfunding; Bibliometric analysis.

## Introduction

Au cours des deux dernières décennies, l'entrepreneuriat islamique a connu un développement significatif, porté par l'expansion simultanée de l'économie halal et de la finance islamique. Cette dynamique s'inscrit dans un contexte où les marchés liés à la consommation halal, au tourisme musulman, à la mode pudique et aux services financiers conformes à la charia enregistrent une croissance soutenue à l'échelle mondiale. Parallèlement, l'émergence de solutions numériques telles que les plateformes de financement participatif islamique (Islamic crowdfunding) et les dispositifs de « halal tech » contribue à la diversification des modèles entrepreneuriaux fondés sur les valeurs islamiques (Purwatiningsih et al., 2024).

Sur le plan académique, l'intérêt pour l'entrepreneuriat islamique s'est progressivement renforcé au sein des recherches en entrepreneuriat, management, éthique des affaires et économie islamique. Plusieurs travaux soulignent que l'activité entrepreneuriale en contexte islamique ne peut être réduite à une simple logique économique, mais s'inscrit également dans un cadre normatif structuré par des principes religieux, éthiques et sociaux tels que la justice, la responsabilité, la transparence et l'intérêt collectif. Les études récentes montrent également que les recherches sur l'entrepreneuriat islamique se développent de manière multidisciplinaire, en mobilisant des approches issues du management, de l'économie, de l'éducation et des études religieuses.

Toutefois, malgré cette croissance scientifique, la littérature demeure fragmentée sur le plan conceptuel. Une première catégorie de travaux s'appuie sur le concept d'Islamic Work Ethic (IWE), développé notamment à partir des travaux fondateurs d'Ali (1988), afin d'expliquer les comportements individuels, les attitudes professionnelles et les performances organisationnelles. Cependant, ces recherches restent souvent centrées sur le contexte du travail et des organisations, sans établir de liens explicites avec les processus de création d'entreprise ou les comportements entrepreneuriaux (Esmer, 2025)

Parallèlement, plusieurs recherches mobilisent la Theory of Planned Behavior (TPB) proposée par (Ajzen, 1991) afin d'examiner les déterminants de l'intention entrepreneuriale dans les contextes musulmans. Ces travaux mettent en évidence le rôle des attitudes, des normes subjectives et du contrôle comportemental perçu dans la formation des intentions entrepreneuriales. Néanmoins, les articulations entre ces mécanismes psychologiques et les instruments spécifiques de la finance islamique tels que la moucharaka, la moudaraba, la murabaha ou l'ijara demeurent relativement peu explorées dans la littérature existante.

Une autre ligne de recherche récente concerne le développement du financement participatif islamique (Islamic crowdfunding). Plusieurs études montrent que les récits mobilisant des références religieuses, altruistes ou communautaires influencent significativement le succès des campagnes de financement sur des plateformes telles que LaunchGood. Les signaux liés aux valeurs islamiques apparaissent ainsi comme des mécanismes importants de légitimation et de mobilisation des ressources entrepreneuriales (Raimi et al., 2024). Toutefois, ces travaux restent généralement isolés des recherches portant sur l'éthique islamique du travail, l'intention entrepreneuriale ou les mécanismes traditionnels de la finance islamique.

Cette dispersion théorique et thématique révèle l'existence d'un déficit de structuration du champ. Plusieurs auteurs soulignent d'ailleurs que la littérature sur l'entrepreneuriat islamique demeure encore insuffisamment consolidée et manque d'un cadre intégrateur permettant d'articuler les différentes perspectives mobilisées dans les recherches existantes. En particulier, peu d'études proposent une vision globale reliant simultanément : (i) l'Islamic Work Ethic et les valeurs islamiques ; (ii) les modèles d'intention entrepreneuriale inspirés de la TPB ; (iii) les mécanismes de financement islamique ; et (iv) les dynamiques d'innovation et de développement des marchés halal.

Par ailleurs, les rares études bibliométriques consacrées à l'entrepreneuriat islamique demeurent limitées par la taille de leur corpus ou leur focalisation sur certaines dimensions du domaine. Elles ne permettent pas d'appréhender de manière globale les réseaux scientifiques, les thématiques dominantes et les dynamiques intellectuelles qui structurent ce champ. Afin de combler cette lacune, cet article propose une analyse bibliométrique de la littérature sur l'entrepreneuriat islamique entre 2010 et 2025. Son objectif est de cartographier la production scientifique, d'identifier les principaux réseaux et clusters thématiques, et de mettre en évidence les tendances émergentes du domaine.

À partir d'un corpus de 341 articles indexés dans Scopus, l'étude mobilise des analyses descriptives, des réseaux de co-occurrence et des cartographies thématiques afin d'identifier les principaux pôles conceptuels et les dynamiques de recherche. Elle contribue ainsi à une meilleure compréhension des liens entre valeurs islamiques, intention entrepreneuriale, financement conforme à la charia et innovation dans les marchés halal.

L'article présente d'abord le contexte théorique et l'état de la littérature, puis les principales lacunes de recherche. Il expose ensuite la méthodologie bibliométrique adoptée avant de présenter et discuter les principaux résultats.

## 1. Contexte théorique et état de la littérature

La littérature récente sur l'entrepreneuriat islamique met en évidence plusieurs dimensions conceptuelles qui contribuent à structurer ce champ de recherche en pleine expansion. Parmi celles-ci, l'Islamic Work Ethic (IWE) occupe une place centrale.

Initialement développée par (Ali & Al-Owaihian, 2008), cette approche postule que les principes islamiques influencent positivement les comportements professionnels et entrepreneuriaux. L'IWE repose sur quatre piliers fondamentaux l'effort, la compétition, la transparence et la conduite moralement responsable qui ensemble contribuent à renforcer le progrès économique et organisationnel. Plus spécifiquement, le travail est conçu non pas comme une simple activité économique, mais comme un acte d'adoration (*ibadah*) lorsqu'il est accompli en conformité avec les valeurs islamiques telles que l'honnêteté (*sidq*), la fiabilité (*amanah*) et le respect du licite (*halal*).

Depuis sa formalisation, le cadre de l'IWE a été mobilisé dans de nombreux contextes empiriques. Des travaux successifs notamment ceux de (Rokhman, 2010; Yousef, 2001) ont mis en évidence l'impact de l'IWE sur des variables organisationnelles clés telles que la satisfaction au travail, l'engagement organisationnel et l'intention de départ. Par ailleurs, selon (Badar et al., 2023), l'éthique du travail islamique améliore la performance organisationnelle, notamment dans les secteurs public, privé, consultatif et non gouvernemental.

Sur le plan des comportements éthiques, les employés qui adhèrent à l'IWE sont moins enclins à s'engager dans des comportements déviants au travail, car ils sont guidés par un ensemble de principes moraux qui découragent de tels comportements. De même, des recherches récentes montrent que l'IWE joue un rôle modérateur significatif dans la relation entre les perceptions politiques organisationnelles et l'engagement affectif des employés (Riaz et al., 2023), et qu'elle renforce les comportements de partage des connaissances au sein des équipes (Chaudhary et al., 2021).

Toutefois, malgré la richesse de ces contributions, la recherche sur l'IWE demeure encore insuffisante dans certains contextes géographiques, et peu d'études proposent un modèle intégrateur testant simultanément les effets médiateurs et modérateurs de l'IWE dans des cadres analytiques transversaux et transculturels. Surtout, la majorité des travaux existants se concentre sur les comportements au travail et les performances organisationnelles, sans examiner de manière approfondie les mécanismes par lesquels ces valeurs islamiques

influencent spécifiquement la création d'entreprise ou les choix entrepreneuriaux ((Chaudhary et al., 2021; Riaz et al., 2023)

Cette lacune constitue précisément l'un des points d'entrée de la présente recherche, qui vise à articuler l'IWE avec les déterminants de l'intention entrepreneuriale dans une perspective intégrée.

Une deuxième orientation majeure concerne l'étude de l'intention entrepreneuriale à travers la *Theory of Planned Behavior* (TPB) proposée par (Ajzen, 1991). Ce cadre théorique est largement mobilisé pour analyser les facteurs qui influencent la décision de créer une entreprise. Des recherches menées dans des contextes musulmans montrent que la religion islamique, à travers des valeurs telles que la discipline, le travail et la responsabilité, peut renforcer des attitudes favorables à l'entrepreneuriat et à la prise d'initiative économique. En particulier, même si la religiosité n'exerce pas toujours d'effet direct sur l'intention entrepreneuriale, elle agit de manière indirecte à travers l'attitude personnelle et le sentiment d'auto-efficacité entrepreneuriale, qui jouent un rôle médiateur central dans le modèle TPB.

Néanmoins, ces recherches restent souvent focalisées sur les dimensions psychologiques de l'intention entrepreneuriale et accordent une attention limitée aux facteurs institutionnels, financiers et sectoriels susceptibles d'influencer la concrétisation des projets entrepreneuriaux (Arzam et al., 2023).

Parallèlement, la littérature sur la finance islamique a mis en évidence le rôle des instruments financiers conformes à la charia dans le soutien à l'activité entrepreneuriale. Les modèles d'entrepreneuriat éthique et de financement fondés sur les principes islamiques demeurent insuffisamment étudiés dans le paysage économique contemporain, malgré des efforts notables de la part des théoriciens islamiques. Les mécanismes tels que la *moudaraba*, la *moucharaka*, la *mourabaha* ou l'*ijara* constituent des alternatives aux modes conventionnels de financement et sont présentés comme des leviers favorisant le développement des petites et moyennes entreprises ainsi que l'innovation économique (Raimi et al., 2024)

Plus récemment, l'émergence du crowdfunding islamique a suscité un intérêt croissant. La littérature sur le crowdfunding islamique aborde ce phénomène sous des angles variés, notamment celui de la conformité charia, des contrats islamiques sous-jacents (*moudaraba*, *moucharaka*), ainsi que de son rôle dans le financement des micro-entreprises et des PME. Malgré ces avancées, les relations entre les mécanismes de financement islamique, les valeurs entrepreneuriales et les intentions de création d'entreprise demeurent encore insuffisamment explorées.

Enfin, l'essor de l'économie halal a ouvert de nouvelles perspectives de recherche portant sur les marchés, les chaînes de valeur et les innovations associées aux produits et services conformes aux principes islamiques. En 2023, les dépenses des consommateurs musulmans dans les secteurs clés de l'économie halal (alimentation, cosmétiques, mode pudique, tourisme, médias et finance islamique) ont atteint 2 430 milliards de dollars américains, avec des projections de croissance à 3 360 milliards d'ici 2028 ; parallèlement, les actifs de la finance islamique s'élevaient à 4 930 milliards de dollars, attendus à 7 530 milliards d'ici 2028 (Saif Alnasser Mohammed et al., 2020).

Cette évolution favorise l'émergence de nouveaux modèles d'affaires fondés sur la traçabilité, la certification et les technologies numériques. Le rapport identifie plus de trente signaux d'opportunités, allant de la certification halal par blockchain et la personnalisation des produits par l'intelligence artificielle, jusqu'à l'émission de sukuk numériques et l'innovation pharmaceutique verte. Toutefois, les recherches consacrées à ces dynamiques demeurent dispersées entre plusieurs disciplines et sont rarement articulées aux travaux portant sur l'éthique islamique du travail, l'intention entrepreneuriale et les déterminants de la création d'entreprise. Cette fragmentation limite la compréhension globale des facteurs individuels, sociaux et institutionnels qui influencent le développement de l'entrepreneuriat islamique (Krueger & Carsrud, 1993).

Dans l'ensemble, ces différentes orientations témoignent de la richesse et de la diversité du champ de l'entrepreneuriat islamique, mais révèlent également une fragmentation importante de la littérature. Les études existantes tendent à analyser séparément les valeurs islamiques, les intentions entrepreneuriales, les instruments financiers et les marchés halal, sans proposer de cadre intégrateur permettant de comprendre les interactions entre ces différentes dimensions (Raimi et al., 2024).

## **2. Lacune de recherche**

### **2.1 Fragmentation du champ de l'entrepreneuriat islamique**

Malgré un intérêt académique croissant pour l'entrepreneuriat islamique, le champ demeure profondément fragmenté. Les travaux existants se développent en silos disciplinaires distincts : certains chercheurs se concentrent exclusivement sur l'éthique du travail islamique (IWE) sans l'articuler aux comportements entrepreneuriaux (Ali & Al-Owaidan, 2008; Al-Samhi et al., 2025), tandis que d'autres analysent la finance islamique de manière isolée, sans considérer son interaction avec l'intention ou la motivation entrepreneuriale (Tlaiss, 2015; Wahyudi et al., 2026). De même, les études portant sur les marchés halal privilégient une approche marketing

ou sectorielle, déconnectée des déterminants psychologiques et institutionnels de l'acte d'entreprendre (Alimusa et al., 2024; Wilson & Liu, 2011).

Cette dispersion thématique se double d'une fragmentation géographique : la majorité des études empiriques se concentrent sur quelques contextes nationaux : Malaysia, Arabie Saoudite, Pakistan, Iran, rendant difficile toute généralisation théorique. Les spécificités culturelles, juridiques et économiques propres à chaque pays sont rarement prises en compte comme variables modératrices, ce qui affaiblit la portée comparative des résultats.

Par conséquent, il n'existe pas à ce jour de cadre théorique unifié permettant d'appréhender l'entrepreneuriat islamique dans sa globalité, c'est-à-dire en intégrant simultanément ses dimensions éthiques, comportementales, financières et institutionnelles.

## **2.2 Absence d'une vision intégrée liant IWE, intention et contexte institutionnel**

L'une des lacunes les plus significatives de la littérature réside dans l'absence d'un modèle intégrateur articulant les trois piliers fondamentaux de l'entrepreneuriat islamique : l'éthique du travail islamique (IWE), l'intention entrepreneuriale et le contexte institutionnel.

D'un côté, les études mobilisant la Théorie du Comportement Planifié (TPB) d'(Ajzen, 1991) pour expliquer l'intention entrepreneuriale dans des contextes musulmans n'intègrent généralement pas l'IWE comme variable explicative distincte (Liñán & Chen, 2009). Pourtant, des valeurs telles que la confiance en Dieu (*tawakkul*), la licéité des moyens (*halal*), l'interdiction de l'usure (*riba*) ou encore l'obligation de partage (*zakat*) sont susceptibles de modifier substantiellement les attitudes, les normes subjectives et le sentiment de contrôle comportemental sont les trois antécédents centraux de la TPB (Azim & Islam, 2022; Boubker, 2024).

De l'autre côté, les rares travaux qui examinent le lien entre IWE et comportement entrepreneurial (Rokhman, 2010; Yousef, 2001) ne tiennent pas compte du rôle médiateur ou modérateur de l'environnement institutionnel : disponibilité de la finance islamique, cadre réglementaire, normes sociales religieuses, degré de développement des marchés halal. Or, le contexte institutionnel constitue un déterminant majeur de la transformation de l'intention en action entrepreneuriale effective (Bruton et al., 2010).

Cette double absence de l'IWE dans les modèles d'intention, et du contexte institutionnel dans les modèles éthiques génère une compréhension parcellaire et insuffisante du processus entrepreneurial islamique. Elle appelle à la construction d'un cadre conceptuel intégré capable de capturer les interactions entre ces dimensions.

### 2.3 Limites méthodologiques et contextuelles des études existantes

Au-delà des lacunes théoriques, les études existantes souffrent de plusieurs limites méthodologiques qui en réduisent la portée scientifique.

**Sur le plan des méthodes de collecte**, la littérature sur l'intention entrepreneuriale repose largement sur des enquêtes par questionnaire menées auprès d'étudiants universitaires, considérés comme une population privilégiée pour l'étude des intentions entrepreneuriales (Fayolle & Liñán, 2014). Cette prédominance des échantillons étudiants peut limiter la validité externe des résultats et leur généralisation aux entrepreneurs effectivement engagés dans une activité économique

**Sur le plan des designs de recherche**, les études sont majoritairement transversales (*cross-sectional*), ce qui ne permet pas d'établir de relations causales ni de suivre l'évolution de l'intention entrepreneuriale dans le temps. L'entrepreneuriat étant un processus dynamique, cette limitation est particulièrement problématique pour comprendre comment les valeurs islamiques influencent les différentes étapes du parcours entrepreneurial.

**Sur le plan de la mesure**, les échelles utilisées pour opérationnaliser l'IWE varient considérablement d'une étude à l'autre (Ali & Al-Owaihán, 2008; Yousef, 2001), ce qui nuit à la comparabilité des résultats et à la cumulativité des connaissances. De plus, peu d'études procèdent à une validation rigoureuse de leurs instruments dans des contextes culturels différents, soulevant des questions de validité de construit et d'invariance de mesure.

L'ensemble de ces limites justifie la nécessité d'une approche renouvelée, à la fois théoriquement intégrée et méthodologiquement rigoureuse, pour progresser dans la compréhension de l'entrepreneuriat islamique

Cette fragmentation justifie la nécessité d'une cartographie bibliométrique globale capable d'identifier les principaux pôles thématiques, les réseaux scientifiques et les trajectoires intellectuelles qui structurent l'évolution du domaine. Elle soulève la problématique centrale suivante : **Comment les variables clés de l'entrepreneuriat islamique (IWE, intention entrepreneuriale, valeurs islamiques, modes de financement, marché halal et innovation) ont-elles été étudiées dans la littérature scientifique, et quels réseaux, thèmes et tendances structurent ce champ entre 2010 et 2025 ?**

À la lumière de cette problématique, notre article poursuit trois objectifs principaux.

- 1. Cartographier la production scientifique (2010–2025) :** L'objectif est de dresser un panorama quantitatif et descriptif de la recherche sur l'entrepreneuriat islamique, en mettant en évidence les tendances temporelles, les pays et institutions leaders, ainsi que les revues

et auteurs les plus prolifiques. Des études antérieures ont montré que la recherche sur l'entrepreneuriat islamique est principalement concentrée dans certaines régions, notamment l'Asie du Sud-Est et les pays du Golfe, et qu'elle est largement diffusée dans des revues spécialisées telles que le *Journal of Islamic Marketing* (Hassan, 2021); (*State of the Global Islamic Economy 2025 - DinarStandard*, 2025).

2. **Analyser les réseaux et clusters thématiques** : Il s'agit d'identifier les liens intellectuels entre variables, via l'analyse de co-auteurs, de co-citations et de co-mots. Cette étape permettra de repérer les principaux clusters thématiques : (a) IWE et performance organisationnelle, (b) intention entrepreneuriale et religiosité (cadre TPB), (c) financement islamique et PME, (d) halal market et innovation. Des travaux récents montrent déjà que des ponts existent entre IWE et intention (Boubker, 2024) aussi que le crowdfunding islamique constitue un domaine de recherche émergent, fortement influencé par les valeurs islamiques, la confiance communautaire et les principes de la finance conforme à la charia.
3. **Proposer un agenda de recherche renouvelé** : L'article vise à dégager un agenda scientifique reliant les blocs encore dispersés. Par exemple, il apparaît pertinent d'explorer le rôle médiateur des valeurs islamiques entre l'IWE et l'intention entrepreneuriale, d'analyser la manière dont les instruments de financement islamiques influencent la transformation de l'intention en action entrepreneuriale, ainsi que d'étudier l'impact des innovations digitales (halal tech, traçabilité, fintech islamiques) sur la performance et l'internationalisation des PME. Plusieurs travaux soulignent également la nécessité d'élargir les recherches aux contextes d'Afrique du Nord et de la région MENA, encore relativement peu représentés dans la littérature comparativement à l'Asie du Sud-Est (Hassan, 2021; Tlaiss, 2015).

### 3. Méthodologie

#### 3.1 Source des données et stratégie de collecte

Cette étude repose sur une analyse bibliométrique du champ de l'entrepreneuriat islamique (*Islamic Entrepreneurship*). Les données bibliographiques ont été extraites de la base de données Scopus, reconnue comme l'une des principales sources internationales pour les études scientométriques grâce à sa large couverture multidisciplinaire et à la qualité de ses métadonnées.

La collecte des données a été réalisée en janvier 2026 à partir d'une requête élaborée autour des termes associés à l'entrepreneuriat islamique, à l'économie halal et à la finance islamique. Afin d'assurer la reproductibilité de l'étude et l'homogénéité du corpus, seuls les documents de type

« Article » ont été retenus les actes de conférences, chapitres d'ouvrages, éditoriaux, notes de recherche et revues de littérature ont été exclus. Après application des critères de sélection et suppression des doublons éventuels, le corpus final comprend 341 articles scientifiques publiés entre 2010 et 2025.

### 3.2 Préparation et nettoyage des données

Les données ont été importées dans R et nettoyées à l'aide du package Bibliometrix (Aria & Cuccurullo, 2017). Le processus a inclus la sélection des articles scientifiques, la normalisation des mots-clés et l'harmonisation des termes afin de garantir la cohérence du corpus et la robustesse des analyses bibliométriques.

### 3.3 Outils et techniques d'analyse bibliométrique

Trois niveaux d'analyse complémentaires ont été mobilisés.

#### 3.3.1 Analyse descriptive

L'analyse descriptive a permis d'identifier l'évolution annuelle de la production scientifique, les citations moyennes par document et par année, ainsi que les pays, institutions et auteurs les plus contributifs, et les sources de publication dominantes.

#### 3.3.2 Analyse de la structure conceptuelle

La structure intellectuelle du domaine a été étudiée à travers l'analyse de co-occurrence des mots-clés auteurs, les réseaux thématiques, les cartes conceptuelles, les *treemaps* des thématiques dominantes et les cartes thématiques (*Thematic Maps*).

#### 3.3.3 Analyse des dynamiques thématiques

Les cartes thématiques ont été construites selon les indicateurs de centralité et de densité proposés par Callon et al. (1991), permettant de distinguer quatre catégories de thèmes :

**Tableau1. Classification des thèmes de recherche selon leur centralité et leur densité**

Catégorie	Description
Thèmes moteurs ( <i>Motor Themes</i> )	Forte centralité et forte densité — thèmes structurants du champ
Thèmes de base ( <i>Basic Themes</i> )	Forte centralité, faible densité — thèmes transversaux peu développés
Thèmes de niche ( <i>Niche Themes</i> )	Faible centralité, forte densité — thèmes spécialisés et isolés
Thèmes émergents ( <i>Emerging Themes</i> )	Faible centralité et faible densité — thèmes en développement

Source : Réalisé par nos soins

### 3.4 Construction des réseaux bibliométriques

Les réseaux bibliométriques ont été générés à partir des matrices produites par la fonction `biblioNetwork()` du package `Bibliometrix`. La normalisation des liens a été réalisée à l'aide de l'indice d'association (*Association Strength*), fréquemment utilisé dans les analyses de co-occurrence. Les représentations graphiques ont été produites à l'aide des algorithmes de spatialisation Fruchterman-Reingold et Kamada-Kawai, puis exportées en haute résolution (300 dpi) pour garantir leur qualité à la publication.

### 3.5 Approche analytique et objectifs opérationnels

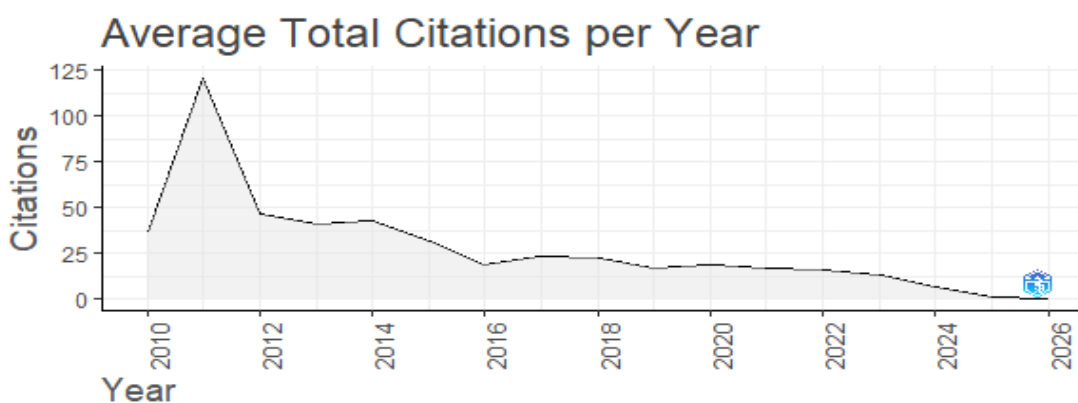
Cette recherche adopte une approche bibliométrique descriptive et exploratoire visant à cartographier la littérature scientifique relative à l'entrepreneuriat islamique entre 2010 et 2025. Les objectifs poursuivis sont les suivants :

1. Identifier les principales thématiques de recherche du domaine ;
2. Mettre en évidence les auteurs, institutions et pays les plus influents ;
3. Comprendre la structuration conceptuelle du champ ;
4. Analyser les dynamiques d'évolution de la production scientifique ;
5. Détecter les thématiques émergentes susceptibles d'orienter les recherches futures.

Il convient de préciser que cette étude ne vise pas à tester des relations causales, mais à fournir une représentation structurée et systématique du développement scientifique du domaine.

## 4. Analyse des résultats

**Figure 1 : Évolution du nombre moyen de citations par article et par année de publication (2010–2025)**

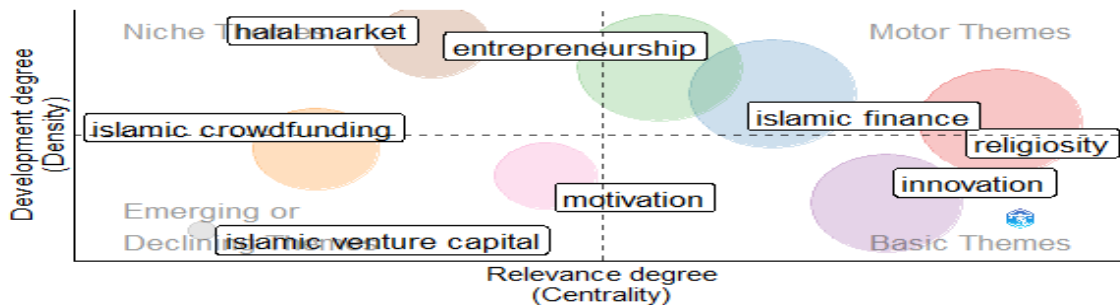


Source : Rstudio

La figure 1 représentant l'évolution des citations moyennes annuelles montre une dynamique typique des champs émergents. Un pic marqué apparaît autour de 2011, reflétant l'impact important de publications fondatrices ayant structuré le domaine de l'Islamic entrepreneurship.

À partir de 2012, une tendance décroissante progressive est observée, traduisant un effet de dilution lié à l'augmentation rapide du nombre de publications. En effet, bien que la production scientifique ait fortement augmenté après 2018, les citations moyennes par article diminuent mécaniquement, en raison du temps nécessaire à la consolidation et à la reconnaissance académique des travaux récents. La baisse apparente des années 2024–2026 doit être interprétée avec prudence, puisqu'elle s'explique principalement par l'effet de latence citationnelle (citation window effect). Globalement, la figure suggère que le champ est passé d'une phase fondatrice fortement citée à une phase d'expansion rapide et de diversification thématique.

**Figure 2 : Carte thématique des principaux axes de recherche en entrepreneuriat islamique (2010–2025)**



**Source : Rstudio**

La carte thématique (Figure 2) met en évidence une structuration hiérarchisée du champ de l'Islamic entrepreneurship. Les thèmes *Islamic finance* et *religiosity* apparaissent comme des thèmes moteurs, caractérisés par une forte centralité et une densité élevée, ce qui indique qu'ils constituent le noyau intellectuel du domaine. Ces résultats confirment que la littérature reste fortement ancrée dans l'articulation entre principes religieux et mécanismes financiers islamiques. Le thème *innovation* occupe une position centrale mais moins dense, suggérant qu'il s'agit d'un axe transversal en cours de consolidation. À l'inverse, *halal market* se positionne comme un thème spécialisé, relativement développé mais périphérique dans la structure globale du champ. Enfin, *Islamic crowdfunding* et *Islamic venture capital* apparaissent dans le quadrant des thèmes émergents ou en déclin, indiquant soit une phase initiale de développement, soit une faible intégration théorique. Globalement, la figure révèle une évolution progressive du champ, passant d'une approche centrée sur la religiosité et la finance vers une ouverture croissante vers l'innovation et les instruments financiers digitaux.

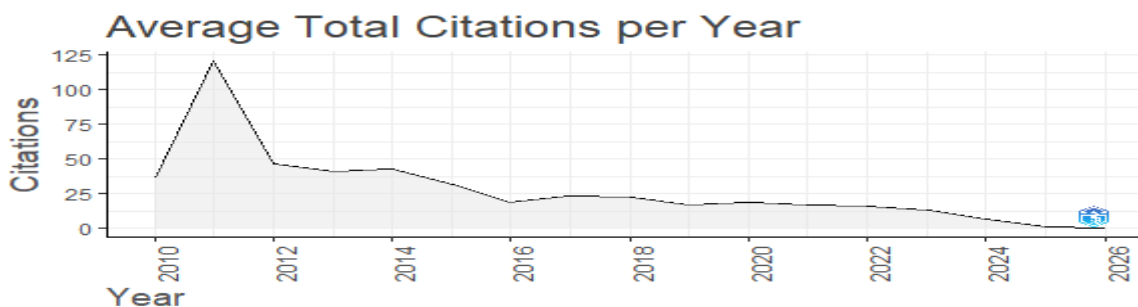
**Figure 3 : Auteurs les plus productifs dans la littérature sur l’entrepreneuriat islamique (2010–2025)**



**Source : Rstudio**

La figure 3 présentant les auteurs les plus productifs dans le domaine de l’Islamic entrepreneurship met en évidence une structure relativement concentrée. ISHAK M. apparaît comme l’auteur le plus productif, suivi par HARUNA A. et HASSAN M.K., indiquant l’existence d’un noyau restreint de chercheurs contribuant de manière significative au développement du champ. La majorité des autres auteurs présentent un nombre de publications relativement homogène, traduisant une distribution typique de type loi de Lotka, où un petit groupe d’auteurs produit une part importante des travaux tandis qu’un grand nombre d’auteurs contribue de manière plus ponctuelle. Cette configuration suggère que le champ est structuré autour de quelques pôles académiques actifs, mais reste ouvert à une diversité de contributions internationales. Cette concentration modérée de la production scientifique indique un champ en phase de consolidation, encore marqué par des chercheurs leaders mais progressivement élargi à une communauté académique plus diversifiée.

**Figure 4 : Tendence temporelle des citations moyennes annuelles des publications sur l’entrepreneuriat islamique**

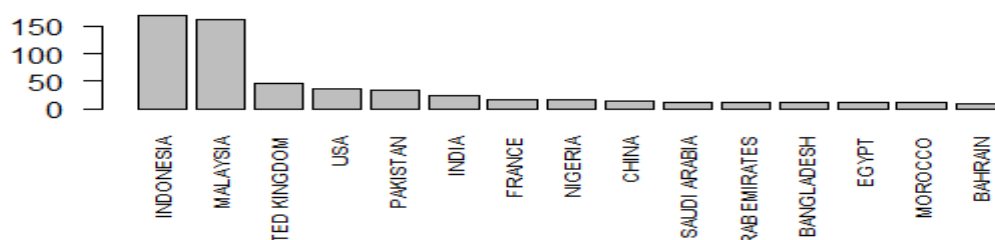


**Source : Rstudio**

La figure 4 « Average Total Citations per Year » met en évidence une dynamique citationnelle caractérisée par un pic très marqué au début de la période étudiée, notamment autour de 2011, suivi d’un déclin progressif et relativement continu jusqu’aux années récentes. Ce pic initial

peut s'expliquer par l'effet cumulatif des premières publications fondatrices du champ, qui ont bénéficié d'un temps d'exposition plus long et ont ainsi accumulé davantage de citations. À partir de 2012–2014, on observe une phase de stabilisation modérée, puis une diminution graduelle des citations moyennes, reflétant soit une dispersion thématique croissante, soit un renouvellement générationnel des travaux encore trop récents pour avoir accumulé un impact citationnel significatif. La baisse observée dans les années les plus récentes s'explique en grande partie par l'effet de temporalité des citations (citation window effect), les articles récents n'ayant pas encore eu suffisamment de temps pour être largement cités. Cette évolution suggère un champ en phase de maturité relative, où les travaux pionniers conservent une forte centralité citationnelle tandis que les publications plus récentes participent à une diversification thématique encore en cours de consolidation.

**Figure 5 : Répartition des publications par pays dans la recherche sur l'entrepreneuriat islamique (2010–2025)**

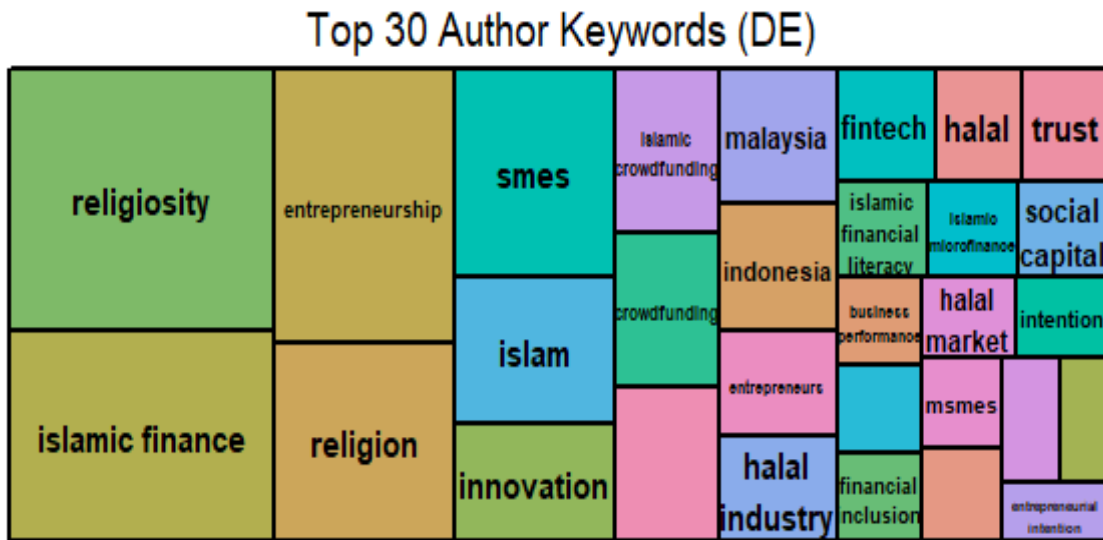


**Source : Rstudio**

La figure 5 relative à la production scientifique par pays met en évidence une forte concentration géographique des recherches en Islamic entrepreneurship. L'Indonésie et la Malaisie dominent très largement le champ, avec un volume de publications nettement supérieur aux autres pays. Cette prééminence s'explique par l'importance institutionnelle de l'économie islamique dans ces deux pays, où les politiques publiques, les universités et les écosystèmes entrepreneuriaux soutiennent activement la recherche sur la finance islamique, les PME musulmanes et le halal economy. Un second groupe de pays, comprenant le Royaume-Uni, les États-Unis, le Pakistan et l'Inde, présente une contribution significative mais plus modérée, traduisant un intérêt académique international croissant au-delà des pays à majorité musulmane. Enfin, plusieurs pays du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord (Arabie Saoudite, Émirats Arabes Unis, Égypte, Maroc, Bahreïn) apparaissent avec une production plus limitée, suggérant un potentiel de développement scientifique encore sous-exploité dans ces contextes pourtant stratégiques pour l'économie islamique. Cette distribution géographique révèle une asymétrie Nord-Sud et Asie-

MENA dans la structuration du champ, confirmant que l’Islamic entrepreneurship est davantage institutionnalisé académiquement en Asie du Sud-Est qu’au Moyen-Orient, malgré la centralité historique et religieuse de cette région.

**Figure 6 : Cartographie des 30 mots-clés d’auteurs les plus fréquents dans la recherche sur l’entrepreneuriat islamique**

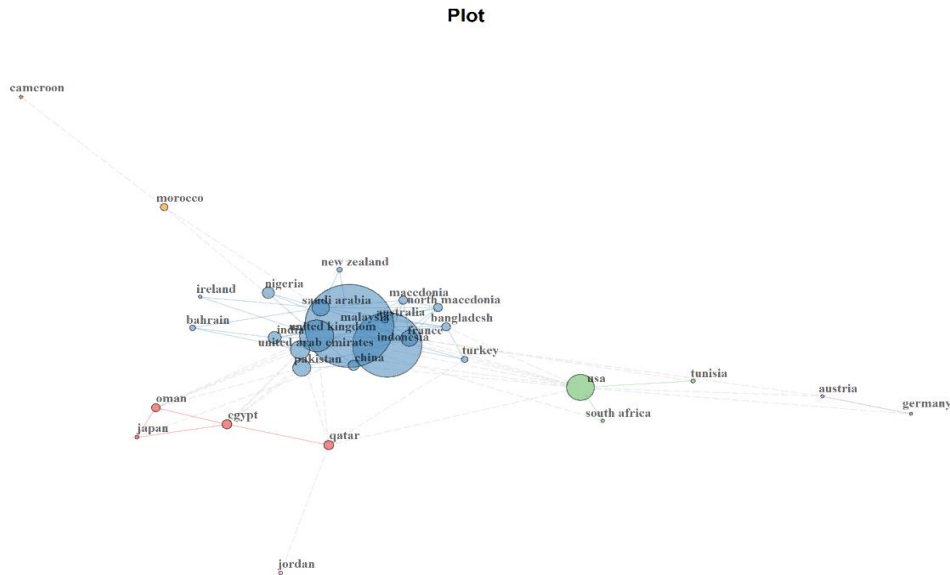


**Source : Rstudio**

La figure 6 représentant les 30 mots-clés auteurs les plus fréquents met en évidence la structuration thématique du champ de l’Islamic entrepreneurship autour de trois pôles majeurs. Premièrement, un noyau religieux et normatif dominé par les termes *religiosity*, *religion* et *islam*, indiquant que la dimension axiologique et comportementale constitue un cadre explicatif central dans les études analysées. Deuxièmement, un pôle financier fortement représenté par *islamic finance*, *halal industry*, *halal market*, *financial inclusion* et *islamic microfinance*, confirmant l’ancrage du champ dans l’économie islamique et ses instruments financiers spécifiques. Troisièmement, un axe entrepreneurial et organisationnel structuré autour de *entrepreneurship*, *SMEs*, *innovation*, *business performance* et *social capital*, soulignant l’intérêt porté aux dynamiques de performance, d’intention entrepreneuriale et de capital social. Par ailleurs, l’apparition significative de termes comme *fintech*, *crowdfunding* et *islamic crowdfunding* témoigne d’une évolution récente vers des formes hybrides combinant finance islamique et technologies numériques. Enfin, la forte présence géographique de *Malaysia* et *Indonesia* confirme la centralité académique de l’Asie du Sud-Est dans la production scientifique sur ce thème. Dans l’ensemble, cette distribution suggère que le champ se situe à

l'intersection de la religion, de la finance islamique et de l'entrepreneuriat, avec une ouverture progressive vers l'innovation technologique et les mécanismes alternatifs de financement.

**Figure 7: Réseau de collaboration scientifique internationale dans la recherche sur l'entrepreneuriat islamique (2010–2025)**



**Source : Rstudio**

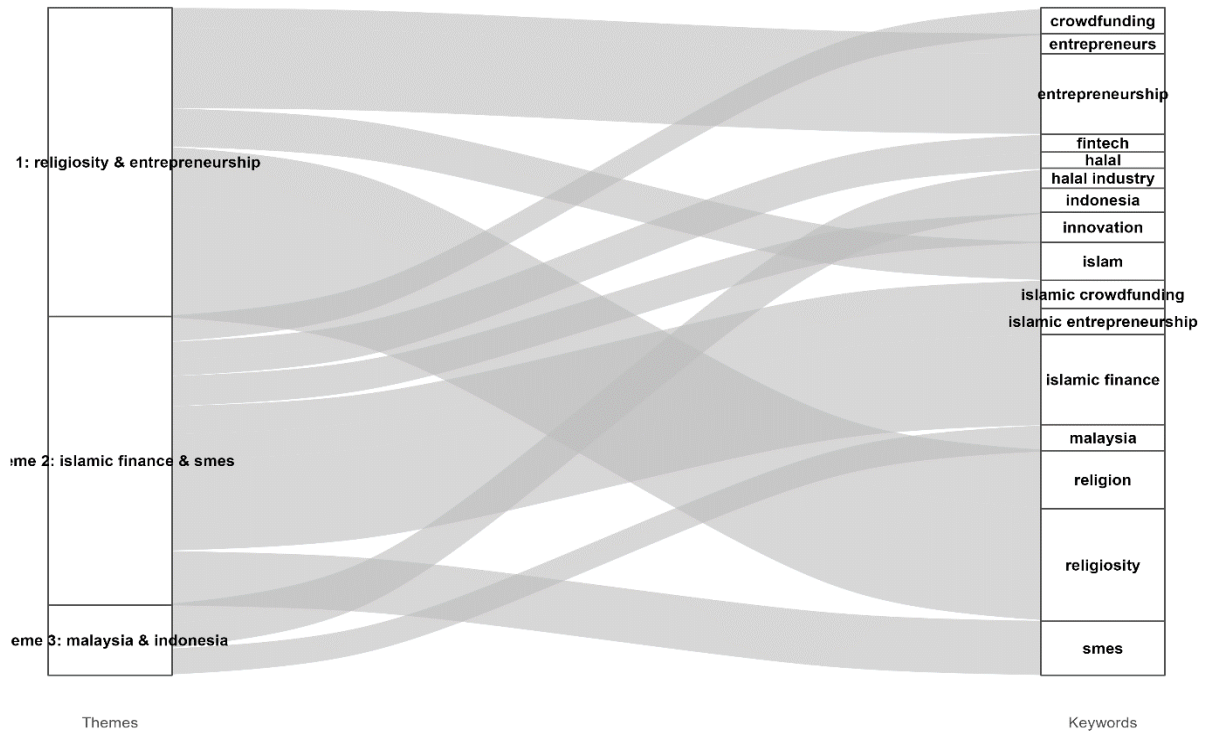
La figure 7 illustre le réseau de collaboration internationale dans le domaine de l'Islamic entrepreneurship. Chaque nœud représente un pays, tandis que les liens indiquent les co-publications entre chercheurs affiliés à ces pays. La taille des nœuds reflète l'intensité de production scientifique ou le degré de centralité collaborative.

L'analyse met en évidence la position dominante de la Malaisie, qui apparaît comme le principal hub du réseau. Son rôle central confirme son leadership académique dans l'étude de l'entrepreneuriat islamique, probablement en raison de son écosystème développé en finance islamique et en halal economy. Autour de ce noyau central gravitent plusieurs pays fortement connectés tels que l'Indonésie, l'Arabie Saoudite, le Royaume-Uni, la Chine et le Pakistan, suggérant une structuration du champ autour d'un axe Asie du Sud-Est – Moyen-Orient – partenaires occidentaux.

Un second pôle de collaboration apparaît autour des États-Unis, connectés à la Tunisie, l'Afrique du Sud et indirectement à des pays européens comme l'Allemagne et l'Autriche. Ce cluster reflète une dynamique plus récente et davantage transcontinentale. Par ailleurs, certains pays comme le Maroc ou le Cameroun occupent une position périphérique, traduisant une participation encore limitée au réseau global de collaboration.

Globalement, la structure du réseau révèle une concentration géographique forte en Asie du Sud-Est et dans le monde musulman, avec une ouverture progressive vers l'Europe et l'Amérique du Nord. Cette configuration suggère que le champ reste marqué par un ancrage régional dominant, tout en amorçant une internationalisation croissante.

**Figure 8 : Cartographie thématique des principaux axes de recherche et de leurs mots-clés associés**



**Source : Rstudio**

La figure 8 présente un diagramme de Sankey illustrant les relations entre les principaux clusters thématiques identifiés dans le corpus et les mots-clés les plus représentatifs associés à chaque thème. Trois axes structurants émergent clairement.

Le Thème 1 (Religiosity & Entrepreneurship) apparaît comme le noyau conceptuel dominant du champ. Il irrigue un ensemble de mots-clés centraux tels que *entrepreneurship*, *religion*, *religiosity*, *innovation* et *islamic entrepreneurship*. Cela suggère que la littérature articule principalement l'entrepreneuriat.

**Figure 9 : Cartographie des collaborations scientifiques entre auteurs dans la littérature sur l'entrepreneuriat islamique**



**Source : Rstudio**

La figure 9 met en évidence la structure intellectuelle du champ de l'Islamic entrepreneurship à travers un réseau de co-citation des références les plus influentes. Chaque nœud représente une référence citée, tandis que les liens indiquent que deux travaux sont fréquemment cités conjointement dans les mêmes articles. La taille des nœuds reflète leur centralité ou fréquence de co-citation. Le centre du réseau est dominé par les travaux d'(Ajzen, 1991) sur la *Theory of Planned Behavior*, ainsi que ses travaux ultérieurs sur le contrôle comportemental perçu (Ajzen, 2002). Cette centralité indique que l'étude de l'intention entrepreneuriale dans le contexte islamique repose fortement sur un cadre psychologique comportemental. Les travaux d'(Allport, 1967) et (Barney, 1991) de apparaissent également comme des références structurantes, suggérant une articulation entre : la psychologie sociale, la théorie des ressources et le comportement entrepreneurial.

## 5. Discussion

### 5.1. Convergences avec la littérature existante

Les résultats de cette analyse confirment plusieurs observations déjà présentes dans les travaux antérieurs. D'une part, la centralité de l'intention entrepreneuriale dans les recherches sur l'entrepreneuriat islamique confirme l'ancrage de la Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) comme cadre dominant. La forte occurrence de mots-clés liés à la religiosité et aux valeurs islamiques rejoint les études montrant que la foi et la religiosité constituent des moteurs essentiels de l'intention entrepreneuriale

De même, la place significative accordée à l'Islamic Work Ethic (IWE) est cohérente avec la littérature soulignant son rôle dans l'amélioration de la performance individuelle et organisationnelle (Ali, 1988 ; Ateeq et al., 2025). Le lien observé entre IWE et intention entrepreneuriale confirme des intuitions déjà avancées par certains travaux empiriques, mais rarement explorées dans une perspective systématique.

Enfin, la montée en puissance des recherches sur le financement islamique et l'innovation halal correspond aux tendances macroéconomiques rapportées par les rapports sectoriels (*State of the Global Islamic Economy 2025 - DinarStandard*, 2025) et aux observations récentes sur le rôle du crowdfunding islamique dans la réussite de projets entrepreneuriaux (Rama et al., 2024).

## 5.2. Lacunes identifiées

Malgré cette convergence, notre cartographie met en évidence plusieurs lacunes :

- **Intégration limitée entre variables** : la majorité des travaux isolent leurs analyses (IWE → performance, intention → comportements, financement → PME), sans proposer de modèles intégrés reliant ces dimensions.
- **Innovation et halal tech sous-étudiés** : bien que les publications sur la digitalisation et la traçabilité halal aient augmenté depuis 2020 (Guardian, 2025), elles restent marginales et peu connectées aux modèles théoriques dominants.
- **Faible couverture géographique du Maghreb et de l'Afrique** : la production reste dominée par l'Asie du Sud-Est (Malaisie, Indonésie). Les études marocaines et nord-africaines, bien que prometteuses (Boubker, 2024), demeurent encore isolées.
- **Approches méthodologiques limitées** : la plupart des recherches reposent sur des enquêtes quantitatives de type questionnaire. Les approches mixtes (quantitative + qualitative, analyse de contenu, text mining) sont rares, alors qu'elles pourraient enrichir la compréhension du champ (Donthu et al., 2021).

## 5.3. Vers un agenda de recherche intégré

À partir de ces constats, plusieurs pistes peuvent être proposées :

1. **Relier IWE, intention et financement** : étudier le rôle médiateur des valeurs islamiques entre l'IWE et l'intention entrepreneuriale, puis analyser comment le choix d'instruments de financement islamiques conditionne le passage à l'acte entrepreneurial.
2. **Explorer l'innovation halal** : développer des études sur la digitalisation du marché halal (*halal tech*), les applications de traçabilité, ainsi que les plateformes de crowdfunding conformes à la charia.

3. **Diversifier les terrains** : inclure davantage de contextes MENA et africains, où les dynamiques entrepreneuriales islamiques sont en plein essor mais peu étudiées.
4. **Élargir les méthodologies** : mobiliser des approches bibliométriques mixtes (R + Python, analyses de réseaux sociaux, stylométrie), et intégrer des analyses qualitatives (études de cas, récits d'entrepreneurs).
5. **Approfondir les dimensions de genre** : examiner le rôle des femmes entrepreneures musulmanes, particulièrement dans les secteurs du halal fashion, de l'éducation et du digital, où elles jouent un rôle croissant mais encore peu documenté (Hassan, 2021).

## Conclusion

Cette étude a proposé une cartographie bibliométrique de la littérature sur l'entrepreneuriat islamique entre 2010 et 2025, en intégrant simultanément six dimensions rarement analysées ensemble : Islamic Work Ethic (IWE), valeurs islamiques, intention entrepreneuriale, modes de financement islamiques, innovation et marché halal. L'analyse a mis en évidence une croissance soutenue de la production scientifique, dominée par l'Asie du Sud-Est (Malaisie, Indonésie), mais aussi un intérêt croissant dans la région MENA, notamment au Maroc.

Les résultats soulignent que :

1. L'intention entrepreneuriale et l'IWE constituent les deux piliers théoriques les plus mobilisés, souvent dans le cadre de la Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) et des travaux fondateurs sur l'éthique islamique (Ali, & Al-Owaihan, 2008)
2. Les modes de financement islamiques, bien que fortement présents dans la pratique (mudaraba, musharaka, crowdfunding), sont encore insuffisamment intégrés dans les modèles explicatifs reliant valeurs, intentions et comportements.
3. Le marché halal et l'innovation digitale émergent comme thèmes porteurs, mais demeurent fragmentés et souvent étudiés isolément.

Sur le plan théorique, cette étude contribue en proposant une vue intégrée du champ, reliant des variables jusqu'ici dispersées. Sur le plan pratique, elle offre aux décideurs, entrepreneurs et institutions de financement une vision des tendances académiques qui peuvent guider la structuration d'écosystèmes halal innovants et conformes à l'éthique islamique.

Les résultats mettent en évidence plusieurs pistes de recherche futures, notamment l'étude des interactions entre valeurs islamiques, financement et entrepreneuriat, l'impact des technologies halal, les comparaisons entre régions et le développement des travaux sur l'entrepreneuriat féminin musulman, encore insuffisamment exploré. Cette bibliométrie met en évidence un champ en pleine consolidation, situé à l'intersection de l'économie, de la gestion, de la religion et de l'innovation. Elle constitue un point de départ pour des recherches futures visant à approfondir l'articulation entre éthique, intention, financement et marché halal dans un monde globalisé où l'entrepreneuriat islamique apparaît comme un levier majeur de développement économique et social.

## Bibliographie

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, Theories of Cognitive Self-Regulation*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665-683. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>
- Ali, A., & Al-Owaihian, A. (2008). *Islamic Work Ethic A Critical Review. Cross Cultural Management An International Journal*, 15, 5-19. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3700382>
- Ali, A. J., & Al-Owaihian, A. (2008). Islamic work ethic : A critical review. *Cross Cultural Management: An International Journal*, 15(1), 5-19. <https://doi.org/10.1108/13527600810848791>
- Alimusa, L. O., Ratnasari, R. T., & Hasib, F. F. (2024). Determinants of halal food customer behaviour in the context of Indonesia and Malaysia : A systematic literature review. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. <https://doi.org/10.1108/JIABR-12-2023-0433>
- Allport, G. w. (1967). *Pattern And Growth In Personality*.
- Al-Samhi, N., Salem Al-Mamary ياسر حسن المعمري ا.د.، Y., & Hussein, I. (2025). *Islamic Work Ethics and Entrepreneurial Orientation : Empirical Evidence from Private Small and Medium Enterprises in Yemen*. 11, 140-162.
- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). *bibliometrix* : An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959-975. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>
- Arzam, A., Fauzi, M., Efendi, F., & Sulastri, W. (2023). Islamic Crowdfunding: A Review Literature. *Review of Islamic Economics and Finance*, 6(2), 171-186. <https://doi.org/10.17509/rief.v6i2.62827>
- Azim, M. T., & Islam, M. M. (2022). Role of religiosity, social factors, and perceived subjective norms on entrepreneurial intention: A study on tertiary level students. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 12(1), 341-356.
- Badar, K., Aboramadan, M., Dahleez, K., & Farao, C. (2023). Does employee relations climate mediate the effect of Islamic work ethics on organizational performance? Evidence from Qatar. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. <https://doi.org/10.1108/JIABR-07-2022-0164>

- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Boubker, O. (2024). Does religion raise entrepreneurial intention and behavior of Muslim university students? An extension of Ajzen's theory of planned behavior (TPB). *The International Journal of Management Education*, 22, 101030. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.101030>
- Bruton, G. D., Ahlstrom, D., & Han-Lin Li. (2010). *Institutional Theory and Entrepreneurship: Where Are We Now and Where Do We Need to Move in the Future?* <https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/j.1540-6520.2010.00390.x>
- Chaudhary, A., Islam, T., Ali, H. F., & Jamil, S. (2021). Can paternalistic leaders enhance knowledge sharing? The roles of organizational commitment and Islamic work ethics. *Global Knowledge, Memory and Communication*, 72(1-2), 98-118. <https://doi.org/10.1108/GKMC-06-2021-0109>
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Esmer, Y. (2025). Bibliometric Analysis of Islamic Entrepreneurship. *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 11(2), 551-577. <https://doi.org/10.20979/ueyd.1707462>
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663-666. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.024>
- Hassan, Y. (2021). A decade of research on Muslim entrepreneurship. *Journal of Islamic Marketing*, 13(6), 1288-1311. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2019-0269>
- Krueger, N., & Carsrud, A. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5, 315-330. <https://doi.org/10.1080/08985629300000020>
- Liñán, F., & Chen, Y. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Purwatiningsih, A., Purnamasari, S., Setyawati, H., Indriani, A., Prawitasari, D., & Fitria, S. (2024). Bibliometric Analysis of Islamic Crowdfunding: A Literature Review of Its Journey. *F1000Research*, 13, 531. <https://doi.org/10.12688/f1000research.146797.2>

- Raimi, L., Abdur-Rauf, I. A., & Olaide Raimi, B. (2024). Interdependence of halal entrepreneurship and Islamic finance for creating a strong halal ecosystem. *Journal of Islamic Marketing*, 16(3), 929-954. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2023-0162>
- Riaz, A., Jamil, S. A., & Mahmood, S. (2023). Organizational politics and affective commitment of expatriates: Moderating role of Islamic work ethics. *Asian Journal of Business Ethics*, 12(2), 419-439. <https://doi.org/10.1007/s13520-023-00180-7>
- Rokhman, W. (2010). *The Effect of Islamic Work Ethics on Work Outcomes*. 15(1).
- Saif Alnasser Mohammed, D. S. A., Al qata'an, D. A. M., Ghawanmeh, D. F., & Alqaadan, D. F. (2020). *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR, HUMAN CAPITAL THEORY, AND SOCIAL LEARNING THEORY TOWARDS ENTREPRENEURIAL INTENTION. THE ROLE OF ISLAMIC PERSPECTIVE ENTREPRENEURSHIP, AN ATTEMPT TOWARDS DISCUSSION: A GENERAL-REVIEW PAPER* (SSRN Scholarly Paper 3748406). Social Science Research Network. <https://papers.ssrn.com/abstract=3748406>
- State of the Global Islamic Economy 2025—DinarStandard*. (2025, juillet 7). <https://www.dinarstandard.com/insights/sgier-2024-25>
- Tlaiss, H. A. (2015). How Islamic Business Ethics Impact Women Entrepreneurs: Insights from Four Arab Middle Eastern Countries. *Journal of Business Ethics*, 129(4), 859-877.
- Wahyudi, T., Bakar, M. H. B., & Soleha, N. (2026). Islamic finance and investment in the halal industry : A systematic literature review. *International Journal of Halal Industry*, 2(1), 57-76. <https://doi.org/10.20885/IJHI.vol2.iss1.art4>
- Wilson, J. A. J., & Liu, J. (2011). The challenges of Islamic branding : Navigating emotions and halal. *Journal of Islamic Marketing*, 2(1), 28-42. <https://doi.org/10.1108/17590831111115222>
- Yousef, D. (2001). Islamic Work Ethic : A Moderator between Organizational Commitment and Job Satisfaction in a Cross-Cultural Context. *Personnel Review*, 30, 152-169. <https://doi.org/10.1108/00483480110380325>